



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

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS
PARA BEBES A BASE DE TELA RECICLADA.
(RETAZOS)**

**PRESENTADO POR
JUAN PABLO ESPINO ROJAS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS
HUMANOS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

*Producción y comercialización de zapatos para bebés a base de tela reciclada.
(Retazos)*

Presentado por:

Bachiller: Juan Pablo Espino Rojas

**PARA ÓPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

A Dios, el ser que me creo y me dio la oportunidad de conocer bellas personas y aportar mediante este trabajo, al desarrollo del conocimiento no solo para mí como profesional sino también poder compartirlo.

A mi familia, y en especial a mis padres y hermanos, por ser el motor y motivo de mi trabajo y esfuerzo inacabable.

A la memoria de mi Abuela Lucia Rojas Jiménez, por enseñarme a dar amor e inspirarme día tras día, sin fronteras de tiempo, ni espacio.

A Leslie Alcarraz, la persona que me acompaña y apoya día a día y a aquellas personas que aportaron de manera directa e indirecta a la realización del presente trabajo investigativo y reto personal.

AGRADECIMIENTOS

La presente investigación es el resultado de la ayuda y aporte constante de muy queridas personas. Por ello aprovecho la presente, para agradecer a cada una de ellas tanto como aporte de conocimientos, apoyo inalcanzable y sobre todo las fuerzas y ganas de seguir adelante.

Gracias a los profesores de cada MODULO del curso, por sus constantes correcciones que fueron vitales para pulir día a día mí trabajo.

Gracias al Mg. Juan Peña, por su aporte en el desarrollo de las preguntas que me permitieron aplicar un sondeo, vital herramienta que me permitió recabar la información de campo que necesitaba de manera oportuna.

Gracias a mis compañeros de la Universidad; amigos y amigas, que me alentaron día a día, a terminar el desarrollo del presente trabajo investigativo.

A cada uno de ustedes por su valioso aporte.

¡Muchas Gracias!

INDICE

RESUMEN.....	1
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN.....	5
1.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	7
1.1. Nombre o razón social	7
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	7
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	7
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha	8
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.....	9
1.6. Estructura Orgánica.....	11
1.6.1. Organigrama.....	11
1.7. Cuadro de asignación de personal.....	11
1.7.1. Cuadro de personal.....	11
1.7.2. Responsabilidades y funciones.....	12
1.7.3. Remuneraciones	13
1.8. Forma Jurídica Empresarial	14
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	15
1.10. Requisitos y Trámites Municipales	15
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	17
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME).....	20
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral	21
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.....	21
1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.....	21
2. ESTUDIO DE MERCADO	22
2.1. Descripción del Entorno del Mercado	22
2.2. Ámbito de acción del negocio.....	36
2.3. Descripción del bien o del servicio	37
2.4. Estudio de la demanda	40
2.5. Estudio de la oferta.....	43
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	44
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	45
2.8. Descripción de la política comercial	46
2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio	47
3. ESTUDIO TÉCNICO	48
3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes	48
a) Disponibilidad de materias primas	48
b) Cantidad de trabajadores	49
3.2. Tamaño propuesto	49
3.3. Proceso y Tecnología.....	65
3.3.1. Descripción y diagrama de los procesos.....	65
3.3.2. Capacidad instalada y operativa.....	66
3.3.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos	67
3.3.4. Infraestructura y características físicas.....	70
3.3. Localización del negocio, Factores determinantes.....	72
4. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	74
4.1. Inversión Fija.....	74
4.1.1. Inversión Tangible.....	74
4.1.2. Inversión Intangible.....	74
4.2. Capital de Trabajo	75
4.3. Inversión Total	76
4.4. Estructura de la inversión y financiamiento.....	77
4.5. Fuentes Financieras	77
4.6. Condiciones de Crédito.....	77
4.6.1. Términos y condiciones.....	77

4.6.2.	Amortización de la deuda	78
5.	ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS	79
5.1.	Presupuesto de los costos	79
5.1.1.	Costos de producción	79
5.1.2.	Costos de administración y ventas	79
5.1.3.	Costos financieros	80
5.2.	Estado de ganancias y pérdidas	85
5.3.	Presupuesto de ingresos	86
5.4.	Presupuesto de egresos	87
5.5.	Flujo de Caja proyectado	87
5.6.	Balance general	89
6.	EVALUACIÓN	90
6.1.	Evaluación Económica, Parámetros de Medición	92
a)	Valor Actual Neto Económico (VANE)	92
b)	Tasa Interna de Retorno (TIRE)	92
c)	Relación Beneficio/Costo	92
d)	Período de recuperación de capital (Pay Back)	92
6.2.	Evaluación Financiera, Parámetros de Medición	92
a)	Valor Actual Neto Financiero (VANF)	93
b)	Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF)	93
c)	Período de recuperación de capital (Pay Back)	93
6.3.	Evaluación Social	94
6.4.	Impacto Ambiental	94
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
7.1.	Conclusiones	95
7.2.	Recomendaciones	95
8.	REFERENCIAS	96
9.	APÉNDICES	97

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

Tabla 1 Beneficios laborales para microempresas y pequeñas empresas, según Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE.....	11
Tabla 2. Cuadro para asignación de personal de la empresa BABY SHOES S.R.L.	11
Tabla 3. Responsabilidades y funciones	13
Tabla 4. Cuadro de remunerativo de personal.	13
Tabla 5. Regímenes tributarios	18
Tabla 6 Planilla electrónica.....	20
Tabla 7 SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL).....	21
Tabla 8 Empresas de la industria confecciones Según estrato empresarial, 2008 - 2014.....	29
Tabla 9 Distribución geográfica de las empresas de la industria de confecciones, 2008 - 2014	29
Tabla 10 Empresas de la industria de confecciones Según régimen de renta, 2008 - 2014.....	30
Tabla 11 Ámbito de acción del negocio BABY SHOES S.R.L.....	36
Tabla 12 Análisis FODA de la empresa BABY SHOES SRL.....	39
Tabla 13 Ficha Técnica botas BABY SHOES SRL.....	39
Tabla 14. Población de 0 – 8 meses de edad.....	40
Tabla 15. Mercado potencial.....	41
Tabla 16 Demanda insatisfecha	44
Tabla 17. Proyección de ventas 2021 – 2025 (Unidades).....	45
Tabla 18. Proyección de ventas por tipo de presentación de productos (Unidades)	46
Tabla 19. Demanda proyectada 2021-2025 (Soles).....	47
Tabla 20 Importaciones de Peru por tipo de tejido a nivel mundial.	50
Tabla 21. Equipos y muebles de producción	68
Tabla 22. Equipos y muebles de administración y ventas	68
Tabla 23. Requerimiento de recursos humanos	68
Tabla 24. Costo unitario materia primas modelo estándar.....	69
Tabla 25. Costo unitario materias primas modelo con broches	69
Tabla 26. Costo unitario de materias primas modelo con hebilla	69
Tabla 27 Inversión fija tangible empresa BABY SHOES SRL.....	74
Tabla 28 Inversión fija intangible empresa BABY SHOES SRL.....	74
Tabla 29 Capital de trabajo empresa BABY SHOES SRL.....	75
Tabla 30 Estructura de la inversión empresa BABY SHOES SRL	76
Tabla 31 Estructura de financiamiento para el plan de negocio	77
Tabla 32 Cotización de préstamo FINANCIERA COMPARTAMOS	78
Tabla 33. Costos de producción 2021 – 2025	79
Tabla 34. Costos de administración y ventas 2021 – 2025	79
Tabla 35 Intereses a pagar por el préstamo	80
Tabla 36 Presupuesto de costos totales	80

Tabla 37. Costo unitario de cada producto.....	80
Tabla 38. Cálculo del precio de bolsa x 6 pares.....	81
Tabla 39. Cálculo del precio de bolsa x 12 pares.....	81
Tabla 40. Costos fijos totales	83
Tabla 41. Estado de resultados proyectado 2021 – 2025	85
Tabla 42 Presupuesto de ingresos	86
Tabla 43 Presupuesto de egresos.....	87
Tabla 44 Flujo de caja proyectado	88
Tabla 45. Balance general	89
Tabla 46. Flujo de caja económico	92
Tabla 47. Flujo Financiero	92
Tabla 48 Evaluación social	94
Tabla 49 Impacto Ambiental.....	94

Índice de figuras

Figura 1 Domicilio legal de la empresa BABY SHOES S.R.L	7
Figura 2 Requisitos para tramitar licencia de funcionamiento MUNICIPALIDAD DE ATE.....	8
Figura 3 Organigrama de la empresa BABY SHOES S.R.L.	11
Figura 4 Registro de Marca y Otros Signos - INDECOPI.....	15
Figura 5 Flujograma de los Procedimientos de Licencia de Funcionamiento	16
Figura 6 Pasos para inscribirte al RUC usando la Preinscripción por Internet.....	18
Figura 7 Régimen General del impuesto a la renta	19
Figura 8 Indicadores relevantes del sector textil y confecciones 2009 y 2014.....	22
Figura 9 PBI textil y confecciones (millones de soles a precios constantes del 2007 y variación anual porcentual)	24
Figura 10 Aporte porcentual del sector textil y confecciones al PBI Nacional, 2008 – 2014 (soles a precios constantes del 2007, en porcentaje).....	25
Figura 11 Evolución de la PEA ocupada del sector textil y confecciones, 2008 – 2014 (miles de personas, variación porcentual anual)	26
Figura 12 Estructura de la PEA ocupada Según grado de formalidad del empleo, 2014 (porcentaje)	27
Figura 13 Costo de mano de obra en la industria textil, 2000 – 2014 (dólares a precios corrientes / hora).....	28
Figura 14 Gasto anual promedio total de los hogares Según rubros, 2014 (en soles)	31
Figura 15 Gasto según canales de distribución de prendas de vestir, 2011- 2014 (millones de soles).....	32
Figura 16 Elasticidad ingreso de la demanda, 2014.....	33
Figura 17 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter para la empresa BABY SHOES SRL	34
Figura 18 Mapa de posicionamiento empresa BABY SHOES SRL.....	38
Figura 19 Cadena de valor empresa BABY SHOES SRL	36
Figura 20 Logo de la empresa BABY SHOES SRL.....	37
Figura 21 Elasticidad ingreso de la demanda, 2014.....	42
Figura 22 Mapa de posicionamiento empresa BABY SHOES SRL.....	43

Figura 23. Proyección de demanda	45
Figura 24 Proceso Logístico.....	65
Figura 25 LAYOUT EMPRESA BABY SHOES SRL (50 m ²)	70
Figura 26 Diagrama de Flujo Empresa BABY SHOES SRL	71
Figura 27 Segmentación del mercado de ate para la puesta en marcha de una empresa de confecciones en base a información técnica de la población.....	72
Figura 28 Segmentación del mercado de ate de acuerdo a los ingresos per-cápita en base a información técnica de la población.....	73
Figura 29 Punto de equilibrio para la empresa BABY SHOES SRL	84

RESUMEN

Los objetivos generales del siguiente PLAN DE NEGOCIOS son ofrecer un producto de calidad, y al mismo tiempo contribuir al cuidado del medio ambiente mediante el reciclaje de retazos de telas; Cumplir con el presupuesto planeado y minimizar los costos de producción para obtener mayores ganancias, sin quitarle valor al producto. Por otra parte, como objetivos específicos brindar un producto novedoso y a la vez económico para los padres de familia. Desarrollar un programa efectivo de marketing. Controlar los gastos de cada área de la empresa.

El método utilizado es un sondeo. La población está conformada por hombres y mujeres del sector C y D del distrito de Ate en un inicio posterior a ello se tomará los siguientes distritos de la Zona Este de Lima metropolitana que comprende los siguientes distritos Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita, Rímac, Cercado de Lima, La Victoria, Breña y San Luis.

Se tomo el 10% del total del universo que se adecúa a la naturaleza y los objetivos de esta investigación, es apropiado porque permite seleccionar a los participantes que mejor representen a la población por tener buen conocimiento del fenómeno a investigar lo que lleva a una aproximación de la población deseada con información óptima y mínimo de desperdicio. El instrumento a emplear es un sondeo.

Se encontró como resultado que la población tiene una respuesta favorable al deseo de comprar un producto de calidad y que a su vez no tenga costos tan elevados de acuerdo a su economía quiere ver y sentirse bien con un producto que cumpla con estos requisitos a esto se apoya también que los sectores C y D están más al pendiente de su buen vestir en muchos casos por sobre sus demás obligaciones.

De acuerdo a los resultados de la investigación, se puede afirmar que las ventas por volumen también son una opción adecuada cuando el mercado responde favorablemente a su demanda insatisfecha para lo cual estos son los tres puntos fuertes a atacar: a) La localización de nuestro producto a ofrecer a nuestro cliente final, b) Estrategia de precios de acuerdo a la estacionalidad del producto y c) Calidad del producto al tener una selección asertiva de los tipos de tela a utilizar para cada trabajo.

Palabras clave: Tela, reciclaje, botas, productos estacionales, tejido artesanal.

ABSTRACT

The general objectives of the following BUSINESS PLAN are to offer a quality product, and at the same time contribute to caring for the environment through the recycling of fabric scraps; Meet the planned budget and minimize production costs to obtain higher profits, without detracting from the product. On the other hand, as specific objectives to provide a new and inexpensive product for parents. Develop an effective marketing program. Control the expenses of each area of the company.

The method used is a poll. The population is made up of men and women from sector C and D of the district of Ate in a beginning after that the following districts of the East Zone of metropolitan Lima will be taken, which includes the following districts Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita, Rímac, Cercado de Lima, La Victoria, Breña and San Luis.

10% of the total of the universe was taken that is adapted to the nature and objectives of this research, it is appropriate because it allows selecting the participants that best represent the population because they have good knowledge of the phenomenon to be investigated, which leads to an approximation of the desired population with optimal information and minimal waste. The instrument to use is a survey.

As a result, it was found that the population has a favorable response to the desire to buy a quality product and that in turn does not have such high costs according to its economy, it wants to see and feel good with a product that meets these requirements. It also supports that sectors C and D are more aware of their good dress in many cases over their other obligations.

According to the results of the research, it can be stated that volume sales are also an appropriate option when the market responds favorably to unsatisfied demand,

for which these are the three strong points to attack: a) The location of our product to offer to our end customer, b) Pricing strategy according to the seasonality of the product and c) Product quality by having an assertive selection of the types of fabric to use for each job.

Keywords: Cloth, recycling, boots, seasonal products, handmade fabric.

INTRODUCCIÓN

Baby Shoes S.R.L. es una empresa dedicada a la elaboración de zapatitos de bebé los cuales son hechos a base de material reciclable como los retazos de tela.

A través de los años, el índice poblacional en nuestro país ha ido incrementándose; sin embargo, una minoría de empresas productoras y comercializadoras se ha preocupado en la optimización de sus recursos y calidad de sus productos en base a las necesidades de ciertos sectores poblacionales con bajos recursos como son los sectores C y D.

En nuestro país; las empresas productoras y comercializadoras han sido lentas en aplicar métodos de mejoras en las estrategias de gestión para cada tipo de sector ya que tratan a todos los mercados de igual manera sin darse un tiempo en diferenciar sus gustos y deseos al momento de comprar un producto es por ello que solo se centran en un sector medio dejando muchas veces de lado clientes potenciales tanto de la primera posición como de las últimas posiciones sin duda una falta de emprendimiento a la elaboración de productos alternativos en bases a distintos mercados cambiantes y muy exigentes.

El presente plan de negocios tiene por finalidad ofrecer un producto de calidad a bajo precio y al mismo tiempo contribuir al cuidado del medio ambiente mediante el reciclaje de retazos de telas; Cumplir con el presupuesto planeado y minimizar los costos de producción para obtener mayores ganancias, sin quitarle valor al producto.

El presente plan de negocios está dividido en seis capítulos; el primer capítulo se basa en la organización y aspectos legales, cabe mencionar que son especificaciones técnicas que se van a detallar para la constitución y puesta en marcha de nuestra empresa BABY SHOES SRL.

El segundo capítulo se basa en el estudio de mercado. Este capítulo muestra la determinación de la demanda insatisfecha y su cálculo.

El tercer capítulo se basa en el estudio técnico; para obtenerlos se tuvo que determinar la capacidad instalada así como también la operativa de nuestra empresa, los instrumentos que se han empleado para determinar la mejor optimización de los recursos para la elaboración del producto final.

El cuarto capítulo estudio de la inversión y financiamiento se va tratar los aspectos netamente económicos para la puesta en marcha de nuestra empresa desde la distribución física de la empresa hasta la adquisición de equipos y maquinarias.

El quinto capítulo estudio de los costos, ingresos y egresos se van a detallar netamente todos los aspectos económicos como son los diagramas, estados y tablas económicas que nos permitirán tomar mejores decisiones para la inversión o compra de equipos nuevos.

El sexto capítulo evaluación se van a poner en distintos escenarios la empresa tanto como un escenario optimo como un escenario pésimo ya que producto de ello nos va permitir tener una simulación previa a las decisiones a futuro que se tomen dentro de la organización con el único fin de evitar la mala utilización tanto de recursos económicos como también recursos materiales.

1.- ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

BABY SHOES S.R.L.

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

Producción y comercialización

1410-Botas de material textil sin suela aplicada fabricación

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

Departamento: Lima

Ciudad: Lima Metropolitana

Distrito: Ate

Dirección: Urb. Ceres II Etapa Mz E1 Lot 04 Calle las fresas-Ate

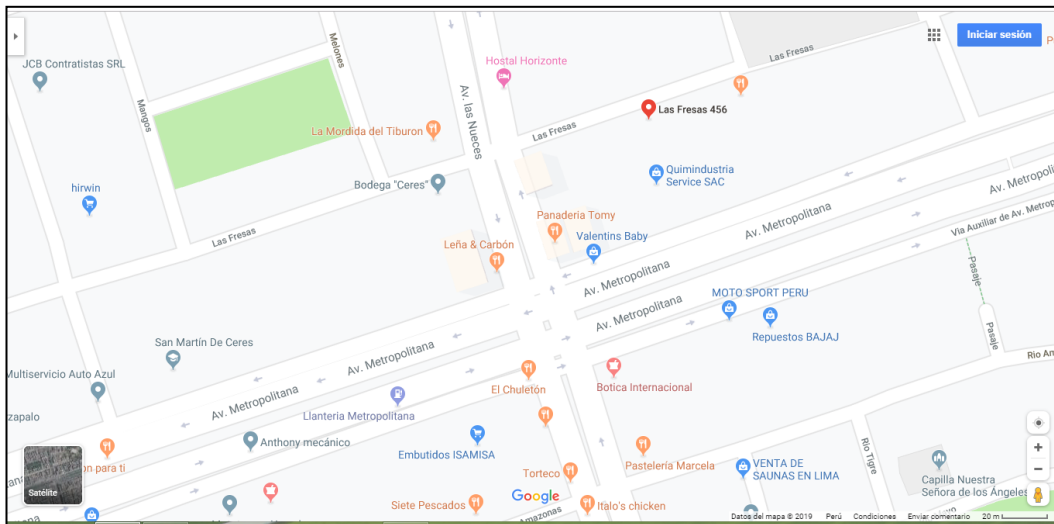


Figura 1 Domicilio legal de la empresa BABY SHOES S.R.L

Fuente: <https://goo.gl/maps/cfn9vRdJESdQtzxW6>

Se ha optado por elegir este distrito como inicio de nuestras operaciones y ventas de nuestro producto nuestro taller de fabricación está ubicado también en esta zona y a su vez el promedio de trabajadores vive en zonas aledañas a este distrito lo cual facilita su traslado al taller. Por otro lado, la mayoría de nuestros

clientes potenciales están cerca a este sector, así como también el acceso a los demás distritos de los conos por la vía de evitamiento o ramiro priale.



 <p>Municipalidad Distrital de Ate</p>	<p>REQUISITOS GENERALES PARA EL TRÁMITE DE LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO</p>
 <p>¿Quieres Formalizar Tu negocio?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ZONIFICACIÓN CONFORME • LLENAR EL FORMULARIO AUTORIZADO • IMPLEMENTAR LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD EN DEFENSA CIVIL SEGÚN EL GIRO SOLICITADO • PAGO DEL DERECHO DE TRÁMITE
<p>ACERCATE A LOS MÓDULOS 03 Y 04 DE LICENCIAS EN EL PALACIO MUNICIPAL DE ATE</p>	<p>RIESGO BAJO: PRIMERO TE ENTREGAMOS TU LICENCIA Y LUEGO PASAS INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES DERECHO DE TRÁMITE: S/. 187.40</p>
<p>OBTÉN TU LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO EN TAN SOLO 2 DÍAS HÁBILES PARA GIROS CALIFICADOS POR DEFENSA CIVIL COMO RIESGO BAJO Y RIESGO MEDIO.</p>	<p>RIESGO MEDIO: PRIMERO TE ENTREGAMOS TU LICENCIA Y LUEGO PASAS INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES DERECHO DE TRÁMITE: S/. 200.40</p>
<p>FORMALIZATE YA !!!</p> <p>ESTA ES TU OPORTUNIDAD !!</p> <p>LICENCIA DEFINITIVA PARA GIROS COMO: BODEGAS, LIBRERÍAS SALÓN DE BELLEZA, OFICINA ADMINISTRATIVA, ETC.</p>	<p>RIESGO ALTO: OBTEN TU CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES Y LUEGO TE ENTREGAMOS TU LICENCIA DERECHO DE TRÁMITE: S/. 348.20</p>
<p>EddeCuellar Alcalde de Ate</p>	<p>RIESGO MUY ALTO: OBTEN TU CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES Y LUEGO TE ENTREGAMOS TU LICENCIA DERECHO DE TRÁMITE: S/. 584.40</p>
	<p>RECUERDA QUE SI ERES UNA PERSONA JURÍDICA SOLO NECESITAS EL NÚMERO DE PARTIDA REGISTRAL DE TU EMPRESA.</p>
	<p>INFORMES Y CONSULTAS Subgerencia de Promoción Formalización Empresarial y Turismo Teléfonos: 2044700 Anexo 1554 Y 1551 Email: ateempresarial@hotmail.com Whatsapp: 958693634</p>

Figura 2 Requisitos para tramitar licencia de funcionamiento MUNICIPALIDAD DE ATE

Fuente: <http://www.muniate.gob.pe/ate/licenciasFuncionamiento.php>

1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

MISIÓN

Somos una empresa que está dirigida a un público de escasos recursos ofreciéndole un producto de calidad a bajos precios y a su vez utilizando material reciclado para su elaboración.

VISIÓN

Ser reconocidas como una de las mejores empresas fabricantes de botas de bebe elaboradas de material reciclado a nivel nacional, y contribuir con el país a la

reducción de la contaminación ambiental, así como también dar una mejor calidad de vida a los niños de las familias de bajos recursos.

OBJETIVOS GENERALES

- Ser líderes en la comercialización de botas para bebe de material reciclado.
- Generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente.
- Proporcionar un clima organizacional que facilite el desarrollo permanente de su recurso humano.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Disponer del mejor portafolio de productos suministrados por proveedores que garanticen nuestra competitividad en el mercado.
- Buscar canales que puedan servir como visibilidad, distribución, comercialización y amplificación de los trabajos y de las ganancias consiguientes desarrolladas en nuestra empresa.
- Asumir una alta responsabilidad social, contribuyendo y participando en el desarrollo del cuidado de nuestro medio ambiente.

1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.

Según el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización y que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De acuerdo a la norma legal indicada, la característica principal de una MYPE está en función a su nivel de sus ventas anuales: Una microempresa es aquella que

tiene ventas hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) y una pequeña empresa ventas tiene ventas superiores a 150 UI, hasta el monto máximo de 1700 UIT.

BABY SHOES S.R.L. proyecta lograr un nivel de ventas menor a 150 UIT, por ello iniciará como microempresa, y para obtener los beneficios laborales (ver Tabla 1) de la ley señalada debe inscribirse en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE),

CONCEPTO	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Jornada máxima	8 hrs/diarias o 48	8 hrs/diarias o 48 hrs/sem
Remuneración	Mínima Vital (S/. 930)	Mínima Vital (S/. 930)
Descanso semanal	24 hrs. Continuas y días feriados	24 hrs. Continuas y días feriados
Vacaciones	15 días anuales	15 días anuales
Horas extras	Sí	Sí
Gratificaciones	–	Dos (Fiestas Patrias y Navidad) = ½ Remuneración
Asignación familiar	–	–
CTS	–	Una anual = ½ Remuneración
Utilidades	–	De acuerdo con el D. Leg. 892
Derechos colectivos	–	Se rigen por el régimen de la actividad privada
Indemnización por despido arbitrario	10 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un máx. de 90	20 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un máx. de 120
Seguro de salud	SIS (Estado y empleador)	ESSALUD regular 9% sueldo

Seg. complementario por trabajo de riesgo	–	Cuando corresponda.
---	---	---------------------

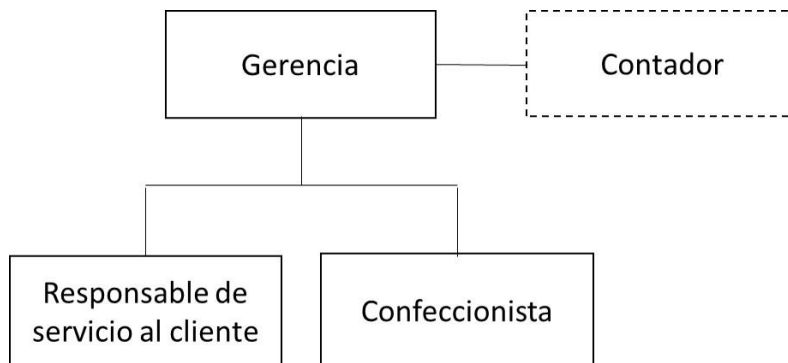
Tabla 1 Beneficios laborales para microempresas y pequeñas empresas, según Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE

Fuente: Cabrera, G. (2019)

1.6. Estructura Orgánica

1.6.1. Organigrama

La empresa iniciará sus actividades con una estructura orgánica básica, en la que se contará con un gerente, responsable de servicio al cliente y confeccionista (Ver figura 3).



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3 Organigrama de la empresa BABY SHOES S.R.L.

1.7. Cuadro de asignación de personal.

1.7.1. Cuadro de personal

CARGO	N° DE TRABAJADORES
GERENTE GENERAL	01
JEFE DE VENTA	01
CONFECIONISTA	01

Tabla 2. Cuadro para asignación de personal de la empresa BABY SHOES S.R.L.

Fuente. Elaboración Propia

1.7.2. Responsabilidades y funciones

En la tabla 2 se presentan las funciones de cada uno de los cargos mostrados en el organigrama.

CARGO	RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> -Responsable de la conducción del negocio y de los resultados que se obtengan. -Manejar los recursos económicos y financieros con eficiencia -Del cumplimiento de los acuerdos de la Junta General de Socios -De los daños y perjuicios que ocasione por el incumplimiento de sus obligaciones -De la existencia, regularidad y veracidad de los sistemas de contabilidad, los libros que la ley ordena llevar a la Sociedad -De las informaciones que proporcione a la JGS -Del ocultamiento de las irregularidades que observe en las actividades de la sociedad -Del empleo de los recursos sociales en negocios distintos del objeto de la Sociedad -Del cumplimiento de la ley, el estatuto y los acuerdos de la JGS 	<ul style="list-style-type: none"> -Planificar, organizar, dirigir y controlar las operaciones y actividades del negocio. -Organizar la estructura de la empresa y definir las funciones y responsabilidades. -Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. -Seleccionar, contratar y desarrollar al personal. -Planear y ejecutar las compras de materiales. -Coordinar el servicio de corte
Jefe de ventas	<ul style="list-style-type: none"> -Del cumplimiento de los planes de ventas -De asegurar la calidad en la atención de los productos -De la atención de quejas y reclamos de clientes 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar la planificación, ejecución y control del marketing y ventas de la empresa. -Coordinar el diseño de los productos -Coordinar el despacho y entrega de los productos a los clientes

		-Supervisar el trabajo del community manager
Confeccionista	-De la calidad de los productos -De cumplir con los planes de producción	-Elaborar los productos de acuerdo a los planes y la calidad diseñada.

Tabla 3. Responsabilidades y funciones
Fuente. Elaboración Propia

1.7.3. Remuneraciones

Cargo	Remun. Individual	Cant.	Remun. mensual	Remun. anual	Vacac.	SIS	Gratif.	CTS	Total anual S/.
					15 días	Pago único	No recibe	No recibe	
Gerente	2,500	1	2,500	28,750	1,250	15	0	0	30,015
Jefe de Ventas	1,700	1	1,700	19,550	850	15	0	0	20,415
Confeccionista	1,200	1	1,200	13,800	600	15	0	0	14,415
Total S/									64,845

Tabla 4. Cuadro de remunerativo de personal.

Fuente. Elaboración Propia

Se tercerizarán los servicios de corte, contabilidad y marketing digital.

Servicio de corte

Debido a que no se realizará permanentemente el corte de tela, se estima conveniente subcontratar el servicio. Cada vez que se necesite realizar el corte de tela se solicitará el servicio y este se realizará en el mismo local de la empresa. El costo será de S/. 300 por cada mil unidades de producto.

Servicio de contabilidad

Debido al volumen de operaciones se considera conveniente subcontratar el servicio de contabilidad, de manera que el contador realice el siguiente trabajo:

-Hacer el registro contable de los diferentes documentos de ingresos y egresos y otros.

-Asesorar en los contratos de trabajo y temas laborales básicos.

-Elaborar los estados financieros necesarios.

El costo es de S/.383.33 mensuales.

Servicio de marketing digital

Este servicio comprende la gestión de la página web y redes sociales para atraer clientes, vender y fidelizarlos.

El costo es de S/.600 mensuales.

1.8. Forma Jurídica Empresarial

La empresa BABY SHOES S.R.L. adoptará esta forma jurídica debido a que está en sus inicios como es de conocimiento el capital será dividido entre los socios los mismos que no podrán exceder las 20 personas las cuales no responden personalmente por las obligaciones sociales. El capital social será integrado por los aportes que los socios dentro de la sociedad los cuales no serán pagados no menos del veinticinco por ciento de cada participación y los cuales serán depositados en entidades bancarias o financieras dentro del sistema financiero nacional a nombre de la sociedad. Para ejecutar una junta general de los socios y para poder celebrarse deberá por lo menos estar presente la quinta parte del capital social.

1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para realizar el registro de nuestra MARCA Y PRODUCTO se procederá a realizar todos los pasos indicados en el portal WEB de la página de INDECOPI afín de tener todos los requisitos para así poder cumplir con nuestro registro de manera virtual.

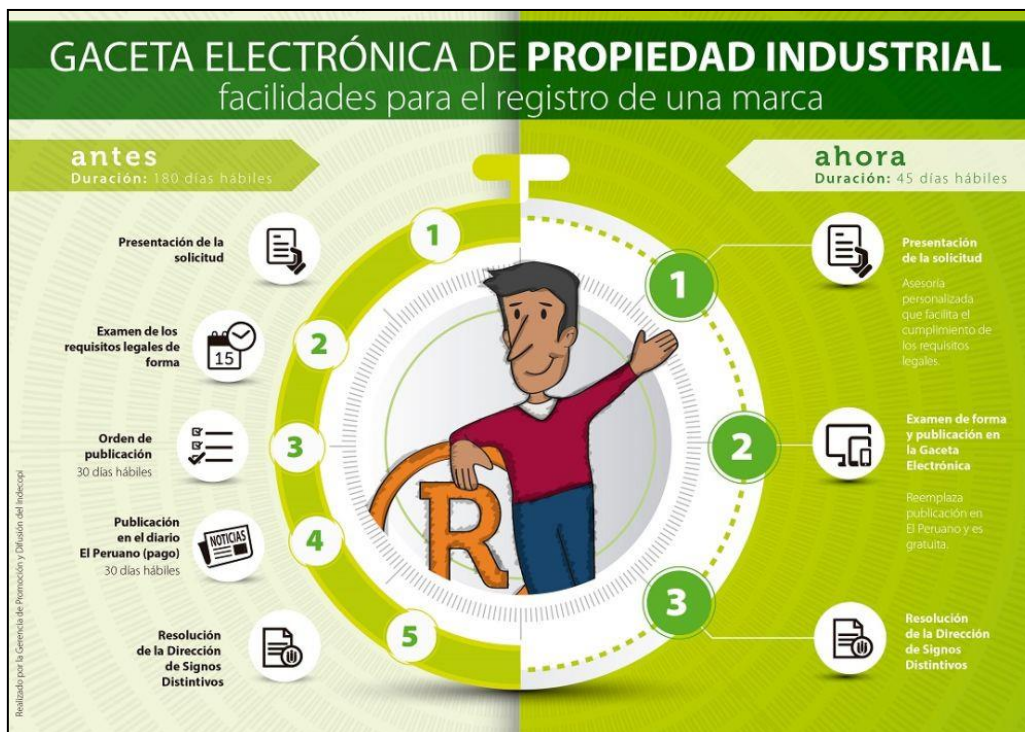


Figura 4 Registro de Marca y Otros Signos - INDECOPI

Fuente: <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

AUTORIZACION MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO LEY MARCO 28976, ORDENANZA 159-MDA La municipalidad de Ate pone a su disposición un proceso abreviado y simplificado acorde con las normas vigentes, para la obtención de Licencia Municipal de Funcionamiento para el desarrollo de actividad comercial, industrial y/o de servicios en un establecimiento determinado, a favor del titular de la misma. De conformidad con lo establecido por la Ley N.º 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, Ordenanza N.º

159-MDA, están obligados a obtener dicha autorización, las personas naturales, jurídicas o entes colectivos, nacionales o extranjeros, de derecho privado o público, incluyendo empresas o entidades del estado, regionales o municipales, que desarrollen con o sin finalidad de lucro actividades de comercio, industriales, artesanales, de servicios y/o profesionales, en el ámbito de la Municipalidad de Ate.

Para realizar el trámite de LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO en la municipalidad se procederá a realizar todos los pasos indicados en el portal WEB de la página de la MUNICIPALIDAD DE ATE afín de tener todos los requisitos para así poder cumplir con nuestro licenciamiento.







Figura 5 Flujograma de los Procedimientos de Licencia de Funcionamiento
Fuente: <http://www.muniate.gob.pe/ate/licenciasFuncionamiento.php>

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

La empresa BABY SHOES S.R.L. adoptará la forma jurídica de SOCIEDAD CON RESPONSABILIDAD LIMITADA.

Para realizar el trámite de obtención de RUC en SUNAT se procederá a realizar todos los pasos indicados en el portal WEB de la página de SUNAT afín de tener todos los requisitos para así poder cumplir con nuestra Obtención del RUC.

Pasos para inscribirte al RUC usando la Preinscripción por Internet 

- 1 Ingresar a:** www.sunat.gob.pe

 - Selecciona la opción pre-inscripción en el módulo Inscripción al RUC - Personas.
 - Completa los datos que el sistema te solicita e imprime tu Constancia de Información Registrada.
- 2 Acércate a un Centro de Servicios.**

 - Comunica haber efectuado pre-inscripción por internet de tu RUC.
 - Presenta los requisitos necesarios para la inscripción al RUC - Persona Natural con negocio.
- 3 Suscribe el cargo de Inscripción:**

 - Verifica que tu información declarada esté conforme y suscribe el cargo de inscripción al RUC.
 - Si lo deseas solicita también tu Clave SOL.

[Ver detalle de la infografía](#) ▾

Pasos para inscribirte al RUC usando la Preinscripción por Internet

- 1 Ingresar al Portal de la SUNAT: www.sunat.gob.pe, selecciona la opción pre-inscripción en el módulo Inscripción al RUC - Personas, y completa los datos que el sistema te solicita. No olvides imprimir tu Constancia de Información Registrada
- 2 Acércate a un [Centro de Servicios de la SUNAT](#) de tu jurisdicción solicita atención rápida indicando haber efectuado pre-inscripción por internet, presenta los requisitos necesarios para la inscripción al RUC - Persona con Negocio.
- 3 Verifica tu información registrada y suscribe el cargo de Inscripción al RUC. Si lo deseas solicita también tu Clave SOL

Figura 6 Pasos para inscribirte al RUC usando la Preinscripción por Internet

Fuente: <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>

Con respecto a los regímenes tributarios, existen cuatro, según la SUNAT. A continuación, se presenta un cuadro comparativo de los diferentes regímenes existentes.

Conceptos	NRUS	RER	RMT	RG
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/. 96,000 anuales u S/ 8,000 mensuales.	Hasta S/.525,000 anuales.	Sin límite	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual – Renta	No	No	Sí	Sí
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/ 20 y máximo S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría.	Renta: Cuota de 1.5% de ingresos netos mensuales (Cancelatorio).	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente.	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el 1.5% según la Ley del Impuesto a la Renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en éste régimen.	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).	IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	Si tiene
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite
Valor de activos fijos	S/ 70,000	S/ 126,000	Sin límite	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

Tabla 5. Regímenes tributarios

Fuente: SUNAT

La empresa BABY SHOES S.R.L. se acogerá al REGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA las cuales se detallan a continuación:

RÉGIMEN GENERAL DEL IMPUESTO A LA RENTA		SUNAT
Conceptos	Descripción	
Sujetos comprendidos	Persona natural con negocio o cualquier tipo de Persona Jurídica.	
Libros y Registros	<p>De no superar 300 UIT de ingresos anuales: Registro de Compras, Registro de Ventas y Libro Diario de Formato Simplificado.</p> <p>Desde 300 hasta 500 UIT de ingresos anuales: Libro Diario, Libro Mayor, Registro de Compras y Registro de Ventas.</p> <p>Más de 500 hasta 1,700 UIT de ingresos anuales: Libros de Inventarios y Balances, Diario Mayor, Registro de Compras y de Ventas.</p> <p>Más de 1,700 UIT de ingresos anuales : Contabilidad completa.</p>	
Comprobantes que emiten	Factura, boleta de venta y los demás permitidos.	
Tributos mensuales	<p>Renta : El que resulta mayor de aplicar a los ingresos netos del mes un coeficiente o el 1.5%.</p> <p>IGV : 18% (incluye IPM)</p> <p>Aportaciones de 9% a Essalud (por sus trabajadores)</p> <p>Retenciones de Renta: en caso paguen rentas afectas de 4ª y 5ª categoría.</p>	
Tributo Anual	Regularización por Impuesto a la Renta: 29.5% sobre la utilidad neta	

Figura 7 Régimen General del impuesto a la renta

Fuente: <https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itmoddatruc/RTA3RA.html>

Al no superar las 300 UIT de ingresos anuales, la empresa solamente llevará los registros de compras y ventas, y el libro diario de formato simplificado. Con la información registrada se podrán elaborar los estados financieros, y con ello, la empresa podrá contar con información valiosa para conocer la situación financiera y económica, y así poder tomar decisiones.

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).

PLANILLA ELECTRÓNICA	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE ACCESO
T – REGISTRO	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
PLAME	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 www.sunat.gob.pe se elabora, genera archivo y envía en SUNAT Operaciones en Línea.

Tabla 6 Planilla electrónica

Fuente: <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/informacion-general-planilla-electronica>

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

La empresa BABY SHOES S.R.L. será constituida como MICROEMPRESA en sus primeros inicios posterior a ello y como avance dentro del mercado se optará por el siguiente nivel.

La empresa aprovechará los beneficios laborales que otorga el Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, a las microempresas (como se indicó en el apartado 1.5), y para ello se inscribirá en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE).

1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

Contrato sujeto a modalidad o contratos a plazo fijo con un plazo de 03 años renovable por inicio de actividades de la empresa BABY SOHES SRL

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

La empresa BABY SHOES S.R.L. adoptará la modalidad de Contrato a plazo fijo o determinado en sus inicios posterior a ello evaluara a cada uno de sus colaboradores para modificar en el tiempo de acuerdo a diversos factores si pasan al contrato indefinido. Por otro lado, la empresa BABY SHOES S.R.L. será constituida como SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL) para lo cual se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

CARACTERÍSTICAS	DE 2 A 20 SOCIOS PARTICIPACIONISTAS
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada", o de las siglas "S.R.L."
ÓRGANOS	Junta General de Socios y Gerencia
CAPITAL SOCIAL	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%
DURACIÓN	Indeterminada
TRANSFERENCIA	La transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública y debe inscribirse en el Registro Público de Personas Jurídicas.

Tabla 7 SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL)

Fuente: Elaboración propia

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del Entorno del Mercado

La empresa Baby Shoes S.R.L. centrará su campo de negocio en la producción y comercialización de zapatos para bebés que tendrán como materia prima principal los retazos de tela reciclados los cuales serán distribuidos en varios distritos de la Zona Este de Lima Metropolitana y tendrá como centro de operaciones en el distrito de Ate y estará dirigido al sector socioeconómico del nivel D y E debido a su bajo costo y calidad media en el producto para lo cual el canal de ventas será online y se realizará a través de una página web y de las redes sociales FACEBOOK, INSTAGRAM y así como también el aplicativo WHATSAPP, nuestro producto será una alternativa en calidad y precio al ser diseños únicos y sobre todo innovadores porque los tipos y calidades de tela van a variar de acuerdo a la recolección que tengamos durante las visitas a nuestros proveedores de retazos de telas. Tenemos claro el mercado y por ello no podemos competir directamente con las grandes marcas para lo cual nuestra diferenciación se basa en el precio bajo y producción en cantidad para así poder ser competitivos en el mercado y dejar de lado el mito del precio versus cantidad.

Dimensión	Variable	Valor		Variación
		2009	2014	
Producción	Valor de producción (Mill. S/. de 2007)	5,118	5,873	14.8% ↑
	Contribución al PBI nacional	1.5%	1.3%	-0.2 p.p. ↓
	Contribución al PBI Manufacturero	9.5%	8.9%	-0.6 p.p. ↓
Estructura Empresarial	Número de Mipyme	28,357	37,112	30.9% ↑
	Número de grandes empresas	165	162	-1.8% ↓
	(%) de empresas ubicadas en Lima y Callao	72.0%	70.9%	-1.1 p.p. ↓
Laboral y costos de producción	PEA ocupada en el subsector	462,404	411,331	-11.0% ↓
	Costo de mano de obra en la industria textil (US\$/hora trabajada)	2.0	2.8	38.3% ↑
	Importación de maquinarias y equipos del sector (Mill. US\$)	82.2	212.8	158.9% ↑
Comercio Exterior	Valor de las importaciones (Mill. US\$)	1,495	1,800	20.4% ↑
	Valor de las exportaciones (Mill. US\$)	487	1,020	109.4% ↑

Figura 8 Indicadores relevantes del sector textil y confecciones 2009 y 2014

Fuente: ENAHO (INEI), IVF (PRODUCE), Padrón de Contribuyentes (Sunat), SNI.

En el Perú el sector textil y confecciones se ha convertido en una de las principales fuentes de generación de trabajo con cerca de 412 mil puestos de trabajo disponibles, lo que representan el 8.9% de la población económicamente activa (PEA) de nuestro mercado. Gran parte de estos puestos de empleo es generada por los niveles económicos como son micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme), cuyo número ha aumentado significativamente desde el año 2009 (+38.3%). Por otro lado, la inversión es el otro índice que hace variar estos montos en cuanto a la producción, el capital invertido, también se ha incrementado considerablemente desde el 2009. Así, el valor en cuanto a las importaciones de maquinarias y equipos del sector textil se han incrementado en 158.9%, particularmente en la etapa de alza de precios de los commodities entre 2010 y 2011 que favoreció en gran parte a la economía que son destino de los textiles y prendas.

La producción dentro de la industria de textiles y confecciones ha sufrido varios cambios importantes en sus tasas de crecimiento durante los años 2010 y 2011 esto debido al incremento de los ingresos por el ciclo de los commodities a nivel mundial dentro de las economías desarrolladas y emergentes en el mundo, particularmente en los países de América latina como son Brasil, Argentina y Venezuela, importantes mercados significativos para el destino de las exportaciones de textiles y prendas de vestir de nuestro mercado peruano. Después de la crisis financiera, este sector de mercado comenzó a recuperarse, incluso llegando a incrementar en un 25.7% en el 2010, pero esta recuperación fue solamente de carácter transitorio debido a que se registraron nuevamente caídas importantes en los siguientes periodos durante tres años. La escasa recuperación económica de los importantes socios comerciales del Perú y la fuerte competencia dentro del mercado en cuanto a sus precios con otros grandes productores internacionales fueron los causantes de esta caída.

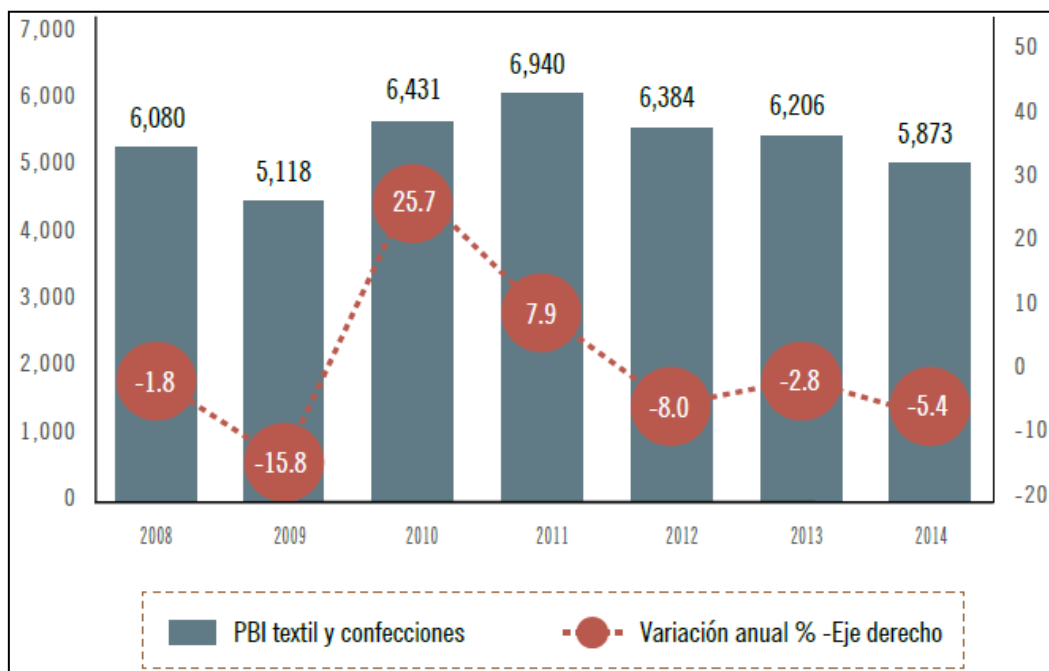


Figura 9 PBI textil y confecciones (millones de soles a precios constantes del 2007 y variación anual porcentual)

Fuente: INEI - DEMI - PRODUCE

De la figura anterior podemos indicar que la contribución del sector textil y confecciones al PBI nacional disminuyó en un 1.6% en el 2010 por otro lado a 1.3% en el 2014, puesto que, a lo opuesto de esta industria, otros sectores económicos como son la minería y el comercio se incrementaron en mayor proporción durante este periodo.

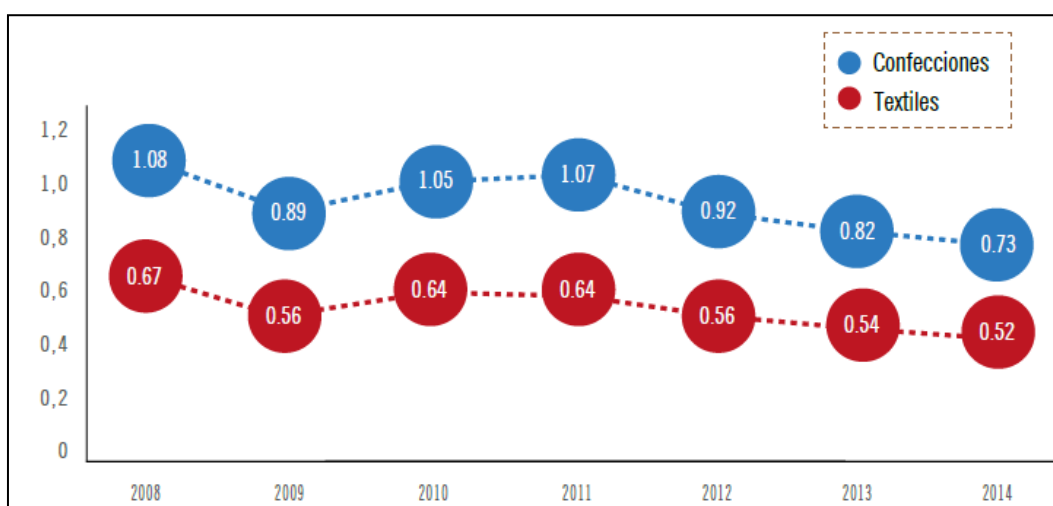


Figura 10 Aporte porcentual del sector textil y confecciones al PBI Nacional, 2008 – 2014 (soles a precios constantes del 2007, en porcentaje)

Fuente: INEI - DEMI - PRODUCE

De la figura anterior se puede apreciar que la baja más significativa en los dos últimos años presentados se ha registrado en la actividad como son de tipo confecciones. Esta actividad muestra cerca del 58.5% del PBI textil y confecciones, y 5.2% del PBI manufacturero generado en el 2014 (en relación con la industria textil, la cual contribuyo únicamente con solo el 3.7% del PBI manufacturero en ese año).

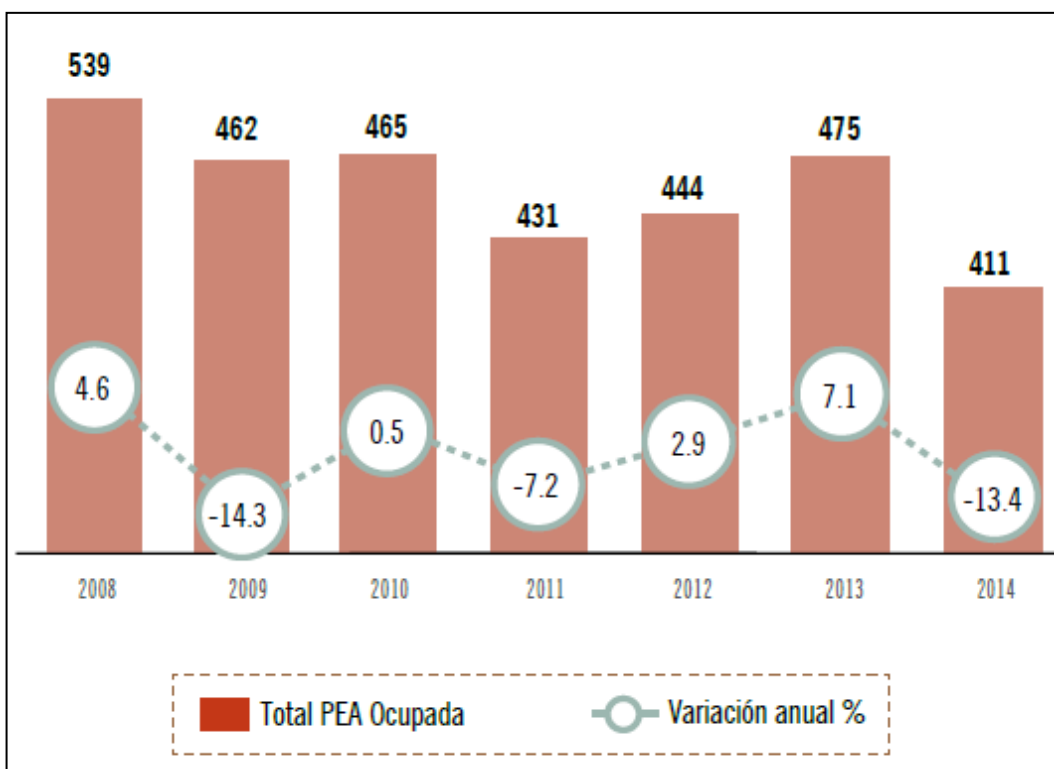


Figura 11 Evolución de la PEA ocupada del sector textil y confecciones, 2008 – 2014 (miles de personas, variación porcentual anual)

Fuente: ENAHO (INEI) DEMI – PRODUCE

De la figura anterior podemos observar que el sector textil tiene una participación activa alrededor de 109 mil empleos en el 2014, a pesar de haber caído en 20.2% en el 2014 y tener menos trabajadores activos en comparación con los registros en el año 2009. Por otro lado, el sector de confecciones contiene alrededor de 302 mil de trabajadores activos, lo que representa un 73% de la fuerza laboral de nuestro mercado en referencia a la PEA ocupada del sector textil y confecciones. En el año 2014 el sector de confecciones presentó una caída de 10.6% en el número de personas con trabajo.

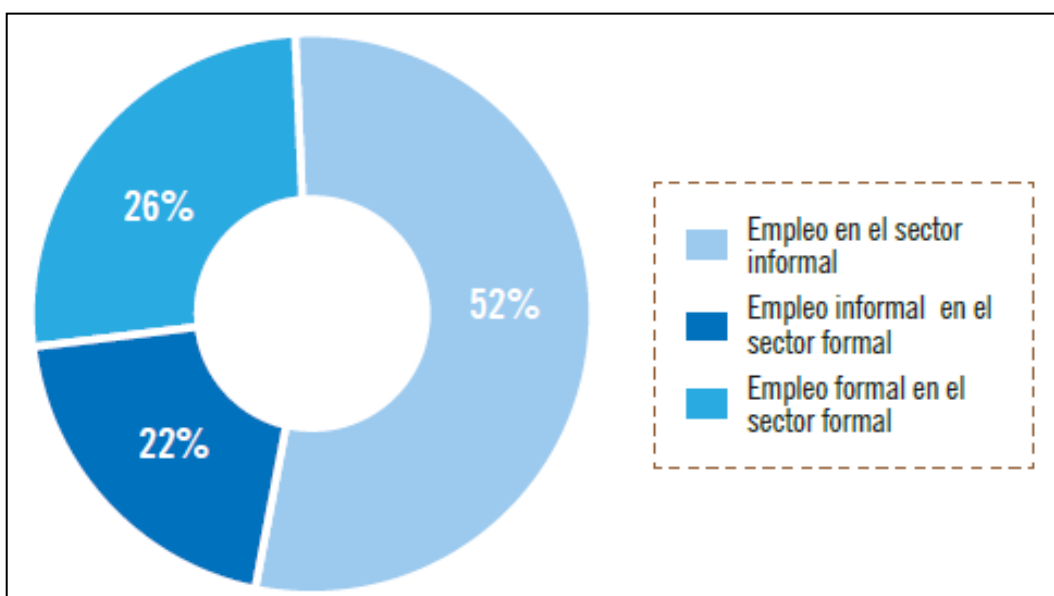


Figura 12 Estructura de la PEA ocupada Según grado de formalidad del empleo, 2014 (porcentaje)

Fuente: ENAHO 2014 DEMI - PRODUCE

En la figura anterior podemos resaltar esta información en referencia a la realidad del empleo en este sector que representa gran parte y hace referencia al segmento no calificado (teniendo como filtro principal a las personas con nivel educativo de secundaria incompleta o de menor nivel educativo). Bajo esta premisa, cerca del 86% de la PEA ocupada en el mercado y corresponde a mano de obra no calificada. Esto hace referencia y se refleja en 355 mil personas, principalmente concentradas en el sector de la empleabilidad informal. Ello se refleja en las grandes brechas de productividad laboral que se aprecia dentro del mercado, concentrado aún en actividades de producción como son de baja intensidad tecnológica, lo que no permite a las empresas acortar las brechas con otros productores industriales mundiales y/o competencias.

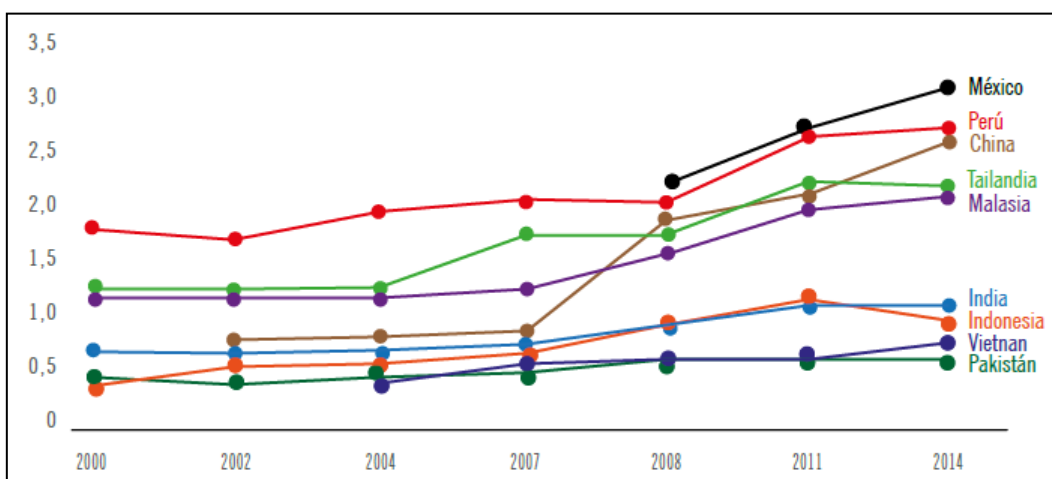


Figura 13 Costo de mano de obra en la industria textil, 2000 – 2014 (dólares a precios corrientes / hora)

Fuente: Werner International DEMI - PRODUCE

Del cuadro anterior podemos observar que la baja calificación de la mano de obra dentro del mercado peruano es significativa, su costo total es uno de los más altos dentro de los principales productores mundiales. El costo (en dólares americanos por hora de trabajo realizado) en Perú para este sector fue igual a US\$ 2.78 en 2014, según la empresa consultora Werner International encargada de la investigación. Esto resulta números elevados a los costos laborales de este sector que hace referencia a gran parte de los países del continente asiáticos, incluso los que han presentado crecimientos potenciales como son los países de China, Tailandia y Malasia. Según la información recaudada en el siguiente gráfico al respecto, la industria peruana del mercado textil en producción es más competitiva que México, no obstante, los números no son tan lejanos. La falta de competitividad del mercado se refleja en los costos de producción género que los productos peruanos pierdan fuerza en los mercados donde el precio se ha transformado en la variable principal de decisiones. Por ello se responde a la fuerte competitividad con productores de costos mínimos laborales como India, Indonesia, Vietnam y Pakistán, los mismo que han realizado inversiones en tecnología para mejorar su ventaja competitiva de bajos costos. En similitud a este tema de los costos laborales y afrontar las variables de la demanda externa, se

constituye un régimen especial para las empresas exportadoras de bienes tales como los no tradicionales.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Microempresas de subsistencia*	5,535	6,213	6,859	7,817	7,901	7,786	8,152
Microempresas de desarrollo	1,650	1,796	1,909	2,280	2,698	4,459	4,497
Pequeñas	504	479	482	542	584	541	509
Medianas	24	25	31	20	25	21	24
Grandes	107	99	101	112	109	103	92
TOTAL	7,820	8,612	9,382	10,771	11,317	12,910	13,274

Tabla 8 Empresas de la industria confecciones Según estrato empresarial, 2008 - 2014

Fuente: Sunat DEMI - PRODUCE

*Ventas de hasta 13 UIT

Del grafico anterior podemos observar que la industria textil ha sufrido un crecimiento progresivo en los último año manteniendo un incremento constante siendo las microempresas las más resaltantes debido a los diversos convenios y leyes que se han ido formando en el camino para que muchas de las empresas informales logren esa tan ansiada meta de constituirse como empresas formales para así poder tener una mayor participación en el mercado y posterior a ello lograr ser competitivos y atractivo para la inversión extranjera o los créditos bancarios nacionales.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Lima	13,443	14,670	15,457	15,928	16,412	17,704	17,229
Provincias	4,482	5,240	5,602	5,411	6,641	7,127	6,771
TOTAL	17,925	19,910	21,059	21,339	23,053	24,831	24,000

Tabla 9 Distribución geográfica de las empresas de la industria de confecciones, 2008 - 2014

Fuente: Sunat DEMI - PRODUCE

De la figura anterior podemos afirmar que la mayor concentración de empresas de la industria de confecciones se encuentra en la ciudad de Lima y cada vez va en aumento.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	08-14	
General	8,120	8,316	7,699	8,530	7,620	9,226	8,389	103%	↑
Especial	5,124	6,216	7,642	7,654	9,081	9,112	9,283	181%	↑
NRUS	4,611	5,308	5,628	5,155	6,352	6,493	6,328	137%	↑
Otros*	70	70	90						
Total	17,925	19,910	21,059	21,339	23,053	24,831	24,000		

Tabla 10 Empresas de la industria de confecciones Según régimen de renta, 2008 - 2014

Fuente: Sunat DEMI - PRODUCE

* Régimen agrario y Amazonía

Del cuadro anterior se puede afirmar que el sector de confecciones, se registró un alza considerablemente en cuanto a los regímenes tributarios simplificados. La presencia que predomina como es la micro y pequeñas empresas nos da como resultado en el porcentaje de empresas que optan por regímenes de tipo promoción, como el especial y el nuevo RUS. Para los años 2007, estos regímenes significaban el 26% y 21%, respectivamente, por otro lado, mientras que, en el 2014, significaron el 37% y 31%, respectivamente. El régimen que registró el incremento considerable del crecimiento durante este periodo fue el régimen especial (127%)

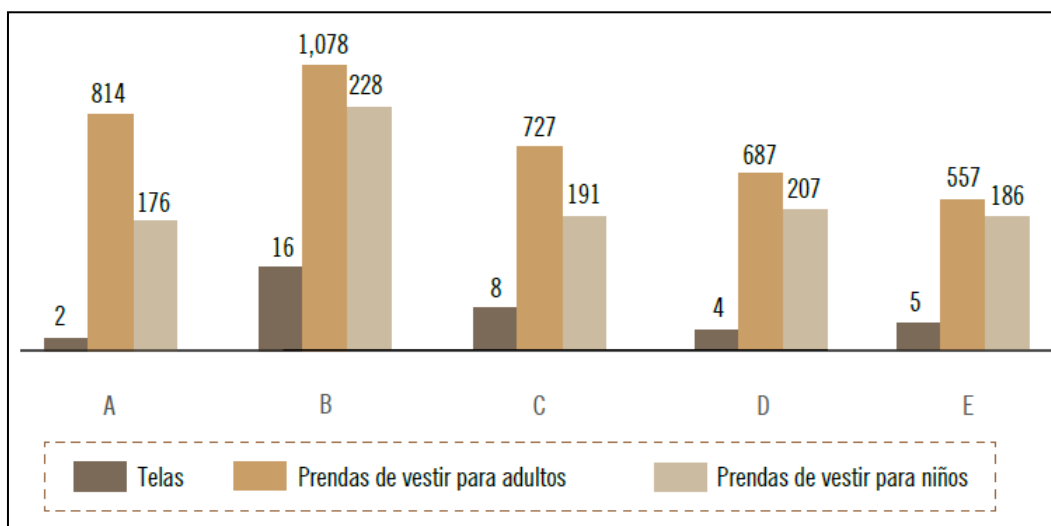


Figura 14 Gasto anual promedio total de los hogares Según rubros, 2014 (en soles)

Fuente: ENAHO 2014 DEMI - PRODUCE

De la figura anterior el gasto promedio anual de los hogares en consumo y compras en artículos y prendas de vestir de adultos y niños se encuentra en las cantidades de 657 soles para el año el 2014, esto representa un porcentaje significativo de un crecimiento de 29.8% a comparación del gasto promedio registrado en el año 2008. De esta manera, el gasto destinado para compras de prendas de vestir es superior al gasto destinado a telas, independientemente del nivel de ingresos de la familia.

En el análisis de gasto promedio de compras de los hogares hay una relación directa entre el ingreso y el consumo de manera positiva por otro lado en los últimos cuatro años viendo reflejado en los quintiles más altos en gastos de prendas de vestir pero seguido de ello el segundo quintil principal es los gastos en prendas de vestir para los niños esto quiere decir que el mercado a pesar de las variaciones que se han presentado a lo largo de los años siempre se va mantener un margen establecido para gastos en prendas para niños siendo el sector C y D sus gastos muy similares a los gastos para prendas de vestir para adultos lo cual nos permite determinar que el mercado puede aún explotarse con mayor fuerza.

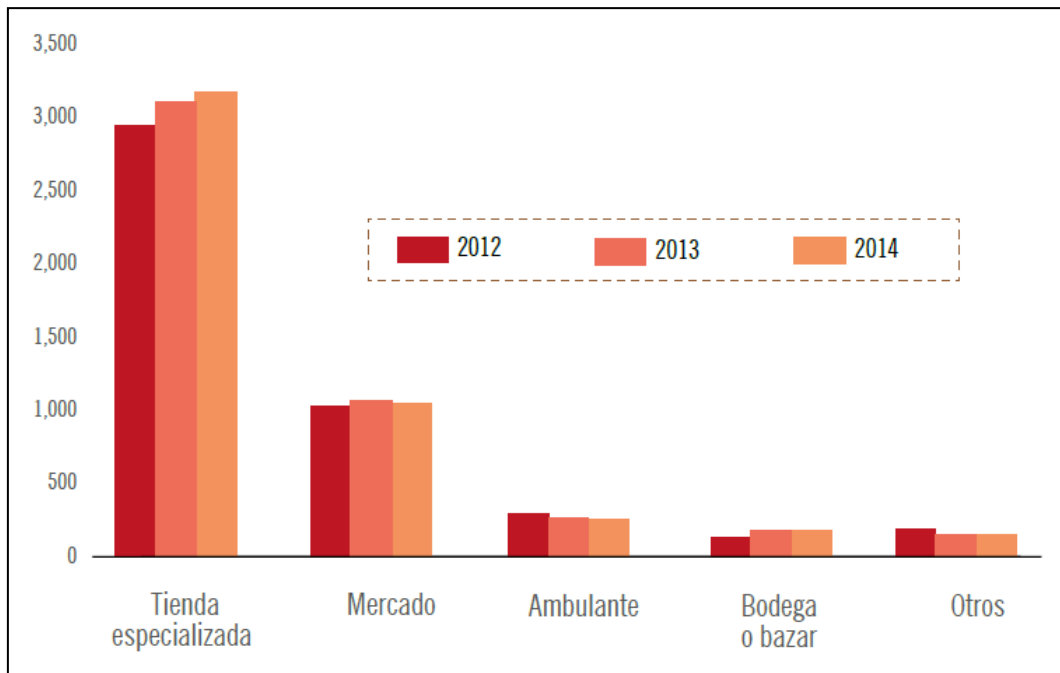


Figura 15 Gasto según canales de distribución de prendas de vestir, 2011-2014 (millones de soles)

Fuente: ENAHO 2011 - 2014 DEMI - PRODUCE

De acuerdo a la figura anterior se observa que los canales de distribución para las prendas de vestir dentro de nuestro mercado son las tiendas especializadas con mayor índice de influencia para lo cual la empresa BABY SHOES SRL no va competir dentro de este canal debido a que aquí se encuentran las tiendas especializadas en las ventas de este producto debido a que su estrategia de ventas estará estructurada en medio digitales e interacción directa con los clientes haciendo que las barreras entre nuestro producto y consumidor final sean mínimas nos vamos a posicionar en el canal de otros para captar ese mercado en su totalidad para ello luego poder ingresar a un canal con mayor margen de ventas.



Figura 16 Elasticidad ingreso de la demanda, 2014

Fuente: ENAHO 2014 DEMI – PRODUCE

De la figura anterior podemos indicar que la elasticidad de la demanda para el consumo de telas y prendas de vestir se mantiene en un margen medio en cuanto a su consumo debido a que si sus ingresos disminuyen sus consumos van a disminuir caso contrario cuando sus ingresos aumentan el consumo de este bien también se va incrementar. Por ello la empresa BABY SHOES SRL no va contar con inconvenientes al poder manejar una política de LOW COST cuando existan estas variables dentro de los consumidores para que así las ventas no disminuyan y poder llegar a nuestras ventas proyectadas.

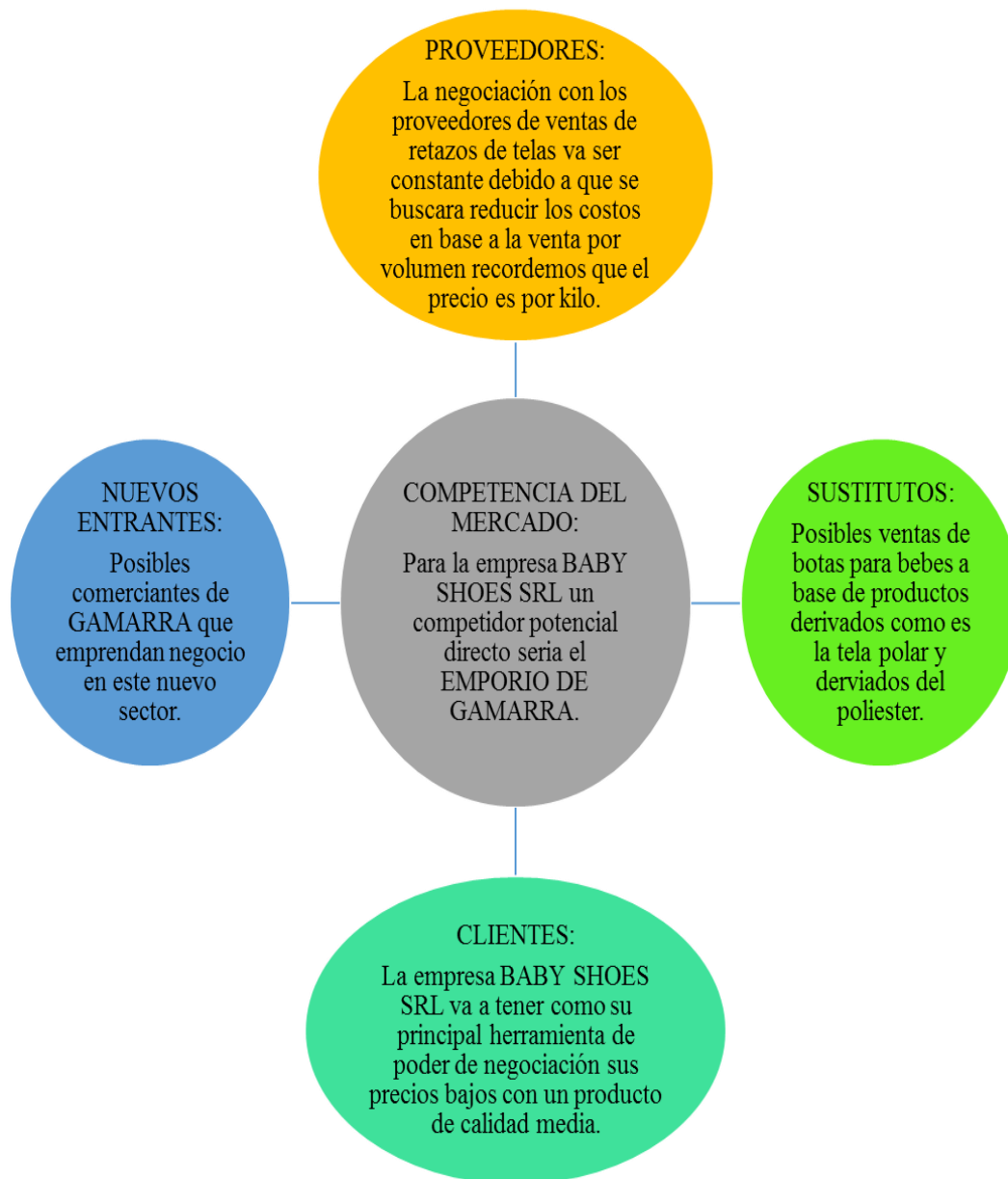


Figura 17 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter para la empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

Proveedores: en este caso, es bastante fuerte la influencia de los proveedores debido a que sus productos son críticos en la cadena productiva, y una amenaza sino contamos con esta materia prima para la elaboración de nuestro producto. Sin embargo, somos conscientes de que en algunos casos estos productos pueden ser sustituidos por otros bastante semejantes, por ejemplo, en el caso de un producto de lana, este material puede sustituirse por polar. Además, el número de proveedores es amplio y no suelen estar muy diferenciados ya que los tipos de tela reciclado varían constantemente. En un futuro se optará por segmentar este mercado teniendo como base las compras realizadas en un año todo esto se va ver reforzado con la experiencia y conocimiento de nuestra socia la Sra Ana Gomez que lleva más de 10 años en el mercado.

Clientes: en el caso del sector confecciones se podría decir que es bastante flexible. Por una parte, tenemos que ellos son los que diseñan el producto y en algunos casos lo ponen a la venta productos innovadores. Por otro lado, sabemos que al haber una gran variedad de confeccionistas los clientes pueden elegir el que más les conviene restándoles valor en ese caso al producto. Con lo cual podríamos concluir que si se trata de grandes empresas de confección de zapatos para bebés el poder negociador de sus clientes no es muy grande. Sin embargo, si hablamos de empresas pequeñas los clientes pueden ser atacados por el lado de los precios bajos y calidad baja.

Competencia del mercado: Existe unas fuertes barreras de entrada a este mercado, debido a que las empresas ya instaladas en este sector tienen una gran experiencia dentro del mercado, pero muchas veces su principal atractivo es la calidad y diseño (C.C. Gamarra). Además, para poder llegar a su posición en el mercado se necesitan grandes inversiones a la vez que se asumen riesgos importantes. Por otra parte, las empresas veteranas en este sector tienen ciertas ventajas en cuanto a diferenciación y cuentan con la confianza de los consumidores habituales es por ello que la empresa BABY SHOES SRL deberá fijar su competencia en base a una estrategia de LOW COST.

Nuevos entrantes: Como podemos observar en nuestro día a día, los consumidores buscan siempre los últimos productos con la mejor relación calidad-precio. En el caso del sector confecciones sabemos que hay una gran cantidad de empresas compitiendo por la mejor posición en el mercado ofreciendo la última moda a buena calidad y mejor precio. Por tanto, existe una fuerte rivalidad interna en este sector para lo cual se deberá tener bien marcado el concepto de LOW COST.

Sustitutos: dentro de este sector los productos siempre suelen ser sustitutivos es decir puedes elegir entre una gran variedad de productos que cumplen funciones parecidas o iguales en muchos casos, el ejemplo es claro puedes elegir entre un zapato de tela o un zapato de cuerina sintética o diferentes colores de zapatos. Es aquí en donde ingresan los derivados de las telas con mayor fuerza, por ejemplo: Polar, poliéster y telas derivadas de origen chino.

2.2. Ámbito de acción del negocio

Distrito	Cantidad madres con bebés 0 - 8 meses	NSE C Y D	Compras por internet	Mercado potencial
Ate	6,306	78.4%	20.0%	989
Lurigancho	2,923	78.4%	20.0%	458
San Juan de Lurigancho	11,774	81.1%	20.0%	1910
Santa Anita	2,178	78.4%	20.0%	342
Rímac	1,586	67.1%	20.0%	213
Cercado de Lima	2,310	67.1%	20.0%	310
La Victoria	1,671	67.1%	20.0%	224
Breña	804	67.1%	20.0%	108
San Luis	434	78.4%	20.0%	68
Total	29,986			4,621

Tabla 11 Ámbito de acción del negocio BABY SHOES S.R.L.

Fuente: Elaboración propia

BABY SHOES S.R.L. ha definido su público objetivo considerando a las siguientes características:

a) Factor geográfico

Debido a que el canal de ventas será online, la empresa podría atender a todo el mercado de Lima Metropolitana, pero, para iniciar lo hará a los distritos a los que podría llegar con cierta facilidad, como son: Ate, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita, Rímac, Cercado de Lima, La Victoria, Breña y San Luis.

b) Factor sociodemográfico

El negocio está dirigido a las madres con hijos de 0 – 8 meses de edad. Las madres son las decisoras de compra y los bebés son los consumidores o usuarios de los productos.

Además, el negocio está dirigida a quienes efectúan compras por Internet.

c) Factor socioeconómico

En este aspecto, los clientes pertenecen a los niveles socioeconómicos D y E, debido a su bajo costo y a la calidad media en el producto.

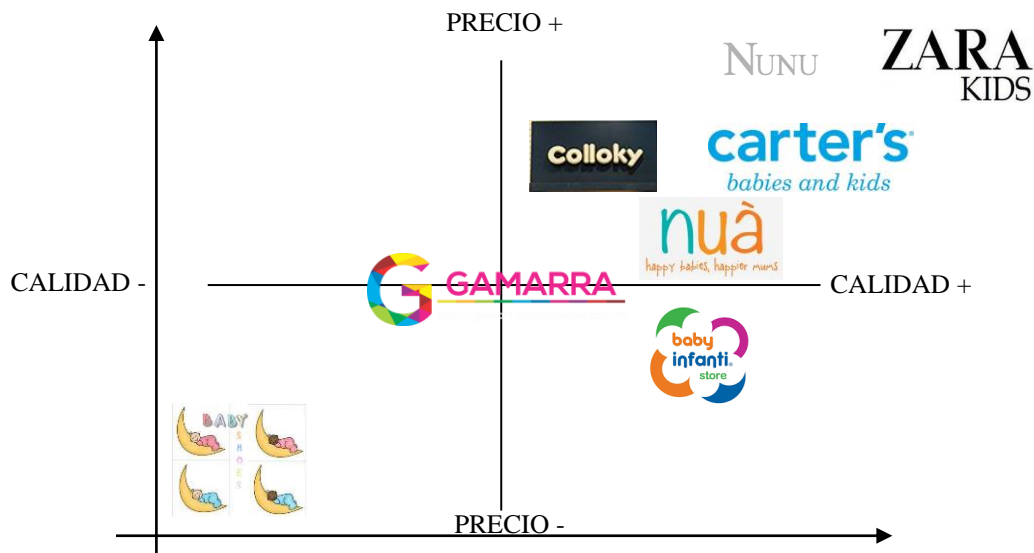


Figura 18 Mapa de posicionamiento empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

De la figura anterior podemos afirmar que la empresa BABY SHOES SRL se encuentra en el cuadrante de calidad y precio menor siendo la única empresa que puede desarrollarse sin ningún competidor directo claro está que este mercado no es nuevo y deberá tomarse con la mayor precaución debida puesto que el C.C. de Gamarra tiene un sector que puede convertirse en el largo plazo en uno de nuestros competidores directos.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>*Ser una de las mejores en el mercado</p> <p>*Abarcar más del 15% de nuestro mercado objetivo.</p> <p>*Es un producto 100% ecológico ya que reúsa las telas en desuso.</p> <p>*Poseer un pequeño taller en el cual hay 1 operarios y 1 ayudantes, utilizan un equipo adecuado en conjunto con el buen ambiente laboral que se trasmite unos con otros.</p> <p>*El capital de trabajo es el más acertado con miras hacia un mejor futuro.</p>	<p>*El IPPEU de la UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES brinda apoyo a las mejores ideas de negocio como puede llegar a ser la nuestra.</p> <p>*Nuestros competidores se han dedicado mayormente a fabricar líneas del producto y dejan de lado los detalles y posibles sugerencias de los consumidores.</p> <p>*Debemos de innovar yaqué la mayoría de nuestros consumidores demandan en gran cantidad este tipo de producto.</p> <p>*Se puede vender en nuevos mercados yaqué existe las alianzas y tratados en nuestro país.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>*A veces los ayudantes pasan a ser operarios por horas hasta que se desocupen los operarios.</p> <p>*No existe techo laboral dentro de la empresa en especial en la zona de confecciones.</p>	<p>*Nuestros competidores están muy bien posicionados en el mercado.</p> <p>*Los clientes buscan lo mejor en el producto y cada vez es más exigente debemos de poseer una estrategia de mercado.</p> <p>*Las alianzas y tratados estratégicos de mercado abarcan en su mayoría a las empresas grandes y dejan de lado algunas veces a las PYMES y MYPES.</p>

Tabla 12 Análisis FODA de la empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla anterior podemos observar que en el cuadrante de las oportunidades se nos es favorable adoptar estas herramientas para un futuro crecimiento a largo plazo por otro lado las amenazas son muy importantes tomarlas en cuenta para así evitar que en el camino tengas un gran índice de influencia en nuestras operaciones por otro lado, las fortalezas deben convertirse en nuestras herramientas principales para poder afrontar el mercado que es tan cambiante por ultimo las debilidades deben convertirse en fortalezas en un mediano plazo.

ACTIVIDADES DE APOYO	COMPRAS Se encarga de adquirir los productos o servicios mediante la compra con miras a satisfacer necesidades con las que se logre mejores precios y que se vean reflejados en la reducción de los costos de la empresa.				
	INVESTIGACION Y DESARROLLO Es necesario diseñar y presentar un estudio de mercado que nos brinde los posibles sectores a los que va a ir dirigido nuestro producto (grupo-objetivo), para así lograr un producto que nos identifique en la mente del consumidor.				
	INFRAESTRUCTURA Contamos con una infraestructura adecuada para la elaboración de los trabajos en el taller (Alquilado); nos permite poder manejar con total libertad la maquinaria y la materia prima en general.				
ACTIVIDADES PRIMARIAS	LOGISTICA Está constituida por operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas. Estas son aplicadas en BABY SHOES SRL a través de la recepción de productos, manejo de los materiales y trámite de pedidos.	PRODUCCIÓN Esta es la etapa donde se procesan las materias primas para transformarlas en el producto final. La elaboración de botitas para bebés a base de tela reciclada de los retazos de las telas cortadas que sobran y ya no le dan otra utilidad.	DISEÑO E INNOVACIÓN Contamos con personal especializado en la rama de diseño y confección además de un grupo trabajador ampliamente motivado por sus ganas de trabajar y su compromiso con la empresa.	MARKETING Y VENTAS Tendrá una línea de atención de pedidos por página de FACEBOOK y el aplicativo del WHATSAP y esto apoyado con el lanzamiento de un local comercial en la zona de ATE a futuro.	SERVICIO POSTVENTA Para satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes, tomando en cuenta sus sugerencias por FACEBOOK Y APP para cada vez brindarles un mejor producto tratando siempre de mejorar constantemente y lograr la satisfacción del consumidor en su total plenitud.

Figura 19 Cadena de valor empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

2.3. Descripción del bien o del servicio

BABY SHOES S.R.L. es una empresa dedicada a la producción y comercialización de zapatitos de bebés entre los 2 meses a los 8 meses, ya que es en esta edad en la cual los niños no caminan y solo usan el zapato como un detalle y no como un accesorio de alto tránsito, además el pie del bebé no crece en demasiada proporción en edad temprana por esta razón nuestro producto es estándar (no tiene tallas), pero si se diferencia entre los productos para niño y para niña.



Figura 20 Logo de la empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

Nuestro mercado meta son aquellas mamás que le quieren dar un detalle pícaro a sus hijos, y a la vez contribuir con el mejoramiento del medio ambiente ya que los materiales que usamos son reciclables en especial nuestro insumo base que son los retazos de tela en la cual también se ve reflejado su costo accesible a los diferentes clientes.

La empresa BABY SHOES S.R.L. es una empresa nueva que cuenta con poco personal pero que es calificado, ya que son capacitados continuamente y

optamos por emplear el capital humano de tejido artesanal combinado con el apoyo de algunos equipos de costuras.

Nosotros presentamos una forma más de hacer negocio y contribuir al país con la reducción de la contaminación ambiental usando como materia prima los productos reciclados.

FICHA TÉCNICA

BOTITAS MODELOS VARIOS

Designación:

CALZADO PARA BEBE

Tallas:

STANDARD

Colores:

VARIADOS

Descriptivo:

Botitas para bebes a base de tela reciclada.

Materiales:

Forro: Diversos tipos de tela.

Plantilla interior: Ninguna.

Suela: Ninguna

Instrucciones de uso:

Botitas para bebes solo es de uso decorativo no está diseñado para uso de alto tránsito.

Límites de uso:

No utilizar fuera de las instrucciones de uso definidas en el apartado correspondiente. Estos zapatos no contienen sustancias conocidas como susceptibles de provocar alergias en las personas sensibles.

Instrucciones de almacenamiento:

Almacenar al resguardo de la luz y de la humedad.

Instrucciones de limpieza / de mantenimiento:

Después de cada utilización, dejar las botitas para bebes sin envolver en un sitio ventilado y alejado de una fuente de calor. Para quitar la tierra y el polvo, emplear un cepillo de cerdas suaves que no sea metálico.

Para quitar las manchas, utilizar un trapo mojado, con jabón si es preciso.



BABY SHOES SRL
URB. CERES II ETAPA MZ E1 LOT 04 CALLE LAS FRESAS
ATE



Tabla 13 Ficha Técnica botas BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración Propia

2.4. Estudio de la demanda

2.4.1. Mercado total

El mercado total está conformado por todas las madres que tienen bebés entre 0 y 8 meses, en los diferentes distritos que se han seleccionado como mercado a atender. El mercado total es de 29,986 personas (ver tabla 15).

Distrito	Cantidad madres con bebés 0 - 8 meses
Ate	6,306
Lurigancho	2,923
San Juan de Lurigancho	11,774
Santa Anita	2,178
Rímac	1,586
Cercado de Lima	2,310
La Victoria	1,671
Breña	804
San Luis	434
Total	29,986

Tabla 14. Población de 0 – 8 meses de edad.

Fuente: INEI Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

2.4.2. Mercado potencial

El mercado potencial está conformado por todas las madres que tienen bebés entre 0 y 8 meses, en los diferentes distritos que se han seleccionado como mercado a atender, y que, además, pertenezcan a los niveles socioeconómicos C y D y compren por Internet. El mercado potencial es de 4,621 personas (ver tabla 16).

Distrito	Cantidad madres con bebes 0 - 8 meses	NSE C y D	Compras por internet	Mercado potencial
Ate	6,306	78.4%	20.0%	989
Lurigancho	2,923	78.4%	20.0%	458
San Juan de Lurigancho	11,774	81.1%	20.0%	1910
Santa Anita	2,178	78.4%	20.0%	342
Rímac	1,586	67.1%	20.0%	213
Cercado de Lima	2,310	67.1%	20.0%	310
La Victoria	1,671	67.1%	20.0%	224
Breña	804	67.1%	20.0%	108
San Luis	434	78.4%	20.0%	68
Total	29,986			4,621

Tabla 15. Mercado potencial

Fuentes: Elaboración propia con datos de APEIM Asociación de Empresa de Investigación de Mercado, Niveles socioeconómicos 2018; IPSOS (2020) Compradores por Internet. 31 agosto 2020 <https://www.ipsos.com/es-pe/compradores-por-internet>

Se considera la cantidad de 12 mudas por bebé y que se realiza el cambio 3 veces al año, con lo cual, la demanda potencial es de: 166,370 zapatos de bebé.

2.4.3. Mercado objetivo

La demanda objetivo es aquella parte de la demanda potencial que la empresa espera alcanzar en el primer año. Para el caso del negocio se espera alcanzar el 15% de las ventas del mercado; es decir:

Mercado objetivo: 24,956 unidades

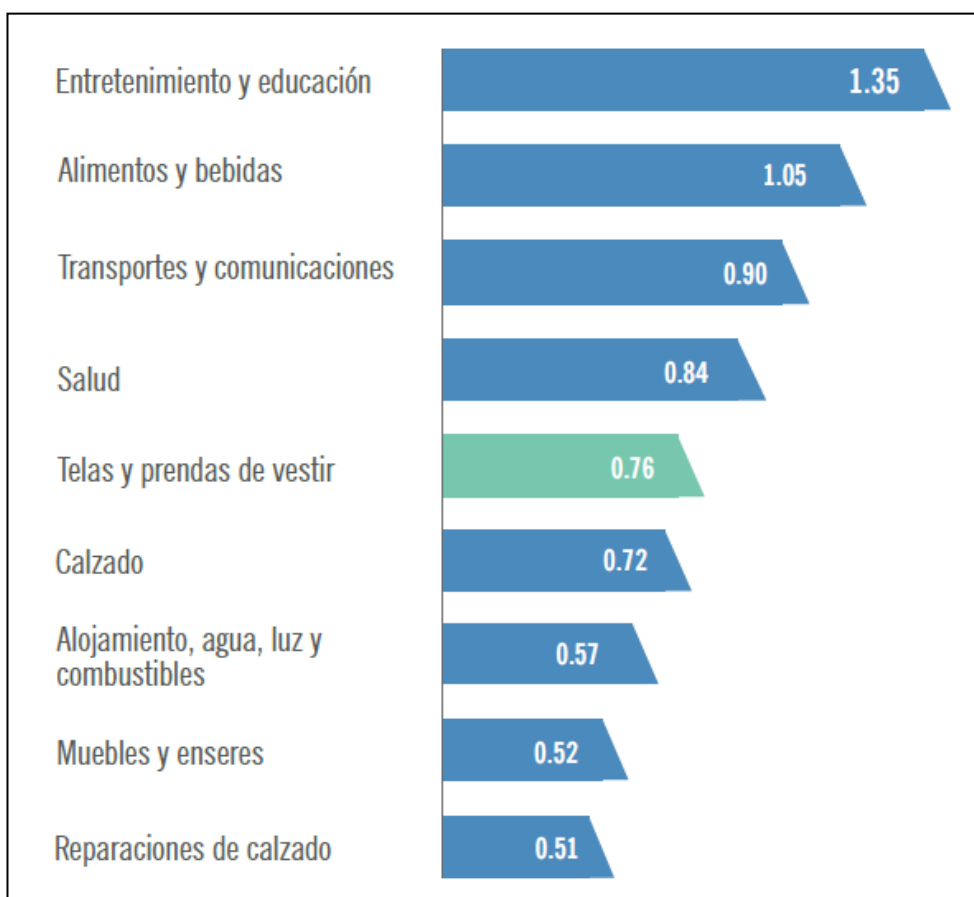


Figura 21 Elasticidad ingreso de la demanda, 2014

Fuente: ENAHO 2014 DEMI – PRODUCE

De la figura anterior podemos indicar que la elasticidad de la demanda para el consumo de telas y prendas de vestir se mantiene en un margen medio en cuanto a su consumo debido a que si sus ingresos disminuyen sus consumos van a disminuir caso contrario cuando sus ingresos aumentan el consumo de este bien también se va incrementar. Por ello la empresa BABY SHOES SRL no va contar con inconvenientes al poder manejar una política de LOW COST cuando existan estas variables dentro de los consumidores para que así las ventas no disminuyan y poder llegar a nuestras ventas proyectadas.

2.5. Estudio de la oferta

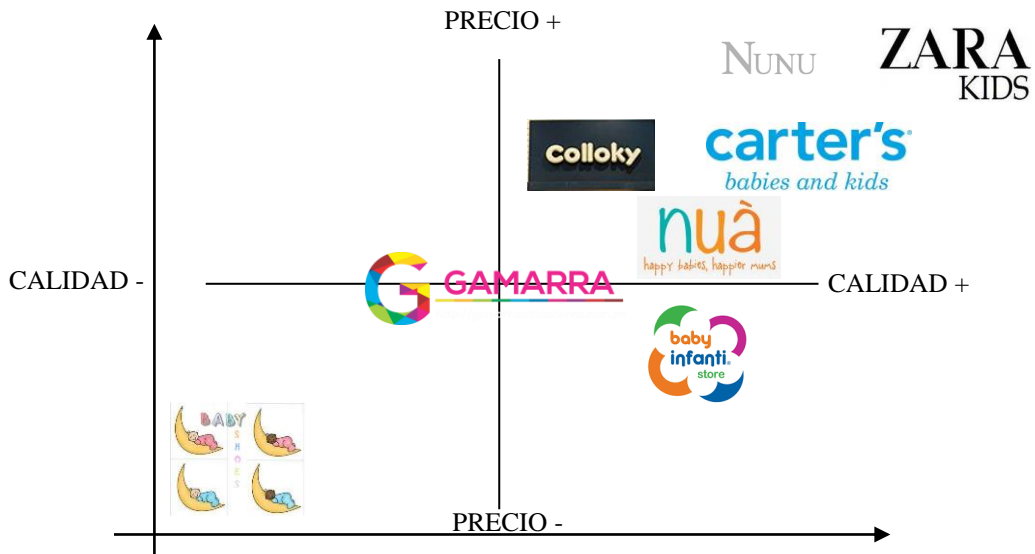


Figura 22 Mapa de posicionamiento empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al gráfico anterior sobre el mapa de posicionamiento de la empresa BABY SHOES SRL se encuentra en un cuadrante de calidad y precio bajo lo que da como resultado no encontrar ningún competidor directo ya que este mercado aun es virgen y se debe aprovechar su exploración profunda para sacar el máximo provecho para así poder posicionarnos firmemente en este mercado.

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para esta parte la empresa BABY SHOES SRL ha elaborado con datos de APEIM Asociación de Empresa de Investigación de Mercado, Niveles socioeconómicos 2018; IPSOS (2020) Compradores por Internet. 31 agosto 2020 un cuadro con información precisa de nuestra demanda insatisfecha para lo cual se ha tomado en cuenta 09 distritos de la zona este de lima metropolitana de la población de madres con bebés 0 a 8 meses del nivel socioeconómico C y D y que a su vez realizan compras por internet. (Ver tabla 16 Demanda insatisfecha)

Con estos resultados se ha logrado determinar un mercado potencial de 4621 compradores los cuales se dividen de la siguiente manera:

Distrito	Cantidad madres con bebés 0 - 8 meses	NSE C y D	Compras por internet	Mercado potencial
Ate	6,306	78.4%	20.0%	989
Lurigancho	2,923	78.4%	20.0%	458
San Juan de Lurigancho	11,774	81.1%	20.0%	1910
Santa Anita	2,178	78.4%	20.0%	342
Rímac	1,586	67.1%	20.0%	213
Cercado de Lima	2,310	67.1%	20.0%	310
La Victoria	1,671	67.1%	20.0%	224
Breña	804	67.1%	20.0%	108
San Luis	434	78.4%	20.0%	68
Total	29,986			4,621

Tabla 16 Demanda insatisfecha

Fuentes: Elaboración propia con datos de APEIM Asociación de Empresa de Investigación de Mercado, Niveles socioeconómicos 2018; IPSOS (2020) Compradores por Internet. 31 agosto 2020 <https://www.ipsos.com/es-pe/compradores-por-internet>

Se considera la cantidad de 12 mudas por bebé y que se realiza el cambio 3 veces al año, con lo cual, la demanda potencial es de: 166,370 zapatos de bebé.

Para el caso del negocio se espera alcanzar el 15% de las ventas del mercado; es decir:

Mercado objetivo: 24,956 unidades

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

Sobre la base de la demanda del mercado objetivo se proyecta la demanda, y para ello se considera un crecimiento del 10% anual de las ventas. De esta manera se obtiene la siguiente proyección para los años 2021 - 2025:

2021	2022	2023	2024	2025
24,956	27,451	30,196	33,216	36,537

Tabla 17. Proyección de ventas 2021 – 2025 (Unidades)

Fuente: Elaboración propia

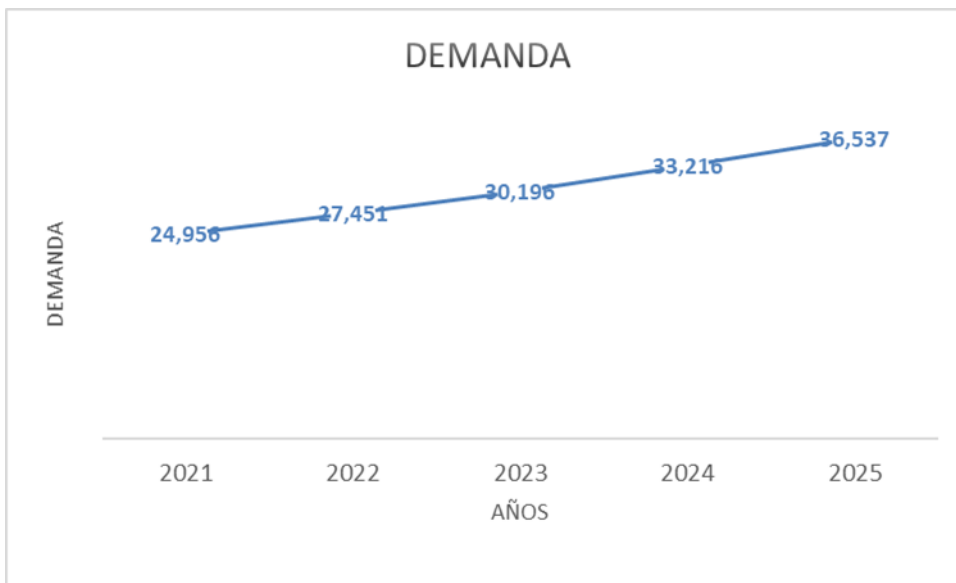


Figura 23. Proyección de demanda

Fuente: Elaboración propia

La empresa venderá los productos en dos presentaciones: Bolsa x 6 unidades y bolsa x 12 unidades.

Convirtiendo la proyección de ventas en unidades totales se tiene la siguiente proyección de demanda por tipo de presentación del producto (Ver tabla 25).

Presentación	2021	2022	2023	2024	2025
Bolsa x 6	2,496	2,745	3,020	3,322	3,654
Bolsa x 12	832	915		1,107	1,218
Total	3,327	3,660	3,020	4,429	4,872

Tabla 18. Proyección de ventas por tipo de presentación de productos (Unidades)

Fuente: Elaboración propia

2.8. Descripción de la política comercial

La empresa BABY SHOES SRL se caracteriza como una empresa de venta de zapatos para bebés a base de tela reciclada para lo cual va adoptar una estrategia de LOW COST debido a que su mercado meta al cual desea llegar se ubican dentro de los niveles C y D las características de este mercado es la liquidez con la que cuenta para sus gastos en artículos personales para lo cual adoptaremos una estrategia de:

Publicidad: La publicidad se realizará principalmente por las redes sociales y la página web.

Promoción de ventas: Concursos, juegos, sorteos, obsequios, muestras, participación activa en ferias y espectáculos comerciales, exhibiciones, demostraciones usando también las transmisiones en vivo por nuestra página web de FACEBOOK.

Eventos y experiencias: Eventos sociales, entretenimiento, exposiciones familiares, causas, actividades en la calle.

Relaciones Públicas: seminarios, relaciones con la comunidad, cabildeo.

Venta Personal: Representaciones de venta, reuniones de venta, ferias y espectáculos comerciales.

Marketing Directo: mensajes de texto, telemarketing (WHATSAPP), venta por redes sociales.

2.9. Cuadro de la demanda proyectada para el negocio

Para calcular la demanda proyectada en soles, multiplicamos la cantidad demandada por el precio unitario.

Para el negocio consideramos los siguientes precios:

Bolsa x 6 unidades: S/. 39.00

Bolsa x 12 unidades: S/. 73.00

Realizando los cálculos, obtenemos la siguiente demanda proyectada:

Productos	2021	2022	2023	2024	2025
Bolsa x 6	97,327	107,059	117,765	129,542	142,496
Bolsa x 12	60,725	66,798	73,477	80,825	88,908
Total Ventas con IGV	158,052	173,857	191,243	210,367	231,404

Tabla 19. Demanda proyectada 2021-2025 (Soles)

Fuente: Elaboración propia

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

El tamaño del negocio depende de los siguientes factores: la demanda del mercado, el nivel de inversión del negocio, la tecnología a utilizar, la disponibilidad de las materias primas y la cantidad de trabajadores.

A) Demanda del mercado

El negocio ha definido el mercado objetivo que quiere atender y su crecimiento anual. Por lo tanto, en el primer año espera atender la cantidad de 24,956 unidades y después crecer 10% anual.

B) Nivel de inversión

El nivel de inversión requerido para crear e iniciar el negocio es de S/. 36,602 y será financiado con capital propio y financiamiento bancario. Se ha considerado un capital de trabajo de dos meses para asegurar el funcionamiento continuo del negocio.

C) Tecnología

La tecnología que la empresa necesita comprende dos tipos:

- La maquinaria a utilizar, así como las técnicas de confección del producto. Se adquirirá maquinaria adecuada a las necesidades de la empresa y el confeccionista será una persona competente en el tema.
- El marketing digital para realizar el marketing en Internet. Para ello se contará con el servicio de marketing digital contratado y además el jefe de ventas será un profesional preparado en el tema.

a) Disponibilidad de materias primas

Con respecto a las materias primas, existe una amplia cantidad de proveedores:

TEXFLOR

FATEXCO
FOSSO & COMPANY
NHERYA TEXTILE
CAMILA TEXTIL
COTTAGE
FIBRACOTTON
TEXTILANDIA
NABILA
OPEN TEXTIL
BIO TEX

b) Cantidad de trabajadores

En la parte productiva del negocio, inicialmente se contará con un confeccionista para la producción de los productos. Asimismo, se tercerizará el servicio de diseño de los productos y el de corte de tela.

3.2. Tamaño propuesto

La capacidad de producción está determinada por la capacidad de producción del confeccionista. Este puede confeccionar 86 pares por día y 2,246 pares por mes.

Por otra parte, la producción requerida mensualmente es de 2,166 pares por mes.

Por lo tanto, el tamaño de producción del negocio será de 2,246 pares por mes y aproximadamente 27,000 pares al año.

Telas que importan el Perú y su país de origen a continuación se muestra un cuadro indicado estos datos según la estadística de La Sociedad Nacional de Industrias, las importaciones peruanas de textiles en su gran mayoría provienen de China. Entre los meses de enero y noviembre del 2017 las importaciones fueron de 876,8 millones de dólares. (Instituto de Estudios Económicos y Sociales, 2018).

Importaciones de Perú por tipo de tejidos a nivel mundial

Tejidos	País	2016	2017	2018
Seda	China	95%	97%	98%
Lana	Argentina	54%	51%	56%
Algodón	India	42%	39%	41%
Filamentos sintéticos	China	54%	53%	57%
Fibras sintéticas	China	54%	50%	49%
Tejidos de punto	China	88%	88%	89%

Tabla 20 Importaciones de Perú por tipo de tejido a nivel mundial.

Fuente: TRADEMAP (ELABORACION PROPIA).

Especificaciones técnicas de la tela a reciclar según importaciones que realiza el Perú en base al cuadro anterior:

SEDA

Nombre comercial: Seda

Nombre de fábrica: Seda

Ancho total: 1 _45/1 50 Mts.

Composición: 100% seda artificial.

Usos:

- Camisas.
- Blusas.
- Vestidos formales.
- Pijamería.
- Batas.

Beneficios que brinda la tela:

- Buena capacidad para recuperarse de la humedad.
- No tiene mucha elasticidad.

- Tejido sensible a la luz.
- Buena capacidad para recuperarse de la luz.

Recomendaciones:

- Es una tela que requiere de una cuidadosa manipulación.
- Lavar en ciclo delicado.
- No usar secadora
- No someter a altas temperaturas.
- No planchar, no usar vapor, no restregar ni retorcer.
- No usar detergentes fuertes.

LANA

Nombre comercial: Lana

Nombre de fábrica: Lana.

Ancho total: 1_55/1 60 Mts_

Composición: 75% lana, 20% poliéster, 5% cachemir.

Usos:

- Chaquetas.
- Casacas.
- Lencería.
- Calzado.

Beneficios que brinda la tela:

- La tela brinda a la prenda características como elasticidad
- Resistencia y nexibilidad.
- Solidez del color.
- Resistencia a la temperatura.

Recomendaciones:

- Evitar usar detergente y suavizantes.
- Evitar secar directamente al sol o someter a temperaturas altas de lavado, secado y planchado.
- El tiempo de reposo recomendado para este tipo de tela con elastómero es de 20 a 24 horas.

- En caso de necesitar entretela se recomienda hacer pruebas de fusionado previamente

ALGODÓN

Nombre comercial: Algodón

Nombre de fábrica: Algodón.

Ancho total: 1_55/1 60 Mts_

Composición: 100% Algodón.

Usos:

- Blusas.
- Vestidos.
- Camisas.
- Pijamas
- Salidas de baño

Beneficios que brinda la tela:

- Tela fresca y de tacto suave debido a que es tejido con hilo título

Recomendaciones:

- Lavar los colores por separado la primera vez.
- No usar colorantes fuertes.
- Utilizar hilo para tela liviana y aguja punta de bola delgada para confeccionar.
- No dejar en remojo.
- No usar detergentes fuertes.

FILAMENTOS SINTÉTICOS, FIBRAS SINTÉTICAS Y TEJIDOS DE PUNTO:

CASIMIR

Nombre comercial: Casimir.

Nombre de fábrica: Cashmere knit_

Ancho total: 144/1 47 Mts_

Composición: 95% poliéster, 5% spandex_

Usos:

- Blusas.
- Vestidos.

Beneficios que brinda la tela:

- Tacto suave, liviano y fresco; ideal para todo tipo de clima.

Recomendaciones:

- Se recomienda hacer tendidos de máximo 30 capas para garantizar la calidad del corte.
- Pinar bien el tendido para evitar que la tela se mueva al momento del corte.
- Utilizar hilo adecuado para telas livianas y aguja punto de bola delgada para confeccionar.
- Ajustar el arrastre de las máquinas para telas livianas.
- En caso de necesitar entretela se recomienda hacer pruebas de fusionado previamente.

CHARMUESE

Nombre comercial: Charmuese

Nombre de fábrica: Asahi

Ancho total: 1 _45/1 50 Mts

Composición: poliéster, 3% spandex.

Usos:

- Blusas, vestidos, faldas, pantalones enterizos y trajes de noche.
- Forros y fondos de prendas de lujo.
- Vestimenta infantil.
- Lencería, pijamería y ropa interior.
- Metidos y detalles en prendas de otros materiales.
- Disfraces.

Beneficios que brinda la tela:

- Por su composición de poliéster/spandex proporciona comodidad y libertad de movimiento.
- Excelente caída y peso para prendas nuidas.
- Buena solidez de los colores.

Recomendaciones:

- Se recomienda hacer tendidos de máximo 30 capas para garantizar la calidad del corte.
- Pinar bien el tendido para evitar que la tela se mueva al momento del corte.
- Utilizar hilo adecuado para telas livianas y aguja punta de bola delgada para confeccionar.
- Ajustar el arrastre de las máquinas para telas livianas:

COTTONE

Nombre comercial: Cottone.

Nombre de fábrica: Cottone_

Ancho total: 1 50 Mts

Composición: 93% algodón, 7% elastano_

Usos:

- Chaquetas.
- Licras.
- Top.

Beneficios que brinda la tela:

- No encoge.

Recomendaciones:

*Para el uso doméstico:

- Se recomienda extender la tela y sujetarla con pesas o alfileres para que no se corra, después realizar el corte.
- Utilizar aguja punta dorada N012 (80) para la confección

- Para el fusionado utilizar tela interlón 70.
- No se recomienda planchar.

*Para el uso Industrial:

- Dejar en reposo 1 hora antes de cortar.

GABARDINA

Nombre comercial: Gabardina.

Nombre de fábrica: Tormo.

Ancho total: 1.50 Mts.

Composición: 60% poliéster, 40% algodón.

Usos:

- Shorts
- Vestidos y faldas.
- Chaquetas, pantalones y shorts para hombre y mujer.

Beneficios que brinda la tela:

- Acabado satinado y de tacto muy suave.
- Es una tela fresca y liviana; ideal para todo tipo de clima.

Recomendaciones:

- No someter a temperaturas altas.
- En caso de necesitar entretela se recomienda hacer pruebas de fusionado previamente.

FRANELA

Nombre comercial: Franela, tela camisa leñador.

Nombre de fábrica: Montana.

Ancho total: 1 45/1 _50 Mts_

Composición: 100% algodón

Usos:

- Camisas y blusas.
- Vestidos y faldas.

- Pijamas y boxers.
- Salidas de baño.
- Metidos y contrastes.

Beneficios que brinda la tela:

- Al ser 100% algodón es muy fresca y de tacto muy suave.
- Está hecha de algodón peinado título EO El algodón peinado es una fibra de mayor calidad que presenta menos imperfecciones que el algodón cardado Esto hace que la tela tenga menor cantidad de marras, menos pilling y un tacto más suave.
- Esta tejida en telar de aire el brinda una mayor calidad a la tela.
- pues se presenta menos imperfecciones de tejeduría (frisas).

Recomendaciones:

- Esta tela tiene un menor grado de resistencia a la tensión por lo que se debe trabajar con cuidado y no se debe utilizar para prendas demasiado ajustadas Esto no es un defecto de la tela, SI no una característica de su construcción.

Nota: El encogimiento de esta tela puede llegar a ser entre 3-5%

JEAN

Nombre comercial: Jean

Nombre de fábrica: Replay

Ancho total: 1_45/1 50 Mts_

Composición: 97% algodón, 3% spandex

Usos:

- Pantalones y shorts.
- Faldas y vestidos.
- Chaquetas y chalecos

Beneficios que brinda la tela:

- Suave.

- Tiene stretch en la trama lo cual brinda un alto nivel de confort a las prendas.

Recomendaciones:

- En caso de necesitar entretela se recomienda hacer pruebas de fusionado previamente.
- Dejar reposar 20 a 24 horas antes del corte.
- Lavar a mano o a máquina en agua fría y con colores similares.
- No usar blanqueadores, suavizantes ni detergentes fuertes
- No retorcer ni frotar. Evitar el contacto con superficies ásperas.
- No centrifugar. Secar a la sombra o en secadora en Ciclo delicado.
- Planchar a temperatura media.

JERSEY

Nombre comercial: Jersey.

Nombre de fábrica: Diamond 1

Ancho total: 1 60/1 _65 Mts_

Composición: rayón slub, 5% spandex.

Usos:

- Camisetas.
- Vestidos.
- Faldas.
- Cardigans.
- Salidas de baño.
- Pijamas.

Beneficios que brinda la tela:

- Excelente recuperación
- Menos propensa al pilling gracias a su composición y proceso de tejeduría.
- Tacto suave.
- Buena caída
- El contenido de spandex genera confort en las prendas confeccionadas

Recomendaciones:

- Dejar reposar la tela de 20 a 24 horas antes del cone_
- Se recomienda hacer tendidos de máximo 12 capas para facilitar el uso de la cortadora.
- Pinar bien el tendido para evitar que la tela se mueva al momento del corte.
- Ajustar el arrastre de las máquinas para telas livianas.
- Utilizar hilo delgado y aguja punta de bola dorada N070.
- Se recomienda terminar costuras con recubridora y puntada de seguridad.

LANA

"Nombre comercial: Lana

Nombre de fábrica: Lana

Ancho total: 1_55/1 60 Mts_

Composición: 75% lana, 20% poliéster, 5% cachemir.

Usos:

- Chaquetas.
- Casacas.
- Lencería.
- Calzado.

Beneficios que brinda la tela:

- La tela brinda a la prenda características como elasticidad, resistencia y nexibilidad.
- Solidez del color.
- Resistencia a la temperatura.

Recomendaciones:

- Evitar usar detergente y suavizantes.
- Evitar secar directamente al sol o someter a temperaturas altas de lavado, secado y planchado.

- El tiempo de reposo recomendado para este tipo de tela con elastómero es de 20 a 24 horas.
- En caso de necesitar entretela se recomienda hacer pruebas de fusonado previamente

LINO

Nombre comercial: Lino.

Nombre de fábrica: Daiquiri.

Ancho total: 1_35/1.40 Mts_

Composición: 55% ramio, 45% algodón.

Usos:

- Vestidos.
- Faldas.
- Pantalones.
- Shorts.

Beneficios que brinda la tela:

- Su composición de ramio/algodón proporciona una excelente caída a la tela.
- Tacto suave, liviano y fresco; ideal para todo tipo de clima.
- Amplia gama de color.

Recomendaciones:

- No someter a temperaturas altas.
- En caso de necesitar entretela se recomienda hacer pruebas de fusonado previamente.

ORGANZA

Nombre comercial: Organza_

Nombre de fábrica: Organza_

Ancho total: 1_50/1 55 Mts_

Composición: 100% algodón.

Usos:

- Cortinas.
- Lencería.
- Vestidos.
- Blusas.
- Adornos en vestimenta.

Beneficios que brinda la tela:

- Transparencias en la tela.
- Debido a su acabado químico (almidonado) brinda rigidez a las prendas.

Recomendaciones:

- Se recomienda terminar costuras con recubridora y puntada de seguridad.

PANA

Nombre comercial: Pana.

Nombre de fábrica: Looz

Ancho total: 145/1 50 Mts_

Composición: poliéster, 8% poliamida, 3% spandex_

Usos:

- Chaquetas.
- Chalecos.
- Pantalones.

Beneficios que brinda la tela:

- Fácil de confeccionar.
- Excelente tacto.

Recomendaciones:

- Planchar por el revés.

PAÑO

Belice 1

Nombre comercial: Paño.

Nombre de fábrica: Belice 1

Ancho total: 140/1 45 Mts_

Composición: 75% poliéster, 21% rayón, 4% spandex.

Usos:

- Pantalón.
- Chaquetas.
- Vestidos femeninos.

Beneficios que brinda la tela:

- Siendo una base con aspecto de paño es muy fresca y tiene una muy buena caída.
- Tiene un alto nivel de confort gracias al stretch en la trama.
- Se puede usar para prendas femeninas como faldas, chaquetas y pantalones.

Recomendaciones:

- No exponer a temperaturas altas.
- Se recomienda hacer pruebas de fusionado previamente ya que el rayón puede presentar encogimiento al calor.
- Lavar en seco o a mano a temperatura baja, no dejar en remojo.
- No usar blanqueadores, suavizantes ni detergentes fuertes.
- No frotar ni restregar. Evitar el contacto con superficies ásperas.
- No centrifugar ni secar en secadora para evitar deformaciones.
- Planchar por el revés a temperatura baja.

RANDA

Nombre comercial: Randa

Nombre de fábrica: Cotton Lace 1

Ancho total: 1_50/1 55 Mts_

Composición: 67% algodón, 30% nylon

Usos:

- Tops y camisetas.

- Faldas y vestidos.
- Pijamas
- Ropa interior.

Beneficios que brinda la tela:

- Su alto contenido de algodón permite que la tela sea fresca y confortable.
- El contenido de nylon le brinda un tacto mucho más suave a la tela, comparada con otras blondas de poliéster que hay en el mercado.

Recomendaciones:

- Las blondas son delicadas, se deben trabajar con mucho cuidado para no reventarlas.
- El tendido se debe dejar reposar mínimo 12 horas, de lo contrario se pueden presentar problemas de encogimiento.
- El corte no debe superar las 12 capas para asegurar la igualdad del mismo.
- Se debe confeccionar con aguja punta de bola delgada.
- Se recomienda terminar costuras con recubridora y puntada de seguridad.
- Utilizar hilo adecuado para tejido de punto.
- Lavar en ciclo delicado
- No usar secadora, no someter a temperaturas altas.
- No planchar, no usar vapor, no restregar ni retorcer.
- Se debe evitar el contacto con superficies ásperas o punzantes (anillos, hebillas, cinturones, etc.) ya que estos pueden dañar la superficie de la tela.

TEJIDO MICROFIBRA

Nombre comercial: Tejido Microfibra.

Nombre de fábrica: Microfibra Alemania.

Ancho total: 1_50/1 55 Mts_

Composición: 100% poliéster.

Usos:

- Chaquetas casuales y deportivas.
- Gabardinas.

- Chalecos.

Beneficios que brinda la tela:

- Tela ideal para la confección de chaquetas.
- No destiñe o decolora.
- No encoge.
- Se ofrece en una amplia gama de unicolores.

Recomendaciones:

*Para el uso doméstico:

- Para realizar el corte se recomienda extender la tela y sujetarla con pesas o alfileres para que no se corra.
- Para la confección utilizar aguja punta de bola dorada N012 (80).
- Para el fusionado utilizar tela intertón 70.
- No se recomienda planchar.

*Para el uso Industrial:

- Dejar en reposo 1 hora antes de cortar.
- Sujetar con peso moderado.
- Para la confección utilizar aguja punta de bola dorada NOIO (70) y N012 (80).

TERCIOPELO

Nombre comercial: Terciopelo.

Nombre de fábrica: Velveteem

Ancho total: 1 50/1 _55 Mg.

Composición: 100% poliéster.

Usos:

- Vestidos de fiesta.
- Vestidos infantiles.
- Blusas.
- Ropa interior.
- Pijamas.

Beneficios que brinda la tela:

- Terciopelo con especial suavidad y brillo
- Cuenta con stretch adecuado para la confección de prendas ajustadas al cuerpo.
- Excelente caída y peso.
- No requiere planchado.
- No encoge.
- No destiñe o decolora.
- Se ofrece en una amplia gama de colores.

Recomendaciones:

- Extender la tela y sujetarla con pesas o alfileres para que no se corra, después de esto realizar el cote.
- Utilizar aguja punta dorada NOIO (70).
- No se recomienda usar entretela.
- Se recomienda planchar con vapor a temperatura media, sin ejercer presión.

TUL

Nombre comercial: Tul

Nombre de fábrica: Tul

Ancho total: 1_65/1 70 Mts_

Composición: 100% nylon

Usos:

- Velos de novia.
- Faldas vaporosas.

Beneficios que brinda la tela:

- Brinda transparencia.
- Tiene rigidez.

Recomendaciones:

- Es una tela que requiere de una cuidadosa manipulación

- Se recomienda terminar costuras con recubridora y puntada de seguridad
- Lavar en ciclo delicado.
- No usar secadora.
- No someter a altas temperaturas.

3.3. Proceso y Tecnología

3.3.1. Descripción y diagrama de los procesos

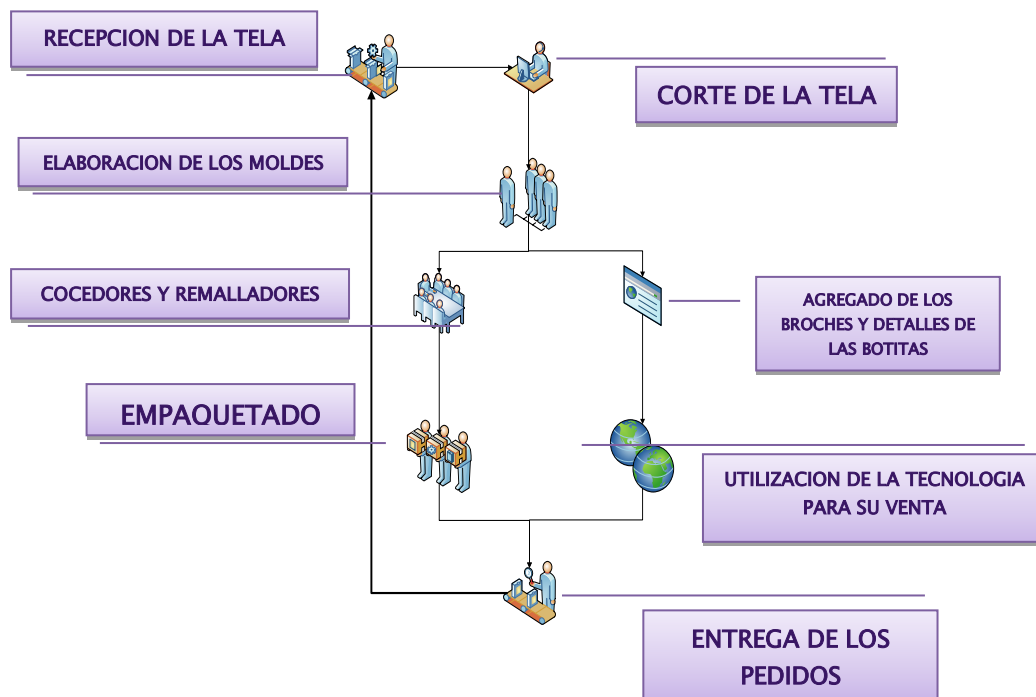


Figura 24 Proceso Logístico
Fuente: Elaboración propia

Recepcion de tela:

Va estar a cargo del confeccionista el cual de acuerdo a las especificaciones técnicas de las telas a reciclar va a determinar qué tipo de tela va ser utilizado en cada uno de nuestros zapatitos.

Corte de tela:

Va ser terciarizado este servicio de acuerdo a las especificaciones técnicas de nuestro confeccionista.

Elaboración de los moldes:

Va ser terciarizado este servicio de acuerdo a las especificaciones técnicas de nuestro confeccionista.

Cocedores y remalladores:

Va estar a cargo del confeccionista el cual tiene los diseños ya preestablecidos y trabajados para la producción para cada campaña.

Agregado de los broches y detalles de las botitas:

Va estar a cargo del confeccionista el cual tiene los diseños ya preestablecidos y trabajados para la producción para cada campaña.

Empaquetado:

Va estar a cargo del responsable servicio al cliente el cual recepcionara las ventas y pedidos generados por el área de marketing digital contratado para así atender a todos nuestros clientes.

Utilización de la tecnología para su venta:

Va estar a cargo del área de marketing digital contratado y va ser supervisado por nuestro responsable servicio al cliente.

Entrega de los pedidos:

Va estar a cargo del responsable servicio al cliente el cual recepcionara las ventas y pedidos generados por el área de marketing digital contratado para así atender a todos nuestros clientes.

3.3.2. Capacidad instalada y operativa**a) Capacidad instalada**

La capacidad instalada está dada por la capacidad del confeccionista y por el funcionamiento de la máquina sin problemas; es decir, que el trabajador dedique todo el tiempo que tiene disponible a la producción, sin

dificultades que le hagan perder tiempo; y también la máquina que no tenga dificultades y deje de funcionar.

La capacidad del confeccionista es de 12 pares por hora, 2,400 por mes y 28,800 pares por año.

Capacidad instalada: 28,800 pares por año

b) Capacidad operativa

Si consideramos que por diversas razones el confeccionista tendrá un tiempo efectivo del 90% con respecto al total, la capacidad operativa será el 90% de la capacidad instalada; es decir: 2,160 pares por mes y 25,920 por año.

Capacidad operativa = 25,920 pares

c) Capacidad utilizada

La producción requerida en el año es de 25,995 pares al año.

La capacidad de producción que se utilizará está dada por: Producción requerida anual/capacidad operativa = 25,995/26,920

Capacidad utilizada: 100%

3.3.3. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

a) Requerimiento de bienes de capital

ITEM	UM	Cantidad	Precio unitario	Total
Máquina remalladora Singer	Un	1	2,200	2,200
Mesa de corte de tela	Un	1	400	400
Silla	Un	1	80	80
Mesa de trabajo	Un	1	250	250
Herramientas: cuchillas, reglas, moldes y otros	Un	1	200	200
Estantes	Un	2	170	340
Ventiladores	Un	1	150	150

Total S/.				3,620
------------------	--	--	--	-------

Tabla 21. Equipos y muebles de producción
Fuente: Elaboración propia

ITEM	UM	Cantidad	Precio unitario	TOTAL
Lap top	Un	1	2000	2000
Computadora	Un	1	1600	1600
Impresora	Un	1	600	600
Escritorio	Un	2	250	500
Silla para escritorio	Jgs	2	180	360
Sillas visita	Un	2	60	120
Archivador	Un	2	150	300
Total S/.				5,480

Tabla 22. Equipos y muebles de administración y ventas
Fuente: Elaboración propia

b) Requerimiento de personal

Cargo	Cant.	Total anual S/.
Gerente	1	26,415
Jefe de Ventas	1	18,015
Confeccionista	1	14,415
Total S/.		58,845

Tabla 23. Requerimiento de recursos humanos
Fuente: Elaboración propia

c) Requerimiento de materias primas

El requerimiento de materias primas por cada modelo de bota es el siguiente:

Modelo estándar

Materia prima	U.M.	Cantidad	Precio unitario S/.	Total
Tela	gr	41.7	0.30	0.30
Hilo	Mt		0.05	0.05
Cinta	Mt		0.10	0.10
Bolsa	Un		0.05	0.05
Total costo unitario materias primas S/.				0.50

Tabla 24. Costo unitario materia primas modelo estándar

Fuente. Elaboración propia

Con broches

Materia prima	U.M.	Cantidad	Precio unitario S/.	Total
Tela	gr	41.7	0.30	0.30
Hilo	Mt		0.05	0.05
Broches	Mt		0.10	0.07
Bolsa	Un		0.05	0.05
Total costo unitario materias primas S/.				0.47

Tabla 25. Costo unitario materias primas modelo con broches

Fuente: Elaboración propia

Con hebilla

Materia prima	U.M.	Cantidad	Precio unitario S/.	Total
Tela	gr	41.7	0.30	0.30
Hilo	Mt		0.05	0.05
hebilla	Mt		0.10	0.07
Ojal	Un			0.07
Bolsa	Un		0.05	0.05
Total costo unitario materias primas S/.				0.54

Tabla 26. Costo unitario de materias primas modelo con hebilla

Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Infraestructura y características físicas

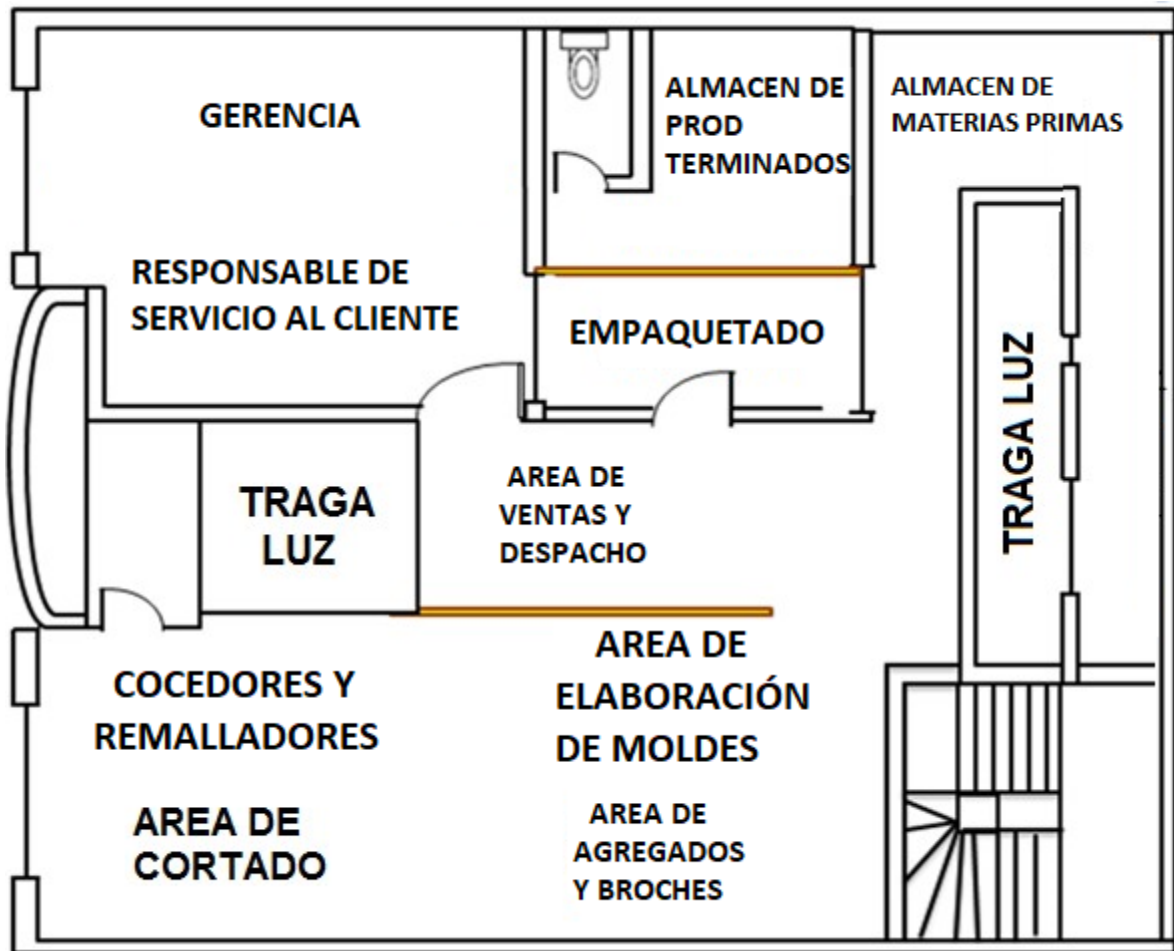


Figura 25 LAYOUT EMPRESA BABY SHOES SRL (50 m²)

Fuente: Elaboración Propia

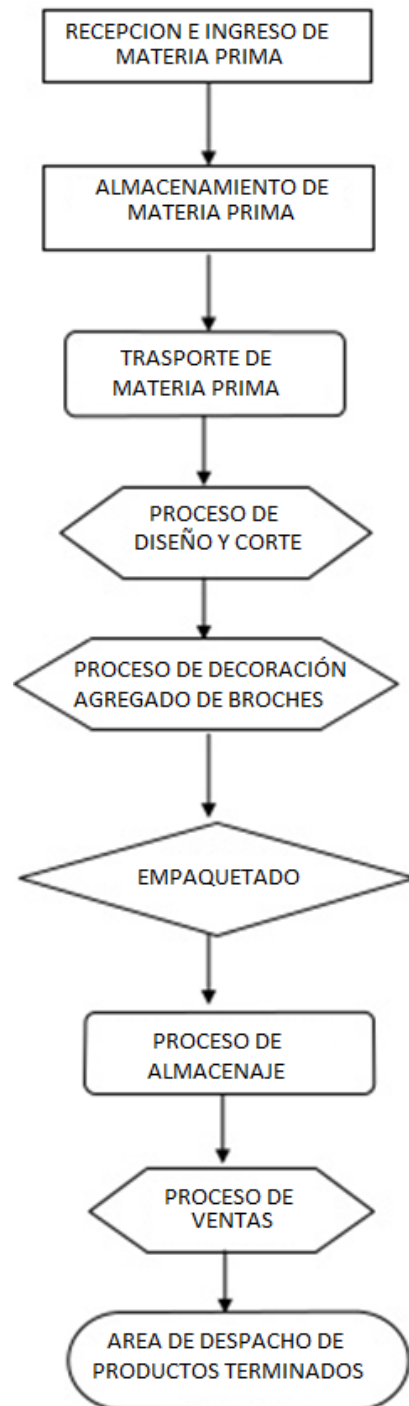


Figura 26 Diagrama de Flujo Empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

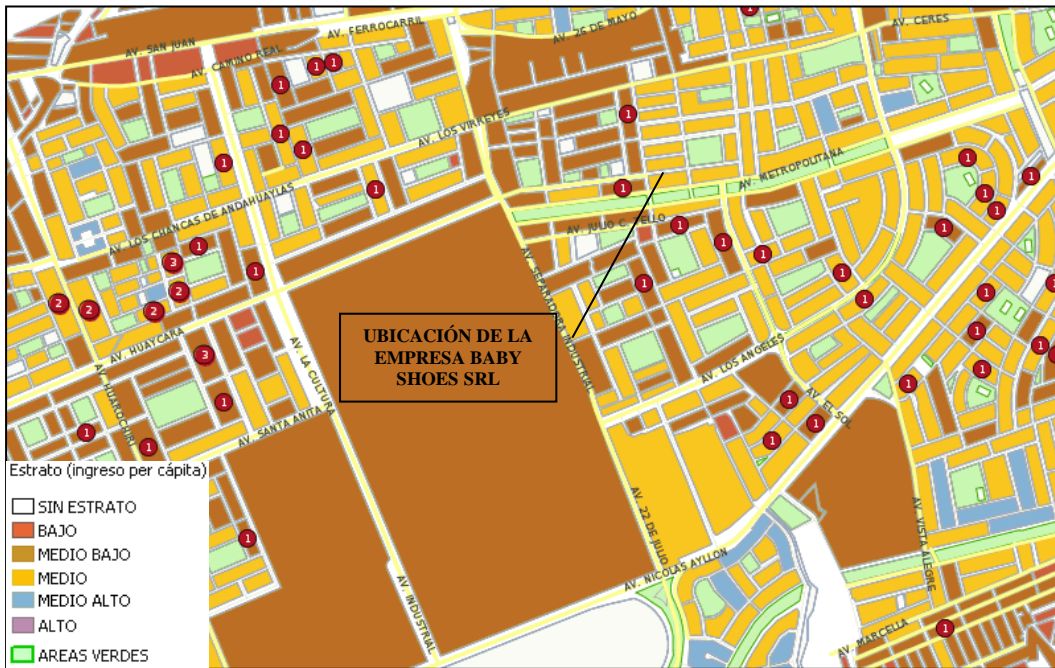


Figura 28 Segmentación del mercado de ate de acuerdo a los ingresos per-cápita en base a información técnica de la población

Fuente: <http://sige.inei.gob.pe/sige/> (Sistema de información geográfica para emprendedores)

En la figura anterior se está tomando como base los siguientes filtros ingresos Per-cápita como podemos observar en el mercado de Ate la población tiene ingresos MEDIO BAJO y algunos sectores BAJO lo cual es muy favorable para que nuestros productos sean aceptados dentro de este mercado incrementando nuestra posibilidad de una aceptación favorable reflejado en nuestras ventas.

4. ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.1. Inversión Fija

4.1.1. Inversión Tangible

Activos tangibles	Total S/
Máquina remalladora Singer	2,200
Mesa de corte de tela	400
Silla	80
Mesa de trabajo	250
Herramientas: cuchillas, reglas, moldes y otros	200
Estantes	340
Ventiladores	150
Lap top	2,000
Computadora	1,600
Impresora	600
Escritorio	500
Silla para escritorio	360
Sillas visita	120
Archivador	300
Total S/.	9,100

Tabla 27 Inversión fija tangible empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Inversión Intangible

ITEM	Total
Registro de marca Baby Shoes	800
Diseño de logotipo	450
Constitución de empresa	800
Certificado Defensa Civil	200
Licencia de funcionamiento	250
Habilitación sanitaria de planta	200
Elaboración de Plan de negocio	2,500
Diseño de website	1,500
Total S/.	6,700

Tabla 28 Inversión fija intangible empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

4.2. Capital de Trabajo

El capital de trabajo se refiere a los recursos que se necesitan para mantener la operatividad del negocio, y que funcione regularmente. Para el negocio se han considerado dos meses de capital de trabajo, y se espera que durante este tiempo la empresa logrará ingresos suficientes que permitan autofinanciar sus operaciones. Además, se ha considerado como gastos para imprevistos como el 10% de la suma de los otros componentes del capital de trabajo. El capital de trabajo se distribuye de la siguiente manera:

Rubros	Presupuesto	2 meses de CT
Insumos	13,630	2,272
Mano de Obra Directa	14,415	2,403
Gastos fabricación	15,767	2,628
Gastos administración y ventas	67,550	11,258
Imprevistos		1,856
Total S/.		20,417

Tabla 29 Capital de trabajo empresa BABY SHOES SRL
Fuente: Elaboración propia

4.3. Inversión Total

La inversión total para iniciar el negocio es de S/. 36,217.00, distribuidos de la siguiente manera: 56.4% capital de trabajo (S/.20,4117), activos fijos tangibles 25.1% (S/.9,100.00) y activos fijos intangibles 18.5% (6,700).

RUBRO	DETALLE DE ÍTEMS DE INVERSIÓN	SUBTOTAL S/.	TOTAL S/.	%
Activos fijos	Activos tangibles	Total S/	9,100	25.13%
	Máquina remalladora Singer	2,200		
	Mesa de corte de tela	400		
	Silla	80		
	Mesa de trabajo	250		
	Herramientas: cuchillas, reglas, moldes y otros	200		
	Estantes	340		
	Ventiladores	150		
	Lap top	2,000		
	Computadora	1,600		
	Impresora	600		
	Escritorio	500		
	Silla para escritorio	360		
	Sillas visita	120		
	Archivador	300		
	Activos intangibles		6,700	18.50%
	Registro de marca Baby Shoes	800		
	Diseño de logotipo	450		
	Constitución de empresa	800		
	Certificado Defensa Civil	200		
	Licencia de funcionamiento	250		
	Habilitación sanitaria de planta	200		
	Elaboración de Plan de negocio	2,500		
	Diseño de website	1,500		
	Insumos	2,272		
	Mano de Obra Directa	2,403		
	Gastos fabricación	2,628		
Gastos administración y ventas	11,258			
Imprevistos	1,856			
Inversión total S/.			36,217	100.00%

Tabla 30 Estructura de la inversión empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

4.4. Estructura de la inversión y financiamiento

El financiamiento de la inversión se realizará con capital propio y financiamiento bancario. En la tabla 55 se muestra que el capital de los socios servirá para financiar el capital de trabajo y parte de los activos fijos intangibles, y el financiamiento bancario estará destinado a financiar los activos fijos tangibles y parte de los activos fijos tangibles. Los socios aportarán el 72.4% para financiar la inversión y el banco financiará el 27.6% del total.

Rubros	Aporte socios	Financiam. Bancario	Total
Activos fijos tangibles		9,100	9,100
Activos fijos intangibles	5,800	900	6,700
Capital de Trabajo	20,417		20,417
Total S/.	26,217	10,000	36,217
Porcentaje de inversión	72.4%	27.6%	100.0%

Tabla 31 Estructura de financiamiento para el plan de negocio

Fuente: Elaboración propia

4.5. Fuentes Financieras

Los socios no cuentan con el total de la inversión que se necesita para el negocio. Los socios cuentan con ahorros que aportarán al negocio por un monto de S/. 26,217 y la diferencia S/. 10,000 lo financiarán con un préstamo bancario.

Se considera el préstamo de la Financiera COMPARTAMOS que ofrece préstamo con condiciones asequibles para los socios.

4.6. Condiciones de Crédito

4.6.1. Términos y condiciones

Los términos y condiciones del financiamiento de Financiera Compartamos es son los siguientes:

- El monto por financiar será S/. 10,000.00
- Plazo de amortización: 02 años
- Tasa de interés efectiva anual: 30.67%
- Tasa de interés efectiva mensual: 2.25%

- Número de cuotas mensuales: 24
- Cuota fija anual: S/. 544.06

4.6.2. Amortización de la deuda

En la tabla 62 se observa las cuotas que se pagarán mensualmente, así como la amortización de la deuda y los intereses a pagar.

N° Cuota	Deuda	Interes	Amortizac.	Cuota	Saldo
0000					10,000.00
0001	10,000.00	225.42	318.64	544.06	9,681.36
0002	9,681.36	218.24	325.82	544.06	9,355.54
0003	9,355.54	210.90	333.16	544.06	9,022.38
0004	9,022.38	203.39	340.67	544.06	8,681.71
0005	8,681.71	195.71	348.35	544.06	8,333.35
0006	8,333.35	187.85	356.21	544.06	7,977.15
0007	7,977.15	179.82	364.24	544.06	7,612.91
0008	7,612.91	171.61	372.45	544.06	7,240.46
0009	7,240.46	163.22	380.84	544.06	6,859.62
0010	6,859.62	154.63	389.43	544.06	6,470.19
0011	6,470.19	145.85	398.21	544.06	6,071.99
0012	6,071.99	136.88	407.18	544.06	5,664.80
0013	5,664.80	127.70	416.36	544.06	5,248.44
0014	5,248.44	118.31	425.75	544.06	4,822.69
0015	4,822.69	108.72	435.35	544.06	4,387.35
0016	4,387.35	98.90	445.16	544.06	3,942.19
0017	3,942.19	88.87	455.19	544.06	3,486.99
0018	3,486.99	78.61	465.46	544.06	3,021.54
0019	3,021.54	68.11	475.95	544.06	2,545.59
0020	2,545.59	57.38	486.68	544.06	2,058.92
0021	2,058.92	46.41	497.65	544.06	1,561.27
0022	1,561.27	35.19	508.87	544.06	1,052.40
0023	1,052.40	23.72	520.34	544.06	532.07
0024	532.07	11.99	532.07	544.06	0.00

Tabla 32 Cotización de préstamo FINANCIERA COMPARTAMOS
Fuente: Elaboración propia

5. ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

5.1. Presupuesto de los costos

5.1.1. Costos de producción

Los costos de producción comprenden el costo de mano de obra directa, la materia prima y los gastos de fabricación, como se muestra en la Tabla

Rubros	2021	2022	2023	2024	2025
Costo mano de obra directa	14,415	14,415	14,415	28,830	28,830
Materias primas	13630	13902	15314	16846	18530
Servicio de diseño	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360
Servicio de corte	3,067	3,251	3,577	3,934	4,328
Alquiler Local	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400
Electricidad	910	964	1,061	1,167	1,284
Agua	600	600	600	600	600
Materiales varios	130	130	130	130	130
Mantenimiento	300	300	300	300	300
Total S/.	43,812	44,323	46,157	62,567	64,761

Tabla 33. Costos de producción 2021 – 2025

Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Costos de administración y ventas

Los costos de administración y ventas comprenden los gastos referidos a la administración y ventas de la empresa.

RUBRO	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneraciones	44,430	44,430	44,430	44,430	44,430
Teléfono + Internet	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440
Material oficina	600	660	726	799	878
Movilidad compras	2,880	2,880	2,880	2,880	2,880
Servicio marketing digital	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
Servicio Contador	4,600	4,600	4,600	4,600	4,600
Comprobante de pago	150	165	181	199	219
Gastos publicidad y promoción	6,000	6,600	7,260	7,986	8,785
Dominio y hosting Internet	250	250	250	250	250
Total S/.	67,550	68,225	68,967	69,784	70,682

Tabla 34. Costos de administración y ventas 2021 – 2025

Fete: Elaboración propia

5.1.3. Costos financieros

Los costos financieros se refieren a los intereses que se pagan por el préstamo recibido de la Financiera Compartamos.

	2021	2022	2023	2024	2025
Intereses	2,194	864			

Tabla 35 Intereses a pagar por el préstamo

Fuente: Elaboración propia

Como resultado se tiene el presupuesto total para los años 2021 - 2025

Rubros	2021	2022	2023	2024	2025
Costos de producción	43,812	44,323	46,157	62,567	64,761
Costos de administración y ventas	67,550	68,225	68,967	69,784	70,682
Costos financieros	2,194	864			
Costos totales	113,555	113,412	115,124	132,351	135,444

Tabla 36 Presupuesto de costos totales

Fuente: Elaboración propia

Cálculo de costos unitarios y precios

a) Costos unitarios

Costo unitario de cada producto:

Rubros	S/
Costo mano de Obra Directa	0.55
Costo materia prima	0.43
Gastos de Fabricación	0.76
Costo producción unitario	1.74
Gastos admin. Y ventas	2.67
Gastos financieros	0.08
Costo total unitario	4.49

Tabla 37. Costo unitario de cada producto

Fuente: Elaboración propia

b) Precios

Precio de bolsa x 6 pares

Rubro	S/.
6 unidades zapatitos	26.95
Bolsa	0.20
Costo total	27.15
Utilidad 20%	5.43
Valor de venta	32.58
IGV	5.86
Precio venta calculado	38.44
Precio de Lista	39.00

Tabla 38. Cálculo del precio de bolsa x 6 pares

Fuente: Elaboración propia

El precio calculado es 38.44, se redondea a S/.39.00

El precio unitario promedio calculado de cada par es S/. 6.50

Precio de bolsa x 12 pares

Rubro	S/.
12 unidades zapatitos	53.90
Bolsa	0.20
Costo total	54.10
Utilidad 20%	10.82
Valor de venta	64.92
Descuento 5%	3.25
Valor venta con descuento	61.67
IGV	11.10
Precio venta calculado	72.78
Precio de Lista	73.00

Tabla 39. Cálculo del precio de bolsa x 12 pares

Fuente: Elaboración propia

El precio calculado es S/. 72.78, se redondea a S/. 73.00

El precio unitario promedio calculado de cada par es S/. 6.08

Para efectos de simplificar los cálculos, cuando se necesite el precio de un par de zapatitos, se utilizará el promedio de los dos valores; en consecuencia, el precio unitario de cada par de zapatitos es: S/. 6.29 (Incluido IGV) y S/. 5.33 (Sin IGV)

5.2. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto en el cual los ingresos son iguales a los egresos; es decir, en este punto la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas.

La fórmula para calcular el punto de equilibrio en unidades es:

$$P:E: (\text{Unidades}) = CF / (Pu - Cvu)$$

Donde:

CF: Costo fijo total

Pu: Precio unitario

CVu: Costo variable unitario

a) Costo fijo total

	Anual S/.
COSTOS PRODUCCIÓN	
Mano de obra directa	14,415
Servicio de diseño	2,000
Alquiler Local	8,400
Electricidad	771
Agua	508
Depreciación	409
Materiales varios	110
Mantenimiento	254
GASTOS DE ADMIN. Y VENTAS	
Remuneraciones	44,430
Teléfono + Internet	1,220
Material oficina	508
Movilidad compras	2,880
Depreciación	1,528
Amortización	670
Servicio marketing digital	7,200

Servicio contador	4,600
Comprobante de pago	127
Gastos publicidad y promoción	6,000
Dominio y hosting Internet	250
GASTOS FINANCIEROS	
Intereses	2,194
TOTAL S/.	98,475

Tabla 40. Costos fijos totales

Fuente: Elaboración propia

b) Precio unitario

El precio se ha calculado de la siguiente manera:

El precio unitario es S/. 5.33

c) Costo variable unitario

El costo variable unitario es de S/. 0.73

Aplicando la fórmula de punto de equilibrio obtenemos:

$$\text{P.E. (Unidades)} = 98,475 / (5.33 - 0.73) = 21,383 \text{ unidades}$$

Ahora se calcula el punto de equilibrio en soles:

$$\text{P.E. (soles)} = \text{P.E. (unidades)} \times \text{Pu} = 21,383 \times 5.33 = \text{S/. } 114,010$$

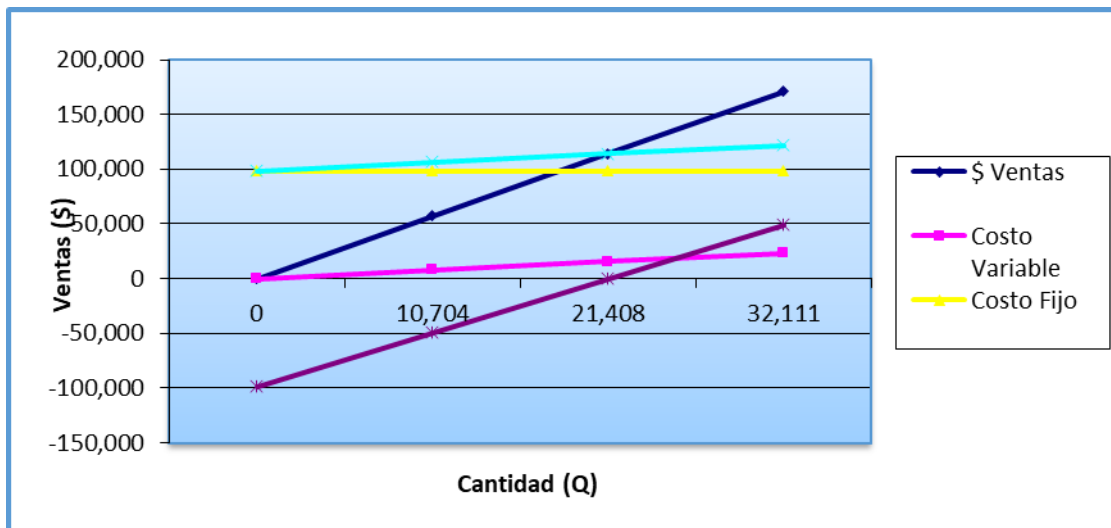


Figura 29 Punto de equilibrio para la empresa BABY SHOES SRL

Fuente: Elaboración propia

Para alcanzar el punto de equilibrio la empresa BABY SHOES SRL deberá vender 21,383 UNIDADES.

5.2. Estado de ganancias y perdidas

Empresa BABY SHOES S.R.L.
Estado de Ganancias y pérdidas
Del 1 de enero al 31 de diciembre

	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos	133,942	147,336	162,070	178,277	199,339
Ventas	133,942	147,336	162,070	178,277	196,105
Liquidacion					3,234
Egresos					
Costo de Ventas	44,712	46,134	47,938	64,337	66,520
Utilidad Bruta	89,231	101,202	114,132	113,940	132,820
Gastos Administración y Marketing	69,414	70,077	70,807	71,610	72,493
Utilidad Operativa	19,817	31,125	43,325	42,330	60,326
Gastos financieros	2,194	864	0	0	0
Resultados antes de Impuestos	17,623	30,261	43,325	42,330	60,326
Impuestos a las ganancias	5,287	9,078	12,997	12,699	18,098
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	12,336	21,183	30,327	29,631	42,228

Tabla 41. Estado de resultados proyectado 2021 – 2025

Fuente: Elaboración propia

5.3. Presupuesto de ingresos

Los ingresos de la empresa están determinados por las ventas de los productos y se ha considerado un crecimiento anual del 10%.

Presentación		2021	2022	2023	2024	2025
Bolsa x 6	Cantidad	2,496	2,745	3,020	3,322	3,654
	Precio unitario	39.00	39.00	39.00	39.00	39.00
	Sub-total	97,327	107,059	117,765	129,542	142,496
Bolsa x 12	Cantidad	832	915	1,007	1,107	1,218
	Precio unitario	73.00	73.00	73.00	73.00	73.00
	Sub-total	60,725	66,798	73,477	80,825	88,908
Total S/.		158,052	173,857	191,243	210,367	231,404

Tabla 42 Presupuesto de ingresos

Fuente: Elaboración propia

5.4. Presupuesto de egresos

Rubro	2021	2022	2023	2024	2025
Costos de operaciones					
Servicio de diseño	2,360	2,360	2,360	2,360	2,360
Servicio de corte	3,067	3,251	3,577	3,934	4,328
Alquiler Local	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400
Electricidad	910	964	1,061	1,167	1,284
Agua	600	600	600	600	600
Materiales varios	130	130	130	130	130
Mantenimiento	300	300	300	300	300
Total costos de operaciones S/	15,767	16,006	16,428	16,891	17,401
Gastos administrativos y ventas					
Remuneraciones	44,430	44,430	44,430	44,430	44,430
Teléfono + Internet	1,440	1,440	1,440	1,440	1,440
Material oficina	600	660	726	799	878
Movilidad compras	2,880	2,880	2,880	2,880	2,880
Servicio marketing digital	7200	7200	7200	7200	7200
Servicio contador	4600	4600	4600	4600	4600
Comprobante de pago	150	165	181	199	219
Gastos publicidad y promoción	6000	6600	7260	7986	8785
Dominio y hosting Internet	250	250	250	250	250
Total Gastos admin. y ventas S/	67,550	68,225	68,967	69,784	70,682
Gastos financieros					
Intereses	2,194	864			
Total gastos financieros S/	2,194	864			
Total egresos S/.	85,511	85,095	85,395	86,675	88,084

Tabla 43 Presupuesto de egresos

Fuente: Elaboración

5.5. Flujo de Caja proyectado

Rubros/Años	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
INGRESOS						
Ventas		158,052	173,857	191,243	210,367	231,404
Otros ingresos						3,817
Aporte de socios	26,217					
Préstamo de bancos	10,000					
TOTAL INGRESOS	36,217	158,052	173,857	191,243	210,367	235,220

EGRESOS						
Compra activos fijos	15,800					
Mano de obra directa		14,415	14,415	14,415	28,830	28,830
Compra de materia prima		13,630	13,902	15,314	16,846	18,530
Gastos de fabricación		15,767	16,006	16,428	16,891	17,401
Gastos administración y ventas		67,550	68,225	68,967	69,784	70,682
Impuesto a la renta			5,287	9,078	12,997	12,699
Total egresos	15,800	111,362	117,835	124,202	145,348	148,143
Inversiones						
Activos fijos tangibles	-9,100					
Activos fijos intangibles	-6,700					
Capital de trabajo	-20,417					
Flujo de caja económico	-36,217	46,690	56,022	67,041	65,019	87,078
Préstamo banco	10,000					
Amortización préstamo banco		4,335	5,665			
Gastos financieros		2,194	864			
Flujo de caja financiero	-26,217	40,162	49,493	67,041	65,019	87,078

Tabla 44 Flujo de caja proyectado

Fuente: Elaboración propia

5.6. Balance general

EMPRESA BABY SHOES S.R.L. BALANCE GENERAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	20,417	Préstamo bancario	10,000
Total, Activo Corriente	20,417	Total, pasivo	10,000
ACTIVO NO CORRIENTE			
Equipos y muebles	9,100	PATRIMONIO	
Activos intangibles	6,700	Capital Social	26,217
Total, Activo No Corriente	15,800	Total, patrimonio	26,217
TOTAL, ACTIVO	36,217	TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	36,217

Tabla 45. Balance general

Fuente: Elaboración propia

6. EVALUACIÓN

Para la evaluación del proyecto de negocio se utilizarán los siguientes indicadores: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Índice Beneficio/Costo, Período de Recuperación de Capital o Pay Back. Para la evaluación es también importante calcular el WACC.

a) Cálculo del WACC

El WACC, de las siglas en inglés Weighted Average Cost of Capital, es la tasa que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros y generar el valor presente en un proyecto de inversión.

Esta tasa es la que se utilizará como costo de oportunidad en la evaluación.

La fórmula para su cálculo es la siguiente:

$$WACC = K_d * \frac{D}{D + C} * (1 - t_c) + K_c * \frac{C}{D + C}$$

Donde:

Kd: Costo de la deuda financiera: 30.7%

tc: Tasa de impuesto a la renta: 30%

Kc: Costo de oportunidad de capital: 25%

D: Valor de la deuda: S/. 10,000

C: Valor del capital propio: S/. 26,217

El resultado es que el WACC es = 24.03%

b) Cálculo del VANE

El Valor Actual Neto (VAN) es la cantidad de riqueza que genera el proyecto de negocio.

Para aprobar o desaprobar el proyecto se debe seguir la siguiente regla de decisión:

- Si el VAN es > 0 , se acepta el proyecto.
- Si el VAN es $= 0$, el proyecto es indiferente.
- Si el VAN es < 0 , se rechaza el proyecto.

c) Cálculo de TIRE

La Tasa Interna de Retorno TIR, es el impuesto tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero.

Para aprobar o desaprobar un proyecto, la regla de decisión es la siguiente:

- Si la $TIR > WACC$, el proyecto se acepta.
- Si la $TIR = WACC$, el proyecto es indiferente.
- Si la $TIR < WACC$, se rechaza.

d) Cálculo de la relación B/C

La relación Beneficio Costo es la relación entre los VAN de los ingresos y egresos del proyecto.

Para aprobar o desaprobar un proyecto, la regla de decisión es que:

- Si $B/C > 1$, el proyecto se acepta.
- Si $B/C = 1$, el proyecto es indiferente.
- Si $B/C < 1$, el proyecto se rechaza.

e) Cálculo del período de recuperación de capital (Pay Back)

Es el tiempo en que se calcula se recuperará la inversión efectuada por los socios.

A continuación, se realizará la evaluación económica y financiera del proyecto de negocio.

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Del flujo de caja proyectado extraemos el flujo de caja económico (Tabla 73).

Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
(36,217)	46,690	56,022	67,041	65,019	87,078

Tabla 46. Flujo de caja económico

Fuente: Elaboración propia

a) Valor Actual Neto Económico (VANE)

El VANE calculado es S/. 130,120 y es mayor que cero; por lo tanto, se acepta el proyecto.

b) Tasa Interna de Retorno (TIRE)

La TIRE calculada es 143% y al ser mayor que la WACC (24-05%), se acepta el proyecto.

c) Relación Beneficio/Costo

La relación Beneficio/costo es 1.48, al ser mayor que uno, se acepta el proyecto.

d) Período de recuperación de capital (Pay Back)

El Pay Back es de un año, un tiempo interesante para que los socios recuperen su inversión.

6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

Del flujo de caja proyectado extraemos el flujo de caja financiero (Tabla 74).

Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
(26,217)	40,162	49,493	67,041	65,019	87,078

Tabla 47. Flujo Financiero

Fuente: Elaboración propia

A continuación, analizaremos los resultados:

a) Valor Actual Neto Financiero (VANF)

El VANF calculado es S/. 282,575; al ser mayor que cero, se acepta el proyecto.

b) Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF)

La TIRE calculada es 174%, que es mayor a la WACC; por lo tanto, se acepta el proyecto.

c) Período de recuperación de capital (Pay Back)

El Pay Back es de un año; por lo tanto, se acepta el proyecto.

6.3. Evaluación Social

INDICADORES	MEJORAS
PEA	AUMENTO DEL % DE PEA POR NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO OFRECIDOS.
AUMENTO DE OFERTA Y DEMANDA PRODUCTOS TEXTILES	ACESIBILIDAD A PRODUCTOS ALTERNATIVOS PARA DIFERENTES SECTORES EN BASE A SU PRECIO
TARIFAS DE INSUMOS PARA LA PRODUCCION (BROCHES, OJALES Y EVILLAS)	NEGOCIACIÓN DE PROVEDORES, MEJORAS DE PRECIOS Y ALTERNATIVAS DE CALIDAD
MANO DE OBRA CALIFICADA	REQUERIMIENTO DE PERSONAL ESPECIALIZADO EN COSTURA Y TEJIDO ARTESANALES
PRECIOS MAS COMPETITIVOS	DIFERENCIACIÓN DE CALIDAD DE PRODUCTOS Y VARIEDAD

Tabla 48 Evaluación social

Fuente: Elaboración propia

6.4. Impacto Ambiental

IMPACTO ECOLOGICO	SUSTENTACIÓN
POR SU CAPACIDAD DE RECUPERACIÓN: IMPACTO RECUPERABLE	MEDIANTE LA FABRICACION DE BOTAS DE BEBE A BASE DE TELAS RECICLADAS (RETAZOS) VAMOS A CONSEGUIR MITIGAR LA CONTAMINACION AMBIENTAL QUE PRESENTA HOY EN DIA AL REALIZAR COMERCION Y PRODUCCION EN LA INDUSTRIA TEXTIL.
POR LA EXTENSIÓN: IMPACTO DE UBICACIÓN CRÍTICA	NO ABASTECEN LA DEMANDA DEL MERCADO INTERNO GENERANDO PRECIOS ALTOS, ENFOCANDO SU BENEFICIO EN LA EXPORTACIÓN COMO UN RECURSO PRINCIPAL DE SUS INGRESOS, DESATENDIENDO EL MERCADO NACIONAL EN LOS SECTORES CON UNA CAPACIDAD ECONOMICA BAJA.

Tabla 49 Impacto Ambiental

Fuente: Elaboración propia

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

1. Tanto los parámetros de evaluación económica como los de evaluación financiera nos señalan que el proyecto es rentable y por lo tanto los socios deben aceptar el proyecto y ejecutarlo.
2. Existe un mercado interesante que se puede explotar, la empresa espera atender al 15% del mismo y en los siguientes años ampliar la participación en el mercado.
3. Se concluye que de acuerdo a los resultados de la investigación, se puede afirmar que las ventas por volumen es una opción adecuada para nuestro negocio cuando el mercado responde favorablemente a su demanda insatisfecha para lo cual estos son los tres puntos fuertes a atacar: a) La localización de nuestro producto a ofrecer a nuestro cliente final, b) Estrategia de precios de acuerdo a la estacionalidad del producto y c) Calidad del producto al tener una selección asertiva de los tipos de tela a utilizar para cada trabajo.
4. Se concluye que, de acuerdo a los resultados de la investigación, se deberá poner como pilar fundamental para el desarrollo de la puesta en marcha del plan de negocio ofrecer un producto de calidad y de bajo precio, y al mismo tiempo contribuir al cuidado del medio ambiente mediante el reciclaje de retazos de telas ya que hoy en día se tiene que desarrollar empresa conjuntamente con el cuidado del planeta.
5. Se concluye que, de acuerdo a los resultados de la investigación, se deberá cumplir con el presupuesto planeado y minimizar los costos de producción para obtener mayores ganancias, sin quitarle valor al producto.

7.2. Recomendaciones

1. Se recomienda poner en ejecución el proyecto para aprovechar la oportunidad que el mercado ofrece.

2. Se recomienda que en el contacto con los clientes se investigue, qué otro producto afín se puede introducir al mercado para atender las necesidades de los clientes.
3. Es indispensable que se tenga como uno de nuestras principales herramientas brindar un producto novedoso y a la vez económico para los padres de familia con el fin de poder captar la mayor parte de nuestro mercado en base a las estrategias comerciales que se desarrollen a lo largo de nuestra puesta en marcha.
4. Se recomienda para reforzar aspectos comerciales desarrollar un programa efectivo de marketing con el fin de que nuestro producto llegue a todas las personas que lo requieran sobre todo a las que no tengan fácil acceso a nuestros canales de comunicación.
5. Es importante controlar los gastos de cada área de la empresa con el fin de evitar en el largo plazo hacer un mal uso de los recursos económicos, así como también los recursos productivos como son materias primas, maquinarias y equipos.

8. REFERENCIAS

Domicilio legal de la empresa BABY SHOES S.R.L. Recuperado de <https://goo.gl/maps/cfn9vRdJESdQtzxW6>

Requisitos para tramitar licencia de funcionamiento MUNICIPALIDAD DE ATE Recuperado de <http://www.muniate.gob.pe/ate/licenciasFuncionamiento.php>

Registro de Marca y Otros Signos - INDECOPI Recuperado de <https://indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>

Flujograma de los Procedimientos de Licencia de Funcionamiento Recuperado de <http://www.muniate.gob.pe/ate/licenciasFuncionamiento.php>

Pasos para inscribirte al RUC usando la Preinscripción por Internet Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/como-me-inscribo-en-el-ruc>

Segmentación del mercado de ate para la puesta en marcha de una empresa de confecciones en base a información técnica de la población Recuperado de

<http://sige.inei.gob.pe/sige/> (Sistema de información geográfica para emprendedores)

Segmentación del mercado de ate de acuerdo a los ingresos per-cápita Recuperado de <http://sige.inei.gob.pe/sige/> (Sistema de información geográfica para emprendedores)

Cabrera, G. (2019). Beneficios laborales de las Mypes. LP pasión por el derecho.

<https://lpderecho.pe/beneficios-laborales-mypes-gabriela-cabrera-ruiz/>

9. APÉNDICES