



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

CARTERAS STYLES BAG

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en las siguientes carreras:**

**YAMEL KASSANDRA PILCO VILLALOBOS –
Negocios Internacionales**

**LUIS HOMERO RIVERA SANCHEZ –
Negocios Internacionales**

**HANS CHRISTIAN BALAREZO BUCCOLINI –
Marketing y Gestión Comercial**

**INES FILOMENA NAOLA YUCRA –
Contabilidad**

**MARCO VARA ARCOS –
Ingeniería Industrial**

**Asesor:
Cristina Elizabeth Chichizola Fajardo**

**Lima – Perú
2017**

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
Capítulo I: INFORMACIÓN GENERAL	4
1.1 Nombre de la Empresa – Horizonte de Evaluación	4
1.1.1 Horizonte de Evaluación	4
1.2 Actividad Económica, código CIIU, Partida Arancelaria	4
1.3 Definición del Negocio – Modelo Canvas.....	5
1.4. Descripción del Producto.....	7
1.5 Oportunidad del Negocio.....	8
1.5.1 Por el Lado de la Oferta.....	10
1.5.2 Por el Lado de la Demanda.....	10
1.6 Estrategia Genérica de la Empresa	11
Capítulo II: Análisis del entorno.....	12
2.1 Análisis del Macro Entorno	12
2.1.1 Del País.....	12
2.1.1.1 Perú, Capital, ciudades importantes, Número de habitantes.....	12
2.1.1.2 Tasa de Crecimiento de la población, Ingreso per cápita. PEA, % PEA	13
2.1.1.3 Balanza comercial: importaciones y exportaciones. Producto: Importaciones y exportaciones.	14
2.1.1.4 PBI –Inflación, Tasa de Interés, Tipo de Cambio, Riesgo país.	15
2.1.1.5 Leyes o reglamentos vinculados	17
2.1.2 Del Sector	17

2.1.2.1	Mercado Internacional.....	18
2.1.2.2	Mercado del Consumidor.....	20
2.1.2.3	Mercado de proveedores	22
2.1.2.4	Mercado Competidor	23
2.1.2.5	Mercado Distribuidor.....	23
2.1.2.6	Leyes o Reglamentos vinculados al proyecto	23
2.2	Análisis Del Micro Entorno	24
2.2.1	Competidores actuales: nivel de competitividad	24
2.2.2	Fuerza Negociadora de los clientes	28
2.2.3	Fuerza Negociadora de los proveedores	28
2.2.4	Amenaza de productos sustitutos	28
2.2.5	Competidores potenciales barreras de entrada	29
Capítulo III PLAN ESTRATEGICO		30
3.1	Visión y Misión	30
3.2	Análisis FODA	31
3.3	Objetivos.....	32
Capítulo IV: Estudio de mercado.....		33
4.1.	Investigación de mercado	33
4.1.1.	Criterios de segmentación.	33
4.1.2.	Marco muestral.	37
4.1.3.	Entrevistas a profundidad	38
4.1.4.	Focus Group	42
4.1.5.	Encuestas.	47
4.2.	Demanda y oferta	54
4.2.1.	Estimación del mercado potencial.	54

4.2.2. Estimación del mercado disponible.....	57
4.2.3. Estimación del mercado efectivo.....	58
4.2.4. Estimación del mercado objetivo	60
4.2.5. Frecuencia de compra.....	61
4.2.6. Cuantificación anual de la demanda.....	62
4.2.7. Estacionalidad.....	63
4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado:.....	63
4.3. Mezcla de marketing.....	69
4.3.1. Producto.....	69
4.3.2. Precio.....	74
4.3.3. Plaza.....	75
4.3.4. Promoción.....	77
4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.	77
4.3.4.2. Promoción para todos los años:	82
Capítulo V: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	83
5.1 Estudio Legal.....	83
5.1.1 Forma Societaria.....	83
5.1.2 Registro de Marcas y Patentes.....	85
5.1.3 Licencias y Autorizaciones.....	85
5.1.4 Legislación Laboral	86
5.1.5 Legislación Tributaria.....	88
5.1.6 Otros aspectos legales.....	88
5.2 Estudio Organizacional.....	89
5.2.1 Organigrama Funcional.	89
5.2.2 Servicios Tercerizados.....	89

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo	89
5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.	96
5.2.5 Aspectos Laborales.....	97
Capítulo VI: ESTUDIO TÉCNICO	106
6.1. Tamaño del Proyecto.....	106
6.1.1 Capacidad Instalada.....	106
6.1.2 Capacidad utilizada.....	106
6.1.3 Capacidad Máxima	108
6.2 Procesos	109
6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción	109
6.2.2 Programa de producción.....	113
6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos	117
6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.	123
6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.	131
6.3 Tecnología para el proceso.....	132
6.3.1. Maquinarias.....	132
6.3.2. Equipos.	134
6.3.3. Herramientas	135
6.3.4 Utensilios.....	135
6.3.5 Mobiliario.	135
6.3.6 Útiles de oficina.....	136
6.3.7 Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.	137
6.3.8 Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	137
6.3.9 Programa de compras posteriores.....	138
6.4 Localización	142

6.4.1	Macro localización.	142
6.4.2	Microlocalización.	145
6.4.3	Gastos de adecuación.....	146
6.4.4	Gastos de servicios.	148
6.4.5	Plano del centro de operaciones.	152
6.4.6	Descripción del centro de operaciones.	152
6.5	Responsabilidad social frente al entorno.	153
6.5.1	Impacto ambiental.	153
6.5.2	Con los trabajadores.	155
6.5.3	Con la comunidad.....	155
Capítulo VII: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERA.....		158
7.1	Inversiones.....	158
7.1.1	Inversión en Activo Fijo Depreciable.....	158
7.1.2	Inversión en Activo Intangible.	161
7.1.3	Inversión en Gastos Pre-Operativos.	162
7.1.4	Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).	163
7.1.5	Liquidación del IGV.....	166
7.1.6	Resumen de estructura de inversiones.....	166
7.2	Financiamiento	167
7.2.1	Estructura de financiamiento.	167
7.2.2	Financiamiento del activo fijo.	168
7.3	Ingresos anuales	170
7.3.1	Ingresos por ventas.	170
7.3.2	Recuperación de capital de trabajo.....	171
7.3.3	Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	172

7.4	Costos y gastos anuales	173
7.4.1	Egresos desembolsables	173
7.4.1.1	Presupuesto de materias primas e insumos.	173
7.4.1.2	Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	176
7.4.1.3	Presupuesto de costos indirectos.	178
7.4.1.4	Presupuesto de gastos de administración.	182
7.4.1.5	Presupuesto de gastos de ventas.....	185
7.4.2	Egresos no desembolsables	189
7.4.2.1	Depreciación.....	189
7.4.2.2	Amortización de intangibles.....	190
7.4.2.3	Gasto por activos fijos no depreciables.....	191
7.4.3	Costo de producción unitario y costo total unitario.....	192
7.4.4	Costos fijos y variables unitarios.....	194
Capítulo VIII: Estados financieros proyectados		197
8.1	Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.	197
8.2	Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	198
8.3	Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.	199
8.4	Flujo de Caja Operativo	200
8.5	Flujo de Capital.	200
8.6	Flujo de Caja Económico.	202
8.7	Flujo del Servicio de la deuda.....	202
8.8	Flujo de Caja Financiero.....	203
Capítulo IX: Evaluación económico financiera		204
9.1	Cálculo de la tasa de descuento	204
9.1.1	Costo de oportunidad.....	204

9.1.1.1	CAPM.....	204
9.1.1.2	COK propio.....	204
9.1.2	Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).	205
9.2	Evaluación económica financiera.....	205
9.2.1	Indicadores de Rentabilidad	205
9.2.1.1	VANE y VANF.....	206
9.2.1.2	TIRE y TIRF, TIR modificado.....	206
9.2.1.3	Período de recuperación descontado.	206
9.2.1.4	Análisis Beneficio / Costo (B/C).....	207
9.2.2	Análisis del punto de equilibrio.....	207
9.2.2.1	Costos variables, Costos fijos.	207
9.2.2.2	Estado de resultados (costeo directo).	208
9.2.2.3	Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.....	208
9.2.2.4	Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.	208
9.3	Análisis de sensibilidad y de riesgo.....	208
9.3.1	Variables de entrada.	209
9.3.2	Variables de salida.....	209
9.3.4	Análisis unidimensional.	209
9.3.5	Análisis multidimensional.	212
9.3.6	Variables críticas del proyecto.	213
9.3.7	Perfil de riesgo.....	213
	CONCLUSIONES.....	214
	RECOMENDACIONES.....	215
	ANEXOS	217
	BIBLIOGRAFIA	229

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción del Producto.....	7
Tabla 2 Competidores	10
Tabla 3. Capital, Ciudades Importantes, Superficie	12
Tabla 4. Número de Habitantes	12
Tabla 5 Tasa de Crecimiento	13
Tabla 6 PEA.....	13
Tabla 7 Ingreso per Cápita.....	13
Tabla 8 Balanza Comercial	14
Tabla 9 PBI	15
Tabla 10. Inflación.....	15
Tabla 11 Tasa promedio activa en moneda nacional PYME.....	16
Tabla 12 Tipo de Cambio	16
Tabla 13 Riesgo País.....	17
Tabla 14 Principales consumidores de bolsos y carteras	20
Tabla 15 Principales productores alternativos de cuero	22
Tabla 16 FODA.....	31
Tabla 17 Población y hogares según distritos de la zona 2 y 8 de Lima Metropolitana en el 2016 (En Miles)	33
Tabla 18. Variables de Segmentación demográfica.....	34
Tabla 19. Población de Lima Metropolitana por Grupos de Edad en el 2016.....	34
Tabla 20. Dimensiones Psiciográficas de nivel socio-económico b y c	35
Tabla 22 Categorías de Segmentación conductual del comprador	36
Tabla 23 Cálculos del Marco Muestral.....	37
Tabla 24. Cambios según el Focus Group	44

Tabla 25 Criterios de segmentación.....	54
Tabla 26 PEA Femenina	55
Tabla 27 Mercado Potencial (Porcentaje de personas del total de población)	56
. Tabla 28 Mercado Potencial por distrito proyectado en 4 años.....	57
Tabla 29 <i>Fórmula Mercado Disponible</i>	58
Tabla 30 Disponible por distritos proyectado por 5 años	58
Tabla 31 Fórmula Mercado Efectivo	59
Tabla 32 Mercado Efectivo por distritos proyectado por 5 años	59
Tabla 33 Participación de Empresas competidoras en el mercado	60
Tabla 34 Crecimiento porcentual de participación del mercado por años.....	60
Tabla 35 Fórmula de Mercado Objetivo	61
Tabla 36 Mercado Objetivo por distritos proyectado por 5 años.....	61
Tabla 37 Cuantificación anual de la demanda	62
Tabla 38 Demanda anual por unidades	62
Tabla 39 Precio venta al canal	63
Tabla 40 Programa de ventas por meses (Primer Año)	64
Tabla 41 Programa de ventas por meses (Segundo Año)	64
Tabla 42 Programa de ventas por meses (Tercer Año).....	65
Tabla 43 Programa de ventas por meses (Cuarto Año)	65
Tabla 44 Programa de ventas por meses (Quinto Año)	65
Tabla 45 Programa de ventas totales	66
Tabla 46 Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Primer Año).....	66
Tabla 47 Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Segundo Año).....	67
Tabla 48 Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Tercer Año)	67
Tabla 49 Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Cuarto Año).....	67

Tabla 50 Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Quinto Año).....	68
Tabla 51 Programa de ventas finales (Por unidades).....	68
Tabla 52 Cuadro Comparativo.....	74
Tabla 53 Plan de Promoción	82
Tabla 54 Forma Societaria	83
Tabla 55 Capital Social.....	84
Tabla 56 Actividades y Valorización Forma Societaria	84
Tabla 57 Especificaciones de la marca	85
Tabla 58 Actividades y Valorización Patentes	85
Tabla 59 Actividades y Valorización Licencias	86
Tabla 60 Actividades y Valorización Laboral	87
Tabla 61 Actividades y Valorización Legislación Tributaria	88
Tabla 62 Servicios Tercerizados.....	89
Tabla 63. Perfil puesto Gerente general.....	90
Tabla 64- Perfil puesto Asistente Administrativo.....	91
Tabla 65- Perfil puesto Contador.....	92
Tabla 66- Perfil puesto Jefe de Ventas	92
Tabla 67- Perfil puesto Jefe de Producción y Calidad.....	93
Tabla 68 Perfil puesto Vendedor	94
Tabla 69- Perfil puesto operario de producción.....	96
Tabla 70- Servicios tercerizados	96
Tabla 71- Forma de contratación Puestos de trabajo	97
Tabla 72 - Forma de contratación Servicios tercerizados.....	97
Tabla 73 Planilla 2017(diciembre).....	98
Tabla 74 Planilla 2018	99

Tabla 75 Planilla 2019	100
Tabla 76 Planilla 2020	101
Tabla 77 Planilla 2021	102
Tabla 77 Planilla 2022	103
Tabla 78 Planilla todos los años.....	104
Tabla 79 Gastos por Servicios Tercerizados.....	104
Tabla 80 Horario puesto de trabajo.....	105
Tabla 81 Criterios capacidad instalada	106
Tabla 82 Capacidad Instalada	106
Tabla 83 Criterios capacidad utilizada.....	107
Tabla 84 Capacidad máxima.....	108
Tabla 85 Cuadro de Actividades durante el proceso	111
Tabla 86 Demanda anual	113
Tabla 87 Factores.....	113
Tabla 88 Programa producción dic 2017-2018.....	114
Tabla 89 Programa de producción 2019	114
Tabla 90 Programa producción 2020	115
Tabla 91 Programa producción 2021	115
Tabla 92 Programa producción 2022	116
Tabla 93 <i>Resumen programa de producción anual</i>	116
Tabla 94 - Receta Base	117
Tabla 95 - Distribución del marroquín.....	117
Tabla 96 - Necesidad de materia prima 2018	118
Tabla 97 Necesidad de materia prima 2019.....	119
Tabla 98- Necesidad de materia prima 2020	120

Tabla 99- Necesidad de materia prima 2021	121
Tabla 100- Necesidad de materia prima 2022	122
Tabla 101 Unidades de compra.....	123
Tabla 102 - Equivalencia de compra	123
Tabla 103 - Programa de compras 2018	124
Tabla 104- Programa de compras 2019	125
Tabla 105- Programa de compras 2020	126
Tabla 106-Programa de compras 2021	127
Tabla 107 - Programa de compras 2022	128
Tabla 108 Resumen de Compras Unidades	129
Tabla 109 Resumen de Compras Soles.....	130
Tabla 110 - Requerimiento mano de obra.....	131
Tabla 111 Equipos	134
Tabla 112 Herramientas	135
Tabla 113 Utensilios	135
Tabla 114 Mobiliario	135
Tabla 115 Útiles de oficina	136
Tabla 116 Reposición herramientas y utensilios	137
Tabla 117 Programa de compra de utensilios por unidades	138
Tabla 118 Programa de compra de utensilios en soles	138
Tabla 119 Especificaciones para la compra de herramientas	139
Tabla 120 Programa de Compras de herramientas por unidades.....	139
Tabla 121 Programa de Compras de herramientas por soles.....	140
Tabla 122 – Programa de Compras Útiles de oficina por unidades.....	140
Tabla 123 Programa de Compras Útiles de oficina por soles	141

Tabla 124 - Matriz macro localización	144
Tabla 125 Matriz de micro localización	146
Tabla 126 - Gastos Acondicionamiento Local.....	147
Tabla 127 - Costo Transporte	148
Tabla 128 Costo Transporte Proyectado.....	148
Tabla 129 - Costo Delivery.....	148
Tabla 130 - Costo Delivery Proyectado.....	148
Tabla 131 - Costo Servicio de Luz	149
Tabla 132 - Costos Servicio de Agua	149
Tabla 133 Servicios Generales.....	150
Tabla 134 Servicios Producción	150
Tabla 135 Servicios Ventas	151
Tabla 136 Servicios Administración.....	151
Tabla 137 Campaña de Reciclaje.....	154
Tabla 138 - Campaña de utilización del agua.....	155
Tabla 139 - Con los trabajadores	155
Tabla 140 - Calendario responsabilidad social	156
Tabla 141 Presupuesto Anual de Responsabilidad Social	157
Tabla 142 Activos Fijos Depreciables	158
Tabla 143 Depreciación	159
Tabla 144 Cuadro Resumen de Activos Fijos Depreciables.....	160
Tabla 145 Inversión Activo Intangibles.....	161
Tabla 146 Inversión en Gastos Preoperativos.....	162
Tabla 147 Bienes no despreciables	163
Tabla 148 Ingreso Efectivo Capital de Trabajo	164

Tabla 149 Determinación del capital de trabajo por el método de déficit acumulado	165
Tabla 150- Liquidación del IGV	166
Tabla 151 Resumen de estructuras de inversiones	166
Tabla 152 Estructura de Financiamiento	167
Tabla 153 Aporte de cada socio.....	167
Tabla 154 - Especificaciones del financiamiento	168
<i>Tabla 157 Préstamo Activo Fijo</i>	169
Tabla 158 - Resumen Préstamo Activo Fijo Por años	170
Tabla 159 - Programa ventas unidades	170
Tabla 160 - Margen de ganancia por canal	170
Tabla 161 - Programa ventas soles	171
Tabla 162 - Recuperación de Capital de Trabajo.....	171
Tabla 163 Valor de Desecho Neto del Activo Fijo.....	172
Tabla 164 - Materia Prima Unidades	173
Tabla 165 - Materia Prima Soles	174
Tabla 166 - Materia Prima por canal	175
Tabla 167 - Presupuesto MOD	176
Tabla 168 - Resumen MOD por años	177
Tabla 169 - Especificaciones de la elaboración por concepto MOD.....	177
Tabla 171 - Presupuesto material indirecto	178
Tabla 170- Presupuesto de mano de obra indirecta	178
Tabla 172 - Conceptos Planilla MOI	179
Tabla 173- Presupuesto de servicios indirectos	180
Tabla 175- FLUJO DE CAJA (CIF).....	181
Tabla 176- Presupuesto Gastos Administrativos Planilla.....	182

Tabla 177- Presupuesto Materiales Gastos administrativos	182
Tabla 178- Presupuesto Servicios Gastos administrativos	183
Tabla 179- Presupuesto Responsabilidad Social Gastos administrativos.....	184
Tabla 180- Presupuesto EGP Gastos Administrativos.....	184
Tabla 181- Presupuesto Flujo de caja Gastos Administrativos	185
<i>Tabla 182- Presupuesto Gastos Ventas Planilla</i>	<i>186</i>
Tabla 183- Presupuesto Materiales Gastos Ventas	187
Tabla 185- Presupuesto Publicidad.....	188
Tabla 186- Presupuesto EGP Gastos de Ventas	188
Tabla 187- Presupuesto Flujo de Caja Gastos de Ventas	189
Tabla 188- Depreciación.....	189
Tabla 189 - Amortización de intangibles.....	190
Tabla 190 - Total de egresos no desembolsables.....	190
Tabla 191- Gasto por activos fijos no depreciables.	191
Tabla 192- Costo de producción unitario.....	192
Tabla 193- Costo de Producción unitario promedio	192
Tabla 194- Resumen de costos unitarios	193
Tabla 195- Margen unitario	193
Tabla 196- Costos fijos y variables.....	194
Tabla 197- Resumen de costos unitarios	195
Tabla 198- Estado de Ganancias y Pérdidas sin Gastos Financieros.....	198
Tabla 199- Estado de Ganancias y Pérdidas (Escudo Fiscal)	199
Tabla 200- Flujo de Caja Proy. Operativo	200
Tabla 201- Flujo de Capital	201
Tabla 202- Flujo de Caja Económico	202

Tabla 203- Flujo de Caja de la deuda	202
Tabla 204- Costo de Oportunidad (COK).....	204
Tabla 205- Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	205
Tabla 206- Indicadores de Rentabilidad	207
Tabla 207- Costos variables, Costos fijos.....	207
Tabla 208 - Estado de resultados (costeo directo)	208
Tabla 209- Punto de Equilibrio en unidades y moneda	208
Tabla 210- Variables de Entrada.....	209
Tabla 211- Variables de salida.....	209
Tabla 212- Análisis unidimensional	209
Tabla 213- Variación Demanda	210
Tabla 214- Variación -Costo Materia Prima.....	210
Tabla 215- Variación costo de personal.....	212
Tabla 216- Análisis de Sensibilidad Multidimensional	212

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Público Objetivo	10
Figura 2. IPC Lima Metropolitana.....	18
Figura 3. Principales exportadores de bolsos y de carteras	19
Figura 4 Población estimada por sexo y por departamento	20
Figura 5. Distribución Demográfica	20
Figura 6. Segmentación Demográfica.....	21
Figura 7. Ingresos y Gastos según NSE	22
Figura 8. Fuerzas de Porter	24
Figura 9 Modelo de carteras Platanitos.....	25
Figura 10- Modelo de carteras ALDA	26
Figura 11- Modelo de carteras Tizza	27
Figura 12 - Modelo de carteras CREPIER.....	27
Figura 13. Entrevista Competencia.....	39
Figura 14- Entrevista Producción	40
Figura 15 – Entrevista Experto	41
Figura 16 - Focus Group 1	43
Figura 17. Focus Group 2	46
Figura 18. ¿Cuántos años tienes?.....	47
Figura 19. ¿En qué distrito vive?	47
Figura 20. ¿Cuál es el salario que percibe?.....	47
Figura 21. Indique su estado civil	48
Figura 22. ¿Suele usted usar carteras?	48
Figura 23. ¿Estaría dispuesto a comprar carteras innovadoras?	48
Figura 24. ¿Qué tipo de carteras usa frecuentemente?	49

Figura 25. ¿De la cartera que compra cual es la característica que valora más? (Marcar varias opciones)	49
Figura 26. ¿Cuántos modelos de carteras Ud. posee?	49
Figura 27. ¿Dónde suele comprar sus carteras?	50
Figura 28. ¿Cómo se enteró de la existencia de su tienda preferida?	50
Figura 29. ¿Con qué frecuencia usa carteras?	50
Figura 30. ¿Cuántas carteras bags pack compraría en un año?	51
Figura 31. ¿Cuánto invertirías en la compra de nuestra cartera de 3 diseños?	51
Figura 32. ¿Estaría usted interesado en comprar una cartera que pueda convertirse en 3 diseños distintos?	51
Figura 33. De las opciones mencionadas, marque los packs intercambiables que les gustaría incluir.....	52
Figura 34. ¿De qué material desearía obtener la cartera?	52
Figura 35. ¿Qué tamaño le gustaría adquirir la cartera?	52
Figura 36. ¿Qué color de cartera le gustaría adquirir? Ponderar del 1 al 5 los colores de su preferencia, 1 el que más le agrada.	53
Figura 37. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?	53
Figura 38. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse del producto? (Marque todas las opciones con sus respectivos rangos)	53
Figura 39. ¿En qué fecha del año compraría nuestro producto?	54
Figura 40 - Logo antiguo BagsPack.....	69
Figura 41 - Logo nuevo StylesBag	70
Figura 42 - Empaque Antiguo.....	70
Figura 43 - Empaque Nuevo	71
Figura 44 - Etiquetas	71

Figura 45 - Cartera Base	72
Figura 46 - Primer Pack	72
Figura 47 - Segundo Pack	73
Figura 48 - Tercer Pack	73
Figura 49- Módulo Mall del Sur	76
Figura 50 - Módulo Mega Plaza	76
Figura 51. Medios por donde llegar al cliente	78
Figura 52 - Pagina Web (Campaña de intriga)	79
Figura 53 - Polo Publicitario	80
Figura 54 - Tarjetas publicitarias	80
Figura 55 - Modelo de página web	81
Figura 56 - Modelo página de Facebook	81
Figura 57. Organigrama Funcional	89
Figura 58. Macrolocalización Rímac	142
Figura 59 Macrolocalización Villa el Salvador	143
Figura 60 Macrolocalización Ate	143
Figura 61. Microlocalización Rímac	145
Figura 62. Microlocalización Villa el Salvador	145
Figura 63. Plano de Centros de Operaciones	152
Figura 64 Instalaciones del Local	153
Figura 65 Campaña de Reciclaje	154
Figura 66. Campaña de Agua	154
Figura 67. Estructura de Inversiones	167
Figura 68 Estructura de Financiamiento	168
Figura 69. Riesgo País	213

RESUMEN EJECUTIVO

Para el curso de proyecto integrador se ha elaborado un estudio de evaluación de un producto innovador para el mercado de bolsos y carteras. Este nuevo producto desarrollara su propio posicionamiento en el mercado. El objetivo del trabajo y del siguiente análisis es determinar la viabilidad del proyecto.

En el capítulo I se presenta la realización de la idea de negocio de la empresa CREACIONES CREATIVAS S.A.C, la cual se basó en un estudio previo para obtener datos sobre el mercado al cual se pretende abarcar en específico, este se encuentra dentro del rubro de elaboración de carteras de cuero . El producto estará dirigido al público femenino dentro del segmento socio económico B y C de Lima Metropolitana comprendido entre un rango de edad de 18 a 45 años. Debido a las características del producto, la estrategia principal será la diferenciación.

El horizonte de evaluación de este proyecto es de 5 años y la unidad desarrolladora está comprendida por los alumnos: Naola Yucra Inés Filomena, Pilco Villalobos Yamel Kassandra , Rivera Sánchez Luis Homero , Balarezo Buccolini Hans Christian y Vara Arcos Marco Antonio

En el capítulo II se analiza el entorno macroeconómico y microeconómico para determinar el impacto de cada una de las variables sobre el proyecto. Además, se hace una incidencia en el análisis del rubro de elaboración de cartera, ya que se pretende estudiar el mercado en su totalidad, así como también tener un panorama sobre el posicionamiento de las posibles empresas competidoras indirectamente, ya que al no tener una competencia directa se tiene más cuidado al definir posibles productos semejantes al nuestro.

En el capítulo III se analiza la estrategia de la empresa a utilizar, para eso se tiene en cuenta las definiciones de la visión y misión de la empresa, por otro lado, se realiza el análisis de la empresa internamente mediante el FODA correspondiente

El capítulo IV se divide en dos partes, en la primera, se realiza el análisis de la demanda, a través de un estudio de mercado, que comprende una investigación cualitativa y cuantitativa. La investigación cualitativa se realizó a través de entrevistas a profundidad a otros empresarios con vasta experiencia en el rubro elegido, y la investigación cuantitativa a través de encuestas para determinar la demanda potencial, disponible y efectiva del proyecto. En la segunda parte, se define el plan de marketing y las características del producto, elaboración, diseño, empaque, entre otros.

En el capítulo V se presenta el marco legal al cual se regirá la empresa, se determinará la forma societaria que se adoptará, en este caso el de Sociedad Anónima Cerrada.

En el capítulo VI se establece el tamaño del proyecto y los procesos y tecnología. El tamaño máximo se estableció teniendo en cuenta la capacidad de producción, es decir el número máximo de unidades que se puede obtener de las instalaciones productivas por unidad de tiempo. De ese modo, se estableció que la cantidad máxima a producir es de 19584 carteras a fines del año 2022. En base a esto se fijó el tamaño máximo, equivalente a 9874 carteras en el primer año (12% de la capacidad instalada), 14688 carteras en el segundo año (19% de la capacidad instalada), 14688 carteras en el tercer año (19% de la capacidad instalada), 19584 carteras en el cuarto año (25% de la capacidad instalada) y 19584 en el quinto año (25% de la capacidad instalada).

En capítulo VII Se determina la inversión para desarrollar el proyecto, la financiación del activo fijo, el cual será pagado en 48 cuotas mensuales de S/ 1753.01, a una tasa de 27.89%.

En el capítulo VIII con respecto a los ingresos, el precio de venta fijado a las comercializadoras es de US S/ 120.00 y la política de venta establecida es la siguiente: 100% al contado. Por otro lado, el costo unitario del producto es de S/ 98.93 en el primer año, el mismo que disminuye en el quinto año a S/ 82.54 gracias a las economías de escala. Asimismo, el margen de utilidad unitario para el primer año es de 3% llegando a 19% en el quinto año.

En el capítulo IX, se realizó el análisis financiero del proyecto para determinar la rentabilidad del mismo, para lo cual se analizaron los principales indicadores de rentabilidad. El proyecto tiene un costo de oportunidad de 31.45% y un WACC de 27.93%, dichas tasas fueron utilizadas para el cálculo del valor actual financiero y económico respectivamente.

El VAN financiero del proyecto es equivalente a S/ 87,597 y el VAN económico es de S/ 98,847, ya que ambos indicadores superan el monto inicial de inversión, se concluye que el proyecto resulta rentable para los inversionistas. Por otro lado, la TIR financiera del proyecto es equivalente a 54.59% y la económica a 47.22%, dado que ambas superan ampliamente el costo del proyecto, este resulta altamente rentable.

Finalmente, mediante el análisis de sensibilidad se determinó que la variable que genera efectos más significativos sobre la rentabilidad del proyecto es el precio de venta del producto.

Capítulo I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre de la Empresa – Horizonte de Evaluación

La razón social de la empresa es: INVERSIONES CREATIVAS S.A.C la cual se encontrará debidamente inscrita en los registros públicos, que será una compañía de tipo Sociedad Anónima Cerrada constituida bajo Ley.

El nombre Comercial será:

- **STYLESBAG**

1.1.1 Horizonte de Evaluación

El periodo de evaluación del proyecto será de un plazo de 5 años, en el cual los primeros años será para el reconocimiento de la marca y en el transcurso del tiempo abrir nuevos locales, donde fusionaremos con modelos de inspiración peruana para dar mayor facilidad a la internacionalización.

Se establece que el horizonte de evaluación será de cinco años, es decir, del 2018 al 2022. Por lo tanto, para los cálculos que se realizarán durante este periodo se establecerá al 2017 como el año 0 y el año 2018 será el año 1.

1.2 Actividad Económica, código CIIU, Partida Arancelaria

La actividad económica que abarca principalmente la presentación de este proyecto corresponde a la manufactura.

El CIIU cuyas siglas significan Clasificación Industrial Internacional Uniforma, es una clasificación de las actividades económicas, ya sea productivas de bienes y servicios.

CIIU 1512. Fabricación de maletas, bolsos de mano, y artículos similares

La partida arancelaria corresponde a: **4202.19.00.00**

1.3 Definición del Negocio – Modelo Canvas

El proyecto comprende la fabricación y comercialización de carteras, las cuales tienen la particularidad de contener accesorios, intercambiables (diferentes tipos de asas, detalles, etc.), dichos packs intercambiables se venderán como accesorios adicionales, de esta manera cuando un cliente compra nuestro producto básico más el pack podrán transformar sus carteras hasta en tres modelos distintos.

Nuestro público objetivo es el consumidor final por lo cual contamos con un modelo de negocio B2C, los cuales estaremos dirigidos a mujeres de 18 a 45 años de la ciudad de Lima inicialmente y que pertenezcan a un nivel socio económico B y C que gusten de la moda y a la vez busquen ahorrar. El canal de distribución es la venta minorista a través de puntos de venta como módulos dentro de los centros comerciales.

Así mismo se pretende abarcar las ventas a través de medios electrónicos, llámese redes sociales, páginas web, entre otros.

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
¿Quiénes son nuestros socios clave?	¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?	¿Qué valor estamos entregando a los clientes?		¿Para quién estamos creando valor?
Entidades Financieras, debido a que necesitamos su aporte económico para el desarrollo del proyecto.		producto de calidad e innovación	Nos enfocaremos en la atención al cliente brindándole un trato personalizado donde se le brindará toda especificación necesaria de nuestro producto además de cómo realizar sus cambios de diseños.	Estamos enfocados en:
¿Quiénes son nuestros proveedores clave?	Producción de calidad y rendimiento.	producto diferenciado	Mediante las redes sociales promocionaremos los nuevos productos así nuestras clientes estarán con lo último de la moda.	Público entre 18 a 45 años.
Empresas importadoras de principales insumos :		precio asequible	Por otro lado a nuestros clientes frecuentes se les otorgaran algunas promociones y descuentos especiales.	Sector b y c con poder adquisitivo.
Multitop SAC	Atención al cliente	¿Cuál problema estamos ayudando a resolver?		Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martin de Porres)
Cueros y pieles SAC		Muchas mujeres no cuentan con el poder adquisitivo de comprar distintos diseños de carteras para poder combinarla con su vestimenta.		y Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores
Jammol EIRL.		¿Cuál necesidad estamos satisfaciendo?		Estilo de vida:
Se negociará precio especial y descuento por la cantidad de insumos.	RECURSOS CLAVE	Con nuestro producto satisfacemos esta necesidad debido a que con una de nuestras carteras base podrá diseñarla en 3 distintos diseños con la misma base y podrá combinarla con su vestimenta	CANALES	Progresista -modernas -conservadoras -formales
¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?	¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?	¿Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?	¿A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?	¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?
Capital de trabajo		Estamos ofreciendo 3 distintos tipos de carteras:		
Insumos principales	nuestra compañía requiere de :	Casual, juvenil y elegante las cuales cada una podrá cambiar en tres opciones de uso.	Nuestras ventas serán mediante : - Establecimientos en centros comerciales - Tiendas online. - Nuestro tipo de canal será directo	Nuestro público objetivo son mujeres con la mayoría de edad de poder adquirir sus productos con su propia solvencia económica y estén enfocados a las nuevas tendencias a la moda.
	Insumos de calidad			
	Mano de obra			
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTE DE INGRESOS		
¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio?		Nuestros clientes están dispuestos a pagar por nuestro producto innovador y satisfactorio.		
- Alquiles del local - Insumos (materia prima y accesorios) - Gastos de producción variables y fijos - Gastos de personal		Opciones: - En efectivo - Tarjeta		
		Nuestros ingresos de la compañía se deberán a nuestras ventas diarias en el local y en la web.		

Figura 1. Modelo de Canvas

1.4. Descripción del Producto

La empresa comercializará su producto principal, el cual corresponde a una cartera base y un pack que contiene tres accesorios, el cual permite transformarla hasta en tres variedades.

Tabla 1

Descripción del Producto

	
Modelo	Casual
Contenido	Cada modelo Base contará con 3 packs Cada pack contendrá accesorios para armar 3 modelos: ✓ Asas (3) ✓ Bolsillo externo (3) ✓ Adorno exterior (3)
Material	Cartera Base • Marroquín Accesorios • Anillos de metal • Remaches-broches • Asas decorativas(metal, cuerina)
Presentación	Gama de 1 color base.
Uso	Personal
Tipo de Bien	Carteras o Bolsos Armables
Durabilidad	Alta durabilidad y de fácil aseo

Ventajas	Económicas: Ya que para tener variedad solo compro mi pack y es como comprar tres carteras al precio de una Practicidad: Se acomoda al estilo del cliente Adaptable: Se adapta a cualquier situación
----------	--

Elaboración: Propia

1.5 Oportunidad del Negocio

El mercado nos ofrece una oportunidad de negocio con este producto, considerada para muchas un complemento en la moda, es ofrecida por una variedad de empresas y emprendimientos aún hay espacio para apostar en este nicho de mercado, ya que las mujeres siempre se renuevan. Asimismo, las carteras son un accesorio básico que toda mujer desea y compra una cartera desde que percibe ingresos.

Por ejemplo, Perú 21 (2014) afirma que el negocio de las carteras y bolsos artesanales están en crecimiento, esto es una ventaja para nuestro negocio a incursionar en términos de rentabilidad y poder cumplir las metas y objetivos de corto y mediano plazo, además, Cinthya Olivera, de Dono di Isis, detalla que cada vez hay más acogida por los bolsos artesanales, confeccionados con telares o cueros. Cabe resaltar que las mujeres buscan diseños innovadores en sus carteras¹.

Una opción de nuestro proyecto es incursionar con las ventas online, es por eso que, gracias al incremento del uso de las redes sociales y ventas por internet, nos permitirá una mayor afluencia a nuestro público objetivo, resaltando lo que el mismo diario redacta: “Una de las ventajas de este mercado es que gracias a Internet ya no se necesita un punto de venta específico. Los productos se pueden ofrecer sin mayor gasto, aprovechando las redes sociales o páginas web”.

¹ Extraído del diario Perú 21, <https://peru21.pe/vida/negocio-carteras-bolsos-artesanales-crecimiento-141523>

Asimismo, el diario Gestión (2013) respecto a nuestra competencia Platanitos afirma: Mientras las ventas en tiendas físicas han incrementado en un 20% anual, las efectuadas a través de los dos canales virtuales de venta están aumentando aproximadamente en 300% respecto al 2012, estima el jefe de Proyecto Web de la empresa. "Un 5% de todas las ventas son online"².

Asimismo, el mismo diario Perú 21 (2013) nos da ciertos alcances del uso que se le dan a las carteras. Las mujeres tienen, en promedio, cuatro carteras o bolsos a la vez, y estos son renovados constantemente, por lo que su producción siempre tendrá un mercado de venta asegurado. Mariana Guillén, fundadora de la compañía Nasha. "Se trata de adaptar a nuestro mercado las diversas tendencias. Por ejemplo, nosotros realizamos diseños funcionales, con compartimientos y bolsillos amplios para guardar rápido las cosas. Eso les da mayor comodidad a las usuarias"³

Cabe resaltar, este negocio, se puede empezar con un mínimo de dos personas: el inversionista que también puede ser el diseñador y el encargado de las ventas y un maestro costurero especializado en carteras, es decir no se necesita mucho personal para incursionar en este tipo de negocios. Asimismo, "Para las nuevas empresas será importante ofrecer diseños exclusivos", anota Guillén. Esta afirmación es importante porque nuestro negocio es innovador en la creación de nuevos diseños.

La oportunidad de nuestro negocio es ofrecer a las mujeres un producto innovador, carteras que se pueden convertir hasta en tres diseños, brindándoles una ventaja de confort a nuestras clientas.

² Extraído del Diario Gestión, <http://gestion.pe/empresas/5-ventas-platanitos-son-online-2078049>

³ Extraído del Diario Perú 21, <https://peru21.pe/opinion/carteras-gustos-125666?href=tepuedeinteresar>

Por otro lado, la inseguridad ciudadana que amenaza al país, no es un obstáculo para que las mujeres inviertan en un accesorio que complementa su vida diaria y nunca falta entre sus tenencias una cartera.

1.5.1 Por el Lado de la Oferta

Se pudo observar que no existe un competidor directo que ofrezca el mismo tipo de negocio sin embargo observamos competidores con tipo de negocios parecidos, los cuales mayormente cuentan con un respaldo de marca ganado, se ha considerado hasta 4 negocios reconocidos como competidores.

Tabla 2 *Competidores*

Competencia	Tipo	Ubicación	Precio Promedio
PLATANITOS	Carteras y zapatos	Centros Comerciales	S/. 90.00
TIZZA	Carteras	Malls	S/. 140.00
ALDA	carteras	Malls	S/. 400,00
CREPIER	Carteras	Malls	S/. 130,00

Elaboración: Propia

Entre los competidores tenemos a PLATANITOS el cual es una empresa conocida de gran trayectoria, y conocida por ofrecer productos a precios económicos, sin embargo no ofrecen el producto que ofrecemos ni ninguno innovador. TIZZA, ALDA, CREPIER, son marcas reconocidas, de gran calidad pero caracterizadas principalmente por mantener precios por encima del promedio.

1.5.2 Por el Lado de la Demanda

Nuestro mercado objetivo se encuentra en el sector de jóvenes y jóvenes adultos entre 18 y 45 años quienes por generación tienden a buscar alternativas innovadoras poseen como característica la inmediatez además de siempre estar en busca de probar cosas nuevas.

Según la figura adjunta nos muestra algunos datos de nuestro público objetivo y vemos que la mayoría de este grupo interactúa a través de las redes sociales.

Figura 1 Público Objetivo Fuente: Ipsos⁴

⁴ <https://www.ipsos.com/es-pe>



Según Porter, la primera estrategia genérica es la diferenciación del producto o servicio, es decir que el cliente perciba al producto ofrecido como único y exclusivo, y de esta manera estar bien diferenciado de la competencia, por lo que después de analizar la situación decidimos que es el método de la diferenciación como estrategia genérica para la empresa.

Mediante el método elegido, basaremos las fortalezas del producto en sus características únicas, que lo hace diferente, para ello basaremos el plan de negocio en resaltar esas particularidades, ofreciendo, variedad de colores bases, diseño atractivo, material durable, etc.

Capítulo II: Análisis del entorno

2.1 Análisis del Macro Entorno

2.1.1 Del País

2.1.1.1 Perú, Capital, ciudades importantes, Número de habitantes

Tabla 3.

Capital, Ciudades Importantes, Superficie

Capital	Lima
Ciudades Importantes	Lima, Trujillo, Arequipa, Chiclayo, Tacna, Piura, Cuzco, Juliaca, Huancayo, Iquitos
Superficie	1'285,215.60 km

Fuente: INEI⁵

Tabla 4.

Número de Habitantes

Año	Nro. Habitantes
2012	30.135.875
2013	30.475.144
2014	30.814.175
2015	31.151.643
2016	31.488.625

Fuente: INEI

Según el INEI ha habido un aumento de la población lo cual resulta cuando es mayor los nacimientos y las inmigraciones que las defunciones y las emigraciones, por tal efecto la población aumenta, esto es positivo para el proyecto debido a que a mayor crecimiento mayor posibilidad de ingresos.

⁵ www.inei.gob.pe

2.1.1.2 Tasa de Crecimiento de la población, Ingreso per cápita. PEA, % PEA

Tabla 5

Tasa de Crecimiento

Año	Tasa crecimiento de la población
2012	1,13%
2013	1,13%
2014	1,11%
2015	1,10%
2016	1,08%

Fuente: INEI⁶

Tabla 6

PEA

Año	PEA
2012	15 949 115
2013	16 222 896
2014	16 502 210
2015	16 782 745
2016	17 062 409

Fuente: INEI

Tabla 7

Ingreso per Cápita

Año	Ingreso per Cápita	Variación %
2012	14.308	4,90%
2013	14.977	4,70%
2014	15.161	1,20%
2015	15.485	2,10%
2016	17.852	15.28%

Fuente: BCRP/ INEI – Elaboracion: Propia

⁶ www.inei.gob.pe

Según el BCRP, y el INEI y los datos obtenidos, el ingreso per cápita el cual es el conjunto de remuneración obtenida por los habitantes de un país en un periodo determinado, generalmente un año. Con lo cual podemos comparar entre países o medir la variación porcentual. (BCRP)

Por los datos obtenidos podemos afirmar que el ingreso per cápita se incrementó en un 200% entre el año 2005 y 2015⁷, esto se debe a que en dicho periodo el Perú viene experimentando un crecimiento constante, por lo tanto, podemos concluir que al haber mayor poder adquisitivo los peruanos tienden a consumir más.

2.1.1.3 Balanza comercial: importaciones y exportaciones. Producto: Importaciones y exportaciones.

Tabla 8

Balanza Comercial

Año	Balanza Comercial FOB (Millones \$)
2012	6.393
2013	504
2014	-1.509
2015	-3.150
2016	1.730

Fuente: BCRP⁸ - Elaboración: Propia

Al analizar los datos podemos observar que en el 2015 estimamos una balanza comercial negativa lo que nos indicaba que las importaciones fueron superiores a las exportaciones, sin embargo ya para el 2016 estimamos una recuperación situación que es positivo para nuestro proyecto, por otro lado, en la actualidad nuestro país cuenta con tratados de libre comercio, entre otros acuerdos internacionales, que facilitan las exportaciones, con lo cual podemos como empresa proyectarnos hacia la internacionalización.

⁷ <http://www.elperuano.pe/noticia-entre-2005-y-2015-ingreso-per-capita-aumento-200-36072.aspx>

⁸ www.bcrp.gob.pe

2.1.1.4 PBI –Inflación, Tasa de Interés, Tipo de Cambio, Riesgo país.

Tabla 9

PBI

Año	PBI
2012	473.049
2013	508.131
2014	543.144
2015	574.880
2016	606.406

Fuente: INEI⁹

Elaboración: Propia¹⁰

Podemos observar según el crecimiento del PBI en la Tabla Nro. 9 anualmente nos encontramos en un crecimiento como país de acuerdo al nivel de producción del mismo, sin embargo, también se pudo observar una desaceleración de la economía y un ligero aumento de la inflación situación que tomaremos en cuenta para los cálculos financieros.

Tabla 10.

Inflación

Año	IPC
2012	3,66
2013	2,81
2014	3,25
2015	3,55
2016	3,59

Fuente: Latin Focus¹¹

Elaboración: Propia

Según la tasa promedio de las cifras obtenidas del BCRP¹², podemos observar que estos van en aumento por lo que el costo de obtener un crédito ahora es superior esto es un punto en contra ya que se recurrirá a los bancos comerciales para la financiación del crédito, por lo que es importante tomar en cuenta el aumento de los costos financieros.

⁹ www.inei.gob.pe

¹¹ <http://www.latin-focus.com/spanish/countries/peru/pereisum.htm>

¹² www.bcrp.gob.pe

Tabla 11

Tasa promedio activa en moneda nacional PYME

Año	TAMN
2012	29,90%
2013	28,23%
2014	26,91%
2015	31,38%
2016	32,75%

*Fuente: INEI¹³**Elaboración: Propia*

En la siguiente Tabla N.º 12 por tipo de cambio podemos ver que por ello es más recomendable el trabajar con moneda nacional, y ya que en la realización de nuestro proyecto, las compras de insumos son al 100% en soles por lo tanto es en esta moneda la que nos conviene trabajar, por otro lado nuestro riesgo país ha ido aumentando llegando a su punto superior en el año 2015 sin embargo este se encuentra con tendencia a disminuir por lo que este aspecto es positivo ya que por este factor nos miden los inversionistas extranjeros, los cuales podrían interesarse en nuestra marca en un futuro.

Tabla 12

Tipo de Cambio

Año	Tipo de Cambio
2012	2,6376
2013	2,7019
2014	2,8384
2015	3,1844
2016	3,3996

Fuente: BCRP¹⁴

¹⁴ http://www.bcrp.gob.pe/Espanol/WEstadistica/Cuadros/Anuales/216/Anexo_26.xls

Tabla 13

Riesgo País¹⁵

Año	Tipo de Cambio
2012	117
2013	177
2014	182
2015	240
2016	170

Fuente: Latin Focus¹⁶

2.1.1.5 Leyes o reglamentos vinculados

Ley N° 2688721

La presente Ley se encarga de regular las formas de constitución de las empresas mediante normas y disposiciones generales para toda organización las cuales están sujetas a un régimen legal especial. (Peruano)¹⁷

2.1.2 Del Sector

Según el sector el subgrupo de fabricación de carteras se encuentra catalogado dentro de vestido y calzado, por lo cual podemos observar que ha habido un incremento de su IPC esto puede deberse al cambio de temporada por la estacionalidad de las fechas.

¹⁵ http://www.mef.gob.pe/propuesta/ESPEC/economia/JSR_Comercio_BID_22.05.2003_final.pdf

¹⁶ <http://www.latin-focus.com/spanish/countries/peru/perembisprd.htm>

¹⁷ <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-establece-la-eliminacion-progresiva-del-regimen-espe-ley-n-29849-773613-1/>

Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana Junio 2017

Grupos de Consumo	Ponderación	Variación %		
		Junio 2017	Ene - Jun.17	Jul.16 - Jun.
Índice General	100,000	-9,16	1,02	2,73
1. Alimentos y Bebidas	37,818	-0,45	1,37	3,37
2. Vestido y Calzado	5,380	0,14	0,68	1,42
3. Alquiler de Vivienda, Combustible y Electricidad	9,286	0,09	-1,49	1,14
4. Muebles y Enseres	5,753	0,07	0,74	2,09
5. Cuidados y Conservación de Salud	3,690	0,06	0,89	2,91
6. Transportes y Comunicaciones	16,455	-0,09	-0,61	1,51
7. Esparcimiento, Servicios Culturales y de Enseñanza	14,930	0,07	3,43	3,77
8. Otros Bienes y Servicios	6,688	0,06	1,13	2,79

Figura 2. IPC Lima Metropolitana

Fuente: INEI¹⁸

2.1.2.1 Mercado Internacional

Analizando el sector, se puede definir como el principal competidor a nivel internacional se encuentra China, el cual cuenta como una infinidad de empresas dedicadas a producir materiales y componentes para la industria, así como una mano de obra especializada, y bastante económica en comparación con países sudamericanos. De la misma manera los chinos no tan solo producen variedad, sino se distinguen por su producción de alto volumen por lo que de esa manera pueden abaratar costos, así mismo buscan que sus productos sean de diseños creativos.¹⁹

¹⁸ <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/price-indexes/>

¹⁹ <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/china/cifras-comercio-exterior>

SA4	Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016 ^v
	Mundo	56.209.470	61.067.517	62.146.922	61.550.542	60.106.450
+	China ⁱ	25.309.632	27.586.307	27.122.137	28.201.561	24.923.194
+	Italia ⁱ	5.973.992	6.818.633	7.310.877	6.457.949	6.511.886
+	Francia ⁱ	5.712.569	5.845.617	5.986.363	5.456.328	5.910.447
+	Hong Kong, China ⁱ	6.045.206	5.541.631	5.184.950	4.707.941	4.181.536
+	Viet Nam ⁱ	1.300.237	1.687.111	2.244.206	2.546.968	3.619.876
+	Alemania ⁱ	1.312.479	1.426.357	1.580.979	1.476.525	1.601.292

Figura 3. Principales exportadores de bolsos y de carteras

Fuente: Trademap²⁰

²⁰ [http://www.trademap.org/\(X\(1\)S\(qmvfytrym5vme04505q2fyec\)\)/Country_SelProduct_TS.aspx?nv](http://www.trademap.org/(X(1)S(qmvfytrym5vme04505q2fyec))/Country_SelProduct_TS.aspx?nv)

2.1.2.2 Mercado del Consumidor

Según el siguiente cuadro se puede observar el crecimiento poblacional tanto de hombres como de mujeres lo cual estima un crecimiento de 3% según fuentes oficiales del INEI.

DEPARTAMENTO Y PROVINCIA	2012			2013			2014			2015		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
PERÚ	30,135,875	15,103,003	15,032,872	30,475,144	15,271,062	15,204,082	30,814,175	15,438,887	15,375,288	31,151,643	15,605,814	15,545,829
LIMA	9,395,149	4,583,424	4,811,725	9,540,996	4,651,967	4,889,029	9,689,011	4,721,605	4,967,406	9,838,251	4,791,877	5,046,374

Figura 4 Población estimada por sexo y por departamento

Fuente: INEI²¹

Si hablamos a nivel mundial, según el cuadro adjunto podemos observar los principales consumidores, de los cuales es Estados Unidos el principal importador, por lo que podemos afirmar que existe un amplio mercado para la internacionalización de nuestro producto

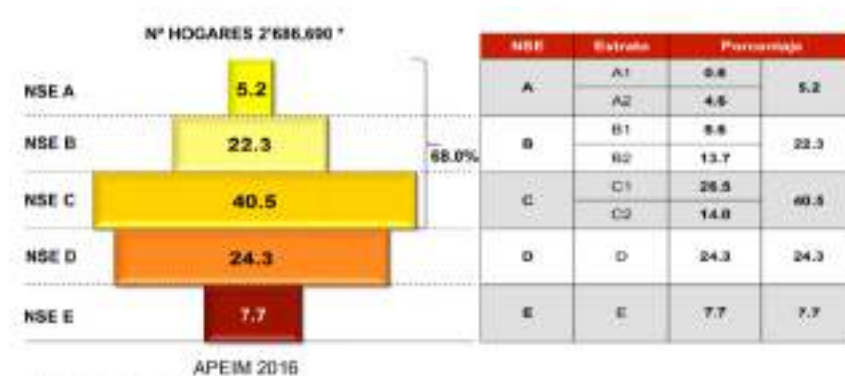
Tabla 14

Principales consumidores de bolsos y carteras

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	55759274	58048381	61086973	58845359	58635703
Estados Unidos de América	10491047	11052237	11466383	12012739	11173240
Japón	5744099	5316589	5212131	4871679	5123676
Hong Kong, China	5369392	5213083	5249911	4701494	4209318
Francia	3537558	3446918	3716782	3436011	3534824

Fuente: Trademap²²

Figura 5. Distribución Demográfica



²¹ www.inei.gob.pe

²² <http://www.trademap.org/Index.aspx>

En un estudio realizado por la empresa Apeim²³, el 5% de la población se encuentra ubicado en un nivel socioeconómico A, mientras que el 62.8% está entre el B y C, el público al quien vamos dirigido, que de acuerdo a sus hábitos de consumo, según las condiciones socioeconómicas e ingresos en el nivel B el 74% de las personas poseen trabajo dependiente, y el 54% cuenta con alguna tarjeta de crédito o acceso a la banca, estos datos son importantes para la segmentación del público objetivo ya que el proyecto va dirigido aquellas mujeres con poder adquisitivo, en su mayoría mujeres jóvenes con trabajos de oficina o de relaciones, mayormente profesionales, y con preferencia hacia la tecnología.



Figura 6. Segmentación Demográfica

Fuente: APOYO²⁴

Según los estudios realizados, el nivel de vida de los peruanos se ha ido incrementando, este gana un poco más, es más optimista, y emprendedor, así mismo se ve una marcada tendencia a consumir en bienes que antes era considerado un lujo, así mismo podemos observar que las mujeres han tomado un papel más protagónico en los puestos de dirección, por ello es importante el cuidar su imagen y la inversión en productos que acompañen esa visión.

²³ <http://apeim.com.pe/>

²⁴ <https://www.ipsos.com/es-pe/apoyo-opinion-y-mercado>

PROMEDIOS	Lima Metropolitana							
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – <i>gasto promedio</i>	S/. 688	S/. 997	S/. 787	S/. 692	S/. 709	S/. 662	S/. 582	S/. 467
Grupo 2 : Vestido y Calzado – <i>gasto promedio</i>	S/. 96	S/. 263	S/. 136	S/. 67	S/. 92	S/. 76	S/. 62	S/. 44
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la vivienda – <i>gasto promedio</i>	S/. 256	S/. 566	S/. 382	S/. 236	S/. 258	S/. 195	S/. 153	S/. 84
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – <i>gasto promedio</i>	S/. 110	S/. 611	S/. 165	S/. 65	S/. 71	S/. 55	S/. 45	S/. 37
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – <i>gasto promedio</i>	S/. 126	S/. 301	S/. 175	S/. 117	S/. 133	S/. 87	S/. 77	S/. 53
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – <i>gasto promedio</i>	S/. 209	S/. 861	S/. 381	S/. 150	S/. 168	S/. 116	S/. 74	S/. 46
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Espectáculos – <i>gasto promedio</i>	S/. 233	S/. 879	S/. 375	S/. 182	S/. 200	S/. 151	S/. 95	S/. 58
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – <i>gasto promedio</i>	S/. 113	S/. 266	S/. 154	S/. 101	S/. 109	S/. 86	S/. 72	S/. 57
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 3,119	S/. 7,362	S/. 4,248	S/. 2,848	S/. 3,012	S/. 2,527	S/. 2,034	S/. 1,479
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL *	S/. 3,927	S/. 10,860	S/. 5,606	S/. 3,446	S/. 3,649	S/. 3,875	S/. 2,321	S/. 1,584

Figura 7. Ingresos y Gastos según NSE

Fuente: Apeim²⁵

2.1.2.3 Mercado de proveedores

Los principales insumos se obtienen de la importación generalmente, según cuadro adjunto

Tabla 15

Principales productores alternativos de cuero

Exportadores	valor exportada en 2012	valor exportada en 2013	valor exportada en 2014	valor exportada en 2015	valor exportada en 2016
China	377207	456550	604003	597919	605855
Hungría	178518	204234	266582	291267	329423
Italia	125414	181483	241625	240979	320206
Francia	358406	309876	186163	261301	283760
Estados Unidos de América	172801	179248	163606	171741	175532

Fuente: Trademap

Para ello, para fines de la elaboración del producto, se puede distinguir entre los principales importadores²⁶ de la materia prima, quienes nos abastecerían del material para la fabricación de las carteras a empresas como Multitop SAC, Cueros y Pieles Suaquita, Jammol EIRL

²⁵ <http://apeim.com.pe/>

²⁶ Información de importadores se encuentra en el Anexo N° 5

2.1.2.4 Mercado Competidor

Dentro del rubro como lo mencionamos, no existe ninguna marca que fabrique ni que se especialice en un producto innovador como el presentado, por lo que tomaremos como competidores²⁷ a las empresas especializadas en bolsos, y carteras

Aunque los estudios realizados hacia este producto son limitados según los datos presentados, es un producto que presenta gran proyección y crecimiento pero en el que existe un alto nivel de competencia, entre los más destacados tenemos a empresas como: Platanitos, Tizza, Alda y Crepier

2.1.2.5 Mercado Distribuidor

En la actualidad la materia prima para la comercialización del producto elegido es el Marroquín, el cuero sintético, en sus diversas presentaciones, también está el etileno de vinilo que es como un producto de goma impermeable, de buen acabado, mayormente estos productos son importados de la China, con la cual contamos con TLC firmados, por ello son productos de bajo costo, sin embargo son conocidos por la poca durabilidad situación que afrontaremos colocando una costura especial, y accesorios duraderos.

Son los grandes almacenes importadores los que realizan la compra del proveedor asiático, y estos los distribuyen en el mercado limeño, a través de empresas especializadas, una vez realizada las compras se procede a la fabricación y posteriormente a la distribución en los puntos de venta.

2.1.2.6 Leyes o Reglamentos vinculados al proyecto

LEY N° 29571 Código de Protección y Defensa del Consumidor²⁸

²⁷ Información de competidores se encuentra en el Anexo N° 6

²⁸ Ley N° 29571 se encuentra en el Anexo N°7

Artículo 13.- Finalidad La protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera,

Artículo 18.- Idoneidad Se entiende por idoneidad la correspondencia entre lo que un consumidor espera y lo que efectivamente recibe, en función a lo que se le hubiera ofrecido

2.2 Análisis Del Micro Entorno

Para el análisis del Micro entorno utilizaremos las 5 Fuerzas de Porter:

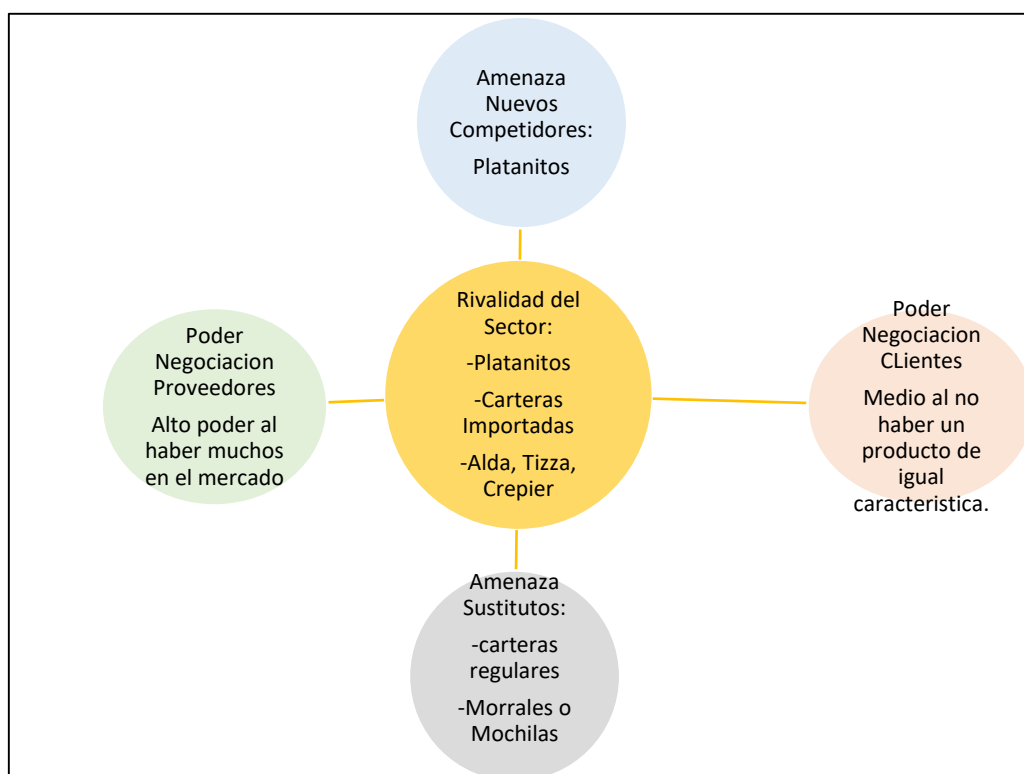


Figura 8. Fuerzas de Porter
Elaboración: Propia

2.2.1 Competidores actuales: nivel de competitividad

Los competidores al que nos enfrentaremos se encuentran ubicados dentro de los Mall o Centros Comerciales en las zonas a ubicar nuestros módulos comerciales.

A) PLATANITOS: Es una cadena, la cual, el cual se dedica a la comercialización principalmente de zapatos, y en forma adicional, venden bolsos y carteros a precios económicos, sin embargo, los productos ofrecidos generalmente son de material importante.

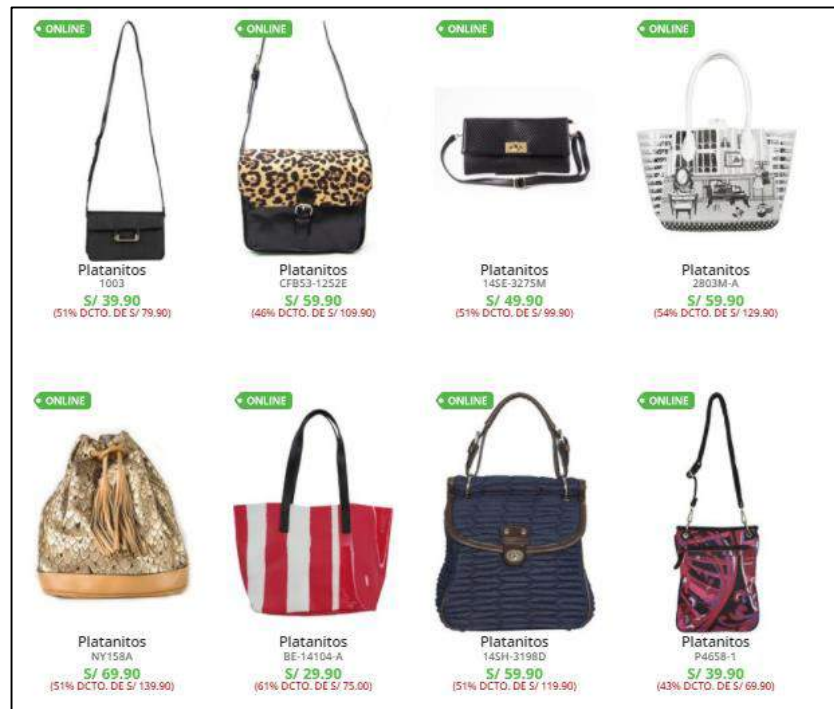


Figura 9 Modelo de carteras Platanitos

- **Puntos de Venta:** En la actualidad cuentan con 38 tiendas en Lima y 14 en provincia
- **Estrategia de Publicidad:** platanitos cuenta con cobertura de tiendas muy amplia por lo cual esa es su mayor fuente de publicidad, además de ahora contar con un canal de ventas online: www.platanitos.com.pe
- **Tiempo en el mercado:** Desde 1991 con el nombre de Bananas Boutique, con una tienda familiar en Miraflores.
- **¿Qué se puede imitar?**

La variedad de productos con los que cuenta la empresa con ello pudo lograr el posicionamiento. Lo estratégico de la ubicación de sus puntos de ventas.

B) GRUPO ALDA: Es una marca especializada en bolsos, carteras, y mochilas, se caracteriza principalmente por su calidad, sin embargo, sus precios son altos y poco asequibles.



Figura 10- Modelo de carteras ALDA

Puntos de venta: En la actualidad cuentan con 38 tiendas en Lima y 14 en provincia

- **Estrategia de Publicidad:** Las carteras Alda aplican la diferenciación, al ir sus productos dirigidos hacia un sector, estas son conocidas como finas y selectas, cuentan con una tienda online : <http://www.grupoalda.com>
- **Tiempo en el mercado:** Cuenta con 40 años de presencia en el mercado, desde 1972.
- **¿Qué se puede imitar?**

La calidad y distinción de productos y la exclusividad de sus modelos

Sus productos son hechos artesanalmente, no en serie es por ello la exclusividad del mismo.

C) TIZZA: Es una marca nacional exclusiva de bolsos, carteras, y otros accesorios se caracteriza por su acabado y sus diseños originales y exclusivos



Figura 11- Modelo de carteras Tizza

- **Puntos de venta** : En la actualidad cuentan con 11 tiendas en Lima y 6 en provincia
- **Estrategia de Publicidad:** La principal publicidad es a través de redes sociales, y de su cadena de tiendas : <http://www.grupoalda.com>
- **Tiempo en el mercado:** Desde el año 2000
- **¿Qué se puede imitar?**

El diseño de sus carteras ya que son simples pero elegantes muy al gusto de las mujeres modernas.

D) CREPIER: Es internacional exclusiva reconocida se caracteriza por su acabado y sus diseños

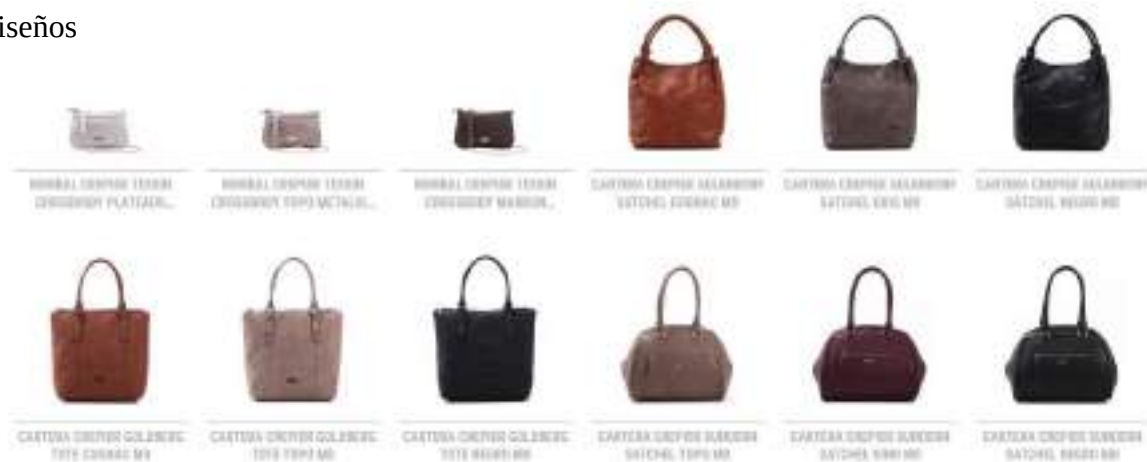


Figura 12 - Modelo de carteras CREPIER

- **Puntos de venta** : En la actualidad cuentan con 10 tiendas en Lima y 5 en provincia

- **Estrategia de Publicidad:** La principal publicidad es localidad de sus productos, asimismo realiza cierrapuertas online, entre otras ofertas, y cuenta con una tienda outlet especializada: <http://www.crepier.com>
- **Tiempo en el mercado:** desde el año 1978
- **¿Qué se puede imitar?**

Crepier utiliza el modelo de franquicia el cual al lograr el posicionamiento se podría imitar.

E) CARTERAS IMPORTADAS: Estas generalmente se pueden encontrar alrededor del centro de lima, se caracteriza por sus bajos precios, sin embargo, la calidad de las mismas es bastante baja, son productos importados de la China, por lo cual la calidad no es la mejor.

2.2.2 Fuerza Negociadora de los clientes

El producto con el que se está ingresando al mercado es un producto novedoso e innovador que no cuenta con competencia directa, sin embargo, al ser un producto nuevo, el cliente tiene la libre elección.

Esto es una oportunidad ya que al ser un producto nuevo y causa novedad en incentivar a que los clientes prueben, por ello su poder es medio.

2.2.3 Fuerza Negociadora de los proveedores

El poder que cuentan los proveedores es bajo al haber cantidad de los mismos que ofrecen los mismos productos, sin embargo, es fundamental trabajar continuamente con uno para preservar la calidad.

Esta situación es una oportunidad ya que al haber gran cantidad de ofertantes es posible negociar precios.

2.2.4 Amenaza de productos sustitutos

Existen variedad de alternativas, y diferentes marcas, sin embargo, la novedad de nuestro hace posible que esta amenaza sea baja

- Mochila
- Maletas
- Carteras Simples

2.2.5 Competidores potenciales barreras de entrada

Se debe considerar principalmente que las empresas de distribución como Platanitos, entre otras, puede contemplar copiar la innovación del producto, y al contar con mayor respaldo, esta competencia, si podría afectarnos.

Capítulo III

PLAN ESTRATEGICO

3.1 Visión y Misión

- **Misión**

Somos una empresa innovadora dirigida al público femenino, que brinda productos innovadores, fabricados con insumos de alta calidad, contamos con personal altamente capacitada y motivada, para ofrecer no tan solo una necesidad sino brindar una experiencia de satisfacción a nuestros consumidores.

- **Visión**

“Ser reconocida a nivel nacional como marca líder, en innovación ,servicio al cliente y generación de bienestar a su entorno”

3.2 Análisis FODA

Tabla 16

FODA

	FORTALEZAS F1. Conocimientos solidos del mercado F2. Formación Académica de los socios F3. Innovación y Creatividad	DEBILIDADES D1. Nuevos en el Mercado D2. No cuenta con cartera de clientes iniciales D3. Inversión inicial
OPORTUNIDADES O1 Incrementar clientes al probar nuestros productos O2 captar clientes de la competencia O3 E-commerce en crecimiento así como las redes sociales para el posicionamiento	FO (Estrategia Ofensiva) F3/O1/O2 Ofreciendo una calidad de servicio se podrá captar y retener clientes F2/O2 Por los conocimientos adquiridos se podrán plasmar estrategias para captar clientes F3 /O3 Brindar Soporte personalizado atreves de las redes sociales para darnos a conocer	DO (Estrategia Adaptativa) D1/O1 La curiosidad de los clientes seria aprovechada para fidelizar a los cliente D3/O3 Dentro de la inversión sería incluir la publicidad en Redes sociales para intentar abarcar el mercado
AMENAZAS A1 Locales tienen altos costos de alquiler A2 Consumidores inestables A3 Inestabilidad Económica por los acontecimientos climáticos y políticos	FA (Estrategia Reactiva) F1/A1 Al tener productos diferentes se podrá elevar el precio hacia adelante F3/A2 mediante el Servicio se fidelizara a los clientes F2/A3 En los lugares donde se ubican nuestras tiendas no ha sido mayormente afectado	DA (Estrategia Defensiva) D3/A1/A3 Plan de marketing de bajo costo D2/A2 Lanzamiento con bajos costos y promociones

3.3 Objetivos

A corto plazo (hasta 1 año)

Ser una empresa que vende carteras innovadoras y accesibles al consumidor con facilidades tecnológicas de pago.

Lograr un nivel de ventas equivalentes a S/500,000 en el primer año.

A mediano plazo (1 a 2 años)

Tener instalados dos módulos en los centros comerciales de Mega plaza y Mall del Sur. Lograr un incremento de las ventas en un 20% y reducir los costos en un 10%

A largo plazo (2 a 3 años)

Tener presencia en dos centros comerciales más, Jockey plaza y real plaza de Santa Anita para así ganar posicionamiento de la marca.

Capítulo IV: Estudio de mercado

4.1. Investigación de mercado

4.1.1. Criterios de segmentación.

Segmentación Geográfica:

Este tipo de segmentación divide el mercado en unidades geográficas como naciones, estados, regiones, provincias, ciudades o vecindarios que influyen en los consumidores. En nuestro caso utilizará como criterio la división por zonas distritales

- Zona 2: Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres
- Zona 8: Surquillo, Barranco, Chorrillos y San Juan de Miraflores

Estos fueron escogidos de la distribución de niveles por zona por APEIM, por lo cual se determinará el número de personas por distritos.

Tabla 17

Población y hogares según distritos de la zona 2 y 8 de Lima Metropolitana en el 2016 (En Miles)

Zona	Distrito	Población	%	Hogares
2	Independencia	220,2	2,2	66,8
2	Los Olivos	377	3,7	105,8
2	San Martín de Porres	711,3	7,1	172,5
8	Surquillo	93,2	0,9	32,4
8	Barranco	30,6	0,3	10,7
8	Chorrillos	330,5	3,3	88
8	San Juan de Miraflores	409,8	4,1	105,8
	Total, Zona 2 y 8	2172,6	21,6	582
	Total, Lima Metropolitana	9030,8	89,8	2425,4
	% de participación	24,06%	24,05%	24,00%

Fuente: CPI²⁹

Elaboración: Propia

29 Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública

- Segmentación Demográfica

En esta segmentación se considera todas las características que sean relevantes para crear un perfil de los consumidores, se tomó en cuenta las siguientes variables:

Tabla 18.

Variables de Segmentación demográfica

Variable	Descripción
Edad	Entre 18 y 45 años
Género	Femenino
Ingresos	Aproximadamente S/. 3000 netos
Nivel educativo	Secundaria terminada
Clase social	B-C

Fuente: APEIM³⁰

Elaboración: Propia

Especificación de análisis por edad para la elección del rango utilizado:

Tabla 19.

Población de Lima Metropolitana por Grupos de Edad en el 2016

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	
	MILES	%
00 - 05 años	951.4	9.5
06 - 12 años	1104.3	11
13 - 17 años	834.5	8.3
18 - 24 años	1324	13.2
25- 39 años	2459.4	24.3
40 - 45 años	1918.4	19.1
46 - + años	1463.2	14.6
TOTAL	10055.2	100

Fuente: APEIM

Elaboración: Propia

³⁰ <http://apeim.com.pe/>

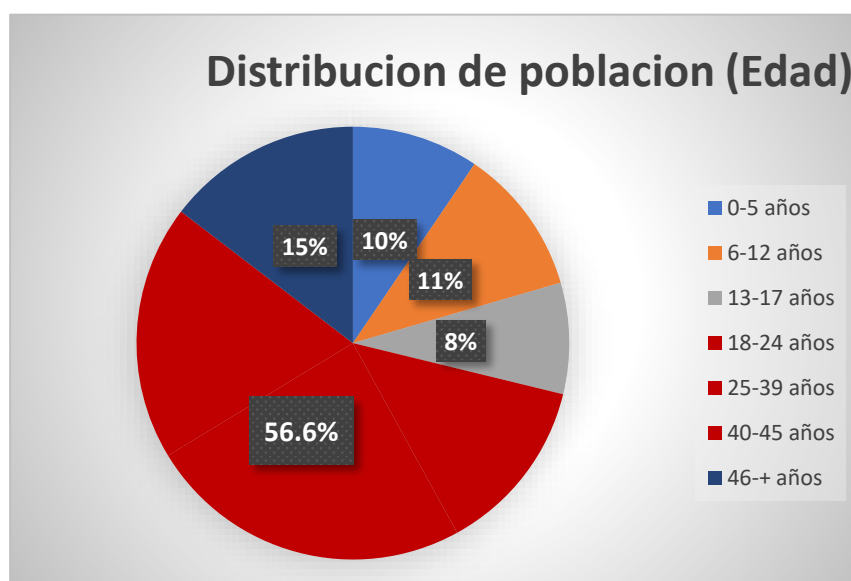


Diagrama 1. Distribución de población

- Segmentación Psicográfica:

Esta segmentación busca dividir a los consumidores tomando en cuenta ciertos factores psicológicos (gustos y preferencias) usando dimensiones de personalidad, características de estilo de vida y valores.

Tabla 20.

Dimensiones Psiciográficas de nivel socio-económico b y c

Dimensión	Tipo	Descripción
Personalidad	Socializador	Extrovertido, a la moda
	Apertura para la experiencia	Imaginativo, apreciador de las artes. Encuentra nuevas soluciones
Estilo de vida	Sofisticados	Segmento mixto, con un nivel de ingresos promedio. Son muy modernos, liberales, cosmopolitas. Son innovadores en el consumo y cazadores de tendencias. Le importa mucho su estatus.

Fuente: Todo Marketing Blog³¹

Elaboración: Propia

³¹ <http://www.todomktblog.com/>

- Segmentación Conductual:

Hace referencia al comportamiento relacionado con el producto o servicio brindado. Usa variables como los beneficios deseados de un producto.

Tabla 21

Categorías de Segmentación conductual del comprador

Base de segmentación	Categoría
Situación de compra	Ocasión ordinaria
Grado de lealtad	Fuerte
Sensibilidad al precio	Indiferente
Clase de comprador	Comprador periódico

Fuente: Todo Marketing Blog³²

Elaboración: Propia

³² <http://www.todomktblog.com/>

4.1.2. Marco muestral.

Tabla 22 *Cálculos del Marco Muestral*

ZONA	DISTRITO	Población Total 2017	Mujeres	Edad 18 - 45 años	NSE B	NSE C	NSE B y C	Segmento mercado	% Cuota	# Encuestas
ZONA 2	Independencia	217.101	51.21%	45.77%	28.30%	49.80%	78.10%	39.743	10%	39
	Los Olivos	382.590	51.21%	46.49%	28.30%	49.80%	78.10%	71.150	18%	70
	San Martin de Porres	729.015	51.21%	45.39%	28.30%	49.80%	78.10%	132.371	34%	130
ZONA 8	Surquillo	90.713	51.21%	43.10%	31.30%	42.30%	73.60%	14.738	4%	15
	Barranco	28.751	51.21%	39.54%	31.30%	42.30%	73.60%	4.286	1%	4
	Chorrillos	333.064	51.21%	45.81%	31.30%	42.30%	73.60%	57.511	15%	57
	San Juan Miraflores	411.381	51.21%	45.94%	31.30%	42.30%	73.60%	71.240	18%	70
		2.192.616						391.039	100%	385
Fuente: INEI y APEIM										

- Bajo el formato de B2C (Business to Consumer):

Ecuación 1 - Ecuación B2C

$$N = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Donde:

N: Es el número de encuestas

Z: Es el nivel de confianza, el cual será de 95%

P: Es el atributo a favor, el cual es el 50%

Q: Es el atributo en contra (1-P) el cual es 50%.

E: Es el margen de error, que es este caso es el 5%

Usando datos reales:

Z: 95% = 1.96

E: 5% = 0.05

P: 50% = 0.50

Q: 50% = 0.50

$$N = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$N = 385$$

4.1.3. Entrevistas a profundidad

- Entrevista Competencia³³:

Objetivo: Se busca la perspectiva de las empresas que ya han incursionado en el negocio de venta de carteras en Lima, su experiencia con la implementación y compra de insumos.

³³ Link de la entrevista - <https://youtu.be/k46LFdYVu-0>

PERFIL	 <i>Figura 13. Entrevista Competencia</i>
Nombre: Rocío Chipana Medina Profesión: Administradora de tienda Experiencia: 15 años Fecha de entrevista: 13 de Setiembre 2017	
INFORMACIÓN DEL NEGOCIO	
Nombre: Empresa industrial Zayma S.A.C. Funciones: Diseña y produce zapatos, carteras y merchandising con cueros que cumplen con las Normas Técnicas Peruanas, vigentes ante INACAL. Sucursales: - 4 tiendas en Lima - 1 fabrica en Villa el Salvador Servicios: Ventas corporativas y soluciones de eventos empresariales	
SOBRE LOS INSUMOS	
Insumos utilizados: - Curtiembres de acuerdo a la medida de cada producto, de acuerdo a los reglamentos y normas técnicas del Ministerio de Producción, asimismo la calidad que manejan es traspasada en diferentes variedades de cuero (charol y gravado) - Accesorios importados (Procedencia: Brasil, Italia y Colombia) - Cierres (Procedencia nacional) se adhieren al cuero sin perder su color	
POLITICAS DE DESCUENTOS Y PAGOS	
Descuentos promocionales: - Por fechas y de acuerdo al volumen pedido - Venta de productos sobrantes por faltante de tallas Medios de Pago: - El POS y efectivo - Los pedidos institucionales son con orden de compra mediante licitación y política de la empresa, es todo un proceso desde que se inicia el pedido	
PRECIOS	
Rango de Precio: S/. 180 – 460 Nuevos soles	

- Entrevista Producción³⁴ :

Objetivo: Se busca conocer la demanda y la experiencia en el negocio, entender el proceso de confección de la Cartera. De igual manera buscamos analizar los materiales que se utilizan.

PERFIL	 Figura 14- Entrevista Producción
Nombre: Edwin Jaramillo Laguna Profesión: Diseñador y Talabartero (persona cuyo oficio es hacer objetos de cuero) Experiencia: 5 años Fecha de entrevista: 16 de Setiembre 2017	
INFORMACIÓN DEL NEGOCIO	
Nombre: Confección SAC Historia: Edwin comenzó en el negocio hace 05 años, los primeros 3 años empezó como empleado luego decidió abrir su propio negocio. Local: Ubicado en el centro de Lima Funciones: Confección y armado de carteras según los requerimientos del cliente	
SOBRE SU SERVICIO DE CONFECCIÓN	
Insumos Utilizados: - Cuero Pai - Cuerina - Cuero Sintético - Accesorios agregados Especificaciones de la realización: - Los insumos utilizados pasan por un debido proceso de confección, según lo determinado por el cliente - El tiempo de confección de un ciento de carteras es de cuatro días si el modelo es básico, y si es un modelo con mayor detalle es de 08 días como máximo - Utilización de máquinas propias y accesorios de metal con un proveedor	

³⁴ Link de la entrevista - https://youtu.be/NndmYx_OQ5s

COSTOS Y PRECIOS
Costo: - Mano de obra - Costo de Materiales Rango: 25 – 40 nuevos soles
PAGO
El pago por los productos es 50% 50% por adelantado y el 50% restante a la entrega del producto final. - Entrevista Experto ³⁵

Objetivo: Validar el concepto de negocio y el planteamiento inicial. Entender el procedimiento de importación de carteras.

PERFIL	
Nombre: Luz Carmen Chipana Juárez Profesión: Empresaria importadora Experiencia: 8 años Fecha de entrevista: 13 de Setiembre 2017	 Figura 15 – Entrevista Experto
SOBRE SU NEGOCIO	
Nombre: Importadora Atrevida S.A.C - Nos comenta que las ventas diarias son de 200 a 300 carteras la cual suma un promedio de 4800 carteras mensuales.	
SOBRE NUESTRA IDEA	
- Sugiere que cambiemos los packs por unos más sencillos ya que en la actualidad ha pasado de moda las carteras con muchos brillantes. - Recalcó además que estamos en un mundo donde las personas desean comprar productos innovadores, eso les llama la atención. - Antes de elaborar nuestros packs, tenemos que tener bien claro a que publico nos vamos a dirigir exactamente. Se refiere si vamos a querer captar solo a personas que deseen usar carteras casuales, elegantes, juveniles o los 3. - Le pareció buena la idea, se tiene alta rentabilidad. - Nos hizo ver que podríamos estar en las zonas de Surco, Miraflores ya que ha ese tipo de personas les gusta los brillos, tachas, etc. - Sugiere que debemos tener variedad.	

³⁵ Link de la entrevista - <https://youtu.be/kOADZlIauCXc>

SOBRE LOS PACKS	
- Ayudó a mejorar su variedad para que sea mucho más atractivas. - Sobre la merma nos indicó que podríamos reutilizarla para hacer monederos de la cuerina que sobre y así aprovechar al máximo nuestros insumos.	
SOBRE LAS CARTERAS	
- Sugiere cambiar de acuerdo a el tipo de estación, como, por ejemplo: Ahora en invierno el color que se vende más es el beige; así como el verano se vende el color palo rosa, azul, blanco; la experta nos sugirió que en nuestra línea de carteras no debe faltar esos colores ya que son los más pedidos en esas temporadas.	
SOBRE EL LOGOTIPO	
- Sugirió que el nombre no sea muy grande ya que no se vería acorde a nuestra línea de carteras; nos sugirió solamente ponerle las iniciales ya que le daría otro estilo a nuestra cartera.	

4.1.4. Focus Group

- Focus Group 1

Link del Video	https://www.youtube.com/watch?v=LtCp-9QoXgg&t=9s
Fecha	Domingo, 10 de Septiembre 2017
Participantes	Mujeres de 26 a 45 años
Nº de Participantes	9
Lugar de trabajo de los participantes	Zona 8
Nivel socioeconómico	B y C
Duración	18 minutos
Objetivos	- Identificar el perfil del cliente que utiliza carteras. - Reconocer los atributos más valorados por las participantes - Validar y evaluar la aceptación del producto propuesto.



Figura 16 - *Focus Group 1*

✓ Conclusiones del Focus Group 1:

Perfil del Cliente

En base a los resultados obtenidos del Focus Group, se concluye lo siguiente:

- Las mujeres siempre usan una cartera.
- La mayoría de las participantes compran sus carteras en centros comerciales.
- Las mujeres valoran más el precio y el diseño del producto
- La mayoría de las mujeres normalmente compran 3 carteras al año.
- Las mujeres no tienen una marca específica, lo compran de acuerdo a sus necesidades

Validación del Producto

- La propuesta de la cartera les pareció interesante, ya que mostraba tres diseños distintos (se cambió el color de las asas y algunos adornos de diferentes formas).
- Algunas participantes no les agrado mucho las combinaciones de los adornos
- Algunas dijeron que el producto tenía mucho brillo
- Dijeron que podríamos cambiar el fondo de la cartera, para un aspecto más casual.

Tabla 23.

Cambios según el Focus Group

Se acepta	Se rechaza
1. El diseño casual de la cartera	1. El diseño elegante de la cartera
2. El material cuerina de la cartera	2. Algunos accesorios con mucho brillo
3. La propuesta de intercambiar diseños con accesorios distintos (pack)	

Cambios y Propuestas

- Decidiremos cambiar a un solo modelo de cartera (casual)
- Cambiaremos el diseño de la cartera base
- Se confeccionará accesorios con menos brillo
- Se buscará proveedores que nos facilite accesorios innovadores.
- Focus Group 2

Link del video:	https://youtu.be/uJiEYz67LAc
Fecha	Domingo, 10 de Setiembre 2017
Participantes	Mujeres de 18 a 25 años
N° de Participantes	8
Lugar de trabajo de los participantes	Zona 2
Nivel Socioeconómico	B y C
Duración	30 minutos
Objetivos	- Identificar el perfil del cliente - Si utilizarían una cartera que se pueda modificar en 3 diseños - Reconocer lo que valora, características y variables a elegir - Validar y evaluar la aceptación del producto

✓ Conclusiones del Focus Group 2

Perfil de cliente

En base a los resultados obtenidos del Focus Group, se concluye lo siguiente:

- Las mujeres tienden a primero ver el diseño para comprar el producto.
- Lo segundo más importante para la compra de una cartera es la calidad como tercer punto toman el precio del producto.
- Un 80 % de mujeres toma en cuenta el precio al final de la toma de decisión.
- El 70 % la mujer compra en centros comerciales
- Las mujeres compran 2 veces cada trimestre
- La mujer de este nivel socioeconómico no tiene marca específica
- Por lo general el 60 % utiliza las carteras todo el día.
- Tienden a tener un color por temporada y estar en la vanguardia de la moda.
- Su color de preferencia es el NEGRO como color base por ser más combinable.
- Este grupo de mujeres esta dispuestas a pagar de 100 a 200 soles.

Validación del producto

- Nuestro nombre comercial de nuestro producto les parece innovador.
- Les encanto la innovación de producto (el modelo, diseños, calidad)
- Los colores que presentamos les encanto y en los formatos que pensamos sacar.
- Están dispuestas a pagar por nuestro producto 90 a 140 y dependería también del material del producto.
- El formato de cartera base y packs para los cambios de diseño se acepta el producto
- Los 3 pack del primer prototipo fue aceptado
- Les parece ideal los colores que pretendemos utilizar.

Cambios y Propuestas

- Debemos diseñar más packs para cada base.

- Los colores de la base deberían ser los más combinables como blanco, negro, marrón, azul.
- Utilizar menos accesorios
- Los accesorios no deben ser tan llamativos
- Les gustaría personalizar el producto.
- Desean constante enfoque en los diseños del producto.



Figura 17. Focus Group 2

4.1.5. Encuestas.³⁶

- Información Preliminar:

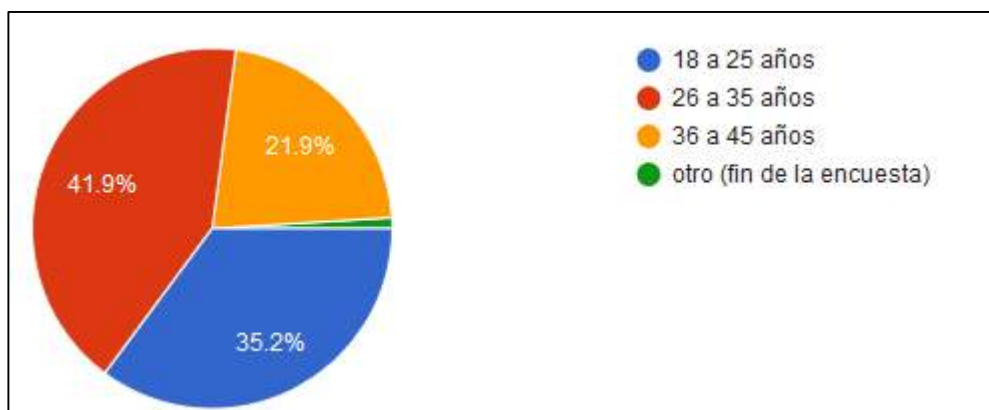


Figura 18. ¿Cuántos años tienes?

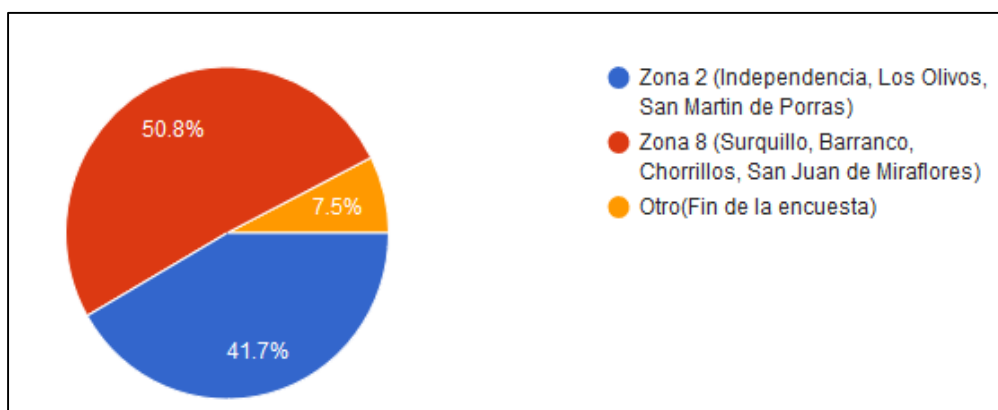


Figura 19. ¿En qué distrito vive?

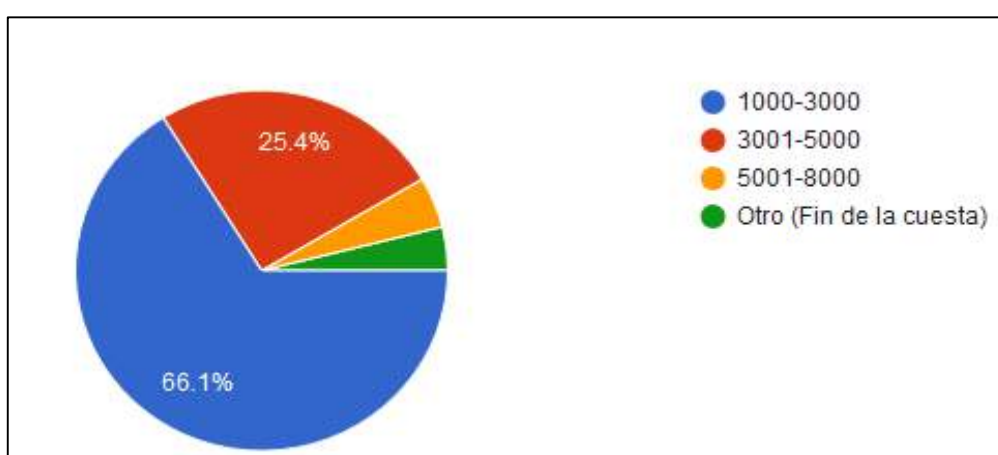


Figura 20. ¿Cuál es el salario que percibe?

³⁶ Formato de Encuesta se encuentra el Anexo N°8

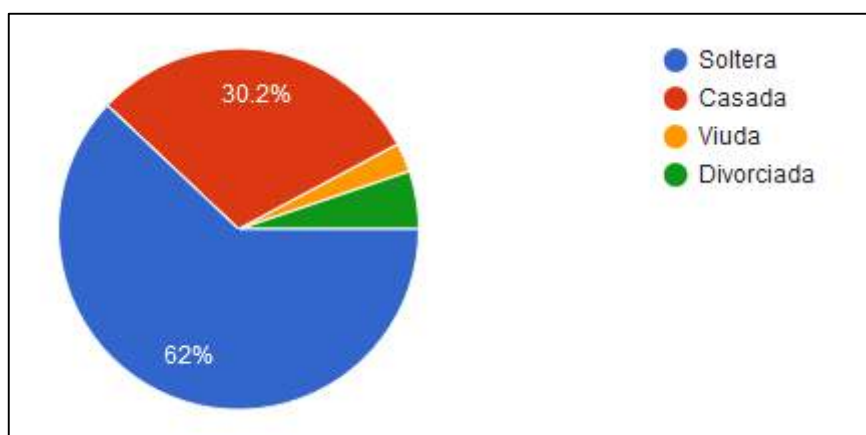


Figura 21. Indique su estado civil

Ronda de Preguntas:

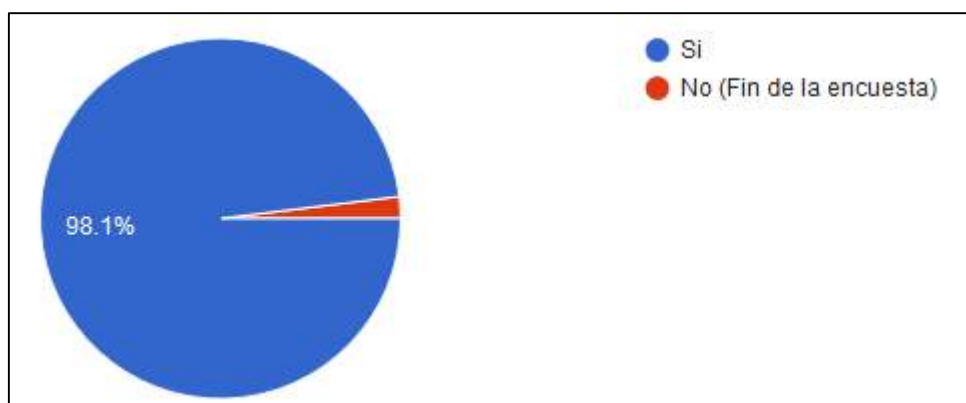


Figura 22. ¿Suele usted usar carteras?

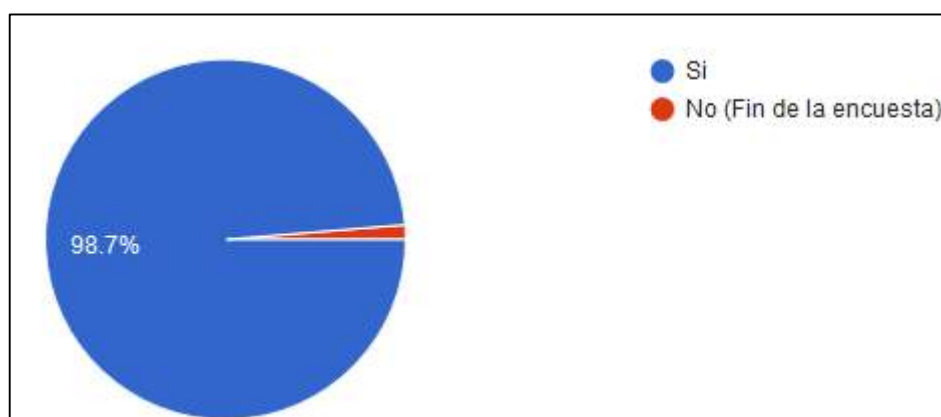


Figura 23. ¿Estaría dispuesto a comprar carteras innovadoras?

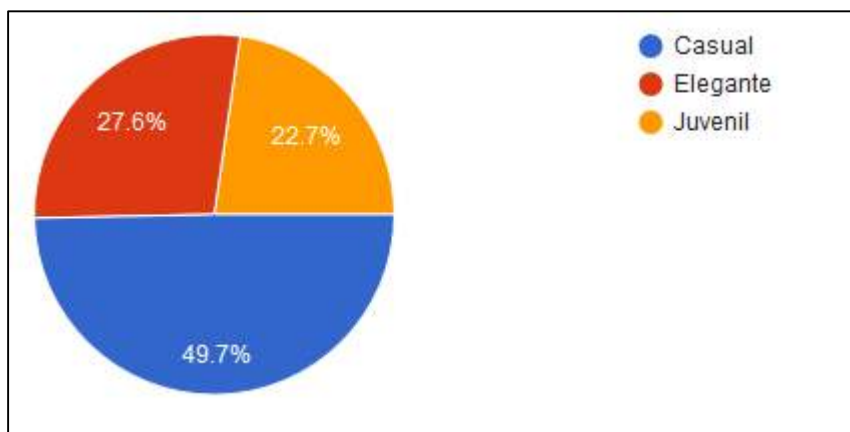


Figura 24. ¿Qué tipo de carteras usa frecuentemente?

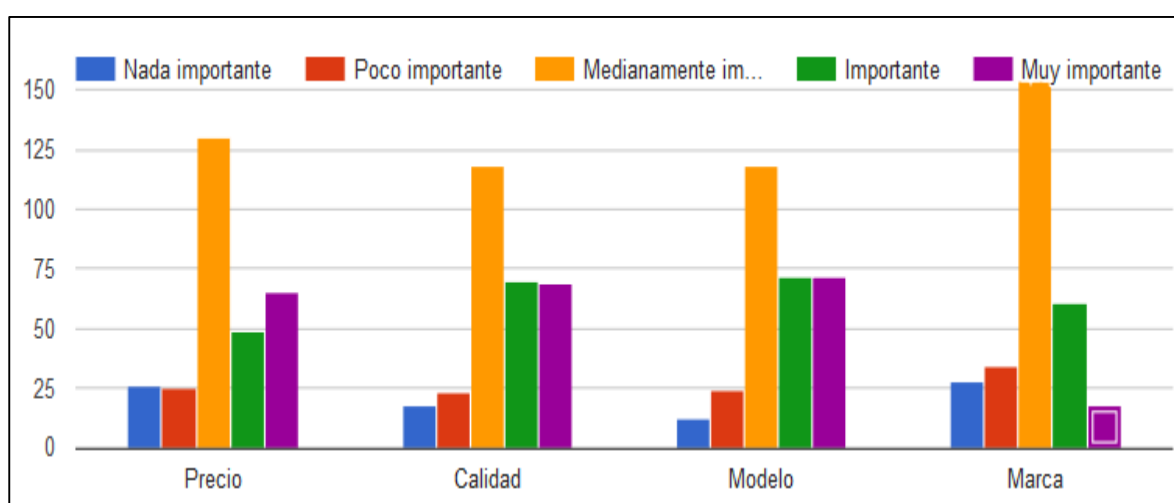


Figura 25. ¿De la cartera que compra cual es la característica que valora más? (Marcar varias opciones)

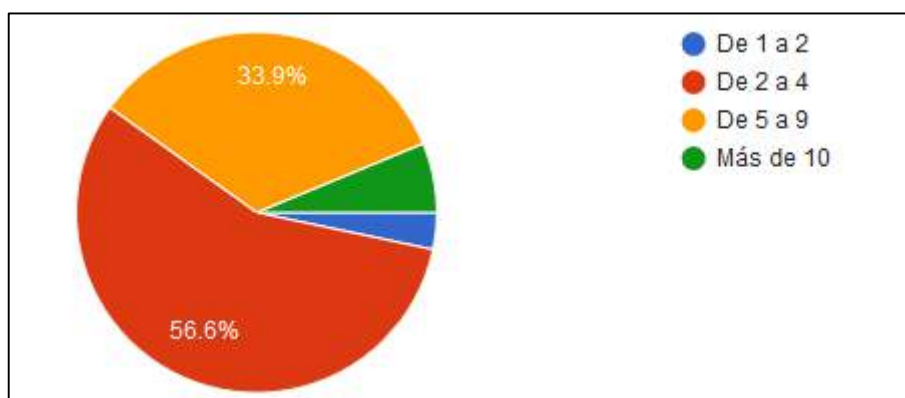


Figura 26. ¿Cuántos modelos de carteras Ud. posee?

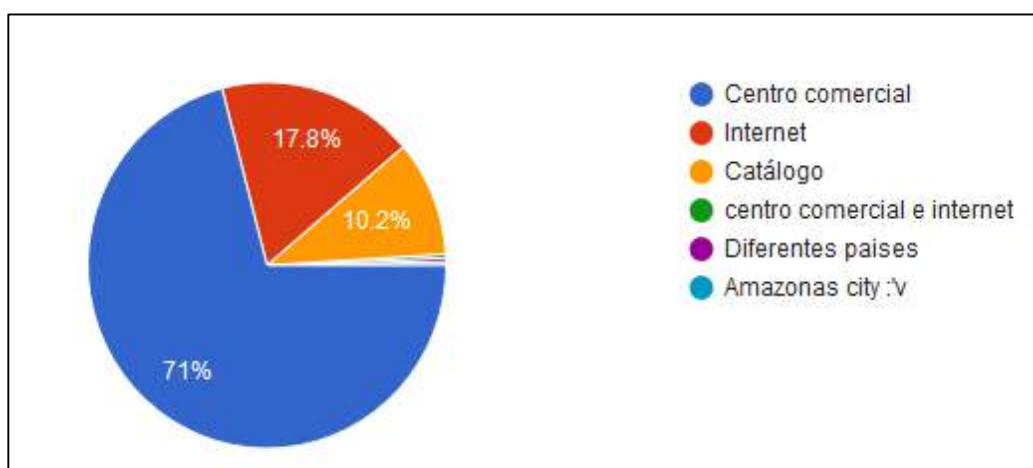


Figura 27. ¿Dónde suele comprar sus carteras?

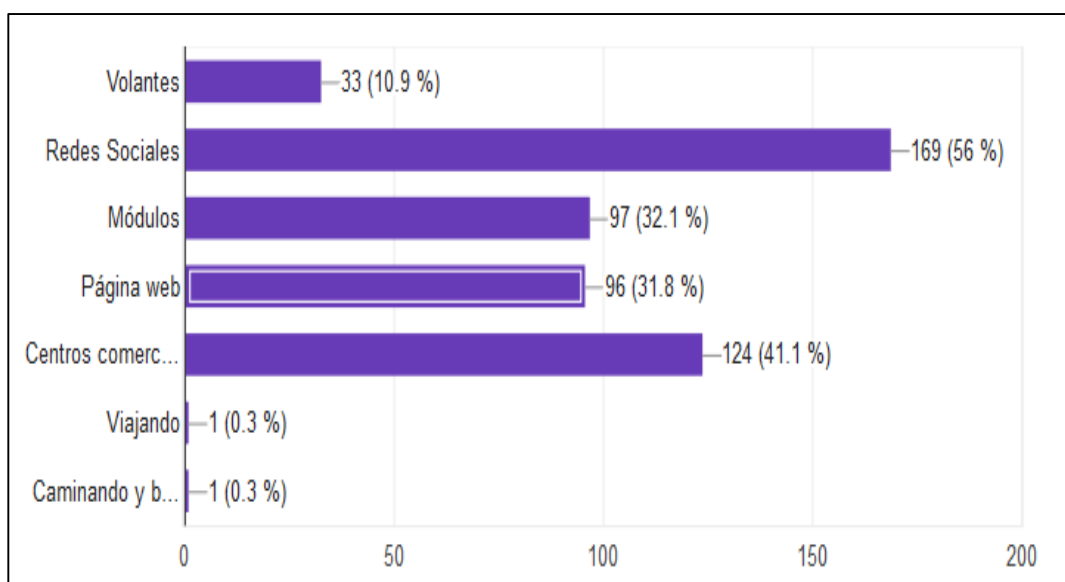


Figura 28. ¿Cómo se enteró de la existencia de su tienda preferida?

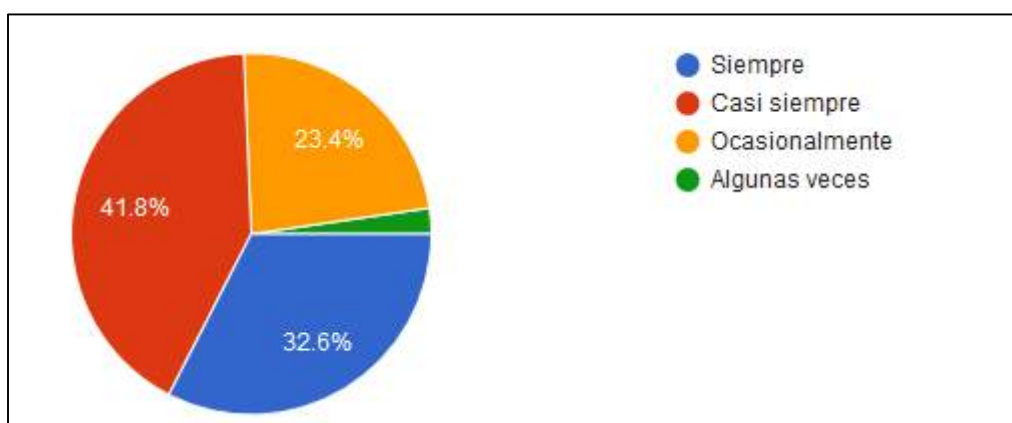


Figura 29. ¿Con qué frecuencia usa carteras?

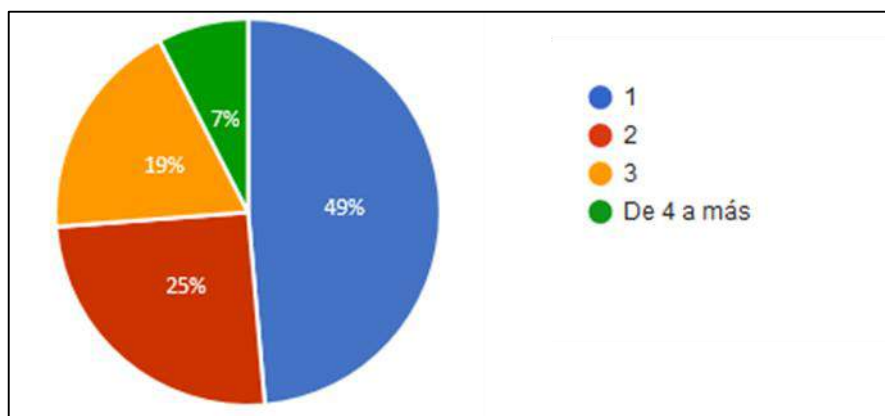


Figura 30. ¿Cuántas carteras bags pack compraría en un año?

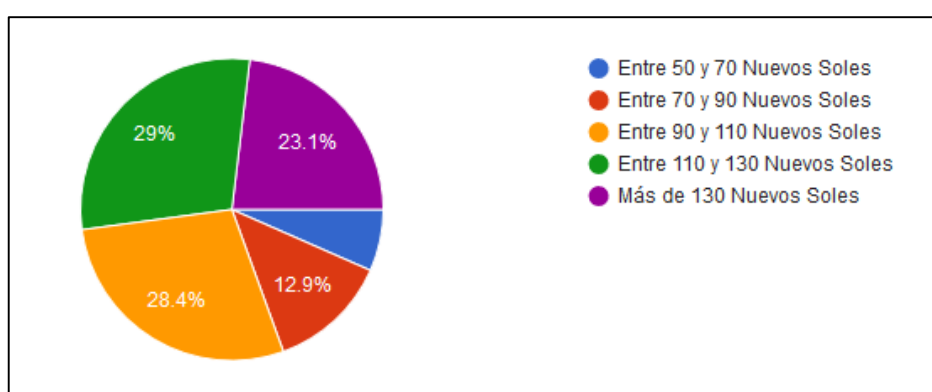


Figura 31. ¿Cuánto invertirías en la compra de nuestra cartera de 3 diseños?

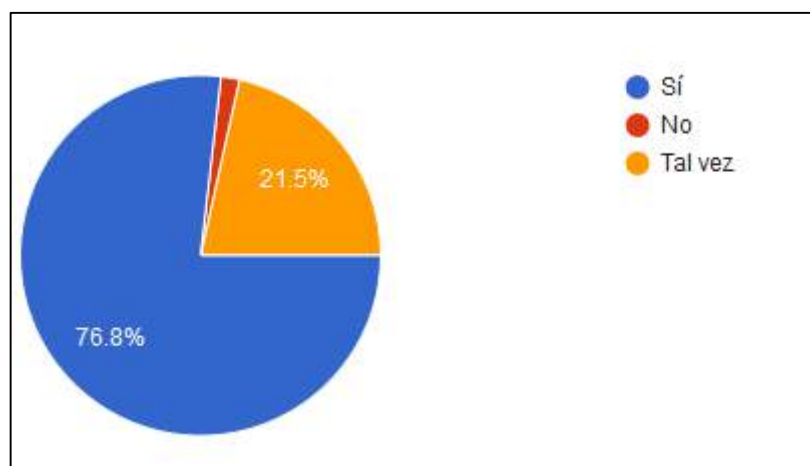


Figura 32. ¿Estaría usted interesado en comprar una cartera que pueda convertirse en 3 diseños distintos?

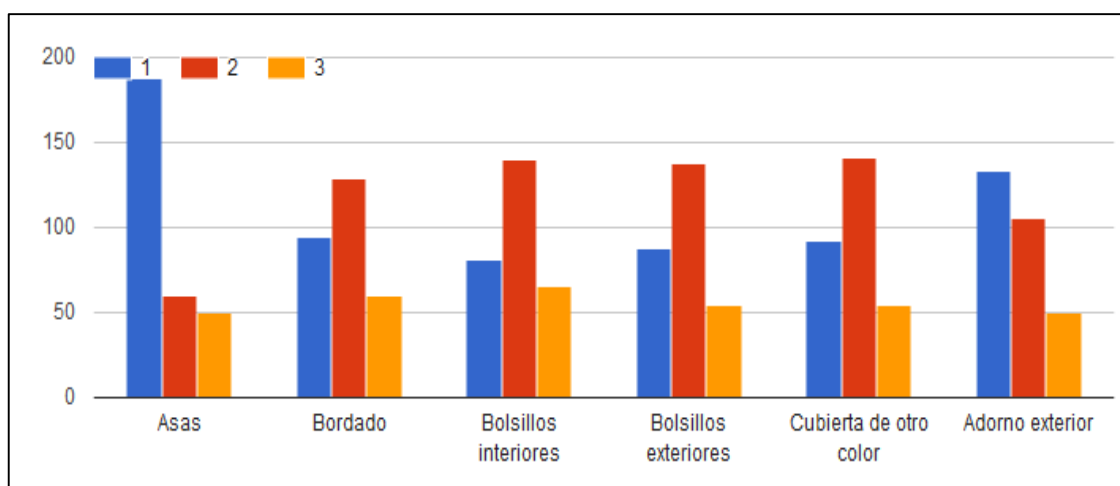


Figura 33. De las opciones mencionadas, marque los packs intercambiables que les gustaría incluir.

Siendo 1 el de mayor preferencia y 3 el menor. (Sólo puede marcar una calificación por tipo)

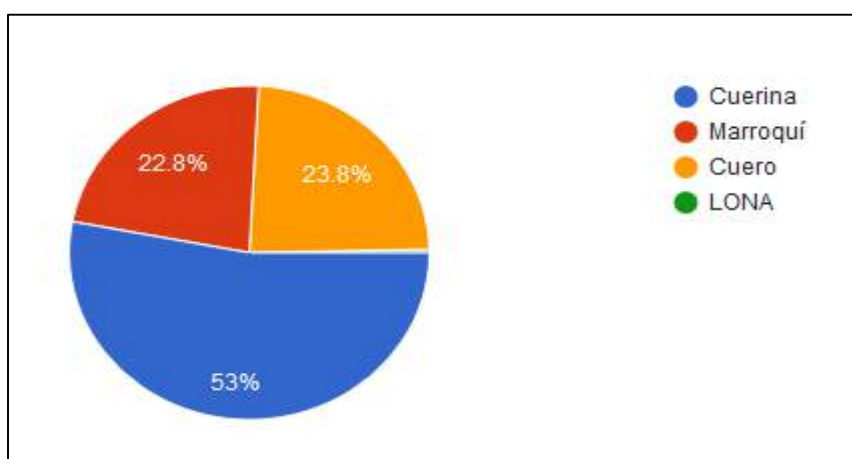


Figura 34. ¿De qué material desearía obtener la cartera?

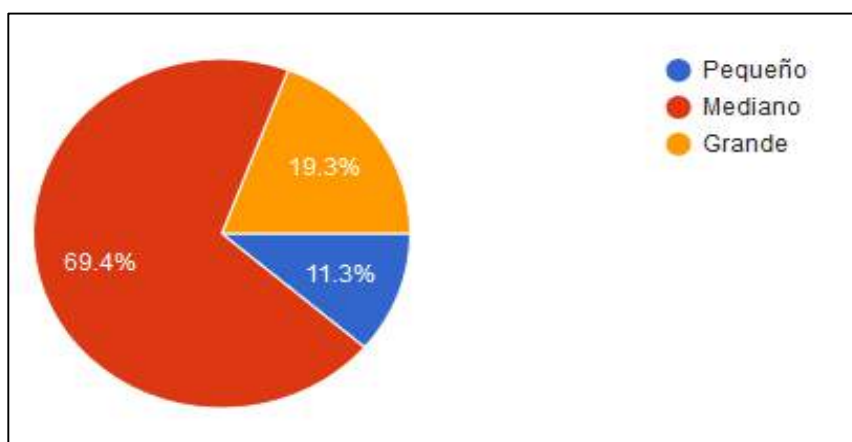


Figura 35. ¿Qué tamaño le gustaría adquirir la cartera?

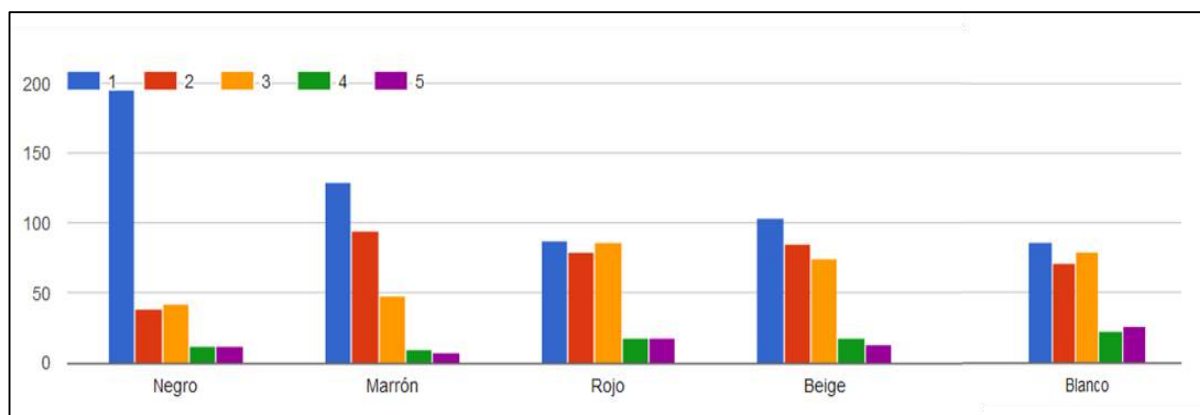


Figura 36. ¿Qué color de cartera le gustaría adquirir? Ponderar del 1 al 5 los colores de su preferencia, 1 el que más le agrada.

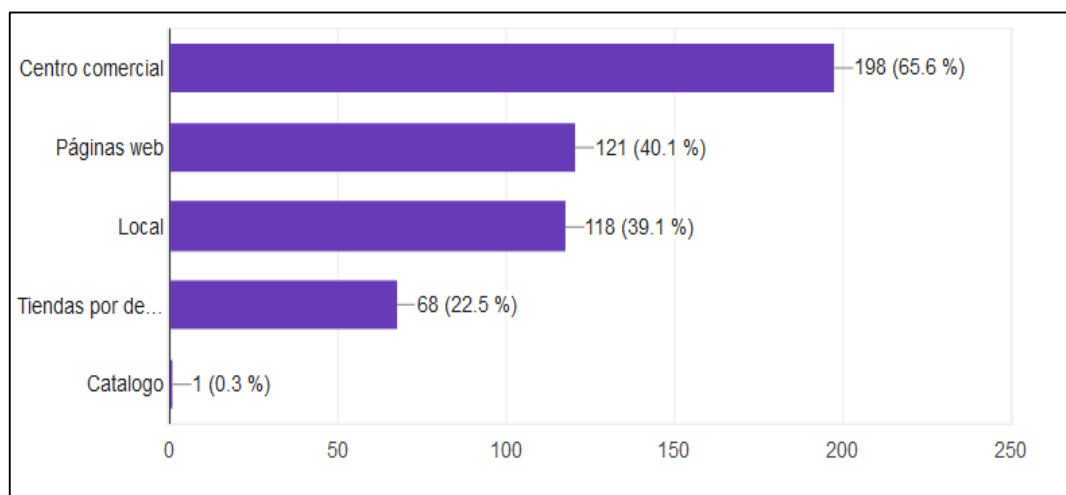


Figura 37. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

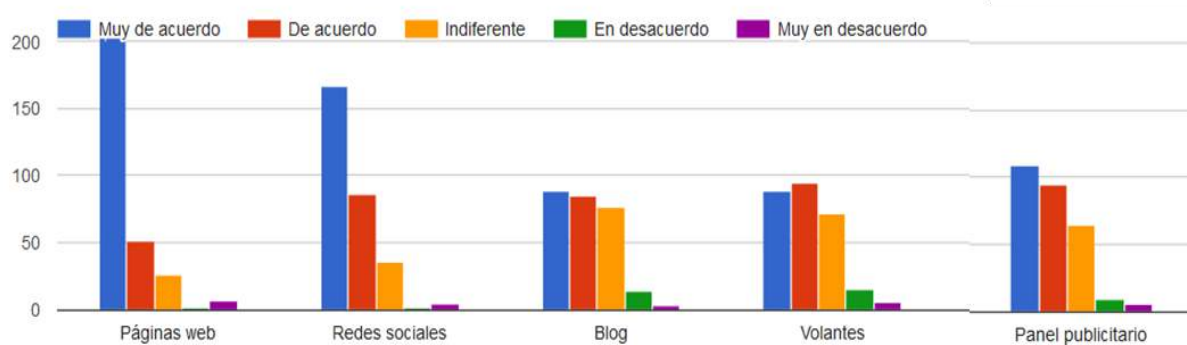


Figura 38. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse del producto? (Marque todas las opciones con sus respectivos rangos)

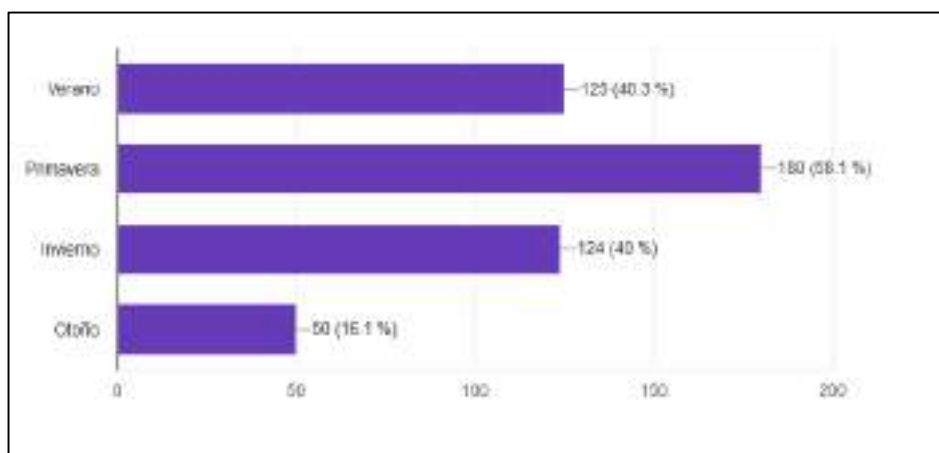


Figura 39. ¿En qué fecha del año compraría nuestro producto?

4.2. Demanda y oferta

4.2.1. Estimación del mercado potencial.

Tabla 24 Criterios de segmentación

Sexo	Mujeres
Edad	18 – 45 años
Nivel Socioeconómico	B, C
Distritos	Zona 2 y 8: Independencia, Los Olivos y San Martín de Porres, Surquillo, Barranco, Chorrillos y San Juan de Miraflores
Elaboración propia	

Utilizando los cuadros estadísticos de crecimiento de la PEA, específicamente de sexo femenino comprendido entre las edades estudiadas de 18 a 45 años de Lima Metropolitana (Fuente INEI)

Tabla 25 *PEA Femenina*

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA FEMENINA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2004-2015 (Miles de Personas)												
Años	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lima Metropolitana	1 822.7	1 755.4	1 915.5	2 077.0	2 126.3	2 158.4	2 247.7	2 302.4	2 360.0	2 331.7	2 336.7	2 355.8

Fuente: INEI³⁷Elaboración Propia ³⁸

La población económicamente activa en Lima, creció en el periodo desde el 2004 hasta el 2015 en 22,6%

En el siguiente cuadro nos referimos a nuestro mercado potencial. De la población total de mujeres de las zonas indicadas, consideramos solo el segmento NSE B, C. Con esos datos, podemos obtener nuestra muestra del mercado potencial.

³⁷ www.inei.gob.pe

³⁸ Los datos usados se encuentran en el Anexo N°8

Tabla 26

Mercado Potencial (Porcentaje de personas del total de población)

CRITERIOS SEGMENTACION								
N°	Distritos de Lima seleccionados	Mujeres	Edad	18 - 45	NSE		NSE	M.POTENCIAL
			años		B	C	B + C	%
1	Independencia	51.21%		45.77%	28.3%	49.8%	78.1%	18.3%
2	Los Olivos	51.21%		46.49%	28.3%	49.8%	78.1%	18.6%
3	San Martin de Porres	51.21%		45.39%	28.3%	49.8%	78.1%	18.2%
4	Surquillo	51.21%		43.10%	31.3%	42.3%	73.6%	16.2%
5	Barranco	51.21%		39.54%	31.3%	42.3%	73.6%	14.9%
6	Chorrillos	51.21%		45.81%	31.3%	42.3%	73.6%	17.3%
7	San Juan Miraflores	51.21%		45.94%	31.3%	42.3%	73.6%	17.3%

Fuente: INEI

Elaboración Propia

Se determina, el mercado potencial teniendo en cuenta los datos estadísticos presentados, así como también se determina bajo los estrictos criterios de segmentación antes elegidos

. Tabla 27

Mercado Potencial por distrito proyectado en 4 años

MERCADO POTENCIAL (PERSONAS)

Nº	Distritos de Lima seleccionados	2018	2019	2020	2021	2022
1	Independencia	39.769	39.794	39.820	39.846	39.871
2	Los Olivos	72.231	73.328	74.441	75.572	76.720
3	San Martín de Porres	135.069	137.823	140.632	143.499	146.425
4	Surquillo	14.687	14.636	14.585	14.534	14.484
5	Barranco	4.197	4.109	4.024	3.940	3.859
6	Chorrillos	58.171	58.839	59.514	60.197	60.888
7	San Juan Miraflores	71.888	72.542	73.201	73.867	74.539
Número de personas		396.011	401.070	406.218	411.456	416.785

4.2.2. Estimación del mercado disponible.

Para calcular el Mercado Disponible (MD), se utilizó dos filtros específicos

- Filtro 1

Pregunta 1: ¿Suele usted usar carteras?

Respuesta	%
Si	98.4%
No	1.6%
Total, general	100%

- Filtro 2

Pregunta 2: ¿Estaría dispuesto a comprar carteras innovadoras?

Respuesta	%
Si	78.7%
No	21.3%
Total, general	100%

Tabla 28

Fórmula Mercado Disponible

Mercado disponible por distrito y por años		Pregunta 1		Pregunta 2	
Fórmula para calcular Mercado Disponible	Mercado = Potencial	X	98.4%	X	78.7%

Tabla 29

Disponible por distritos proyectado por 5 años

Nº	Distritos de Lima seleccionados	2018	2019	2020	2021	2022
1	Independencia	30.797	30.817	30.837	30.857	30.877
2	Los Olivos	55.936	56.786	57.648	58.523	59.412
3	San Martín de Porres	104.599	106.731	108.907	111.127	113.392
4	Surquillo	11.374	11.334	11.295	11.256	11.216
5	Barranco	3.250	3.182	3.116	3.052	2.988
6	Chorrillos	45.048	45.565	46.088	46.617	47.152
7	San Juan Miraflores	55.671	56.177	56.688	57.203	57.723
Número de personas		306.674	310.592	314.579	318.635	322.762

Fuente: INEI – Elaboración Propia

4.2.3. Estimación del mercado efectivo.

Para obtener el mercado efectivo, establecimos el porcentaje de personas que muestran interés por la adquisición de nuestro producto, así como también un posible rango de precios para el mismo.

- Filtro 1

Pregunta 11 ¿Estaría Ud. interesada en comprar una cartera que pueda convertirse en 3 diseños distintos?

Respuesta	%
Si	76.8%
No	1.7%
Tal vez	21.5%
Total general	100.0%

- Filtro 2

Pregunta 10 ¿Cuánto invertirías en la compra de nuestra cartera de 3 diseños?

Respuesta	%	
Entre 50 y 70	6.6%	
Entre 70 y 90	12.9%	
Entre 90 y 110	28.4%	66.3%
Entre 110 y 130	29.0%	
Más de 130	23.1%	
Total, general	100%	

Tabla 30

Fórmula Mercado Efectivo

Mercado disponible por distrito y por años		Pregunta 10	Pregunta 11
Fórmula para calcular Mercado Efectivo = Mercado Disponible		X 66.3%	X 76.8 %

Tabla 31

Mercado Efectivo por distritos proyectado por 5 años

MERCADO EFECTIVO (NÚMERO DE PERSONAS)						
Nº	Distritos de Lima seleccionados	2018	2019	2020	2021	2022
1	Independencia	15.681	15.692	15.702	15.712	15.722
2	Los Olivos	28.482	28.914	29.353	29.799	30.252
3	San Martín de Porres	53.260	54.346	55.454	56.584	57.738
4	Surquillo	5.791	5.771	5.751	5.731	5.711
5	Barranco	1.655	1.620	1.587	1.554	1.522
6	Chorrillos	22.938	23.201	23.467	23.737	24.009
7	San Juan Miraflores	28.347	28.604	28.864	29.127	29.392
	Número de personas	156.154	158.149	160.178	162.244	164.345

4.2.4. Estimación del mercado objetivo

Para la estimación se ha identificado 4 grandes competidores en centros comerciales, siendo la participación aproximada de cada uno de 25%.

Tabla 32

Participación de Empresas competidoras en el mercado

PARTICIPACION DE MERCADOS	PORCENTAJE
Platanito	25.0%
Ripley	25.0%
Saga	25.0%
Oeschle	25.0%

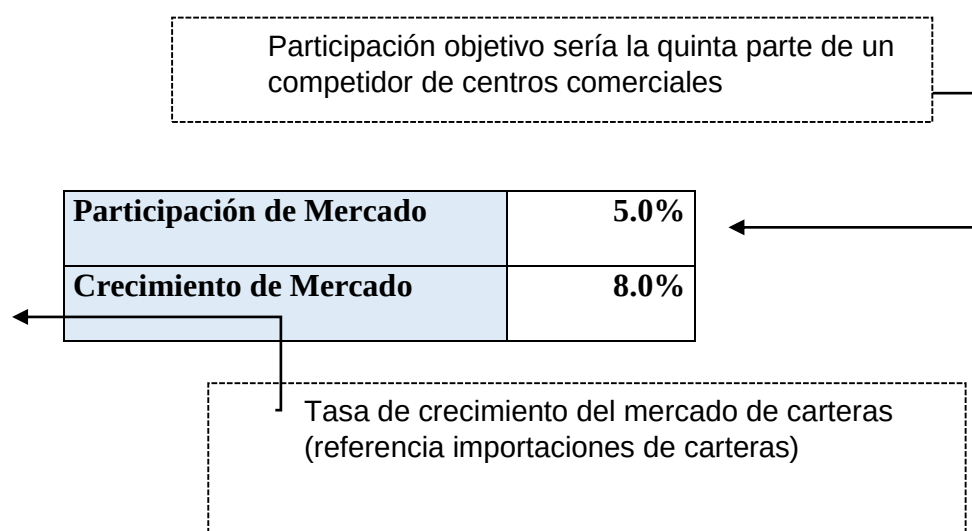


Tabla 33

Crecimiento porcentual de participación del mercado por años

	2018	2019	2020	2021	2022
PARTICIPACION DE MERCADO	5.00%	5.40%	5.83%	6.30%	6.80%

Tabla 34

Fórmula de Mercado Objetivo

Fórmula para calcular Mercado Objetivo	Mercado Efectivo x Participación de Mercado Inicial
---	--

Tabla 35

Mercado Objetivo por distritos proyectado por 5 años

		MERCADO OBJETIVO (NÚMERO DE PERSONAS)				
Nº	Distritos de Lima seleccionados	2018	2019	2020	2021	2022
1	Independencia	449	486	525	567	613
2	Los Olivos	816	895	981	1.076	1.179
3	San Martín de Porres	1.526	1.682	1.854	2.043	2.251
4	Surquillo	166	179	192	207	223
5	Barranco	47	50	53	56	59
6	Chorrillos	657	718	784	857	936
7	San Juan Miraflores	812	885	965	1.051	1.146
	Número de personas	4.475	4.895	5.354	5.857	6.408

Teniendo en cuenta el crecimiento del número de personas cada año, se determina que el último de año de a proyección se obtiene una cifra de total de 11.179 personas.

4.2.5. Frecuencia de compra.

Se considera la frecuencia de compra del producto tomando como parámetro el lapso de un año. Es por eso que, basándose en la siguiente pregunta, se referencian los siguientes datos obtenidos

Pregunta 9: ¿Cuántas carteras bag pack compraría en un año?

Respuesta	%	Carteras al año	Promedio
Una	48.6%	1	0.49
Dos	25.2%	2	0.50
Tres	18.6%	3	0.56
De 4 a mas	7.6%	4	0.30
Total general	100.0%		1.85

Se toma el resultado, redondeándolo en una cifra real de 2 carteras por persona al año

4.2.6. Cuantificación anual de la demanda

Según la demanda anual por unidades de producto, tomando en referencia la unidad del cliente al año para obtener un total, así se proyecta la demanda en un lapso de 5 años

Tabla 36

Cuantificación anual de la demanda

PRODUCTO	DEMANDA ANUAL (UNIDADES)				
	2018	2019	2020	2021	2022
CARTERA BASE	14.460	15.816	17.301	18.926	20.704

En el siguiente cuadro se presentará los resultados con un enfoque sobre el medio de adquisición del producto, utilizando así la siguiente pregunta.

Pregunta 6: ¿Dónde suele comprar sus carteras?

Respuesta	%
Centro comercial	71.0%
Internet	17.8%
Catalogo	10.2%
Otros	1.0%
Total, general	100.0%

Tabla 37

Demanda anual por unidades

PRODUCTOS	DEMANDA ANUAL (UNIDADES)				
	2018	2019	2020	2021	2022
CENTROS COMERCIALES	11.561	12.646	13.833	15.132	16.554
CARTERA BASE	11.561	12.646	13.833	15.132	16.554
INTERNET	2.899	3.170	3.468	3.794	4.150
CARTERA BASE	2.899	3.170	3.468	3.794	4.150
Total	14.460	15.816	17.301	18.926	20.704

4.2.7. Estacionalidad

En el análisis de la estacionalidad, parte como punto importante la obtención de resultados en la encuesta, el Focus Group, y las entrevistas. Se analizará los periodos de mayor y menor venta, para poder estandarizar así la posible cantidad de producción de nuestro producto.

Pregunta 18 ¿En qué fecha del año compraría nuestro producto?

Respuesta	Nº personas	%
Invierno	124	25.9%
Verano	125	26.1%
Otoño	50	10.4%
Primavera	180	37.6%
Total general		100.0%

Obteniendo así que el mayor porcentaje de adquisición se encuentra en la estación de primavera

4.2.8. Programa de Ventas en unidades y valorizado:

Establecemos los precios de cada producto según el canal de venta antes determinado

Tabla 38

Precio venta al canal

Producto	Precio de venta al canal	IGV	Valor venta
CENTROS COMERCIALES			
CARTERA BASE	S/. 120.00	S/. 18.31	S/. 101.69
INTERNET			
CARTERA BASE	S/. 120.00	S/. 18.31	S/. 101.69

Se tiene como precio estándar en los dos canales de S/.120, obteniendo al final un valor venta de S/. 101.69

Tabla 39

Programa de ventas por meses (Primer Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2018												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CENTROS COMERCIALES	S/. 26.956	S/. 33.695	S/. 40.434	S/. 40.434	S/. 40.434	S/. 40.434	S/. 67.390	S/. 67.390	S/. 67.390	S/. 80.868	S/. 80.868	S/. 87.607	S/. 673.898
CARTERA BASE	S/. 26.956	S/. 33.695	S/. 40.434	S/. 40.434	S/. 40.434	S/. 40.434	S/. 67.390	S/. 67.390	S/. 67.390	S/. 80.868	S/. 80.868	S/. 87.607	S/. 673.898
INTERNET	S/. 6.758	S/. 8.447	S/. 10.137	S/. 10.137	S/. 10.137	S/. 10.137	S/. 16.895	S/. 16.895	S/. 16.895	S/. 20.274	S/. 20.274	S/. 21.963	S/. 168.949
CARTERA BASE	S/. 6.758	S/. 8.447	S/. 10.137	S/. 10.137	S/. 10.137	S/. 10.137	S/. 16.895	S/. 16.895	S/. 16.895	S/. 20.274	S/. 20.274	S/. 21.963	S/. 168.949
Ventas (sin IGV)	S/. 33.714	S/. 42.142	S/. 50.571	S/. 50.571	S/. 50.571	S/. 50.571	S/. 84.285	S/. 84.285	S/. 84.285	S/. 101.142	S/. 101.142	S/. 109.570	S/. 842.847
IGV	S/. 6.069	S/. 7.586	S/. 9.103	S/. 9.103	S/. 9.103	S/. 9.103	S/. 15.171	S/. 15.171	S/. 15.171	S/. 18.206	S/. 18.206	S/. 19.723	S/. 151.713
Ventas (con IGV)	S/. 39.782	S/. 49.728	S/. 59.674	S/. 59.674	S/. 59.674	S/. 59.674	S/. 99.456	S/. 99.456	S/. 99.456	S/. 119.347	S/. 119.347	S/. 129.293	S/. 994.560

Tabla 40

Programa de ventas por meses (Segundo Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2019												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CENTROS COMERCIALES	S/. 64.087	S/. 64.087	S/. 64.087	S/. 25.603	S/. 25.603	S/. 25.603	S/. 63.610	S/. 63.610	S/. 63.610	S/. 92.393	S/. 92.393	S/. 92.393	S/. 737.076
CARTERA BASE	S/. 64.087	S/. 64.087	S/. 64.087	S/. 25.603	S/. 25.603	S/. 25.603	S/. 63.610	S/. 63.610	S/. 63.610	S/. 92.393	S/. 92.393	S/. 92.393	S/. 737.076
INTERNET	S/. 16.067	S/. 16.067	S/. 16.067	S/. 6.419	S/. 6.419	S/. 6.419	S/. 15.947	S/. 15.947	S/. 15.947	S/. 23.163	S/. 23.163	S/. 23.163	S/. 184.788
CARTERA BASE	S/. 16.067	S/. 16.067	S/. 16.067	S/. 6.419	S/. 6.419	S/. 6.419	S/. 15.947	S/. 15.947	S/. 15.947	S/. 23.163	S/. 23.163	S/. 23.163	S/. 184.788
Ventas (sin IGV)	S/. 80.153	S/. 80.153	S/. 80.153	S/. 32.022	S/. 32.022	S/. 32.022	S/. 79.557	S/. 79.557	S/. 79.557	S/. 115.556	S/. 115.556	S/. 115.556	S/. 921.864
IGV	S/. 14.428	S/. 14.428	S/. 14.428	S/. 5.764	S/. 5.764	S/. 5.764	S/. 14.320	S/. 14.320	S/. 14.320	S/. 20.800	S/. 20.800	S/. 20.800	S/. 165.936
Ventas (con IGV)	S/. 94.581	S/. 94.581	S/. 94.581	S/. 37.786	S/. 37.786	S/. 37.786	S/. 93.877	S/. 93.877	S/. 93.877	S/. 136.356	S/. 136.356	S/. 136.356	S/. 1.087.800

Tabla 41

Programa de ventas por meses (Tercer Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2020												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CENTROS COMERCIALES	S/. 70.103	S/. 70.103	S/. 70.103	S/. 28.006	S/. 28.006	S/. 28.006	S/. 69.581	S/. 69.581	S/. 69.581	S/. 101.067	S/. 101.067	S/. 101.067	S/. 806.271
CARTERA BASE	S/. 70.103	S/. 70.103	S/. 70.103	S/. 28.006	S/. 28.006	S/. 28.006	S/. 69.581	S/. 69.581	S/. 69.581	S/. 101.067	S/. 101.067	S/. 101.067	S/. 806.271
INTERNET	S/. 17.575	S/. 17.575	S/. 17.575	S/. 7.021	S/. 7.021	S/. 7.021	S/. 17.444	S/. 17.444	S/. 17.444	S/. 25.338	S/. 25.338	S/. 25.338	S/. 202.136
CARTERA BASE	S/. 17.575	S/. 17.575	S/. 17.575	S/. 7.021	S/. 7.021	S/. 7.021	S/. 17.444	S/. 17.444	S/. 17.444	S/. 25.338	S/. 25.338	S/. 25.338	S/. 202.136
Ventas (sin IGV)	S/. 87.678	S/. 87.678	S/. 87.678	S/. 35.028	S/. 35.028	S/. 35.028	S/. 87.025	S/. 87.025	S/. 87.025	S/. 126.404	S/. 126.404	S/. 126.404	S/. 1.008.407
IGV	S/. 15.782	S/. 15.782	S/. 15.782	S/. 6.305	S/. 6.305	S/. 6.305	S/. 15.665	S/. 15.665	S/. 15.665	S/. 22.753	S/. 22.753	S/. 22.753	S/. 181.513
Ventas (con IGV)	S/. 103.460	S/. 103.460	S/. 103.460	S/. 41.333	S/. 41.333	S/. 41.333	S/. 102.690	S/. 102.690	S/. 102.690	S/. 149.157	S/. 149.157	S/. 149.157	S/. 1.189.920

Tabla 42

Programa de ventas por meses (Cuarto Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2021												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CENTROS COMERCIALES	S/. 76.685	S/. 76.685	S/. 76.685	S/. 30.636	S/. 30.636	S/. 30.636	S/. 76.114	S/. 76.114	S/. 76.114	S/. 110.556	S/. 110.556	S/. 110.556	S/. 881.971
CARTERA BASE	S/. 76.685	S/. 76.685	S/. 76.685	S/. 30.636	S/. 30.636	S/. 30.636	S/. 76.114	S/. 76.114	S/. 76.114	S/. 110.556	S/. 110.556	S/. 110.556	S/. 881.971
INTERNET	S/. 19.225	S/. 19.225	S/. 19.225	S/. 7.681	S/. 7.681	S/. 7.681	S/. 19.082	S/. 19.082	S/. 19.082	S/. 27.717	S/. 27.717	S/. 27.717	S/. 221.114
CARTERA BASE	S/. 19.225	S/. 19.225	S/. 19.225	S/. 7.681	S/. 7.681	S/. 7.681	S/. 19.082	S/. 19.082	S/. 19.082	S/. 27.717	S/. 27.717	S/. 27.717	S/. 221.114
Ventas (sin IGV)	S/. 95.910	S/. 95.910	S/. 95.910	S/. 38.316	S/. 38.316	S/. 38.316	S/. 95.196	S/. 95.196	S/. 95.196	S/. 138.272	S/. 138.272	S/. 138.272	S/. 1.103.085
IGV	S/. 17.264	S/. 17.264	S/. 17.264	S/. 6.897	S/. 6.897	S/. 6.897	S/. 17.135	S/. 17.135	S/. 17.135	S/. 24.889	S/. 24.889	S/. 24.889	S/. 198.555
Ventas (con IGV)	S/. 113.174	S/. 113.174	S/. 113.174	S/. 45.213	S/. 45.213	S/. 45.213	S/. 112.331	S/. 112.331	S/. 112.331	S/. 163.161	S/. 163.161	S/. 163.161	S/. 1.301.640

Tabla 43

Programa de ventas por meses (Quinto Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2022												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CENTROS COMERCIALES	S/. 83.896	S/. 83.896	S/. 83.896	S/. 33.517	S/. 33.517	S/. 33.517	S/. 83.271	S/. 83.271	S/. 83.271	S/. 120.952	S/. 120.952	S/. 120.952	S/. 964.907
CARTERA BASE	S/. 83.896	S/. 83.896	S/. 83.896	S/. 33.517	S/. 33.517	S/. 33.517	S/. 83.271	S/. 83.271	S/. 83.271	S/. 120.952	S/. 120.952	S/. 120.952	S/. 964.907
INTERNET	S/. 21.033	S/. 21.033	S/. 21.033	S/. 8.403	S/. 8.403	S/. 8.403	S/. 20.876	S/. 20.876	S/. 20.876	S/. 30.323	S/. 30.323	S/. 30.323	S/. 241.906
CARTERA BASE	S/. 21.033	S/. 21.033	S/. 21.033	S/. 8.403	S/. 8.403	S/. 8.403	S/. 20.876	S/. 20.876	S/. 20.876	S/. 30.323	S/. 30.323	S/. 30.323	S/. 241.906
Ventas (sin IGV)	S/. 104.929	S/. 104.929	S/. 104.929	S/. 41.920	S/. 41.920	S/. 41.920	S/. 104.148	S/. 104.148	S/. 104.148	S/. 151.275	S/. 151.275	S/. 151.275	S/. 1.206.814
IGV	S/. 18.887	S/. 18.887	S/. 18.887	S/. 7.546	S/. 7.546	S/. 7.546	S/. 18.747	S/. 18.747	S/. 18.747	S/. 27.229	S/. 27.229	S/. 27.229	S/. 217.226
Ventas (con IGV)	S/. 123.816	S/. 123.816	S/. 123.816	S/. 49.465	S/. 49.465	S/. 49.465	S/. 122.894	S/. 122.894	S/. 122.894	S/. 178.504	S/. 178.504	S/. 178.504	S/. 1.424.040

Tabla 44

Programa de ventas totales

Programa ventas (soles)	2018	2019	2020	2021	2022
CENTROS COMERCIALES	S/. 673.898	S/. 737.076	S/. 806.271	S/. 881.971	S/. 964.907
CARTERA BASE	S/. 673.898	S/. 737.076	S/. 806.271	S/. 881.971	S/. 964.907
INTERNET	S/. 168.949	S/. 184.788	S/. 202.136	S/. 221.114	S/. 241.906
CARTERA BASE	S/. 168.949	S/. 184.788	S/. 202.136	S/. 221.114	S/. 241.906
Ventas (sin IGV)	S/. 842.847	S/. 921.864	S/. 1.008.407	S/. 1.103.085	S/. 1.206.814
IGV	S/. 151.713	S/. 165.936	S/. 181.513	S/. 198.555	S/. 217.226
Ventas (con IGV)	S/. 994.560	S/. 1.087.800	S/. 1.189.920	S/. 1.301.640	S/. 1.424.040

En el primer año se presenta un monto de ventas de S/. 994.560 , con una proyección para el año final de s/. 1.424.040

Siguiendo con lo antes mencionado, se presentará un programa de ventas con ajustes de estacionalidad por año proyectado:

Tabla 45

Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Primer Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2018												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	4.00%	5.00%	6.00%	6.00%	6.00%	6.00%	10.00%	10.00%	10.00%	12.00%	12.00%	13.00%	100.00%
CENTROS COMERCIALES	265	331	398	398	398	398	663	663	663	795	795	861	6.627
CARTERA BASE	265	331	398	398	398	398	663	663	663	795	795	861	6.627
INTERNET	66	83	100	100	100	100	166	166	166	199	199	216	1.661
CARTERA BASE	66	83	100	100	100	100	166	166	166	199	199	216	1.661
Total	332	414	497	497	497	497	829	829	829	995	995	1.077	8.288

Tabla 46

Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Segundo Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2019												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	8.69%	8.69%	8.69%	3.47%	3.47%	3.47%	8.63%	8.63%	8.63%	12.54%	12.54%	12.54%	100.00%
CENTROS COMERCIALES	630	630	630	252	252	252	625	625	625	909	909	909	7.248
CARTERA BASE	630	630	630	252	252	252	625	625	625	909	909	909	7.248
INTERNET	158	158	158	63	63	63	157	157	157	228	228	228	1.817
CARTERA BASE	158	158	158	63	63	63	157	157	157	228	228	228	1.817
Total	788	788	788	315	315	315	782	782	782	1.136	1.136	1.136	9.065

Tabla 47

Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Tercer Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2020												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	8.69%	8.69%	8.69%	3.47%	3.47%	3.47%	8.63%	8.63%	8.63%	12.54%	12.54%	12.54%	100.00%
CENTROS COMERCIALES	689	689	689	275	275	275	684	684	684	994	994	994	7.928
CARTERA BASE	689	689	689	275	275	275	684	684	684	994	994	994	7.928
INTERNET	173	173	173	69	69	69	172	172	172	249	249	249	1.988
CARTERA BASE	173	173	173	69	69	69	172	172	172	249	249	249	1.988
Total	862	862	862	344	344	344	856	856	856	1.243	1.243	1.243	9.916

Tabla 48

Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Cuarto Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2021												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	8.69%	8.69%	8.69%	3.47%	3.47%	3.47%	8.63%	8.63%	8.63%	12.54%	12.54%	12.54%	100.00%
CENTROS COMERCIALES	754	754	754	301	301	301	748	748	748	1.087	1.087	1.087	8.673
CARTERA BASE	754	754	754	301	301	301	748	748	748	1.087	1.087	1.087	8.673
INTERNET	189	189	189	76	76	76	188	188	188	273	273	273	2.174
CARTERA BASE	189	189	189	76	76	76	188	188	188	273	273	273	2.174
Total	943	943	943	377	377	377	936	936	936	1.360	1.360	1.360	10.847

Tabla 49

Ventas con ajustes de estacionalidad por mes (Quinto Año)

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2022												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Estacionalidad	8.69%	8.69%	8.69%	3.47%	3.47%	3.47%	8.63%	8.63%	8.63%	12.54%	12.54%	12.54%	100.00%
CENTROS COMERCIALES	825	825	825	330	330	330	819	819	819	1.189	1.189	1.189	9.488
CARTERA BASE	825	825	825	330	330	330	819	819	819	1.189	1.189	1.189	9.488
INTERNET	207	207	207	83	83	83	205	205	205	298	298	298	2.379
CARTERA BASE	207	207	207	83	83	83	205	205	205	298	298	298	2.379
Total	1.032	1.032	1.032	412	412	412	1.024	1.024	1.024	1.488	1.488	1.488	11.867

Tabla 50

Programa de ventas finales (Por unidades)

Programa ventas (unidades)	2018	2019	2020	2021	2022
CENTROS COMERCIALES	6.627	7.248	7.928	8.673	9.488
CARTERA BASE	6.627	7.248	7.928	8.673	9.488
INTERNET	1.661	1.817	1.988	2.174	2.379
CARTERA BASE	1.661	1.817	1.988	2.174	2.379
Total	8.288	9.065	9.916	10.847	11.867

Se obtiene un total de 8.288 unidades en el primer año, y una cantidad de 11.867 proyectadas en el último

4.3. Mezcla de marketing

4.3.1. Producto.

Como resultado de las opiniones recogidas por medio de las encuestas, Focus Group y entrevistas se llegó a la conclusión de hacer ciertos cambios:

a) Cambio de Nombre:

- Se decidió cambiar el nombre del producto por “StylesBag” teniendo así un nombre más comercial y atractivo para el público al cual se desea llegar.

b) Logo

- buscando así un logo más atractivo visualmente
- Un cambio de color, para el producto
- Un cambio del ícono representativo de la marca, así también como el lema que lo identifica
- El uso de un estilo más delicado, debido a que los clientes potenciales son mujeres

LOGO ANTIGUO



Figura 40 - Logo antiguo BagsPack

LOGO NUEVO

*Figura 41 - Logo nuevo StylesBag*

c) Empaque

Empaque Antiguo

*Figura 42 - Empaque Antiguo*



Figura 43 - Empaque Nuevo

Empaque Nuevo



Figura 44 - Etiquetas

Así también como un debido etiquetado en cada producto

C) Sobre la variedad del producto

En cuanto a nuestro producto, usaremos estándares de calidad para la confección de cada una de las partes que componen nuestro producto (la base y los accesorios), con los cuales nos diferenciaremos de otras marcas

- Packs: Cada uno de ellos variará en cuanto color, estilo, y diseño. Así como también tendrá opción de personalización del cliente

Cada pack tendrá hasta 3 tipos de accesorios distintos con los cuales cada cartera básica se transformará hasta en 3 carteras distintas

✓ **Diseño General:**

- Base de cartera
- Accesorios:
 - Asas (2)
 - Bolsillo interno (1)
 - Bolsillo externo (2)
 - Bordado aplicación (1)
 - Adorno exterior (1)
 - Base adicional (1)
 - Cubierta (1)

El proceso de cambio en detalle:

- Base de cartera sin diseño:



Figura 45 - Cartera Base

- Base de la cartera con el primer pack añadido



- ✓ Cambio de asa (1º tipo)
- ✓ Cambio de portada (1º variedad)

Figura 46 - Primer Pack

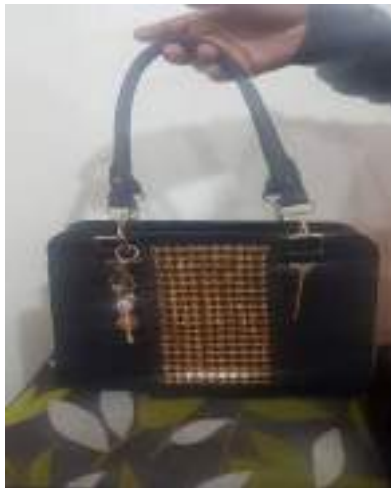
- Base de la cartera con el segundo pack añadido



- ✓ Cambio de asa (2º tipo)
- ✓ Cambio de portada (2º variedad)

Figura 47 - Segundo Pack

- Base de la cartera con el tercer pack añadido



- ✓ Cambio de asa (3º tipo)
- ✓ Cambio de portada (3º variedad)

Figura 48 - Tercer Pack

Para nuestro producto utilizaremos una distinta variedad de colores en nuestras carteras predominando los colores obtenidos en nuestras encuestas como (blanco, marrón, rojo, azul). Así como también, los elementos conformados por el pack, son combinables al gusto y preferencia del usuario.

4.3.2. Precio

Análisis del precio del producto en contraste con los precios de la competencia. Existencia de empresas que importan y comercializan carteras donde ubicaremos nuestros locales de venta.

Cuadro comparativo:

Tabla 51

Cuadro Comparativo

Tiendas	Bags pack	Saga Falabella	Platanitos
Distritos	Independencia	Independencia	Independencia
Producto	Cartera StylesBag	Cartera casual: Stefano Cocci	Cartera platanitos
Presentación	Casual	Cartera casual: Amphora	Varios modelos
Precio promedio	S/.100.00	S./150.00	S/.130.00
OBSERVACION	El precio de nuestra cartera incluye IGV, además con nuestra cartera base puede cambiar su diseño en 3 ocasiones con distintos colores.	El precio de esta cartera está incluido el IGV, además es un solo modelo de un solo color.	El precio de esta cartera está incluido IGV, además es un solo modelo de un solo color.

Costos de nuestro producto (simulación)

- Análisis de costos según insumos en el mercado

Insumos	COSTO UNITARIO (Sin IGV)
Marroquín	S/450.00
Hilo de Nylon	S/50.00
Forro tafeta	S/350.00
Cierre grande	S/15.00
Cierre pequeño	S/18.00
Microporoso	S/350.00
Remaches	S/27.00
Broches	S/30.00
Ojalillo	S/32.00
Greviches	S/32.00
Púas decorativas	S/60.00
Spaguetti plástico	S/30.00
Etiqueta de marca	S/3.00
Etiqueta de instrucciones	S/8.00
Bolsa	S/200.00

- Precio sugerido al público:

Al realizar las encuestas y los Focus Group verificamos que el 63 % de las mujeres de nivel socioeconómico B y C estas dispuestas a pagar entre 80 a 130 soles por una cartera, lo cual podemos afirmar que nuestro precio de las carteras se ajustan a la realidad ofertándola a el precio de 100 soles.

Por tal motivo se tomó el criterio de análisis de precios de la competencia, ya que sus productos oscilan entre 90 a 140 soles dependiendo de algunas marcas que se asemejan a nuestro producto.

4.3.3. Plaza.

Localización del negocio (con la debida justificación)

De acuerdo a la necesidad de localizarnos en una tienda , es decir , tener un espacio donde exista un alto tránsito de personas debido a que nuestro producto es nuevo e innovador ,debemos enfocarnos a utilizar el canal de venta directa y nos dirigimos hacia el consumidor final con la finalidad de que a través de nuestros colaboradores se informen sobre nuestro producto y todos sus beneficios , los cuales deberán ser explicados al detalle , además de brindarles las pautas para poder realizar los cambios de diseño , para dicho fin contaremos con espacios ubicados dentro de Centros Comerciales al estilo de módulos para la atención inmediata con un horario sujeto al lugar

En primera instancia se apertura módulos bien ubicados, en los principales Centros Comerciales de Lima, específicamente MALL DEL SUR y MEGAPLAZA lo cuales se encuentran ubicados estratégicamente en distintos conos, para poder llegar nuestro público objetivo que en este caso se enfoca en el nivel socioeconómico B y C.

- ✓ Primera ubicación:

Mega Plaza – Independencia y Mall del Sur – San Juan de Miraflores

✓ Referencia de ubicación:

El primero está ubicado en una de las zonas más buscadas en Los Olivos, a solo 1 minuto caminando a la principal Av. Evitamiento y 3 minutos a la otra principal Av. Túpac Amaru. (Mega Plaza).

El segundo se encuentra en una de las zonas más buscadas en San Juan de Miraflores, a solo 1 minuto caminando a la principal Av. Evitamiento.

✓ Descripción:

El primer módulo (Mega Plaza) está ubicado entre Tottus y Saga Falabella. El módulo cuenta con un amplio ambiente de aproximadamente 5 m².

El segundo módulo ubicado en el primer piso al frente de Saga Falabella, el cual también cuenta con un amplio ambiente aproximadamente de 5 m².

✓ Dirección especificada:

Av. Alfredo Mendiola 3698 - Independencia

Av. Los Lirios con Pedro Miotta - San Juan de Miraflores

✓ Precio de alquiler:

Aproximadamente se estará pagando entre \$35 a \$50 dólares por m².

✓ Prototipo de módulo de venta:



Figura 49- Módulo Mall del Sur



Figura 50 - Módulo Mega Plaza

✓ Área total del módulo: 5m2.

- ✓ Precio de alquiler: de \$35 a \$50 dólares por m².
- ✓ Habilitación:

El módulo está habilitado como local comercial, por la municipalidad de Independencia y San Juan de Miraflores, según ley de aprobación 28976 (Ley Marco de Licencia de Funcionamiento para negocio) el cual tiene un costo de 200 soles por licencia.

4.3.4. Promoción.

4.3.4.1. Campaña de lanzamiento.³⁹

a) Objetivos

- Introducir de manera exitosa nuestro producto al mercado limeño.
- Lograr un posicionamiento en el mercado como una marca reconocida
- Obtener una imagen de confianza y de innovación a nivel de producto
- Llegar al público, brindándole información y beneficios nuestro producto
- Incrementar ventas
- Crear tendencia a nivel del rubro elegido (carteras)

b) Duración

La campaña de lanzamiento de nuestro producto estará compuesta por dos etapas, la campaña de intriga y la campaña de lanzamiento. El tiempo total de duración de ambas será de tres meses (noviembre a enero). La campaña de intriga se desarrollará durante el mes de noviembre y la campaña de lanzamiento tendrá lugar a los meses de diciembre y enero.

Se han determinado estos tres meses del año como parte de la estrategia de la campaña de lanzamiento, debido a que son los meses de próximo a la navidad y de verano donde las personas desean comprarse cosas nuevas; es en estas fechas donde las personas realizan con mayor frecuencia la compra de accesorios, carteras, ropa, etc.; eso nos da la oportunidad de

³⁹ Cronograma Económico sobre la campaña se encuentra en el Anexo N° 9

ofrecer nuestra cartera innovadora, es por ello, la importancia del lanzamiento durante esos meses.

Para determinar los medios por los cuales se llegará al cliente, se toma en cuenta los datos obtenidos en la encuesta:

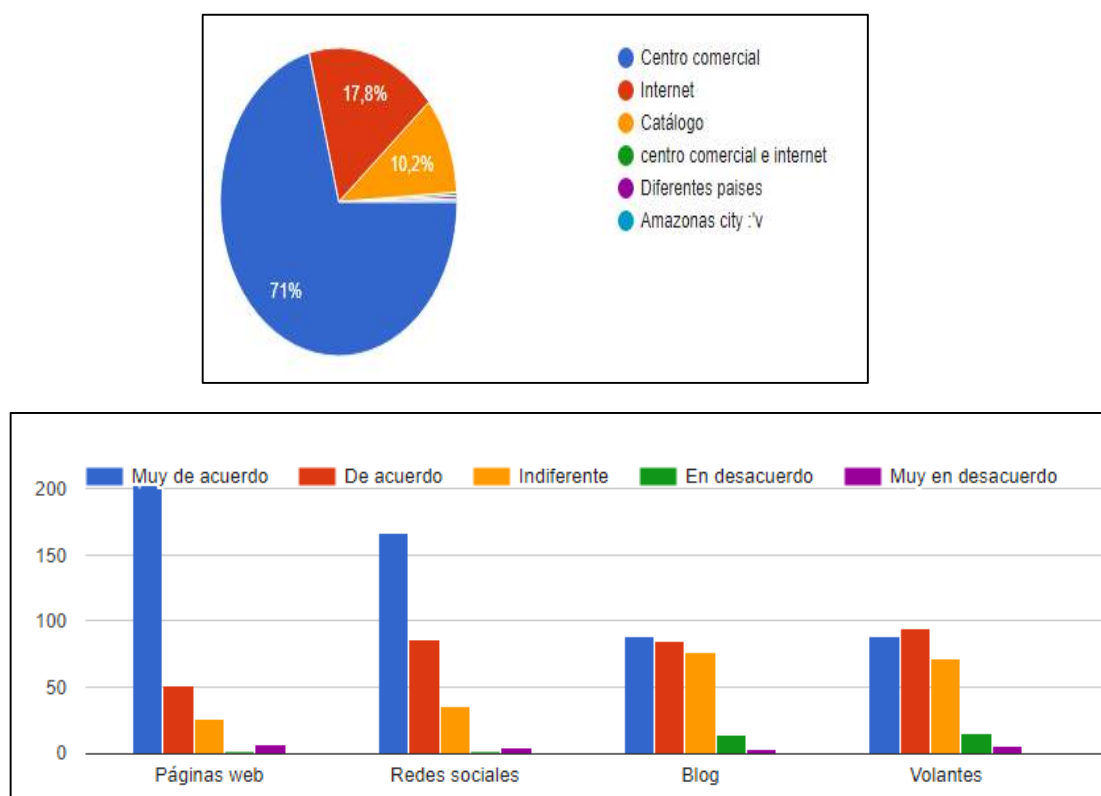


Figura 51. Medios por donde llegar al cliente

Basándose en los resultados, enfocaremos nuestra atención en los centros comerciales como una medida preliminar para el armado de las campañas, así como también las herramientas web y redes sociales como nuestros mejores aliados, sin dejar de lado los volantes impresos con nuestra marca

C) Armado de campañas

- Campaña intriga:

Se utilizará esta campaña como una manera de generar expectativa y curiosidad en el público objetivo. Durante el lapso de tiempo de la campaña se recurrirá a los medios digitales como una herramienta principal, así como también una manera de reducir costos



Figura 52 - Pagina Web (Campaña de intriga)

- Página web:

- ✓ Como se pueda observar, no tendrá el logo del producto, ni se indicará explícitamente sobre que se trata el producto, pero se modificara el estilo con el fin de que el pública entienda un concepto semejante a nuestro producto

- ✓ No se habilitará aún las redes sociales, pero si el envío de información a los usuarios que se inscriban en la página

- Campaña de Lanzamiento:

En esta campaña de lanzamiento oficial, se utilizará todos los medios próximos, para revelar nuestra marca y la información del producto, así como también la apertura de uno de nuestros módulos.

Apertura del módulo:

- Escaparate con la muestra de nuestro producto

- Personalmente debidamente vestido acorde a un diseño corporativo, que identifica a la marca.
- Muestras del diseño y los diferentes cambios de nuestro producto
- Personal repartiendo publicidad con pequeños descuentos debido al lanzamiento del producto



Figura 53 - Polo Publicitario

Medios Digitales:

- Página Web: Con opción de compra online y descuentos exclusivos, se aceptará pago con tarjeta y contra entrega, previa comunicación. Se irá implementando a lo largo, de las cantidades de visualizaciones de la página web, así como también se empleará banner publicitario en asociaciones con otros productos



Figura 54 - Tarjetas publicitarias



Figura 55 - Modelo de página web

- **Redes Sociales:** El objetivo principal, formar una comunidad activa, las cuales logren difundir la marca, también se usará herramientas ya incorporadas en esa plataforma (número de likes, compartidos, comentarios, etc.)

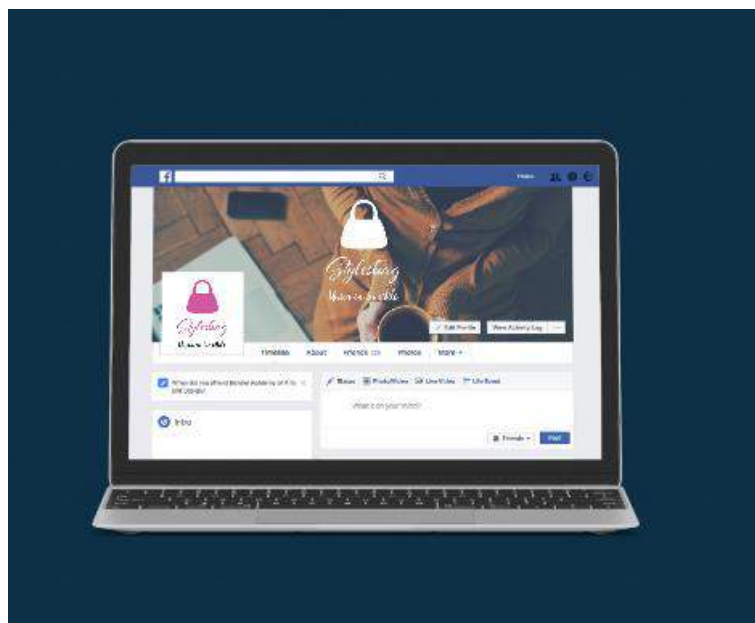


Figura 56 - Modelo página de Facebook

4.3.4.2. Promoción para todos los años:

Tabla 52

Plan de Promoción

Plan de promoción para todos los años	
Sobre la Publicidad	• La página web será actualizada cada cierto lapso de tiempo • Las redes sociales se mantendrán activas • Se sacará un video publicitario distinto por año
Sobre los descuentos	• Descuentos por fechas festivas • Descuentos por fin de año • Descuentos exclusivos en la tienda virtual
Sobre las campañas	• Se armarán 3 campañas por año en fechas específicas (Día de la madre, Fiestas Patrias y Navidad)
Sobre los packs de promoción	• Se armarán packs exclusivos por temporadas, sacando así colores ideales para cada estación

Capítulo V: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

5.1 Estudio Legal.

5.1.1 Forma Societaria.

Creaciones creativas será una sociedad anónima cerrada basándose en la ley general de sociedades (Ley n° 28867) tomando en cuenta así ciertos aspectos, referidas a la misma:

Tabla 53

Forma Societaria

Características	De 2 a 20 accionistas.
Denominación	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
Órganos	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia
Capital Social	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
Duración	Determinado o Indeterminado
Transferencia	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Tomando en cuenta estas características, se ha decidido que:

- Nuestra sociedad estará conformada por 5 miembros
- En la organización se ha elegido no contar con un Directorio
- Las acciones de la empresa no serán inscritas al mercado de valores
- Todo será regido, bajo principios democráticos y la participación activa de cada uno de los miembros conformados

Tabla 54

Capital Social

Accionista	%	Cargo
Naola Yucra Inés Filomena	20	Asociada
Pilco Villalobos Yamel Kassandra	20	Asistente Administrativo
Rivera Sánchez Luis homero	20	Gerente General
Balarezo Buccolini Hans Christian	20	Jefe de Ventas
Vara Arcos Marco Antonio	20	Jefe de Producción
Total	100	

a) Actividades y Valorización.

Tabla 55

Actividades y Valorización Forma Societaria

Actividades	Detalles	Duración	Valor Venta	IGV (18%)	Precio Venta
Búsqueda de nombre	A través de la web o app de la SUNARP	Días antes de la reserva	S/.5.00	S/. 0.9	S/. 5.90
Reserva de Nombre	Oficinas de la Sunarp o mediante el Servicio de Publicidad Registral en Línea	Previo plazo de clasificación de 24 hora 30 días hábiles	S/. 17.00	S/.3.06	S/. 20.06
Minuta de constitución y escritura pública	Elaboración de la minuta, señalando los acuerdos respectivos, pacto social y estatutos	3 días hábiles	S/ 375.00	S/. 67.50	S/.442.50
Elevar la escritura pública	Inscripción de la empresa en la SUNARP	30 días hábiles	S/. 90.0	S/. 16.2	S/106.20
Obtención del RUC	A través de la web o App de la SUNARP	1 día hábil	Gratuito	Gratuito	Gratuito
Monto Total			S/. 484.0	S/.87.66	S/. 571.66

5.1.2 Registro de Marcas y Patentes.

Tabla 56

Especificaciones de la marca

Marca	StylesBag
Logo	

a) Actividades y Valorización

Tabla 57

Actividades y Valorización Patentes

Actividades	Detalles	Tiempo duración	Valor Venta	IGV (18%)	Total
Búsqueda figurativa Solicitud de Registro	Web	60 – 90 días	Gratuito	Gratuito	Gratuito
	Indecopi Siguiendo el llenado de datos indicados El logotipo será enviado por correo electrónico		S/.534.99	S/.96.30	S/.631.29
Publicación en un diario oficial	Se solicita la publicación en el diario El Peruano		S/.200.0	S/.36.00	S/. 236.0
Monto Total			S/. 734.99	S/.132.30	S/.867.99

5.1.3 Licencias y Autorizaciones

En concordancia con el artículo N° 16 de la Ley N° 28976, “Ley Marco de Licencia de Funcionamiento”

a) Actividades y Valorización

Tabla 58

Actividades y Valorización Licencias

Actividades	Detalles	Duración	Valor Venta	IGV	Total
Licencia de Funcionamiento	Municipalidad de Lima - Declaración Jurada - Inspección de poderes - Certificado de Defensa Civil	15 días hábiles	S/. 120.00	S/.21.60	S/141.60
Inscripción de seguridad para la certificación de defensa civil	Verificar que el espacio a inspeccionar siga las estrictas normas de seguridad brindadas por Indeci	15 días hábiles	S/. 80.46	S/14.48	S/94.94
Defensa Civil	Determinado el monto a pagar por metraje	7 días hábiles	S/.137.50	S/.24.75	S/.162.25
Monto Total			S/.337.96	S/.60.83	S/.398.79

5.1.4 Legislación Laboral

El Estado Peruano dicta las normas del régimen laboral. Se detallan las siguientes normas abordadas en la Ley N° 27711 / DL N° 728 / DS N° 001-97-TR

a) Actividades y Valorización

Tabla 59

Actividades y Valorización Laboral

Actividades	Detalles
Planillas	Se debe presentar la planilla durante las 48 horas dentro del efectúo de la jornada laboral
Jornadas de Trabajo	Según las normas ya estipuladas, la jornada laboral será de 8 horas diarias
Sobretiempo	Serán pagadas con horas de descanso acumuladas o un 25% del sueldo cada 4 horas
Permisos	Serán otorgados con previa justificación, y una solicitud reglamentada
Vacaciones	Serán otorgadas pasado los 6 meses de permanencia del trabajador, las vacaciones comprenden a un lapso de 30 días, que podrán ser tomados en cualquier momento , ya sea por días elegidos o el mes completo
Gratificación	Se pagarán dos gratificaciones al año, en los meses de Julio y Diciembre. Una gratificación equivale a un mes de sueldo.
CTS	Se devenga desde el primer mes de iniciado el vínculo laboral, cumplido este requisito toda fracción se computa por treintavos
EsSalud	La empresa efectúa el pago, con un % de retención del sueldo del trabajador
Recibo por honorarios	Comprobante que le permite a la empresa deducir los gastos de aquella persona que le presta sus servicios

5.1.5 Legislación Tributaria

a) *Actividades y Valorización*

Tabla 60

Actividades y Valorización Legislación Tributaria

Actividades	Detalles	Valorización
Impuesto general a la venta	Impuesto que grava todas las fases del ciclo de producción y distribución, está orientado a ser asumido por el consumidor final, encontrándose normalmente en el precio de compra de los productos que adquiere.	18% IGV + IPM
Impuesto a la renta	El pago es anual y el plazo para realizar la declaración vence el 31 de marzo del año posterior al ejercicio declarado. El monto se determina según las ganancias ya deducidas	29.5%
Impuesto a las transacciones financieras (ITF)	Se genera cada vez que se realiza una transacción en la cuenta bancaria	0.005 %

5.1.6 Otros aspectos legales

- Ley 29783 – Ley de Seguridad y Salud en el trabajo: Implementado en el 2012, para el sector privado
- Ley N° 23407 – Ley general de las industrias: Ley que determina los estatutos legales que deben de cumplir las empresas industriales

5.2 Estudio Organizacional

5.2.1 Organigrama Funcional.

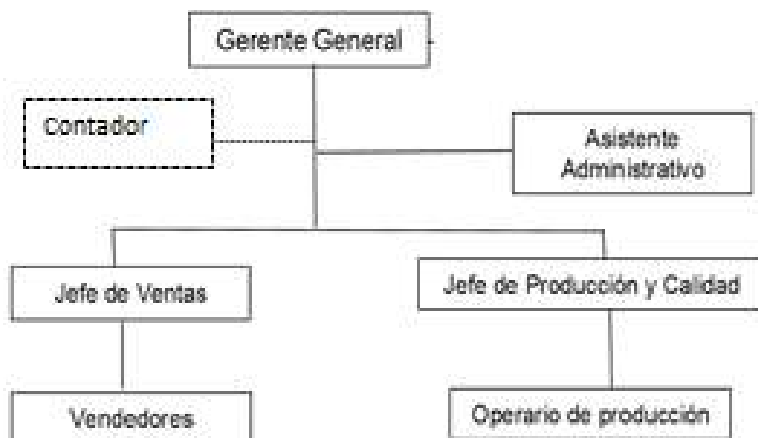


Figura 57. Organigrama Funcional

5.2.2 Servicios Tercerizados.

Tabla 61

Servicios Tercerizados

Cargo	Área	Cantidad
Contador	Administrativa	1
Servicio de Limpieza	Administrativa	1
Diseñador	Producción	1

5.2.3 Descripción de puestos de trabajo

- Gerente general: Dirigir, Ordenar, Vigilar y coordinar los recursos humanos, financieros y materiales, se ejerzan de acuerdo a la normatividad aplicable, con la finalidad de hacer más eficiente el aprovechamiento de los recursos.
- Asistente Administrativo: Supervisión de los puestos de la empresa, manejo de decisiones, verificación del correcto funcionamiento de la empresa, basándose en una visión legal y operacional.

- Jefe de Ventas: Encargado de toda la parte de ventas de la empresa, así como de la capacitación de personal a su cargo (vendedores), supervisión de los módulos físicos de venta, tracking de las ventas on-line, el nexo entre la cúpula administrativa y los servicios adquiridos.
- Jefe de Producción y Calidad: Encargado de planta, supervisión de procesos, verificación de producto terminado, así como también del control de calidad entre cada intervalo entre cada proceso.
- Operario de producción: Encargado de desarrollar una actividad dentro del proceso productivo de la confección del producto.
- Vendedor: Encargado de vender el producto, explicando el concepto del producto y su utilización, es el nexo entre la empresa y el público.

Tabla 62.

Perfil puesto Gerente general

Gerente General			
Descripción y perfil del puesto			
Nombre:	Gerente General		
Jefe Inmediato:	-		
Competencias			
Grado de Instrucción		Titulo	Profesión
Educación	Superior	Administrador, Ingeniera Empresarial o afines	Administrador de Empresas
Experiencia	4 años		
Habilidades	Resolución de Problemas		
	Trabajo en Equipo		
	Trabajo bajo presión		
Acciones y resultado esperados	Designar todas las posiciones de la estructura.		
	Contratar personal que las áreas requieran		
	Controlar y coordinar con el jefe de ventas		
	Controlar el correcto funcionamiento de la empresa (Marco legal, pagos, etc.)		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato:	Contrato de naturaleza indeterminada		
Remuneración	S/. 3000		
Ubicación Física	Administración		

Beneficio Social	Si
Jornada	Diurna
Horario	Lunes – Viernes 8:00 am – 6:00 pm
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual

Tabla 63

Perfil puesto Asistente Administrativo

Asistente Administrativo			
Descripción y perfil del puesto			
Nombre:		Asistente Administrativo	
Jefe Inmediato:		Gerente General	
Competencias			
Grado de Instrucción		Titulo	Profesión
Educación	Superior	Administrador, Negocios o afines	Administración , Ingeniera Industrial o afines
Experiencia	2 años		
Habilidades	Trato Interpersonal		
	Facilidad para el cálculo		
	Trabajo bajo presión		
Acciones y resultado esperados	Correcto manejo de datos		
	Administración de recursos		
	Verificación de montos administrados		
	Reporte de cualquier anomalía en la empresa		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato :	Contrato Modalidad Fija		
Remuneración	S/. 1200		
Ubicación Física	Administración		
Beneficio Social	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes – Viernes 8:00 am – 6:00 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Tabla 64

Perfil puesto Contador

Contador			
Descripción y perfil del puesto			
Nombre:	Contador		
Jefe Inmediato:	Gerente General		
Competencias			
Grado de Instrucción		Título	Profesión
Educación	Superior	Contabilidad	Contabilidad
Experiencia	3 años		
Habilidades	Trabajo bajo presión		
	Habilidades matemáticas		
	Organización de datos		
Acciones y resultado esperados	Correcto de manejo de datos		
	Procesamiento de información financiera		
	Presentación de impuestos		
	Reportes mensuales		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato:	Contrato por tercerización		
Remuneración	S/. 500		
Ubicación Física	Administración		
Beneficio Social	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes – Viernes 8:00 am – 6:00 pm		
Tipo de Sueldo	Por honorario		

Tabla 65

Perfil puesto Jefe de Ventas

Jefe de Ventas			
Descripción y perfil del puesto			
Nombre:	Jefe de Ventas		
Jefe Inmediato:	-		
Competencias			
Grado de Instrucción		Titulo	Profesión
Educación	Superior		

Experiencia	2 año	Administrador, Marketing o afines	Administración de empresas o Marketing
Habilidades	Comunicación asertiva		
	Habilidad comercial		
	Proactividad		
Acciones y resultado esperados	Planeación , organización , dirección y control de ventas		
	Reclutamiento , supervisión , capacitación a vendedores		
	Análisis de volúmenes de venta		
	Monitoreo de comercialización		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato :	Contrato Modalidad Indeterminada		
Remuneración	S/.1200		
Ubicación Física	Administración		
Beneficio Social	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	Lunes – Viernes 8:00 am – 6:00 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Tabla 66

Perfil puesto Jefe de Producción y Calidad

Jefe de Producción y Calidad			
Descripción y perfil del puesto			
Nombre:	Jefe de Producción y Calidad		
Jefe Inmediato:	Jefe de Producción y Calidad		
Competencias			
Grado de Instrucción		Titulo	Profesión
Educación	Superior	Ingeniera Industrial, Logística	Ingeniera Industrial o Ingeniera Logística
Experiencia	2 años		
Habilidades	Trabajo en equipo		
	Comunicación eficaz		
	Toma de decisiones		
Acciones y resultado esperados	Controlar los procesos de producción		
	Verificar la calidad la calidad del producto final		
	Supervisar, controlar y capacitar a los trabajadores a su cargo		
	Muestra de gráficas y proyecciones al final de cada mes		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato:	Contrato Modalidad Indeterminada		

Remuneración	S/. 1600
Ubicación Física	Planta
Beneficio Social	Si
Jornada	Diurna
Horario	Lunes – Viernes 8:00 am – 6:00 pm
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual

Tabla 67

Perfil puesto Vendedor

Vendedor			
Descripción y perfil del puesto			
Nombre:		Vendedor	
Jefe Inmediato:		Jefe de Ventas	
Competencias			
Grado de Instrucción		Titulo	Profesión
Educación	Secundaria Completa	-	-
Experiencia	1 año		
Habilidades	Comunicación eficaz		
	Trato amable con las personas		
	Capacidad de escucha		
Acciones y resultado esperados	Cumplir la meta de ventas		
	Capacitarse y conocer el producto		
	Incrementar las compras de los clientes		
	Atención a los clientes		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato :	Contrato de naturaleza temporal (sujeta a modalidad)		
Remuneración	S/. 850 + Comisiones		
Ubicación Física	Administración		
Beneficio Social	Si		
Jornada	Rotativa		
Horario	Lunes – Domingo : 12:00 pm – 8:00 pm		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

Tabla 68

Perfil puesto operario de producción

Operario de Producción			
Descripción y perfil del puesto			
Nombre:	Operario de producción		
Jefe Inmediato:	Jefe de Producción y Calidad		
Competencias			
Grado de Instrucción		Titulo	Profesión
Educación	Superior	-	-
Experiencia	1 año		
Habilidades	Trabajo bajo presión		
	Habilidades manuales		
	Precisión en su proceso determinado		
Acciones y resultado esperados	Correcto desempeño del proceso especificado de producción		
	Seguimiento del diseño y moldes ya estipulados		
	Verificación de producto antes de entregar de pasar al siguiente proceso		
	Reporte de cualquier incidencia		
Condiciones del Puesto			
Tipo de Contrato:	Contrato por necesidad de mercado		
Remuneración	S/. 850		
Ubicación Física	Planta		
Beneficio Social	Si		
Jornada	Diurna		
Horario	De acuerdo a producción		
Tipo de Sueldo	Fijo Mensual		

5.2.4 Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Tabla 69

Servicios tercerizados

Servicios Tercerizado	Actividades	Remuneración
Diseñador	- Definir el diseño de la cartera - Utilizando medidas precisas del modelo - Se renovará el diseño cada 3 meses (estacionalidad)	S/.350
Contador	- Contabilidad de la empresa - Generar reportes para establecer un panorama financiero claro y preciso	S/.500
Limpieza	- Limpieza de las oficinas - Limpieza de la planta	S/.300

5.2.5 Aspectos Laborales

a. *Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.*

Se establece la forma de contratación de cada uno de los trabajadores de la empresa

Tabla 70

Forma de contratación Puestos de trabajo

Puesto	Tipo de Contrato
Gerente General	Contratación fija
Asistente Administrativo	Contratación fija
Jefe de Ventas	Contratación de naturaleza indeterminada
Jefe de Producción	Contratación de naturaleza indeterminada
Operario de Producción	Contratación de naturaleza temporal (Sujeta a modalidad)
Operario de Ventas	Contratación de naturaleza temporal (Sujeta a modalidad)

Tabla 71

Forma de contratación Servicios tercerizados

Puesto	Tipo de Contrato
Diseñador	Contrato por tercerización
Servicio de Limpieza	Contrato por tercerización
Contador	Contrato por tercerización

b. *Régimen laboral de puestos de trabajo.*

- El Régimen Laboral elegido es el de las MYPES aplicados a todos los trabajadores.
- El Régimen Laboral General para mejorar las condiciones laborales.

c. Planillas para todos los años

- Planilla 2017 – Mes de Diciembre

Tabla 72

Planilla 2017(diciembre)

POR TRABAJADOR													Total S/. Planilla Anual
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3.000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3.000.00	S/. 3.000.00		S/. 270.00		S/. 3.270.00	S/. 3.270.00
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1.200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1.200.00	S/. 1.200.00		S/. 108.00		S/. 1.308.00	S/. 1.308.00
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 1.200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1.200.00	S/. 1.200.00		S/. 108.00		S/. 1.308.00	S/. 1.308.00
Operario de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 850.00	S/. 850.00		S/. 76.50		S/. 926.50	S/. 1.853.00
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	MOI	1	S/. 1.600.00	S/. 0.00	S/. 32.00	S/. 1.632.00	S/. 1.632.00		S/. 146.88		S/. 1.778.88	S/. 1.778.88
Operarios	Produccion	MOD	1	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 17.00	S/. 867.00	S/. 867.00		S/. 78.03		S/. 945.03	S/. 945.03
TOTAL			7										S/. 10.462.91

- Planilla 2018

CARGO	AREA	CANTIDAD	PAGO	ANUAL
Contador	Administración	1	S/. 500.00	S/. 6.000.00
Diseñador	Producción	1	S/. 350.0.0	S/. 1400.0.0
Limpieza	-	1	S/. 300.0.0	S/. 3600.0.0
TOTAL			S/. 1150.0.	S/. 11.000.00

Tabla 73

Planilla 2018

POR TRABAJADOR													Total S/. Planilla Anual
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3.000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3.000.00	S/. 36.000.00	S/. 3.000.00	S/. 3.510.00	S/. 1.625.00	S/. 44.135.00	S/. 44.135.00
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1.200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1.200.00	S/. 14.400.00	S/. 1.200.00	S/. 1.404.00	S/. 650.00	S/. 17.654.00	S/. 17.654.00
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 1.200.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1.700.00	S/. 20.400.00	S/. 1.700.00	S/. 1.989.00	S/. 920.83	S/. 25.009.83	S/. 25.009.83
Operario de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 850.00	S/. 300.00	S/. 0.00	S/. 1.150.00	S/. 13.800.00	S/. 1.150.00	S/. 1.345.50	S/. 622.92	S/. 16.918.42	S/. 33.836.83
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	MOI	1	S/. 1.600.00	S/. 0.00	S/. 32.00	S/. 1.632.00	S/. 19.584.00	S/. 1.632.00	S/. 1.909.44	S/. 884.00	S/. 24.009.44	S/. 24.009.44
Operarios	Produccion	MOD	5	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 17.00	S/. 867.00	S/. 10.404.00	S/. 867.00	S/. 1.014.39	S/. 469.63	S/. 12.755.02	S/. 63.775.08
TOTAL			11										S/. 208.420.18

CARGO	AREA	CANTIDAD	PAGO	ANUAL
Contador	Administración	1	S/. 500.00	S/. 6.000.00
Diseñador	Producción	1	S/. 350.0.0	S/. 1400.0.0
Limpieza	-	1	S/. 300.0.0	S/. 3600.0.0
TOTAL			S/. 1150.0.	S/. 11.000.00

- Planilla 2019

Tabla 74

Planilla 2019

POR TRABAJADOR													Total S/. Planilla Anual
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3.000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3.000.00	S/. 36.000.00	S/. 3.000.00	S/. 3.510.00	S/. 1.625.00	S/. 44.135.00	S/. 44.135.00
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1.200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1.200.00	S/. 14.400.00	S/. 1.200.00	S/. 1.404.00	S/. 650.00	S/. 17.654.00	S/. 17.654.00
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 1.200.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1.700.00	S/. 20.400.00	S/. 1.700.00	S/. 1.989.00	S/. 920.83	S/. 25.009.83	S/. 25.009.83
Operario de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 850.00	S/. 300.00	S/. 0.00	S/. 1.150.00	S/. 13.800.00	S/. 1.150.00	S/. 1.345.50	S/. 622.92	S/. 16.918.42	S/. 33.836.83
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	MOI	1	S/. 1.600.00	S/. 0.00	S/. 32.00	S/. 1.632.00	S/. 19.584.00	S/. 1.632.00	S/. 1.909.44	S/. 884.00	S/. 24.009.44	S/. 24.009.44
Operarios	Produccion	MOD	5	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 17.00	S/. 867.00	S/. 10.404.00	S/. 867.00	S/. 1.014.39	S/. 469.63	S/. 12.755.02	S/. 63.775.08
TOTAL			11										S/. 208.420.18

CARGO	AREA	CANTIDAD	PAGO	ANUAL
Contador	Administración	1	S/. 500.00	S/. 6.000.00
Diseñador	Producción	1	S/. 350.0.0	S/. 1400.0.0
Limpieza	-	1	S/. 300.0.0	S/. 3600.0.0
TOTAL			S/. 1150.0.	S/. 11.000.00

- Planilla 2020

Tabla 75

Planilla 2020

POR TRABAJADOR													Total S/. Planilla Anual
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3.000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3.000.00	S/. 36.000.00	S/. 3.000.00	S/. 3.510.00	S/. 1.625.00	S/. 44.135.00	S/. 44.135.00
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1.200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1.200.00	S/. 14.400.00	S/. 1.200.00	S/. 1.404.00	S/. 650.00	S/. 17.654.00	S/. 17.654.00
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 1.200.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1.700.00	S/. 20.400.00	S/. 1.700.00	S/. 1.989.00	S/. 920.83	S/. 25.009.83	S/. 25.009.83
Operario de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 850.00	S/. 300.00	S/. 0.00	S/. 1.150.00	S/. 13.800.00	S/. 1.150.00	S/. 1.345.50	S/. 622.92	S/. 16.918.42	S/. 33.836.83
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	MOI	1	S/. 1.600.00	S/. 0.00	S/. 32.00	S/. 1.632.00	S/. 19.584.00	S/. 1.632.00	S/. 1.909.44	S/. 884.00	S/. 24.009.44	S/. 24.009.44
Operarios	Produccion	MOD	6	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 17.00	S/. 867.00	S/. 10.404.00	S/. 867.00	S/. 1.014.39	S/. 469.63	S/. 12.755.02	S/. 76.530.09
Total			12										S/. 221.175.20

CARGO	AREA	CANTIDAD	PAGO	ANUAL
Contador	Administración	1	S/. 500.00	S/. 6.000.00
Diseñador	Producción	1	S/. 350.0.0	S/. 1400.0.0
Limpieza	-	1	S/. 300.0.0	S/. 3600.0.0
TOTAL			S/. 1150.0.	S/. 11.000.00

- Planilla 2021

Tabla 76

Planilla 2021

POR TRABAJADOR													Total S/. Planilla Anual
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3.000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3.000.00	S/. 36.000.00	S/. 3.000.00	S/. 3.510.00	S/. 1.625.00	S/. 44.135.00	S/. 44.135.00
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1.200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1.200.00	S/. 14.400.00	S/. 1.200.00	S/. 1.404.00	S/. 650.00	S/. 17.654.00	S/. 17.654.00
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 1.200.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1.700.00	S/. 20.400.00	S/. 1.700.00	S/. 1.989.00	S/. 920.83	S/. 25.009.83	S/. 25.009.83
Operario de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 850.00	S/. 300.00	S/. 0.00	S/. 1.150.00	S/. 13.800.00	S/. 1.150.00	S/. 1.345.50	S/. 622.92	S/. 16.918.42	S/. 33.836.83
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	MOI	1	S/. 1.600.00	S/. 0.00	S/. 32.00	S/. 1.632.00	S/. 19.584.00	S/. 1.632.00	S/. 1.909.44	S/. 884.00	S/. 24.009.44	S/. 24.009.44
Operarios	Produccion	MOD	6	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 17.00	S/. 867.00	S/. 10.404.00	S/. 867.00	S/. 1.014.39	S/. 469.63	S/. 12.755.02	S/. 76.530.09
Total			12										S/. 221.175.20

CARGO	AREA	CANTIDAD	PAGO	ANUAL
Contador	Administración	1	S/. 500.00	S/. 6.000.00
Diseñador	Producción	1	S/. 350.0.0	S/. 1400.0.0
Limpieza	-	1	S/. 300.0.0	S/. 3600.0.0
TOTAL			S/. 1150.0.	S/. 11.000.00

- Planilla 2022

Tabla 77

Planilla 2022

POR TRABAJADOR													Total S/. Planilla Anual
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	Bono	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	Administrativa	G. Administración	1	S/. 3.000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 3.000.00	S/. 36.000.00	S/. 3.000.00	S/. 3.510.00	S/. 1.625.00	S/. 44.135.00	S/. 44.135.00
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	1	S/. 1.200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1.200.00	S/. 14.400.00	S/. 1.200.00	S/. 1.404.00	S/. 650.00	S/. 17.654.00	S/. 17.654.00
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	1	S/. 1.200.00	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 1.700.00	S/. 20.400.00	S/. 1.700.00	S/. 1.989.00	S/. 920.83	S/. 25.009.83	S/. 25.009.83
Operario de Ventas	Ventas	G. Ventas	2	S/. 850.00	S/. 300.00	S/. 0.00	S/. 1.150.00	S/. 13.800.00	S/. 1.150.00	S/. 1.345.50	S/. 622.92	S/. 16.918.42	S/. 33.836.83
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	MOI	1	S/. 1.600.00	S/. 0.00	S/. 32.00	S/. 1.632.00	S/. 19.584.00	S/. 1.632.00	S/. 1.909.44	S/. 884.00	S/. 24.009.44	S/. 24.009.44
Operarios	Produccion	MOD	7	S/. 850.00	S/. 0.00	S/. 17.00	S/. 867.00	S/. 10.404.00	S/. 867.00	S/. 1.014.39	S/. 469.63	S/. 12.755.02	S/. 89.285.11
Total			13										S/. 233.930.21

CARGO	AREA	CANTIDAD	PAGO	ANUAL
Contador	Administración	1	S/. 500.00	S/. 6.000.00
Diseñador	Producción	1	S/. 350.0.0	S/. 1400.0.0
Limpieza	-	1	S/. 300.0.0	S/. 3600.0.0
TOTAL			S/. 1150.0.	S/. 11.000.00

- Resumen Planilla – Todos los años

Tabla 78

Planilla todos los años

RESUMEN DE PLANILLA EN LOS PROXIMOS 5 AÑOS								
CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Gerente General	Administrativa	G. Administración	S/. 3.270	S/. 44.135	S/. 44.135	S/. 44.135	S/. 44.135	S/. 44.135
Asistente Administrativo	Administrativa	G. Administración	S/. 1.308	S/. 17.654	S/. 17.654	S/. 17.654	S/. 17.654	S/. 17.654
Jefe de Ventas	Ventas	G. Ventas	S/. 1.308	S/. 25.010	S/. 25.010	S/. 25.010	S/. 25.010	S/. 25.010
Operario de Ventas	Ventas	G. Ventas	S/. 1.853	S/. 33.837	S/. 33.837	S/. 33.837	S/. 33.837	S/. 33.837
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	MOI	S/. 1.779	S/. 24.009	S/. 24.009	S/. 24.009	S/. 24.009	S/. 24.009
Operarios	Produccion	MOD	S/. 945	S/. 63.775	S/. 63.775	S/. 76.530	S/. 76.530	S/. 89.285
Total			S/. 10.463	S/. 208.420	S/. 208.420	S/. 221.175	S/. 221.175	S/. 233.930

d. Gastos por Servicios tercerizados para todos los años del proyecto

Tabla 79

Gastos por Servicios Tercerizados

	2018	2019	2020	2021	2022	Total
Diseñador	S/.1400	S/.1400	S/.1400	S/.1400	S/.1400	S/.7000
Servicio de Limpieza	S/.3600	S/.3600	S/.3600	S/.3600	S/.3600	S/.18000
Contador	S/.6000	S/.6000	S/.6000	S/.6000	S/.6000	S/.24000

e. Horarios de trabajo

Tabla 80

Horario puesto de trabajo

Puesto	Horario
Gerente	L – V 9:00 am – 6:00 pm
Asistente Administrativo	L – V 9:00 am – 6:00 pm
Jefe de Ventas	L – V 9:00 am – 6:00 pm
Jefe de Producción	L – V 9:00 am – 6:00 pm
Vendedor	L – D 12:00am – 8:00 pm
Operario de Producción	Sujeto a producción

Capítulo VI: ESTUDIO TÉCNICO

6.1. Tamaño del Proyecto

6.1.1 Capacidad Instalada

a) Criterios

En este caso se calcula la capacidad de producción de la empresa Creaciones Creativas SAC en base a:

Tabla 81

Criterios capacidad instalada

Horarios de trabajo	8 horas
Días trabajados al mes	24 días
Maquinaria	
Máquina Recta Digital	
Maquina Remalladora	
Caimán para corte de cuero	
Cortadora con doble cabezal	
Remachadora Manual G2	
Máquina de coser triple arrastre	

b) Cálculos

Hemos tomado en cuenta todo el proceso de elaboración de nuestro producto, estimando tiempos en minutos

Tabla 82

Capacidad Instalada

Producto	Tiempo	Horas de Trabajo	Producción diaria	Producción mensual	Capacidad mínima
Cartera StylesBag	28 minutos	8 horas	17 carteras diarias	411 carteras	4937

6.1.2 Capacidad utilizada

a) Criterios

Para el desarrollo del proceso de producción del producto, se considera la capacidad normal de la empresa, como aquella en la que se cuenta con un turno de operarios de 8 horas al día, 5 días

a la semana, y donde las máquinas se encuentren óptimamente en funcionamiento las 8 horas consecutivas.

Tabla 83

Criterios capacidad utilizada

Horas al día	8 horas
Días	5 días
Condiciones de máquina	
- Funcionamiento 100% - 8 horas consecutivas	

b) Cálculos

Producto	Unidad	Tiempo Minutos	Horas de trabajo	Producción Diaria	Producción Mensual	Demanda del año 1	Demanda del año 2	Demanda del año 3	Demanda del año 4	Demanda del año 5	Numero de operarios
Cartera StyleBag	1										
Trazado											
Trazado del diseño de la cartera en el Marroquin		3									
Cortado											
Cortado de las piezas trazadas		3									
Cortado de Accesorios		1									
Cortado de la tela para el forro tafeta		1									
Costura											
Costura del forro tafeta		2									
Costura de las piezas de la cartera		3									
Costura de bolsillos		2									
Costura de Accesorios		1									
Bordado											
Bordado de la cartera		2									
Colocado de Accesorios											
Colocado de remaches		2									
Colocado de ojaillos		2									
Acabado											
Acabado de la base de la cartera		2									
Acabado de Accesorios		2									
Acabado de detalles de los bolsillos		1									
Embolsado											
Embolsado de la cartera base		1									
Capacidad de planta máxima		28	8	17	411	9874					
Demanda						8.288	9.065	9.916	10.847	11.867	2

6.1.3 Capacidad Máxima

a) Criterios

Consideraremos la capacidad máxima, como aquella en la que el personal trabaja 8 horas, cada uno con un turno, sosteniendo la producción por 24 días al mes. En este caso tomaremos como función al personal es decir a los operarios

b) Cálculos

Tabla 84

Capacidad máxima

Años	Numero de Operarios	Capacidad máxima anual
2018	2	9874
2019	3	14688
2020	3	14688
2021	4	19584
2022	4	19584

6.2 Procesos

6.2.1 Diagrama de flujo de proceso de producción

- Visión general del proceso

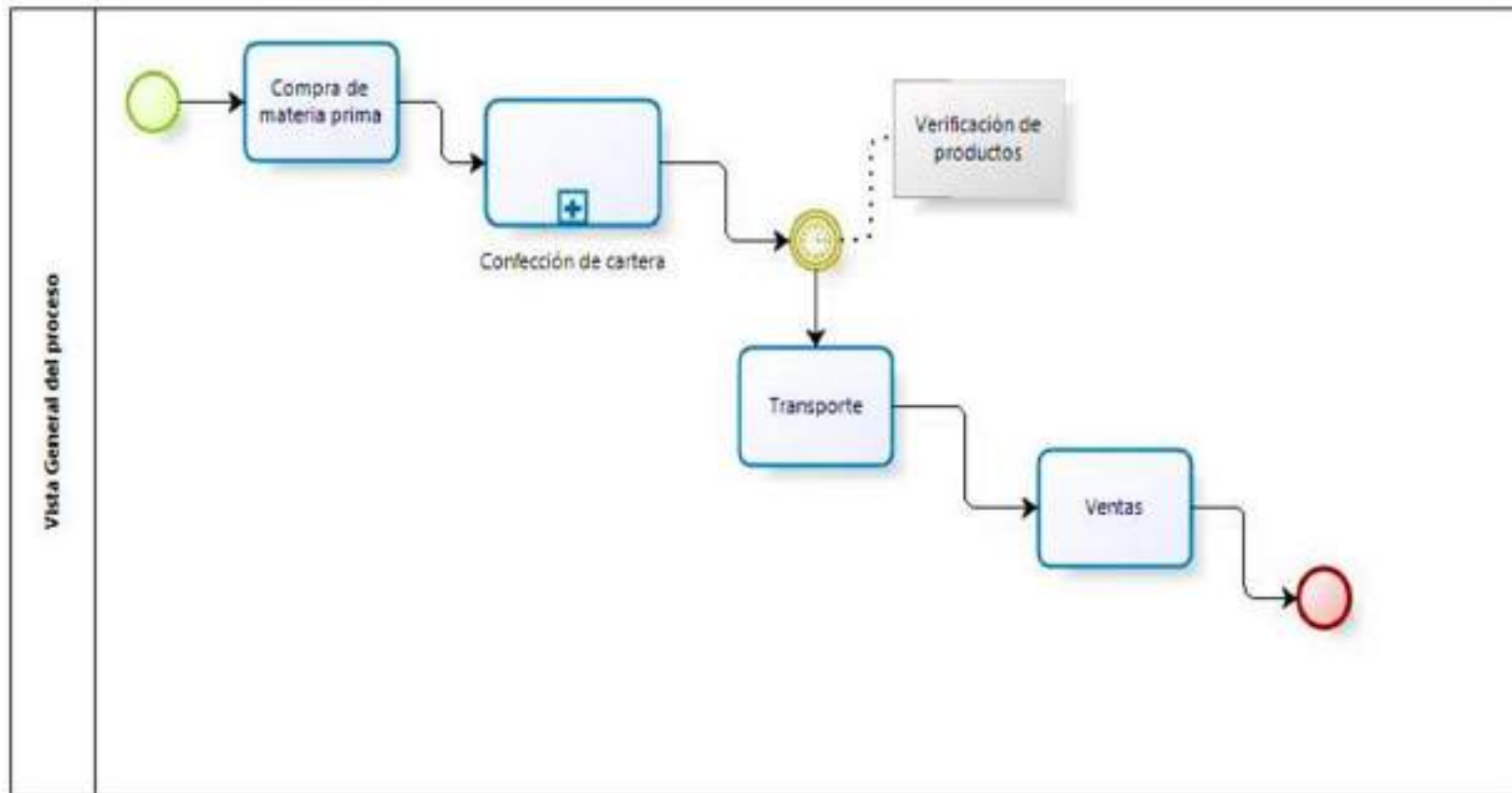


Diagrama 2 - Proceso General

- Vista detallada del proceso de confección

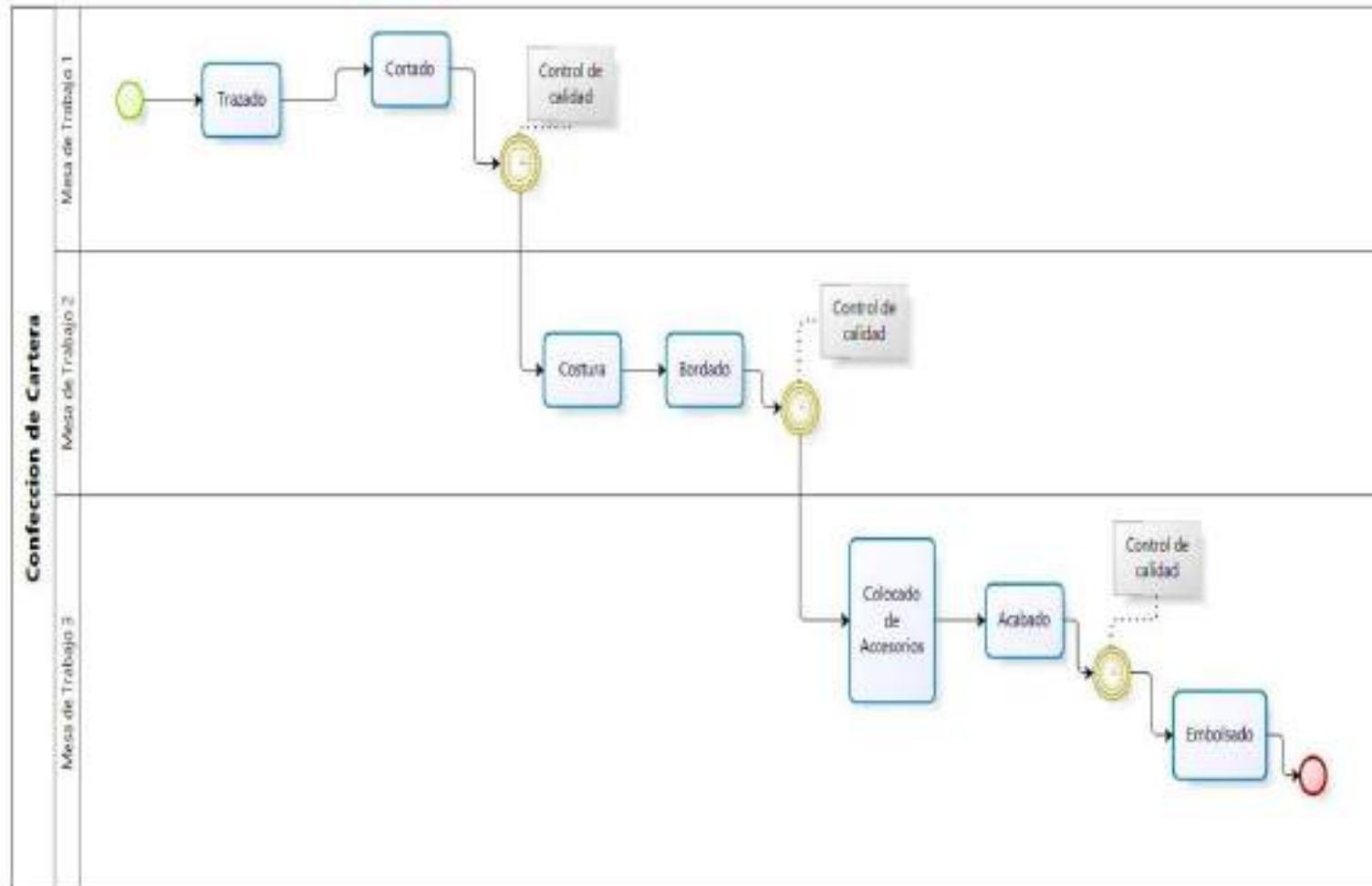


Diagrama 3- Proceso de Confección

Tabla 85

Cuadro de Actividades durante el proceso

Actividades Manuales		Actividades Automatizadas	
1.	Trazado	2.	Corte
5.	Colocado de accesorios	3.	Costura
6.	Acabado	4.	Bordado
7.	Embolsado		

Descripción de las Etapas:

A continuación, se explica las etapas del proceso productivo para la confección de una cartera:

Generalidades:

La empresa confecciona sus carteras bajo unos estrictos parámetros ya definidos en cada etapa del proceso. Así como también es bueno mencionar, que el diseño de cada cartera base ha sido realizada previamente al efectúo de este proceso productivo, es decir, el diseño de la cartera ya cuenta con un modelo con medidas exactas para su confección.

El proceso inicia de la siguiente manera:

Antes del proceso de confección:

- **Compra de la materia prima:** Es en esta etapa cuando empieza por la adquisición de la materia prima en este caso específico, compra de planchas de marroquín ya procesadas, estas cuentan con un tamaño ya especificado antes de la compra, así como también del resto de insumos a utilizar basándose en el plan de compra de los mismos.
- **Almacenaje:** Luego de la adquisición de insumos, se procede a almacenar los mismos para su utilización y fácil alcance de los operadores.

El proceso de confección:

- **Trazado:** Es aquí cuando se traza el diseño de la cartera, utilizando un molde, el cual se plasma en la plancha de Marroquín

- Corte: Luego del trazado en la plancha, se continua con el corte de las piezas que formaran parte de la cartera, así como también de algunos accesorios intercambiables que forman parte de la cartera
- Costura: Luego se procede con la costura de la cartera siempre basándose en el modelo del diseño. El modelo de cartera está casi armado
- Bordado: Una vez la cartera ya armada, en esta etapa se procede a bordar detalles más específicos del diseño, así como también se tiene especial cuidado en el bordado de detalles en los bolsillos y el forro interno de la cartera, el aplique de broches, etc.
- Colocado de accesorios: Luego de todo el proceso del alistado de la cartera se procede a colocar los accesorios de cada una de las piezas que conforman las diferentes piezas intercambiables del producto, y teniendo cuidado en el aplique de piedras en la pieza de la parte delantera.
- Acabado: Finalmente teniendo ya la cartera base lista y las piezas intercambiables, ya acabadas con las debidas especificaciones del diseño. Se procede a verificar cada uno de los modelos y a finalizar el proceso del armado del producto, teniendo especial atención en la limpieza de algún tipo de restos de costura en las diferentes piezas, verificación del correcto agregado del cierre, broches, etc.
- Embolsado: Finalmente se procede a embolsar el producto para su debido transporte

Después del proceso de confección:

- Transporte: Se procede a movilizar el producto a los módulos ubicados en los centros comerciales ya elegidos
- Ventas: Se realiza la venta del producto, tomando así su valor adquisitivo monetizado.

6.2.2 Programa de producción

Tabla 86

Demanda anual

PRODUCTO	DEMANDA ANUAL (UNIDADES)				
	2018	2019	2020	2021	2022
CARTERA STYLESBAG	8.288	9.065	9.916	10.847	11.867

Tabla 87

Factores

Factores	2018	2019	2020	2021	2022
% Sampling	3%	2%	1%	0.8%	0.6%
% Merma	1%	1%	1%	1%	1%
Stock de PT	4%	4%	4%	4%	4%

- Diciembre 2017 – Año 2018

Tabla 88

Programa producción dic 2017-2018

Año 2018	%	dic-17	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacionalidad			4.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	10.0	10.0	10.0	12.0	12.0	13.0	100
			%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Demanda			332	414	497	497	497	497	829	829	829	995	995	1077	8.288
Sampling/Lanzamiento	3.0	8	10	12	15	15	15	15	25	25	25	30	30	32	249
	%														
Merma	1%	0	3	4	5	5	5	5	8	8	8	10	10	11	83
Inventario Final	4%	83	13	17	20	20	20	20	33	33	33	40	40	43	43
Inventario Inicial		0	83	13	17	20	20	20	20	33	33	33	40	40	83
25%															
Total Unidades		91	275	434	520	517	517	517	875	862	862	1041	1034	1124	8580

- Año 2019

Tabla 89

Programa de producción 2019

Año 2019	%	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacionalidad		8.7%	8.7%	8.7%	3.5%	3.5%	3.5%	8.6%	8.6%	8.6%	12.5%	12.5%	12.5%	100%
Demanda		788	788	788	315	315	315	782	782	782	1136	1136	1136	9065
Sampling/Lanzamiento	2.0%	16	16	16	6	6	6	16	16	16	23	23	23	181
Merma	1%	8	8	8	3	3	3	8	8	8	11	11	11	91
Inventario Final	4%	32	32	32	13	13	13	31	31	31	45	45	45	45
Inventario Inicial		43	32	32	32	13	13	13	31	31	31	45	45	43

Total Unidades	800	812	812	305	324	324	824	806	806	1185	1170	1170	9339
-----------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------

- Año 2020

Tabla 90

Programa producción 2020

Año 2020	%	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacionalidad		8.7%	8.7%	8.7%	3.5%	3.5%	3.5%	8.6%	8.6%	8.6%	12.5%	12.5%	12.5%	100%
Demanda		862	862	862	344	344	344	856	856	856	1243	1243	1243	9916
Sampling/Lanzamiento	1.0%	9	9	9	3	3	3	9	9	9	12	12	12	99
Merma	1%	9	9	9	3	3	3	9	9	9	12	12	12	99
Inventario Final	4%	34	34	34	14	14	14	34	34	34	50	50	50	50
Inventario Inicial		45	34	34	34	14	14	14	34	34	34	50	50	45
Total Unidades		868	879	879	331	351	351	893	873	873	1283	1268	1268	10119

- Año 2021

Tabla 91

Programa producción 2021

Año 2021	%	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacionalidad		8.7%	8.7%	8.7%	3.5%	3.5%	3.5%	8.6%	8.6%	8.6%	12.5%	12.5%	12.5%	100%
Demanda		943	943	943	377	377	377	936	936	936	1360	1360	1360	10847
Sampling/Lanzamiento	0.8%	8	8	8	3	3	3	7	7	7	11	11	11	87
Merma	1%	9	9	9	4	4	4	9	9	9	14	14	14	108
Inventario Final	4%	38	38	38	15	15	15	37	37	37	54	54	54	54

Inventario Inicial	50	38	38	38	15	15	15	37	37	37	54	54	50
Total Unidades	948	960	960	361	384	384	975	953	953	1401	1384	1384	11047

- Año 2022

Tabla 92

Programa producción 2022

Año 2022	%	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Estacionalidad		8.7%	8.7%	8.7%	3.5%	3.5%	3.5%	8.6%	8.6%	8.6%	12.5%	12.5%	12.5%	100%
Demanda		1032	1032	1032	412	412	412	1024	1024	1024	1488	1488	1488	11867
Sampling/Lanzamiento	0.6%	6	6	6	2	2	2	6	6	6	9	9	9	71
Merma	1%	10	10	10	4	4	4	10	10	10	15	15	15	119
Inventario Final	4%	41	41	41	16	16	16	41	41	41	60	60		0
Inventario Inicial		54	41	41	41	16	16	16	41	41	41	60	60	54
Total Unidades		1035	1048	1048	394	419	419	1065	1041	1041	1530	1511	1452	12002

- Resumen de Producción

Tabla 93

Resumen programa de producción anual

Programa Producción	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Carteras StylesBag	91	8580	9339	10119	11047	12002

6.2.3 Necesidad de materias primas e insumos

- Receta Base

Tabla 94

Receta Base

Receta Base			
	Unidad de medida	Cantidad	Tipo
Marroquín	Metros cuadrados	1.00	Materia Prima
Hilo de Nylon	Metro	50.00	Materia Prima
Forro tafeta	Kg	0.20	Materia Prima
Cierre grande	Metro	0.35	Materia Prima
Cierre pequeño	Metro	0.15	Materia Prima
Microporoso	Metro	0.20	Materia Prima
Remaches	Unidad	4.00	Insumo
Broches	Unidad	4.00	Insumo
Ojalillo	Unidad	4.00	Insumo
Greviches	Unidad	15.00	Insumo
Púas decorativas	Unidad	4.00	Insumo
Spaguetti plástico	Metros	0.25	Insumo
Etiqueta de marca	Unidad	1	Insumo
Etiqueta de instrucciones	Unidad	1	Insumo
Bolsa	Unidad	1	Insumo

Tabla 95

Distribución del marroquín

	Unidad de medida	Cantidad
Marroquín	Metros Cuadrados	1.00
	Especificaciones	
Cartera base		0.80
Accesorios		0.20

- Necesidad de materia prima (todos los años)

- 2018

Tabla 96

Necesidad de materia prima 2018

Consumo Producción														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	91	275	434	520	517	517	517	875	862	862	1041	1034	1124
Hilo de Nylon	Metro	4554	13758	21715	26024	25859	25859	25859	43761	43098	43098	52049	51717	56193
Forro tafeta	Kg	18	55	87	104	103	103	103	175	172	172	208	207	225
Cierre grande	Metro	32	96	152	182	181	181	181	306	302	302	364	362	393
Cierre pequeño	Metro	14	41	65	78	78	78	78	131	129	129	156	155	169
Microporoso	Metro	18	55	87	104	103	103	103	175	172	172	208	207	225
Remaches	Unidad	364	1101	1737	2082	2069	2069	2069	3501	3448	3448	4164	4137	4495
Broches	Unidad	364	1101	1737	2082	2069	2069	2069	3501	3448	3448	4164	4137	4495
Ojalillo	Unidad	364	1101	1737	2082	2069	2069	2069	3501	3448	3448	4164	4137	4495
Greviches	Unidad	1366	4127	6514	7807	7758	7758	7758	13128	12929	12929	15615	15515	16858
Puas decorativas	Unidad	364	1101	1737	2082	2069	2069	2069	3501	3448	3448	4164	4137	4495
Spaguetti plástico	Metros	23	69	109	130	129	129	129	219	215	215	260	259	281
Etiqueta de marca	Unidad	91	275	434	520	517	517	517	875	862	862	1041	1034	1124
Etiqueta de instruccio	Unidad	91	275	434	520	517	517	517	875	862	862	1041	1034	1124
Bolsa	Unidad	91	275	434	520	517	517	517	875	862	862	1041	1034	1124

Inventario Final														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	103	112
Hilo de Nylon	Metro	455	1376	2171	2602	2586	2586	2586	4376	4310	4310	5205	5172	5619
Forro tafeta	Kg	2	6	9	10	10	10	10	18	17	17	21	21	22
Cierre grande	Metro	3	10	15	18	18	18	18	31	30	30	36	36	39
Cierre pequeño	Metro	1	4	7	8	8	8	8	13	13	13	16	16	17
Microporoso	Metro	2	6	9	10	10	10	10	18	17	17	21	21	22
Remaches	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	414	450
Broches	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	414	450
Ojalillo	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	414	450
Greviches	Unidad	137	413	651	781	776	776	776	1313	1293	1293	1561	1552	1686
Puas decorativas	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	414	450
Spaguetti plástico	Metros	2	7	11	13	13	13	13	22	22	22	26	26	28
Etiqueta de marca	Unidad	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	103	112
Etiqueta de instruccio	Unidad	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	103	112
Bolsa	Unidad	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	103	112

Inventario Inicial														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	104	103
Hilo de Nylon	Metro	455	1376	2171	2602	2586	2586	2586	4376	4310	4310	5205	5172	5619
Forro tafeta	Kg	2	6	9	10	10	10	10	18	17	17	21	21	21
Cierre grande	Metro	3	10	15	18	18	18	18	31	30	30	36	36	36
Cierre pequeño	Metro	1	4	7	8	8	8	8	13	13	13	16	16	16
Microporoso	Metro	2	6	9	10	10	10	10	18	17	17	21	21	21
Remaches	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	416	414
Broches	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	416	414
Ojalillo	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	416	414
Greviches	Unidad	137	413	651	781	776	776	776	1313	1293	1293	1561	1552	1686
Puas decorativas	Unidad	36	110	174	208	207	207	207	350	345	345	416	416	414
Spaguetti plástico	Metros	2	7	11	13	13	13	13	22	22	22	26	26	26
Etiqueta de marca	Unidad	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	104	103
Etiqueta de instruccio	Unidad	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	104	103
Bolsa	Unidad	9	28	43	52	52	52	52	88	86	86	104	104	103

Merma														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	5	14	22	26	26	26	26	44	43	43	52	52	56
Hilo de Nylon	Metro	137	413	651	781	776	776	776	1313	1293	1293	1561	1552	1686
Forro tafeta	Kg	1	3	4	5	5	5	5	9	9	9	10	10	11
Cierre grande	Metro	1	2	3	4	4	4	4	6	6	6	7	7	8
Cierre pequeño	Metro	0	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
Microporoso	Metro	1	2	3	4	4	4	4	7	7	7	8	8	9
Remaches	Unidad	11	33	52	62	62	62	62	105	103	103	125	124	135
Broches	Unidad	11	33	52	62	62	62	62	105	103	103	125	124	135
Ojalillo	Unidad	11	33	52	62	62	62	62	105	103	103	125	124	135
Greviches	Unidad	41	124	195	234	233	233	233	394	388	388	468	465	506
Puas decorativas	Unidad	11	33	52	62	62	62	62	105	103	103	125	124	135
Spaguetti plástico	Metros	1	3	5	7	6	6	6	11	11	11	13	13	14
Etiqueta de marca	Unidad	2	6	9	10	10	10	10	18	17	17	21	21	22
Etiqueta de instruccio	Unidad	2	6	9	10	10	10	10	18	17	17	21	21	22
Bolsa	Unidad	2	6	9	10	10	10	10	18	17	17	21	21	22

Requerimiento de compra														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	105	307	472	555	543	543	543	955	904	905	1111	1085	1189
Hilo de Nylon	Metro	5146	15091	23162	27236	26618	26634	26634	46864	44324	44391	54505	53235	58326
Forro tafeta	Kg	21	61	94	111	109	109	109	191	181	181	222	217	238
Cierre grande	Metro	36	105	161	189	185	185	185	325	307	308	378	369	404
Cierre pequeño	Metro	15	45	69	81	79	79	79	139	132	132	162	158	173
Microporoso	Metro	21	61	94	110	108	108	108	189	179	179	220	215	236
Remaches	Unidad	412	1207	1853	2179	2129	2131	2131	3749	3546	3551	4360	4259	4666
Broches	Unidad	412	1207	1853	2179	2129	2131	2131	3749	3546	3551	4360	4259	4666
Ojalillo	Unidad	412	1207	1853	2179	2129	2131	2131	3749	3546	3551	4360	4259	4666
Greviches	Unidad	1544	4527	6948	8171	7985	7990	7990	14059	13297	13317	16352	15971	17498
Puas decorativas	Unidad	412	1207	1853	2179	2129	2131	2131	3749	3546	3551	4360	4259	4666
Spaguetti plástico	Metros	26	77	118	139	136	136	136	239	226	226	278	271	297
Etiqueta de marca	Unidad	102	299	459	540	527	528	528	929	878	879	1080	1054	1155
Etiqueta de instruccio	Unidad	102	299	459	540	527	528	528	929	878	879	1080	1054	1155
Bolsa	Unidad	102	299	459	540	527	528	528	929	878	879	1080	1054	1155

• 2019

Tabla 97

Necesidad de materia prima 2019

Consumo Producción														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	800	812	812	305	324	324	824	806	806	1185	1170	1170
Hilo de Nylon	Metro	-	40013	40591	40591	15270	16216	16216	41224	40289	40289	59228	58520	58520
Forro tafeta	Kg	-	160	162	162	61	65	65	165	161	161	237	234	234
Cierre grande	Metro	-	280	284	284	107	114	114	289	282	282	415	410	410
Cierre pequeño	Metro	-	120	122	122	46	49	49	124	121	121	178	176	176
Microporoso	Metro	-	160	162	162	61	65	65	165	161	161	237	234	234
Remaches	Unidad	-	3201	3247	3247	1222	1297	1297	3298	3223	3223	4738	4682	4682
Broches	Unidad	-	3201	3247	3247	1222	1297	1297	3298	3223	3223	4738	4682	4682
Ojalillo	Unidad	-	3201	3247	3247	1222	1297	1297	3298	3223	3223	4738	4682	4682
Greviches	Unidad	-	12004	12177	12177	4581	4865	4865	12367	12087	12087	17768	17556	17556
Puas decorativas	Unidad	-	3201	3247	3247	1222	1297	1297	3298	3223	3223	4738	4682	4682
Spaguetti plástico	Metros	-	200	203	203	76	81	81	206	201	201	296	293	293
Etiqueta de marca	Unidad	-	800	812	812	305	324	324	824	806	806	1185	1170	1170
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	800	812	812	305	324	324	824	806	806	1185	1170	1170
Bolsa	Unidad	-	800	812	812	305	324	324	824	806	806	1185	1170	1170
Inventario Final														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117	117
Hilo de Nylon	Metro	-	4001	4059	4059	1527	1622	1622	4122	4029	4029	5923	5852	5852
Forro tafeta	Kg	-	16	16	16	6	6	6	16	16	16	24	23	23
Cierre grande	Metro	-	28	28	28	11	11	11	29	28	28	41	41	41
Cierre pequeño	Metro	-	12	12	12	5	5	5	12	12	12	18	18	18
Microporoso	Metro	-	16	16	16	6	6	6	16	16	16	24	23	23
Remaches	Unidad	-	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468	468
Broches	Unidad	-	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468	468
Ojalillo	Unidad	-	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468	468
Greviches	Unidad	-	1200	1218	1218	458	486	486	1237	1209	1209	1777	1756	1756
Puas decorativas	Unidad	-	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468	468
Spaguetti plástico	Metros	-	20	20	20	8	8	8	21	20	20	30	29	29
Etiqueta de marca	Unidad	-	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117	117
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117	117
Bolsa	Unidad	-	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117	117
Inventario Inicial														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	112	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117
Hilo de Nylon	Metro	-	5619	4001	4059	4059	1527	1622	1622	4122	4029	4029	5923	5852
Forro tafeta	Kg	-	22	16	16	16	6	6	6	16	16	16	24	23
Cierre grande	Metro	-	39	28	28	28	11	11	11	29	28	28	41	41
Cierre pequeño	Metro	-	17	12	12	12	5	5	5	12	12	12	18	18
Microporoso	Metro	-	22	16	16	16	6	6	6	16	16	16	24	23
Remaches	Unidad	-	450	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468
Broches	Unidad	-	450	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468
Ojalillo	Unidad	-	450	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468
Greviches	Unidad	-	1686	1200	1218	1218	458	486	486	1237	1209	1209	1777	1756
Puas decorativas	Unidad	-	450	320	325	325	122	130	130	330	322	322	474	468
Spaguetti plástico	Metros	-	28	20	20	20	8	8	8	21	20	20	30	29
Etiqueta de marca	Unidad	-	112	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	112	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117
Bolsa	Unidad	-	112	80	81	81	31	32	32	82	81	81	118	117
Merma														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	40	41	41	15	16	16	41	40	40	59	59	59
Hilo de Nylon	Metro	-	1200	1218	1218	458	486	486	1237	1209	1209	1777	1756	1756
Forro tafeta	Kg	-	8	8	8	3	3	3	8	8	8	12	12	12
Cierre grande	Metro	-	6	6	6	2	2	2	6	6	6	8	8	8
Cierre pequeño	Metro	-	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	4	4
Microporoso	Metro	-	6	6	6	2	3	3	7	6	6	9	9	9
Remaches	Unidad	-	96	97	97	37	39	39	99	97	97	142	140	140
Broches	Unidad	-	96	97	97	37	39	39	99	97	97	142	140	140
Ojalillo	Unidad	-	96	97	97	37	39	39	99	97	97	142	140	140
Greviches	Unidad	-	360	365	365	137	146	146	371	363	363	533	527	527
Puas decorativas	Unidad	-	96	97	97	37	39	39	99	97	97	142	140	140
Spaguetti plástico	Metros	-	10	10	10	4	4	4	10	10	10	15	15	15
Etiqueta de marca	Unidad	-	16	16	16	6	6	6	16	16	16	24	23	23
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	16	16	16	6	6	6	16	16	16	24	23	23
Bolsa	Unidad	-	16	16	16	6	6	6	16	16	16	24	23	23
Requerimiento de compra														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	808	854	852	270	342	341	916	844	846	1282	1227	1229
Hilo de Nylon	Metro	-	39595	41867	41809	13196	16797	16703	44961	41404	41498	62898	60204	60275
Forro tafeta	Kg	-	162	171	170	54	68	68	183	169	169	256	245	246
Cierre grande	Metro	-	274	290	290	91	116	116	312	287	288	436	417	418
Cierre pequeño	Metro	-	118	124	124	39	50	50	134	123	123	187	179	179
Microporoso	Metro	-	160	169	169	53	68	67	181	167	168	254	243	243
Remaches	Unidad	-	3168	3349	3345	1056	1344	1336	3597	3312	3320	5032	4816	4822
Broches	Unidad	-	3168	3349	3345	1056	1344	1336	3597	3312	3320	5032	4816	4822
Ojalillo	Unidad	-	3168	3349	3345	1056	1344	1336	3597	3312	3320	5032	4816	4822
Greviches	Unidad	-	11878	12560	12543	3959	5039	5011	13488	12421	12449	18869	18061	18083
Puas decorativas	Unidad	-	3168	3349	3345	1056	1344	1336	3597	3312	3320	5032	4816	4822
Spaguetti plástico	Metros	-	202	213	213	68	86	85	229	211	212	320	307	307
Etiqueta de marca	Unidad	-	784	829	828	261	333	331	891	820	822	1246	1192	1194
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	784	829	828	261	333	331	891	820	822	1246	1192	1194
Bolsa	Unidad	-	784	829	828	261	333	331	891	820	822	1246	1192	1194

Tabla 98

Necesidad de materia prima 2020

Consumo Producción														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	868	879	879	331	351	351	893	873	873	1283	1268	1268
Hilo de Nylon	Metro	-	43422	43971	43971	16531	17566	17566	44666	43643	43643	64166	63392	63392
Forro tafeta	Kg	-	174	176	176	66	70	70	179	175	175	257	254	254
Cierre grande	Metro	-	304	308	308	116	123	123	313	306	306	449	444	444
Cierre pequeño	Metro	-	130	132	132	50	53	53	134	131	131	192	190	190
Microporoso	Metro	-	174	176	176	66	70	70	179	175	175	257	254	254
Remaches	Unidad	-	3474	3518	3518	1322	1405	1405	3573	3491	3491	5133	5071	5071
Broches	Unidad	-	3474	3518	3518	1322	1405	1405	3573	3491	3491	5133	5071	5071
Ojalillo	Unidad	-	3474	3518	3518	1322	1405	1405	3573	3491	3491	5133	5071	5071
Greviches	Unidad	-	13027	13191	13191	4959	5270	5270	13400	13093	13093	19250	19018	19018
Puas decorativas	Unidad	-	3474	3518	3518	1322	1405	1405	3573	3491	3491	5133	5071	5071
Spagueti plástico	Metros	-	217	220	220	83	88	88	223	218	218	321	317	317
Etiqueta de marca	Unidad	-	868	879	879	331	351	351	893	873	873	1283	1268	1268
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	868	879	879	331	351	351	893	873	873	1283	1268	1268
Bolsa	Unidad	-	868	879	879	331	351	351	893	873	873	1283	1268	1268
Inventario Final														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127	127
Hilo de Nylon	Metro	-	4342	4397	4397	1653	1757	1757	4467	4364	4364	6417	6339	6339
Forro tafeta	Kg	-	17	18	18	7	7	7	18	17	17	26	25	25
Cierre grande	Metro	-	30	31	31	12	12	12	31	31	31	45	44	44
Cierre pequeño	Metro	-	13	13	13	5	5	5	13	13	13	19	19	19
Microporoso	Metro	-	17	18	18	7	7	7	18	17	17	26	25	25
Remaches	Unidad	-	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507	507
Broches	Unidad	-	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507	507
Ojalillo	Unidad	-	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507	507
Greviches	Unidad	-	1303	1319	1319	496	527	527	1340	1309	1309	1925	1902	1902
Puas decorativas	Unidad	-	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507	507
Spagueti plástico	Metros	-	22	22	22	8	9	9	22	22	22	32	32	32
Etiqueta de marca	Unidad	-	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127	127
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127	127
Bolsa	Unidad	-	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127	127
Inventario Inicial														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	117	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127
Hilo de Nylon	Metro	-	5852	4342	4397	4397	1653	1757	1757	4467	4364	4364	6417	6339
Forro tafeta	Kg	-	23	17	18	18	7	7	7	18	17	17	26	25
Cierre grande	Metro	-	41	30	31	31	12	12	12	31	31	31	45	44
Cierre pequeño	Metro	-	18	13	13	13	5	5	5	13	13	13	19	19
Microporoso	Metro	-	23	17	18	18	7	7	7	18	17	17	26	25
Remaches	Unidad	-	468	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507
Broches	Unidad	-	468	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507
Ojalillo	Unidad	-	468	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507
Greviches	Unidad	-	1756	1303	1319	1319	496	527	527	1340	1309	1309	1925	1902
Puas decorativas	Unidad	-	468	347	352	352	132	141	141	357	349	349	513	507
Spagueti plástico	Metros	-	29	22	22	22	8	9	9	22	22	22	32	32
Etiqueta de marca	Unidad	-	117	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	117	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127
Bolsa	Unidad	-	117	87	88	88	33	35	35	89	87	87	128	127
Merma														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	43	44	44	17	18	18	45	44	44	64	63	63
Hilo de Nylon	Metro	-	1303	1319	1319	496	527	527	1340	1309	1309	1925	1902	1902
Forro tafeta	Kg	-	9	9	9	3	4	4	9	9	9	13	13	13
Cierre grande	Metro	-	6	6	6	2	2	2	6	6	6	9	9	9
Cierre pequeño	Metro	-	3	3	3	1	1	1	3	3	3	4	4	4
Microporoso	Metro	-	7	7	7	3	3	3	7	7	7	10	10	10
Remaches	Unidad	-	104	106	106	40	42	42	107	105	105	154	152	152
Broches	Unidad	-	104	106	106	40	42	42	107	105	105	154	152	152
Ojalillo	Unidad	-	104	106	106	40	42	42	107	105	105	154	152	152
Greviches	Unidad	-	391	396	396	149	158	158	402	393	393	577	571	571
Puas decorativas	Unidad	-	104	106	106	40	42	42	107	105	105	154	152	152
Spagueti plástico	Metros	-	11	11	11	4	4	4	11	11	11	16	16	16
Etiqueta de marca	Unidad	-	17	18	18	7	7	7	18	17	17	26	25	25
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	17	18	18	7	7	7	18	17	17	26	25	25
Bolsa	Unidad	-	17	18	18	7	7	7	18	17	17	26	25	25
Requerimiento de compra														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	882	924	923	292	371	369	992	914	917	1389	1330	1331
Hilo de Nylon	Metro	-	43215	45345	45290	14283	18197	18093	48716	44850	44953	68144	65216	65294
Forro tafeta	Kg	-	176	185	185	58	74	74	198	183	183	278	266	266
Cierre grande	Metro	-	299	314	314	99	126	125	338	311	312	473	452	453
Cierre pequeño	Metro	-	128	135	135	42	54	54	145	133	134	203	194	194
Microporoso	Metro	-	175	183	183	58	73	73	197	181	182	275	263	264
Remaches	Unidad	-	3457	3628	3623	1143	1456	1447	3897	3588	3596	5451	5217	5223
Broches	Unidad	-	3457	3628	3623	1143	1456	1447	3897	3588	3596	5451	5217	5223
Ojalillo	Unidad	-	3457	3628	3623	1143	1456	1447	3897	3588	3596	5451	5217	5223
Greviches	Unidad	-	12965	13603	13587	4285	5459	5428	14615	13455	13486	20443	19565	19588
Puas decorativas	Unidad	-	3457	3628	3623	1143	1456	1447	3897	3588	3596	5451	5217	5223
Spagueti plástico	Metros	-	220	231	231	73	93	92	248	229	229	347	332	333
Etiqueta de marca	Unidad	-	856	898	897	282	360	358	965	888	890	1350	1292	1293
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	856	898	897	282	360	358	965	888	890	1350	1292	1293
Bolsa	Unidad	-	856	898	897	282	360	358	965	888	890	1350	1292	1293

• 2021

Tabla 99

Necesidad de materia prima 2021

Consumo Producción														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	948	960	960	361	384	384	975	953	953	1401	1384	1384
Hilo de Nylon	Metro	-	47405	48005	48005	18045	19178	19178	48766	47647	47647	70055	69208	69208
Forro tafeta	Kg	-	190	192	192	72	77	77	195	191	191	280	277	277
Cierre grande	Metro	-	332	336	336	126	134	134	341	334	334	490	484	484
Cierre pequeño	Metro	-	142	144	144	54	58	58	146	143	143	210	208	208
Microporoso	Metro	-	190	192	192	72	77	77	195	191	191	280	277	277
Remaches	Unidad	-	3792	3840	3840	1444	1534	1534	3901	3812	3812	5604	5537	5537
Broches	Unidad	-	3792	3840	3840	1444	1534	1534	3901	3812	3812	5604	5537	5537
Ojalillo	Unidad	-	3792	3840	3840	1444	1534	1534	3901	3812	3812	5604	5537	5537
Greviches	Unidad	-	14221	14401	14401	5414	5753	5753	14630	14294	14294	21016	20762	20762
Puas decorativas	Unidad	-	3792	3840	3840	1444	1534	1534	3901	3812	3812	5604	5537	5537
Spaguetti plástico	Metros	-	237	240	240	90	96	96	244	238	238	350	346	346
Etiqueta de marca	Unidad	-	948	960	960	361	384	384	975	953	953	1401	1384	1384
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	948	960	960	361	384	384	975	953	953	1401	1384	1384
Bolsa	Unidad	-	948	960	960	361	384	384	975	953	953	1401	1384	1384
Inventario Final														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138	138
Hilo de Nylon	Metro	-	4740	4800	4800	1805	1918	1918	4877	4765	4765	7005	6921	6921
Forro tafeta	Kg	-	19	19	19	7	8	8	20	19	19	28	28	28
Cierre grande	Metro	-	33	34	34	13	13	13	34	33	33	49	48	48
Cierre pequeño	Metro	-	14	14	14	5	6	6	15	14	14	21	21	21
Microporoso	Metro	-	19	19	19	7	8	8	20	19	19	28	28	28
Remaches	Unidad	-	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554	554
Broches	Unidad	-	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554	554
Ojalillo	Unidad	-	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554	554
Greviches	Unidad	-	1422	1440	1440	541	575	575	1463	1429	1429	2102	2076	2076
Puas decorativas	Unidad	-	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554	554
Spaguetti plástico	Metros	-	24	24	24	9	10	10	24	24	24	35	35	35
Etiqueta de marca	Unidad	-	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138	138
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138	138
Bolsa	Unidad	-	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138	138
Inventario Inicial														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	127	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138
Hilo de Nylon	Metro	-	6339	4740	4800	4800	1805	1918	1918	4877	4765	4765	7005	6921
Forro tafeta	Kg	-	25	19	19	19	7	8	8	20	19	19	28	28
Cierre grande	Metro	-	44	33	34	34	13	13	13	34	33	33	49	48
Cierre pequeño	Metro	-	19	14	14	14	5	6	6	15	14	14	21	21
Microporoso	Metro	-	25	19	19	19	7	8	8	20	19	19	28	28
Remaches	Unidad	-	507	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554
Broches	Unidad	-	507	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554
Ojalillo	Unidad	-	507	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554
Greviches	Unidad	-	1902	1422	1440	1440	541	575	575	1463	1429	1429	2102	2076
Puas decorativas	Unidad	-	507	379	384	384	144	153	153	390	381	381	560	554
Spaguetti plástico	Metros	-	32	24	24	24	9	10	10	24	24	24	35	35
Etiqueta de marca	Unidad	-	127	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	127	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138
Bolsa	Unidad	-	127	95	96	96	36	38	38	98	95	95	140	138
Merma														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	47	48	48	18	19	19	49	48	48	70	69	69
Hilo de Nylon	Metro	-	1422	1440	1440	541	575	575	1463	1429	1429	2102	2076	2076
Forro tafeta	Kg	-	9	10	10	4	4	4	10	10	10	14	14	14
Cierre grande	Metro	-	7	7	7	3	3	3	7	7	7	10	10	10
Cierre pequeño	Metro	-	3	3	3	1	1	1	3	3	3	4	4	4
Microporoso	Metro	-	8	8	8	3	3	3	8	8	8	11	11	11
Remaches	Unidad	-	114	115	115	43	46	46	117	114	114	168	166	166
Broches	Unidad	-	114	115	115	43	46	46	117	114	114	168	166	166
Ojalillo	Unidad	-	114	115	115	43	46	46	117	114	114	168	166	166
Greviches	Unidad	-	427	432	432	162	173	173	439	429	429	630	623	623
Puas decorativas	Unidad	-	114	115	115	43	46	46	117	114	114	168	166	166
Spaguetti plástico	Metros	-	12	12	12	5	5	5	12	12	12	18	17	17
Etiqueta de marca	Unidad	-	19	19	19	7	8	8	20	19	19	28	28	28
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	19	19	19	7	8	8	20	19	19	28	28	28
Bolsa	Unidad	-	19	19	19	7	8	8	20	19	19	28	28	28
Requerimiento de compra														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	964	1009	1008	319	405	403	1083	998	1001	1516	1452	1453
Hilo de Nylon	Metro	-	47228	49505	49445	15591	19867	19753	53188	48965	49077	74397	71199	71284
Forro tafeta	Kg	-	193	202	202	64	81	81	217	200	200	303	290	291
Cierre grande	Metro	-	327	343	343	108	138	137	369	339	340	516	494	494
Cierre pequeño	Metro	-	140	147	147	46	59	59	158	145	146	221	212	212
Microporoso	Metro	-	191	200	200	63	80	80	215	198	198	300	288	288
Remaches	Unidad	-	3778	3960	3956	1247	1589	1580	4255	3917	3926	5952	5696	5703
Broches	Unidad	-	3778	3960	3956	1247	1589	1580	4255	3917	3926	5952	5696	5703
Ojalillo	Unidad	-	3778	3960	3956	1247	1589	1580	4255	3917	3926	5952	5696	5703
Greviches	Unidad	-	14168	14851	14833	4677	5960	5926	15956	14689	14723	22319	21360	21385
Puas decorativas	Unidad	-	3778	3960	3956	1247	1589	1580	4255	3917	3926	5952	5696	5703
Spaguetti plástico	Metros	-	241	252	252	80	101	101	271	250	250	379	363	363
Etiqueta de marca	Unidad	-	935	980	979	308	393	391	1054	970	972	1474	1410	1412
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	935	980	979	308	393	391	1054	970	972	1474	1410	1412
Bolsa	Unidad	-	935	980	979	308	393	391	1054	970	972	1474	1410	1412

- 2022

Tabla 100

Necesidad de materia prima 2022

Consumo Producción														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	1035	1048	1048	394	419	419	1065	1041	1041	1530	1511	1452
Hilo de Nylon	Metro	-	51760	52416	52416	19701	20940	20940	53249	52025	52025	76494	75567	72592
Forro tafeta	Kg	-	207	210	210	79	84	84	213	208	208	306	302	290
Cierre grande	Metro	-	362	367	367	138	147	147	373	364	364	535	529	508
Cierre pequeño	Metro	-	155	157	157	59	63	63	160	156	156	229	227	218
Microporoso	Metro	-	207	210	210	79	84	84	213	208	208	306	302	290
Remaches	Unidad	-	4141	4193	4193	1576	1675	1675	4260	4162	4162	6119	6045	5807
Broches	Unidad	-	4141	4193	4193	1576	1675	1675	4260	4162	4162	6119	6045	5807
Ojalillo	Unidad	-	4141	4193	4193	1576	1675	1675	4260	4162	4162	6119	6045	5807
Greviches	Unidad	-	15528	15725	15725	5910	6282	6282	15975	15608	15608	22948	22670	21778
Puas decorativas	Unidad	-	4141	4193	4193	1576	1675	1675	4260	4162	4162	6119	6045	5807
Spaguetti plástico	Metros	-	259	262	262	99	105	105	266	260	260	382	378	363
Etiqueta de marca	Unidad	-	1035	1048	1048	394	419	419	1065	1041	1041	1530	1511	1452
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	1035	1048	1048	394	419	419	1065	1041	1041	1530	1511	1452
Bolsa	Unidad	-	1035	1048	1048	394	419	419	1065	1041	1041	1530	1511	1452
Inventario Final														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151	
Hilo de Nylon	Metro	-	5176	5242	5242	1970	2094	2094	5325	5203	5203	7649	7557	
Forro tafeta	Kg	-	21	21	21	8	8	8	21	21	21	31	30	
Cierre grande	Metro	-	36	37	37	14	15	15	37	36	36	54	53	
Cierre pequeño	Metro	-	16	16	16	6	6	6	16	16	16	23	23	
Microporoso	Metro	-	21	21	21	8	8	8	21	21	21	31	30	
Remaches	Unidad	-	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605	
Broches	Unidad	-	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605	
Ojalillo	Unidad	-	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605	
Greviches	Unidad	-	1553	1572	1572	591	628	628	1597	1561	1561	2295	2267	
Puas decorativas	Unidad	-	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605	
Spaguetti plástico	Metros	-	26	26	26	10	10	10	27	26	26	38	38	
Etiqueta de marca	Unidad	-	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151	
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151	
Bolsa	Unidad	-	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151	
Inventario Inicial														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	138	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151
Hilo de Nylon	Metro	-	6921	5176	5242	5242	1970	2094	2094	5325	5203	5203	7649	7557
Forro tafeta	Kg	-	28	21	21	21	8	8	8	21	21	21	31	30
Cierre grande	Metro	-	48	36	37	37	14	15	15	37	36	36	54	53
Cierre pequeño	Metro	-	21	16	16	16	6	6	6	16	16	16	23	23
Microporoso	Metro	-	28	21	21	21	8	8	8	21	21	21	31	30
Remaches	Unidad	-	554	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605
Broches	Unidad	-	554	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605
Ojalillo	Unidad	-	554	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605
Greviches	Unidad	-	2076	1553	1572	1572	591	628	628	1597	1561	1561	2295	2267
Puas decorativas	Unidad	-	554	414	419	419	158	168	168	426	416	416	612	605
Spaguetti plástico	Metros	-	35	26	26	26	10	10	10	27	26	26	38	38
Etiqueta de marca	Unidad	-	138	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	138	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151
Bolsa	Unidad	-	138	104	105	105	39	42	42	106	104	104	153	151
Merma														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados	-	52	52	52	20	21	21	53	52	52	76	76	73
Hilo de Nylon	Metro	-	1553	1572	1572	591	628	628	1597	1561	1561	2295	2267	2178
Forro tafeta	Kg	-	10	10	10	4	4	4	11	10	10	15	15	15
Cierre grande	Metro	-	7	7	7	3	3	3	7	7	7	11	11	10
Cierre pequeño	Metro	-	3	3	3	1	1	1	3	3	3	5	5	4
Microporoso	Metro	-	8	8	8	3	3	3	9	8	8	12	12	12
Remaches	Unidad	-	124	126	126	47	50	50	128	125	125	184	181	174
Broches	Unidad	-	124	126	126	47	50	50	128	125	125	184	181	174
Ojalillo	Unidad	-	124	126	126	47	50	50	128	125	125	184	181	174
Greviches	Unidad	-	466	472	472	177	188	188	479	468	468	688	680	653
Puas decorativas	Unidad	-	124	126	126	47	50	50	128	125	125	184	181	174
Spaguetti plástico	Metros	-	13	13	13	5	5	5	13	13	13	19	19	18
Etiqueta de marca	Unidad	-	21	21	21	8	8	8	21	21	21	31	30	29
Etiqueta de instrucciones	Unidad	-	21	21	21	8	8	8	21	21	21	31	30	29
Bolsa	Unidad	-	21	21	21	8	8	8	21	21	21	31	30	29
Requerimiento de compra														
	Unidades de Medida	Dic	En	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
Marroquin	Metros cuadrados		1052	1102	1101	348	442	440	1183	1090	1093	1655	1585	1373
Hilo de Nylon	Metro		51568	54054	53988	17021	21692	21568	58078	53464	53586	81235	77741	67213
Forro tafeta	Kg		210	220	220	70	88	88	237	218	219	331	317	275
Cierre grande	Metro		357	375	374	118	150	150	403	371	371	563	539	465
Cierre pequeño	Metro		153	161	160	50	64	64	173	159	159	241	231	199
Microporoso	Metro		208	218	218	69	88	87	234	216	216	328	314	272
Remaches	Unidad		4125	4324	4319	1362	1735	1725	4646	4277	4287	6499	6219	5377
Broches	Unidad		4125	4324	4319	1362	1735	1725	4646	4277	4287	6499	6219	5377
Ojalillo	Unidad		4125	4324	4319	1362	1735	1725	4646	4277	4287	6499	6219	5377
Greviches	Unidad		15470	16216	16196	5106	6508	6471	17423	16039	16076	24371	23322	20164
Puas decorativas	Unidad		4125	4324	4319	1362	1735	1725	4646	4277	4287	6499	6219	5377
Spaguetti plástico	Metros		263	276	275	87	111	110	296	273	273	414	396	343
Etiqueta de marca	Unidad		1021	1071	1069	336	430	427	1151	1059	1061	1609	1540	1330
Etiqueta de instrucciones	Unidad		1021	1071	1069	336	430	427	1151	1059	1061	1609	1540	1330
Bolsa	Unidad		1021	1071	1069	336	430	427	1151	1059	1061	1609	1540	1330

6.2.4. Programa de compras de materias primas e insumos.

Tabla 101

Unidades de compra

PROGRAMA COMPRA - AÑO 2018	UNIDAD DE COMPRA	ESPECIFICACIONES	SIN IGV	IGV	CON IGV
Marroquín	Rollo	100 m2	S/.450	S/.81	S/.531
Hilo de Nylon	Cono	5000 m	S/.50	S/.9	S/.59
Forro tafeta	Rollo	200 m2	S/.350	S/.63	S/.413
Cierre grande	Metro	20 m	S/.15	S/.2.7	S/.17.7
Cierre pequeño	Metro	40 m	S/.18	S/.3.2	S/.21.2
Microporoso	Metro	150 m2	S/.350	S/.63	S/.413
Remaches	Ciento	100 unidades	S/.27	S/.4.9	S/.31.9
Broches	Ciento	100 unidades	S/.30	S/.5.4	S/.35.4
Ojalillo	Ciento	100 unidades	S/.32	S/.5.76	S/.37.76
Greviches	Ciento	100 unidades	S/.32	S/.5.76	S/.37.76
Púas decorativas	Docena	12 unidades	S/.60	S/.10.8	S/.70.8
Spaguetti plástico	Metro	20 m	S/.30	S/.5.4	S/.35.4
Etiqueta de marca	Ciento	100 unidades	S/.3	S/.0.5	S/.3.5
Etiqueta de instrucciones	Ciento	100 unidades	S/.8	S/.1.44	S/.9.44
Bolsa	Paquete	200 unidades	S/.3	S/.0.5	S/.3.5
TOTAL			S/.1458	S/.262.36	S/.1720.36

Tabla 102

Equivalencia de compra

UNIDADES INDIVIDUALES	UNIDADES DE COMPRA	EQUIVALENCIA
1.00	100	0.01
50.00	5000	0.01
0.50	200	0.0025
0.35	20	0.0175
0.15	40	0.00375
0.20	150	0.001333333
4.00	100	0.04
4.00	100	0.04
4.00	100	0.04
15.00	100	0.15
4.00	12	0.333333333
0.25	20	0.0125
1	100	0.01
1	100	0.01
1	200	0.005

- Medida en unidades

• 2018

Tabla 103

Programa de compras 2018

PROGRAMA COMPRA - AÑO 2018	UNIDAD DE COMPRA	dic-17	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2018
Marroquín	Rollo	1	3	5	6	5	5	5	10	9	9	11	11	12	91
Hilo de Nylon	Cono	1	3	5	5	5	5	5	9	9	9	11	11	12	89
Forro tafeta	Rollo	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Cierre grande	20 Metro	2	5	8	9	9	9	9	16	15	15	19	18	20	155
Cierre pequeño	40 Metro	0	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	33
Microporoso	Rollo	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12
Remaches	Ciento	4	12	19	22	21	21	21	37	35	36	44	43	47	358
Broches	Ciento	4	12	19	22	21	21	21	37	35	36	44	43	47	358
Ojalillo	Ciento	4	12	19	22	21	21	21	37	35	36	44	43	47	358
Greviches	Ciento	15	45	69	82	80	80	80	141	133	133	164	160	175	1341
Púas decorativas	Docena	34	101	154	182	177	178	178	312	295	296	363	355	389	2980
Spaguetti plástico	20 Metro	1	4	6	7	7	7	7	12	11	11	14	14	15	114
Etiqueta de marca	Ciento	1	3	5	5	5	5	5	9	9	9	11	11	12	89
Etiqueta de instrucciones	Ciento	1	3	5	5	5	5	5	9	9	9	11	11	12	89
Bolsa	Paquete de 200	1	1	2	3	3	3	3	5	4	4	5	5	6	44

- 2019

Tabla 104

Programa de compras 2019

PROGRAMA COMPRA - AÑO 2019	UNIDAD DE COMPRA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2019
Marroquín	Rollo	8	9	9	3	3	3	9	8	8	13	12	12	98
Hilo de Nylon	Cono	8	8	8	3	3	3	9	8	8	13	12	12	96
Forro tafeta	Rollo	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	10
Cierre grande	20 Metro	14	15	14	5	6	6	16	14	14	22	21	21	167
Cierre pequeño	40 Metro	3	3	3	1	1	1	3	3	3	5	4	4	36
Microporoso	Rollo	1	1	1	0	0	0	1	1	1	2	2	2	13
Remaches	Ciento	32	33	33	11	13	13	36	33	33	50	48	48	385
Broches	Ciento	32	33	33	11	13	13	36	33	33	50	48	48	385
Ojalillo	Ciento	32	33	33	11	13	13	36	33	33	50	48	48	385
Greviches	Ciento	119	126	125	40	50	50	135	124	124	189	181	181	1444
Púas decorativas	Docena	264	279	279	88	112	111	300	276	277	419	401	402	3208
Spaguetti plástico	20 Metro	10	11	11	3	4	4	11	11	11	16	15	15	123
Etiqueta de marca	Ciento	8	8	8	3	3	3	9	8	8	12	12	12	95
Etiqueta de instrucciones	Ciento	8	8	8	3	3	3	9	8	8	12	12	12	95
Bolsa	Paquete de 200	4	4	4	1	2	2	4	4	4	6	6	6	48

- 2020

Tabla 105

Programa de compras 2020

PROGRAMA COMPRA - AÑO 2020	UNIDAD DE COMPRA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2020
Marroquín	Rollo	9	9	9	3	4	4	10	9	9	14	13	13	106
Hilo de Nylon	Cono	9	9	9	3	4	4	10	9	9	14	13	13	104
Forro tafeta	Rollo	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	11
Cierre grande	20 Metro	15	16	16	5	6	6	17	16	16	24	23	23	181
Cierre pequeño	40 Metro	3	3	3	1	1	1	4	3	3	5	5	5	39
Microporoso	Rollo	1	1	1	0	0	0	1	1	1	2	2	2	14
Remaches	Ciento	35	36	36	11	15	14	39	36	36	55	52	52	417
Broches	Ciento	35	36	36	11	15	14	39	36	36	55	52	52	417
Ojalillo	Ciento	35	36	36	11	15	14	39	36	36	55	52	52	417
Greviches	Ciento	130	136	136	43	55	54	146	135	135	204	196	196	1565
Púas decorativas	Docena	288	302	302	95	121	121	325	299	300	454	435	435	3477
Spaguetti plástico	20 Metro	11	12	12	4	5	5	12	11	11	17	17	17	133
Etiqueta de marca	Ciento	9	9	9	3	4	4	10	9	9	14	13	13	103
Etiqueta de instrucciones	Ciento	9	9	9	3	4	4	10	9	9	14	13	13	103
Bolsa	Paquete de 200	4	4	4	1	2	2	5	4	4	7	6	6	52

- 2021

Tabla 106

Programa de compras 2021

PROGRAMA COMPRA - AÑO 2021	UNIDAD DE COMPRA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2021
Marroquín	Rollo	10	10	10	3	4	4	11	10	10	15	15	15	116
Hilo de Nylon	Cono	9	10	10	3	4	4	11	10	10	15	14	14	114
Forro tafeta	Rollo	1	1	1	0	0	0	1	1	1	2	1	1	12
Cierre grande	20 Metro	16	17	17	5	7	7	18	17	17	26	25	25	197
Cierre pequeño	40 Metro	4	4	4	1	1	1	4	4	4	6	5	5	42
Microporoso	Rollo	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	2	2	15
Remaches	Ciento	38	40	40	12	16	16	43	39	39	60	57	57	456
Broches	Ciento	38	40	40	12	16	16	43	39	39	60	57	57	456
Ojalillo	Ciento	38	40	40	12	16	16	43	39	39	60	57	57	456
Greviches	Ciento	142	149	148	47	60	59	160	147	147	223	214	214	1708
Púas decorativas	Docena	315	330	330	104	132	132	355	326	327	496	475	475	3797
Spaguetti plástico	20 Metro	12	13	13	4	5	5	14	12	13	19	18	18	145
Etiqueta de marca	Ciento	9	10	10	3	4	4	11	10	10	15	14	14	113
Etiqueta de instrucciones	Ciento	9	10	10	3	4	4	11	10	10	15	14	14	113
Bolsa	Paquete de 200	5	5	5	2	2	2	5	5	5	7	7	7	56

- 2022

Tabla 107

Programa de compras 2022

UNIDAD DE COMPRA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2022
Rollo	11	11	11	3	4	4	12	11	11	17	16	14	125
Cono	10	11	11	3	4	4	12	11	11	16	16	13	122
Rollo	1	1	1	0	0	0	1	1	1	2	2	1	12
20 Metro	18	19	19	6	8	7	20	19	19	28	27	23	212
40 Metro	4	4	4	1	2	2	4	4	4	6	6	5	45
Rollo	1	1	1	0	1	1	2	1	1	2	2	2	16
Ciento	41	43	43	14	17	17	46	43	43	65	62	54	489
Ciento	41	43	43	14	17	17	46	43	43	65	62	54	489
Ciento	41	43	43	14	17	17	46	43	43	65	62	54	489
Ciento	155	162	162	51	65	65	174	160	161	244	233	202	1834
Docena	344	360	360	113	145	144	387	356	357	542	518	448	4075
20 Metro	13	14	14	4	6	5	15	14	14	21	20	17	156
Ciento	10	11	11	3	4	4	12	11	11	16	15	13	121
Ciento	10	11	11	3	4	4	12	11	11	16	15	13	121
Paquete de 200	5	5	5	2	2	2	6	5	5	8	8	7	61

- Resumen de Compras (Todos los años)

• En Unidades

Tabla 108

Resumen de Compras Unidades

PROGRAMA COMPRA	UNIDAD DE COMPRA	dic-17	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2018	TOTAL 2019	TOTAL 2020	TOTAL 2021	TOTAL 2022
Marroquin	Rollo	1	3	5	6	5	5	5	10	9	9	11	11	12	91	98	106	116	125
Hilo de Nylon	Cono	1	3	5	5	5	5	5	9	9	9	11	11	12	89	96	104	114	122
Forro tafeta	Rollo	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	10	11	12	12
Cierre grande	20 Metro	2	5	8	9	9	9	9	16	15	15	19	18	20	155	167	181	197	212
Cierre pequeño	40 Metro	0	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	33	36	39	42	45
Microporoso	Rollo	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	12	13	14	15	16
Remaches	Ciento	4	12	19	22	21	21	21	37	35	36	44	43	47	358	385	417	456	489
Broches	Ciento	4	12	19	22	21	21	21	37	35	36	44	43	47	358	385	417	456	489
Ojalillo	Ciento	4	12	19	22	21	21	21	37	35	36	44	43	47	358	385	417	456	489
Greviches	Ciento	15	45	69	82	80	80	80	141	133	133	164	160	175	1341	1444	1565	1708	1834
Puas decorativas	Docena	34	101	154	182	177	178	178	312	295	296	363	355	389	2980	3208	3477	3797	4075
Spaguetti plástico	20 Metro	1	4	6	7	7	7	7	12	11	11	14	14	15	114	123	133	145	156
Etiqueta de marca	Ciento	1	3	5	5	5	5	5	9	9	9	11	11	12	89	95	103	113	121
Etiqueta de instrucciones	Ciento	1	3	5	5	5	5	5	9	9	9	11	11	12	89	95	103	113	121
Bolsa	Paquete de 200	1	1	2	3	3	3	3	5	4	4	5	5	6	44	48	52	56	61

- Costo Total

Tabla 109

Resumen de Compras Soles

PROGRAMA COMPRA	COSTO UNITARIO (Sin IGV)	dic-17	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL 2018	TOTAL 2019	TOTAL 2020	TOTAL 2021	TOTAL 2022
Marroquin	S/450.00	S/471	S/1.383	S/2.124	S/2.498	S/2.442	S/2.444	S/2.444	S/4.296	S/4.067	S/4.073	S/4.999	S/4.884	S/5.350	S/41.004	S/44.149	S/47.854	S/52.249	S/56.089
Hilo de Nylon	S/50.00	S/51	S/151	S/232	S/272	S/266	S/266	S/266	S/469	S/443	S/444	S/545	S/532	S/583	S/4.470	S/4.812	S/5.216	S/5.695	S/6.112
Forro tafeta	S/350.00	S/37	S/108	S/165	S/194	S/190	S/190	S/190	S/334	S/316	S/317	S/389	S/380	S/416	S/3.189	S/3.434	S/3.722	S/4.064	S/4.362
Cierre grande	S/15.00	S/27	S/79	S/120	S/142	S/138	S/138	S/138	S/244	S/230	S/231	S/283	S/277	S/303	S/2.324	S/2.502	S/2.712	S/2.961	S/3.177
Cierre pequeño	S/18.00	S/7	S/20	S/31	S/36	S/36	S/36	S/36	S/63	S/59	S/59	S/73	S/71	S/78	S/598	S/643	S/697	S/761	S/817
Microporoso	S/350.00	S/48	S/142	S/218	S/257	S/251	S/251	S/251	S/441	S/418	S/418	S/514	S/502	S/550	S/4.212	S/4.535	S/4.915	S/5.367	S/5.761
Remaches	S/27.00	S/111	S/326	S/500	S/588	S/575	S/575	S/575	S/1.012	S/957	S/959	S/1.177	S/1.150	S/1.260	S/9.656	S/10.394	S/11.266	S/12.301	S/13.202
Broches	S/30.00	S/124	S/362	S/556	S/654	S/639	S/639	S/639	S/1.125	S/1.064	S/1.065	S/1.308	S/1.278	S/1.400	S/10.728	S/11.549	S/12.518	S/13.668	S/14.669
Ojalillo	S/32.00	S/132	S/386	S/593	S/697	S/681	S/682	S/682	S/1.200	S/1.135	S/1.136	S/1.395	S/1.363	S/1.493	S/11.444	S/12.319	S/13.353	S/14.579	S/15.647
Greviches	S/32.00	S/494	S/1.449	S/2.224	S/2.615	S/2.555	S/2.557	S/2.557	S/4.499	S/4.255	S/4.261	S/5.232	S/5.111	S/5.599	S/42.914	S/46.196	S/50.073	S/54.672	S/58.676
Puas decorativas	S/60.00	S/2.058	S/6.036	S/9.265	S/10.894	S/10.647	S/10.654	S/10.654	S/18.745	S/17.730	S/17.756	S/21.802	S/21.294	S/23.330	S/178.808	S/192.483	S/208.638	S/227.799	S/244.483
Spagueti plástico	S/30.00	S/39	S/115	S/177	S/208	S/204	S/204	S/204	S/358	S/339	S/339	S/417	S/407	S/446	S/3.417	S/3.679	S/3.988	S/4.354	S/4.674
Etiqueta de marca	S/3.00	S/3	S/9	S/14	S/16	S/16	S/16	S/16	S/28	S/26	S/26	S/32	S/32	S/35	S/266	S/286	S/310	S/338	S/363
Etiqueta de instrucciones	S/8.00	S/8	S/24	S/37	S/43	S/42	S/42	S/42	S/74	S/70	S/70	S/86	S/84	S/92	S/708	S/762	S/826	S/902	S/968
Bolsa	S/200.00	S/102	S/299	S/459	S/540	S/527	S/528	S/528	S/929	S/878	S/879	S/1.080	S/1.054	S/1.155	S/8.855	S/9.531	S/10.331	S/11.279	S/12.104
Costo (sin IGV)		S/3.713	S/10.889	S/16.714	S/19.655	S/19.209	S/19.221	S/19.221	S/33.817	S/31.988	S/32.035	S/39.333	S/38.419	S/42.091	S/322.593	S/347.274	S/376.420	S/410.990	S/441.105
IGV		S/668	S/1.960	S/3.008	S/3.538	S/3.458	S/3.460	S/3.460	S/6.087	S/5.758	S/5.766	S/7.080	S/6.915	S/7.576	S/58.067	S/62.509	S/67.756	S/73.978	S/79.399
Costo (con IGV)		4381	12849	19722	23193	22667	22681	22681	39904	37746	37802	46413	45334	49668	380660	409783	444176	484969	520504

6.2.5. Requerimiento de mano de obra directa.

Tabla 110

Requerimiento mano de obra

Plan de producción (anual)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Cartera StylesBag (Unidades)	91	8580	9339	10119	11047	12002
Total	91	8580	9339	10119	11047	12002

Plan de producción (mes mayor producción)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Cartera StylesBag (Unidades)	91	1.124	1.185	1.283	1.401	1.530
Estacionalidad mes de mayor demanda		12.00%	12.54%	12.54%	12.54%	12.54%

Horas hombre por cartera = 1 Hora hombre

Horas hombre requeridos (Mes mayor producción)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Total horas	64	787	829	898	981	1071
Horas	64	787	829	898	981	1071

Horas hombre efectivas laboradas por persona diaria = 7

Horas hombre efectivas laboradas por persona mes= 168

Requerimiento de operarios	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Numero de operarios	1	5	5	6	6	7

6.3 Tecnología para el proceso.

6.3.1. Maquinarias.

MAQUINA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (SOLES)	IGV	PRECIO CON IGV (SOLES)
Caimán para corte de cuero	Fabricado en fierro vaciado en una pieza. Navaja redonda con engranaje de arrastre en la base inferior Base para sujetarse de 13x13cm para cuatro tornillos Manivela para cortar hacia adelante y hacia atrás Área de corte de 12 ancho x 1.5 cm de alto Medidas de máquina 30x35 cm Peso del equipo: 15Kg Ilustración 1 - Maquinaria 	1	S/1440	S/.259	S/.1699
Cortadora con doble cabezal	Modelo: LJZ2-450×3700 máquina de doble cabezal cortadora Potencia del motor :2 × 1.5 kW Longitud de corte: Max. 3700 mm Min. 400 mm Ancho de corte: Max. 120 mm Altura del corte: Max. 200 mm Ángulo de corte :90° 45° Potencia del motor :2.2 kW × 2 Tamaño de la cuchilla de la sierra :450 × 4 × 30 × Z120 Dimensión total :4700 mm × 1600 mm × 1600 mm Peso de la máquina: 1500 kg	1	S/1920	S/.346	S/.2336

Ilustración 4 - Maquinaria



**Remachadora
Manual**

Modelo: G2
Ancho :26 cm
Alto :60 cm
Profundidad :7 cm
Peso :8 300 kg
Material: Cuerpo fundido en hierro

1 S/1024 S/.184 S/.1208

Ilustración 2 - Maquina



**Máquina
de coser
triple
arrastre**

Modelo :Kaiser
Largo máximo de puntada 10 mm
-Crochet grande

2 S/.2176 S/.392 S/.5136



	-Mesa original con altura regulable -Motor original				
Maquina Recta Digital	Modelo : Maqi LS-9802MX-TD4-MJ 1 Aguja Corte de Hilo, programación de puntadas, programa de etiquetas. Posicionador de Aguja y Luz LED	1	S/1600	S/288	S/.1888
					
Maquina Remalladora	Modelo : Juki Mo 6700 5 hilos Programación de puntadas	1	S/.1700	s/.306	S/2006
					

6.3.2. Equipos.

Tabla 111

Equipos

EQUIPOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	PRECIO CON IGV
Computadoras	3	S/.2200	S/.396	S/.7788
Equipo de Fax	1	S/.250	S/.45	S/.295
Impresora	1	S/.620	S/.111	S/.731
Teléfonos	2	S/.300	S/.54	S/.708
Cámaras De seguridad	5	S/.310	S/.56	S/.1830
Fotocopiadora	1	S/.980	S/.176	S/.1156
Extintor	1	S/.180	S/.32.40	S/.212.40

6.3.3. Herramientas

Tabla 112

Herramientas

Herramientas	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IGV	PRECIO CON IGV
Tijeras	4	S/.45	S/.8	S/.212
Boquilla para coser ribete	3	S/.16	S/.3	S/.57
Pincel	5	S/.5	S/.0.9	S/.30
Martillo chico	2	S/.10	S/.1.8	S/.24
Martillo grande	2	S/.12	S/.2.1	S/.28
punzones	3	S/.15	S/.2.7	S/.53
piqueteras	3	S/.15	S/.2.7	S/.53
Molde de corte	3	S/.50	S/.9	S/.177

6.3.4 Utensilios

Tabla 113

Utensilios

UNIFORME (UNIDADES)	UNIDAD
Mandiles	Unidad
Botas	Par
Mascarillas	Caja de 100 und.
Gorros	Caja de 100 und.
Guantes	Caja de 100 und.

6.3.5 Mobiliario.

Tabla 114

Mobiliario

MUEBLES	CANTIDAD
Escritorios	5
Mesas de trabajo	3
Sillas tipo gerencial	4
Archivadores	4
Sillas comunes	5
Estante	2
Dispensador de agua	1
Ventiladores	3

6.3.6 Útiles de oficina.

Tabla 115

Útiles de oficina

ÚTILES DE OFICINA	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papeles	Millares	10	S/.10	S/.100
Lapiceros	Caja	5	S/.8	S/.40
Clips	Caja	10	S/.3	S/.30
Tijeras	Caja	2	S/.6	S/.12
Goma	Caja	1	S/.12	S/.12

6.3.9 Programa de compras posteriores

- Utensilios de Producción

Tabla 117

Programa de compra de utensilios por unidades

Utensilios de produccion	Unidad	Política compra	dic-17	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Tijeras	Unidad	Trimestral	4			4			4			4			4	16	16	16	16	16
Boquilla para coser ribete	Unidad	Trimestral	3			3			3			3			3	12	12	12	12	12
Pincel	Unidad	Trimestral	5			5			5			5			5	20	20	20	20	20
Martillo chico	Unidad	Trimestral	2			2			2			2			2	8	8	8	8	8
Martillo grande	Unidad	Trimestral	2			2			2			2			2	8	8	8	8	8
Punzones	Unidad	Trimestral	3			3			3			3			3	12	12	12	12	12
Piqueteras	Unidad	Trimestral	3			3			3			3			3	12	12	12	12	12
Molde de corte	Unidad	Trimestral	3			3			3			3			3	12	12	12	12	12

Tabla 118

Programa de compra de utensilios en soles

- Herramientas

Utensilios de produccion	Precio unitario	Costo unitario	dic-17	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	2018	2019	2020	2021	2022
Tijeras	S/. 45.00	S/. 38.14	S/. 152.54	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 152.54	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 152.54	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 152.54	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 152.54	S/. 610.17	S/. 610.17	S/. 610.17	S/. 610.17	S/. 610.17
Boquilla para coser ribete	S/. 16.00	S/. 13.56	S/. 40.68	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 40.68	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 40.68	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 40.68	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 40.68	S/. 162.71	S/. 162.71	S/. 162.71	S/. 162.71	S/. 162.71
Pincel	S/. 5.00	S/. 4.24	S/. 21.19	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 21.19	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 21.19	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 21.19	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 21.19	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75
Martillo chico	S/. 10.00	S/. 8.47	S/. 16.95	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 16.95	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 16.95	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 16.95	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 16.95	S/. 67.80	S/. 67.80	S/. 67.80	S/. 67.80	S/. 67.80
Martillo grande	S/. 12.00	S/. 10.17	S/. 20.34	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 20.34	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 20.34	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 20.34	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 20.34	S/. 81.36	S/. 81.36	S/. 81.36	S/. 81.36	S/. 81.36
Punzones	S/. 15.00	S/. 12.71	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 152.54	S/. 152.54	S/. 152.54	S/. 152.54	S/. 152.54
Piqueteras	S/. 15.00	S/. 12.71	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 38.14	S/. 152.54	S/. 152.54	S/. 152.54	S/. 152.54	S/. 152.54
Molde de corte	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 127.12	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 127.12	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 127.12	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 127.12	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 127.12	S/. 508.47	S/. 508.47	S/. 508.47	S/. 508.47	S/. 508.47
Total utensilios de produccion (Sin IGV)			S/. 455.08	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 455.08	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 455.08	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 455.08	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 455.08	S/. 1.820.34	S/. 1.820.34	S/. 1.820.34	S/. 1.820.34	S/. 1.820.34
IGV		18%	S/. 81.92	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 81.92	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 81.92	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 81.92	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 81.92	S/. 327.66	S/. 327.66	S/. 327.66	S/. 327.66	S/. 327.66
Total utensilios de produccion (Con IGV)			S/. 537.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 537.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 537.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 537.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 537.00	S/. 2.148.00	S/. 2.148.00	S/. 2.148.00	S/. 2.148.00	S/. 2.148.00

Tabla 119

Especificaciones para la compra de herramientas

Trabajadores	2018	2019	2020	2021	2022
Operarios	5	5	6	6	7

Tabla 120

Programa de Compras de herramientas por unidades

Uniforme (unidades)	Unidad	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022	
Mandiles	Unidad	5	5	10	12	12	14	*2 COMPRAS AL AÑO
Botas	Par	5	5	10	12	12	14	*2 COMPRAS AL AÑO
Mascarillas	Caja de 100 und.	5	5	10	12	12	14	*2 COMPRAS AL AÑO
Gorros	Caja de 100 und.	5	5	10	12	12	14	*2 COMPRAS AL AÑO
Guantes	Caja de 100 und.	5	5	10	12	12	14	*2 COMPRAS AL AÑO

Tabla 121

Programa de Compras de herramientas por soles

Uniformes (soles)	Costo unitario (sin IGV)	dic-17	2018	2019	2020	2021	2022
Mandiles	S/. 22.80	S/. 114.00	S/. 114.00	S/. 228.00	S/. 273.60	S/. 273.60	S/. 319.20
Botas	S/. 12.63	S/. 63.15	S/. 63.15	S/. 126.30	S/. 151.56	S/. 151.56	S/. 176.82
Mascarillas	S/. 18.00	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 180.00	S/. 216.00	S/. 216.00	S/. 252.00
Gorros	S/. 8.90	S/. 44.50	S/. 44.50	S/. 89.00	S/. 106.80	S/. 106.80	S/. 124.60
Guantes	S/. 16.00	S/. 80.00	S/. 80.00	S/. 160.00	S/. 192.00	S/. 192.00	S/. 224.00
Total uniformes (Sin IGV)		S/. 391.65	S/. 391.65	S/. 783.30	S/. 939.96	S/. 939.96	S/. 1.096.62
IGV		S/. 70.50	S/. 70.50	S/. 140.99	S/. 169.19	S/. 169.19	S/. 197.39
Total uniformes (Con IGV)		S/. 462.15	S/. 462.15	S/. 924.29	S/. 1.109.15	S/. 1.109.15	S/. 1.294.01

- Útiles de Oficina

Tabla 122

Programa de Compras Útiles de oficina por unidades

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario S/.	Total Costo (sin IGV)	IGV 18 %	Total Costo (con IGV)
Papeles	Millar	10	10.00	100.00	18.00	118.00
Lapiceros	Caja	5	8.00	40.00	7.20	47.20
Clips	Caja	10	3.00	30.00	5.40	35.40
Tijeras	Caja	2	6.00	12.00	2.16	14.16
Goma	Caja	1	12.00	12.00	2.16	14.16
TOTAL				194.00	34.92	228.92

Tabla 123

Programa de Compras Útiles de oficina por soles

MATERIALES DE OFICINA		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2018	2019	2020	2021	2022
MATERIALES DE OFICINA-OPERACIONES	10%	S/. 19.40												S/. 19.40	S/. 19.40	S/. 19.40	S/. 19.40	S/. 19.40
MATERIALES DE OFICINA-GASTOS DE VENTAS	40%	S/. 77.60												S/. 77.60	S/. 77.60	S/. 77.60	S/. 77.60	S/. 77.60
MATERIALES DE OFICINA-GASTOS ADMINISTRACIÓN	50%	S/. 97.00												S/. 97.00	S/. 97.00	S/. 97.00	S/. 97.00	S/. 97.00
TOTAL COSTO DE MATERIALES DE OFICINA (SIN IGV)		S/. 194.00												S/. 194.00	S/. 194.00	S/. 194.00	S/. 194.00	S/. 194.00
IGV		S/. 34.92												S/. 34.92	S/. 34.92	S/. 34.92	S/. 34.92	S/. 34.92
TOTAL COSTO DE MATERIALES DE OFICINA (CON IGV)		S/. 228.92												S/. 228.92	S/. 228.92	S/. 228.92	S/. 228.92	S/. 228.92

Zona Industrial Villa el Salvador

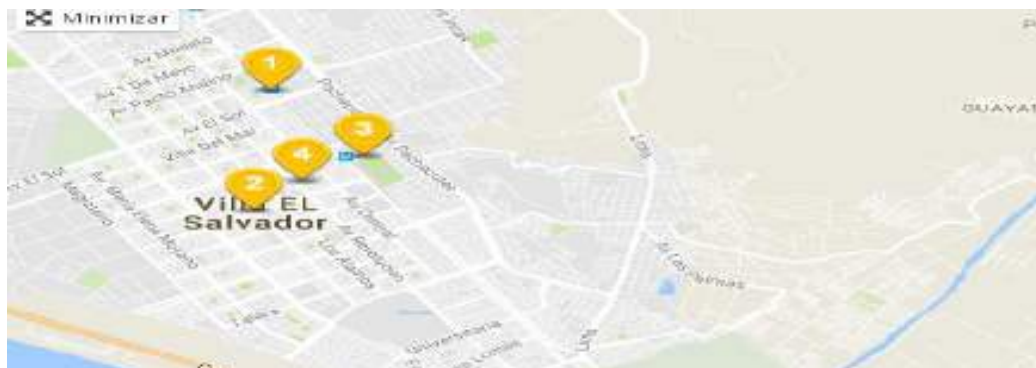


Figura 59 Macrolocalización Villa el Salvador

Zona Industrial Ate

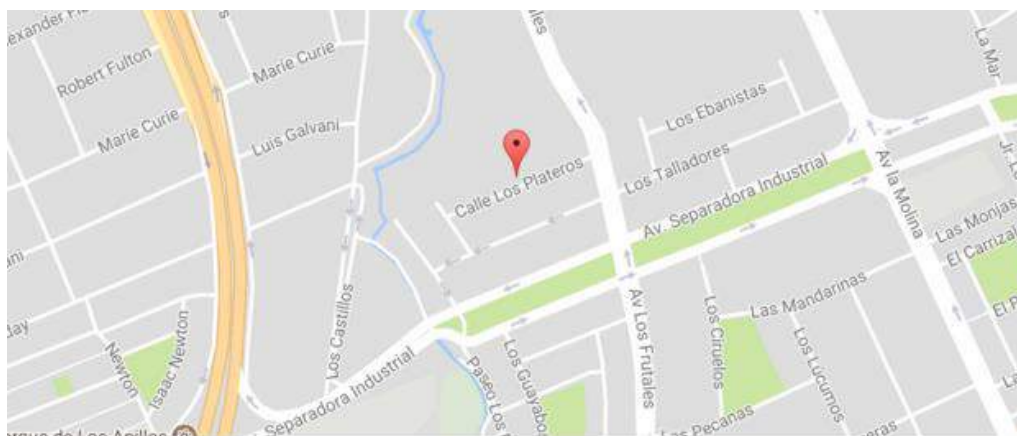


Figura 60 Macrolocalización Ate

Fueron 3 distritos que tomamos en cuenta para determinar la localización de nuestra empresa.

RIMAC

Tiene zona industrial, comercial y residencial, zona céntrica y rodeado de almacenes donde podemos adquirir nuestra materia prima e insumos para la elaboración de nuestro producto que son carteras. El costo de alquiler es medio

VILLA EL SALVADOR

En este distrito existe un gran centro comercial de la industria del calzado y productos relacionados con el cuero, existe mucha inseguridad motivo por el cual el costo del alquiler es de medio a bajo.

ATE

Cuenta con zona industrial y residencial muy cerca al distrito de la Molina, distante de nuestros proveedores de materiales de confección y distribución, costo de alquiler medio a alto

Tabla 124

Matriz macro localización

Variable	Peso %	DISTRITOS EVALUADOS					
		RIMAC		VILLA SALVADOR		ATE	
		CALIF.	POND.%	CALIF.	POND.%	CALIF.	POND.%
Cercanía proveedores	20	10	2	8	1.6	7	1.4
Cercanía a clientes	20	9	1.8	8	2.1	8	1.6
Costos de alquiler y servicio	30	8	2.4	7	2.1	5	1.5
Avenidas principales	20	9	1.8	9	1.8	8	1.8
Permisos municipales	10	9	1.8	9	0.9	9	0.9
Totales	100		9.8		8.5		7.2

Después de analizar las 3 alternativas, el resultado de la macro localización será el distrito del Rímac y como segunda opción el distrito de Villa El Salvador.

6.4.2 Microlocalización.

DISTRITO DEL RIMAC -Zona industrial del Rímac.

Dirección: Av. Caquetá 1401

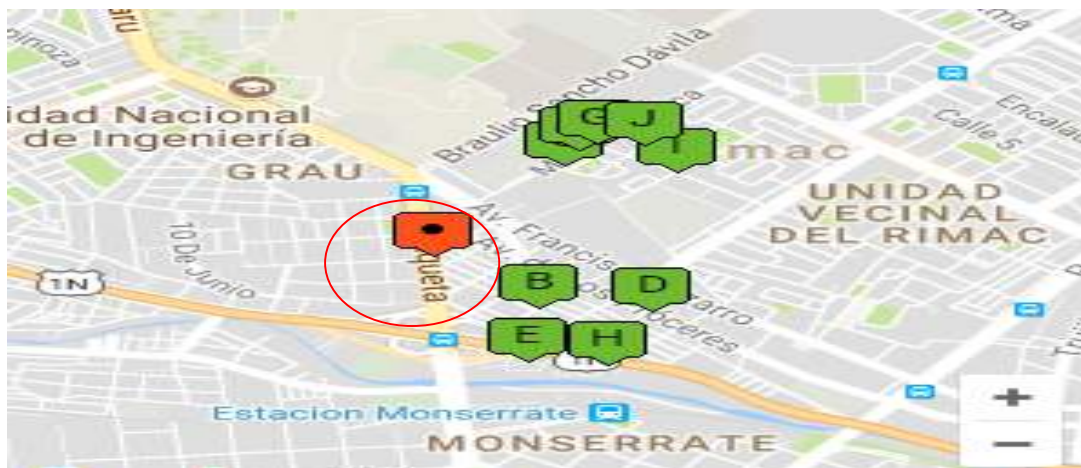


Figura 61. Microlocalización Rímac

Zona Industrial Villa el Salvador

Dirección: PARQUE INDUSTRIAL MZ P LOTE 8.

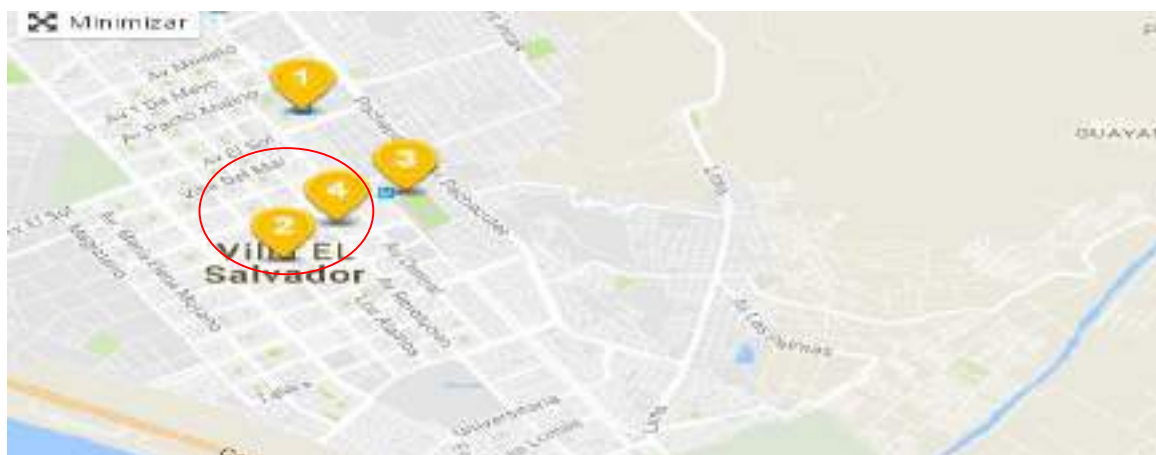


Figura 62. Microlocalización Villa el Salvador

Tabla 125

Matriz de micro localización

Variable	Peso %	Rímac - Av. Caquetá				Villa el Salvador Pque.Industrial	
		CALIF.	POND.%	CALIF.	POND.%	CALIF.	POND.%
Tamaño de local	30	10	3	9	2.7		
Accesibilidad	25	8	2	7	1.75		
Poca congestión vehicular	20	6	1.2	6	1.2		
Seguridad en la zona	15	9	1.35	7	1.05		
Categorización de la zona	10	10	1	7	1		
totales	100		8.55		7.7		

Ubicación que estratégicamente nos favorece por lo siguiente:

- a) En relación a nuestro proveedor (Zona industrial de Caquetá en el Rímac) que permite el ahorro de tiempo y costos así como la oportunidad de abastecimiento de la materia prima principal
- b) Ubicación céntrica a la zona norte como los Olivos, San Martín de Porres, Centro de Lima, Jesús María, San Borja San Luis, San Isidro.
- c) Menores costos de alquiler y pago de licencias y servicios
- d) Calles amplias que permite el estacionamiento vehicular
- e) Vigilancia permanente de Serenazgo y la Policía Nacional

6.4.3 Gastos de adecuación.

- Alquiler

El inmueble a alquiler de La empresa “Creaciones Creativas S.A.C” será destinado para la planta, oficina y almacén en el distrito del Rímac. Se encuentra ubicado en:

Av. Caquetá 1401 – Rímac-Lima.

Detalle del inmueble: Local Industrial área de 100 m², portón acceso a proveedores, rea de oficina, patio, todo con losa de concreto, 2 baños.

Fuente: <http://www.guiacalles.com/calles/>

Precio: \$ 1,200.00 IGV

Precio sin IGV: \$ 984.00

IGV : \$ 216.00

- Garantía

El contrato establece la garantía del inmueble, es por 2 meses de garantía y uno por adelantado.

Precio: \$ 1,200 + \$ 1,200 + \$ 1,200 = \$ 3,600

- Acondicionamiento del Local

Tabla 126

Gastos Acondicionamiento Local

DESCRIPCION	UND	CANT	Precio Unitario	TOTAL
			S/.	S/.
Trabajos preliminares				800.00
Revisión de Planos del local	gl	1.00	500.00	500.00
Demolicion	gl	1.00	300.00	300.00
Drywall				4.000.00
Muros de Drywall e instalació	m2	40.00	100.00	4.000.00
Carpintería Oficinas y Producción				360.00
Puertas con chapa	und	2.00	180.00	360.00
Pintura Interior y Exterior + Materiales				3.500.00
Pintura interior	m2	200.00	10.00	2.000.00
Pintura exterior	m2	150.00	10.00	1.500.00
Instalaciones Eléctricas				6.200.00
Instalaciones Electricas	gl	1.00	6.200.00	6.200.00
Data y comunicaciones				600.00
Data y comunicaciones (Cat	gl	1.00	600.00	600.00
Instalacion de Sensores de humo				1.200.00
Sensores de humo	gl	1.00	1.200.00	1.200.00
COSTO				16.660.00
IGV 18%				2.998.80
TOTAL				19.658.80

6.4.4 Gastos de servicios.

- **Servicio de Transporte**

Tabla 127

Costo Transporte

	Costo sin IGV	IGV	Costo con IGV
Costo de servicio transporte por viaje	S/. 85	S/. 15	S/. 100

Carteras por viaje = 100

Tabla 128

Costo Transporte Proyectado

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total carteras	332	414	497	497	497	497	829	829	829	995	995	1077	8288	9.065	9.916	10.847	11.867
Numero de viajes	4	5	5	5	5	5	9	9	9	10	10	11	87	95	104	114	125
Costo servicio transporte (sin IGV)	S/.339	S/.424	S/.424	S/.424	S/.424	S/.424	S/.763	S/.763	S/.763	S/.847	S/.847	S/.932	S/.7.373	S/.8.064	S/.8.821	S/.9.649	S/.10.557

- **Servicio Delivery**

Tabla 129

Costo Delivery

	Costo sin IGV	IGV	Costo con IGV
Costo por entrega	S/. 4.2	S/. 0.8	S/. 5.0

Tabla 130

Costo Delivery Proyectado

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total carteras por internet	66	83	100	100	100	100	166	166	166	199	199	216	1.661	1.817	1.988	2.174	2.379
Costo servicio transporte (sin IGV)	S/.282	S/.352	S/.422	S/.422	S/.422	S/.422	S/.704	S/.704	S/.704	S/.845	S/.845	S/.915	S/.7.040	S/.7.700	S/.8.422	S/.9.213	S/.10.079

- Servicio de Luz**

Tabla 131

Costo Servicio de Luz

Equipos	Cantidad	Watts / hora por unidad	Watts / hora total	Kilowatts / hora	Día/Hrs	Mes/Hrs	(Kwh/Mes)	Costo S/. x Kw	Costo Total S/.
Cortadora de doble cabezal	1	250	250	0.25	8	192	48	S/. 0.79	S/. 37.92
Cañon triple arrastre	2	320	640	0.64	8	192	123	S/. 0.79	S/. 97.08
Maquina de coser triple arrastre	1	360	360	0.36	8	192	69	S/. 0.79	S/. 54.60
luminaria	10	8	80	0.08	8	192	15	S/. 0.79	S/. 12.13
Laptop	4	2	8	0.01	8	192	2	S/. 0.79	S/. 1.21
							256.90		S/. 202.95

- Servicio de Agua**

Tabla 132

Costos Servicio de Agua

Agua	Unidad	Cantidad	Consumo diario en litros	m3 de agua por día	m3 totales al mes	Costo x m3	Costo Total S/.
Personas	Persona	9	250	2.25	54.00	S/. 6.77	S/. 365.58
Limpieza local	m2	200	4	0.80	19.20	S/. 6.77	S/. 129.98
					73.20		S/. 495.56

Tabla 133

Servicios Generales

SERVICIOS GENERALES		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	100%	S/. 203	S/. 238	S/. 274	S/. 274	S/. 274	S/. 274	S/. 416	S/. 416	S/. 416	S/. 487	S/. 487	S/. 523	S/. 4.282	S/. 4.615	S/. 4.980	S/. 5.379	S/. 5.816
Agua	100%	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 5.947	S/. 6.337	S/. 6.764	S/. 7.232	S/. 7.744
Arbitrios	100%	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 1.600	S/. 1.600	S/. 1.600	S/. 1.600	S/. 1.600
Servicio de teléfono - internet	100%	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 2.034	S/. 2.034	S/. 2.034	S/. 2.034	S/. 2.034
Alquiler local producción	100%	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 72.000	S/. 72.000	S/. 72.000	S/. 72.000	S/. 72.000
Alquiler modulo venta 1	100%	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 24.000	S/. 24.000	S/. 24.000	S/. 24.000	S/. 24.000
Alquiler modulo venta 2	100%	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000
Servicio de contabilidad	100%	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000
Servicio de limpieza	100%	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 1.500	S/. 18.000	S/. 18.000	S/. 18.000	S/. 18.000	S/. 18.000
Recarga de extintores	100%													S/. 320	S/. 320	S/. 320	S/. 320	S/. 320
Mantenimiento de maquinarias y equipos	100%						S/. 1.500							S/. 1.500	S/. 3.000	S/. 3.000	S/. 3.000	S/. 3.000
Poliza de seguro contra robo y otros	100%	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 3.051	S/. 3.051	S/. 3.051	S/. 3.051	S/. 3.051
Servicio transporte distribución	100%	S/. 339	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 763	S/. 763	S/. 763	S/. 847	S/. 847	S/. 932	S/. 7.373	S/. 8.064	S/. 8.821	S/. 9.649	S/. 10.557
Servicio delivery	100%	S/. 282	S/. 352	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 704	S/. 704	S/. 704	S/. 845	S/. 845	S/. 915	S/. 7.040	S/. 7.700	S/. 8.422	S/. 9.213	S/. 10.079
Servicio POS	0%	S/. 826	S/. 1.032	S/. 1.239	S/. 1.239	S/. 1.239	S/. 1.239	S/. 2.065	S/. 2.065	S/. 2.065	S/. 2.478	S/. 2.478	S/. 2.684	S/. 20.650	S/. 22.586	S/. 24.706	S/. 27.026	S/. 29.567
Total Costo Servicios (sin IGV)		S/. 15.469	S/. 15.466	S/. 15.778	S/. 16.178	S/. 16.778	S/. 17.278	S/. 17.767	S/. 17.367	S/. 17.367	S/. 18.477	S/. 18.077	S/. 20.294	S/. 205.296	S/. 209.306	S/. 213.698	S/. 218.504	S/. 223.768
IGV		S/. 1.542	S/. 1.614	S/. 1.670	S/. 1.670	S/. 1.670	S/. 1.940	S/. 1.956	S/. 1.956	S/. 1.956	S/. 2.084	S/. 2.084	S/. 2.483	S/. 22.625	S/. 23.347	S/. 24.138	S/. 25.003	S/. 25.950
Total Costo Servicios (con IGV)		S/. 17.011	S/. 17.080	S/. 17.448	S/. 17.848	S/. 17.448	S/. 19.218	S/. 19.723	S/. 19.323	S/. 19.323	S/. 20.560	S/. 20.160	S/. 22.777	S/. 227.921	S/. 232.653	S/. 237.836	S/. 243.506	S/. 249.718

Tabla 134

Servicios Producción

SERVICIOS - PRODUCCIÓN	% Asignación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	70%	S/. 142	S/. 178	S/. 213	S/. 213	S/. 213	S/. 213	S/. 355	S/. 355	S/. 355	S/. 426	S/. 426	S/. 462	S/. 3.552	S/. 3.885	S/. 4.249	S/. 4.648	S/. 5.085
Agua	70%	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 347	S/. 4.163	S/. 4.553	S/. 4.980	S/. 5.448	S/. 5.960
Arbitrios	70%	S/. 280	S/. 0	S/. 0	S/. 280	S/. 0	S/. 0	S/. 280	S/. 0	S/. 0	S/. 280	S/. 0	S/. 0	S/. 1.120	S/. 1.120	S/. 1.120	S/. 1.120	S/. 1.120
Servicio de teléfono - internet	15%	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305
Alquiler local producción	70%	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 4.200	S/. 50.400	S/. 50.400	S/. 50.400	S/. 50.400	S/. 50.400
Alquiler modulo venta 1	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Alquiler modulo venta 2	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de contabilidad	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de limpieza	70%	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 1.050	S/. 12.600	S/. 12.600	S/. 12.600	S/. 12.600	S/. 12.600
Recarga de extintores	70%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 224	S/. 224	S/. 224	S/. 224	S/. 224	S/. 224
Mantenimiento de maquinarias y equipos	70%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1.050	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1.050	S/. 2.100	S/. 2.100	S/. 2.100	S/. 2.100	S/. 2.100
Poliza de seguro contra robo y otros	70%	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 178	S/. 2.136	S/. 2.136	S/. 2.136	S/. 2.136	S/. 2.136
Servicio transporte distribución	100%	S/. 339	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 763	S/. 763	S/. 763	S/. 847	S/. 847	S/. 932	S/. 7.373	S/. 8.064	S/. 8.821	S/. 9.649	S/. 10.557
Servicio delivery	100%	S/. 282	S/. 352	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 704	S/. 704	S/. 704	S/. 845	S/. 845	S/. 915	S/. 7.040	S/. 7.700	S/. 8.422	S/. 9.213	S/. 10.079
Servicio POS	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Total Costo Servicios (sin IGV)		S/. 6.843	S/. 6.754	S/. 6.869	S/. 7.139	S/. 6.869	S/. 7.909	S/. 7.902	S/. 7.622	S/. 7.622	S/. 8.199	S/. 7.919	S/. 9.383	S/. 91.011	S/. 93.086	S/. 95.358	S/. 97.843	S/. 100.566
IGV		S/. 425	S/. 460	S/. 479	S/. 479	S/. 479	S/. 668	S/. 616	S/. 616	S/. 616	S/. 669	S/. 669	S/. 933	S/. 7.108	S/. 7.462	S/. 7.891	S/. 8.338	S/. 8.828
Total Costo Servicios (con IGV)		S/. 7.268	S/. 7.213	S/. 7.338	S/. 7.618	S/. 7.338	S/. 8.577	S/. 8.518	S/. 8.238	S/. 8.238	S/. 8.868	S/. 8.588	S/. 10.316	S/. 98.120	S/. 100.568	S/. 103.249	S/. 106.181	S/. 109.395

Tabla 135

Servicios Ventas

SERVICIOS - VENTAS	% Asignación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	10%	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 20	S/. 244	S/. 244	S/. 244	S/. 244	S/. 244
Agua	10%	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 50	S/. 595	S/. 595	S/. 595	S/. 595	S/. 595
Arbitrios	10%	S/. 40	S/. 0	S/. 0	S/. 40	S/. 0	S/. 0	S/. 40	S/. 0	S/. 0	S/. 40	S/. 0	S/. 0	S/. 160	S/. 160	S/. 160	S/. 160	S/. 160
Servicio de teléfono - internet	50%	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 85	S/. 1.017	S/. 1.017	S/. 1.017	S/. 1.017	S/. 1.017
Alquiler local producción	10%	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 7.200	S/. 7.200	S/. 7.200	S/. 7.200	S/. 7.200
Alquiler modulo venta 1	100%	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 2.000	S/. 24.000	S/. 24.000	S/. 24.000	S/. 24.000	S/. 24.000
Alquiler modulo venta 2	100%	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 2.500	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000	S/. 30.000
Servicio de contabilidad	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de limpieza	10%	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 150	S/. 1.800	S/. 1.800	S/. 1.800	S/. 1.800	S/. 1.800
Recarga de extintores	10%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 32	S/. 32	S/. 32	S/. 32	S/. 32
Mantenimiento de maquinarias y equipos	20%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 300	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 300	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
Poliza de seguro contra robo y otros	20%	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 51	S/. 610	S/. 610	S/. 610	S/. 610	S/. 610
Servicio transporte distribución	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio delivery	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio POS	100%	S/. 826	S/. 1.032	S/. 1.239	S/. 1.239	S/. 1.239	S/. 1.239	S/. 2.065	S/. 2.065	S/. 2.065	S/. 2.478	S/. 2.478	S/. 2.684	S/. 20.650	S/. 22.586	S/. 24.706	S/. 27.026	S/. 29.567
Total Costo Servicios (sin IGV)		S/. 6.321	S/. 6.488	S/. 6.684	S/. 6.734	S/. 6.684	S/. 6.994	S/. 7.560	S/. 7.520	S/. 7.520	S/. 7.973	S/. 7.933	S/. 8.472	S/. 86.907	S/. 88.843	S/. 90.963	S/. 93.283	S/. 95.824
IGV		S/. 1.023	S/. 1.060	S/. 1.097	S/. 1.097	S/. 1.097	S/. 1.151	S/. 1.246	S/. 1.246	S/. 1.246	S/. 1.320	S/. 1.320	S/. 1.417	S/. 14.318	S/. 14.667	S/. 15.049	S/. 15.466	S/. 15.924
Total Costo Servicios (con IGV)		S/. 7.344	S/. 7.548	S/. 7.791	S/. 7.831	S/. 7.791	S/. 8.145	S/. 8.806	S/. 8.766	S/. 8.766	S/. 9.293	S/. 9.253	S/. 9.889	S/. 101.226	S/. 103.510	S/. 106.012	S/. 108.749	S/. 111.748

Tabla 136

Servicios Administración

SERVICIOS - ADMINISTRACION	% Asignación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	20%	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 41	S/. 487	S/. 487	S/. 487	S/. 487	S/. 487
Agua	20%	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 99	S/. 1.189	S/. 1.189	S/. 1.189	S/. 1.189	S/. 1.189
Arbitrios	20%	S/. 80	S/. 0	S/. 0	S/. 80	S/. 0	S/. 0	S/. 80	S/. 0	S/. 0	S/. 80	S/. 0	S/. 0	S/. 320	S/. 320	S/. 320	S/. 320	S/. 320
Servicio de teléfono - internet	35%	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 59	S/. 712	S/. 712	S/. 712	S/. 712	S/. 712
Alquiler local producción	20%	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 14.400	S/. 14.400	S/. 14.400	S/. 14.400	S/. 14.400
Alquiler modulo venta 1	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Alquiler modulo venta 2	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de contabilidad	100%	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000	S/. 6.000
Servicio de limpieza	20%	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600	S/. 3.600
Recarga de extintores	20%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 64	S/. 64	S/. 64	S/. 64	S/. 64
Mantenimiento de maquinarias y equipos	10%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 150	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 150	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Poliza de seguro contra robo y otros	10%	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305
Servicio transporte distribución	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio delivery	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio POS	0%	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Total Costo Servicios (sin IGV)		S/. 2.304	S/. 2.224	S/. 2.224	S/. 2.304	S/. 2.224	S/. 2.374	S/. 2.304	S/. 2.224	S/. 2.224	S/. 2.304	S/. 2.224	S/. 2.438	S/. 27.377	S/. 27.377	S/. 27.377	S/. 27.377	S/. 27.377
IGV		S/. 94	S/. 94	S/. 94	S/. 94	S/. 94	S/. 121	S/. 94	S/. 94	S/. 94	S/. 94	S/. 94	S/. 133	S/. 1.198	S/. 1.198	S/. 1.198	S/. 1.198	S/. 1.198
Total Costo Servicios (con IGV)		S/. 2.399	S/. 2.319	S/. 2.319	S/. 2.399	S/. 2.319	S/. 2.496	S/. 2.399	S/. 2.319	S/. 2.319	S/. 2.399	S/. 2.319	S/. 2.571	S/. 28.576	S/. 28.576	S/. 28.576	S/. 28.576	S/. 28.576

6.4.5 Plano del centro de operaciones.

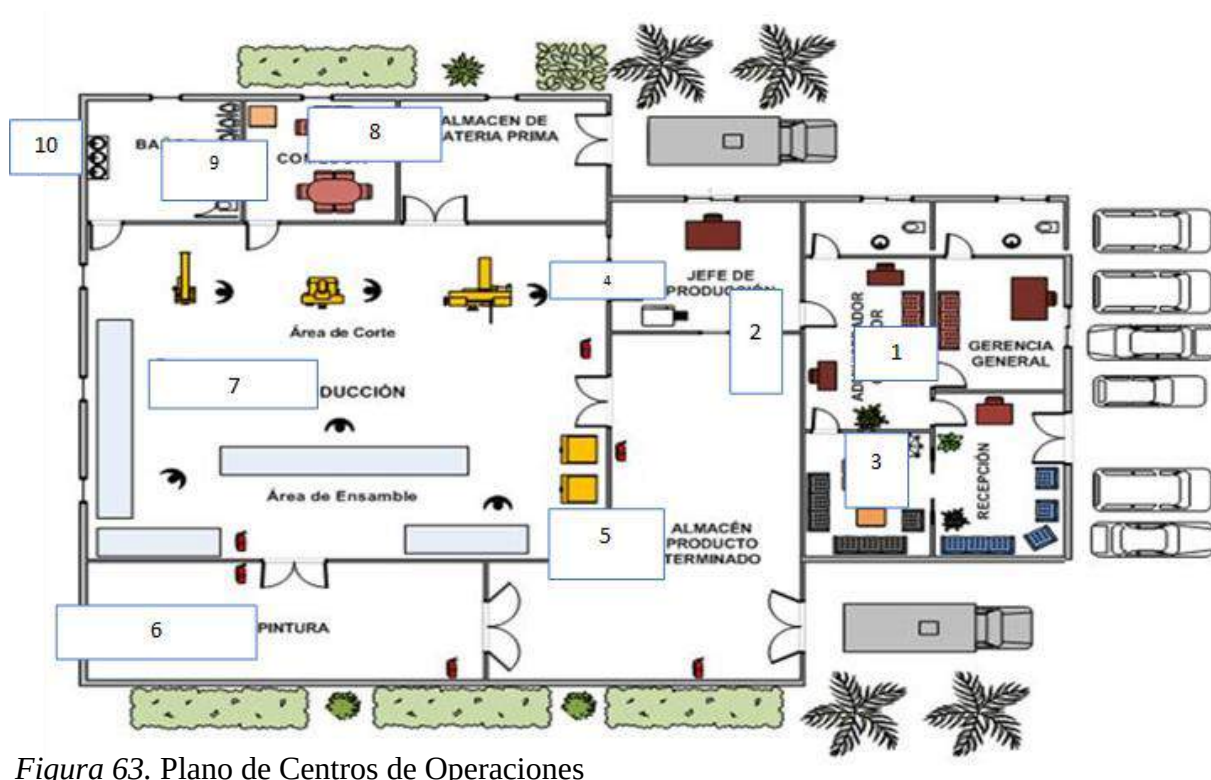


Figura 63. Plano de Centros de Operaciones

1. Gerencia General
2. Administración
3. Jefe de Ventas
4. Jefe de Producción
5. Área de desplazamiento
6. Almacén Producto Terminado
7. Planta
8. Almacén de materia prima
9. Comedor
10. Baños

6.4.6 Descripción del centro de operaciones.

- Área de Ventas: Dentro de ella se encuentra los módulos de exhibición carteras en sus diversos modelos, empaque, en un área de 30 m².

- Área Administrativa: Dentro de ella se considera la contabilidad, el control de personal, la seguridad, informática. Aproximado de 30 m².
- Área de producción: Se encuentra considerados los espacios para el desarrollo de las operaciones, así como las mesas d trabajo y maquinaria. Área aproximada 60 m² .
- Área de Almacén: 2 almacenes, se considera debido a que se tiene materia prima, productos en proceso y productos terminados, que deben ser ubicados en anaqueles especiales y con la debida protección. Área Aproximada 40 m²



Figura 64 Instalaciones del Local

6.5 Responsabilidad social frente al entorno.

6.5.1 Impacto ambiental⁴⁰.

- “Creaciones Creativas” S.A.C. Contribuirá con el medio ambiente con un adecuado uso de las materias primas e insumos, optimizando el uso del agua y energía tanto en el proceso de producción, con el uso diario por parte de los empleados para ello se informara y capacitara y motivará al personal para el uso eficiente de los recursos.
- Capacitación de gestión de consumo de agua y Bioseguridad

⁴⁰ Información de referencia : <http://blogseguridadindustrial.com/el-impacto-ambiental-de-las-empresas/> /

- Por otro lado se implementara el correo institucional para el envío de informes y establecer las comunicaciones con nuestros proveedores y canales de distribución.
- El uso de material no reciclable q que permitirá cumplir con estándares ambientales, así como la eliminación de residuos contaminantes con su respectivo certificado.

Campaña de Reciclaje: Clasificación de residuos



Figura 65 Campaña de Reciclaje

Tabla 137

Campaña de Reciclaje

Actividades	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Compra de botes especiales	4	S/ 56	s/224
Meses a implementar			
Todo el año			

Campaña de utilización adecuada del agua



Figura 66. Campaña de Agua

Tabla 138

Campaña de utilización del agua

Actividades	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Compra de temporizadores	4	S/ 120	S/480
Reductores	4	S/160	S/640
Mantenimiento de grifos	8	S/100	S/800
Meses a implementar Enero – Marzo / Julio - Setiembre			

6.5.2 Con los trabajadores.

Se respetara los derechos de los trabajadores de acuerdo la normatividad existente así como el pago puntual de sus haberes, motivándolos con un programa de capacitación.

CON RESPECTO A LAS POLITICAS DE MOTIVACION

Establecer los medios de comunicación con el personal, realizar eventos de participación

Tabla 139

Con los trabajadores

Actividades	Costo por trabajador	Costo Total
Actividades deportivas	S/35	S/140
Actividades Navideñas	S/40	S/160
Entrega de canastas	S/60	s/240

6.5.3 Con la comunidad.

Se cumplirá con las leyes, normas y costumbres, respetando el contratos y compromisos adquiridos que favorezcan a la comunidad de la empresa.

Tabla 140

Calendario responsabilidad social

Calendario Valor por mes				
Mes	Tema	Valorización	Responsabilidad Social	Área
Enero	Charla Ingreso	200	Trabajadores	Todas
	Capacitación	100	Trabajadores	Producción
	Capacitación	100	Trabajadores	Ventas
	Capacitación	100	Trabajadores	Administrativa
	Donaciones	0	Comunidad	
Febrero	Donaciones	0	Comunidad	
Marzo	Donaciones	0	Comunidad	
Abril	Capacitación	100	Trabajadores	Ventas
	Capacitación	100	Trabajadores	Producción
	Curso	150	Trabajadores	Producción
	Donaciones	0	Comunidad	
Mayo	Donaciones	0	Comunidad	
Junio	Donaciones	0	Comunidad	
Julio	Capacitación	100	Trabajadores	Producción
	Capacitación	100	Trabajadores	Ventas
	Curso	150	Trabajadores	Ventas
	Donaciones	0	Comunidad	
Agosto	Donaciones	0	Comunidad	
Setiembre	Donaciones	0	Comunidad	
Octubre	Donaciones	0	Comunidad	
Noviembre	Donaciones	0	Comunidad	
Diciembre	Donaciones	0	Comunidad	

Tabla 141

Presupuesto Anual de Responsabilidad Social

PRESUPUESTO ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL													
EVENTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Charlas de prevencion y motivacion	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 500.00	S/. 200.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 500.00	S/. 2.300.00
Eventos de integracion de trabajadores												S/. 1.500.00	S/. 1.500.00
capacitacion sobre medio ambiente, salud al publico externo						S/. 500.00	S/. 500.00					S/. 500.00	S/. 1.500.00
Total sin IGV	S/. 100	S/. 100	S/. 500	S/. 200	S/. 100	S/. 600	S/. 700	S/. 200	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 2.500	S/. 5.300
IGV	S/. 18	S/. 18	S/. 90	S/. 36	S/. 18	S/. 108	S/. 126	S/. 36	S/. 18	S/. 18	S/. 18	S/. 450	S/. 954
Total con IGV	S/. 118	S/. 118	S/. 590	S/. 236	S/. 118	S/. 708	S/. 826	S/. 236	S/. 118	S/. 118	S/. 118	S/. 2.950	S/. 6.254

Capítulo VII: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERA

7.1 Inversiones

7.1.1 Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Para la inversión de activos fijos tangibles hemos tomado en cuenta todos los equipos, mobiliarios y herramientas básicas que nos servirán tanto de apoyo en la producción, en las operaciones diarias en nuestro proyecto y así poder brindar un mejor servicio a nuestros clientes.

A continuación, se muestra un cuadro resumen de la inversión de activos fijos.

Tabla 142

Activos Fijos Depreciables

Descripción	Cantidad	Costo unitario (sin IGV)	Costo total (sin IGV)	IGV 18 %	Costo total (con IGV)
PRODUCCIÓN					
Caiman para corte de cuero	1	S/. 1,440	S/. 1,440	S/. 259	S/. 1,699
Cortadora de doble cabezal	1	S/. 1,920	S/. 1,920	S/. 346	S/. 2,266
Cañon triple arrastre	2	S/. 2,176	S/. 4,352	S/. 783	S/. 5,135
Maquina de coser triple	1	S/. 2,119	S/. 2,119	S/. 381	S/. 2,500
Remachadora,ojilladora	1	S/. 1,024	S/. 1,024	S/. 184	S/.1,208
Laptop	1	S/. 1,525	S/. 1,525	S/. 275	S/. 1,800
TOTAL ACTIVOS FIJOS - PRODUCCIÓN S/.		S/. 10,204	S/. 12,380	S/. 2,228	S/. 14,608
VENTAS					
Laptop	3	S/.1,525	S/. 4,576	S/. 824	S/. 5,400
Caja registradora	2	S/. 2,119	S/. 4,237	S/. 763	S/. 5,000
Módulos	2	S/. 10,169	S/. 20,339	S/. 3,661	S/. 24,000
TOTAL ACTIVOS FIJOS - VENTAS S/.		S/. 13,814	S/. 29,153	S/. 5,247	S/. 34,400
ADMINISTRATIVA					
Laptop	2	S/. 1,525	S/. 3,051	S/.549	S/.3,600
Impresora	1	S/. 1,015	S/. 1,015	S/.183	S/.1,198
TOTAL ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRATIVA S/.		S/. 2,540	S/. 4,066	S/.732	S/. 4,798
TOTAL ACTIVOS FIJOS S/.			S/. 45,598	S/. 8,208	S/. 53,806

Tabla 143

Depreciación

Impuesto a la Renta 29.5%

Descripción	Vida útil contable (años)	Depreciación AÑO 1	Depreciación AÑO 2	Depreciación AÑO 3	Depreciación AÑO 4	Depreciación AÑO 5	Depreciación acumulada (5 años)	Valor en libros (5to año)	Valor mercado S/.	Valor residual al 5to año (Valor de desecho neto)
PRODUCCIÓN										
Caiman para corte de cuero	10	S/. 144	S/. 144	S/. 144	S/. 144	S/. 144	S/. 720	S/. 720	S/. 288	S/. 415
Cortadora de doble cabezal	10	S/. 192	S/. 192	S/. 192	S/. 192	S/. 192	S/. 960	S/. 960	S/. 384	S/. 554
Cañon triple arrastre	10	S/. 435	S/. 435	S/. 435	S/. 435	S/. 435	S/. 2,176	S/. 2,176	S/. 870	S/. 1,256
Máquina de coser triple	10	S/. 212	S/. 212	S/. 212	S/. 212	S/. 435	S/. 1,282	S/. 836	S/. 424	S/. 545
Remachadora, ojilladora	4	S/. 256	S/. 256	S/. 256	S/. 256		S/. 1,024	S/. 0	S/. 205	S/. 144
Laptop	4	S/. 381	S/. 381	S/. 381	S/. 381		S/. 1,525	S/. 0	S/. 153	S/. 108
TOTAL		S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,206	S/. 7,688	S/. 4,692	S/. 2,323	S/. 3,022
VENTAS										
Laptop	4	S/. 1,144	S/. 1,144	S/. 1,144	S/. 1,144		S/. 4,576	S/. 0	S/. 458	S/. 323
Caja registradora	4	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059		S/. 4,237	S/. 0	S/. 424	S/. 299
Módulos	10	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 10,169	S/. 10,169	S/. 4,068	S/. 5,868
TOTAL		S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 2,034	S/. 18,983	S/. 10,169	S/. 4,949	S/. 6,489
ADMINISTRATIVA										
Laptop	4	S/. 763	S/. 763	S/. 763	S/. 763		S/. 3,051	S/. 0	S/. 305	S/. 215
Impresora	4	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254		S/. 1,015	S/. 0	S/. 102	S/. 72
TOTAL		S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 0	S/. 4,066	S/. 0	S/. 407	S/. 287
		S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 3,240	S/. 30,737	S/. 14,862	S/. 7,679	S/. 9,798

Tabla 144

Cuadro Resumen de Activos Fijos Depreciables

RESUMEN DEPRECIACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción	1.620	1.620	1.620	1.620	1.206
Ventas	4.237	4.237	4.237	4.237	2.034
Administración	1.016	1.016	1.016	1.016	-
TOTAL DEPRECIACION ANUAL	6.874	6.874	6.874	6.874	3.240

7.1.2 Inversión en Activo Intangible.

Los activos intangibles son todas aquellas acciones que constituyen los gastos por constitución de empresas, marcas, patentes, licencias y software.

Tabla 145

Inversión Activo Intangibles

ACTIVOS INTANGIBLES						AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES						
DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta	Amortizacion Anual 20%	Producción		Adminstrativo		Ventas	
CONSTITUCION DE LA EMPRESA							% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
Búsqueda de índices ante la SUNARP		S/. 5.00	S/. 5.00		S/. 5.00	S/. 1.00	0%	S/. -	100%	S/. 1.00	0%	S/. -
Reserva de nombre ante la SUNARP		S/. 17.00	S/. 17.00		S/. 17.00	S/. 3.40	0%	S/. -	100%	S/. 3.40	0%	S/. -
Elaboración de minuta		S/. 375.00	S/. 375.00	S/. 67.50	S/. 442.50	S/. 75.00	0%	S/. -	100%	S/. 75.00	0%	S/. -
Elevar la escritura pública a SUNARP		S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 16.20	S/. 106.20	S/. 18.00	0%	S/. -	100%	S/. 18.00	0%	S/. -
Costo de Libros contables (4) Resolución de Superintendencia 226-2013/SUNAT		S/. 80.00	S/. 80.00		S/. 80.00	S/. 16.00	0%	S/. -	100%	S/. 16.00	0%	S/. -
Legalización libros contables		S/. 120.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 141.60	S/. 24.00	0%	S/. -	100%	S/. 24.00	0%	S/. -
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA			S/. 687.00	S/. 105.30	S/. 792.30	S/. 137.40		S/. -		S/. 137.40		S/. -
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES												
Búsqueda fonética - figurativa	3	S/. 31.00	S/. 93.00	S/. 16.74	S/. 109.74	S/. 18.60	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 18.60
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT) y Regis	1	S/. 534.90	S/. 534.90	S/. 96.28	S/. 631.18	S/. 106.98	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 106.98
Publicación en Diario El Peruano	1	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00	S/. 40.00	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 40.00
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES			S/. 827.90	S/. 149.02	S/. 976.92	S/. 165.58		S/. -		S/. -		S/. 165.58
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES												
Licencia de Funcionamiento	1	S/. 120.00	S/. 120.00		S/. 120.00	S/. 24.00	70%	S/. 16.80	20%	S/. 4.80	10%	S/. 2.40
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	1	S/. 80.46	S/. 80.46		S/. 80.46	S/. 16.09	70%	S/. 11.26	20%	S/. 3.22	10%	S/. 1.61
Defensa Civil	1	S/. 137.50	S/. 137.50		S/. 137.50	S/. 27.50	70%	S/. 19.25	20%	S/. 5.50	10%	S/. 2.75
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			S/. 337.96	S/. -	S/. 337.96	S/. 67.59		S/. 47.31		S/. 13.52		S/. 6.76
SOFTWARE												
Antivirus	6	S/. 50.00	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 354.00	S/. 60.00	17%	S/. 10.00	33%	S/. 20.00	50%	S/. 30.00
TOTAL SOFTWARE			S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 354.00	S/. 60.00		S/. 10.00		S/. 20.00		S/. 30.00
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			S/. 2,152.86	S/. 308.32	S/. 2,461.18	S/. 430.57		S/. 57.31		S/. 170.92		S/. 202.34

7.1.3 Inversión en Gastos Pre-Operativos.

Aquí tenemos todos los gastos que se producen antes de comenzar nuestras operaciones como: Acondicionamiento de nuestro local, adelanto de alquiler, contratación personal y servicios al igual que los materiales necesarios para la puesta en marcha.

Tabla 146

Inversión en Gastos Preoperativos

GASTOS PRE-OPERATIVOS						AMORTIZACION DE GASTOS PRE-OPERATIVOS						
Descripción	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta	Amortizacion Anual	Producción		Administrativo		Ventas	
							% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total
ACONDICIONAMIENTO LOCAL												
Acondicionamiento de planta de operaciones y oficina administrativa	1	S/. 16,660.00	S/. 16,660.00	S/. 2,998.80	S/. 19,658.80	S/. 3,332.00	70%	S/. 2,332.40	20%	S/. 666.40	10%	S/. 333.20
ALQUILER Y GARANTÍA PRE OPERATIVO												
Garantía alquiler local : Caqueta	1	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00		S/. 6,000.00	S/. 1,200.00	70%	S/. 840.00	20%	S/. 240.00	10%	S/. 120.00
Adelanto alquiler	1	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00		S/. 6,000.00	S/. 1,200.00	70%	S/. 840.00	20%	S/. 240.00	10%	S/. 120.00
Garantía alquiler modulo venta 1	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00		S/. 2,000.00	S/. 400.00	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00	100%	S/. 400.00
Adelanto alquiler modulo venta 1	1	S/. 2,000.00	S/. 2,000.00	S/. 360.00	S/. 2,360.00	S/. 400.00	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00	100%	S/. 400.00
Garantía alquiler modulo venta 2	1	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00		S/. 2,500.00	S/. 500.00	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00	100%	S/. 500.00
Adelanto alquiler modulo venta 2	1	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00	S/. 450.00	S/. 2,950.00	S/. 500.00	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00	100%	S/. 500.00
MARKETING												
Campañas de difusión	1	S/. 6,879.90	S/. 6,879.90	S/. 1,238.38	S/. 8,118.28	S/. 1,375.98	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00	100%	S/. 1,375.98
BIENES NO DEPRECIABLES												
Bienes no depreciables	1	S/. 5,927.02	S/. 5,927.02	S/. 1,066.86	S/. 6,993.88	S/. 1,185.40	50%	S/. 592.70	30%	S/. 355.62	20%	S/. 237.08
INVENTARIOS INICIALES												
Materia prima	1	S/. 3,712.91	S/. 3,712.91	S/. 668.32	S/. 4,381.23	S/. 742.58	100%	S/. 742.58	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00
Utensilios producción	1	S/. 455.08	S/. 455.08	S/. 81.92	S/. 537.00	S/. 91.02	100%	S/. 91.02	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00
Uniformes	1	S/. 391.65	S/. 391.65	S/. 70.50	S/. 462.15	S/. 78.33	100%	S/. 78.33	0%	S/. 0.00	0%	S/. 0.00
OTROS GASTOS PRE-OPERATIVOS												
Personal (planilla de dic 2017)	1	S/. 10,462.91	S/. 10,462.91		S/. 10,462.91	S/. 2,092.58	26%	S/. 544.78	44%	S/. 915.60	30%	S/. 632.20
Servicios (diciembre 2017)	1	S/. 3,122.24	S/. 3,122.24	S/. 562.00	S/. 3,684.24	S/. 624.45	70%	S/. 437.11	20%	S/. 124.89	10%	S/. 62.44
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			S/. 68,611.71	S/. 7,496.78	S/. 76,108.50	S/. 13,722.34		S/. 6,498.93		S/. 2,542.51		S/. 4,680.91

Tabla 147

Bienes no despreciables

Descripción	Proveedor	Cantidad	Costo unitario S/.		Total Valor (Sin IGV)		IGV 18 %		Total Valor (Con IGV)	
Escritorios con cajoneras	Sodimac	5	S/.	228	S/.	1,140	S/.	205	S/.	1,345
mesas de trabajo	Sodimac	3	S/.	720	S/.	2,160	S/.	389	S/.	2,549
sillas tipo gerencial	Sodimac	4	S/.	127	S/.	508	S/.	92	S/.	600
archivadores	Sodimac	4	S/.	93	S/.	373	S/.	67	S/.	440
sillas comunes	Sodimac	5	S/.	85	S/.	424	S/.	76	S/.	500
estante	Sodimac	2	S/.	60	S/.	120	S/.	22	S/.	142
dispensador de agua	Sodimac	1	S/.	50	S/.	50	S/.	9	S/.	59
Extintores	Sodimac	4	S/.	254	S/.	1,017	S/.	183	S/.	1,200
ventiladores	Sodimac	3	S/.	45	S/.	135	S/.	24	S/.	159
TOTAL BIENES NO DEPRECIABLES						S/. 5,927		S/. 1,067		S/. 6,994

7.1.4 Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).

Para hallar la inversión de capital de trabajo se utilizó el método de déficit acumulado, ya que este nos ayuda a proyectar en detalle mensual los ingresos y egresos del proyecto del primer año. A continuación, se presenta el capital de trabajo para el año 2018.

Tabla 148

Ingreso Efectivo Capital de Trabajo

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO (EXPRESADO EN NUEVOS SOLES)												
VENTAS AÑO 1: 842,847												
INGRESOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
CENTROS COMERCIALES	S/. 26,956	S/. 33,695	S/. 40,434	S/. 40,434	S/. 40,434	S/. 40,434	S/. 67,390	S/. 67,390	S/. 67,390	S/. 80,868	S/. 80,868	S/. 87,607
CARTERA BASE	S/. 26,956	S/. 33,695	S/. 40,434	S/. 40,434	S/. 40,434	S/. 40,434	S/. 67,390	S/. 67,390	S/. 67,390	S/. 80,868	S/. 80,868	S/. 87,607
INTERNET	S/. 6,758	S/. 8,447	S/. 10,137	S/. 10,137	S/. 10,137	S/. 10,137	S/. 16,895	S/. 16,895	S/. 16,895	S/. 20,274	S/. 20,274	S/. 21,963
CARTERA BASE	S/. 6,758	S/. 8,447	S/. 10,137	S/. 10,137	S/. 10,137	S/. 10,137	S/. 16,895	S/. 16,895	S/. 16,895	S/. 20,274	S/. 20,274	S/. 21,963
Ventas (sin IGV)	S/. 33,714	S/. 42,142	S/. 50,571	S/. 50,571	S/. 50,571	S/. 50,571	S/. 84,285	S/. 84,285	S/. 84,285	S/. 101,142	S/. 101,142	S/. 109,570
IGV Ventas	S/. 6,069	S/. 7,586	S/. 9,103	S/. 9,103	S/. 9,103	S/. 9,103	S/. 15,171	S/. 15,171	S/. 15,171	S/. 18,206	S/. 18,206	S/. 19,723
Total VENTAS	S/. 39,782	S/. 49,728	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 99,456	S/. 99,456	S/. 99,456	S/. 119,347	S/. 119,347	S/. 129,293
Cobranza (contado)	S/. 39,782	S/. 49,728	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 99,456	S/. 99,456	S/. 99,456	S/. 119,347	S/. 119,347	S/. 129,293
TOTAL INGRESOS EFECTIVO	S/. 39,782	S/. 49,728	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 59,674	S/. 99,456	S/. 99,456	S/. 99,456	S/. 119,347	S/. 119,347	S/. 129,293

Tabla 149

Determinación del capital de trabajo por el método de déficit acumulado

EGRESOS EFECTIVO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Materiales	S/. 13,078	S/. 19,722	S/. 23,730	S/. 22,667	S/. 22,681	S/. 23,680	S/. 39,904	S/. 37,746	S/. 38,339	S/. 46,413	S/. 45,334	S/. 50,205
Material directo o materia prima	S/. 10,889	S/. 16,714	S/. 19,655	S/. 19,209	S/. 19,221	S/. 19,221	S/. 33,817	S/. 31,988	S/. 32,035	S/. 39,333	S/. 38,419	S/. 42,091
Utensilios de produccion	S/. 0	S/. 0	S/. 455	S/. 0	S/. 0	S/. 455	S/. 0	S/. 0	S/. 455	S/. 0	S/. 0	S/. 455
Uniformes						S/. 392						
Material de oficina	S/. 194	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
IGV Materiales	S/. 1,995	S/. 3,008	S/. 3,620	S/. 3,458	S/. 3,460	S/. 3,612	S/. 6,087	S/. 5,758	S/. 5,848	S/. 7,080	S/. 6,915	S/. 7,658
Personal	S/. 15,109	S/. 15,442	S/. 15,442	S/. 15,442	S/. 17,803	S/. 15,442	S/. 22,526	S/. 16,080	S/. 15,442	S/. 15,442	S/. 19,279	S/. 22,526
Gerente General	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000
Asistente Administrativo	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200
Jefe de Ventas	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200	S/. 1,200
Operario de Ventas	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700	S/. 1,700
Jefe de Produccion y Calidad	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600	S/. 1,600
Operarios	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250	S/. 4,250
Bonos	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100	S/. 1,100
SCTR	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117	S/. 117
Gratificación							S/. 7,084					S/. 7,084
CTS					S/. 2,361						S/. 3,837	
ESSALUD	S/. 942	S/. 1,275	S/. 1,275	S/. 1,275	S/. 1,275	S/. 1,275	S/. 1,275	S/. 1,913	S/. 1,275	S/. 1,275	S/. 1,275	S/. 1,275
Servicios	S/. 17,011	S/. 17,080	S/. 17,448	S/. 17,848	S/. 17,448	S/. 19,218	S/. 19,723	S/. 19,323	S/. 19,323	S/. 20,560	S/. 20,160	S/. 22,777
Energía Eléctrica	S/. 203	S/. 238	S/. 274	S/. 274	S/. 274	S/. 274	S/. 416	S/. 416	S/. 416	S/. 416	S/. 487	S/. 523
Agua	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496	S/. 496
Arbitrios	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0	S/. 400	S/. 0	S/. 0
Servicio de teléfono - internet	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169	S/. 169
Alquiler local producción	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000
Alquiler modulo venta 1	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
Alquiler modulo venta 2	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500	S/. 2,500
Servicio de contabilidad	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500	S/. 500
Servicio de limpieza	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Recarga de extintores	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 320
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1,500	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1,500
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254
Servicio transporte distribución	S/. 339	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 424	S/. 763	S/. 763	S/. 763	S/. 847	S/. 847	S/. 932
Servicio delivery	S/. 282	S/. 352	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 422	S/. 704	S/. 704	S/. 704	S/. 845	S/. 845	S/. 915
Servicio POS	S/. 826	S/. 1,032	S/. 1,239	S/. 1,239	S/. 1,239	S/. 1,239	S/. 2,065	S/. 2,065	S/. 2,065	S/. 2,478	S/. 2,478	S/. 2,684
IGV Servicios	S/. 1,542	S/. 1,614	S/. 1,670	S/. 1,670	S/. 1,670	S/. 1,940	S/. 1,956	S/. 1,956	S/. 1,956	S/. 2,084	S/. 2,084	S/. 2,483
Promocion y Publicidad	S/. 10,787	S/. 0	S/. 10,787	S/. 0	S/. 10,787	S/. 0	S/. 10,787	S/. 0	S/. 10,787	S/. 0	S/. 0	S/. 10,787
Volantes	S/. 142	S/. 0	S/. 142	S/. 0	S/. 142	S/. 0	S/. 142	S/. 0	S/. 142	S/. 0	S/. 0	S/. 142
Eventos al año	S/. 9,000	S/. 0	S/. 9,000	S/. 0	S/. 9,000	S/. 0	S/. 9,000	S/. 0	S/. 9,000	S/. 0	S/. 0	S/. 9,000
IGV Promocion y Publicidad	S/. 1,645	S/. 0	S/. 1,645	S/. 0	S/. 1,645	S/. 0	S/. 1,645	S/. 0	S/. 1,645	S/. 0	S/. 0	S/. 1,645
Responsabilidad Social	S/. 118	S/. 118	S/. 590	S/. 236	S/. 118	S/. 708	S/. 826	S/. 236	S/. 118	S/. 118	S/. 118	S/. 2,950
Charlas de prevencion y motivacion	S/. 100	S/. 100	S/. 500	S/. 200	S/. 100	S/. 100	S/. 200	S/. 200	S/. 100	S/. 100	S/. 100	S/. 500
Eventos de integracion de trabajadores	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1,500
capacitacion sobre medio ambiente, salud al publico	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 500	S/. 500	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 500
IGV Responsabilidad Social	S/. 18	S/. 18	S/. 90	S/. 36	S/. 18	S/. 108	S/. 126	S/. 36	S/. 18	S/. 18	S/. 18	S/. 450
Impuestos	S/. 0	S/. 337	S/. 421	S/. 506	S/. 506	S/. 506	S/. 506	S/. 5,768	S/. 8,264	S/. 6,546	S/. 10,035	S/. 10,200
Pago IGV (al estado) - Del módulo de IGV		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 4,925	S/. 7,421	S/. 5,703	S/. 9,024	S/. 9,188
PAGO A CUENTA IMPUESTO RENTA (1%)		S/. 337	S/. 421	S/. 506	S/. 506	S/. 506	S/. 506	S/. 843	S/. 843	S/. 843	S/. 1,011	S/. 1,011
Prestamo	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753
Cuotas prestamos	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753	S/. 1,753
Total egresos efectivo	S/. 57,856	S/. 54,452	S/. 70,172	S/. 58,452	S/. 71,097	S/. 61,307	S/. 96,024	S/. 80,905	S/. 94,026	S/. 90,833	S/. 96,679	S/. 121,197
Saldo de caja (ingresos - egresos)	-S/. 18,074	-S/. 4,724	-S/. 10,498	S/. 1,221	-S/. 11,423	-S/. 1,634	S/. 3,432	S/. 18,551	S/. 5,430	S/. 28,514	S/. 22,668	S/. 8,096
Saldo de caja inicial	S/. 0	-S/. 18,074	-S/. 22,798	-S/. 33,296	-S/. 32,075	-S/. 43,498	-S/. 45,131	-S/. 41,700	-S/. 23,149	-S/. 17,719	-S/. 10,795	-S/. 33,463
Saldo de caja final (acumulado)	-S/. 18,074	-S/. 22,798	-S/. 33,296	-S/. 32,075	-S/. 43,498	-S/. 45,131	-S/. 41,700	-S/. 23,149	-S/. 17,719	S/. 10,795	S/. 33,463	S/. 41,559

La caja mínima como resultado del método de déficit acumulado del capital asciende a S/45,131.00 entendiéndose que esta es la cantidad mínima que se debe tener en caja.

7.1.5 Liquidación del IGV.

En el siguiente reporte apreciamos el pago mensual del Impuesto General a las Ventas, que se realizara durante los 5 años ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria

Tabla 150

Liquidación del IGV

MODULO IGV	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
IGV INGRESOS		151,713	165,936	181,513	198,555	217,226
IGV VALOR DESECHO ACTIVOS FIJOS						1,382
(-) IGV MATERIAL DIRECTO		(58,067)	(62,509)	(67,756)	(73,978)	(79,399)
(-) IGV CIF		(7,510)	(7,954)	(8,391)	(8,839)	(9,357)
(-) IGV GASTOS ADMINISTRATIVOS		(2,170)	(2,170)	(2,170)	(2,170)	(2,170)
(-) IGV GASTOS VENTAS		(24,205)	(24,554)	(24,935)	(25,353)	(25,810)
(-) IGV INVERSION ACTIVOS FIJOS	(8,208)					
(-) IGV INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	(308)					
(-) IGV GASTOS PRE-OPERATIVOS	(7,497)					
IGV NETO	(16,013)	59,760	68,749	78,261	88,216	101,873
PAGO DE IGV (ESTADO)	0	(43,748)	(68,749)	(78,261)	(88,216)	(101,873)

7.1.6 Resumen de estructura de inversiones.

En los siguientes cuadros podemos apreciar el monto que se requiere para cada una de las inversiones (Activo Fijo, Activo Intangible y Capital de Trabajo, Gastos Pre-operativos) indicando el porcentaje en función al monto total de inversión.

Tabla 151

Resumen de estructuras de inversiones

INVERSIÓN AÑO 0				
Inversion	Inversion sin IGV	IGV	Inversion con IGV	%
Activos Fijos	45,598	8,208	53,806	30%
Activos Intangibles	2,153	308	2,461	1%
Gastos pre-operativos	68,612	7,497	76,108	43%
Capital de Trabajo	45,131		45,131	25%
Total	161,494	16,013	177,507	100%

Inversion	%
Activo Fijo y bienes no depreciables	30%
Activo Intangibles	1%
Gastos pre-operativos	43%
Capital de Trabajo	25%

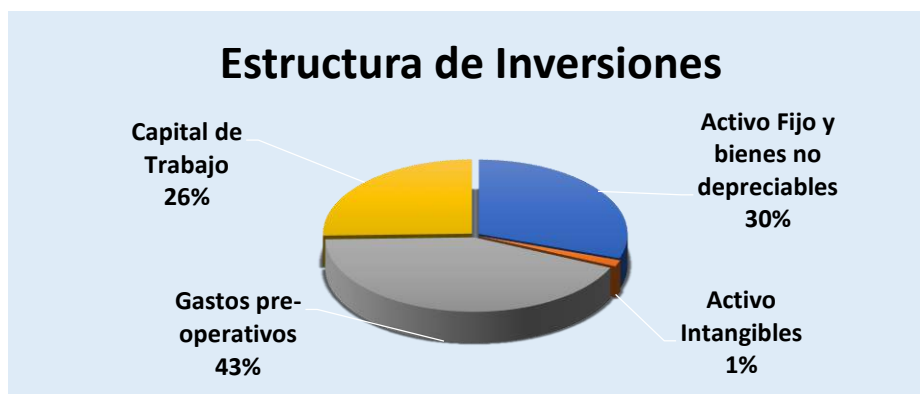


Figura 67. Estructura de Inversiones

7.2 Financiamiento

7.2.1 Estructura de financiamiento.

A continuación, vemos el monto de la inversión que será financiado, el cual asciende a S/.53,000.00 y el monto de S/.124,507.00 de capital propio.

Tabla 152

Estructura de Financiamiento

Inversión	Inversión SIN IGV	IGV	Inversión CON IGV	Capital propio	Deuda
Activo Fijo	45,598	8,208	53,806	806	53,000
Activo Intangibles	2,153	308	2,461	2,461	
Gastos pre-operativos	68,612	7,497	76,108	76,108	-
Capital de Trabajo	45,131		45,131	45,131	
TOTAL	161,494	16,013	177,507	124,507 70.14%	53,000 29.86%

Tabla 153

Aporte de cada socio

APORTE DE CADA SOCIO	
Ines Naola	24,901
Yamel Pilco	24,901
Luis Rivera	24,901
Marco Vara	24,901
Hans Balarezo	24,901
TOTAL	124,507

Tabla 154

Especificaciones del financiamiento

Capital Propio	Deuda
124.507	53.000
70.14%	29.86%

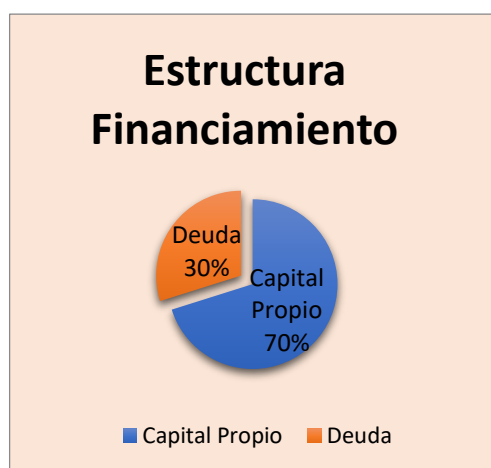


Figura 68 Estructura de Financiamiento

7.2.2 Financiamiento del activo fijo.

Para el financiamiento de nuestro proyecto, se trabajará con la siguiente información:

CREDISCOTIA	
PRESTAMO	S/. 53,000
TEA	26.00%
TCEA	27.89%
TEM	2.07%
PLAZO	4 AÑOS

Detallando así en la siguiente tabla, nuestro préstamo, con todas las indicaciones necesarias, así como también una muestra de las cuotas por cada periodo.

$$\text{pago} = C \cdot \frac{(1+i)^n \cdot i}{(1+i)^n - 1}$$

Ecuación 2 – Financiamiento

Tabla 155

*Préstamo Activo Fijo***CUOTA MENSUAL**

S/. 1,753.01

Periodo	Deuda	Interes	Amortizacion	Cuota
1	53,000	1,098	655	1,753
2	52,345	1,084	669	1,753
3	51,676	1,070	683	1,753
4	50,993	1,056	697	1,753
5	50,296	1,042	711	1,753
6	49,585	1,027	726	1,753
7	48,859	1,012	741	1,753
8	48,118	997	756	1,753
9	47,361	981	772	1,753
10	46,589	965	788	1,753
11	45,801	949	804	1,753
12	44,997	932	821	1,753
13	44,176	915	838	1,753
14	43,338	898	855	1,753
15	42,482	880	873	1,753
16	41,609	862	891	1,753
17	40,718	843	910	1,753
18	39,808	824	929	1,753
19	38,880	805	948	1,753
20	37,932	786	967	1,753
21	36,965	766	987	1,753
22	35,977	745	1,008	1,753
23	34,969	724	1,029	1,753
24	33,941	703	1,050	1,753
25	32,891	681	1,072	1,753
26	31,819	659	1,094	1,753
27	30,725	636	1,117	1,753
28	29,608	613	1,140	1,753
29	28,468	590	1,163	1,753
30	27,305	566	1,187	1,753
31	26,118	541	1,212	1,753
32	24,905	516	1,237	1,753
33	23,668	490	1,263	1,753
34	22,405	464	1,289	1,753
35	21,117	437	1,316	1,753
36	19,801	410	1,343	1,753
37	18,458	382	1,371	1,753
38	17,087	354	1,399	1,753
39	15,688	325	1,428	1,753
40	14,260	295	1,458	1,753
41	12,802	265	1,488	1,753
42	11,315	234	1,519	1,753
43	9,796	203	1,550	1,753
44	8,246	171	1,582	1,753
45	6,663	138	1,615	1,753
46	5,048	105	1,648	1,753
47	3,400	70	1,683	1,753
48	1,717	36	1,717	1,753
TOTAL		31,145	53,000	84,145

Obteniendo al final un resumen de las cuotas proyectadas en los años indicados , con un total de 84145 soles .

Tabla 156

Resumen Préstamo Activo Fijo Por años

	Deuda	Interes	Amortizacion	Cuota
Año 1	53,000	12,212	8,824	21,036
Año 2	44,176	9,751	11,285	21,036
Año 3	32,891	6,603	14,433	21,036
Año 4	18,458	2,578	18,458	21,036
TOTAL		31,145	53,000	84,145

7.3 Ingresos anuales

7.3.1 Ingresos por ventas.

Para ver en detalle los ingresos anuales, partiremos del programa de ventas anuales; así como el margen de ganancia por canales de ventas.

Tabla 157

Programa ventas unidades

Programa ventas (unidades)	2018	2019	2020	2021	2022
CENTROS COMERCIALES	6,627	7,248	7,928	8,673	9,488
CARTERA	6,627	7,248	7,928	8,673	9,488
INTERNET	1,661	1,817	1,988	2,174	2,379
CARTERA	1,661	1,817	1,988	2,174	2,379
Total	8,288	9,065	9,916	10,847	11,867

Muestra las ventas por los dos canales de distribución, en los módulos de los centros comerciales y vía internet.

Tabla 158

Margen de ganancia por canal

Producto	Precio de venta		IGV		Valor venta	
CENTROS COMERCIALES						
CARTERA	S/.	120.00	S/.	18.31	S/.	101.69
INTERNET						
CARTERA	S/.	120.00	S/.	18.31	S/.	101.69

Tabla 159

Programa ventas soles

Programa ventas (soles)	2018	2019	2020	2021	2022
CENTROS COMERCIALES	S/. 673,898	S/. 737,076	S/. 806,271	S/. 881,971	S/. 964,907
CARTERA	S/. 673,898	S/. 737,076	S/. 806,271	S/. 881,971	S/. 964,907
INTERNET	S/. 168,949	S/. 184,788	S/. 202,136	S/. 221,114	S/. 241,906
CARTERA	S/. 168,949	S/. 184,788	S/. 202,136	S/. 221,114	S/. 241,906
Total Ventas (sin IGV)	S/. 842,847	S/. 921,864	S/. 1,008,407	S/. 1,103,085	S/. 1,206,814
IGV	S/. 151,713	S/. 165,936	S/. 181,513	S/. 198,555	S/. 217,226
Ventas (con IGV)	S/. 994,560	S/. 1,087,800	S/. 1,189,920	S/. 1,301,640	S/. 1,424,040

El cuadro muestra las ventas anuales en soles por cada canal de distribución, teniendo un incremento desde el año 1 (2018) hasta el año 5 (2022).

7.3.2 Recuperación de capital de trabajo.

En este cuadro vemos el importe que se requiere de capital de trabajo para cada año, así como la recuperación del capital al año 2022.

Tabla 160

Recuperación de Capital de Trabajo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		S/. 842,847	S/. 921,864	S/. 1,008,407	S/. 1,103,085	S/. 1,206,814
Capital de trabajo necesario		S/. 45,131	S/. -	S/. 53,997	S/. 59,066	S/. 64,620
Inversion capital de trabajo	S/. - 45,131	S/. 45,131	S/. - 53,997	S/. - 5,070	S/. - 5,554	S/. -
						S/. 64,620
Ratio=5.35%						

Dando como un total de 64620 soles para el último año del proyecto.

7.3.3 Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 161

Valor de Desecho Neto del Activo Fijo

DEPRECIACION Y VALOR DE DESECHO - INVERSION AÑO 0											
Descripcion	Costo total (sin IGV)	Vida util contable (años)	Depreciacion AÑO 1	Depreciacion AÑO 2	Depreciacion AÑO 3	Depreciacion AÑO 4	Depreciacion AÑO 5	Depreciacion acumulada (5 años)	Valor en libros (5to año)	Valor mercado S/.	Valor residual al 5to año (Valor de desecho neto)
PRODUCCIÓN											
Caiman para corte de cuero	S/. 1,440	10	S/. 144	S/. 144	S/. 144	S/. 144	S/. 144	S/. 720	S/. 720	S/. 288	S/. 415
Cortadora de doble cabezal	S/. 1,920	10	S/. 192	S/. 192	S/. 192	S/. 192	S/. 192	S/. 960	S/. 960	S/. 384	S/. 554
Cañon triple arrastre	S/. 4,352	10	S/. 435	S/. 435	S/. 435	S/. 435	S/. 435	S/. 2,176	S/. 2,176	S/. 870	S/. 1,256
Maquina de coser triple	S/. 2,119	10	S/. 212	S/. 212	S/. 212	S/. 212	S/. 435	S/. 1,282	S/. 836	S/. 424	S/. 545
Remachadora,ojilladora	S/. 1,024	4	S/. 256	S/. 256	S/. 256	S/. 256	S/. 0	S/. 1,024	S/. 0	S/. 205	S/. 144
Laptop	S/. 1,525	4	S/. 381	S/. 381	S/. 381	S/. 381	S/. 0	S/. 1,525	S/. 0	S/. 153	S/. 108
TOTAL	S/. 12,380		S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,206	S/. 7,688	S/. 4,692	S/. 2,323	S/. 3,022
VENTAS											
Laptop	S/. 4,576	4	S/. 1,144	S/. 1,144	S/. 1,144	S/. 1,144	S/. 0	S/. 4,576	S/. 0	S/. 458	S/. 323
Caja registradora	S/. 4,237	4	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 0	S/. 4,237	S/. 0	S/. 424	S/. 299
Módulos	S/. 20,339	10	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 2,034	S/. 10,169	S/. 10,169	S/. 4,068	S/. 5,868
TOTAL	S/. 29,153		S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 2,034	S/. 18,983	S/. 10,169	S/. 4,949	S/. 6,489
ADMINISTRATIVA											
Laptop	S/. 3,051	4	S/. 763	S/. 763	S/. 763	S/. 763	S/. 0	S/. 3,051	S/. 0	S/. 305	S/. 215
Impresora	S/. 1,015	4	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 254	S/. 0	S/. 1,015	S/. 0	S/. 102	S/. 72
TOTAL	S/. 4,066		S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 0	S/. 4,066	S/. 0	S/. 407	S/. 287
	S/. 45,598		S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 3,240	S/. 30,737	S/. 14,862	S/. 7,679	S/. 9,798

IGV	S/. 1,382
VALOR DE DESECHO CON IGV	S/. 11,180

7.4 Costos y gastos anuales

7.4.1 Egresos desembolsables

7.4.1.1 Presupuesto de materias primas e insumos.

Pasamos a detallar el requerimiento de materia prima necesario para la producción de nuestras carteras, para cada año, expresado en unidades de compra y su equivalencia en Nuevos Soles.

Tabla 162

Materia Prima Unidades

MATERIA PRIMA	Unid. Compra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Marroquin	Rollo	91	98	106	116	125
Hilo de Nylon	Cono	89	96	104	114	122
Forro tafeta	Rollo	9	10	11	12	12
Cierre grande	20 Metro	155	167	181	197	212
Cierre pequeño	40 Metro	33	36	39	42	45
Microporoso	Rollo	12	13	14	15	16
Remaches	Ciento	358	385	417	456	489
Broches	Ciento	358	385	417	456	489
Ojalillo	Ciento	358	385	417	456	489
Greviches	Ciento	1.341	1.444	1.565	1.708	1.834
Puas decorativas	Docena	2.980	3.208	3.477	3.797	4.075
Spaguetti plástico	20 Metro	114	123	133	145	156
Etiqueta de marca	Ciento	89	95	103	113	121
Etiqueta de instrucciones	Ciento	89	95	103	113	121
Bolsa	Paquete de 200	44	48	52	56	61

Tabla 163

Materia Prima Soles

MATERIA PRIMA	Costo unitario (sin IGV) por unidad de compra	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Marroquin	S/. 450.00	S/. 41.004	S/. 44.149	S/. 47.854	S/. 52.249	S/. 56.089
Hilo de Nylon	S/. 50.00	S/. 4.470	S/. 4.812	S/. 5.216	S/. 5.695	S/. 6.112
Forro tafeta	S/. 350.00	S/. 3.189	S/. 3.434	S/. 3.722	S/. 4.064	S/. 4.362
Cierre grande	S/. 15.00	S/. 2.324	S/. 2.502	S/. 2.712	S/. 2.961	S/. 3.177
Cierre pequeño	S/. 18.00	S/. 598	S/. 643	S/. 697	S/. 761	S/. 817
Microporoso	S/. 350.00	S/. 4.212	S/. 4.535	S/. 4.915	S/. 5.367	S/. 5.761
Remaches	S/. 27.00	S/. 9.656	S/. 10.394	S/. 11.266	S/. 12.301	S/. 13.202
Broches	S/. 30.00	S/. 10.728	S/. 11.549	S/. 12.518	S/. 13.668	S/. 14.669
Ojalillo	S/. 32.00	S/. 11.444	S/. 12.319	S/. 13.353	S/. 14.579	S/. 15.647
Greviches	S/. 32.00	S/. 42.914	S/. 46.196	S/. 50.073	S/. 54.672	S/. 58.676
Puas decorativas	S/. 60.00	S/. 178.808	S/. 192.483	S/. 208.638	S/. 227.799	S/. 244.483
Spaguetti plástico	S/. 30.00	S/. 3.417	S/. 3.679	S/. 3.988	S/. 4.354	S/. 4.674
Etiqueta de marca	S/. 3.00	S/. 266	S/. 286	S/. 310	S/. 338	S/. 363
Etiqueta de instrucciones	S/. 8.00	S/. 708	S/. 762	S/. 826	S/. 902	S/. 968
Bolsa	S/. 200.00	S/. 8.855	S/. 9.531	S/. 10.331	S/. 11.279	S/. 12.104
Total materia prima (sin IGV)		S/. 322.593	S/. 347.274	S/. 376.420	S/. 410.990	S/. 441.105
IGV		S/. 58.067	S/. 62.509	S/. 67.756	S/. 73.978	S/. 79.399
Total materia prima (con IGV)		S/. 380.660	S/. 409.783	S/. 444.176	S/. 484.969	S/. 520.504

Tabla 164

*Materia Prima por canal***Materia prima (soles) por canal**

MATERIA PRIMA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CARTERAS - CENTROS COMERCIALES	S/. 257,929	S/. 277,663	S/. 300,966	S/. 328,607	S/. 352,685
CARTERAS - INTERNET	S/. 64,664	S/. 69,611	S/. 75,454	S/. 82,383	S/. 88,420
Total materia prima (sin IGV)	S/. 322,593	S/. 347,274	S/. 376,420	S/. 410,990	S/. 441,105
IGV	S/. 58,067	S/. 62,509	S/. 67,756	S/. 73,978	S/. 79,399
Total materia prima (con IGV)	S/. 380,660	S/. 409,783	S/. 444,176	S/. 484,969	S/. 520,504

Obteniendo así como resultado el último año del proyecto un total de materia prima (incluyendo el IGV) de 520,504 soles .

7.4.1.2 Presupuesto de Mano de Obra Directa.

Para el presupuesto de mano de obra directa, se muestra en la realización de la planilla por cada año

Tabla 165

Presupuesto MOD

[illegible]

Tabla 166

Resumen MOD por años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA DIRECTA	5	5	6	6	7
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 63,775	S/. 63,775	S/. 76,530	S/. 76,530	S/. 89,285

El cuadro muestra el requerimiento de la mano de obra directa por año, expresado en soles.

Tabla 167

Especificaciones de la elaboración por concepto MOD

CONCEPTO	2016	2017	2018	2019	2020
Básico	S/. 51.000	S/. 51.000	S/. 61.200	S/. 61.200	S/. 71.400
Bono	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
S.C.T.R	S/. 1.020	S/. 1.020	S/. 1.224	S/. 1.224	S/. 1.428
Gratificación	S/. 4.335	S/. 4.335	S/. 5.202	S/. 5.202	S/. 6.069
CTS	S/. 2.348	S/. 2.348	S/. 2.818	S/. 2.818	S/. 3.287
ESSALUD	S/. 5.072	S/. 5.072	S/. 6.086	S/. 6.086	S/. 7.101
TOTAL MOD	S/. 63.775	S/. 63.775	S/. 76.530	S/. 76.530	S/. 89.285

7.4.1.3 Presupuesto de costos indirectos.

A continuación, se muestran los cuadros de costos indirectos de fabricación: Materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios entre otros

Tabla 168

Presupuesto material indirecto

MATERIAL INDIRECTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utensilios de produccion	S/. 1,820	S/. 1,820	S/. 1,820	S/. 1,820	S/. 1,820
Uniformes de personal	S/. 392	S/. 783	S/. 940	S/. 940	S/. 1,097
Material de oficina	S/. 19	S/. 19	S/. 19	S/. 19	S/. 19
Total S/. (SIN IGV)	S/. 2,231	S/. 2,623	S/. 2,780	S/. 2,780	S/. 2,936
IGV	S/. 402	S/. 472	S/. 500	S/. 500	S/. 529
Total S/. (CON IGV)	S/. 2,633	S/. 3,095	S/. 3,280	S/. 3,280	S/. 3,465

Tabla 169

Presupuesto de mano de obra indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA			POR TRABAJADOR									Total Planilla Anual
CARGO	AREA	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Total Gasto Remuneración Anual por trabajador	
Jefe de Produccion y Calidad	Produccion	1	S/. 1.600	S/. -	S/. 32	S/. 1.632	S/. 19.584	S/. 1.632	S/. 1.909	S/. 884	S/. 24.009	S/. 24.009
Total												S/. 24.009

Obteniendo si un total de costo en el material indirecto en el último año de 3465 soles en el cual incluye el IGV, así como también se toma un trabajador en específico para poder obtener el presupuesto de mano de obra indirecta , en este caso fue el puesto de Jefe de Producción y Calidad, el total de la planilla anual es de 24009 soles por trabajador , tomando en cuenta todos los conceptos dentro de la planilla.

Tabla 170

Conceptos Planilla MOI

PLANILLA MOI	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Básico	S/. 19.200	S/. 19.200	S/. 19.200	S/. 19.200	S/. 19.200
Bono	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
S.C.T.R	S/. 384	S/. 384	S/. 384	S/. 384	S/. 384
Gratificación	S/. 1.632	S/. 1.632	S/. 1.632	S/. 1.632	S/. 1.632
CTS	S/. 884	S/. 884	S/. 884	S/. 884	S/. 884
ESSALUD	S/. 1.909	S/. 1.909	S/. 1.909	S/. 1.909	S/. 1.909
TOTAL MOI	S/. 24.009	S/. 24.009	S/. 24.009	S/. 24.009	S/. 24.009

Tabla 17173

Presupuesto de servicios indirectos

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	S/. 3,552	S/. 3,885	S/. 4,249	S/. 4,648	S/. 5,085
Agua	S/. 4,163	S/. 4,553	S/. 4,980	S/. 5,448	S/. 5,960
Arbitrios	S/. 1,120	S/. 1,120	S/. 1,120	S/. 1,120	S/. 1,120
Servicio de teléfono - internet	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305
Alquiler local producción	S/. 50,400	S/. 50,400	S/. 50,400	S/. 50,400	S/. 50,400
Alquiler modulo venta 1	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Alquiler modulo venta 2	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de contabilidad	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de limpieza	S/. 12,600	S/. 12,600	S/. 12,600	S/. 12,600	S/. 12,600
Recarga de extintores	S/. 224	S/. 224	S/. 224	S/. 224	S/. 224
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100	S/. 2,100
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 2,136	S/. 2,136	S/. 2,136	S/. 2,136	S/. 2,136
Servicio transporte distribución	S/. 7,373	S/. 8,064	S/. 8,821	S/. 9,649	S/. 10,557
Servicio delivery	S/. 7,040	S/. 7,700	S/. 8,422	S/. 9,213	S/. 10,079
Servicio POS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 91,011	S/. 93,086	S/. 95,358	S/. 97,843	S/. 100,566
IGV	S/. 7,108	S/. 7,482	S/. 7,891	S/. 8,338	S/. 8,828
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 98,120	S/. 100,568	S/. 103,249	S/. 106,181	S/. 109,395

Tabla 174

Estado de ganancias y pérdidas (CIF)

CIF	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 24,009	S/. 24,009	S/. 24,009	S/. 24,009	S/. 24,009
MATERIAL INDIRECTO	S/. 2,231	S/. 2,623	S/. 2,780	S/. 2,780	S/. 2,936
SERVICIOS	S/. 91,011	S/. 93,086	S/. 95,358	S/. 97,843	S/. 100,566
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,206
AMORTIZACION ANUAL	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556
TOTAL CIF	S/. 125,429	S/. 127,895	S/. 130,324	S/. 132,809	S/. 135,274

Total costos indirectos de fabricación por año, incluido la depreciación.

Tabla 172

Flujo De Caja (CIF)

CIF	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 24,009	S/. 24,009	S/. 24,009	S/. 24,009	S/. 24,009
MATERIAL INDIRECTO	S/. 2,231	S/. 2,623	S/. 2,780	S/. 2,780	S/. 2,936
SERVICIOS	S/. 91,011	S/. 93,086	S/. 95,358	S/. 97,843	S/. 100,566
TOTAL CIF (SIN IGV)	S/. 117,252	S/. 119,718	S/. 122,147	S/. 124,632	S/. 127,512
IGV	S/. 7,510	S/. 7,954	S/. 8,391	S/. 8,839	S/. 9,357
TOTAL CIF (CON IGV)	S/. 124,762	S/. 127,672	S/. 130,538	S/. 133,471	S/. 136,869

Total costos indirectos de fabricación por año sin incluir la depreciación.

7.4.1.4 Presupuesto de gastos de administración.

Los gastos de administración están representados en el siguiente cuadro. Dichos gastos están sustentados por las remuneraciones del Gerente General y asistente administrativo, materiales entre otros.

Tabla 173

Presupuesto Gastos Administrativos Planilla

GASTOS ADMINISTRATIVOS											
CARGO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR									Total Planilla Anual
		SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Total Gasto Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	1	S/.3,000	S/. -	S/. -	S/. 3,000	S/. 36,000	S/.3,000	S/. 3,510	S/.1,625	S/.44,135	S/. 44,135
Asistente Administrativo	1	S/. 1,200	S/.-	S/. -	S/. 1,200	S/. 14,400	S/. 1,200	S/. 1,404	S/. 650	S/. 17,654	S/. 17,654
TOTAL											S/. 61,789

Tabla 174

Presupuesto Materiales Gastos administrativos

PLANILLA ADMINISTRATIVA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Basico	S/. 50,400	S/. 50,400	S/. 50,400	S/. 50,400	S/. 50,400
Bono	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
S.C.T.R	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gratificación	S/. 4,200	S/. 4,200	S/. 4,200	S/. 4,200	S/. 4,200
CTS	S/. 2,275	S/. 2,275	S/. 2,275	S/. 2,275	S/. 2,275
ESSALUD	S/. 4,914	S/. 4,914	S/. 4,914	S/. 4,914	S/. 4,914
TOTAL PERSONAL	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789

Tabla 175- Presupuesto Servicios Gastos administrativos

MATERIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material de oficina	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97
Total S/. (SIN IGV)	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97
IGV	S/. 17	S/. 17	S/. 17	S/. 17	S/. 17
Total S/. (CON IGV)	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114	S/. 114

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	S/. 487	S/. 487	S/. 487	S/. 487	S/. 487
Agua	S/. 1,189	S/. 1,189	S/. 1,189	S/. 1,189	S/. 1,189
Arbitrios	S/. 320	S/. 320	S/. 320	S/. 320	S/. 320
Servicio de teléfono - internet	S/. 712	S/. 712	S/. 712	S/. 712	S/. 712
Alquiler local producción	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400
Alquiler modulo venta 1	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Alquiler modulo venta 2	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de contabilidad	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000
Servicio de limpieza	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600	S/. 3,600
Recarga de extintores	S/. 64	S/. 64	S/. 64	S/. 64	S/. 64
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300	S/. 300
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305	S/. 305
Servicio transporte distribución	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio delivery	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio POS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377
IGV	S/. 1,198	S/. 1,198	S/. 1,198	S/. 1,198	S/. 1,198
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 28,576	S/. 28,576	S/. 28,576	S/. 28,576	S/. 28,576

Tabla 176

Presupuesto Responsabilidad Social Gastos administrativos

RESPONSABILIDAD SOCIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Charlas de prevencion y motivacion	S/. 2,300	S/. 2,300	S/. 2,300	S/. 2,300	S/. 2,300
Eventos de integracion de trabajadores	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
capacitacion sobre medio ambiente, salud al publico	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
Total Responsabilidad Social (sin IGV)	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300
IGV	S/. 954	S/. 954	S/. 954	S/. 954	S/. 954
Total Responsabilidad Social (con IGV)	S/. 6,254	S/. 6,254	S/. 6,254	S/. 6,254	S/. 6,254

Tabla 177

*Presupuesto EGP Gastos Administrativos***EGP**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789
MATERIALES	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97
SERVICIOS	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377
RESPONSABILIDAD SOCIAL	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 0
AMORTIZACION ANUAL	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 97,277

Estado de ganancias y pérdidas de los gastos administrativos, considerando la depreciación y la amortización.

Tabla 178

*Presupuesto Flujo de caja Gastos Administrativos***FLUJO DE CAJA**

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789	S/. 61,789
MATERIALES	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97	S/. 97
SERVICIOS	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377	S/. 27,377
RESPONSABILIDAD SOCIAL	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300	S/. 5,300
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS (SIN IGV)	S/. 94,563	S/. 94,563	S/. 94,563	S/. 94,563	S/. 94,563
IGV	S/. 2,170	S/. 2,170	S/. 2,170	S/. 2,170	S/. 2,170
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS (CON IGV)	S/. 96,733	S/. 96,733	S/. 96,733	S/. 96,733	S/. 96,733

Flujo de caja de los gastos administrativos, sin considerar la depreciación, ni la amortización.

7.4.1.5 Presupuesto de gastos de ventas.

Los gastos de ventas están representados en el siguiente cuadro. Dichos gastos están sustentados por las remuneraciones de jefe de ventas y Operarios de ventas, materiales entre otros.

Tabla 179

Presupuesto Gastos Ventas Planilla

AÑO		POR TRABAJADOR									Total Planilla Anual
CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	BONO	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Total Gasto Remuneración Anual por trabajador	
Jefe de Ventas	1	S/. 1,200	S/. 500	S/. 0	S/. 1,700	S/. 20,400	S/. 1,700	S/. 1,989	S/. 921	S/. 25,010	S/. 25,010
Operario de Ventas	2	S/. 850	S/. 300	S/. 0	S/. 1,150	S/. 13,800	S/. 1,150	S/. 1,346	S/. 623	S/. 16,918	S/. 33,837
TOTAL											S/. 58,847

PLANILLA VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Básico	S/. 34,800	S/. 34,800	S/. 34,800	S/. 34,800	S/. 34,800
Bono	S/. 13,200	S/. 13,200	S/. 13,200	S/. 13,200	S/. 13,200
S.C.T.R	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gratificación	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000
CTS	S/. 2,167	S/. 2,167	S/. 2,167	S/. 2,167	S/. 2,167
ESSALUD	S/. 4,680	S/. 4,680	S/. 4,680	S/. 4,680	S/. 4,680
TOTAL PERSONAL	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847

El cuadro muestra los gastos del personal del área de ventas para cada año.

Tabla 1803

Presupuesto Materiales Gastos Ventas

MATERIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material de oficina	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78
Total S/. (SIN IGV)	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78
IGV	S/. 14	S/. 14	S/. 14	S/. 14	S/. 14
Total S/. (CON IGV)	S/. 92	S/. 92	S/. 92	S/. 92	S/. 92

Tabla 184

Presupuesto Servicios Gastos Ventas

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	S/. 244	S/. 244	S/. 244	S/. 244	S/. 244
Agua	S/. 595	S/. 595	S/. 595	S/. 595	S/. 595
Arbitrios	S/. 160	S/. 160	S/. 160	S/. 160	S/. 160
Servicio de teléfono - internet	S/. 1,017	S/. 1,017	S/. 1,017	S/. 1,017	S/. 1,017
Alquiler local producción	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200
Alquiler modulo venta 1	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000	S/. 24,000
Alquiler modulo venta 2	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000	S/. 30,000
Servicio de contabilidad	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio de limpieza	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800
Recarga de extintores	S/. 32	S/. 32	S/. 32	S/. 32	S/. 32
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600
Poliza de seguro contra robo y otros	S/. 610	S/. 610	S/. 610	S/. 610	S/. 610
Servicio transporte distribución	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio delivery	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio POS	S/. 20,650	S/. 22,586	S/. 24,706	S/. 27,026	S/. 29,567
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 86,907	S/. 88,843	S/. 90,963	S/. 93,283	S/. 95,824
IGV	S/. 14,318	S/. 14,667	S/. 15,049	S/. 15,466	S/. 15,924
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 101,226	S/. 103,510	S/. 106,012	S/. 108,749	S/. 111,748

Tabla 181

Presupuesto Publicidad

PUBLICIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volantes	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850
Eventos al año	S/. 54,000	S/. 54,000	S/. 54,000	S/. 54,000	S/. 54,000
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850
IGV	S/. 9,873	S/. 9,873	S/. 9,873	S/. 9,873	S/. 9,873
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 64,723	S/. 64,723	S/. 64,723	S/. 64,723	S/. 64,723

Tabla 182

Presupuesto EGP Gastos de Ventas

GASTOS VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847
MATERIALES	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78
SERVICIOS	S/. 86,907	S/. 88,843	S/. 90,963	S/. 93,283	S/. 95,824
MARKETING Y PUBLICIDAD	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 2,034
AMORTIZACION ANUAL	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883
TOTAL GASTOS VENTAS	S/. 209,801	S/. 211,737	S/. 213,858	S/. 216,177	S/. 216,515

Tabla 183

Presupuesto Flujo de Caja Gastos de Ventas

GASTOS VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PERSONAL	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847	S/. 58,847
MATERIALES	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78	S/. 78
SERVICIOS	S/. 86,907	S/. 88,843	S/. 90,963	S/. 93,283	S/. 95,824
MARKETING Y PUBLICIDAD	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850	S/. 54,850
TOTAL GASTOS VENTAS (SIN IGV)	S/. 200,681	S/. 202,617	S/. 204,737	S/. 207,057	S/. 209,598
IGV	S/. 24,205	S/. 24,554	S/. 24,935	S/. 25,353	S/. 25,810
TOTAL GASTOS VENTAS (CON IGV)	S/. 224,886	S/. 227,171	S/. 229,673	S/. 232,410	S/. 235,409

7.4.2 Egresos no desembolsables

7.4.2.1 Depreciación

Tabla 184

Depreciación

EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 3,240
Producción (CIF)	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,206
Gastos Administrativos	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 0
Gastos Ventas	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 2,034

7.4.2.2 Amortización de intangibles

Tabla 185

Amortización de intangibles

AMORTIZACION INTANGIBLES Y GASTOS PRE-OPERATIVOS	S/. 14,153	S/. 14,153	S/. 14,153	S/. 14,153	S/. 14,153
Producción (CIF)	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556
Gastos Administrativos	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713
Gastos Ventas	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883

Tabla 186

Total de egresos no desembolsables

EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 6,874	S/. 3,240
Producción (CIF)	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,620	S/. 1,206
Gastos Administrativos	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 1,016	S/. 0
Gastos Ventas	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 4,237	S/. 2,034
AMORTIZACION INTANGIBLES Y GASTOS PRE-OPERATIVOS	S/. 14,153	S/. 14,153	S/. 14,153	S/. 14,153	S/. 14,153
Producción (CIF)	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556	S/. 6,556
Gastos Administrativos	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713	S/. 2,713
Gastos Ventas	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883	S/. 4,883
TOTAL EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	S/. 21,027	S/. 21,027	S/. 21,027	S/. 21,027	S/. 17,393

7.4.2.3 Gasto por activos fijos no depreciables.

Tabla 187

Gasto por activos fijos no depreciables.

BIENES NO DEPRECIABLES						
Descripcion	Proveedor	Cantidad	Costo unitario S/.	Total Valor (Sin IGV)	IGV 18 %	Total Valor (Con IGV)
Escritorios con cajoneras	Sodimac	5	S/. 228	S/. 1.140	S/. 205	S/. 1.345
Mesas de trabajo	Sodimac	3	S/. 720	S/. 2.160	S/. 389	S/. 2.549
Sillas tipo gerencial	Sodimac	4	S/. 127	S/. 508	S/. 92	S/. 600
Archivadores	Sodimac	4	S/. 93	S/. 373	S/. 67	S/. 440
Sillas comunes	Sodimac	5	S/. 85	S/. 424	S/. 76	S/. 500
Estante	Sodimac	2	S/. 60	S/. 120	S/. 22	S/. 142
Dispensador de agua	Sodimac	1	S/. 50	S/. 50	S/. 9	S/. 59
Extintores	Sodimac	4	S/. 254	S/. 1.017	S/. 183	S/. 1.200
Ventiladores	Sodimac	3	S/. 45	S/. 135	S/. 24	S/. 159
TOTAL BIENES NO DEPRECIABLES				S/. 5.927	S/. 1.067	S/. 6.994

7.4.3 Costo de producción unitario y costo total unitario.

Tabla 188

Costo de producción unitario

COSTO PRODUCCION UNITARIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Carteras	8,288	9,065	9,916	10,847	11,867
COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	S/. 322,593	S/. 347,274	S/. 376,420	S/. 410,990	S/. 441,105
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 63,775	S/. 63,775	S/. 76,530	S/. 76,530	S/. 89,285
CIF	S/. 125,429	S/. 127,895	S/. 130,324	S/. 132,809	S/. 135,274
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 511,797	S/. 538,944	S/. 583,274	S/. 620,329	S/. 665,664
COSTOS PRODUCCION UNITARIO PROMEDIO	S/.61.75	S/.59.45	S/.58.82	S/.57.19	S/.56.09

Tabla 189

Costo de Producción unitario promedio

COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	8,288	9,065	9,916	10,847	11,867
COSTOS TOTALES					
MATERIA PRIMA	S/. 322,593	S/. 347,274	S/. 376,420	S/. 410,990	S/. 441,105
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 63,775	S/. 63,775	S/. 76,530	S/. 76,530	S/. 89,285
CIF	S/. 125,429	S/. 127,895	S/. 130,324	S/. 132,809	S/. 135,274
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 97,277
GASTOS VENTAS	S/. 209,801	S/. 211,737	S/. 213,858	S/. 216,177	S/. 216,515
TOTAL COSTOS	S/. 819,892	S/. 848,975	S/. 895,425	S/. 934,800	S/. 979,456
COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO	S/.98.93	S/.93.65	S/.90.30	S/.86.18	S/.82.54

Tabla 190

Resumen de costos unitarios

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cartera base	S/. 98.93	S/. 93.65	S/. 90.30	S/. 86.18	S/. 82.54
Materia prima	S/. 38.92	S/. 38.31	S/. 37.96	S/. 37.89	S/. 37.17
Mano de obra directa	S/. 7.69	S/. 7.04	S/. 7.72	S/. 7.06	S/. 7.52
CIF	S/. 15.13	S/. 14.11	S/. 13.14	S/. 12.24	S/. 11.40
Gastos administrativos	S/. 11.86	S/. 10.84	S/. 9.91	S/. 9.06	S/. 8.20
Gastos de ventas	S/. 25.31	S/. 23.36	S/. 21.57	S/. 19.93	S/. 18.25

Tabla 191

Margen unitario

MARGEN UNITARIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cartera base					
Valor venta promedio	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69
Costo unitario	S/. 98.93	S/. 93.65	S/. 90.30	S/. 86.18	S/. 82.54
Marge unitario	S/. 2.77	S/. 8.04	S/. 11.39	S/. 15.51	S/. 19.16
Margen %	3%	8%	11%	15%	19%

7.4.4 Costos fijos y variables unitarios.

En el siguiente cuadro se relacionan todos los costos variables unitarios, costos que guardan dependencia con el volumen de la producción

Tabla 192

Costos fijos y variables

COSTOS VARIABLES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	8,288	9,065	9,916	10,847	11,867
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA	S/. 322,593	S/. 347,274	S/. 376,420	S/. 410,990	S/. 441,105
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 63,775	S/. 63,775	S/. 76,530	S/. 76,530	S/. 89,285
CIF - VARIABLE (energía, agua, transporte)	S/. 22,127	S/. 24,201	S/. 26,473	S/. 28,959	S/. 31,682
GASTOS VENTAS - VARIABLE (servicio POS)	S/. 20,650	S/. 22,586	S/. 24,706	S/. 27,026	S/. 29,567
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 429,145	S/. 457,836	S/. 504,129	S/. 543,505	S/. 591,639
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.51.78	S/.50.51	S/.50.84	S/. 50.11	S/.49.86
COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades	8,288	9,065	9,916	10,847	11,867
COSTOS FIJOS					
CIF FIJO	S/. 103,302	S/. 103,694	S/. 103,850	S/. 103,850	S/. 103,593
GASTOS ADMINISTRACION FIJOS	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 98,293	S/. 97,277
GASTOS VENTAS FIJOS	S/. 189,152	S/. 189,152	S/. 189,152	S/. 189,152	S/. 186,948
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 390,747	S/. 391,139	S/. 391,295	S/. 391,295	S/. 387,818
COSTO FIJO UNITARIO	S/.47.15	S/.43.15	S/.39.46	S/.36.07	S/.32.68

Tabla 193

Resumen de costos unitarios

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cartera Base	S/. 98.93	S/. 93.65	S/. 90.30	S/. 86.18	S/. 82.54
Costo variable unitario	S/.51.78	S/.50.51	S/.50.84	S/.50.11	S/.49.86
Costo fijo unitario	S/.47.15	S/.43.15	S/.39.46	S/.36.07	S/.32.68
Margen de Contribucion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cartera Base					
Valor venta unitario promedio	S/.101.69	S/.101.69	S/.101.69	S/.101.69	S/.101.69
Costo variable unitario	S/.51.78	S/.50.51	S/.50.84	S/.50.11	S/.49.86
Margen de contribucion unitario	S/.49.92	S/.51.19	S/.50.85	S/.51.59	S/.51.84

Muestra los costos variables y fijos unitarios, así como su margen de contribución de la cartera.

Capítulo VIII: Estados financieros proyectados

8.1 Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.

Las premisas para el estado de resultado (Estado de Ganancias y Pérdidas) como para el flujo de caja son las siguientes:

- El horizonte de evaluación son 5 años
- Creaciones Creativas S.A.C. iniciaría sus operaciones en Diciembre 2017
- Todos los montos se encuentran en soles
- El impuesto a la renta anual es de 10% (Régimen Mype)
- La estructura financiera es de 70.14% capital propio y 29.86% deuda
- Los precios en el Estado de Ganancias y Pérdidas están sin IGV
- El precio es por unidad de producto se mantiene constante durante la duración del proyecto
- El precio se mantendrá constante durante el proyecto.

8.2 Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

Tabla 194

Estado de Ganancias y Pérdidas sin Gastos Financieros

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (NO INCLUYE GASTOS FINANCIEROS)					
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	842,847	921,864	1,008,407	1,103,085	1,206,814
COSTO DE VENTAS	(511,797)	(538,944)	(583,274)	(620,329)	(665,664)
(-) Materia Prima	(322,593)	(347,274)	(376,420)	(410,990)	(441,105)
(-) Mano de obra directa	(63,775)	(63,775)	(76,530)	(76,530)	(89,285)
(-) CIF	(125,429)	(127,895)	(130,324)	(132,809)	(135,274)
UTILIDAD BRUTA	331,050	382,921	425,133	482,755	541,149
GASTOS OPERATIVOS	(308,095)	(310,031)	(312,151)	(314,471)	(313,792)
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	(98,293)	(98,293)	(98,293)	(98,293)	(97,277)
(-) GASTOS VENTAS	(209,801)	(211,737)	(213,858)	(216,177)	(216,515)
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	22,955	72,890	112,982	168,285	227,357
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(2,296)	(9,656)	(21,483)	(37,798)	(55,224)
UTILIDAD OPERATIVA DESPUES DE IMPUESTOS	20,660	63,234	91,499	130,487	172,133

8.3 Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

Tabla 195

Estado de Ganancias y Pérdidas (Escudo Fiscal)

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (INCLUYE GASTOS FINANCIEROS)					
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	842,847	921,864	1,008,407	1,103,085	1,206,814
COSTO DE VENTAS	(511,797)	(538,944)	(583,274)	(620,329)	(665,664)
(-) Material directo	(322,593)	(347,274)	(376,420)	(410,990)	(441,105)
(-) Mano de obra directa	(63,775)	(63,775)	(76,530)	(76,530)	(89,285)
(-) CIF	(125,429)	(127,895)	(130,324)	(132,809)	(135,274)
UTILIDAD BRUTA	331,050	382,921	425,133	482,755	541,149
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	(98,293)	(98,293)	(98,293)	(98,293)	(97,277)
(-) GASTOS VENTAS	(209,801)	(211,737)	(213,858)	(216,177)	(216,515)
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	22,955	72,890	112,982	168,285	227,357
GASTOS FINANCIEROS	(12,212)	(9,751)	(6,603)	(2,578)	
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	10,743	63,139	106,379	165,707	227,357
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(1,074)	(6,780)	(19,535)	(37,037)	(55,224)
UTILIDAD NETA	9,669	56,359	86,843	128,669	172,133
ESCUDO FISCAL	1,221	2,877	1,948	761	0

El cuadro muestra un estado de ganancias y pérdidas que incluye los gastos financieros, esto hace pagar menos impuesto a la renta.

8.4 Flujo de Caja Operativo

Tabla 196

Flujo de Caja Proy. Operativo

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS		994,560	1,087,800	1,189,920	1,301,640	1,424,040
(-) MATERIAL DIRECTO O MATERIA PRIMA		(380,660)	(409,783)	(444,176)	(484,969)	(520,504)
(-) MANO DE OBRA DIRECTA		(63,775)	(63,775)	(76,530)	(76,530)	(89,285)
(-) CIF		(124,762)	(127,672)	(130,538)	(133,471)	(136,869)
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		(96,733)	(96,733)	(96,733)	(96,733)	(96,733)
(-) GASTOS VENTAS		(224,886)	(227,171)	(229,673)	(232,410)	(235,409)
(-) IMPUESTOS A LA RENTA		(2,296)	(9,656)	(21,483)	(37,798)	(55,224)
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		101,448	153,009	190,787	239,730	290,016

El flujo de caja operativo muestra las ventas con IGV.

8.5 Flujo de Capital.

A continuación el Flujo de capital Proyectado a lo largo de los 5 años del proyecto incluyendo el año de liquidación en el quinto año. Para hallar dicho flujo se ha calculado previamente el monto total de inversión en Activo Fijo tangible e intangible, utilizando para este último el método de máximo déficit acumulado. La recuperación de capital, rubro que registra la recuperación de la inversión realizada en capital de trabajo es igual al

saldo que se tiene a la fecha del término del proyecto. El valor de rescate del activo fijo tangible es el valor en libro de los activos al finalizar el periodo de proyección.

Tabla 197

Flujo de Capital

	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
(-) INVERSION ACTIVOS TANGIBLES	(53,806)					
(-) INVERSION ACTIVOS INTANGIBLES	(2,461)					
(-) GASTOS PRE-OPERATIVOS	(76,108)					10,500
(-) INVERSION CAPITAL DE TRABAJO	(45,131)	(4,231)	(4,634)	(5,070)	(5,554)	
(+) VALOR DE DESECHO ACTIVOS FIJOS						11,180
(+) VALOR DE RECUPERO KW						64,620
FLUJO DE CAPITAL O INVERSION TOTAL	(177,507)	(4,231)	(4,634)	(5,070)	(5,554)	86,301
(-) PAGO IGV (Estado)		(43,748)	(68,749)	(78,261)	(88,216)	(101,873)
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (ECONOMICO)	(177,507)	53,469	79,627	107,456	145,960	274,444

8.6 Flujo de Caja Económico.

Tabla 198

Flujo de Caja Económico

FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (ECONOMICO)	(177,507)	53,469	79,627	107,456	145,960	274,444
--	------------------	---------------	---------------	----------------	----------------	----------------

El flujo de caja económico es lo que queda después de restar el flujo de caja operativo, flujo de capital y el pago del IGV, para su libre disponibilidad.

8.7 Flujo del Servicio de la deuda.

El flujo de servicio de la deuda refleja el importe que se paga anualmente en las cuotas establecidas por las entidades financieras elegidas y de este importe qué cantidad está destinada a amortizar el préstamo y qué cantidad es equivalente al pago de intereses

Tabla 199

Flujo de Caja de la deuda

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRESTAMO	53,000					
(-) CUOTAS (Amortización + Intereses)		(21,036)	(21,036)	(21,036)	(21,036)	
(+) ESCUDO FISCAL		1,221	2,877	1,948	761	0
FLUJO DE CAJA DE LA DEUDA	53,000	(19,815)	(18,160)	(19,088)	(20,276)	0

8.8 Flujo de Caja Financiero.

El flujo de caja financiero es el resultado de la diferencia del flujo de caja económico menos el flujo del servicio de la deuda, lo cual incluye los intereses.

FLUJO DE CAJA DEL ACCIONISTA (FINANCIERO)	(124,507)	33,654	61,467	88,368	125,684	274,444
---	-----------	--------	--------	--------	---------	---------

Capítulo IX: Evaluación económico financiera

9.1 Cálculo de la tasa de descuento

9.1.1 Costo de oportunidad

9.1.1.1 CAPM.

El costo del capital propio (k_e) constituye la estimación más difícil de realizar en la evaluación del costo de capital de una empresa. Es la rentabilidad a la que se renuncia para invertir en un proyecto de similar riesgo. Para hallar el Costo de Oportunidad del Accionista, se usa el modelo CAPM (Cost Asset Pricing Model) o Modelo de Fijación de Precios de Activos de Capital, que es un modelo de estimación del rendimiento de los títulos de capital de una empresa. Según este modelo, el rendimiento de un título de capital es igual a una tasa libre de riesgo más el premio por riesgo que conlleva la inversión. Entonces: $K_e = R_f + \beta_a \cdot (R_m - R_f)$ Donde: $(R_m - R_f)$ = Prima de riesgo sobre la acción promedio. β_a = Índice del propio riesgo de la acción en particular. R_f = Tasa libre de riesgo. Para ello, se necesitarán los siguientes datos para su determinación:

9.1.1.2 COK propio.

Tabla 200

Costo de Oportunidad (COK)

COSTO DE OPORTUNIDAD (COK) de ACCIONISTAS		
Inversionista	Alternativa de Inversión	Tasa
NAOLA YUCRA INES FILOMENA	Depósito a plazo Financiera Pro Empresa	6.70%
PILCO VILLALOBOS YAMEL KASSANDRA	Depósito a plazo Banco Ripley	6.50%
RIVERA SANCHEZ LUIS HOMERO	Depósito a plazo Banco Comercio	5.75%
BALAREZO BUCCOLINI HANS CHRISTIAN	Depósito a plazo Caja Cusco	6.50%
VARA ARCOS MARCO ANTONIO	Depósito a plazo Caja Piura	6.00%
Promedio		6.29%
Factor de riesgo		5.00
Costo de Oportunidad (COK)		31.45%

Ecuación 3 - Cok

$$Cok = capm$$

$$COK = R_f + B \times (R_m - R_f) + R_p$$

9.1.2 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

El costo promedio ponderado de capital o WACC (Weighted Average Cost of Capital) por sus ciclos en inglés, es la tasa de descuento que debe utilizarse para descontar los flujos de fondos.

Es el promedio ponderado del costo de la deuda (K_d) y el costo del capital propio (K_e).

Tabla 201

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL (WACC)			
Capital	Monto	%	Costo de capital
Deuda	S/. 53,000	30%	19.66%
Capital propio	S/. 124,507	70%	31.45%
	S/. 177,507	100%	
Costo promedio ponderado capital (WACC)		27.93%	

Ecuación 4 - WACC

$$WACC = \frac{D}{(D+E)} K_d (1 - t) + \frac{E}{(D+E)} K_e$$

9.2 Evaluación económica financiera

9.2.1 Indicadores de Rentabilidad

Este indicador asociado a la regla de decisión nos muestra si nos permite realizar una inversión, según:

Cuando la TIR es mayor que el costo promedio ponderado de capital, el proyecto es realizable.

- Si la TIR es menor que la tasa de descuento (WACC), el proyecto debe rechazarse.
- Cuando la TIRE es igual a la tasa de descuento (WACC), es indiferente llevar a cabo el proyecto.

De acuerdo con el valor obtenido al aplicar la función TIR, se puede observar que conviene realizar la inversión, dado que la Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) es mayor que el costo promedio ponderado de capital (WACC).

9.2.1.1 VANE y VANF.

9.2.1.2 TIRE y TIRF, TIR modificado.

9.2.1.3 Período de recuperación descontado.

9.2.1.4 Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Tabla 202

Indicadores de Rentabilidad

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA DE LIBRE DISPONIBILIDAD (ECONÓMICO)	(177,507)	53,469	79,627	107,456	145,960	274,444
WACC	27.93%					
VAN Económico	98,847					
TIR Económico	47.22%					
Beneficio/Costo	1.56					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja descontado	-177,507	41,795	48,653	51,323	54,493	80,091
Flujo de caja acumulado	-177,507	-135,712	-87,059	-35,736	18,756	98,847
Periodo de recuperación descontado	3.66 años					

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO O DEL ACCIONISTA	(124,507)	33,654	61,467	88,368	125,684	274,444
COK	31.45%					
VAN Financiero	87,597					
TIR financiera	54.59%					
Beneficio/Costo	1.70					
TIRM	46.23%					
PERIODO DE RECUPERACIÓN DESCONTADO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja descontado	-124,507	25,602	35,573	38,906	42,096	69,928
Flujo de caja acumulado	-124,507	-98,905	-63,332	-24,427	17,669	87,597
Periodo de recuperación descontado	3.58 años					

El cuadro muestra el flujo de caja económico, el WACC de 27.93% y la TIR de 47.22%, lo que significa que es un proyecto viable. Asimismo, el flujo de caja financiero muestra un COK de 31.45%, TIRF DE 54.59%, por lo que también se concluye la viabilidad del proyecto.

9.2.2 Análisis del punto de equilibrio

9.2.2.1 Costos variables, Costos fijos.

Tabla 203

Costos variables, Costos fijos

	ESTADO DE RESULTADO (PUNTO DE EQUILIBRIO)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 796,080	S/. 777,057	S/. 782,476	S/. 771,350	S/. 760,798
(-) COSTOS VARIABLES	-S/. 405,332	-S/. 385,919	-S/. 391,180	-S/. 380,054	-S/. 372,980
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 390,747	S/. 391,139	S/. 391,295	S/. 391,295	S/. 387,818
(-) COSTOS FIJOS	-S/. 390,747	-S/. 391,139	-S/. 391,295	-S/. 391,295	-S/. 387,818
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0

9.2.2.2 Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 204

Estado de resultados (costeo directo)

	ESTADO DE RESULTADO (COSTEO DIRECTO)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 842,847	S/. 921,864	S/. 1,008,407	S/. 1,103,085	S/. 1,206,814
(-) COSTOS VARIABLES	-S/. 429,145	-S/. 457,836	-S/. 504,129	-S/. 543,505	-S/. 591,639
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 413,703	S/. 464,029	S/. 504,278	S/. 559,580	S/. 615,175
(-) COSTOS FIJOS	-S/. 390,747	-S/. 391,139	-S/. 391,295	-S/. 391,295	-S/. 387,818
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 22,955	S/. 72,890	S/. 112,982	S/. 168,285	S/. 227,357
(-) GASTOS FINANCIEROS	-S/. 12,212	-S/. 9,751	-S/. 6,603	-S/. 2,578	S/. 0
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	S/. 10,743	S/. 63,139	S/. 106,379	S/. 165,707	S/. 227,357
(-) IMPUESTOS	-S/. 1,074	-S/. 6,780	-S/. 19,535	-S/. 37,037	-S/. 55,224
UTILIDAD NETA	S/. 9,669	S/. 56,359	S/. 86,843	S/. 128,669	S/. 172,133

El cuadro muestra el Estado de resultados mediante el costo directo, incluyendo el margen de contribución, costos fijos, variables y gastos financieros.

9.2.2.3 Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

9.2.2.4 Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.

Tabla 205

Punto de Equilibrio en unidades y moneda

	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR VENTA UNITARIO PROMEDIO	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69	S/. 101.69
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 51.78	S/. 50.51	S/. 50.84	S/. 50.11	S/. 49.86
MARGEN DE CONTRIBUCION(VV-CVU)	S/. 49.92	S/. 51.19	S/. 50.85	S/. 51.59	S/. 51.84
CFT	S/. 390,747	S/. 391,139	S/. 391,295	S/. 391,295	S/. 387,818
PE EN UNIDADES	7,828	7,641	7,694	7,585	7,481
PE EN SOLES	S/. 796,080	S/. 777,057	S/. 782,476	S/. 771,350	S/. 760,798

El cuadro muestra el punto de equilibrio en soles y en unidades, lo que significa que en el año 2018 se debe producir 7828 carteras para no tener perdida ni anancia.

9.3 Análisis de sensibilidad y de riesgo

PROYECTO : StylesBag

La Empresa Creaciones Creativas S.A.C. tendrá como marca StylesBag que consta de una cartera base con accesorios intercambiables (Asas, Bolsillo interno y bolsillo externo,

Bordado de aplicación, Adorno exterior, Base adicional y Cubierta) la cual convertirá nuestra cartera base en 3 distintas carteras.

9.3.1 Variables de entrada.

Las variables de entrada consideradas son los parámetros que nos permiten identificar a qué grado pueden modificarse estas y cómo estos cambios afectan a la variable a sensibilizar.

Las variables de entrada que analizaremos para evaluar la sensibilidad de nuestro proyecto son:

Tabla 206

Variables de Entrada

VARIABLES DE ENTRADA
VARIACION DE PRECIOS
VARIACION DE DEMANDA
VARIACION COSTO MATERIA PRIMA
VARIACION COSTO DE PERSONAL

9.3.2 Variables de salida.

Para medir el impacto en la rentabilidad de la inversión observamos los siguientes indicadores:

Tabla 207

Variables de salida

Variables de salida		
VANE	TIRE	WACC

9.3.4 Análisis unidimensional.

Tabla 208

Análisis unidimensional

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD UNIDIMENSIONAL				
VARIACION PRECIOS =			0.00%	
Variable de entrada - PRECIOS				
	Normal		VANE = 0	
Disminución máxima de precios			-4.48%	
Cartera Base	S/.	120.00	S/.	114.63
Variables de salida				
VANE	S/.	98,847	S/.	-
TIRE		47.22%		28.21%
WACC		27.93%		28.21%

Tabla 209

Variación Demanda

VARIACION DEMANDA =		0.00%		
Variable de entrada - CANTIDAD				
	Normal	VANE = 0		
Disminución máxima de la demanda		-8.01%		
Cartera Base (unidades)	49,983	45,978		
Variables de salida				
VANE	S/.	98,847	S/.	-
TIRE		47.22%		28.22%
WACC		27.93%		28.22%

Tabla 210

Variación -Costo Materia Prima

VARIACION COSTOS DE MATERIA PRIMA =		0.00%		
Variable de entrada - COSTO MATERIA PRIMA				
	Normal		VANE = 0	
Aumento máximo del costo de la materia prima			11.52%	
Marroquin	S/.	450.00	S/.	501.83
Hilo de Nylon	S/.	50.00	S/.	55.76

Tabla 211

Variación costo de personal

VARIACION COSTOS DE PERSONAL =				0.00%
Variable de entrada - COSTO DE PERSONAL				
	Normal		VANE = 0	
			19.94%	
Gerente General	S/.	3,000	S/.	3,598
Asistente Administrativo	S/.	1,200	S/.	1,439
Jefe de Ventas	S/.	1,200	S/.	1,439
Operario de Ventas	S/.	850	S/.	1,019
Jefe de Produccion y Calidad	S/.	1,600	S/.	1,919
Operarios	S/.	850	S/.	1,019
Variables de salida				
VANE	S/.	98,847	S/.	-
TIRE		47.22%		28.29%
WACC		27.93%		28.29%

9.3.5 Análisis multidimensional.

Tabla 212

Análisis de Sensibilidad Multidimensional

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD MULTIDIMENSIONAL						
	PESIMISTA		NORMAL		OPTIMISTA	
VARIABLES ENTRADA						
PRECIOS	-5%		0%		5%	
DEMANDA	-5%		0%		5%	
COSTOS MATERIA PRIMA	5%		0%		0%	
COSTOS PERSONAL	5%		0%		0%	
VARIABLES DE SALIDA						
VANE	S/.	-146,926	S/.	98,847	S/.	258,505
TIRE		5.31%		47.22%		84.60%
WACC		28.61%		27.93%		27.42%
ESCENARIOS PROBABILIDADES	15%		60%		25%	
VAN ECONOMICO ESPERADO	S/.	101,895.91				

En un escenario pesimista el proyecto no sería rentable, genera un VAN negativo

En los escenarios normal y optimista el proyecto es rentable, genera VAN positivos

Considerando las probabilidades de ocurrencia de cada escenario, el VAN Económico esperado es positivo, Por lo tanto, el proyecto es viable.

9.3.6 Variables críticas del proyecto.

Las variables críticas identificadas en el proyecto las cuales tendrían impacto son:

- El precio
- La demanda

Se tiene que tener en cuenta esas variables para poder manejar el proyecto de una manera eficiente así como también está involucrado en menor medida la participación en el mercado.

9.3.7 Perfil de riesgo.

Tomando en cuenta las variables presentadas con anterioridad se considera que existe un riesgo de mercado medio ya que al ser un producto innovador los costos de producción son altos los cuales no cubriría el precio ni la cantidad de la demanda. A pesar de no tener una competencia directa en el mercado.



Figura 69. Riesgo País

CONCLUSIONES

- Según el estudio de mercado realizado , se muestra que el público objetivo escogido, así como también el nivel socio económico en el cual se posicionará nuestro producto, es uno de los factores importantes para la realización de este proyecto, ya que el producto seleccionado tienen características específicas designadas para este contexto
- El proyecto muestra una buena oportunidad de negocio, considerando que el producto es innovador, los cuales, le permite obtener algunos beneficios como no tener competencia directa.
- Creaciones creativas SAC requiere una inversión de 1677,507 incluido IGV, en la cual 30% representa los activos fijos, 1% los activos intangibles, 43% de gastos pre operativos y 25% de capital de trabajo, como podemos ver los gastos pre operativos y activos fijos representan un mayor porcentaje de inversión, por lo que estamos incursionando en un nuevo proyecto y se debe tomar en cuenta esta estructura para la toma de decisiones.
- La recuperación del capital está proyectado en su totalidad para el quinto año.
- El margen de ganancia del presente proyecto es aproximadamente de 19% el cual se incrementa hasta llegar a 31% para el 5to año.
- El Valor actual Neto económico del Proyecto es de S/ 98847, la TIRE es de 47.22%, lo cual nos lleva a la conclusión que es un proyecto rentable. Al igual que el VANF es S/ 87,597, la TIRF es 54.59%, por lo que también resulta viable.
- El negocio de elaboración de carteras demuestra ser un proyecto rentable porque no requiere de mucha inversión (S/.161494) lo cual representa un buen ejemplo de una inversión micro empresarial exitosa.

RECOMENDACIONES

CON RESPECTO AL PROYECTO

- Buscar otros tipos de financiamiento a mediano plazo con TCEA acorde al mercado, para la implementación y apertura de nuevos módulos y así cumplir con los objetivos trazados.
- Tener claro la misión y visión del proyecto, y hacer de conocimiento a todos los trabajadores para generar compromiso con la empresa y tener un buen ambiente laboral.
- De acuerdo al flujo de caja proyectado, el proyecto es rentable, sin embargo hay que buscar minimizar los costos e incrementar las ventas para seguir obteniendo ganancias óptimas.
- Hacer un estudio más profundo de los modelos de carteras que existe en el mercado para innovar los diseños y hacer frente a la competencia.
- Implementar un plan de contingencia en base a la sensibilidad del precio, ya que a una alta tolerancia de la variabilidad de precio, menos riesgo habrá.

CON RESPECTO AL PRODUCTO

- Se recomienda analizar la posibilidad de lanzar una nueva línea del producto semejante al presentado, teniendo en cuenta un posible escenario en el cual se abarca un público objetivo más diversificado.
- Evaluar las negociaciones con nuevos proveedores y buscar opciones de costos bajos, sin perder la calidad e innovación del producto y así cumplir con la sostenibilidad y viabilidad del proyecto.

- Contactar con empresas estratégicas para incursionar en nuevas plazas y buscar el posicionamiento de la marca. Por ejemplo introducir el producto en tiendas por departamento, eso ayudará al reconocimiento de la marca.

ANEXOS

ANEXO 1

PRINCIPALES IMPORTADORES

- Multitop SAC
Av. Iquitos 670 – La Victoria
(01) 619 44 44
- Cueros y Pieles Suaquita
Av. Caquetá 1400 tda 1201
- Jammol EIRL (accesorios metálicos)
Jr. Saposoa 228 – La Victoria
(01) 265 0849



ANEXO 2

PRINCIPALES COMPETIDORES

- Nombre de la Empresa: PLATANITOS.

Telf. 315 92 50



- Nombre de la Empresa: TIZZA.

Dirección: Av. Arica 1141 Breña

Telf. 715 8198



- Nombre de la Empresa: GRUPO ALDA

Dirección: Av. Gregorio Escobedo 986 Jesús María.

Telf. 743 8050



- Nombre de la Empresa: CREPIER

Dirección: Jr. Domingo Martínez 1145 Surquillo

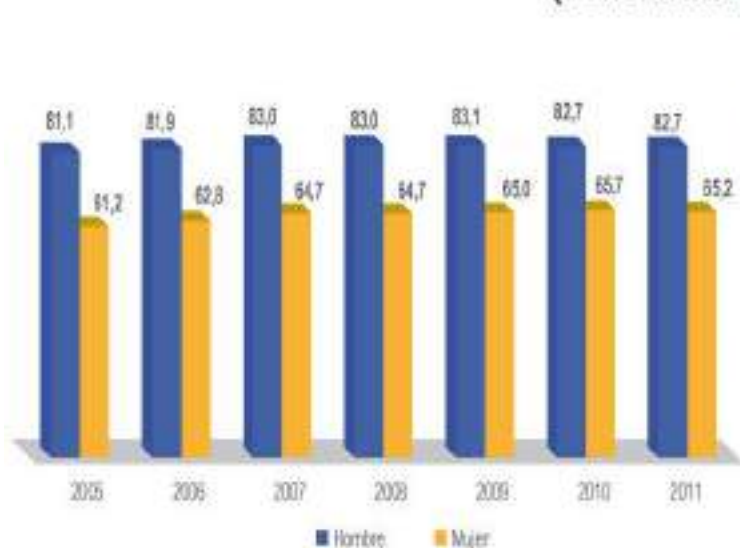
Telf. 447 4717



ANEXO 3

PEA FEMENINA

PERÚ: TASA DE ACTIVIDAD MASCULINA Y FEMENINA 2005 - 2012 **(PORCENTAJE)**



PI Preliminar
Fuente: INEI-ENAHU: 2005 - 2011

TASA DE ACTIVIDAD POR ÁMBITO
GEOGRÁFICO, SEGÚN SEXO, 2011-2012
(Porcentaje)

Trimestre / Sexo	Nacional	Lima Metropolitana	Área Urbana	Área Rural
2011				
I Hombre	84,5	82,7	82,1	81,3
I Mujer	66,4	64,4	63,3	75,5
II Hombre	81,5	78,5	81,1	88,0
II Mujer	65,5	62,4	64,4	73,9
III Hombre	82,2	77,8	81,9	88,7
III Mujer	64,6	61,1	62,9	74,0
IV Hombre	82,5	80,7	81,2	87,5
IV Mujer	64,8	62,4	63,0	72,4
2012 PI				
I Hombre	83,8	82,6	80,9	90,6
I Mujer	66,1	64,3	64,2	73,0
II Hombre	82,5	81,4	81,2	88,1
II Mujer	65,5	61,4	64,3	73,9
III Hombre	82,5	78,7	81,5	89,4
III Mujer	64,2	61,3	62,7	71,5
IV Hombre				
IV Mujer				

PI Preliminar
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

ANEXO 4

PRESUPUESTO DE ACTIVIDADES DE MARKETING

No	ACTIVIDADES:	LANZAMIENTO (CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y CONCIENTIZACIÓN)					
		CANT	U/M	PRECIO DE VENTA	IGV	VALOR VENTA	PROVEEDOR
1	Volantes (Diseño e Impresión)	1	millar	S/. 141.60	S/. 21.60	S/. 120.00	Vector House
2	Banners	5	unidad	S/. 856.68	S/. 130.68	S/. 726.00	Vector House
3	Panel Publicitario	1	unidad	S/. 6.000.00	S/. 915.25	S/. 5.084.75	Publimovil
4	publicidad en google	1	unidad	S/. 300.00	S/. 45.76	S/. 254.24	El Comercio
5	Uniformes (Polos)	4	unidad	S/. 220.00	S/. 33.56	S/. 186.44	Mundo Textil
6	Páginas web plan empresa	1	unidad	S/. 600.00	S/. 91.53	S/. 508.47	Xtendnext
TOTAL LANZAMIENTO - ETAPA 0				S/. 8.118.28	S/. 1.238.38	S/. 6.879.90	

47.22%

No	ACTIVIDADES:	CANT	U/M	AÑO 2018											
				ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Volantes	1	Millar	S/. 141.60		S/. 141.60		S/. 141.60		S/. 141.60		S/. 141.60			S/. 141.60
2	Eventos al año	2	veces	S/. 9.000.00		S/. 9.000.00		S/. 9.000.00		S/. 9.000.00		S/. 9.000.00			S/. 9.000.00
TOTAL (SIN IGV)				S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. -	S/. 9.141.60
IGV				S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. -	S/. 1.645.49
TOTAL (CON IGV)				S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. -	S/. 10.787.09

No	ACTIVIDADES:	CANT	U/M	AÑO 2018											
				ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Volantes	1	Millar	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. -	S/. 141.60
2	Eventos al año	2	veces	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. -	S/. 9.000.00
TOTAL (SIN IGV)				S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. -	S/. 9.141.60
IGV				S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. -	S/. 1.645.49
TOTAL (CON IGV)				S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. -	S/. 10.787.09

No	ACTIVIDADES:	CANT	U/M	AÑO 2018											
				ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Volantes	1	Millar	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. -	S/. 141.60
2	Eventos al año	2	veces	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. -	S/. 9.000.00
TOTAL (SIN IGV)				S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. -	S/. 9.141.60
IGV				S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. -	S/. 1.645.49
TOTAL (CON IGV)				S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. -	S/. 10.787.09

No	ACTIVIDADES:	CANT	U/M	AÑO 2018											
				ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Volantes	1	Millar	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. -	S/. 141.60
2	Eventos al año	2	veces	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. -	S/. 9.000.00
TOTAL (SIN IGV)				S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. -	S/. 9.141.60
IGV				S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. -	S/. 1.645.49
TOTAL (CON IGV)				S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. -	S/. 10.787.09

No	ACTIVIDADES:	CANT	U/M	AÑO 2018											
				ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Volantes	1	Millar	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. 141.60	S/. -	S/. -	S/. 141.60
2	Eventos al año	2	veces	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. 9.000.00	S/. -	S/. -	S/. 9.000.00
TOTAL (SIN IGV)				S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. 9.141.60	S/. -	S/. -	S/. 9.141.60
IGV				S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. 1.645.49	S/. -	S/. -	S/. 1.645.49
TOTAL (CON IGV)				S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. 10.787.09	S/. -	S/. -	S/. 10.787.09

No	ACTIVIDADES:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Volantes	S/. 849.60	S/. 849.60	S/. 849.60	S/. 849.60	S/. 849.60
2	Eventos al año	S/. 54.000.00	S/. 54.000.00	S/. 54.000.00	S/. 54.000.00	S/. 54.000.00
Total Gastos Marketing y Publicidad (sin IGV)		S/. 54.849.60	S/. 54.849.60	S/. 54.849.60	S/. 54.849.60	S/. 54.849.60
IGV		S/. 9.872.93	S/. 9.872.93	S/. 9.872.93	S/. 9.872.93	S/. 9.872.93
Total Gastos Marketing y Publicidad (con IGV)		S/. 64.722.53	S/. 64.722.53	S/. 64.722.53	S/. 64.722.53	S/. 64.722.53

ANEXO 5

MODELO DE ENCUESTA

Un cordial saludo y gracias por participar en nuestra encuesta. Estamos realizando un trabajo de investigación acerca de la producción y comercialización de carteras innovadoras. Por tanto, agradecemos responda con total sinceridad a las preguntas a formular.

SECCIÓN 1 FILTRO

1. ¿Cuántos años tiene?
 - a) 18 a 25 años
 - b) 26 a 35 años
 - c) 36 a 45 años
 - d) otro (fin de la encuesta)
2. ¿En qué distrito vive?
 - a) Zona 2
(Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)
 - b) Zona 8
(Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)
 - c) Otro (Fin de la encuesta)
3. ¿Cuál es el salario que percibe?
 - a) 1000-3000
 - b) 3001-5000
 - c) 5001-8000
 - d) Otro (Fin de la encuesta)
4. Indique su estado civil
 - a) Soltero
 - b) Casado
 - c) Viudo
 - d) Divorciado

SECCIÓN 2 PERFIL DEL CONSUMIDOR

1. ¿Suele usted usar carteras?
 - a) Si
 - b) No (Fin de la encuesta)
2. ¿Estaría dispuesto a comprar carteras innovadoras?
 - a) Si
 - b) No (Fin de la Encuesta)
3. ¿Qué tipo de carteras usa frecuentemente?

1. Casual
2. Elegante
3. Juvenil
4. Otra-----

4. ¿De la cartera que compra cual es la característica que valora más? **(Marcar varias opciones)**

	Nada importante	Poco importante	Mediana mente importante	Importante	Muy importante
Precio					
Calidad					
Modelo					
Marcas					

5. ¿Cuántos modelos de carteras Ud. posee?
 - a) De 1 a 2
 - b) De 2 a 4
 - c) De 5 a 9
 - d) Más de 10
6. ¿Dónde suele comprar sus carteras?
 1. Centro Comercial
 2. Internet
 3. Catalogo
 4. otros-----
7. ¿Cómo se enteró de la existencia de su tienda preferida?
 - a) Volantes
 - b) Redes Sociales
 - c) Módulos
 - d) Página Web

- e) Centros Comerciales
8. ¿Con que frecuencia usa carteras?
- Siempre
 - Casi siempre
 - Ocasionalmente
 - Algunas veces
9. ¿Cuántas carteras bags pack compraría en un año?
- 1
 - 2
 - 3
 - De 4 a más
10. ¿Cuánto invertirías en la compra de una cartera de 3 diseños?
- Entre 50 y 70 nuevos soles
 - Entre 70 y 90 nuevos soles
 - Entre 90 y 110 nuevos soles
 - Entre 110 y 130nuevos soles
 - Más de 130 nuevos soles

Sección 3: Validación del Producto

Nuestro producto BAGS PACK es una cartera innovadora que contiene un pack intercambiable con tres opciones de uso.

11. ¿Estaría usted interesado en comprar una cartera que pueda convertirse en 3 diseños distintos?
- Si
 - No
 - Tal vez

	Mu y de acu erd o	De acu erd o	Indif erent e	En desac uerd o	Muy en desac uerd o
Págin as web					
Rede s socia les					
Blog					

Vola ntes					
Panel publi citari o					

12. De las opciones mencionadas, marque los packs intercambiables que le gustaría incluir. Siendo 1 el de mayor preferencia y 3 el menor. (Sólo puede marcar una calificación por tipo)

Alternativas de uso	1	2	3
Asas			
Bordado			
Bolsillos interiores			
Bolsillos exteriores			
Cubierta de otro color			
Adorno exterior			

13. ¿De qué material desearía obtener la cartera?

- Cuerina
- marroquí
- cuero
- Otro_____

14. ¿Qué tamaño le gustaría adquirir la cartera?

- Pequeño
- Mediano
- Grande

15. ¿Qué color de cartera le gustaría adquirir? Ponderar del 1 al 5 los colores de su preferencia (1 el que más le agrada)

	1	2	3	4	5
Negro					
Marrón					
Rojo					
Beige					
Blanco					

16. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

- Centro comercial
- Páginas web

- c) Local
- d) Tiendas por departamento
- e) Otro(Especifique)-----

17. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse del producto? (Marque todas las opciones con sus respectivos rangos)

18. ¿En qué fechas del año compraría nuestro producto?

- a) Verano
- b) Primavera
- c) Invierno
- d) otoño

1	1
2	2
Firmas Dueño y cónyuge / Representante Legal del Negocio	Firmas Avales o Fiadores

ANEXO 7

ENTREVISTA

- **Producción**

https://youtu.be/NndmYx_OQ5s

- **competencia**

<https://youtu.be/k46LFdYVu-0>

- **experto**

<https://youtu.be/kOADZiauCXc>

FOCUS GROUP

- **Focus 1**

<https://www.youtube.com/watch?v=LtCp-9QoXgg&t=9s>

- **focus 2**

<https://youtu.be/x6iDGHiaUQA>

<https://youtu.be/uJiEYz67LAc>

BIBLIOGRAFIA

- Hair, J., Bush, R. & Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados: En un ambiente de información digital*. (4a ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión: Formulación y evaluación* (2a ed.). Chile: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14a ed.). México: Pearson Educación
- Diego, G. (2012). *Investigación on-line de mercados: Guía práctica de operación* (1a ed.). Argentina: Osmar D. Buyatti Librería Editorial.
- McDaniel, C. & Gates, R. (2011). Diseño del cuestionario. En *Investigación de mercados* (8a ed., pp. 368 – 405). México: Editorial Cengage Learning.
- Franco Concha, P. (2013). Plan de marketing. En *Planes de negocios: Una metodología alternativa* (3a ed., pp. 101 – 126). Perú: Universidad del Pacífico.
- Sapag Chain, N. & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (5a ed.). Colombia: Mc Graw Hill.
- Chase, R., Jacobs, R. & Aquilano, N. (2009). *Administración de operaciones: Producción y cadena de suministros* (12a ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- Griffin, R. & Ebert, R. (2005). *Negocios* (7a ed.). México: Editorial Prentice Hall.
- Capítulo 7. Organización de la corporación de negocios (pp. 188-213).
- Capítulo 8. Administración de recursos humanos y relaciones laborales (pp. 216-244)
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas* (3a ed.). Colombia: Pearson Educación.
- BCRP. (s.f.). BCRP GLOSARIO. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/p.html>

GESTION. (26 de Agosto de 2016). Obtenido de <http://gestion.pe/empresas/dominos-contempla-instalar-food-trucks-y-explora-sabores-locales-2168776>

Peruano, E. (s.f.). Ley 26887. Recuperado el 25 de abril de 2017, de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modifica-la-ley-26887-ley-general-de-sociedades-so-ley-n-30354-1307649-1/>

Farina, M. (2003). Diagramas de Flujo. Argentina: Diana.

SUNARP. (10 de Mayo de 2017). *SUNARP*. Obtenido de Registro de personas jurídicas: <https://enlinea.sunarp.gob.pe/sunarpweb/pages/publico/manuales>

SUNAT. (10 de Mayo de 2017). *SUNAT*. Recuperado el 01 de 10 de 2018, de SUNAT: www.sunat.gob.pe/mypes/regimenLaboral.html

BCRP. (s.f.). *BCRP GLOSARIO*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/p.html>

GESTION. (26 de Agosto de 2016). Obtenido de <http://gestion.pe/empresas/dominos-contempla-instalar-food-trucks-y-explora-sabores-locales-2168776>

Peruano, E. (s.f.). *Ley 26887*. Recuperado el 25 de abril de 2017, de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modifica-la-ley-26887-ley-general-de-sociedades-so-ley-n-30354-1307649-1/>

Franco, P. (2014). Planes de negocio: Una metodología alternativa Cuadro de trabajo. Perú: Universidad del Pacifico

Kotler, K. (2012). Dirección de marketing. Recuperado de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/05/182-direccion-de-marketing-philip-kotler.pdf>

Perú 21, <https://peru21.pe/vida/negocio-carteras-bolsos-artesanales-crecimiento-141523>

Gestión, <http://gestion.pe/empresas/5-ventas-platanitos-son-online-2078049>

Perú 21, <https://peru21.pe/opinion/carteras-gustos-125666?href=tepuedeinteresar>

