



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

DIABETIC SHOES “LA SALUD DESDE TUS PIES”

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en la siguiente carrera:**

**NATALY LUCÍA CALDERÓN GONZÁLES –
Ingeniería Industrial**

**Lima – Perú
2016**

INDICE

CAPÍTULO I RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPITULO II INFORMACION GENERAL.....	2
2.1 Nombre de la Empresa, Horizonte de Evaluación	2
2.2. Actividad Económica, Código CIU.....	3
2.3. Definición del Negocio	3
2.4. Descripción del Producto	3
2.5. Oportunidad del Negocio	4
2.6. Estrategia genérica de la empresa.....	5
2.7. Misión y Visión	6
2.8. Análisis FODA	6
CAPITULO III: ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	8
3.1 Capital, Superficie, Número de habitantes	8
3.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.	8
3.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de Interés, Tipo de cambio Riesgo País (2012-2015)	12
3.5. Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto	16
CAPÍTULO IV: CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	19
4.1. Investigación de Mercado	19
4.1.1. Investigación de Mercado:	20
4.1.2. Tipos de Investigación	23
4.1.2.1. Exploratoria: Focus Group y Entrevistas a profundidad.....	23
4.1.2.2. Cuantitativa-Descriptiva: Método de encuestas: Muestra (tamaño y cuotas)	35
4.2 Demanda Presente (2016) y Futura (2017-2020).....	48
4.2.1 Estimación del Mercado Potencial:	48
4.2.2 Estimación del Mercado Disponible:	51
4.2.3 Estimación del Mercado Efectivo:	53
4.2.4 Estimación del Mercado Objetivo:	58
4.2.5 Cuantificación anual de la demanda:	61
4.2.6 Programa de ventas anuales en unidades físicas	62
4.2.7 Programa de ventas del primer año, en porcentajes y unidades físicas, desagregadas en forma mensual.	63
4.2.8 Programa de ventas del segundo al cuarto año (2018 al 2020), en porcentajes, desagregados en forma mensual.	64
4.3 Micro Entorno	65

4.3.1 Competidores Actuales: Nivel de Competitividad	65
4.3.2 Fuerza Negociadora de los clientes	66
4.3.3 Fuerza Negociadora de los Proveedores	66
4.3.4 Amenaza de Productos Sustitutos	67
4.3.5 Competidores potenciales barreras de Entrada	67
CAPÍTULO V: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	68
5.1. Estrategias Específicas de Lanzamiento del Producto	68
5.2 Mezcla de Marketing.....	68
5.2.1 Producto	68
5.2.2 Precio	70
5.2.3 Plaza.....	71
5.2.4 Promoción.....	72
CAPITULO VI ESTUDIO TÉCNICO.....	73
6.1 Tamaño del Proyecto.....	73
6.1.1 Capacidad instalada de maquinarias y equipos,	73
6.1.2 Tamaño normal y máximo.....	73
6.1.3 Porcentaje de utilización de capacidad instalada	73
6.2 Procesos.....	74
6.2.1 Diagrama de Flujo de Proceso de Producción	74
6.2.2 Programa de producción calzado 2017 – 2020	77
6.2.3 Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumo por producto.....	78
6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos 2017 – 2020	80
6.2.5 Requerimiento de mano de obra 2017 – 2020	80
6.3 Tecnología para el proceso.....	80
6.3.1 Maquinaria y equipos.....	80
6.3.2. Herramientas	84
6.4 Terrenos e Inmuebles	86
6.4.1 Descripción del Centro de Operaciones.....	86
6.4.2. Plano con Proyecto: distribución de las máquinas y equipos	86
6.5 Localización: Macro Localización y Micro Localización.	89
6.5.1. Macro localización	89
6.5.2. Micro localización.....	91
6.6 Diagrama de Gantt.....	93
6.7 Responsabilidad Social.....	94
6.7.1 Impacto Ambiental	94
6.7.2 Responsabilidad con los trabajadores.....	96
6.7.3. Responsabilidad Social con la Comunidad	98
CAPÍTULO VII ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	99

7.1 Estudio Legal	99
7.1.1. Forma Societaria.....	99
7.1.2 Registro de Patentes y Marcas.	104
7.1.3 Licencias y autorizaciones.	105
7.1.4 Legislación Laboral	107
7.1.5 Legislación Tributaria.	110
7.1.6 Otros aspectos legales.....	111
7.2. Estudio Organizacional	112
7.2.1. Organigrama Funcional.....	112
7.2.2. Puestos de Trabajo: Tareas, Funciones y Responsabilidades	113
7.2.3. Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales	117
CAPÍTULO VIII ESTUDIO DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	121
8.1 Inversiones 2017-2020	121
8.1.1 Inversiones en Activo Fijo	121
8.1.2 Inversión Activo Intangible	122
8.1.3 Inversión en Capital de Trabajo (método déficit acumulado)	124
8.1.4 Estructura de Inversiones	129
8.2 Financiamiento 2017-2020.....	129
8.2.1 Estructura de Financiamiento.....	129
8.2.2 Fuentes de Financiamiento y Cronograma.....	130
CAPÍTULO IX ESTUDIO DE INGRESOS Y COSTOS	132
9.1. Ingresos Anuales 2017-2020	132
9.1.2. Recuperación de Capital de trabajo	132
9.1.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo.....	133
9.2. Costos y Gastos anuales	133
9.2.1. Egresos Desembolsables	133
9.2.1.1. Presupuesto de materias primas y materiales.....	133
9.2.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa	136
9.2.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos.....	134
9.2.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración.....	136
9.2.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas.....	138
9.2.2. Egresos no Desembolsables.....	139
9.2.2.1. Depreciación	139
9.2.2.2 Amortización de Intangibles	140
9.2.3 Costo fijos y costos variables	140
9.2.4 Costo de producción unitario y costo total unitario	143
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS 2017 – 2020.....	148
10.1. Premisa del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja	148

10.2. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado	148
10.3. Flujo de Caja Proyectado Operativo.....	150
10.4. Flujo de Capital Proyectado	150
10.5. Flujo de Económico Proyectado.....	151
10.6. Flujo de Servicio de la deuda	151
10.7. Flujo de Caja Financiero	152
CAPÍTULO XI: EVALUACION ECONOMICO FINANCIERO	153
11.1. Cálculo de la Tasa de Descuento	153
11.1.1 Costo de Oportunidad (Ke)	153
11.1.2 Costo de la Deuda (Kd).....	153
11.1.3 Costo Promedio ponderado de Capital (WACC)	153
11.2. Evaluación económico Financiero.....	154
11.2.1. Indicadores de Rentabilidad.....	154
11.2.2. Análisis del Punto de Equilibrio	155
11.3. Análisis de Sensibilidad unidimensional	156
CAPÍTULO XII: CONCLUSIONES	158
BIBLIOGRAFÍA.....	159

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	5
Tabla 2.....	6
Tabla 3.....	7
Tabla 4.....	8
Tabla 5.....	10
Tabla 6.....	14
Tabla 7.....	14
Tabla 8.....	15
Tabla 9.....	15
Tabla 10.....	21
Tabla 11.....	23
Tabla 12.....	49
Tabla 13.....	49
Tabla 14.....	49
Tabla 15.....	50
Tabla 16.....	50
Tabla 17.....	50
Tabla 18.....	52
Tabla 19.....	52
Tabla 20.....	53
Tabla 21.....	54
Tabla 22.....	55
Tabla 23.....	55
Tabla 24.....	56
Tabla 25.....	57
Tabla 26.....	57
Tabla 27.....	58
Tabla 28.....	58
Tabla 29.....	59
Tabla 30.....	59
Tabla 31.....	60
Tabla 32.....	60
Tabla 33.....	61
Tabla 34.....	61
Tabla 35.....	62
Tabla 36.....	62
Tabla 37.....	62
Tabla 38.....	62
Tabla 39.....	63
Tabla 40.....	63
Tabla 41.....	63
Tabla 42.....	63
Tabla 43.....	63
Tabla 44.....	63
Tabla 45.....	64
Tabla 46.....	64
Tabla 47.....	64
Tabla 48.....	64
Tabla 49.....	64
Tabla 50.....	64
Tabla 51.....	65
Tabla 52.....	65
Tabla 53.....	65

Tabla 54.....	65
Tabla 55.....	73
Tabla 56.....	73
Tabla 57.....	76
Tabla 58.....	77
Tabla 59.....	78
Tabla 60.....	78
Tabla 61.....	78
Tabla 62.....	79
Tabla 63.....	79
Tabla 64.....	80
Tabla 65.....	80
Tabla 66.....	84
Tabla 67.....	85
Tabla 68.....	85
Tabla 69.....	87
Tabla 70.....	87
Tabla 71.....	90
Tabla 72.....	93
Tabla 73.....	97
Tabla 74.....	99
Tabla 75.....	100
Tabla 76.....	103
Tabla 77.....	105
Tabla 78.....	106
Tabla 79.....	107
Tabla 80.....	108
Tabla 81.....	108
Tabla 82.....	110
Tabla 83.....	111
Tabla 84.....	112
Tabla 85.....	119
Tabla 86.....	121
Tabla 87.....	122
Tabla 88.....	124
Tabla 89.....	127
Tabla 90.....	128
Tabla 91.....	129
Tabla 92.....	129
Tabla 93.....	130
Tabla 94.....	130
Tabla 95.....	131
Tabla 96.....	132
Tabla 97.....	132
Tabla 98.....	132
Tabla 99.....	133
Tabla 100.....	133
Tabla 101.....	134
Tabla 102.....	135
Tabla 103.....	136
Tabla 104.....	136
Tabla 105.....	137
Tabla 106.....	137
Tabla 107.....	138
Tabla 108.....	138

Tabla 109.....	134
Tabla 110.....	134
Tabla 111.....	134
Tabla 112.....	135
Tabla 113.....	135
Tabla 114.....	135
Tabla 115.....	136
Tabla 116.....	136
Tabla 117.....	137
Tabla 118.....	137
Tabla 119.....	137
Tabla 120.....	138
Tabla 121.....	138
Tabla 122.....	138
Tabla 123.....	139
Tabla 124.....	139
Tabla 125.....	139
Tabla 126.....	140
Tabla 127.....	140
Tabla 128.....	140
Tabla 129.....	141
Tabla 130.....	141
Tabla 131.....	141
Tabla 132.....	142
Tabla 133.....	142
Tabla 134.....	143
Tabla 135.....	143
Tabla 136.....	143
Tabla 137.....	144
Tabla 138.....	144
Tabla 139.....	144
Tabla 140.....	145
Tabla 141.....	145
Tabla 142.....	145
Tabla 143.....	146
Tabla 144.....	147
Tabla 145.....	148
Tabla 146.....	149
Tabla 147.....	150
Tabla 148.....	150
Tabla 149.....	151
Tabla 150.....	151
Tabla 151.....	152
Tabla 152.....	153
Tabla 153.....	153
Tabla 154.....	154
Tabla 155.....	154
Tabla 156.....	155
Tabla 157.....	155
Tabla 158.....	155
Tabla 159.....	156
Tabla 160.....	156
Tabla 161.....	157
Tabla 162.....	157

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	9
Figura 2.	11
Figura 3.	11
Figura 4.	12
Figura 5.	13
Figura 6.	14
Figura 7.	15
Figura 8.	16
Figura 9.	20
Figura 10.	20
Figura 11.	21
Figura 12.	22
Figura 13.	31
Figura 14.	36
Figura 15.	36
Figura 16.	37
Figura 17.	37
Figura 18.	38
Figura 19.	38
Figura 20.	39
Figura 21.	39
Figura 22.	40
Figura 23.	41
Figura 24.	41
Figura 25.	42
Figura 26.	42
Figura 27.	43
Figura 28.	43
Figura 29.	44
Figura 30.	44
Figura 31.	44
Figura 32.	45
Figura 33.	45
Figura 34.	46
Figura 35.	46
Figura 36.	47
Figura 37.	47
Figura 38.	51
Figura 39.	52
Figura 40.	54
Figura 41.	56
Figura 42.	57
Figura 43.	59
Figura 44.	60
Figura 45.	61
Figura 46.	74

CAPÍTULO I RESUMEN EJECUTIVO

El Proyecto consiste en la puesta en marcha de una empresa que producirá zapatos para Diabéticos, Diabetic shoes se dedicara a la producción en línea de zapatos que prevendrán de cualquier daño que pueda sufrir el pie en personas que sufren dicha enfermedad.

Diabetic shoes está conformado por 5 jóvenes multidisciplinarios que están por egresar la carrera de Ingeniería Industrial en la Universidad San Ignacio de Loyola, la formación y experiencia de nuestros vendedores vinculada con la actividad nos hace tener el control sobre las ventajas que brindamos sobre otros zapatos sustitutos.

La elección del municipio de Santiago de Surco para la ubicación de la empresa responde a una estrategia que situará la tienda con la planta en un mismo inmueble, y a la vez, estaremos cerca de las Oficinas de Adiper lo cual nos hace tener más llegadas a las personas que sufren de Diabetes, ya que Adiper es la asociación Nacional de Diabéticos en el Perú, en el cual se brindan charlas informativas de diferentes temas relacionados con la Diabetes.

Nuestros competidores, son aquellas Ortopedias reconocidas en el mercado como Ortopedia Wong, quienes fabrican zapatos Ortopédicos los cuales tienen diferente alcances para nuestros compradores.

La ventaja competitiva frente a la competencia se centra en que nosotros brindamos un Zapato que pre vendrá el pie diabético, mediante los insumos a usar en la fabricación de ellos, tratando de que en el uso los Diabéticos se encuentren seguros de caminar con ellos evitando llagas y cortes que puedan hacer llegar a la persona a una amputación del pie.

Nuestros Clientes Potenciales, son aquellas personas que sufren la enfermedad de diabetes, quienes conocen los riesgos que lleva el mal uso de los zapatos convencionales en ellos , los cuales nos dieron a conocer mediante la encuesta realizada en nuestro proyecto que no conocían dicho producto el cual es casi vital para ellos .

Diabetic Shoes ha diseñado un ambicioso plan de negocio para convertirse en los próximos 4 años en la empresa de fabricación de zapatos para diabéticos más representativos en nuestro país, el cual brindará un zapato cómodo y de materiales exactos para su fabricación, brindando prevención y seguridad para la salud de los Diabéticos.

Nuestras Ventas promedio en los 4 años de proyección son 4125 zapatos por año, el cual nos da los siguientes indicadores: wacc 25.57%, VAN Económico con S/.69,372, TIR Económica 43%, Beneficio/Costo 1.39 , TIRM 36.33%

CAPITULO II INFORMACION GENERAL

2.1 Nombre de la Empresa, Horizonte de Evaluación

Nombre de la empresa: CALZADO ORTODIABETICO SAC

Nombre del producto: Diabetic Shoes “La salud desde tus pies”

Horizonte de evaluación:

Al ser una empresa nueva en el mercado y observar que hay tendencia de crecimiento respecto a la prevención de la salud, nuestra empresa dedicada a la fabricación de calzados ortopédicos para personas que padecen la enfermedad de Diabetes mellitus, tendrá un horizonte de evaluación equivalente a cuatro años desde la fase inicial de la inversión; con lo cual se obtendrá el retorno de la inversión, la rentabilidad esperada y la determinación de los costos que se atribuyen al proyecto, siendo la vida útil del presente proyecto indefinida.

Para dar marcha nuestro negocio los principales equipos e insumos necesarios para el proceso son:

- Instalación (Local)
- Máquina Troqueladora
- Máquina desvastadora
- Máquina de coser cuero
- Máquina cortadora
- Máquina de colocar puntera, costados y talón
- Máquina colocar velcro
- Cuero
- Suelas
- Pegamento
- Espuma
- Hilos

Implementación

El tiempo estimado para poner en marcha nuestro negocio será de 4 meses.

2.2. Actividad Económica, Código CIU

La Actividad Económica:

Nuestro negocio será “Fabricación de zapatos ortopédicos para diabéticos”

CIU

1520 Fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela.

2.3. Definición del Negocio

Nuestro negocio está dedicado a la producción y comercialización de zapatos ortopédicos para personas con diabetes, orientado a los sectores socioeconómico “A y B” en Lima Metropolitana, viendo una oportunidad real ya que actualmente no existe empresa fabricante de calzados en Lima, habiendo importadas y con alto precio, aplicando el canal Bussines to consumer (B TO C)

2.4. Descripción del Producto

Nuestro producto es un calzado ortopédico para personas con la enfermedad de diabetes, con la finalidad de prevenir las malformaciones físicas (llagas, heridas, roces) que sufren las personas en sus pies por la deformación natural que tiene el paciente a consecuencia de esta enfermedad, por ello es importante utilizar el calzado adecuado que los ayude a mejorar su calidad de vida.

La plantilla del calzado será elaborada con materiales blandos y flexibles, como la espuma de poliuretano, para reducir el esfuerzo al caminar.

El forro externo será de cuero para evitar la transpiración del pie y proveer de una temperatura adecuada.

El calzado se adecua perfectamente al pie a las deformidades sin llegar a oprimir el pie, por lo tanto, la horna del zapato será amplia tanto en anchura como en altura, para

que evite el roce entre los dedos. Los deslizamientos entre el zapato y el pie deben evitarse para no ocasionar úlceras.

En cuanto al diseño del zapato, se recomienda que sean cerrados y sin costuras interiores, para evitar roces y heridas. También es recomendable que lleve un contrafuerte reforzado que sirva de apoyo lateral a los tobillos y brinde mejor soporte al talón.

La plantilla y la suela serán gruesas y de un material que amortigüe las presiones al caminar. Este tipo de plantillas suelen fabricarse con espuma de poliuretano que son muy cómodas, anatómicas que ayudan a eliminar malos olores evitando la formación de hongos y bacterias.

Características y beneficios de calzado ortopédico:

- Forma amplia en altura y en anchura con puntera redondeada o cuadrada, que se adapta al ancho del pie. Se evitan así las presiones y rozaduras en la zona metatarsal. La altura y profundidad de la horma favorecen a la zona de los dedos, contribuyendo a evitar lesiones, ya que evitan puntos de presión.
- Cuero guante blando y flexible, que proporcionan una adecuada temperatura y facilitan la transpiración. Además, el cuero proporciona firmeza y flexibilidad.
- Suela gruesa de goma con densidad especial, que actúa como una capa protectora del pie y evita desequilibrios en el reparto de las cargas corporales.
- Velcro y elástico, que tienen la ventaja de adaptarse a pequeñas deformidades del pie.
- Plantillas incorporadas, cuyo objetivo es disminuir la presión vertical sobre zonas del pie que están sometidas a una carga excesiva

2.5. Oportunidad del Negocio

La Diabetes es una enfermedad que va en aumento, según el INEI, 7 de cada 100 personas reportan tener diabetes, el MINSA contabilizó hasta septiembre de este año **113,962 nuevos casos**, de los cuales el 49.9% correspondía a personas de entre 30 a

59 años. El 45.58% es población mayor de 60 años, que es el grupo donde usualmente se reportaban más casos. Esto indica que alrededor de 165 mil personas en Lima y Callao padecen de esta enfermedad.

Este fundamento nos da la iniciativa para emprender el negocio de calzados para personas con diabetes.

Es por ello que nuestro negocio busca brindar un producto que se adecue a la necesidad del usuario, con características diferenciadas que le permite obtener beneficios en el cuidado de la salud aquellas personas que padecen de esta enfermedad. Considerando también que el Estado Peruano actualmente va tomando conciencia del incremento del índice de mortalidad a causa de dicha enfermedad.

Nosotros como emprendedores de esta empresa creemos en la viabilidad de este negocio no solo por su rentabilidad, sino por el fin social.

Tabla 1.

MORTALIDAD POR CAUSA DE DIABETES A NIVEL NACIONAL								
	2012		2013		2014		2015	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
MORTALIDAD	2,890	3	3,126	3.2	3,695	3.8	4,178	4.3

Fuente: Minsa -

2.6. Estrategia genérica de la empresa

Tendremos la estrategia de Enfoque con Diferenciación dirigiéndonos a la población “A y B” de Lima Metropolitana, y brindando un producto novedoso porque somos la única empresa centralizada en la atención de personas con diabetes.

Además el aumento de personas que padecen de diabetes nos permitirá mejorar nuestro producto en respuesta a la demanda de los usuarios.

2.7. Misión y Visión

Misión:

Productores y comercializadores de zapatos ortopédicos para personas con diabetes ofreciendo un producto que brinde comodidad, amortiguación y alivie los puntos de presión en sus pies, y a su vez creando confianza en nuestros clientes a través del expertis de nuestros colaboradores calificados, convirtiéndonos en su mejor alternativa.

Visión:

Ser la empresa líder a nivel nacional en la fabricación y comercialización de zapatos ortopédicos para personas con diabetes, contribuyendo al desarrollo del país y al de nuestros colaboradores.

2.8. Análisis FODA

Realizando el análisis FODA, determinamos las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para Diabetc Shoes que se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 2.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> F1 Tener experiencia en la comercialización y venta de diferentes tipos de producto (uno de nuestros integrantes trabaja hace varios años en el área comercial de la empresa donde labora. F2 Contamos con personal especializado por área en el sector producción, (Ex trabajadores de Bata), Finanzas, logística y planeamiento. F3 Contamos con respaldo financiero para la inversión. F4 Capacidad para atender incrementos de demandas. 	<ul style="list-style-type: none"> O1 El 7% de la población padece de diabetes (Fuente, Dra. Angélica Valdivia, Directora de (ADIPER) O2 Facilidades para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de ingreso al mercado. O3 Desconocimiento del producto en el mercado (falta de publicidad) O4 Ampliar la línea de producto, con línea complementaria (diversificación) O5 crecer en el mercado nacional.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> D1 Ser nuevos en el mercado de calzados ortopédicos. D2 Desconocimiento de nuestra marca. D3 Por nuestra única ubicación las zonas 6 y 7 de lima metropolitana tendrán mayor facilidad de alcance a nuestra tienda. D4 No tener estrategia digital (Web, Blog, línea de soporte) 	<ul style="list-style-type: none"> A1 Incursión de empresas de calzados nacionales o extranjeras con mayor experiencia a nuestro nicho. A2 Alianzas de competidores, proveedores para formalizar empresas competidoras, Concertación de precios. A3 Aparición de tratamiento para la cura de la diabetes. A4 Cambio climático que afecte el alimento del ganado vacuno.

Fuente propia

Estrategia Genérica

A continuación mostramos las estrategias que planteamos para afrontar las debilidades y amenazas, y para aprovechar nuestras fortalezas y oportunidades:

Tabla 3.

Análisis Interno Análisis Externo	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	FO (MAXI-MAXI) <ul style="list-style-type: none"> ❖ F2-05 Apalancarnos de nuestro conocimiento para ampliar nuestra cartera de productos. ❖ F3-04 Diversificar nuestra línea de producto con la obtención de nuevas líneas crediticias. 	DO (MINI-MAXI) <ul style="list-style-type: none"> ❖ D1-01 Realizar campañas publicitarias para hacer conocida nuestra propuesta de prevención (volanteo directo en centro de salud de nuestro mercado objetivo) ❖ D4-04 Crear página WEB con un chat en línea que permita recopilar información de nuestros clientes potenciales y sus necesidades sobre productos complementarios.
Amenazas	FA (MAXI- MNI) <ul style="list-style-type: none"> ❖ F3-A2 Realizar alianzas estratégicas con proveedores de insumos para garantizar el abastecimiento. ❖ F3-A4 Tener stock de seguridad de reserva en caso surja problemas de abastecimiento de materia prima. 	DA (MINI-MINI) <ul style="list-style-type: none"> ❖ D2-A1 Realizar convenios con Endocrinólogos y el instituto ADIPER que garanticen los beneficios del producto. ❖ D3-A2 Aperturar una nueva tienda donde haya mayor afluencia de consumidores de calzado.

CAPITULO III: ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

3.1 Capital, Superficie, Número de habitantes

Capital

Ciudad de LIMA, es la capital del Perú, es la ciudad más importante y poblada con 9'968,526 habitantes, cifra que representa el 30.1% de la población del Perú. Se encuentra ubicado en la zona centro occidental del país, cuenta con una extensión aproximada de 281,926 km²

Su clima es templado durante todo el año a comparación de otras ciudades, su temperatura en verano es máximo 32 grados centígrados y en invierno 12 grados centígrados, esta homogeneidad es debido a su proximidad al océano y ausencia de lluvias. Lima por ser la ciudad más grande y capital del Perú es considerada como el centro económico, político, cultural y financiero del país.

3.2. Tasa de crecimiento de la población. Ingreso per cápita. Población económicamente activa.

Tasa de crecimiento:

Según el INEI, la población peruana ha crecido abruptamente en los últimos años y ya somos 31'488,625 millones de habitantes en el Perú, de los cuales 15'438,887 son hombres y 15'375,288 son mujeres.

Tabla 4.

Años	Población		Tasa de crecimiento media de la población total (por cien)	
	PERU	LIMA	Periodo Quinquenal	Periodo Anual
2012	30,135,875	9,643,480	1.12	1.13
2013	30,475,144	9,752,046		1.13
2014	30,814,175	9,860,536		1.11
2015	31,151,643	9,968,526		1.10
2016	31,488,625	10,076,360		1.08

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población, 1950 - 2050. Boletín de Análisis Demográfico N° 36. -

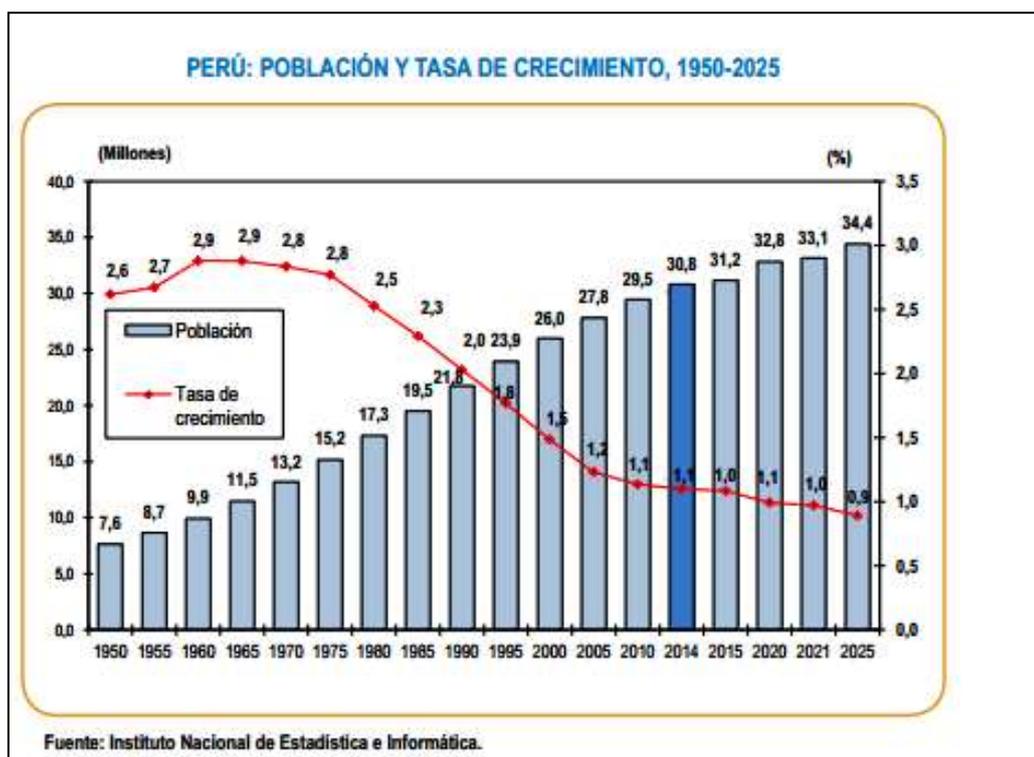


Figura 1.

Ingreso Per Cápita:

El ingreso per cápita en función del Principio de Paridad del Poder Adquisitivo permite comparar los distintos niveles de vida de los países. Su ventaja reside en que cuenta las variaciones de precios.

Este indicador permite eliminar la ilusión monetaria que se ve ligada a la variación de los tipos de cambio, de tal manera que una apreciación o depreciación de una moneda no cambiará la PPP de un país, dado que los habitantes perciben sus salarios y realizan sus compras en la misma moneda. Los datos son expresados en dólares internacionales corrientes. El INB es la suma del valor agregado por todos los productores residentes más todos los impuestos a los productos (menos los subsidios) no incluidos en la valuación del producto más las entradas netas de ingreso primario (remuneración de empleados e ingreso por propiedad) del exterior.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
917	928	943	1038	1432	1562	1588

El ingreso per cápita¹ de la población tiende a elevarse durante los últimos años, esto nos indica la solidez económica que va adquiriendo la población para poder afrontar sus necesidades y desarrollo.

Población económicamente activa:

En el siguiente gráfico podemos apreciar que la mayor cantidad de población que se encuentra en edad de producir está en Lima. Sin embargo, estas pueden encontrarse laborando o no.

Tabla 5.

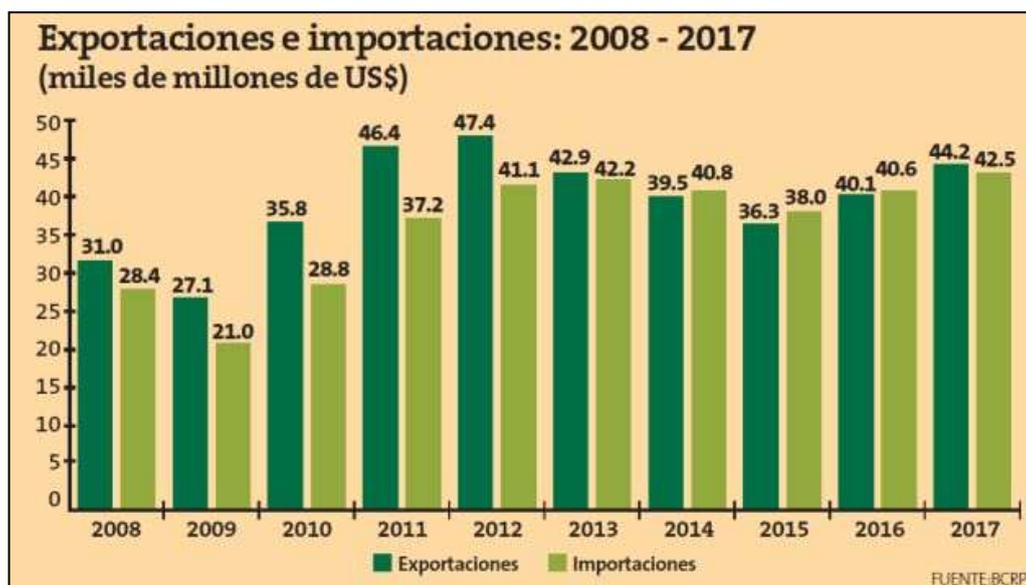
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2010-2014					
(Miles de personas)					
Ámbito geográfico	2010	2011	2012	2013	2014
Total	15 735.7	15 949.1	16 142.1	16 328.8	16 396.4
Departamento					
Amazonas	228.3	231.9	225.5	230.1	227.4
Áncash	590.5	592.1	607.7	602.6	627.5
Apurímac	237.2	244.3	246.2	254.2	257.6
Arequipa	648.7	669.7	660.7	698.4	700.2
Ayacucho	334.1	341.1	333.7	352.8	365.4
Cajamarca	814.5	819.9	778.4	814.0	815.1
Callao	506.6	517.4	521.4	526.2	535.9
Cusco	711.5	736.0	749.2	760.5	757.4
Huancavelica	234.9	248.3	254.4	254.9	262.7
Huánuco	437.9	441.2	444.9	452.6	459.7
Ica	394.9	405.7	415.5	418.2	417.6
Junín	688.4	699.7	695.0	695.6	707.5
La Libertad	925.0	908.9	947.8	944.7	954.5
Lambayeque	636.7	633.7	636.2	647.6	630.6
Lima 3/	4 892.4	4 990.3	5 107.0	5 078.9	5 062.4
Loreto	471.2	479.6	500.7	516.8	506.4
Madre de Dios	70.6	70.9	74.3	76.9	77.7
Moquegua	99.1	100.1	103.9	105.9	104.6
Pasco	154.1	155.1	158.8	161.0	157.4
Piura	901.0	874.8	898.3	917.6	920.7
Puno	772.6	783.0	783.6	803.5	817.4
San Martín	426.1	438.6	425.4	437.4	440.0
Tacna	176.1	178.1	179.2	180.3	182.8
Tumbes	127.3	128.1	129.3	130.7	130.3
Ucayali	256.2	260.6	265.2	267.6	277.8

Fuente INEI – Encuesta Nacional de Hogares 2009-2015

¹http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?page=3&order=wbapi_data_value_2008%20wbapi_data_value%20wbapi_data_value-first&sort=asc



Figura 2.



	2012	2013	2014	2015	2016
EXPORTACION	41.1	42.9	39.5	36.3	40.1
IMPORTACION	37.2	42.2	40.8	38.0	40.6
BALANZA COMERCIAL	3.9	0.7	-1.3	-1.7	-0.5

(Miles de millones de USD)

Figura 3.

3.4 PBI, Tasa de inflación, Tasa de Interés, Tipo de cambio Riesgo País (2012-2015)

Producto Bruto Interno:

El Producto Bruto Interno peruano tiene proyectado un crecimiento de hasta el 3% en el 2016 por el impulso de actividades primarias como pesca y minería, además de electricidad, agua y servicios. (Proyectó el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (Iedep) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“La economía peruana continúa en una fase de desaceleración económica y las proyecciones para el bienio 2015 y 2016 están supeditadas a la evolución de las expectativas de las empresas (inversiones) y consumidores, las exportaciones, así como del impacto del Fenómeno de El Niño que afectará transversalmente al sector primario, construcción y comercio”

PBI Global y Sectorial (Var %)						
	Ponderac. INEI 2007	2012	2013	2014	2015*	2016**
Global	100.0	6.0	5.8	2.4	2.7	3.0
Agropecuario	6.0	5.9	1.6	1.4	1.3	2.1
Pesca	0.7	-32.2	24.0	-27.9	17.2	9.5
Minería e Hidrocarb.	14.4	2.8	4.9	-0.8	4.9	5.0
Manufactura	16.5	1.5	5.0	-3.3	0.4	2.3
Electricidad y Agua	1.7	5.8	5.5	4.9	4.7	4.8
Construcción	5.1	15.8	8.9	1.7	-3.8	3.6
Comercio	10.2	7.2	5.9	4.4	3.9	4.1
Otros Servicios	37.1	7.4	6.2	5.9	5.1	4.7
VAB	91.7	5.9	5.9	2.5	2.9	2.9
DM-Imp. a productos	8.3	6.9	4.5	0.8	0.1	0.7

* 2015: estimado; **2016: proyectado Fuente: BCRP, MEF, INEI Elaboración: IEDEP

Figura 4.

Fuente: César Peñaranda, director ejecutivo del Iedep de la CCL

Tasa de Inflación:

El jefe del INEI, Aníbal Sánchez, precisó que en los últimos ocho meses la variación anual de los precios al consumidor muestra tendencia decreciente desde la registrada en enero del 2016 con 4.6%, seguida de febrero (4.47%), marzo (4.30%), abril (3.91%), mayo (3.54%), junio (3.34%), julio (3.0%) y agosto (2.9%). Cifras que están dentro del rango esperado por BCRP que es entre 1% y 3%. Todo dependerá de la actividad política y sus perfiles económicos.

El resultado de agosto estuvo influenciado principalmente por el alza de precios de los grandes grupos de consumo: Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad (0.60%), Alimentos y Bebidas (0.56%), Cuidados y Conservación de la Salud (0.38%), Otros Bienes y Servicios (0.30%) y en menor medida, Muebles y Enseres (0.26%), Vestido y Calzado (0.23%) y Enseñanza y Cultura (0.20%).

En el 2014 la inflación cerró en 3.22% número mayor al 2013, en el 2015 se cerró en 4.40%.

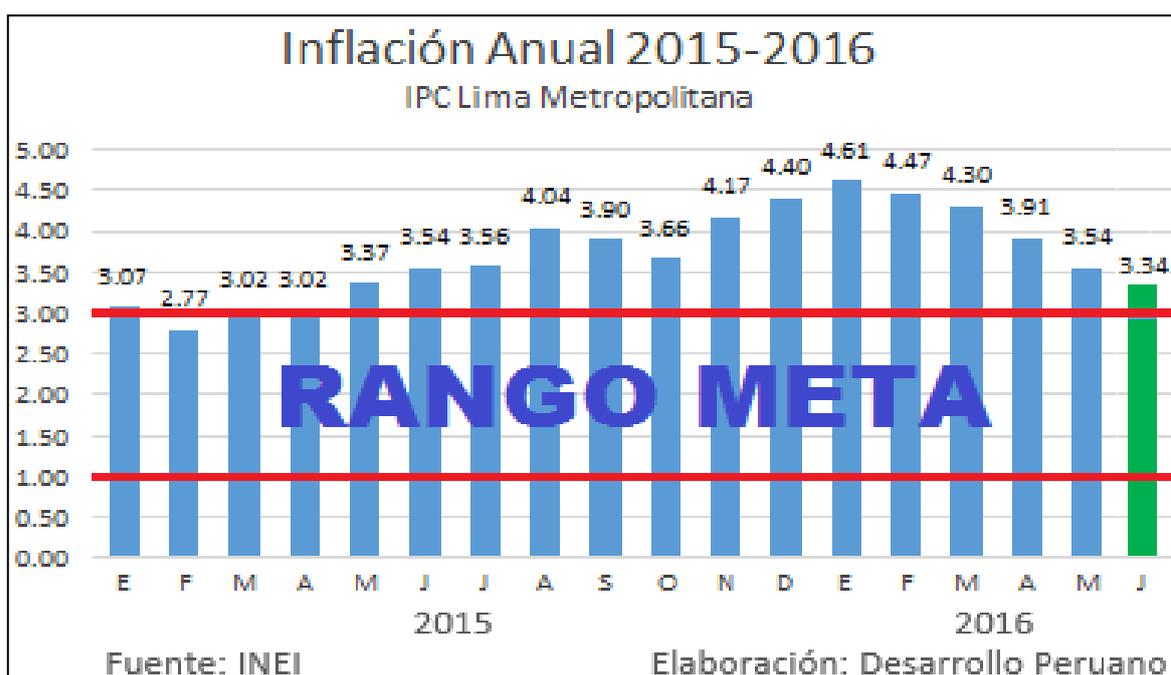


Figura 5.



Figura 6.

Tasa de interés:

La tasa de interés de referencia se ha mantenido constante durante los últimos años lo cual indica la estabilidad económica en el país, por otro lado si se quiere estimular la actividad económica, se disminuye la tasa de referencia para proveer incentivos para aumentar el nivel del crédito y, así, impulsar a la economía dado su impacto directo sobre los préstamos bancarios, Mientras que, si la economía esta sobrecalentada es decir que existe una tendencia al aumento de la inflación, en ese sentido se aumentaría la tasa para desacelerar la economía.

Tabla 6.

TASA DE INTERES DE REFERENCIA (%)				
2011	2012	2013	2014	2015
4.04	4.25	4.21	3.79	3.75

Fuente: Instituto nacional de estadística e Informática INEI

Tasa de Interés de Nov-2015 a Agosto 2016

Tabla 7.

Tasa de Interés	
Nov15	3.5%
Dic15	3.75%
Ene16	4%
Feb16	4.25%
Mar16	4.25%
Abr16	4.25%
May16	4.25%
Jun16	4.25%
Jul16	4.25%
Ago16	4.25%

Fuente: Estadística – BCRP

Tipo de Cambio

Nuestro País en ese aspecto tiene una estabilidad cambiaria que se ha mantenido, a pesar que en los últimos 2 años hubo un incremento en el precio del dólar debido a la salida de capitales y menor ingreso por venta de materias primas hacia el exterior, algunas veces ha intervenido el BRC para evitar subidas bruscas.

Tabla 8.

TIPO DE CAMBIO	COMPRA	VENTA
31/12/2012	2.549	2.551
31/12/2013	2.794	2.796
31/12/2014	2.986	2.990
31/12/2015	3.407	3.410
16/09/2016	3.385	3.390

Fuente: Superintendencia Nacional De Aduanas Y Administración Tributaria (Sunat)

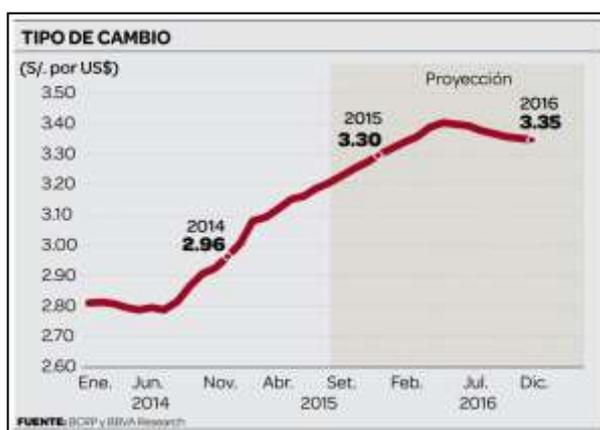


Figura 7.

Riesgo País

El riesgo país mide la confianza de los inversionistas en las finanzas nacionales. Se mide en función de la diferencia entre el rendimiento promedio de los títulos soberanos del país y el rendimiento del bono del tesoro de los EEUU, bonos de libre riesgo. Cuanto menor es el índice, más atractivo es el país para la inversión.

Tabla 9.

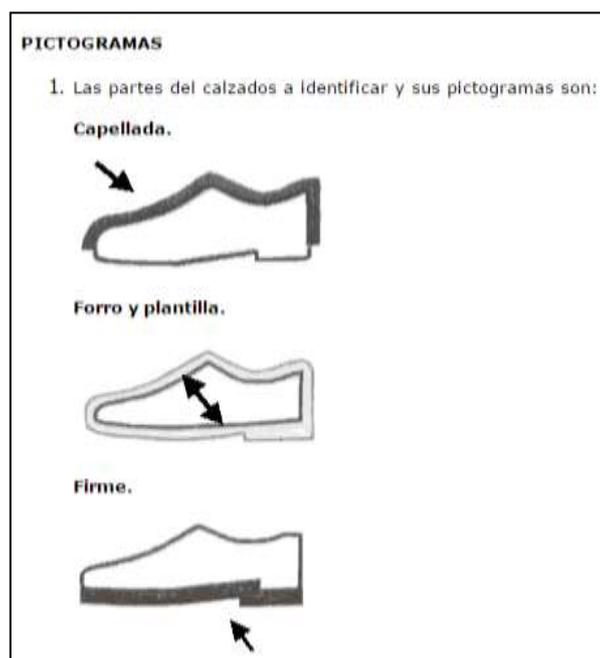
RIESGO PAIS				
2012	2013	2014	2015	2016(16/09)
206	163	182	236	183

Fuente: Bloomberg y Reuters – BCRP

formarse, por ejemplo, número total de trabajadores, niveles de ventas anuales, beneficios ofrecidos para dichos trabajadores, entre otros aspectos. Se tomará en cuenta todas las características necesarias para formar la empresa.

Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, aprobada por la ley N° 28015 - 03/07/2003: el objetivo de esta ley es la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para así poder incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, la ampliación en el mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Decreto Supremo N° 004-2003-PRODUCE - Reglamento Técnico sobre etiquetado de Calzado: Indica que la etiqueta deberá contener la información en idioma castellano sobre el país de fabricación y sobre los materiales que componen el zapato. La etiqueta llevará información de las tres partes del calzado que son la capellada, el forro-plantilla y la firme. La etiqueta debe estar impresa, estampada o cosida en forma visible.



Norma Técnica Peruana NTP-ET-ISO/TS 16186:2016 Calzado. Sustancias críticas potencialmente presentes en calzado y componentes de calzado. Método de ensayo para la determinación cuantitativa del dimetilfumurato (DFMU) en materiales de calzado. 1a Edición

A través de la Resolución N° 001-2016-INACAL/DN se aprobó la NTP-ET-ISO/TS 16186:2016 Calzado mediante la Ley N° 30224, Ley que crea el Sistema Nacional

para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad, dispone que el Instituto Nacional de Calidad INACAL, es un Organismo Público Técnico Especializado, adscrito al Ministerio de la Producción, con personería jurídica de derecho público, con competencia a nivel nacional y autonomía administrativa, funcional, técnica, económica y financiera; además es el ente rector y máxima autoridad técnico normativa del Sistema Nacional para la Calidad.

CAPÍTULO IV: CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

4.1. Investigación de Mercado

La presente investigación de mercado busca contribuir con información cualitativa y cuantitativa respecto a nuestros clientes potenciales; así como de las características necesarias con las cuales debe contar nuestro producto a fin de ajustar la oferta de “Diabetic Shoes” a las preferencias del consumidor de los NSE A y B de las Zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Objetivo General

Identificar la viabilidad del proyecto de fabricación de calzados para personas que padecen la enfermedad de la Diabetes Mellitus: Deseamos saber si los calzados ortopédicos que introduciremos al mercado van a gozar de la aceptación del público objetivo al cual estamos apuntando. Asimismo, deseamos captar la opinión del público en relación a la propuesta inicial del producto (diseño, presentación y precio), así como feedback a fin de lanzar un producto que cubra la verdadera necesidad con el fin de reducir la curva de aprendizaje de nuestro modelo de negocio.

Objetivos Específicos

- ✓ Identificar cual es nuestro mercado objetivo y demanda.
- ✓ Identificar cuáles serán los canales de venta de mayor concurrencia.
- ✓ Determinar el gasto promedio de los usuarios en la compra de calzado para el cuidado de sus pies.
- ✓ Determinar si los usuarios están dispuestos a pagar por precios ofertados por cada modelo.
- ✓ Determinar el porcentaje de usuarios que estarían dispuestas a comprar los modelos de calzado ofrecidos.
- ✓ Conocer en qué medios les gustaría a nuestros usuarios conocer e informarse sobre la existencia de nuestros productos.

4.1.1. Investigación de Mercado:

Criterios de Segmentación

A fin de segmentar el mercado se tomaron en consideración los siguientes criterios:

- **Geográfico:** Se han identificado que son 43 los distritos de Lima Metropolitana y 6 de Callao. Se ha seleccionado la zona 6 y 7 de Lima Metropolitana como se específica líneas abajo.

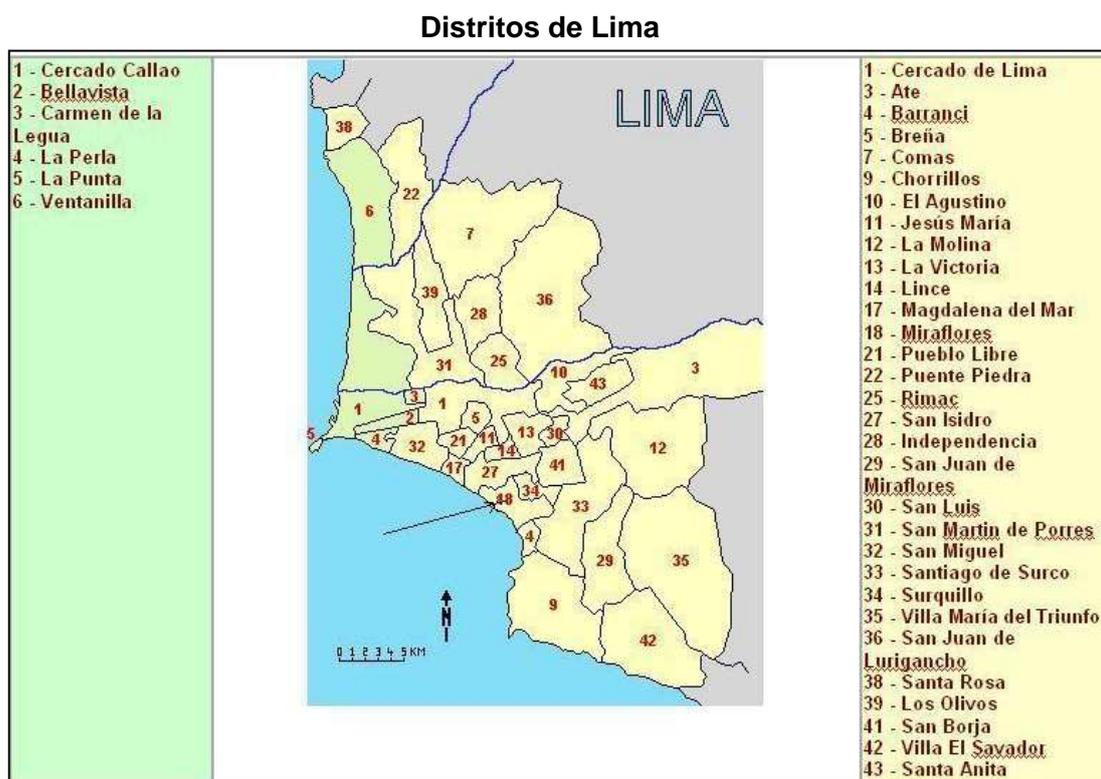


Figura 9.

Segmentación Geográfica de Lima Metropolitana: Zona 6 y 7



DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA APEIM 2016 - LIMA METROPOLITANA

(%) HORIZONTALES

Zona	TOTAL	Niveles Socioeconómicos				
		NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	100	13.6	58.0	22.4	5.2	0.7
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	100	34.6	45.2	14.0	5.0	1.2

Figura 10.

- **Demográfico:** Para esta segmentación hemos considerado hombres o mujeres mayores de 30 a 75 años. Consideramos hasta los 75 años porque es el promedio de vida de las personas en el Perú, conforme lo indica el INEI ²



FUENTE: I.N.E.I. - Estimaciones y proyecciones de población

Figura 11.

Tabla 10.

Población por NSE A y B – Lima Metropolitana

Distrito	Población (2016)	Segmento por Edad (30 a 75 años) 58%	SECTOR "A" 13.6% y 34.6%	SECTOR "B" 58% y 45.2%	MARCO MUESTRAL 7% ²
Jesús María	88,873	51,546	7,010	29,897	2,584
Lince	47,358	27,468	3,736	15,931	1,377
Pueblo Libre	72,991	42,335	5,758	24,554	2,122
Magdalena	52,848	30,652	4,169	17,778	1,536
San Miguel	130,549	75,718	10,298	43,917	3,795
Miraflores	76,783	44,534	15,409	20,129	2,488
San Isidro	51,298	29,753	10,294	13,448	1,662
San Borja	108,032	62,659	21,680	28,322	3,500
Surco	337,016	195,469	67,632	88,352	10,919
Molina	169,929	98,559	34,101	44,549	5,505
Total	1,135,677	658,693	180,087	326,877	35,487

- **Sexo:** Hombres o Mujeres que padecen la enfermedad Diabetes Mellitus residentes en los distritos de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B con potencial para el uso del calzado para diabéticos.

² Información brindada por la Dra. Angélica Valdivia (Presidenta de la Asociación de Diabéticos del Perú – ADIPER) <http://rpp.pe/lima/actualidad/valdivia-uno-de-cada-dos-personas-tiene-diabetes-noticia-646260>

- **Socioeconómico:** En los distritos de las zonas 6 y 7 mencionados anteriormente, las familias cuentan con comodidades como: acceso pleno a los servicios privados de salud (clínicas), viviendas, educación de primer orden (universidades particulares) Las paredes de las casas son de ladrillo o de bloque de cemento, cuentan con piso de parquet o madera pulida, las viviendas que poseen en su mayoría son propias (69.10%) y alquiladas (14.60%), cuentan con electrodomésticos tales como: lavadoras, microondas, refrigeradora, tienen auto³.



INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2016 - LIMA METROPOLITANA

PROMEDIOS	Lima Metropolitana							
	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 98	S/. 253	S/. 136	S/. 87	S/. 92	S/. 78	S/. 62	S/. 44
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 126	S/. 301	S/. 175	S/. 117	S/. 133	S/. 87	S/. 77	S/. 53

* Ingreso estimado en base al gasto - INEI
APEIM 2016; Data ENAHO 2015

Figura 12.

Marco Muestral

Hombres o mujeres entre 30 a 75 años que padecen de Diabetes Mellitus, residentes en los distritos de la Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena del Mar y San Miguel) y Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco y La Molina) de Lima Metropolitana pertenecientes al nivel socioeconómica A y B.

Muestra

El tamaño de la muestra se refiere al número de personas que se incluyen en el estudio. Por cuestiones estadísticas se asumirá un nivel de confianza de 95% (Z), con un nivel de error de +/- 5% (E), tendremos:

Fórmula:

$$n_o = \frac{N Z^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq}$$

³ <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2016.pdf>

Siendo:

- Z: 1.96 (Cifra obtenida de un nivel de confianza de 95%)
- E: +/- 5% (Nivel de error permitido)
- p: 50% (Probabilidad de éxito o aceptación del proyecto)
- q: 50% (Probabilidad de rechazo o fracaso del proyecto)
- N: Número de personas con la enfermedad en las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana (36,033 personas)

Esta operación nos da como resultado $n = 380$ y sobre este número de encuestas es que se asignará la cuota por distritos.

Tabla 11.

Distrito	Población (2016)	MARCO MUESTRAL 7% ⁴	PONDERACION	ENCUESTAS	SECTOR A	SECTOR B
Jesús María	88,873	2,584	0.07	28	8	20
Lince	47,358	1,377	0.04	15	4	10
Pueblo Libre	72,991	2,122	0.06	23	7	16
Magdalena	52,848	1,536	0.04	16	5	12
San Miguel	130,549	3,795	0.11	41	12	29
Miraflores	76,783	2,488	0.07	27	10	16
San Isidro	51,298	1,662	0.05	18	7	11
San Borja	108,032	3,500	0.10	37	15	23
Surco	337,016	10,919	0.31	117	46	71
Molina	169,929	5,505	0.16	59	23	36
Total	1,135,677	35,487	1	380	137	243

4.1.2. Tipos de Investigación

En esta etapa se realizará un estudio cualitativo y cuantitativo que consiste en entrevistas a profundidad, además de encuestas y focus group para nuestros consumidores.

4.1.2.1. Exploratoria: Focus Group y Entrevistas a profundidad

FOCUS GROUP

Para el desarrollo del Focus Group hemos considerado criterios para de esta forma poder realizar el filtro de nuestro público objetivo.

Características de participantes:

⁴ Información brindada por la Dra. Angélica Valdivia (Presidenta de la Asociación de Diabéticos del Perú – ADIPER)

- * Hombres o Mujeres con decisión de compra.
- * Hombres o Mujeres que padezcan de Diabetes Mellitus.

Objetivo principal:

El objetivo principal es obtener información relevante acerca de nuestra idea de negocios, validando preferencias, los hábitos de compra y uso de calzados que maneja nuestro público objetivo.

GUIA DE PAUTAS

"Estudio de mercado para evaluar el lanzamiento de calzados para personas que padecen la enfermedad de Diabetes Mellitus"

FOCUS GROUP "DIABETIC SHOES"

Muestra

Se llevará a cabo un Focus Group, en Miraflores, nuestra muestra estará conformada por personas que padecen de la enfermedad de Diabetes Mellitus, tengan decisión de compra, y pertenezcan al NSE A y B de Lima Metropolitana que se seleccionaron de manera aleatoria y se estructurará de la siguiente forma:

Este estudio se realizó el jueves 12 de octubre del presente año, contando con la asistencia de 5 participantes.

Sexo femenino: 2 personas

Sexo masculino: 3 persona

Datos de los participantes:

Nombre: Jéssica Changanqui B.

Edad: 49 años

Lugar de Residencia: Miraflores

Nombre: Miluska Pérez Y.

Edad: 51 años

Lugar de Residencia: San Miguel

Nombre: Frank Santivañez B.

Edad: 45 años

Lugar de Residencia: Lince

Nombre: Víctor Villacorta Ch.

Edad: 43 años

Lugar de Residencia: La Molina

Nombre: Armando Gómez S.

Edad: 55 años

Lugar de Residencia: San Borja

Guía del moderador

Presentación

Iniciamos con la presentación del Moderador, para que estos se sientan familiarizados al momento de realizar las preguntas.

“Buenas noches, mi nombre es Dax Mariño, yo estaré a cargo de la moderación del Focus Group, cualquier duda en cualquier momento de la charla por favor estoy para resolverla, les damos la bienvenida, nuestro Focus tiene como objetivo el saber sus opiniones respecto al lanzamiento al mercado de calzados para personas con Diabetes”

Presentación de los Integrantes.

Estamos reunidos personas de diferentes distritos con los que compartiremos esta charla.

Tiempo de duración: 50 minutos será el tiempo estimado.

Calentamiento

Dinámica grupal

Explicación Introductoria.

Explicar cómo funciona las sesiones de grupo.

Explicar que no hay respuestas correctas, sólo opiniones.

Explicar que el personal reunido representa a muchas personas con la misma enfermedad.

Explicar que si el personal reunido tiene una opinión diferente a las demás personas del grupo, es importante que nos la haga saber.

Rompimiento del Hielo

¿Cómo se llaman?

¿Cuántos años tienen?

¿A qué se dedican?

¿Cuáles son sus pasatiempos?

Objetivo 01: Identificar las preferencias en uso de los calzados.

Preguntas Generales

¿Qué tipo de calzados son los que actualmente utilizan?

¿Les parece importante utilizar zapatos con características especiales?

¿Cuál es el modelo que adquieren?

¿Dónde adquieren los calzados?

Conclusiones 01:

De los participantes, dos de ellos indicaron que no usan zapatos especiales pero sí buscan que sean cómodos y que sean de rápida adquisición, luego de la conversación su perspectiva con respecto al uso de calzado cambió y les pareció interesante, los demás participantes de mayor edad mandan a fabricar sus zapatos a ortopedias, donde la fabricación demora entre 7 a 15 días lo que genera molestia ya que desean adquirir su calzado de manera inmediata. Los calzados que utilizan son zapatos clásicos los cuales los usan para ir a su centro laboral y para el diario utilizan modelo casual, todos coinciden en que, a partir del diagnóstico de la enfermedad, sus hábitos de cuidado de salud han cambiado y en ellos también han contemplado el cuidar sus pies para evitar un futuro pie diabético.

Objetivo 2: Conocer las preferencias por un nuevo producto.

Para llevar a cabo estas preguntas se explicó y detalló nuestro proyecto indicando nuestro portafolio de productos:

Calzados de cuero para damas modelo cerrado
Calzados de cuero para damas modelo mocasín
Calzados de cuero para damas modelo botín

Calzados de cuero para caballeros modelo cerrado
Calzados de cuero para caballeros modelo mocasín
Calzados de cuero para caballeros modelo Botín

La finalidad de esta actividad será conocer las preferencias por un nuevo tipo de producto los cuales tendrán características especiales para el cuidado de sus pies, como el uso de cuero en su totalidad, con revestimiento de badana, la plantilla y suela de poliuretano y zona metatarsal ancha para evitar presión en esa zona del pie.

Preguntas de Transición

- ¿Qué opinan de este nuevo producto?
- ¿Cuál de estos modelos te gustaría usar?
- ¿Les parece novedoso tener zapatos con estas características listos para que los lleve a casa?

Conclusiones 02

El total de los participantes coincidieron en sus repuestas de aceptar el probar este nuevo producto con las características mencionadas ya que los calzados que actualmente utilizan no tienen los materiales mencionados, los modelos que usarían para el diario sería los zapatos tipo mocasín y para sus trabajos los cerrados y botines, adicional los comentarios acerca de existir una tienda con zapatos listos para llevar les parece interesante y oportuno por el tiempo que les demanda el tener que volver para recoger los mismos en los centros en donde se fabrican.

Objetivo 03: Apreciación sobre el nuevo Producto

Antes de realizar este tipo de preguntas se les proporciona a los participantes el nombre y logo de la empresa y las fotos de los calzados para recopilar sus opiniones, asimismo una breve explicación de nuestro plan de marketing, luego se realizaron las siguientes preguntas:

- ¿Qué opinan del nombre y logo de la empresa para este nuevo producto?
- ¿Dónde les gustaría que esté ubicada la tienda de esta empresa?

¿Cuánto estarían dispuesto a pagar por los calzados?

Conclusiones 03:

A los participantes de primer momento les pareció atractivo el nombre, aunque se percibió que debería ser de mayor impacto; sobre sus opiniones del logo indicaron que es llamativo pero le faltaba un poco de brillo; las opiniones de los participante fueron divididos sobre la ubicación, pues alguno mencionaron un centro comercial concurrente y otros cerca a el centro de salud donde se controlan como una clínica o ADIPER.

Los asistentes estuvieron dispuestos a pagar por los botines S/ 380, zapatos cerrados S/ 280 y por los mocasines S/ 260.

Objetivo 04: Determinar Mejoras y Recomendaciones

Preguntas de Cierre

¿Qué nos sugieres para mejorar nuestros productos?

¿Le recomendarían a sus amistades que padecen de la enfermedad el uso de nuestros calzados?

Objetivo 04: Conclusiones

Al recibir la respuesta del total de los participantes, todos llegaron a concluir la misma alternativa de mejora, la cual consiste en una mejor publicidad para hacer conocido el producto, finalmente confirmaron que si aceptaban recomendarnos con otras personas, ya que contamos con un producto novedoso.

Agradecimiento por la Participación

Se les agradeció al grupo por su participación y por la calidad de respuestas que se obtuvo en las preguntas.



ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

El objetivo principal al realizar las entrevistas a profundidad es obtener la mayor cantidad de información posible en la fabricación de nuestros productos y tomar en consideración el expertis de cada uno de los entrevistados.

Encuesta de profundidad 01 sobre la fabricación de calzados

Nombre del encuestado: Ing. José Vásquez Ramírez

Empresa: Corporación Chiwan SAC

Fecha: 08/10/2016

Preguntas:

1.- ¿Cómo empieza el proceso productivo del calzado?

La fabricación del calzado comienza desde la selección del cuero y las materias primas. El proceso para fabricar calzados no ha variado significativamente a lo largo del tiempo.

Primer paso, es el corte de las piezas como la capellada, la puntera, talonera, lengüeta, Garibaldi por nombrar los principales cortes, se realiza mediante la moldura de acuerdo con la medida que se requiere o talla del calzado.

Segundo paso, unión de piezas o aparado, se reúne las piezas de un lote para su posterior elaboración, cada zapato lleva de 7 a 12 piezas según el modelo.

2.- ¿Qué maquinaria de corte se requiere?

Para el proceso de corte se necesita una máquina de nombre troqueladora que hace el corte a presión y en paralelo al corte se realiza la inspección de la piel

3.- ¿Cuál es el siguiente paso a seguir después de tener las piezas ya cortadas y unidas?

Después de tener las piezas ya unidas se debe realizar el desvaste o limado de las piezas que irán unidas a la suela con la finalidad de tener una mejor adhesión,



previamente ya se debe de haber colocado el forro de poliuretano o del material que se haya elegido.

4.- ¿Es necesario tener maquinarias de última generación o sofisticadas para esta operación, y si es necesario tener operarios calificados?

En este parte del proceso no es necesario contar con máquinas muy sofisticadas ni operarios calificados debido a que el proceso es muy sencillo de realizar.

5.- ¿Cómo se realiza el proceso del montado de la calzada?

En este proceso se selecciona la horma de acuerdo a la numeración para conformar, fijar la planta a base de chinchas esto se hace manualmente y se utiliza una máquina especial para presionar y que quede bien realizado y conformado el zapato.

6.- ¿En qué consiste el proceso del ensuelado del calzado?

Las suelas se compran hechas, primero se marca la suela, después de realiza el cardado, en la parte de la suela que se ha de pegar al corte en una máquina especial se hacen unas hendiduras para que el pegamento se impregne mejor y posteriormente se realiza el pegado de la suela, para el pegado de la suela se incrementa la temperatura en una máquina especial que pega a presión a la suela durante 30 segundos, por último se desmonta la horma.

7.- ¿Cómo se realiza el proceso del acabado?

Se debe considerar que el zapato ya pasó por un proceso de control de calidad para poder llegar a acabado, en el área de acabado se pegan las plantillas, se pintan los costados de las suelas y forros, se desmancha el zapato de residuos del proceso productivo.

Conclusiones:

Gracias a toda la investigación de todo este tiempo tuvimos la fortuna de llegar a conocer más a fondo nuestro tema y también logramos llegar a la conclusión que podemos desarrollar nuestro producto, debido a que descubrimos la demanda.

Se concluye que la fabricación de calzados para pacientes con diabetes se debe producir con materiales que aseguren el cuidado y confort de los pies de los pacientes con pérdida de sensibilidad, para evitar úlceras, llagas o daños futuros que provocan la pérdida de una de sus extremidades.

Adicionalmente se concluye que se podría sustituir algunos procesos de maquinarias con la asignación de un personal capacitado en dicho proceso, no impidiendo la compra de la maquinaria en un tiempo futuro.

Se recomienda el uso óptimo de las mantas del cuero para reducir mermas que implicarán costos.

Diagrama de flujo del proceso productivo del calzado



Figura 13.



Encuesta de profundidad 02 sobre el servicio de consulta y confección de plantillas ortopédicas a medida



Nombre del encuestado: Licenciado Ortopedista José Francisco Pinzas Malpartida

Empresa: Ortopedia Wong EIRL

Fecha: 06/10/2016

Con la ayuda del Licenciado ortopedista especializado y con amplia experiencia en el mercado ortopédico le formulamos las siguientes preguntas:

1. ¿En qué consiste el servicio de pedigrafía computarizada?

Consiste en identificar los puntos de mayor presión que recibe el pie de las personas con el peso de su cuerpo. Para que posteriormente con los resultados obtenidos se fabrique la plantilla idónea.

2. ¿Cuál es el procedimiento?

Para iniciar el procedimiento, se hace una revisión al pie del paciente, si tuviera alguna herida, ampolla o corte se detiene la atención. El pie del paciente debe estar cero heridas.

La ortopedia Wong cuenta con una herramienta llamada podómetro que es una plataforma de análisis biomecánica de la marcha, que permite obtener un resultado estático, dinámico y posturológico de la persona. La técnica utilizada es la baropometría, que significa medida del pie por presión.

El procedimiento consiste en que el paciente se pare sobre el podómetro en la posición que señala el mismo, el podómetro registra los puntos de mayor presión ejercidos en el pie y a través de una pc se imprimen los resultados.

Con el resultado se logra identificar cómo está distribuido el peso de la persona. Para diabéticos las heridas se forman donde tienen la mayor presión.

3. ¿Cuánto tiempo demora la producción de las plantillas?

Luego que la plataforma podómetro nos brinde la data de la zona donde se ejerce mayor presión en los pies, se procede a realizar un molde de yeso de la planta del

pie, para que posteriormente se fabrique la plantilla. Desde la etapa inicial hasta el proceso de fabricación de la plantilla se demora aproximadamente 20 a 25 días.

4. ¿Cuál es el periodo de uso de las plantillas?

Eso depende del trajín y peso de la persona. Lo recomendable es tener una visita de chequeo cada 3 meses para evaluar la plantilla. Para personas con trajín matutino y de gran peso se recomienda revisión de la plantilla cada 2 meses. Para personas delgadas y sin ningún ritmo de vida agitado la revisión puede ser cada 6 meses.

5. Luego de la primera cita, ¿los pacientes muestran interés para adquirir mayores plantillas y/o zapatos ortopédicos?

Definitivamente, los pacientes van sintiendo mejoría y van tomando conciencia que usar las plantillas adecuadas es lo más idóneo para sus pies



6. ¿De qué manera la medición de la presión mediante el podómetro ayuda a los pacientes con padecen diabetes?

El podómetro ayuda a identificar las zonas con mayor presión en el pie, y para el caso de personas que padecen diabetes identificar esos puntos es de suma ayuda ya que nos permite prevenir las zonas en donde puede aparecer con facilidad una ampolla, herida, callos, etc.

7. Usted teniendo una amplia experiencia en el rubro de equipos ortopédicos, ¿Cuál cree usted que es la mayor dificultad al tratar un paciente con diabetes?

Lo primero que informa la ortopedia Wong en los casos de personas que ya poseen el pie diabético, es explicar que tanto los materiales como la metodología empleada para la fabricación de las plantillas no son curativas, no aliviará el dolor, ni ayudará a cicatrizar las heridas. Por ello la política de la ortopedia es limitar la atención a personas que presenten esas situaciones.

8. Respecto a su propia experiencia en el negocio, ¿qué recomendaciones nos podría brindar?

Hacer entender claramente al paciente que el objetivo del zapato y la plantilla para diabéticos es preventiva, más no curativa.

El material más recomendado por comodidad y cuidado es el cuero guante.

Que por causa de la enfermedad el paciente va perdiendo la sensibilidad en sus pies, por ello no percibe el dolor, las heridas, el sangrado, ardor, etc. Para ello se recomienda usar medias delgadas de hilo que se ajustan perfectamente el pie, no dejando pliegues ni arrugas que puedan ocasionar alguna llaga y que sean de color claro para evidenciar o identificar alguna llaga o herida.

CONCLUSION:

En la entrevista a profundidad con el licenciado ortopedista, nos manifiesta que ha experimentado casos de médicos que padecen diabetes y que han hecho pruebas, con consentimiento de los médicos, para utilizar las plantillas cuando sus pies ya tenían heridas o llagas. Llegando a la conclusión y a la política de la empresa que dichas plantillas no son curativas y que no deben comercializarse de esa forma. Las plantillas son preventivas, aunque lo pida el paciente la ortopedia Wong no lo valida. Otro conclusión es el control que debe considerar el paciente de forma prorrativa para el cuidado de sus pies.



4.1.2.2. Cuantitativa-Descriptiva: Método de encuestas: Muestra (tamaño y cuotas)

Se han considerado los siguientes parámetros para la encuesta:

- ✓ Diseño de la Investigación: Concluyente, descriptiva
- ✓ Técnica: Encuesta personal y virtual
- ✓ Instrumento: Cuestionario que contiene 23 preguntas abiertas y cerradas.
- ✓ Universo: Hombres o Mujeres de 30 años a 75 años, del nivel socioeconómico A y B que padecen de la enfermedad de la Diabetes Mellitus.
- ✓ Tipo de muestreo: Técnica no probabilista.
- ✓ Tamaño Muestral: La muestra está compuesta por 380 personas encuestadas.
- ✓ Nivel de confianza: 95% Trabajo de campo: el levantamiento de información se realizó del 05 al 14 de octubre del 2016.

Modelo de Encuesta

“Encuesta de Mercado”

Muy buen día, nos es grato saludarlos y a la vez contar con su opinión. Para ello, hemos elaborado una encuesta la cual tomará pocos minutos en resolverla. El objetivo es obtener información sobre el conocimiento de existencia de calzados ortopédicos para personas que padecen la enfermedad de Diabetes Mellitus en Lima y al mismo tiempo evaluar la posibilidad de lanzar un producto similar al mercado.

Finalmente, buscamos descubrir cuál sería nuestro cliente objetivo para el uso de este producto.

Muchas gracias, tu opinión es muy importante para nosotros.

Atte. Grupo de Investigación

FORMATO DE ENCUESTA B2C

1.- ¿Padece de Diabetes Mellitus?

() Sí No ()



Figura 14.

Se realizaron 432 encuestas, de los cuales 380 dijeron si padecer la enfermedad de Diabetes Mellitus.

2.- Si la respuesta anterior fue negativa, dar por terminada la encuesta

De ser afirmativa la respuesta anterior; ¿Cuántos años tiene?

- a) 30 – 40
- b) 41 - 50
- c) 51 – 60
- d) 61 – 75
- e) otros

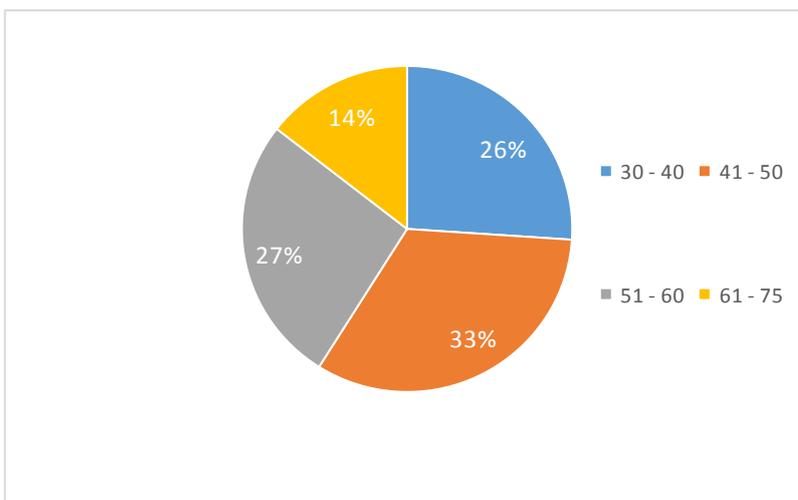


Figura 15.

3.- ¿En qué distrito vive?

- a) Jesús María
- b) Lince
- c) Pueblo Libre
- d) Magdalena del Mar
- e) San Miguel
- f) Miraflores
- g) San Isidro
- h) San Borja
- i) Santiago de Surco
- j) La Molina
- k) Otro

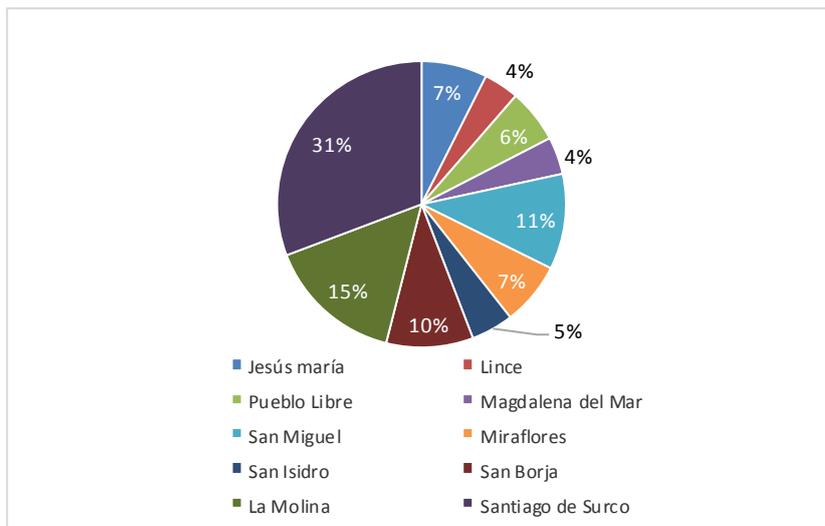


Figura 16.

4.- ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

- a) S/. 880 a S/. 1,500
- b) S/. 1,501 a S/. 3,500
- c) S/. 3,501 a S/. 6,000
- d) S/. 6,001 a S/. 8,500
- e) S/. 8,501 a S/. 10,000
- f) S/. 10,001 a S/. 13,000

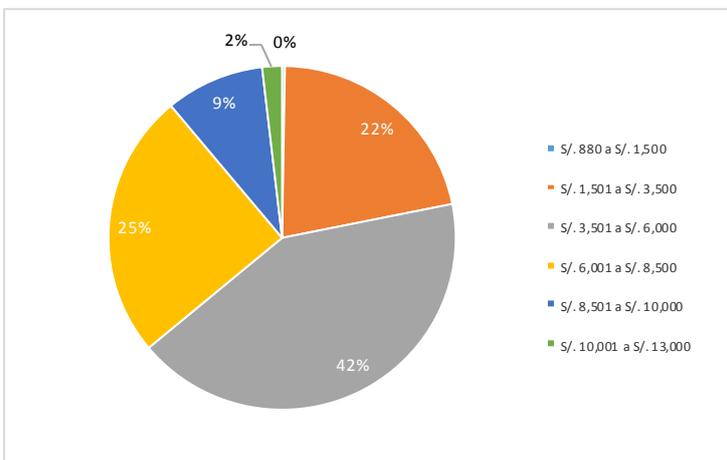


Figura 17.

- 5.- Género:
 Femenino
 Masculino

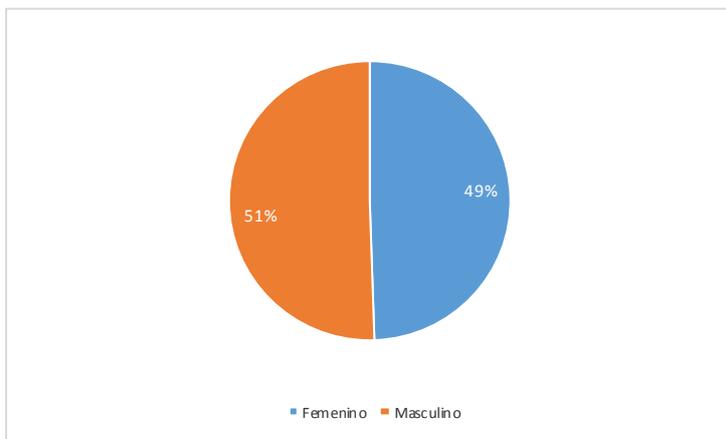


Figura 18.

6.- ¿En qué canales prefiere ir a comprar su calzado para diabético?

- Tiendas comerciales
 Centro Ortopédico
 Tienda especializada en calzado para diabético
 Ferias
 Mercado mayorista
 Otro _____

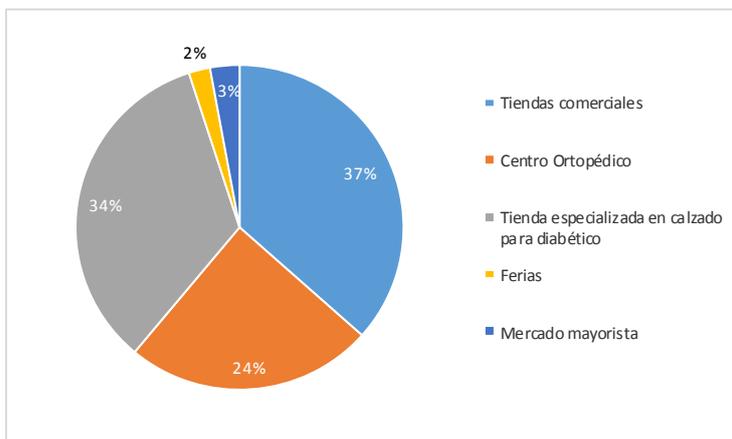


Figura 19.

7.- ¿Qué es lo primero que toma en cuenta para comprar un calzado para diabético?

Escoja 1 o en orden de importancia

- () Recomendación
- () Diseño
- () Materiales
- () Moda
- () Marca
- () Precio
- () Modelo

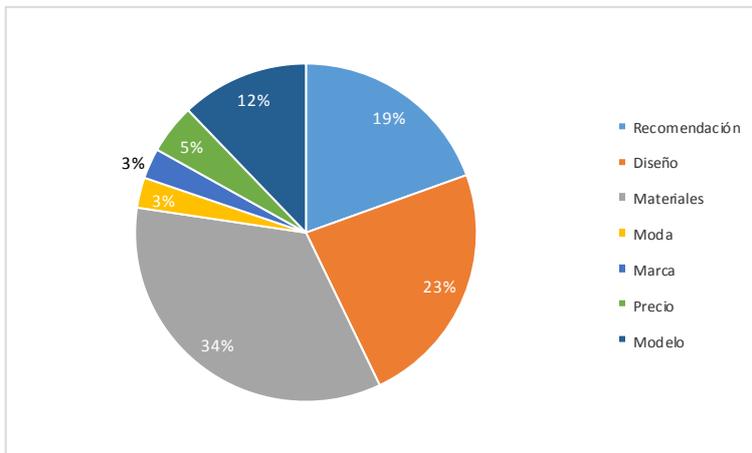


Figura 20.

8.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un calzado especializado para su enfermedad de diabetes? ¿Por qué?

- () Sí
- () No

Porque _____

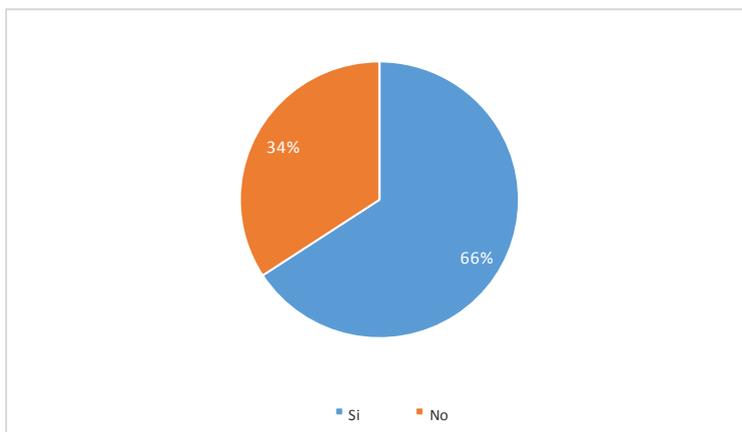


Figura 21.

Porque:

Encuentro comodidad

Cumplen con satisfacer lo que quiero en un calzado.

Me ha ido bien

Modelo y comodidad

Experiencia y satisfacción

Durabilidad

Salud

Nuestro producto Diabetic Shoes es un calzado para personas que padecen Diabetes Mellitus, hecho de cuero recubierto de badana sin costuras interiores que previene las malformaciones físicas como llagas, heridas, roces, ampollas, etc y posibles futuras amputaciones.

Nuestros modelos disponibles son mocasines, zapato cerrado y botines.



9.- ¿Compraría usted nuestro calzado ortopédico que lo ayudará en el control de su condición de pie diabético?

Definitivamente si

Si

Tal vez

No

Definitivamente no

¿Por qué? _____

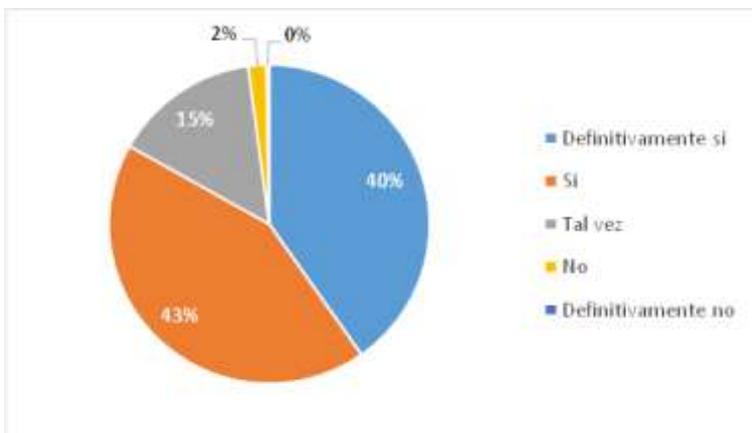


Figura 22.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo "Mocasín"?

- () Menos de S/. 200
- () Entre S/. 201 y S/. 250
- () Entre S/. 251 y S/. 300
- () Entre S/. 301 y S/. 350
- () Entre S/. 351 y S/. 400
- () Entre S/. 401 y S/. 450
- () Mayor a S/. 451

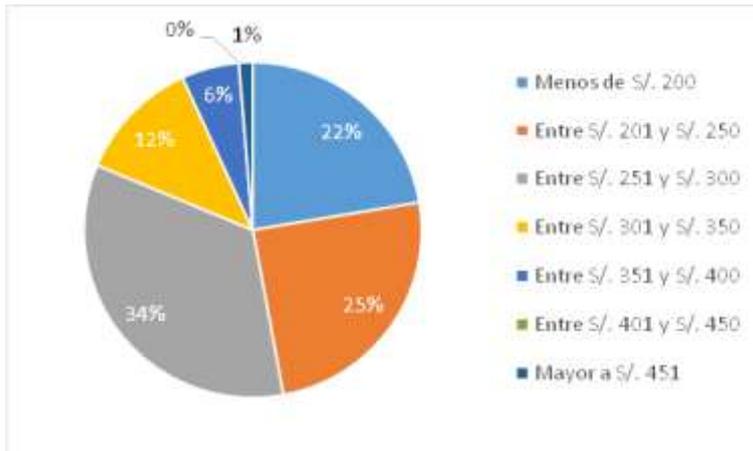


Figura 23.

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo "Zapato Cerrado"?

- () Menos de S/. 200
- () Entre S/. 201 y S/. 250
- () Entre S/. 251 y S/. 300
- () Entre S/. 301 y S/. 350
- () Entre S/. 351 y S/. 400
- () Mayor a S/. 401

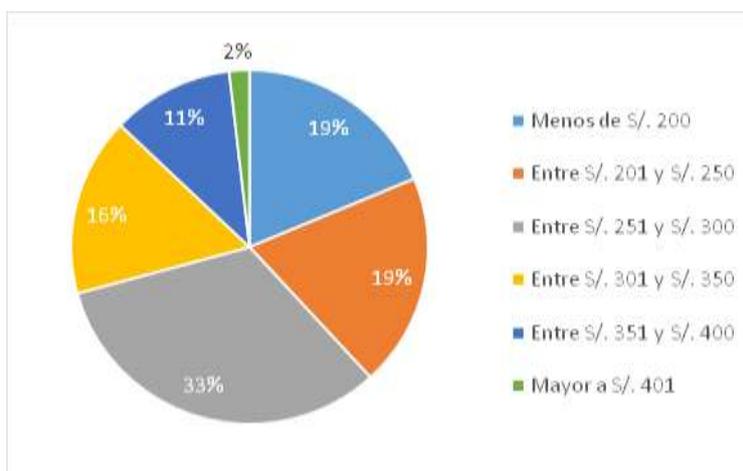


Figura 24.

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo “Botín”?

- () Menos de S/. 200
- () Entre S/. 201 y S/. 250
- () Entre S/. 251 y S/. 300
- () Entre S/. 301 y S/. 350
- () Entre S/. 351 y S/. 400
- () Entre S/. 401 y S/. 450
- () Entre S/. 451 y S/. 500
- () Mayor a S/. 501

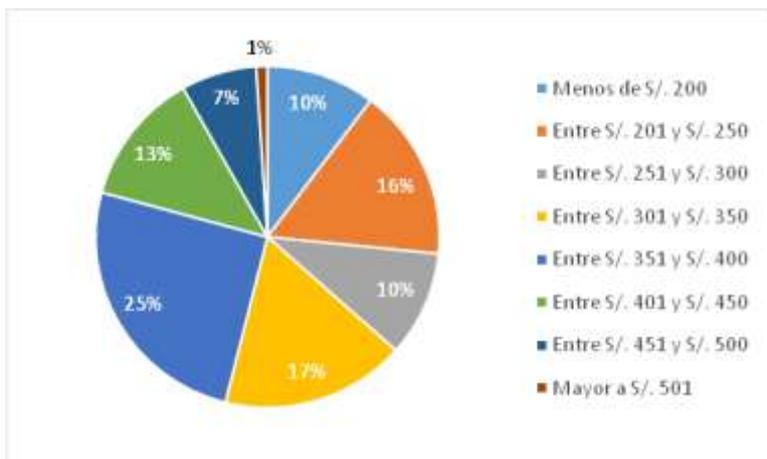


Figura 25.

13.- ¿Qué modelo de calzado ortopédico para personas con diabetes compraría?

- () Mocasín
- () Zapato cerrado
- () Botín

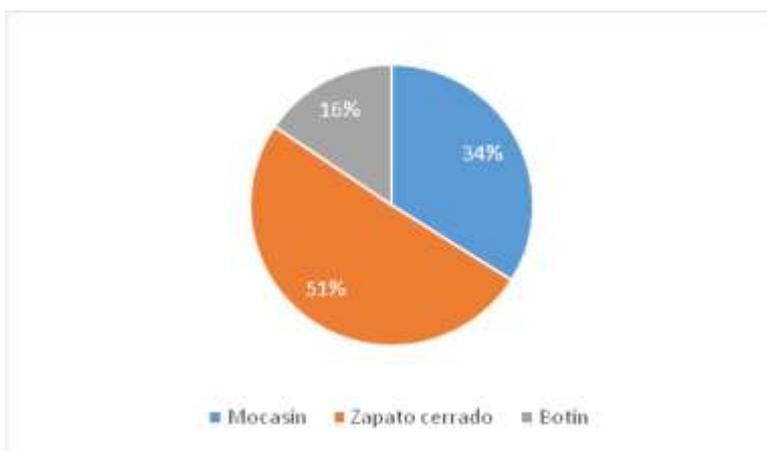


Figura 26.

14.- ¿Qué cantidad de calzados ortopédicos para diabéticos compraría usted al año de acuerdo al modelo que eligió en la pregunta anterior?

- () 1 par
- () 2 pares
- () 3 pares
- () Más de 4 pares

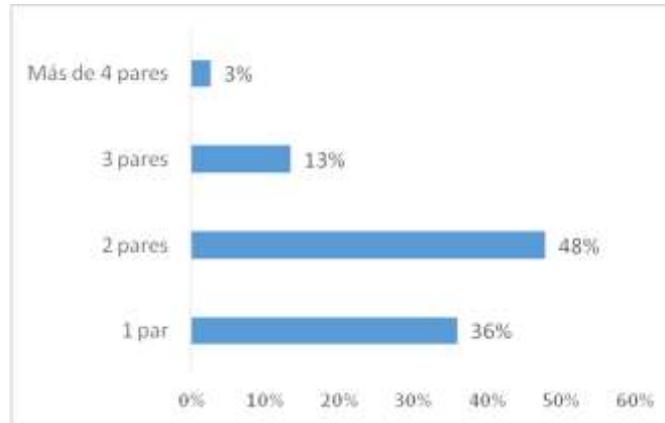


Figura 27.

15.- Marque con qué frecuencia compraría un par de calzado anualmente de acuerdo al modelo

	Mensual	Bimestral	Trimestral	Semestral	Anual
Mocasín					
Zapato cerrado					
Botín					

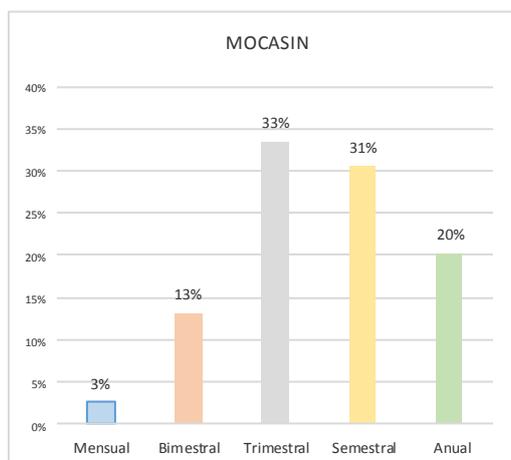


Figura 28.

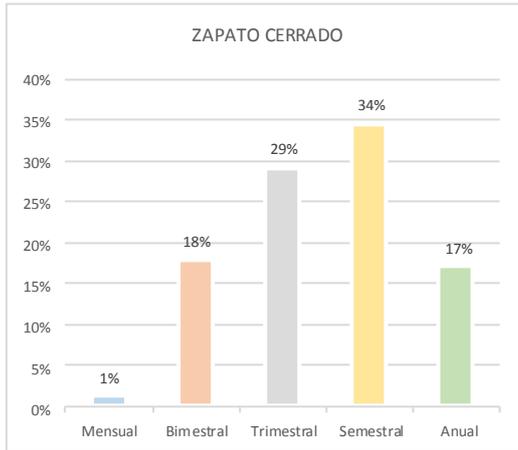


Figura 29.

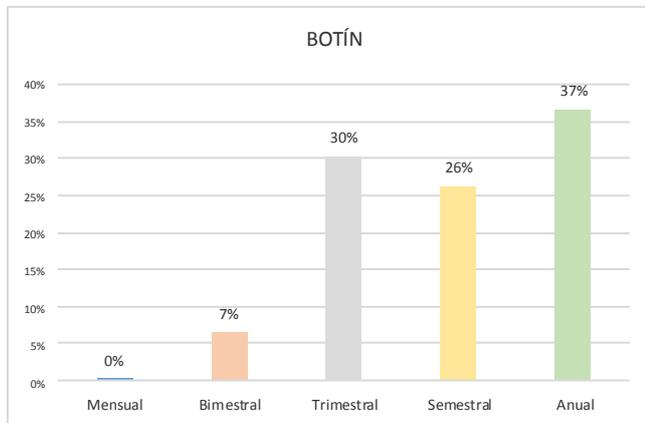


Figura 30.

16.- ¿En qué color le gustaría su calzado ortopédico para diabético?

- () Negro
- () Marrón
- () Beige
- () Blanco

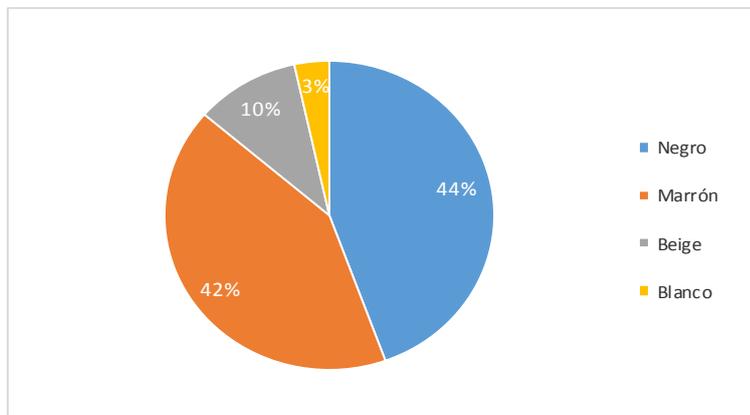


Figura 31.

17.- ¿Cuál es el atributo que consideraría más importante en el calzado Diabetic Shoes? Marque las 2 más importantes

- () Durabilidad
- () Diseño
- () Materiales empleados
- () Precio
- () Accesibilidad
- () Comodidad

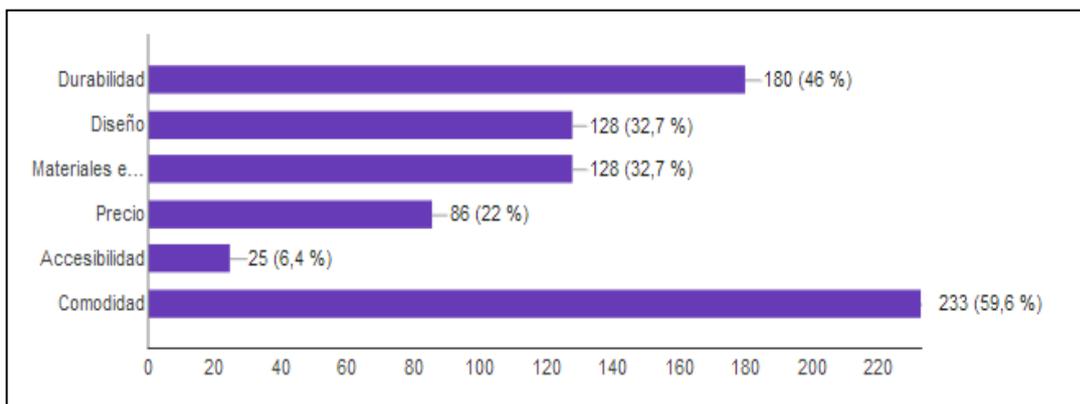


Figura 32.

18.- A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el calzado Diabetic Shoes?

- () Página Web
- () Redes Sociales
- () Volantes
- () Panel publicitario
- () Radio / Televisión
- () Folletos

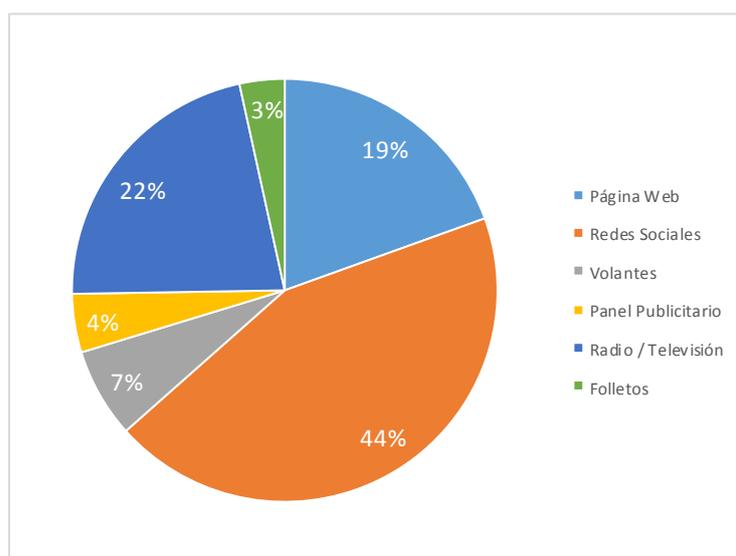


Figura 33.

19.- ¿Conoce o utiliza calzado para diabético?

() Si

() No

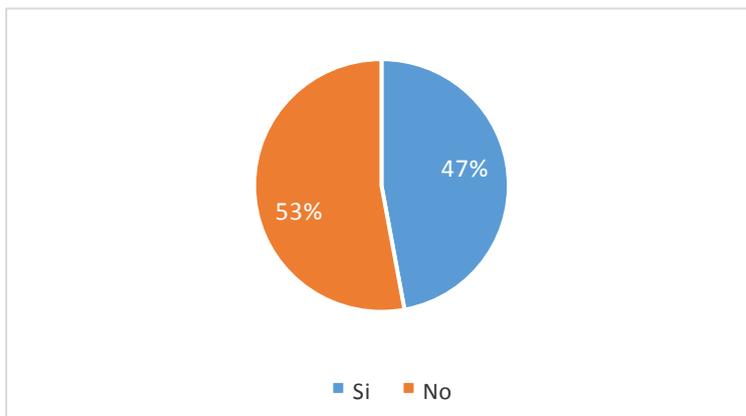


Figura 34.

20.- ¿Qué tipo de calzado usa con frecuencia?

() Zapato cerrado

() Bota

() Mocasín

() Zapatillas

() Otros _____

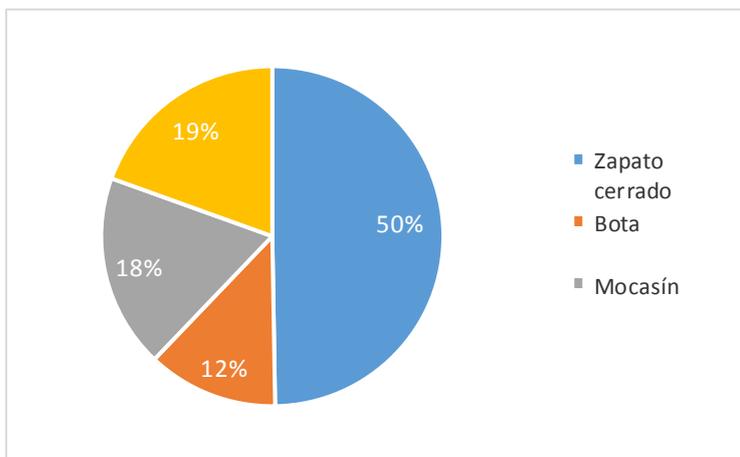


Figura 35.

21.- ¿Qué material de calzado prefiere comprar?

- () Cuero
- () Cuerina
- () Sintético
- () Tela
- () Otros _____

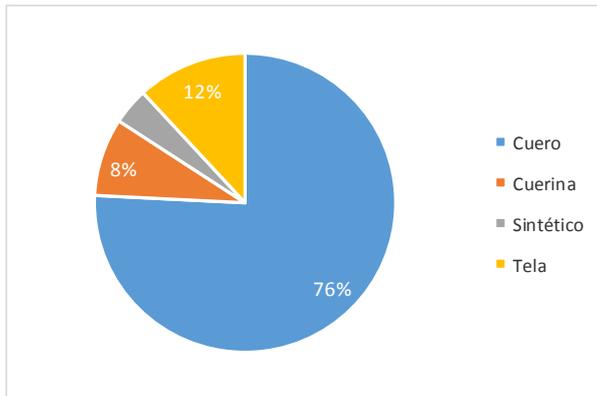


Figura 36.

22.- De la respuesta a la pregunta anterior indicar ¿Por qué?

- () Durabilidad
- () Resistencia
- () Precio
- () Comodidad
- () Otro _____

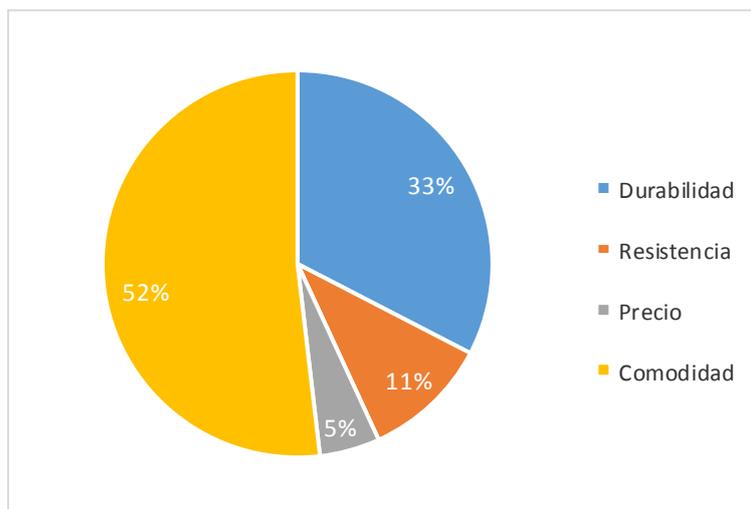


Figura 37.

23. ¿Desearías dejar algún comentario?

- Es importantes para las personas que padecen esta enfermedad por el cuidado a sus pies
- No sabía la existencia de estos zapatos
- No existe precedente de productos similares, es una gran iniciativa y sería bueno comprobar buenos resultados
- Que sería muy interesante y necesario que se tenga más tiendas que puedan vender esos zapatos para que estén más cerca de las personas que los necesitamos
- Es fundamental la comodidad de los pies.
- Difundir más este producto
- Buena opción

Análisis de resultados de las encuestas

De las encuestas realizadas, nos muestra que existe demanda potencial en el uso de zapatos ortopédicos para personas con diabetes, el 66% de la población respondió que estaría dispuesto a comprar el calzado.

Adicionalmente se encontraron predispuestos a realizar el pago de los precios recomendado por cada modelo de calzado. Esto debido a que el calzado para diabéticos tiene baja competencia; por lo que, estaríamos ingresando al mercado a competir de manera diferenciada.

También hemos podido recolectar la información de frecuencia de compras, siendo para el modelo Mocasín trimestral, para el modelo Zapato cerrado semestral y para el modelo Botín anual.

4.2 Demanda Presente (2016) y Futura (2017-2020)

Para estimar la demanda y la oferta vamos a utilizar la tasa de crecimiento de la población, específicamente comprendidas entre las edades de 25 a 75 años pertenecientes a las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana (fuente INEI).

4.2.1 Estimación del Mercado Potencial:

El mercado potencial es el resultado de multiplicar la población objetivo de hombres o mujeres pertenecientes al NSE A y B residentes en la zona 6 y 7 de Lima Metropolitana por cada uno de los parámetros antes mencionados ya sea el rango de edad. Según información válida obtenida de INEI y APEIM, se ha logrado realizar la estimación del mercado potencial que se detalla en el cuadro:

Tabla 12.
Mercado Potencial actual (2016) Año 0

Distrito	Población (2016)	Segmentación por Edad (30 - 75 años)	Segmentación por NSE "A y B"	MARCO MUESTRAL (7%)
Jesús María	88,873	51,546	36,907	2,584
Lince	47,358	27,468	19,667	1,377
Pueblo Libre	72,991	42,335	30,312	2,122
Magdalena	52,848	30,652	21,947	1,536
San Miguel	130,549	75,718	54,214	3,795
Miraflores	76,783	44,534	35,538	2,488
San Isidro	51,298	29,753	23,743	1,662
San Borja	108,032	62,659	50,002	3,500
Santiago de Surco	337,016	195,469	155,984	10,919
La Molina	169,929	98,559	78,650	5,505
Total	1,135,677	658,693	506,964	35,487

Tabla 13.
Mercado Potencial Futuro 2017 Año 1

Distrito	Población (2017)	Segmentación por Edad (30 - 75 años)	Segmentación por NSE "A y B"	MARCO MUESTRAL (7%)
Jesús María	91,347	52,981	37,935	2,655
Lince	46,324	26,868	19,237	1,347
Pueblo Libre	72,532	42,069	30,121	2,108
Magdalena	52,899	30,681	21,968	1,538
San Miguel	130,391	75,627	54,149	3,790
Miraflores	76,783	44,534	35,538	2,488
San Isidro	50,360	29,209	23,309	1,632
San Borja	108,009	62,645	49,991	3,499
Santiago de Surco	341,963	198,339	158,274	11,079
La Molina	174,351	101,124	80,697	5,649
Total	1,144,959	664,076	511,218	35,785

Tabla 14.
Mercado Potencial Futuro 2018 Año 2

Distrito	Población (2018)	Segmentación por Edad (30 - 75 años)	Segmentación por NSE "A y B"	MARCO MUESTRAL (7%)
Jesús María	93,972	54,504	39,025	2,732
Lince	45,280	26,262	18,804	1,316
Pueblo Libre	72,060	41,795	29,925	2,095
Magdalena	52,955	30,714	21,991	1,539
San Miguel	130,216	75,525	54,076	3,785
Miraflores	75,657	43,881	35,017	2,451
San Isidro	49,405	28,655	22,867	1,601
San Borja	107,988	62,633	49,981	3,499
Santiago de Surco	346,899	201,201	160,559	11,239
La Molina	178,841	103,728	82,775	5,794
Total	1,153,273	668,898	515,019	36,051

Tabla 15.
Mercado Potencial Futuro **2019 Año 3**

Distrito	Población (2019)	Segmentación por Edad (30 - 75 años)	Segmentación por NSE "A y B"	MARCO MUESTRAL (7%)
Jesús María	96,758	56,120	40,182	2,813
Lince	44,230	25,653	18,368	1,286
Pueblo Libre	71,582	41,518	29,727	2,081
Magdalena	53,023	30,753	22,019	1,541
San Miguel	130,036	75,421	54,001	3,780
Miraflores	74,506	43,213	34,484	2,414
San Isidro	48,438	28,094	22,419	1,569
San Borja	107,979	62,628	49,977	3,498
Santiago de Surco	351,858	204,078	162,854	11,400
La Molina	183,418	106,382	84,893	5,943
Total	1,161,828	673,860	518,924	36,325

Tabla 16.
Mercado Potencial Futuro **2020 Año 4**

Distrito	Población (2020)	Segmentación por Edad (30 - 75 años)	Segmentación por NSE "A y B"	MARCO MUESTRAL (7%)
Jesús María	99,687	57,818	41,398	2,898
Lince	43,164	25,035	17,925	1,255
Pueblo Libre	71,084	41,229	29,520	2,066
Magdalena	53,090	30,792	22,047	1,543
San Miguel	129,825	75,299	53,914	3,774
Miraflores	73,316	42,523	33,934	2,375
San Isidro	47,449	27,520	21,961	1,537
San Borja	107,960	62,617	49,968	3,498
Santiago de Surco	356,772	206,928	165,128	11,559
La Molina	188,046	109,067	87,035	6,092
Total	1,170,393	678,828	522,831	36,598

Mostramos cuadro resumen de nuestro mercado potencia:

Tabla 17.

AÑO	MERCADO POTENCIAL	UNIDAD
2016	35,487	personas con Diabetes
2017	35,785	personas con Diabetes
2018	36,051	personas con Diabetes
2019	36,325	personas con Diabetes
2020	36,598	personas con Diabetes



Figura 38.

4.2.2 Estimación del Mercado Disponible:

El mercado disponible es la población que deriva del mercado potencial, luego de aplicar según los resultados de la encuesta mediante 2 preguntas que serán explicadas líneas abajo. Se ha logrado realizar la estimación del mercado disponible que se detalla en el cuadro:

$$\text{Mercado Disponible} = (\text{Mercado Potencial}) * (\text{Filtro pregunta 8}) * (\text{Filtro pregunta 9})$$

Pregunta 8

¿Estaría dispuesto a utilizar un calzado especializado para su enfermedad de diabetes?

El 66 % respondió que SI

Pregunta 9

¿Compraría usted nuestro calzado ortopédico que lo ayudará en el control de su condición de pie diabético?

El 40 % respondió DEFINITIVAMENTE SI

El 43 % respondió SI

Tabla 18.
Mercado Disponible actual (2016)

Zona	Mercado potencial (2016)	Pregunta filtro válida		Total Mercado disponible
		¿Estaría dispuesto a utilizar un calzado especializado para su enfermedad de diabetes?	¿Compraría usted nuestro calzado ortopédico que lo ayudará en el control de su condición de pie diabético?	
Jesús María	2,584	66.0%	83.0%	1,415
Lince	1,377			754
Pueblo Libre	2,122			1,162
Magdalena	1,536			842
San Miguel	3,795			2,079
Miraflores	2,488			1,363
San Isidro	1,662			910
San Borja	3,500			1,917
Surco	10,919			5,981
Molina	5,505			3,016
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	35,487	66.0%	83.0%	19,440

Tabla 19.
Mercado Disponible Futuro 2017 – 2020 (04 años)

AÑO	MERCADO DISPONIBLE	UNIDAD
2016	19,440	personas con Diabetes
2017	19,603	personas con Diabetes
2018	19,749	personas con Diabetes
2019	19,899	personas con Diabetes
2020	20,048	personas con Diabetes



Figura 39.

4.2.3 Estimación del Mercado Efectivo:

Hemos determinado nuestro mercado efectivo por medio de la pregunta 10 de filtro que se refiere a los que estaría dispuesto a pagar por cada modelo de zapato.

El mercado efectivo se ha calculado de la multiplicación del mercado disponible por el porcentaje de respuesta del precio promedio de nuestros calzados según los modelos: mocasín, cerrado y botín

Mercado efectivo zapato mocasín.

$$\text{Mercado Efectivo Mocasín} = (\text{Mercado Disponible}) * (\text{Filtro pregunta 10})$$

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo “Mocasín”?

El 33.1 % respondió que compraría nuestro zapato al precio promedio (S/ 251 a S/ 300)

El 19% respondió que compraría nuestro zapato por precio superior a S/ 301

Tabla 20.
Mercado Efectivo actual (2016)

Zona	Mercado disponible (2016)	Pregunta filtro válida	Total Mercado efectivo
		Compraría zapatos mocasín del rango de precios (S/ 251 a 300)	
Jesús María	1,415	52.10%	251
Lince	754		134
Pueblo Libre	1,162		206
Magdalena	842		149
San Miguel	2,079		368
Miraflores	1,363		241
San Isidro	910		161
San Borja	1,917		340
Surco	5,981		1,060
Molina	3,016		534
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	19,440		33.1%

Tabla 21.
 Mercado Efectivo Futuro 2017 – 2020 (04 años) para zapatos tipo Mocasin

Zona	Mercado efectivo (2017)	Mercado efectivo (2018)	Mercado efectivo (2019)	Mercado efectivo (2020)
Jesús María	258	265	273	281
Lince	131	128	125	122
Pueblo Libre	205	203	202	201
Magdalena	149	149	150	150
San Miguel	368	367	367	366
Miraflores	241	238	234	230
San Isidro	158	155	152	149
San Borja	340	340	339	339
Surco	1,075	1,091	1,106	1,122
Molina	548	562	577	591
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	3,473	3,498	3,525	3,551

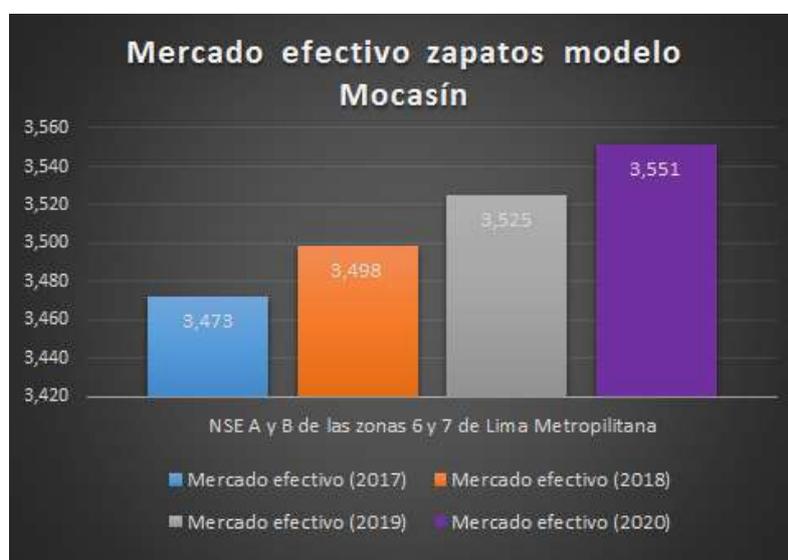


Figura 40.

Mercado efectivo zapato cerrado.

Mercado Efectivo zapato cerrado= (Mercado Disponible) * (Filtro pregunta 10)

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo “Zapato cerrado”?

El 33 % respondió que compraría nuestro zapato al precio promedio (S/ 251 a S/ 300)

El 29% respondió que compraría nuestro zapato por precio superior a S/ 301

Tabla 22.
Mercado Efectivo actual (2016)

Zona	Mercado disponible (2016)	Pregunta filtro válida	Total Mercado efectivo
		Compraría zapatos cerrados del rango de precios (S/ 301 a 350)	
Jesús María	1,415	62.0%	439
Lince	754		234
Pueblo Libre	1,162		360
Magdalena	842		261
San Miguel	2,079		644
Miraflores	1,363		422
San Isidro	910		282
San Borja	1,917		594
Surco	5,981		1,854
Molina	3,016		935
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	19,440		62.0%

Tabla 23.
Mercado Efectivo Futuro 2017 – 2020 (04 años) para zapatos tipo Cerrado

Zona	Mercado efectivo (2017)	Mercado efectivo (2018)	Mercado efectivo (2019)	Mercado efectivo (2020)
Jesús María	451	464	478	492
Lince	229	224	218	213
Pueblo Libre	358	356	353	351
Magdalena	261	261	262	262
San Miguel	644	643	642	641
Miraflores	422	416	410	403
San Isidro	277	272	267	261
San Borja	594	594	594	594
Surco	1,881	1,909	1,936	1,963
Molina	959	984	1,009	1,035
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	6,077	6,122	6,169	6,215

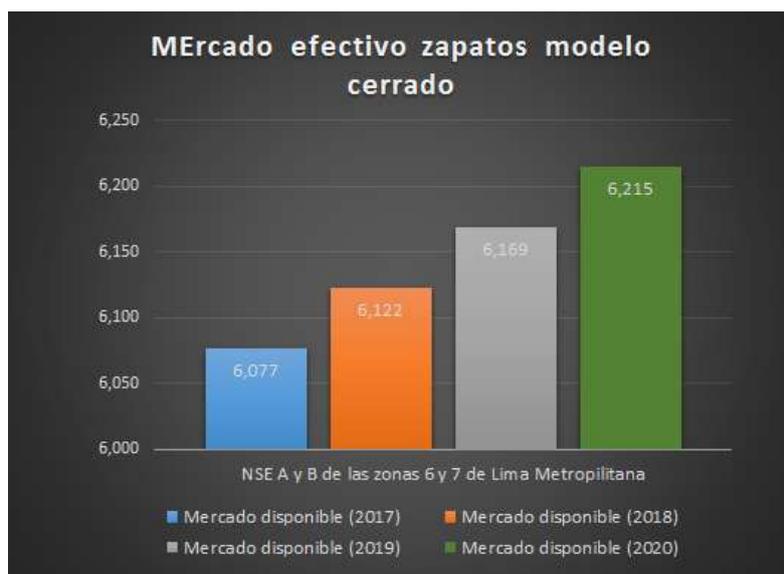


Figura 41.

Mercado efectivo zapato botín.

$$\text{Mercado Efectivo zapato Botín} = (\text{Mercado Disponible}) * (\text{Filtro pregunta 10})$$

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo “Zapato botín”?

El 25 % respondió que compraría nuestro zapato al precio promedio (S/ 351 a S/ 400)
El 21% respondió que compraría nuestro zapato por precio superior a S/ 401

Tabla 24.
Mercado Efectivo actual (2016)

Zona	Mercado disponible (2016)	Pregunta filtro válida	Total Mercado efectivo	
		Compraría zapatos botín del rango de precios (S/ 351 a 400)		
Jesús María	1,415	46.0%	104	
Lince	754		56	
Pueblo Libre	1,162		86	
Magdalena	842		62	
San Miguel	2,079		153	
Miraflores	1,363		100	
San Isidro	910		67	
San Borja	1,917		141	
Surco	5,981		440	
Molina	3,016		222	
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	19,440		46.0%	1,431

Tabla 25.
Mercado Efectivo Futuro 2017 – 2020 (04 años) para zapatos tipo Botín

Zona	Mercado efectivo (2017)	Mercado efectivo (2018)	Mercado efectivo (2019)	Mercado efectivo (2020)
Jesús María	107	110	113	117
Lince	54	53	52	51
Pueblo Libre	85	84	84	83
Magdalena	62	62	62	62
San Miguel	153	153	152	152
Miraflores	100	99	97	96
San Isidro	66	65	63	62
San Borja	141	141	141	141
Surco	447	453	460	466
Molina	228	234	240	246
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	1,443	1,454	1,465	1,476

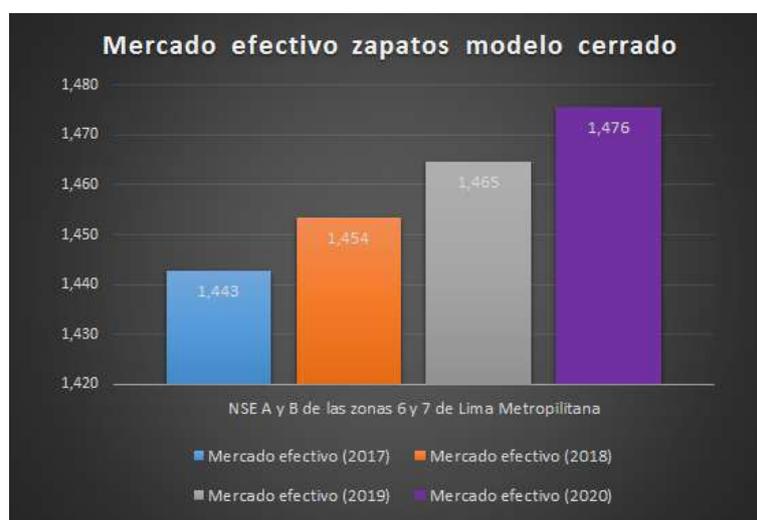


Figura 42.

Tabla 26.
Resumen mercado efectivo por tipo de zapato.

TIPO DE CALZADO	2016	2017	2018	2019	2020
Mocasín	3,444	3,473	3,498	3,525	3,551
Cerrado	6,026	6,077	6,122	6,169	6,215
Botín	1,431	1,443	1,454	1,465	1,476
TOTAL	10,901	10,992	11,074	11,158	11,242

4.2.4 Estimación del Mercado Objetivo:

Hemos determinado nuestro mercado objetivo por medio de los 5 factores siguientes: Nivel de competitividad, número de competidores, capacidad de planta y visibilidad de los canales.

De estos factores elegimos la visibilidad de canales ya que solo contaremos con una tienda y nos limitará el abarcar con facilidad todos los distritos de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana.

El criterio del grupo fue asignarle 15% de ponderación (porcentaje del distrito de mayor población con respecto a los demás).

Tabla 27.

Mercado objetivo zapato mocasín (2016)

Zona	Mercado efectivo (2016)	Ponderación por visibilidad en los canales	Total Mercado objetivo	
Jesús María	251	15.0%	38	
Lince	134		20	
Pueblo Libre	206		31	
Magdalena	149		22	
San Miguel	368		55	
Miraflores	241		36	
San Isidro	161		24	
San Borja	340		51	
Surco	1,060		159	
Molina	534		80	
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	3,444		15.0%	517

Tabla 28.

Mercado objetivo Futuro 2017 – 2020 (04 años) para zapatos tipo Mocasín

Zona	Mercado objetivo (2017)	Mercado objetivo (2018)	Mercado objetivo (2019)	Mercado objetivo (2020)
Jesús María	39	40	41	42
Lince	20	19	19	18
Pueblo Libre	31	30	30	30
Magdalena	22	22	22	22
San Miguel	55	55	55	55
Miraflores	36	36	35	35
San Isidro	24	23	23	22
San Borja	51	51	51	51
Surco	161	164	166	168
Molina	82	84	86	89
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	521	525	529	533

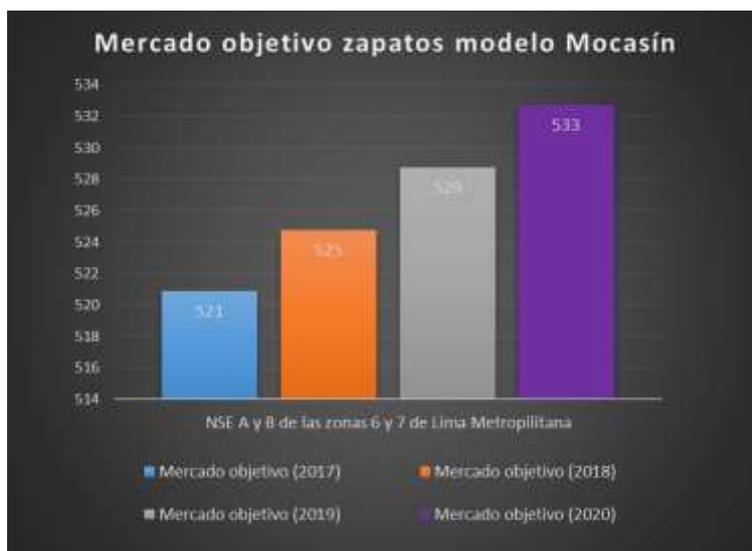


Figura 43.

Tabla 29.
Mercado objetivo zapato cerrado (2016)

Zona	Mercado efectivo (2016)	Ponderación por visibilidad en los canales	
Jesús María	439	15.0%	66
Lince	234		35
Pueblo Libre	360		54
Magdalena	261		39
San Miguel	644		97
Miraflores	422		63
San Isidro	282		42
San Borja	594		89
Surco	1,854		278
Molina	935		140
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	6,026		15.0%

Tabla 30.
Mercado objetivo Futuro 2017 – 2020 (04 años) para zapatos tipo Cerrado

Zona	Mercado objetivo (2017)	Mercado objetivo (2018)	Mercado objetivo (2019)	Mercado objetivo (2020)
Jesús María	Jesús María	68	70	72
Lince	Lince	34	34	33
Pueblo Libre	Pueblo Libre	54	53	53
Magdalena	Magdalena	39	39	39
San Miguel	San Miguel	97	96	96
Miraflores	Miraflores	63	62	61
San Isidro	San Isidro	42	41	40
San Borja	San Borja	89	89	89
Surco	Surco	282	286	290
Molina	Molina	144	148	151
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	912	918	925	932



Figura 44.

Tabla 31.
Mercado objetivo zapato botín (2016)

Zona	Mercado efectivo (2016)	Ponderación por visibilidad en los canales	
Jesús María	104	15.0%	16
Lince	56		8
Pueblo Libre	86		13
Magdalena	62		9
San Miguel	153		23
Miraflores	100		15
San Isidro	67		10
San Borja	141		21
Surco	440		66
Molina	222		33
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	1,431		15.0%

Tabla 32.
Mercado objetivo Futuro 2017 – 2020 (04 años) para zapatos tipo Cerrado

Zona	Mercado objetivo (2017)	Mercado objetivo (2018)	Mercado objetivo (2019)	Mercado objetivo (2020)
Jesús María	16	17	17	18
Lince	8	8	8	8
Pueblo Libre	13	13	13	12
Magdalena	9	9	9	9
San Miguel	23	23	23	23
Miraflores	15	15	15	14
San Isidro	10	10	9	9
San Borja	21	21	21	21
Surco	67	68	69	70
Molina	34	35	36	37
NSE A y B de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana	216	218	220	221



Figura 45.

Tabla 33.
Resumen mercado objetivo por tipo de zapato.

TIPO DE CALZADO	2016	2017	2018	2019	2020
Mocasín	517	521	525	529	533
Cerrado	904	912	918	925	932
Botín	215	216	218	220	221
TOTAL	1,635	1,649	1,661	1,674	1,686

4.2.5 Cuantificación anual de la demanda:

Para determinar nuestra demanda anual tomaremos como referencia la cantidad de calzado ortopédico que compraría al año de acuerdo a los resultados de la encuesta. La proporción de compras del producto también se ve afectada por la temporada, así como también las condiciones económicas también afectan la oportunidad de compra, es por eso que este producto está dirigido a la zona 6 y 7 del NSE A y B.

Tabla 34.

Demanda anual de zapatos modelo Mocasín:

Cuantificación anual de la demanda de zapatos modelo mocasín				
Año	2017	2018	2019	2020
Mercado objetivo	521	525	529	533
Cantidad promedio de pares (2 al año)	2	2	2	2
Demanda total anual Mocasín	1,042	1,049	1,057	1,065

Tabla 35.

Demanda anual de zapatos modelo Cerrado:

Cuantificación anual de la demanda de zapatos modelo cerrado				
Año	2017	2018	2019	2020
Mercado objetivo	912	918	925	932
Cantidad promedio de pares (3 al año)	3	3	3	3
Demanda total anual Cerrado	2,735	2,755	2,776	2,797

Tabla 36.

Demanda anual de zapatos modelo Botín:

Cuantificación anual de la demanda de zapatos modelo botín				
Año	2017	2018	2019	2020
Mercado objetivo	216	218	220	221
Cantidad promedio de pares (2 al año)	2	2	2	2
Demanda total anual botín	433	436	439	443

Tabla 37.

Resumen cuantificación de la demanda anual por tipo de calzado:

Resumen cuantificación de la demanda anual por tipo de zapato				
	2017	2018	2019	2020
Demanda total anual Mocasín	1,042	1,049	1,057	1,065
Demanda total anual Cerrado	2,735	2,755	2,776	2,797
Demanda total anual Botín	433	436	439	443
Total demanda anual	4,209	4,241	4,273	4,305

4.2.6 Programa de ventas anuales en unidades físicas

El programa anual de ventas es el conjunto de actividades donde se proyectan las ventas que se estiman realizar, a fin de que se logre las metas e incrementar los volúmenes de ventas.

Relacionamos nuestro programa de ventas anuales con el índice de crecimiento de diabetes para estos años el cual es de 2% al año.⁵

Consideramos estacionalidad todo el año y un castigo de visibilidad para los 5 primeros meses del año.

Tabla 38.

Programa de ventas anuales en unidades				
	2017	2018	2019	2020
Demanda total anual Mocasín	1042	1049	1057	1065
Demanda total anual Cerrado	2735	2755	2776	2797
Demanda total anual Botín	433	436	439	443
Total demanda anual	4209	4241	4273	4305

⁵ <http://www.minsa.gob.pe/portada/Especiales/2015/diabetes/index.asp?pg=1>

Tabla 39.

Programa de ventas anuales en unidades monetarias por tipo de calzado:

Programa de ventas anuales en unidades monetarias - Mocasín (S/ 260)				
	2017	2018	2019	2020
Demanda total anual Mocasín	1,042	1,049	1,057	1,065
Venta total S/	S/. 270,856	S/. 272,869	S/. 274,938	S/. 277,008

Tabla 40.

Programa de ventas anuales en unidades monetarias - Cerrado (S/ 280)				
	2017	2018	2019	2020
Demanda total anual Cerrado	2735	2755	2776	2797
Venta total S/	S/. 765,700	S/. 771,393	S/. 777,242	S/. 783,093

Tabla 41.

Programa de ventas anuales en unidades monetarias - Botín (S/ 380)				
	2017	2018	2019	2020
Demanda total anual Cerrado	433	436	439	443
Venta total S/	S/. 164,478	S/. 165,701	S/. 166,958	S/. 168,215

Tabla 42.

Resumen del programa de venta monetaria global:

Resumen de ventas anuales				
	2017	2018	2019	2020
Venta anual S/ Mocasín	S/. 270,856	S/. 272,869	S/. 274,938	S/. 277,008
Venta anual S/ Cerrado	S/. 765,700	S/. 771,393	S/. 777,242	S/. 783,093
Venta anual S/ Botín	S/. 164,478	S/. 165,701	S/. 166,958	S/. 168,215
Venta total	S/. 1,201,034	S/. 1,209,964	S/. 1,219,138	S/. 1,228,315

4.2.7 Programa de ventas del primer año, en porcentajes y unidades físicas, desagregadas en forma mensual.

2017

Tabla 43.

Programa de ventas del primer año (2017)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
MOCASÍN	43	52	61	69	78	87	87	87	87	87	87	87	912

Tabla 44.

Programa de ventas del primer año (2017)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%
CERRADO	114	137	160	182	205	228	228	228	228	228	228	228	2,393

Tabla 45.

Programa de ventas del primer año (2017)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
BOTIN	18	22	25	29	32	36	36	36	36	36	36	36	379

4.2.8 Programa de ventas del segundo al cuarto año (2018 al 2020), en porcentajes, desagregados en forma mensual.

2018

Tabla 46.

Programa de ventas del primer año (2018)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
MOCASÍN	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	1,049

Tabla 47.

Programa de ventas del primer año (2018)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%
CERRADO	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2,755

Tabla 48.

Programa de ventas del primer año (2018)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
BOTIN	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	436

2019

Tabla 49.

Programa de ventas del primer año (2019)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
MOCASÍN	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	1,057

Tabla 50.

Programa de ventas del primer año (2019)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%
CERRADO	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	2,776

Tabla 51.

Programa de ventas del primer año (2019)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
BOTIN	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	439

2020

Tabla 52.

Programa de ventas del primer año (2020)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%
MOCASÍN	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	1,065

Tabla 53.

Programa de ventas del primer año (2020)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%
CERRADO	233	233	233	233	233	233	233	233	233	233	233	233	2,797

Tabla 54.

Programa de ventas del primer año (2020)													
(expresados en número de unidades por presentación)													
tipo de presentación	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
BOTIN	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	443

4.3 Micro Entorno

4.3.1 Competidores Actuales: Nivel de Competitividad

En este punto se puede decir que el nivel de competitividad es bajo, ya que competimos con pocas ortopedias que proveen los zapatos para diabéticos, nosotros fabricaremos el calzado que prevendrá su salud contra el pie diabético.

Mientras se vaya conociendo más datos del nicho de zapatos para diabéticos; crecerá la competencia, como la población no tiene mayor conocimiento sobre la necesidad de los zapatos para diabéticos, hay un perfil bajo en la confección de dichos zapatos.

En el mercado local contamos con los siguientes competidores:

- Ortopedia Wong : Ubicado en la Av. Petit thouars 4585, Lima
- Ortopedia Fabián : Ubicado en la Av. Petit thouars 2815, Lima
- Riberox : Ubicado C.C Mall Plaza 1er Sótano, Tienda C17 y C18
Trujillo
- V-Med Healthcare : Ubicado en Jirón Tacna 887, Magdalena del Mar

4.3.2 Fuerza Negociadora de los clientes

La Fuerza negociadora de los clientes en nuestro caso es baja, ya que nosotros nos vamos a dirigir a personas que cuenten con la enfermedad Diabetes Mellitus, eso quiere decir que nos dirigimos a un nicho de mercado específico, la finalidad de nuestra empresa es brindar un producto de mayor comodidad y a un buen precio el cual ayudará a prevenir y mejorar la calidad de vida del cliente. Además que la diferencia es que nosotros somos los fabricantes del calzado habiendo otras empresas que solo importan.

4.3.3 Fuerza Negociadora de los Proveedores

Los proveedores tienen cierto nivel de negociación sobre un sector ya que pueden usar diferentes herramientas como aumento de precios o reducción de calidad, pero en nuestro caso la fuerza de los proveedores es baja ya que en el mercado contamos con distintas curtiembres y esto hace que podamos tener mayor opciones de compra y las ajustemos a nuestras necesidades.

Dentro de las principales Curtiembres encontramos:

1. A. y H. TALAVERA Y CUEROS S.A.

Av. Los Bambúes 867 Canto Rey, San Juan de Lurigancho
Lima
Tel: 388-8876

2. BAJIO SA EMA SUCURSAL EN EL PERU

Mz E LT 6,7 y 8 URB. S. Francisco Ate Lima 03
Tel: 51-1-3263270 / 51-1-3263280 Fax: 51-1-3263270

3. CHAVEZ VIRRUETA HNOS. S.A.

Las Fábricas 158
Lima
Tel: 336-7987

4.3.4 Amenaza de Productos Sustitutos

El calzado ortopédico para diabéticos no debería ser fácilmente sustituible ya que cumplen una función especializada, Diabetic Shoes está enfocado en la prevención de pie diabético para personas que sufren dicha enfermedad, se puede decir que nuestros productos sustitutos serían los zapatos hechos a medida o zapatos comerciales, con diferentes materiales, que no sean exactamente cuero pero que les de la comodidad que ellos solicitan, al pasar el tiempo dichos clientes optarían por nuestra oferta ya que remarcamos que nuestro producto no solo se basa en diseño y comodidad, si no, que buscamos la prevención de la salud de las persona que sufren de Diabetes Millitus.

Una de nuestras estrategias será realizar un producto de alta comodidad, de material de cuero y con diferentes modelos, de los cuales al no calzar con nuestro cliente, este puede solicitarnos prepararle uno a su medida.

4.3.5 Competidores potenciales barreras de Entrada

Barreras de entrada:

- El Desconocimiento del producto por parte de la Población que sufre y que no sufre la enfermedad Diabetes Mellitus.
- Se necesita maquinaria especializada (scanner de pie), así que los requerimientos de capital son altos, lo que aumenta las barreras de entrada y de salida.
- La Existencia de economías de escala. Producir volúmenes mayores reduce el costo unitario del producto.

CAPÍTULO V: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1. Estrategias Específicas de Lanzamiento del Producto

Consideramos en esta etapa de lanzamiento para el producto participar en las campañas y charlas de prevención y control de las personas que padecen diabetes, conjuntamente con las municipalidades de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana, para ello solicitaremos las fechas de realización de estas campañas a lo largo del año, la promoción del producto a través de la radio, televisión y redes sociales compartiremos nuestro lanzamiento con todos nuestros contactos, también diseñaremos una página web para informar sobre las características y beneficios de nuestro producto.

5.2 Mezcla de Marketing

5.2.1 Producto

Nuestro producto es un calzado ortopédico para personas con la enfermedad de diabetes, con la finalidad de prevenir las malformaciones físicas (llagas, heridas, roces) que sufren las personas en sus pies por la deformación natural que tiene el paciente con esta enfermedad, por ello es importante utilizar el calzado adecuado que los ayude a mejorar su calidad de vida.

Características y beneficios de calzado ortopédico:

- Horma amplia en altura y en anchura con puntera redondeada, que se adapta al ancho del pie. Se evitan así las presiones y rozaduras en la zona metatarsal. La altura y profundidad de la horma favorecen a la zona de los dedos, contribuyendo a evitar lesiones, ya que evitan puntos de presión.
- Cuero guante blando y flexible, que proporciona una adecuada temperatura y facilita la transpiración. Además, el cuero proporciona firmeza y flexibilidad.
- Suela gruesa de goma (PU) con densidad especial, que actúa como una capa protectora del pie y evita desequilibrios en el reparto de las cargas corporales.
- Aplicación de velcro que tiene la ventaja de adaptarse a pequeñas deformidades del pie, edemas e inflamaciones.
- Plantillas de poliuretano, cuyo objetivo es disminuir la presión vertical sobre zonas del pie que están sometidas a una carga excesiva.

Nuestra empresa inicialmente lanzara al mercado:

* Damas: Mocasín y Calzado clásico y botín

* Caballeros: Mocasín, Calzado clásico y botín

Nombre: Diabetic Shoes
Slogan “La salud desde tus pies”

Antes de la investigación



Después de la investigación



Empaque: El calzado viene empacado en una caja individual de cartón de medidas 32cm x 23cm x 13cm medida universal (largo x ancho x alto) que protege el contenido de raspones, manchas y facilita la manipulación del producto.



Etiqueta

En el contenido de la etiqueta que será puesta a disposición de los consumidores se deberá incorporar de forma clara y comprensible la información veraz y suficiente sobre las características del producto:

- Indicador de talla

- Identificar los materiales de las cuatro partes que componen el calzado (capellada, el forro, plantilla y suela) de acuerdo con los pictogramas e indicaciones textuales.
- País de origen “ Hecho en Perú” “Fabricado en..”
- Identificación el fabricante



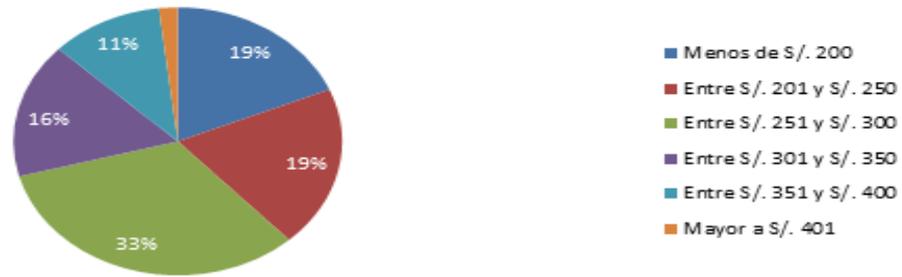
5.2.2 Precio

La forma en la que se fijaran los precios es adicionándole la utilidad esperada al costo, tomando en cuenta los precios que se planteó en la encuesta generada y cuanto estarían dispuesta a pagar, eso sí tratando de hacerle frente a los competidores sin entrar en pérdidas. En general los precios que se plantearon serán muy accesibles para nuestro segmento de clientes.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo "Mocasín"?



11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo "Zapato Cerrado"?



12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el calzado ortopédico para diabético modelo "Botín"?



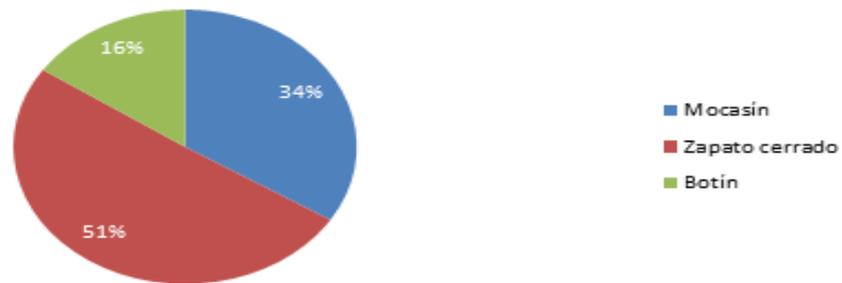
5.2.3 Plaza

La plaza indicada será nuestro mercado objetivo, es decir Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena del Mar y San Miguel) y Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Santiago de Surco y La Molina), nivel socio económico "A" y "B" y personas de 30 años a 75 años de edad.

Los canales para la distribución de nuestro producto será **B2C**, esto quiere decir que se venderá directamente a los clientes.

- Planta de fabricación distrito de Chorrillos.
- Tienda para venta de nuestros productos en el distrito Santiago de Surco.

13. ¿Qué modelo de calzado ortopédico para personas con diabetes compraría?

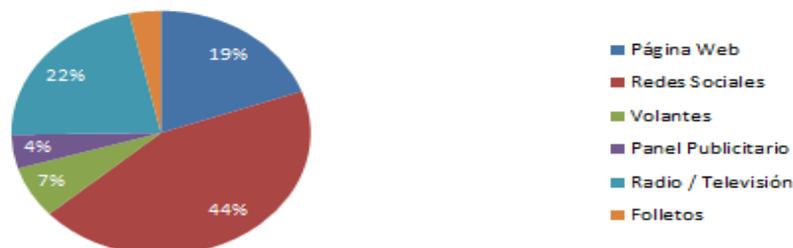


5.2.4 Promoción

La promoción está enfocada a determinar mecanismos que permitan tener un conocimiento actualizado del entorno; mediante la selección de factores internos y externos. De esta manera se aprovechará las oportunidades y se enfrentará amenazas.

- Se creará una página web en donde podrá conocer el cliente las características de producto y las nuevas promociones y variedad de productos, para lo cual nos apoyaremos en las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.).
- De acuerdo a las estrategias generales se establece la promoción se haga vía medios audiovisuales como la televisión y el internet preferentemente, apropiado para llegar hacia los futuros clientes.
- Publicidad en medios impresos como volantes, para mantener en la conciencia del mercado la necesidad de un calzado de comodidad a un buen precio y comunicar la diferencia de los productos habituales.

18. A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el calzado Diabetic Shoes



CAPITULO VI ESTUDIO TÉCNICO

6.1 Tamaño del Proyecto

6.1.1 Capacidad instalada de maquinarias y equipos,

6.1.2 Tamaño normal y máximo

6.1.3 Porcentaje de utilización de capacidad instalada

La capacidad del proyecto será evaluada en base a criterios como los días calendario, días de trabajo neto anualizado y también con la capacidad de los procesos de fabricación del cazado. En base a lo mencionado, se presenta los cálculos realizados sobre la capacidad en sus diferentes perspectivas:

Criterio
Tabla 55.

Descripción	
Capacidad de proceso preparado 8 hrs (pares)	60
Días al año (laborables 24 días al mes)	288
días al año (máximo)	365

Cálculos:
Tabla 56.

Producción anual	2017	2018	2019	2020
Capacidad utilizada	3,683	4,241	4,273	4,305
Capacidad instalada	17,280	17,280	17,280	17,280
Capacidad máxima	21,900	21,900	21,900	21,900

Producción anual	2017	2018	2019	2020
Capacidad utilizada	3,683	4,241	4,273	4,305
Capacidad instalada	17,280	17,280	17,280	17,280
Porcentaje de utilización de capacidad instalada	21.31%	24.54%	24.73%	24.91%

6.2 Procesos

En esta parte mostraremos el diagrama de flujo de la preparación del calzado especial y posteriormente el detalle de cada uno de ellos.

6.2.1 Diagrama de Flujo de Proceso de Producción

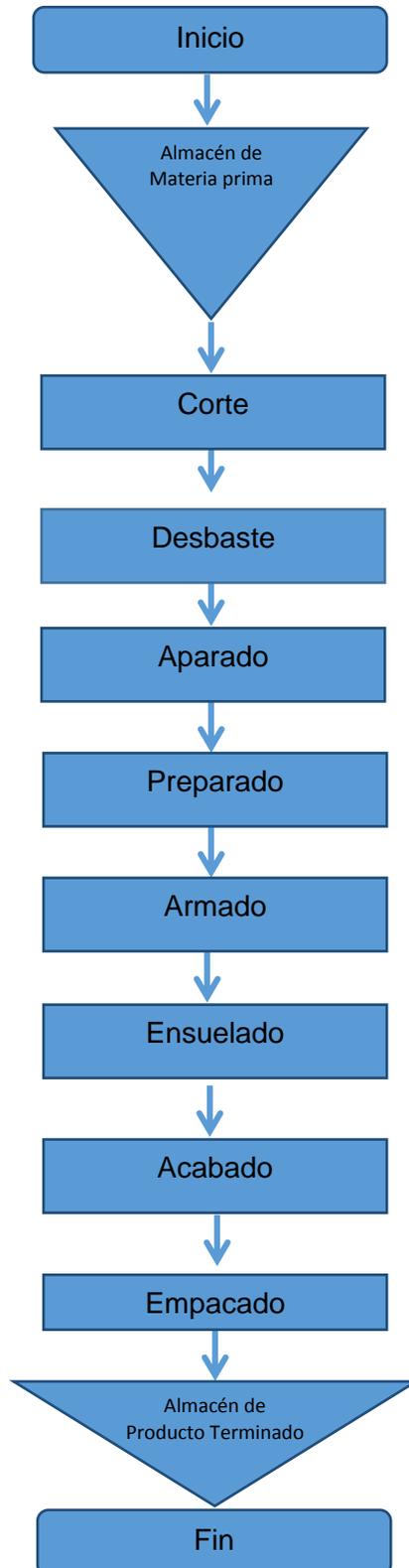


Figura 46.

Descripción:

Corte

En esta etapa de la producción, el operario encargado del manejo de la máquina troqueladora es quien revisa y corta el cuero con el uso de moldes que conforman las partes del zapato. (Capellada, Garibaldi, Talón), el tiempo para este proceso es de 2 minutos por un par de zapatos.

Desbaste

Una vez cortadas las piezas, un operario se encarga de desbastar (rebajar) los bordes de todas las piezas cortadas, con la finalidad de eliminar partes pilosas para que el pegamento tenga una mejor adhesión entre las piezas, el tiempo para este proceso es de 3 minutos por un par de zapatos.

Aparado

A través de máquinas de coser, se unen todas las piezas trabajadas en el área de desbaste. Estas costuras pueden ser rectas y en zigzag. Luego se realiza una costura más fina se coloca la badana el tiempo para este proceso es de 5 minutos por un par de zapatos.

Preparado

Unidas todas las piezas cortadas y remalladas, a través de una máquina se coloca el velcro. Manualmente se coloca el contrafuerte (termoplástico) en la puntera, y pegamento en todos los bordes del cuero. En esta zona de trabajo se considera el uso de un horno para mantener activado el pegamento el tiempo para este proceso es de 8 minutos por un par de zapatos.

Armado

Primero, se coloca el contrafuerte en la parte del talón y con una máquina que trabaja a temperatura caliente y fría se da forma a este.

Una vez formado el talón, se usa la horma, que previamente se le ha colocado la falsa suela con tachuelas o clavos, para luego pasar a la máquina de armar punta y los costados.

En esta etapa retiramos la horma y tenemos el calzado formado (sin suela), el tiempo para este proceso es de 4 minutos por un par de zapatos.

Ensuelado

En esta etapa la suela antes de ser unida al calzado formado es calentada en un horno tipo parrilla, con la finalidad de tener un mejor pegado al momento de unir la suela con el zapato ya formado.

Unidas las partes, se coloca el calzado en una máquina sorbetera para que a través de presión se solidifique el calzado, el tiempo para este proceso es de 4 minutos por un par de zapatos.

Acabado

En esta etapa se inspecciona todo el calzado, retocando imperfecciones o retirando residuos de pegamento, el tiempo para este proceso es de 4 minutos por un par de zapatos.

Empacado

Finalmente, el par de calzado terminado es colocado en su caja para luego ser almacenado hasta su venta, el tiempo para este proceso es de 1 minuto por un par de zapatos.

Diagrama de operaciones del proceso para la elaboración de Calzado para Diabéticos.
 Tabla 57.

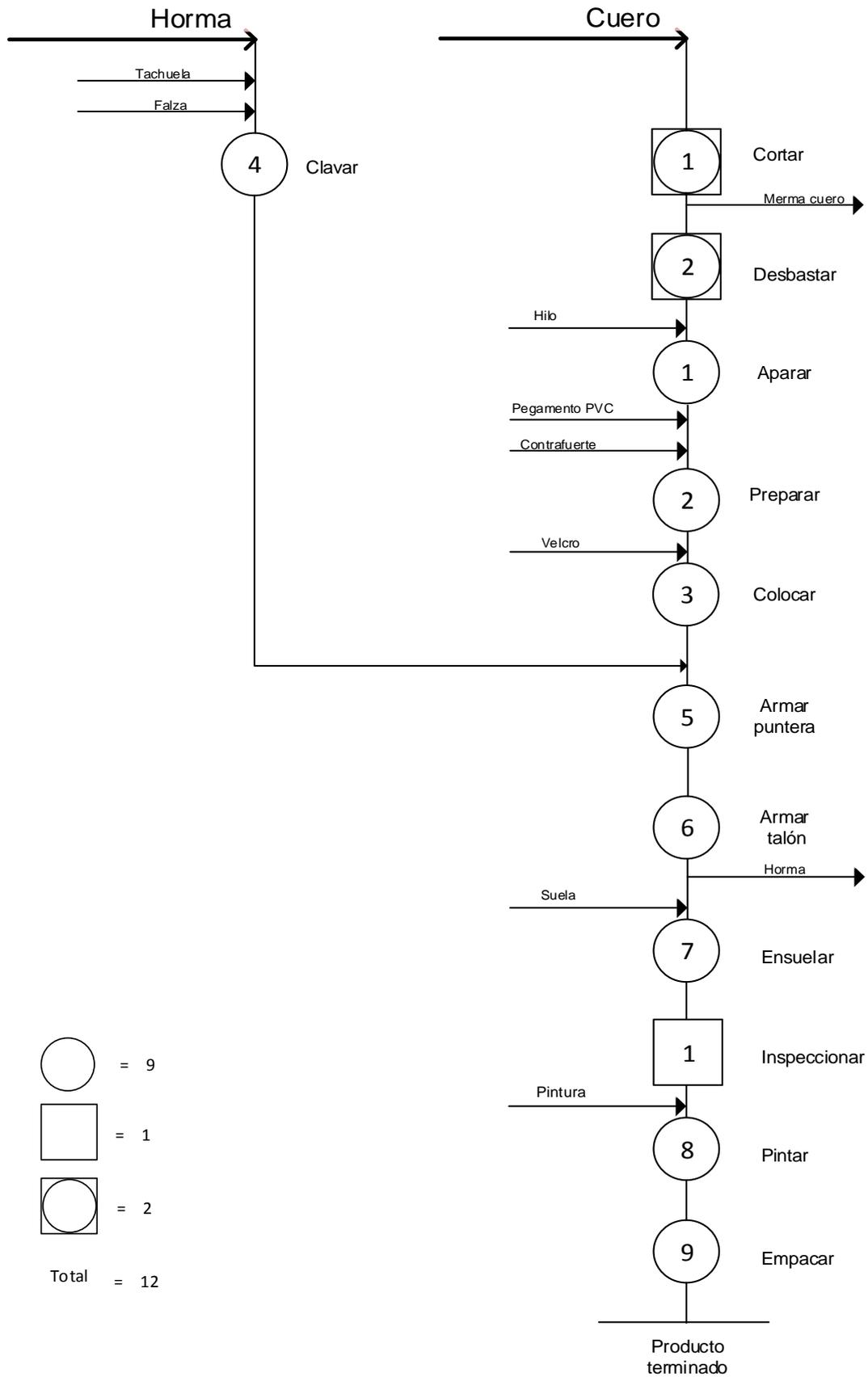


Tabla 58.

6.2.2 Programa de producción calzado 2017 – 2020

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2017												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MOCASIN CERRADO	43	52	61	69	78	87	87	87	87	87	87	87	912
BOTIN	114	137	160	182	205	228	228	228	228	228	228	228	2,393
Total unidades	175	210	246	281	316	351	351	351	351	351	351	351	3,683

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2018												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MOCASIN CERRADO	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	1,049
BOTIN	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	230	2,755
Total unidades	353	353	353	353	353	353	353	353	353	353	353	353	4,241

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2019												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MOCASIN CERRADO	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	1,057
BOTIN	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	231	2,776
Total unidades	356	356	356	356	356	356	356	356	356	356	356	356	4,273

PRODUCTOS	PROGRAMA DE VENTAS 2020												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MOCASIN CERRADO	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	89	1,065
BOTIN	233	233	233	233	233	233	233	233	233	233	233	233	2,797
Total unidades	359	359	359	359	359	359	359	359	359	359	359	359	4,305

6.2.3 Relación de materias primas e insumos a utilizar, consumo por producto

Tabla 59.

Receta para la fabricación de un par de calzado según modelo

Materiales	Unidad	MOCASIN	CERRADO	BOTIN
Cuero Guante	Pie2	2.10	2.10	2.83
Forro Badana	Pie2	2.10	2.10	2.83
Plantilla de poliuretano	unidad	2.02	2.02	2.02
Contrafuerte	unidad	4.04	4.04	4.04
Falza	unidad	2.02	2.02	2.02
Suela	unidad	2.02	2.02	2.02
Pegamento	ml	38.38	38.38	38.38
Hilo Nylon encerado	m	2.53	2.53	3.54
Clavos 3/4 "	Unidad	6.06	6.06	6.06
Velcro	0.05x15cm	2.02	2.02	2.02
Lija Fina	hoja	0.51	0.51	0.51
Caja	unidad	1.00	1.00	1.00
Etiqueta códigos	unidad	1.00	1.00	1.00
Papel Seda	unidad	1.01	1.01	1.01
Bolsa de empaque	unidad	1.01	1.01	1.01

Las principales materias primas son el Cuero, Badana, Plantillas y Suelas

Insumos:

Tabla 60.

Calculo de la cantidad de Cuero y Badana por modelo de calzado:

Año	Cantidad pie2 cuero y Badana		
	Mocasín	Zapato Cerrado	Botín
2017	1,938.25	5,088.25	1,085.31
2018	2,207.11	5,788.23	1,233.29
2019	2,221.72	5,834.22	1,242.64
2020	2,190.12	5,752.06	1,223.71

Tabla 61.

Calculo de la cantidad de Plantillas y Suelas:

Año	Cantidad Plantillas y Suelas (pares)		
	Mocasín	Zapato Cerrado	Botín
2017	1,824	4,786	758
2018	2,098	5,510	872
2019	2,114	5,552	878
2020	2,130	5,594	886

Tabla 62.
COSTOS MOCASÍN Y ZAPATO CERRADO

Materiales	Costo con IGV	Unidad de compra	Requerimiento por calzado	Costo S/.
Cuero Guante	12.40	Pie ²	2.1	26.05
Forro Badana	4.10	Pie ²	2.1	8.61
Plantilla de poliuretano	495.00	Paquete 30	0.03	16.50
Contrafuerte	620.00	Millar	0.004	2.48
Falza	300.00	Millar	0.002	0.60
Suela	1200.00	Ciento	0.02	24.00
Pegamento	69.00	Galón x 3800 ml	0.038	2.62
Hilo nylon	50.00	Rollo 500 m.	0.010	0.50
Clavos 3/4 "	40.00	Millar	0.006	0.24
Velcro	86.00	0.2x25m.	0.006	0.52
Lija Fina	40.00	Millar	0.001	0.04
Caja	200.00	Ciento	0.010	2.00
Etiqueta códigos	50.00	Millar	0.001	0.05
Papel Seda	100.00	Millar	0.001	0.10
Bolsa de empaque	225.00	Millar	0.001	0.23
				84.54

Tabla 63.
COSTOS BOTÍN

Materiales	Costo con IGV	Unidad de compra	Requerimiento por calzado	Costo S/.
Cuero Guante	12.4	Pie ²	2.80	34.72
Forro Badana	4.1	Pie ²	2.80	11.48
Plantilla de poliuretano	495	Paquete 30	0.03	16.50
Contrafuerte	620	Millar	0.004	2.48
Falsa	300	Millar	0.002	0.60
Suela	1200	Ciento	0.02	24.00
Pegamento	69	Galón x 3800 ml	0.038	2.62
Hilo nylon	50	Millar	0.014	0.70
Clavos 3/4 "	40	Millar	0.006	0.24
Velcro	86	0.2x25m.	0.006	0.52
Lija Fina	40	Millar	0.001	0.04
Caja	200	Ciento	0.010	2.00
Etiqueta códigos	50	Millar	0.001	0.05
Papel Seda	100	Millar	0.001	0.10
Bolsa de empaque	225	Millar	0.001	0.23
				96.27

Tabla 64.

6.2.4 Programa de compras de materias primas e insumos 2017 – 2020

COMPRA MATERIA PRIMA (unidades)	Unidad	dic-16	Total 2017	Total 2018	Total 2019	Total 2020
Cuero Guante	Pie2	134	8,112	9,229	9,299	9,166
Forro Badana	Pie2	134	8,112	9,229	9,299	9,166
Plantilla de poliuretano	Paquete 30	5	251	286	288	284
Contrafuerte	Millar	1	15	18	18	18
Falza	Millar	1	7	9	9	9
Suela	Ciento	2	75	86	87	86
Pegamento	Galón x 3800ml	1	38	43	44	43
Hilo nylon encerado	Rollo de 457 m.	1	21	25	25	25
Clavos 3/4 "	Millar	1	22	26	26	26
Velcro	Rollo 0.2x25m.	1	45	52	52	52
Lija Fina	Millar	1	1	3	3	3
Caja	Ciento	1	37	43	43	43
Etiqueta códigos	Millar	1	3	5	5	5
Papel Seda	Millar	1	3	5	5	5
Bolsa de empaque	Millar	1	3	5	5	5

Tabla 65.

6.2.5 Requerimiento de mano de obra 2017 – 2020

CARGO	CANTIDAD
Gerente General	1
Asistente administrativo	1
Jefe Comercial	1
Vendedor	1
Supervisor de producción y logística	1
Operarios de producción	5
Total	10

6.3 Tecnología para el proceso

6.3.1 Maquinaria y equipos

Mencionaremos las máquinas que se utilizarán para el proceso.



➤ MAQUINA ATOM DE TROQUELAR DE BANDERA MOD.SE 20-SE 25-SE 25L

Características principales:

- Regulación automática del final de recorrido de corte para el empleo de troqueles de diferentes alturas, sin ninguna intervención del operario.

- Sincro-temporización de los pulsadores de mando para la máxima protección contra los accidentes de trabajo.
- Serie SE; dos sencillos pulsadores, con potenciómetro para la regulación de la presión.

	Mesa de trabajo mm.	Anchura del brazo mm.	Potencia Max. ton. / kN	Carrera Max. mm.	Potencia motor HP	Dimensiones mm.	Peso neto Kg.	Producción 8 Hrs (unidad)	Precio
S 108 / SE8	600x300	300	ago-78	90	1/0,75	600x690x1330	430	300	\$2,500

➤ **Máquina para cardar:** para preparar o lijar el calzado

MÁQUINAS PREPARADO DEL CALZADO



MÁQUINA CARDADORA UNIVERSAL

REF: T/CF 60

Características Técnicas:

- Motor 1.5 HP
- Potencia Kw 1,2
- Peso Neto 146 Kg
- Dimensiones cm. 65x55x136 h

Precio: \$ 500:00

➤ **MAQUINA DE COSER**



Trabajos de costura estándar en artículos de cuero, bolsas y marroquinería. Trabajos de ribeteado en calzado y artículos de cuero.

Producción: 380 unidades cada 8hrs

Precio: \$ 800

Especificación	Velocidad max	Pasaje bajo el prensateelas	Largo de puntada	Diametro del cilindro	Sistema de agujas	Espacio habil
7335	2500 rpm	14mm	6mm	51mm	DPx17 #100	265*115mm

➤ **MÁQUINA PARA COLOCAR PUNTERA Y TALÓN**

Utilizada para colocar el contrafuerte (termoplástico) en la puntera, y pegamento en todos los bordes del cuero. En esta zona de trabajo se considera el uso de un horno para mantener activado el pegamento.



MÁQUINA PARA MOLDEAR LA PUNTA DEL CORTE MOD. GP 192

REF: MOD. GP 19

Máquina para moldear la punta del corte con 1 puesto caliente.

Altura: cm. 145 - cm. 145
Ancho: cm. 80 - cm. 55
Largo: cm. 165 - cm. 45
Peso neto: kg. 350 - kg. 180
Consumos aire litros: Lt. 25 - Lt. 13
por ciclos 6 atm
Potencia absorbida: W. 2.200 - W. 500
Volt, instalación: 220 V-380 V. - 220 V
eléctrica monofase: 415 V. - 440 V.

Producción: 120 unidades cada 8hrs
Precio: \$ 2600

➤ **MÁQUINA ERPS PARA COLOCAR/RECORTAR TIRAS
WSK 305**



Máquina para colocar/recortar elásticos, velcro, zipper, tiras y fibras sintéticas.

Posibilidad de corte recto, angular o en formatos predeterminados por navaja de corte con diseño apropiado.

Guías de material ajustadas al ancho del material que será cortado.

Posibilidad de cortar 2 piezas simultáneas.

Producción: 260 unidades cada 8hrs
Precio: \$ 2500

Potencia máxima	1.4 KW
Volts	180 - 200 volts
Dimensiones	165 x 80 x 80 cm
Dimensiones c/embalaje	180 x 100 x 100 cm
Peso neto	160 Kg.
Peso c/embalaje	240 Kg.

➤ **MÁQUINA ARMADORA DE PUNTAS Y TALÓN**

Características Técnicas Mod.V-92-04 CF2/C2	
Conexión eléctrica:	220v 50/60 Hz.
Conexión Neumática:	8 BAR
Potencia eléctrica:	750/1300 W
Consumo de aire:	9 Litros ciclo.
Ciclos de trabajo:	Automático.
Ciclo de temporizado:	de 0 a 60 Seg.
Temperatura en moldes:	De -30° C a 200° C.
Temperatura en almohadillas:	Hasta 80° C.
Peso Neto:	340 Kgs.
Peso con embalaje:	400 Kgs.
Medidas:	
Alto:	1.850 mm.
Ancho:	910 mm.
Profundidad:	700 mm.



Producción: 350 unidades cada 8hrs
 Precio: \$ 2400.00

➤ **MÁQUINA PEGADORA ENSUELADORA**



Ideal para la compresión solidificada de zapatos de diferentes tipos para adherir las suelas, al trabajar, se ajusta primero la presión necesaria con la válvula de ajuste de presión y se establece el tiempo presión con el relay de tiempo.

Precio: \$ 1,700

**MODELO EM-EXDY
 MAQUINA PEGADORA DE COMPRESION NEUMATICA**

CARACTERISTICAS.-	MAQUINA PEGADORA DE COMPRESION NEUMATICA MODELO XDY
PRESION DE PEGADO:	0.2 A 0.6 MPA
TIEMPO AJUSTABLE:	1 A 99 SEG.
TIEMPO DE PRESION:	10 A 15 SEG.
EFICIENCIA DE TRABAJO:	120 A 180 PARES / HORA
DIMENSIONES GENERALES:	740 X 540 X 1000 MM
PESO:	138KGs.

**PARRILLA ACTIVADORA DE PEGAMENTOS CON CONTROL DE TEMPERATURA
MODELO EM-EPA.**



CARACTERISTICAS.-	PARRILLA ACTIVADORA DE PEGAMENTOS
	127v 1 FASE 60Hz 400w TAMAÑO: 60 x 40 x 120 CM
Función:	<ul style="list-style-type: none"> • Calentar, secar y activar los pegamentos.

Precio: \$ 100.00

Tabla 66.

6.3.2. Herramientas

HERRAMIENTAS	UNID. MEDIDA	REQUERIMIENTO				
		2016	2017	2018	2019	2020
Cuchillas	UNIDAD	12	12	24	24	24
Tabla de Asentar Cuchillas	UNIDAD	1	1	1	1	1
Martillos	UNIDAD	2	2	2	2	1
Tijeras	UNIDAD	2	2	4	4	2
Compás	UNIDAD	3	3	5	5	2
Alicates de Cuero	UNIDAD	3	3	6	6	3
Guantes para corte y destallado	PAR	4	4	4	4	2
Parihuelas	UNIDAD	4	4	4	4	2
Hormas	UNIDAD	40	40	40	40	20
Moldes	UNIDAD	18	18	18	18	10

Tabla 67.
Detalle de maquinaria:

Descripción	Cant.	Costo unitario (sin IGV)	Costo total (sin IGV)	IGV 18 %	Costo total (con IGV)
PRODUCCIÓN					
Maquina ATOM Troqueladora	1	S/. 7,203.39	S/. 7,203	S/. 1,297	S/. 8,500
Maquina cardadora	1	S/. 1,440.68	S/. 1,441	S/. 259	S/. 1,700
Máquina de coser	1	S/. 2,305.08	S/. 2,305	S/. 415	S/. 2,720
Maquina colocar puntera	1	S/. 7,491.53	S/. 7,492	S/. 1,348	S/. 8,840
Maquina ERPS colocar/recortar velcro	1	S/. 7,203.39	S/. 7,203	S/. 1,297	S/. 8,500
Maquina armadora de talón VIFANA	1	S/. 6,915.25	S/. 6,915	S/. 1,245	S/. 8,160
Maquina pegadora ensueladora (sorbetera)	1	S/. 4,898.31	S/. 4,898	S/. 882	S/. 5,780
Parrilla activadora de pegamentos (horno)	4	S/. 288.14	S/. 1,153	S/. 207	S/. 1,360
Computadoras	1	S/. 780.00	S/.780.00	S/. 140	S/. 920

Tabla 68.
Costos instalación de local:

Costo total de acondicionamiento	
1 Remodelación e instalaciones	26,834.97
2 Constitución de la empresa y licencias	1,246.92
3 Mobiliario	
Caja registradora	1,156.40
Mueble counter	1,203.60
Computadora:	1,840.80
Silla	354.00
Repisas	944.00
Estante para zapatos	247.80
Muebles bajos	708.00
Sillones	2,832.00
Espejos	590.00
Letrero Luminoso	1,180.00
Luminarias	70.80
Impresora	354.00
Útiles de oficina	150.00
Útiles de limpieza	200.00
Tachos	35.40
Puff	1,416.00
Escritorios	590.00
4 Maquinaria	46,480.40
5 Herramientas	2,529.00
6 Alquiler	
Garantía	6,000.00
Adelanto	6,000.00
TOTAL	102,964.09

6.4 Terrenos e Inmuebles

6.4.1 Descripción del Centro de Operaciones

El Centro de Operaciones contará con los equipos, teniendo en cuenta los espacios necesarios para acceder con facilidad el mantenimiento y limpieza, así como para transitar entre ellas sin crear obstáculos.

Los patios y vías de circulación deberán estar libres de obstáculos y no deberán acumular residuos de pegamentos ni mermas de cuero.

La producción de calzado se realizará mediante un proceso en línea, debido que se sigue un proceso tras de otro de manera continua, como se indica en el flujo grama del proceso de producción, es decir, que cada operación depende de la operación anterior para su realización.

Como el proceso de producción es lineal y no hay reproceso, la distribución de planta, deberá tener en cuenta la secuencialidad de las operaciones.

Para llevar a cabo el cálculo de las dimensiones de área de la planta se consideró las especificaciones y dimensiones de la maquinaria a instalar, los espacios necesarios para el mantenimiento de las máquinas, la cantidad de mano de obra, el espacio para el flujo de materiales y el espacio para el área administrativa.

6.4.2. Plano con Proyecto: distribución de las máquinas y equipos

Se ha considera la implementación de la Fábrica y tienda comercializadora de calzado un área total de 300m² teniendo en base las dimensiones de la maquinarias a utilizar en la fase de producción, almacenamiento, servicios higiénicos y vestuario para el personal de producción. Así mismos consideramos la totalidad del personal administrativo.

La construcción de las áreas fue en base a lo estipulado en las fichas técnicas de las maquinarias a utilizar, normas municipales y defensa civil.

Las áreas que se han considerado para nuestro proyecto son las siguientes:

PROYECTO: Fabricación y comercialización de calzado ortopédico para diabéticos
Área de terreno: (10.00 x 30.00) 300.00 M²

DESCRIPCION:

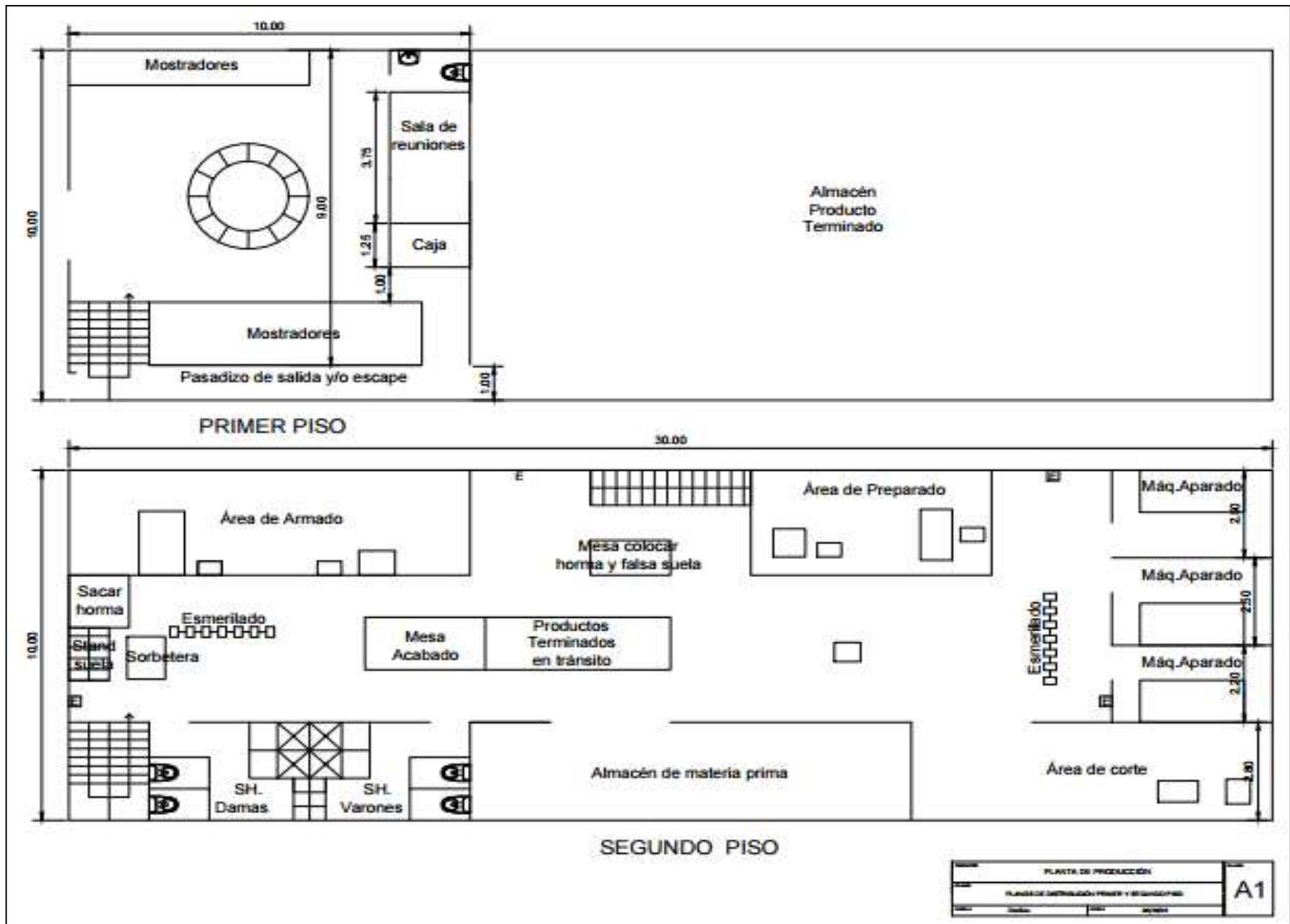
Tabla 69.

El proyecto está distribuido en 2 zonas:

1er Piso compuesto por:
1.- Área de ingreso, hall-estar y recepción
2.- Área de Comercialización, cobranza, administración y baño
3.- Almacén pequeño de producto terminado

Tabla 70.

2do Piso compuesto por:
1.- Área de almacén materia prima e insumos
2.- Área de producción y circulación
3.- Área de almacén de producto terminado
4.- Área de S.H., duchas y vestuarios



6.5 Localización: Macro Localización y Micro Localización.

Dado nuestro campo de influencia, Zona 6 y 7 de Lima. Hemos decidido averiguar costos en lugares ubicados cerca a nuestras zonas de influencia.

6.5.1. Macro localización

De acuerdo a lo estimado, debemos tener un local donde operen nuestra tienda y centro de producción, así como también nuestras oficinas administrativas, para lo cual realizaremos un análisis de los factores de localización teniendo en cuenta variables importantes para la empresa.

Análisis de las variables de localización

- ✓ Cercanía de los clientes: Consideramos un factor importante encontrarnos cerca a nuestro mercado objetivo, motivo por el cual debemos ubicarnos en un punto donde podamos asegurar una concurrida visita por parte de los usuarios.
- ✓ Cercanía a proveedores: Es importante encontrarnos cerca a nuestros proveedores a fin de disminuir tiempos en abastecimiento.
- ✓ Precio x m²: Al ser nuevos en el mercado debemos optar por ubicarnos en un local de bajo costo a fin de no incrementar los gastos.
- ✓ Rápido acceso a principales vías: Evaluamos la proximidad y distancia para llegar a la empresa para una ubicación más simple.
- ✓ Transporte accesible al personal: Evaluamos que la planta se ubique a distancia moderada de paraderos donde colaboradores puedan encontrar acceso a unidades que permitan transportarlos a sus viviendas.
- ✓ Costo y disponibilidad de servicios básicos: Dado que somos una empresa productora, el costo de los servicios (luz y agua) resulta ser significativo en nuestra estructura de costos.
- ✓ Facilidad de permisos y licencias: Evaluamos el costo y trámite por licencia de funcionamiento que ofrece cada distrito.

Cuadro de análisis situacional

Tabla 71.

Calificación	Escala	Nota
1	Muy Malo	0-4
2	Malo	5-8
3	Regular	9-12
4	Bueno	13-16
5	Muy bueno	17-20

Variable de localización	Peso	Magdalena		Santiago de Surco		San Borja		Miraflores	
		Nota	Ponderado	Nota	Ponderado	Nota	Ponderado	Nota	Ponderado
Costo Alq. M2	0.2	18	3.6	18.0	3.6	17.0	3.4	16.0	3.2
Cercanía de Pto. de Vta.	0.15	15	2.3	18.0	2.7	17.0	2.6	18.0	2.7
Acceso rápido de salida	0.15	17	2.6	17.0	2.6	17.0	2.6	17.0	2.6
Cercanía de proveedores	0.15	16	2.4	17.0	2.6	16.0	2.4	15.0	2.3
Facilidades permisos y licencias	0.1	17	1.7	17.0	1.7	17.0	1.7	16.0	1.6
Transporte accesble al personal	0.1	15	1.5	18.0	1.8	16.0	1.6	17.0	1.7
Costo y disponibilidad de servicios básicos (agua, luz)	0.15	17	2.6	17.0	2.6	17.0	2.6	17.0	2.6
	1		16.6		17.5		16.8		16.6

De acuerdo a los resultados obtenidos en las ponderaciones mostradas en los cuadros, podemos decir que el distrito adecuado para establecer nuestro centro de operaciones es Santiago de Surco.

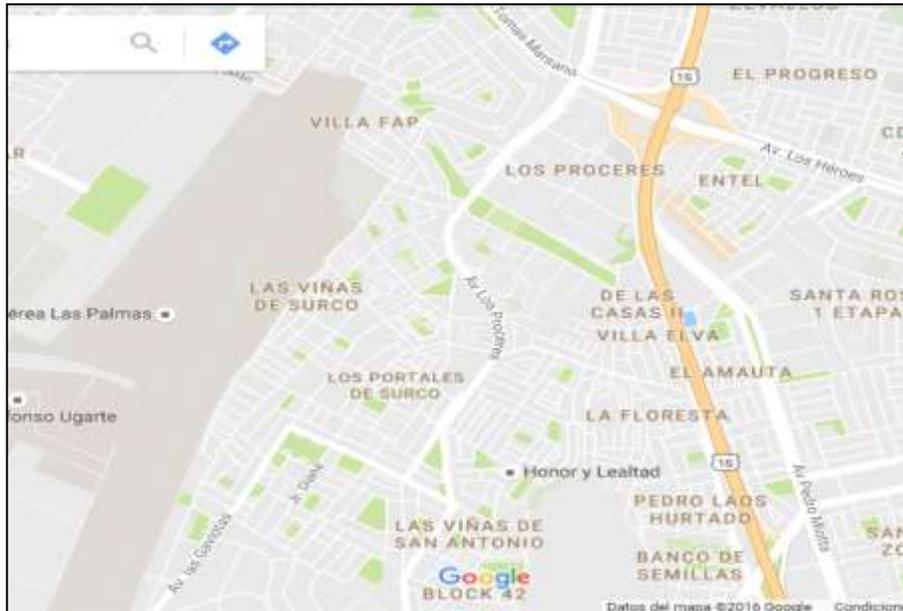
Ubicación: Es céntrico, casi en el punto medio de distribución para nuestra zona de influencia, en este distrito se encuentra la Asociación de Diabéticos del Perú (ADIPER).

Alquileres: Los costos de alquiler están en el promedio estimado, salvo Miraflores donde sí hay un margen más amplio en comparación con los demás Distritos elegidos⁶.

⁶ <http://urbania.pe/alquiler-local-lima-san-miguel-lima-3206886>

6.5.2. Micro localización

Luego de haber determinado el distrito en donde nos ubicaremos, habiendo tomado en cuenta algunas variables de análisis, el elegido fue Santiago de Surco. Debemos determinar la ubicación exacta donde nos ubicaremos.



De acuerdo al mapa de ubicación, podemos notar 2 principales avenidas cercanas las cuales son Av. Los Próceres y Tomas Marzano.

Además, cuenta con accesos para dirigirse con facilidad a los principales distritos de nuestra zona de influencia, Miraflores, San Borja, La Molina, Magdalena, San Isidro, por el circuito de playas.



La dirección sería Av. Las gaviotas N° 1915 cruce con la Av. Vittore Carpaccio.

Interior del Local: En el Local del primer piso donde funcionaría nuestra tienda, no hay mucho que modificar, salvo algunas divisiones que podrían ser de donde si habría que invertir es en el segundo piso donde se montarán las maquinas.

El local a tener en cuenta, presenta además los siguientes beneficios:

- ✓ Amplio portón de ingreso principal y amplio portón lateral.
- ✓ 2 baños.
- ✓ 1 oficina.
- ✓ Espacio en la zona posterior para cochera.
- ✓ Luz trifásica. Ideal para las máquinas.
- ✓ Área Total: 300 mt²

Área construida: 300 mt²

Tabla 72.

6.6 Diagrama de Gantt

Meses - Semanas	Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Costos
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Factibilidad																					S/. 5,000.00
Financiamiento																					S/. 89,000.00
Alquiler de Planta																					S/. 18,000.00
Tramites con Autoridades																					S/. 1,101.90
Compra de Maquinaria																					S/. 46,480.40
Contratacion del Personal																					S/. 6,000.00
Acondicionamiento de la planta																					S/. 26,834.97
Marcha Blanda																					S/. 50,866.00
																					S/. 243,283.27

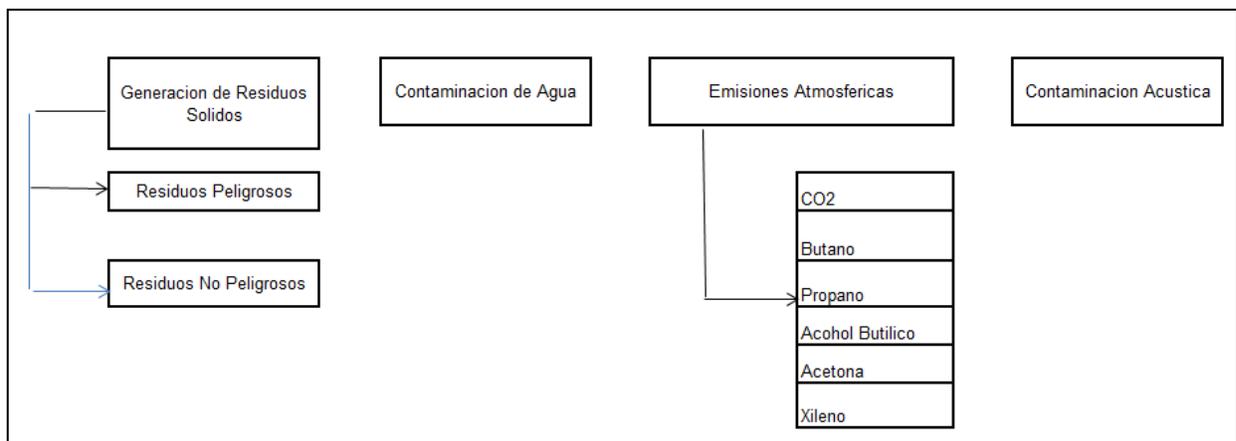
6.7 Responsabilidad Social

6.7.1 Impacto Ambiental

En los últimos años hemos estado viendo diferentes campañas para el uso responsables de los recursos que tenemos en nuestro planeta, de acuerdo al proyecto CO2 Shoe realizado en Europa, que habla sobre el estudio de la contaminación ambiental por parte de la Industria de Calzado, tenemos como resultado que por cada par de zapatos producido arrojamamos hasta 23.3 kg de CO2.

Siendo un poco más específicos, **de todo el dióxido de carbono producido, el 58 % correspondería a la fabricación de los componentes** (lengüeta, piel, plantilla, suela, etc.), el 16% al envasado de fabricación, el 11% al montaje y acabado y solo el 6% a la distribución del producto final

Síntesis de la problemática ambiental en la Industria de Calzado:



Matriz de Buenas Practicas Contra el Impacto Ambiental

Operación	Descripcion	Accion a Tomar
Corte	Los recortes de cuero constituyen uno de los principales residuos	<p>*Ajustar los diseños o patrones a las piezas, reduciendo así los recortes</p> <p>*Mejorar la eficiencia del proceso de corte con el uso de equipamiento adecuado.</p> <p>*Formar a los trabajadores dedicados a las operaciones</p> <p>*Separar por materiales los residuos generados a si se facilita su gestión y se aumentan las posibilidades de valorización.</p>
Pegado	Los adhesivos con disolvente orgánico dan lugar a vapores	<p>* Usar Campanas Extractoras que filtren los vapores emitidos, contribuyen así a reducir la contaminación y la caidad de ida de los trabajadores</p> <p>*Controlar os niveles de concentración de sustancias Organicas volatiles en la planta eso permitira comprobar que no se pasen de los valores permitidos</p>
Materiales	Algunps materiales a usar son senteticos, como son los materiales plásticos (etileno acetato de vinilo -eva-	<p>*Usar Materiales Reciclados en la Produccion</p> <p>*Con polipropileno se pueden confeccionar tacones de zapatos, con policloruro de vinilo se pueden fabricar bolsos, suelas, cinturones, etc.</p> <p>*Cuando se usen tintes y colorantes hay que cuidar que los componentes no posean efectos tóxicos para el medio ambiente.</p>
Residuos	La industria del calzado genera residuos no peligrosos y peligrosos	<p>Los recortes en la fabricación de calzado conviene reutilizarlos, siempre que sea posible, y el resto puede venderse, para lo cual han de separarse adecuadamente y evitar que se contaminen con sustancias empleadas en el proceso industrial.</p> <p>Los envases vacios de las materias primas, ya sean de adhesivos, tintes, aceites, disolventes o residuos impregnados de estas sustancias, deben ser clasificados como residuos peligrosos, ya que han contenido sustancias contempladas como tal en la legislación.</p> <p>Se pueden reducir los residuos de tintes mediante el aprovisionamiento racional y almacenaje óptimo, lo que evita desechos por degeneración o deterioro; así mismo, para reducir el deterioro y las fugas del contenido es importante adquirir el producto en envases adecuados.</p> <p>Etiquetar y almacenar correctamente los residuos en la empresa evita contaminación y accidentes a los trabajadores, por lo que debe acondicionarse una zona en la fábrica para el almacenamiento de los residuos hasta su destino</p>

6.7.2 Responsabilidad con los trabajadores

Nuestro compromiso con nuestros colaboradores, no solo está en brindarle estabilidad laboral mediante un contrato (en el cual se les informa los días de pago ,la entidad bancaria por la cual cobrarán , cts., y gratificaciones), si no es ver más allá de sus necesidades básicas para el trabajo, es brindarle un cómodo lugar laboral ,con un clima labora viable , que hace que nuestros colaboradores de fidelicen con la empresa; a continuación se describirá lo que les ofrecemos a nuestros colaboradores :

- Clima laboral, realizando reuniones de confraternización, invitándolos a cenar cada 6 meses (el gasto en este tipo de eventos corre por parte de la empresa), a si se hace que nuestros colaboradores se interrelacionen, fuera del horario laboral.
- Se realizara un día de campo para el mes de Octubre del 2017, con la finalidad de celebrar el aniversario de la empresa y así ellos pasen un día al aire libre.
- Se Colocara Lockers y vestidores dentro del baño, que hará que ellos puedan tener un lugar donde guardar sus cosas personales y a la vez puedan cambiarse los uniformes.
- Se les brindara uniformes sin costo alguno, una vez por año.
- Se les repartirá a cada personal sus EPPS de seguridad, con la finalidad de que se trabaje con seguridad, evitando así cualquier tipo de lesión al colaborador.
- Se les brindara un comedor, el cual cuenta con 3 hornos microondas, con la finalidad que le den un buen uso para el calentamiento de sus almuerzos.
- Al personal que manipule químicos o pegamentos, se les dará diariamente un vaso de leche, así contribuimos a salvaguardar la salud del colaborador.
- Constante capacitación a los colaboradores, para el crecimiento de la empresa.

Tabla 73.

Plan Anual de Seguridad y Salud en el Trabajo Diabetic Shoes

Descripción e la Actividad	Responsable de la Ejecucion	Area	Año												Fecha de Verificacion	Estado	Observaciones	
			E	F	M	A	M	J	JU	AG	S	O	N	D				
Implementacion del plan e emergencias contra incendios y Desastres	Especialista de Seguridad y Salud Ocupacional	Área de Recursos Humanos			x													
Implementacion de Simulacros contra sismos	Especialista de Seguridad y Salud Ocupacional	Área de Recursos Humanos				x			x				x		x			
Implementacion de simulacros contra incendios	Especialista de Seguridad y Salud Ocupacional	Área de Recursos Humanos					x						x					
Emision de lineamientos y conformacion de brigadas	Especialista de Seguridad y Salud Ocupacional	Área de Recursos Humanos					x											
Realizacion de inspecciones seguridad y salud en el trabajo	Especialista de Seguridad y Salud Ocupacional	Área de Recursos Humanos	x				x		x				x					
Mantenimiento de Equipos	Mantenimiento y Seguridad Externa	Area de Logistica	x						x									
Realizar entrenamiento al personal nuevo que entra a laborar	Especialista de Seguridad y Salud Ocupacional	Área de Recursos Humanos		x				x			x				x			
Realizar capacitaciones de salud ocupacional a todo el personal que labora	Especialista de Seguridad y Salud Ocupacional	Área de Recursos Humanos				x						x						
Realizar Capacitacion en el uso de nuevos metodos de trabajo para las mejoras de Procesos	Jefe de Produccion	Area de Produccion							x								x	

6.7.3. Responsabilidad Social con la Comunidad

En este punto hablaremos de como Diabetic Shoes contribuirá con la comunidad, la empresa está ubicada en el distrito de Surco por ende, trabajaremos de la mano con la municipalidad, realizando diferentes actividades que contribuyan a la integración de nuestros vecinos.

Actividades a Realizar:

*Integrarnos en el programa de Campañas de Información para Diabéticos, llevando Médicos Endocrinólogos que ayuden a difusión de los riesgos de la enfermedad, como también impartir la prevención de la misma.

*Participar de la chocolatada que realiza ADDIPER para los niños de bajos recursos, que se ubican en pamplona alta, impartiendo charlas para la prevención de la Diabetes.

*Asistir a las diferentes invitaciones por parte de la asociación ADDIPER, no solo para la muestra de nuestro producto si no para poder apoyar en las actividades sociales que ellos practican.

*Contratar persona l que viva en la zona.

CAPÍTULO VII ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

7.1 Estudio Legal

7.1.1. Forma Societaria

La empresa tendrá la siguiente razón social: CALZADO ORTODIABETICO S.A.C. De acuerdo a lo estipulado por la Ley 26887 – Ley General de Sociedades, se ha decidido conformar una Sociedad Anónima Cerrada dado que sus principales características se ajustan a la realidad de la empresa. Los motivos relevantes a esta decisión se detallan al final del cuadro.

Tabla 74.

Tipo de Sociedad	Sociedad Anónima (S.A)	Sociedad Anónima (S.A.A)	Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)	Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.RL)	Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L)
# Socios	Mínimo 02 Máximo: 749	Mínimo 02 Máximo: Ilimitado	Mínimo 02 Máximo: 20	Mínimo 02 Máximo: 20	Mínimo 01 Máximo: 01
Organos de la Sociedad	1. Junta General de Accionistas (Organo supremo) 2. Directorio (Mínimo 03 personas) 3. Gerencia	1. Junta General de Accionistas (Organo supremo) 2. Directorio 3. Gerencia	1. Junta General de Accionistas (Organo supremo) 2. Directorio (opcional) 3. Gerencia	1. Junta General de Accionistas 2. Gerencia	1. Titular 2. Gerencia
Responsabilidad	Responsabilidad de los socios esta limitada a su aporte	Responsabilidad de los socios esta limitada a su aporte	Responsabilidad de los socios esta limitada a su aporte	Responsabilidad de los socios esta limitada a su aporte	Responsabilidad de la empresa limitada al patrimonio, el titular no responde personalmente por las obligaciones de esta.
Capital	Representado por Títulos negociables, aporte en MN o ME y en contribuciones tecnológicas intangibles	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%	Representado por acciones, aporte en MN o ME y en contribuciones tecnológicas intangibles	Representado por participaciones y deberá estar pagada cada participación por lo menos en un 25%	Dinero, bienes muebles o inmuebles
Duración	Determinado o Indeterminado	Determinado o Indeterminado	Determinado o Indeterminado	Indeterminada	Indeterminada
Transferencia	Transferencia debe ser anotado en el Libro de Matrícula de acciones de la sociedad	Transferencia debe ser anotado en el Libro de Matrícula de acciones de la sociedad	Transferencia debe ser anotado en el Libro de Matrícula de acciones de la sociedad	Transferencia de participaciones mediante escritura pública y debe inscribirse en Registros Públicos	Derecho del titular es transferible
Reserva Legal	Mínimo 10% de utilidades hasta que alcance monto igual a la 5ta parte del capital social	Mínimo 10% de utilidades hasta que alcance monto igual a la 5ta parte del capital social	Mínimo 10% de utilidades hasta que alcance monto igual a la 5ta parte del capital social	No es obligatoria	Como mínimo 10% si obtiene utilidades mayores al 7% del capital

Motivos de elección

- ✓ Limitación en la responsabilidad de accionistas frente a deudas o daños a terceros.
- ✓ El dinero que los accionistas arriesgan o puedan perder al invertir en dicha sociedad se limita a la cantidad invertida.
- ✓ Fácil transferencia de acciones entre socios.
- ✓ No se incurre en gastos notariales, ni registrales en transferencia de acciones.
- ✓ La Duración de la sociedad no se ve afectada por cambios de propietarios de las acciones ya sea por venta de acciones, muerte o jubilación de accionistas.
- ✓ Motivación de cada socio para dedicar mayores esfuerzos es grande dado que participan directamente en los beneficios.
- ✓ No tiene acciones inscritas en el Registro Público de Mercado de valores.
- ✓ No es relevante el volumen económico de la empresa, puede ser grande o pequeño, pero si es importante el número reducido de accionistas que la conforma.

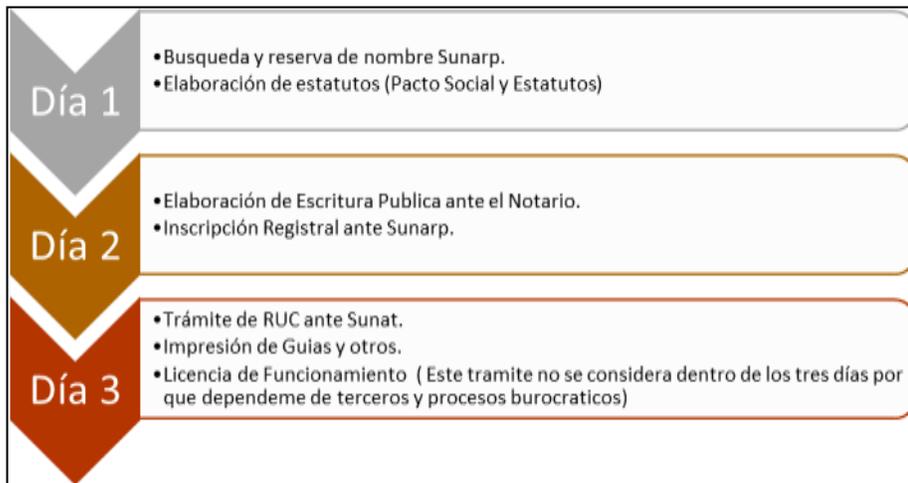
Capital

El capital social está representado en la empresa en igual número de acciones nominativas con derecho a voto de un valor nominal de S/ 1 (un y 00/100 nuevos soles). Nuestro capital estará conformado por 5 aportes con igual participación en el accionariado tal como se muestra en la tabla:

Tabla 75.

SOCIO	DNI	% DE PARTICIPACION
CALDERON GONZALES, NATALY LUCIA	43616853	20%
LESCANO GARCIA, JULIO CESAR	40795932	20%
MARINO TUPIA, MUAMMAR DAX	44589944	20%
PARODI MATAALLANA, ROXANA	44088124	20%
VELASQUEZ ZAVALA, PERCY FREDDY	40904275	20%

Plan de Acción:



Fuente: Elaboración propia y Visitas (registros públicos y SUNAT)

Con el fin de agilizar los trámites de constitución de empresas la SUNARP brinda facilidades a los ciudadanos para realizar dicho trámite en un plazo de 72 horas, a continuación plazos a seguir:

Efectuar la Búsqueda Mercantil en Registros Públicos de Lima ya que antes de registrar la empresa con la razón social CALZADO ORTODIABETICO S.A.C. debemos verificar la existencia de otra empresa con la misma denominación. La búsqueda se puede realizar a través de la web de manera gratuita.

La imagen muestra la interfaz de usuario de Sunarp para la búsqueda de personas jurídicas inscritas. El encabezado incluye el logo de Sunarp (Superintendencia Nacional de los Registros Públicos) y botones para 'Consulta Estado de Títulos' y 'Nuestras Oficinas'. El menú de navegación contiene: INICIO, INSTITUCIONAL, PRENSA, ESTADÍSTICAS, CONTÁCTENOS y TRANSPARENCIA. El título principal de la sección es 'BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS INSCRITAS'. Debajo, se encuentra el 'CRITERIO DE BÚSQUEDA' con dos campos de entrada: '1.- Razón o Denominación:' con el texto 'CALZADO ORTODIABETICO S.A.C.' y '2.- Siglas:' con un campo vacío. Al final de los campos hay dos botones: 'Buscar' y 'Limpiar'.

Reserva de nombre a través de la web⁷ es opcional, el costo por la reserva es de S/18.00

El trámite se inicia ingresando al portal de la Sunarp⁸ donde debemos registrarnos para obtener un usuario; en dicha página se selecciona la notaria de preferencia, tipo de persona jurídica que se desea constituir, información de la empresa, ubicación, capital social, participantes.



- ✓ Como resultado del ingreso de información se descarga una “Constancia de constitución de empresa” que también es enviada a la notaria que previamente se seleccionó.
- ✓ Enviada la información a la notaria, el usuario tiene un plazo hasta de 30 días calendario, para acudir a la Notaria a suscribir la Escritura Pública de constitución de empresa, en ella se realiza un único pago de derechos correspondiente a la notaria y a la SUNARP.
- ✓ Luego se envía el parte notarial electrónicamente con la firma digital a la SUNARP y un parte físico de respaldo, con el código de barras Matricial. El Notario remite el parte electrónico con la firma digital SUNARP y el parte físico de respaldo con el código de barras (provisional).
- ✓ El notario da fe de la identidad, capacidad, libertad y conocimiento de los socios y valida la identidad del representante legal y socios a través de la RENIEC en línea para efectos del RUC.
- ✓ La Sunarp recibe el parte electrónico y lo compara con el parte físico con código de barras, seguidamente solicita en línea y de forma automática a SUNAT la

⁷ https://www.sunarp.gob.pe/RelacionS_01.asp

⁸ <http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/bus/preBusGeneral.asp>

generación del RUC, y este le devuelve en un promedio de 15 segundos, estos datos son publicados en la página de SUNARP y en el Portal de Servicios al Ciudadano y empresas y envía los datos a la notaría.

- ✓ La SUNAT con la generación del RUC otorga automáticamente la Clave SOL, que será entregada en la notaria elegida. En un plazo no mayor de 72 horas, el ciudadano recoge en la notaria el testimonio de Constitución de empresa junto con su constancia de inscripción, así como su RUC (aún inactivo) y clave SOL proporcionada por la SUNAT.
- ✓ Para activar el RUC Representante Legal puede realizarlo de manera virtual con el Usuario y Clave Sol brindada por la SUNAT y llenar formulario Anexo Nro. 1-B (Formato de la Sunat) donde indica datos generales de fecha inicio de actividades, domicilio, actividad económica, nombre, etc.⁹.
- ✓ Luego de obtener la autorización de Sunat se coordina con una Imprenta autorizada la emisión de comprobantes de pago.

Tabla 76.

ACTIVOS INTANGIBLES					
DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
CONSTITUCION DE LA EMPRESA					
Búsqueda de índices ante la SUNARP		S/. 6.00	S/. 6.00		S/. 6.00
Pago de tasa registral para reserva de nombre ante la SUNARP		S/. 15.00	S/. 15.00		S/. 15.00
Elaboración de minuta		S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00
Escritura Pública ante notario público		S/. 297.00	S/. 297.00	S/. 53.46	S/. 350.46
Gastos Administrativos Notaria		S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
Derecho a calificación de la inscripción de la sociedad ante la SUNARP		S/. 42.00	S/. 42.00		S/. 42.00
Constitución de personas jurídicas SUNARP		S/. 23.00	S/. 23.00		S/. 23.00
Elevar la escritura pública a SUNARP		S/. 90.00			
Copia literal - SUNARP		S/. 20.00	S/. 20.00		S/. 20.00
Obtención de RUC (SUNAT)- Emisión de facturas		S/. 263.00	S/. 222.88		S/. 222.88
Libros contables (4) Resolución de Superintendencia 226-2013/SUNAT		S/. 71.00	S/. 71.00	S/. 12.78	S/. 83.78
Legalización libros contables (opcional, pueden ser electrónicos)		S/. 160.00	S/. 160.00	S/. 28.80	S/. 188.80
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA			S/. 1,106.88	S/. 140.04	S/. 1,246.92

⁹ <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/2007/159.htm>

7.1.2 Registro de Patentes y Marcas.

Con la finalidad de proteger nuestra marca, logo y slogan presentaremos la documentación correspondiente a INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) quien es la autoridad competente para supervisar el cumplimiento de normas de signos distintivos en el Perú, en tal organismo se inician y resuelven todos los procedimientos administrativos para el registro de marcas, nombres comerciales, lemas comerciales, marcas colectivas y marcas de certificación.

La vigencia del registro de una marca es de diez (10) años a partir de la fecha en que se expide la resolución que otorga el registro. No obstante, este no otorga un derecho seguro durante dicho plazo. Si nosotros registramos la marca **“Diabetic Shoes”** pero nunca hacemos uso comercial de ella, ni comercializó productos con ese signo distintivo, no se tendrán los medios para probar la confusión en caso empresas terceras usen nuestra marca. Por ello, las marcas deben usarse y las pruebas de su uso pueden valerse en cualquier medio. A continuación, hacemos referencia al proceso que se debe para el registro de marcas:



Registro de Marca de Producto y/o Servicio sobre el Logo e Isotipo

Se presentará a la DSD (Dirección de Signos Distintivos) 03 copias de aproximadamente 7 x 2 cm y a colores.

a) Registro de nombre comercial

Debemos señalar el primer día el uso del nombre, además debemos acompañar los medios de prueba que acrediten cada una de las actividades que pretendamos distinguir.

Dicho trámite equivalente al 14.46% de UIT (534.99 nuevos soles).

b) Registro del Lema o Slogan Comercial

Se indicará el signo al cual se asociará nuestro lema comercial indicando el número de expediente de la solicitud de registro en trámite.

Dicho trámite equivalente al 14.46% de UIT (453.00 nuevos soles).

“La Salud en tus pies”

Puntos a considerar una vez presentada la solicitud:

La dirección: Tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.

Una vez completados los requisitos se otorgará la orden de publicación, con lo cual tendremos que acercarnos a las oficinas del diario El Peruano y solicitar su divulgación por única vez. El precio de la publicación varía entre S/. 1,200.00 – S/. 1,600.00 (depende de la cantidad de líneas de texto + logo – información brindada telefónicamente)

Tabla 77.

ACTIVOS INTANGIBLES					
DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES					
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)		S/. 453.00	S/. 453.00	S/. 81.54	S/. 534.54
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)		S/. 534.99	S/. 534.99	S/. 96.30	S/. 631.29
Publicación en Diario El Peruano		S/. 1,540.00	S/. 3,080.00	S/. 554.40	S/. 3,634.40
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES			S/. 4,067.99	S/. 732.24	S/. 4,800.23

7.1.3 Licencias y autorizaciones.

7.1.3.1 Licencia de Funcionamiento:

La licencia de funcionamiento es la autorización que nos brinda la municipalidad para el desarrollo de actividades económicas.

Para nuestro proyecto debemos gestionar el trámite de licencia de funcionamiento en las municipalidades donde ubicaremos nuestro punto de venta y lugar donde se

llevará a cabo el proceso productivo. Estamos considerando entonces el trámite de licencias de Funcionamiento ante las municipalidades de Santiago de Surco.

Requisitos para obtener Licencia Funcionamiento Distrito Santiago de Surco

Entre las consideraciones debemos de tener claro que para la empresa aplican los requisitos para establecimientos hasta 300m².

Los requisitos generales para la obtención de las licencias son 31:

1. Solicitud con carácter de Declaración Jurada, incluyendo lo siguiente:
 - Número de RUC del solicitante tratándose de Persona Natural o Jurídica según corresponda.
 - Número de D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas.
2. Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas.
3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad.
4. Pago de derecho de trámite (S/66.50)
5. Adicionalmente de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- Indicar número de estacionamientos en Declaración Jurada.

- Copia simple de autorización sectorial

Tabla 78.

ACTIVOS INTANGIBLES					
DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES					
Local: Distrito de Surco					
Carpeta de Trámite para Licencia de Funcionamiento		S/. 15.00	S/. 12.71		S/. 12.71
Licencia de Funcionamiento con vigencia definitiva para establecimientos mayores a 100 m ²		S/. 1,037.24	S/. 879.02		S/. 879.02
Inspección Técnica de seguridad básica EX-ANTE Defensa Civil (3.0111% de U.I.T)		S/. 223.00	S/. 188.98		S/. 188.98
Vigencia de Poder		S/. 21.19	S/. 17.95	S/. 3.23	S/. 21.19
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			S/. 1,098.67	S/. 3.23	S/. 1,101.90

7.1.4 Legislación Laboral

Tabla 79.

Instituciones Laborales	Microempresa	Pequeña empresa	Régimen Laboral General
RMV	S/. 850.00	S/. 850.00	S/. 850.00
Jornada - Horario	8 horas diarias (48 horas semanales)	8 horas diarias (48 horas semanales)	8 horas diarias (48 horas semanales)
Horas extras	25% (02 primeras horas) 35% (horas restantes)	25% (02 primeras horas) 35% (horas restantes)	25% (02 primeras horas) 35% (horas restantes)
Jornada nocturna	RMV + 35% (no se aplica si es habitual)	RMV + 35% (no se aplica si es habitual)	RMV + 35%
Régimen de salud	SIS: S/. 15.00 ESSALUD: 9% de remuneración	ESSALUD: 9% de remuneración	ESSALUD: 9% de remuneración
Régimen pensionario	No Afiliado: Afiliación opcional Afiliado: Aportación obligatoria	No Afiliado: Afiliación obligatoria Afiliado: Aportación obligatoria	No Afiliado: Afiliación obligatoria Afiliado: Aportación obligatoria
Despido injustificado	10 rem. Diarias por año Tope: 90 remun diarias (9 años)	20 rem. Diarias por año Tope: 120 remun diarias (6 años)	1.5 rem. mensual por año Tope: 12 sueldos (8 años)
Vacaciones	15 días por año	15 días por año	30 días por año
CTS	No aplica	1/2 remun mensual por año Tope: 3 remun. Mensuales (6 años)	1 remun mensual por año Tope: No hay
Gratificaciones	No aplica	1/2 remun en Jul y Dic	1 sueldo en Jul y Dic
Asignación familiar	No aplica	No aplica	10% de RMV
SCTR	No aplica	Si, cuando corresponda	Si, cuando corresponda
Póliza de vida	No aplica	A partir de los 4 años	A partir de los 4 años
Utilidades	No aplica	De acuerdo a D.Leg 892	De acuerdo a D.Leg 892

Contratación

La empresa efectuará contratos con renovación anual y periodo de prueba de tres meses, según lo estipulado en el DS003-97-TR referente a la Ley de la Productividad y la Competitividad Laboral.

Beneficios Laborales- Gratificación

La empresa buscará fidelizar a sus trabajadores brindándoles beneficios exigidos por la ley; contarán con 1/2 mes de vacaciones remuneradas al año y al pago de gratificaciones equivalente a 1/2 sueldo en los meses de Julio y Diciembre.

Remuneración

De acuerdo al derecho con el que disponen los trabajadores: recibir una remuneración por la labor que desempeñan, se elaboró el siguiente cuadro donde muestran los sueldos y cargos propuestos.

Tabla 80.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 5,500.00
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 1,500.00
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 4,000.00
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 2,000.00
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	1	S/. 2,500.00
Operarios de produccion	PRODUCCION	MOD	2	S/. 1,500.00

Tabla 81.

Planilla Anualizada 2017-2020

CARGO	dic-16	2017	2018	2019	2020
Gerente General	S/. 6,208	S/. 83,562	S/. 83,562	S/. 83,562	S/. 83,562
Asistente administrativo	S/. 1,760	S/. 23,629	S/. 23,629	S/. 23,629	S/. 23,629
Jefe Comercial	S/. 4,540	S/. 61,087	S/. 61,087	S/. 61,087	S/. 61,087
Vendedor	S/. 2,316	S/. 31,121	S/. 31,121	S/. 31,121	S/. 31,121
Supervisor de producción y logística	S/. 3,521	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612
Operarios de produccion	S/. 21,217	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146
Total	S/. 39,562	S/. 356,158	S/. 356,158	S/. 356,158	S/. 356,158

Jornada y horario de trabajo

De acuerdo a ley los trabajadores disponen de 48 horas de trabajo semanales como máximo. (Deben cumplir 8 horas diarias de acuerdo a ley). La jornada extraordinaria de trabajo será contemplada en la medida que esta sea requerida y autorizada por la gerencia. La empresa no realizará desembolso de dinero alguno para el pago de estas horas, sino que de mutuo acuerdo con el trabajador se le estará otorgando horas o días libres de manera proporcional a las horas que haya trabajado fuera de su horario normal de trabajo.

Los trabajadores disponen de un horario de refrigerio, la cual no será menor a 45 minutos, este tiempo no forma parte de su jornada laboral.

Si la empresa considera necesario el trabajador puede realizar horas extras voluntarias: 02 primeras horas extras que equivalen al 25% de 01 hora de trabajo sobre la remuneración percibida, a partir de la 3ra hora equivale al 35% de 01 hora de trabajo sobre la remuneración percibida.

Descanso semanal Obligatorio.

Los trabajadores tienen derecho a 1 día de descanso a la semana, el cual será determinado de acuerdo al cronograma; así también los días feriados calendarios no son laborables.

Descanso vacacional

De acuerdo a ley y por el tipo de empresa los trabajadores tienen derecho a 15 días de vacaciones o descanso vacacional por año completo de trabajo.

Despido injustificado

El importe de indemnización por despido injustificado es equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completado teniendo un máximo de 120 remuneraciones diarias.

Seguro Social de Salud

Es derecho del trabajador recibir atención médica, contar con subsidios por maternidad, lactancia, incapacidad temporal y prestaciones por sepelio. La empresa aportará el integro por Seguro Social de Salud para cada trabajador.

Régimen Pensionario

Los trabajadores optarán por un régimen de pensiones previsional. Deberán elegir entre ONP o AFP. La empresa aportará el integro por cada trabajador.

Compensación por Tiempo de Servicio

El trabajador recibirá el abono correspondiente a 1/2 remuneración mensual por cada año laborado.

7.1.5 Legislación Tributaria.

La clasificación que **CALZADO ORTODIABETICO S.A.C.** ha considerado se encuentra bajo la Ley de Promoción y Formalización de La Micro y Pequeña Empresa. Esta Ley regula el aspecto laboral, tributario, de seguridad social y administrativo.

Tabla 82.

CUADRO DE CLASIFICACION DE EMPRESAS			
CRITERIO EMPRESARIAL	VENTAS	IMPORTE FACTURADO	
Micro empresa	Hasta 150 UIT	S/.	592,500
Pequeña empresa	De 150 hasta 1,700 UIT	S/.	6,715,000
Mediana empresa	De 1,700 hasta 2,300 UIT	S/.	9,085,000

Principales Características

La cantidad de trabajadores abarca de 1 a 100 trabajadores inclusive. El nivel de ventas anuales no serán mayores a 1 700 UIT (S/. 3,950) reajustados cada 2 años por el MEF de acuerdo con la variación del PBI.

Al ser una empresa que pertenece contablemente al régimen general y vende más de 150 UIT por año, se debe llevar los siguientes libros:

- Registro de compras
- Registro de ventas
- Libro Diario Simplificado
- Libro Mayor
- Libro de Inventario y Balances

El registro de compras y ventas mantiene un seguimiento a los movimientos de la empresa, tanto de la entrada como salida de productos e insumos. Estos registros se controlan sin el IGV, siendo el monto bruto del movimiento. Los diarios se reflejan en el balance, cuadros de asientos contables, (12 cuentas por cobrar, 40 tributos, 70 mercaderías). Libro mayor refleja los cuadros en T, como por ejemplo en Efectivo, cuántos movimientos existen en un periodo de evaluación, cuánto va al Debe y cuánto al

Haber, esto sirve para controlar los movimientos de la empresa y la rotación en cuanto a mercadería, el haber no puede ser mayor, significaría gastos para la empresa.

Compra de mercadería, la compra se justifica el total así se realice compra a crédito. El debe es mayor que el haber. En el ejemplo se refleja los movimientos de ingreso para la empresa, al ser mayores que el debe, están generando ingresos para la empresa. Si el haber fuese mayor, los stocks, rotación de productos o fabricación de productos estaría en exceso, generando más gastos a la empresa en productos que finalmente no tendrán rotación.

Tabla 83.

CUADRO DE COSTOS COMPRA Y LEGALIZACION LIBROS						
DESCRIPCION	VALOR		IGV		TOTA	
Compra de libros contables	S/.	71.00	S/.	12.78	S/.	83.78
Legalización de libros Contables	S/.	160.00	S/.	28.80	S/.	188.80
					S/.	272.58

La empresa al ser una S.A.C. estará afecta al impuesto a la Renta de 3ra categoría, que es el 30% de la utilidad del ejercicio, estos pagos se realizarán de manera adelantada al inicio de cada mes de acuerdo al cronograma establecido por SUNAT, de la misma forma con el pago del 18% de IGV correspondiente a las ventas mensuales realizadas. Cada mes debe presentarse a la SUNAT declaración de pago de IGV e Impuesto a la Renta

Tributos para el Gobierno Central: Impuesta a la Renta e Impuesto General a las Ventas

Tributos para los Gobiernos Locales: Impuesto Predial

Tributos para otros fines: Contribuciones a la seguridad social

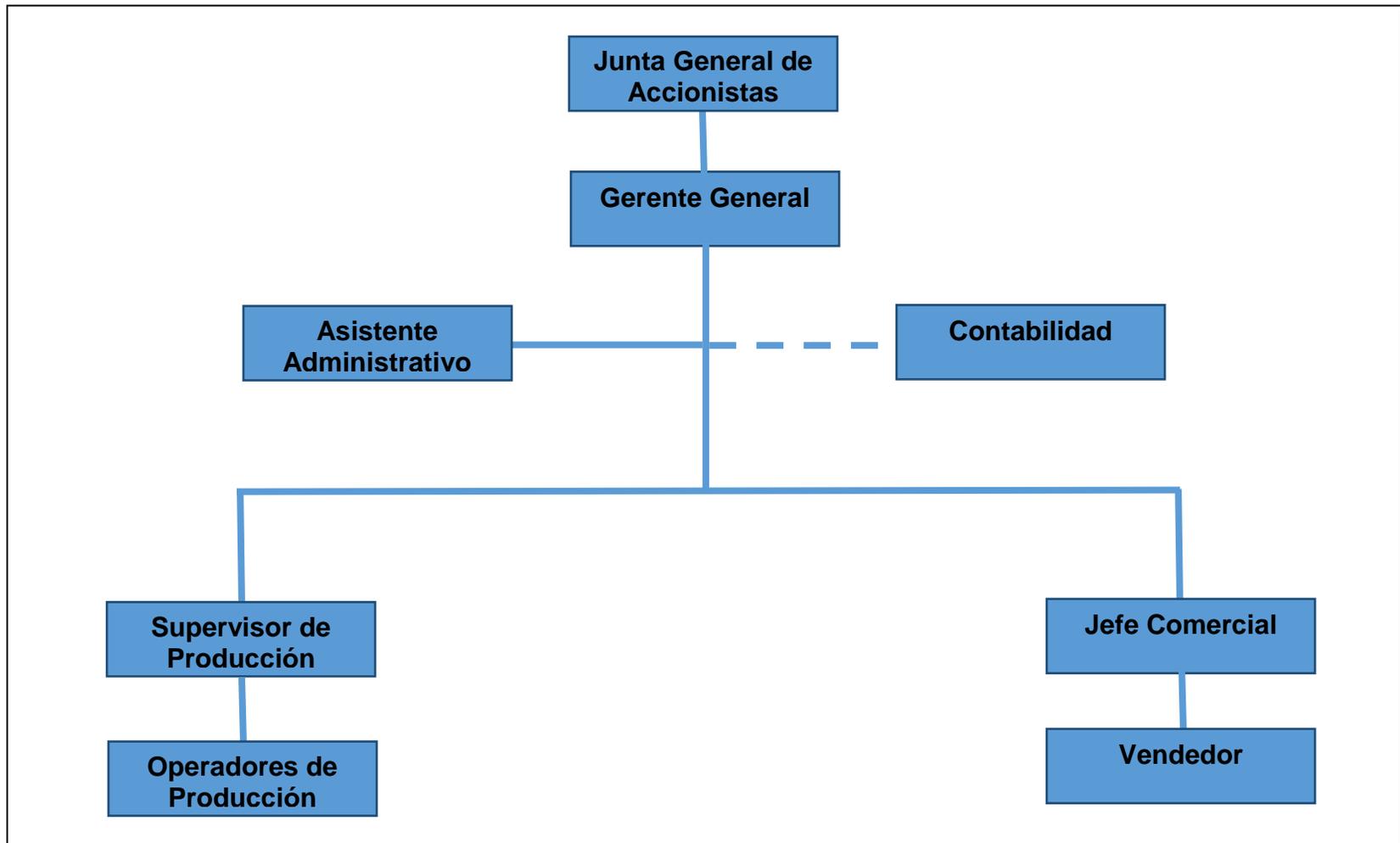
7.1.6 Otros aspectos legales.

Se aplicará según las nuevas disposiciones o cambios en la legislación y reglamentos actuales. Todo lo requerido para la puesta en marcha de la empresa ha sido manifestado en los puntos anteriores que van desde la constitución de la empresa.

7.2. Estudio Organizacional

7.2.1. Organigrama Funcional

Tabla 84.



7.2.2. Puestos de Trabajo: Tareas, Funciones y Responsabilidades

Gerente General: responsable de administrar y dirigir en su totalidad la empresa, así como tomar decisiones estratégicas relacionadas con la misma, coordina y controla las actividades mediante planeación dirección organización y control.

Funciones:

- Estar pendiente de los cambios del mercado y el campo al cual se dedica la empresa, para encaminarla al éxito.
- Generar mayor volumen de ingresos, mantenimiento, calidad y servicio.
- Dirigir, supervisar y controlar las operaciones de la empresa.
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones, mobiliario y equipo existente.
- Gestionar todas las actividades competentes para el desarrollo correcto de todas las actividades de producción
- Vigilar el proceso en la elaboración de calzado cumpla con la planificación prevista.

Perfil del puesto:

Profesional Universitario Titulado en Ingeniería Industrial, Administración de Empresas o Economía.

Experiencia laboral mínima de 5 años en puesto similar.

Capacidad de Toma de decisiones y liderazgo

Edad: Entre 35 y 50 años.

Asistente administrativo: encargado de desempeñar labores de oficina en general para auxiliar a la gerencia general en las labores administrativas.

Funciones:

- Encargado del orden y archivo documentario.
- Tomar notas o apuntes de las indicaciones que le entregue la gerencia
- Apoyar pagos a los proveedores.

- Apoyar pago al personal.

Perfil del puesto:

Técnico en Administración.

Estudios complementarios: Computación.

Experiencia laboral mínima de 6 meses en el cargo.

Edad: Entre 20 y 45 años.

Jefe Comercial: administrar los recursos que les asigna empresa para asegurar el cumplimiento de los objetivos comerciales planteados

Funciones:

- Administrar eficientemente el recurso humano asignado.
- Asegurar el cumplimiento con el margen de las ventas.
- Velar por el mantenimiento y mejoras del local asignado.
- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Asegurar que el servicio brindado a nuestros clientes sea el óptimo.
- Establecer los procedimientos a seguir en las acciones de compra de la empresa.
- Mantener los contactos oportunos con proveedores para analizar las características de los productos, condiciones de servicio, precio y pago.

Perfil del puesto:

Administrador de empresas

Experiencia laboral mínima de 3 años en el cargo.

Capacidad de Toma de decisiones y liderazgo

Edad: Entre 28 y 50 años

Operarios de producción: Realizar trabajos en las áreas determinadas según el proceso de la producción de los calzados.

Operario de corte:

Funciones:

- Revisar el material antes de empezar el proceso.
- Identificar y alistar los materiales de guarnecido
- Cocido de zapato (armado)

Perfil del puesto:

Técnico

Experiencia laboral mínima de 2 años en el cargo.

Edad: Entre 18 y 40 años.

Operario de Aparado:

Funciones:

- Engomar todas las partes para la unión de las piezas.
- Unir todas las piezas (capellada)
- Cocido de zapato (armado)

Perfil del puesto:

Técnico

Experiencia laboral mínima de 2 años en el cargo.

Edad: Entre 18 y 40 años.

Operario de Preparado:

Funciones:

- Revisar máquinas y programarlas
- Colocar hormas en armado
- Tener cuidado con el producto

Perfil del puesto:

Técnico

Experiencia laboral mínima de 2 años en el cargo.

Edad: Entre 18 y 45 años.

Operario de puntera, contrafuerte y acabado.

Funciones:

- Revisar las máquinas y programarlas.
- Aplicar pegante al forro.
- Colocar la pieza en la puntera y después en contrafuerte.
- Revisar como parte delantera y trasera.

Perfil del puesto:

Técnico

Experiencia laboral mínima de 3 años en el cargo.

Edad: Entre 18 y 48 años.

Operario de Inspección y empaçado:

Funciones:

- Revisar el zapato.
- Colocar talla
- Empacar en bolsa.
- Empacar en caja.

Perfil del puesto:

Técnico

Experiencia laboral mínima de 6 meses en el cargo.

Edad: Entre 18 y 45 años.

7.2.3. Aspectos Laborales: Forma de Contratación, Régimen Laboral, Remuneración, Horario de Trabajo, Beneficios Sociales

Forma de Contratación

La forma de contratación para el personal de gerencia, administrativo, ventas, operaciones y almacén será a través del periódico y vía buscadores web de acuerdo al perfil que requerimos en el punto de puestos de trabajo.

La forma de contratación será mediante un contrato a plazo fijo o determinado, llamado también sujeto a modalidad, con un plazo máximo que no superará los 5 años.

El proceso de selección se iniciará con el análisis y revisión de los diferentes currículos de los postulantes, donde se verificará la información personal y laboral, que serán muy útiles para validar la veracidad del contenido de dicho documento, este proceso terminara con la entrevista del postulante.

Manejaremos una base de datos de todos los currículums archivados de los postulantes que cumplan con el perfil y de esta forma podemos recurrir en caso de renuncia, despidos o incremento de personal, para proceder a un reemplazo de la vacante disponible.

Restricciones

No serán considerados en el proceso de selección externo e interno aquellos postulantes que no evidencian un alto nivel de integridad, considerando antecedentes personales, laborales y el comportamiento crediticio, el cual será verificado en Infocorp y Archivo Negativo en las siguientes condiciones:

- Infocorp: No haber sido reportado por la SBS en la categoría Dudoso, Deficiente o Pérdida durante los últimos 6 meses.

Régimen Laboral

El régimen laboral a utilizar será el régimen laboral general para una Pequeña Empresa, según Compendio de Normas Sobre Legislación Laboral del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo el cual indica que el trabajador deberá tener los siguientes derechos laborales:

- Los trabajadores de una pequeña empresa tienen el derecho de estar registrados en el régimen contributivo de Es salud, en donde el empleador deberá aportar a Es salud el 9% de lo que perciba el trabajador.
- Los trabajadores de pequeña empresa tienen derecho a ser asegurados al Sistema Nacional de Pensiones (SNP / ONP), o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- Tiene derecho a una Jornada máxima de 08 horas o 48 horas semanales.
- Tiene derecho a 24 horas continuas de descanso físico.
- En caso de despido arbitrario tiene derecho a una indemnización equivalente 20 remuneraciones diarias por cada año de trabajo, con un tope máximo de 120 remuneraciones diarias.
- Por Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), el trabajador percibirá ½ sueldo por cada año de trabajo.
- Tiene derecho a 15 días de vacaciones, por cada año de trabajo o su parte proporcional.
- Tiene derecho cuando menos a una remuneración mínima vital (S/.750.00 nuevos soles).
- Por gratificaciones tiene derecho a ½ sueldo en Julio y ½ sueldo en Diciembre, siempre y cuando haya laborado el semestre completo, es decir de Enero a Junio y Julio a Diciembre, caso contrario percibirá la parte proporcional por los meses completos laborados en razón del medio sueldo.
- En lo que respecta a sus Derechos Colectivos, un trabajador de una pequeña si puede formar parte de un sindicato.
- Tiene derecho a gozar de los feriados establecidos en el Régimen Laboral Común, es decir, primero de enero, jueves y viernes santo, día del trabajo, fiestas patrias, Santa Rosa de Lima, Combate de Angamos, todos los Santos, Inmaculada Concepción, Navidad del Señor.
- Tiene derecho al Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo en caso realice actividades riesgosas.

Remuneraciones

Sobre las remuneraciones, estas serán dispuesta de acuerdo al requerimiento de cada perfil del trabajador y guiándonos en base al mercado laboral actual.

Tabla 85.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 5,500.00
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 1,500.00
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 4,000.00
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 2,000.00
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	1	S/. 2,500.00
Operarios de producción	PRODUCCION	MOD	5	S/. 1,500.00
Total			10	S/. 17,000.00

Horario de Trabajo

Los empleados trabajarán ocho horas diarios que corresponden a la jornada de trabajo de 48 horas semanales, el horario de trabajo será de lunes a viernes de 8:30 a.m. a 5:30 p.m. y sábados de 8:30 a.m. a 1:30 p.m.

El control del ingreso y salida será mediante una tarjeta de proximidad ubicada en la recepción del edificio además de ser contralada por la seguridad.

Beneficios Sociales

Nuestra legislación prevé para los trabajadores seis beneficios económicos de origen legal que se abonan durante la relación laboral, de las cuales se señalan y teniendo en cuenta que estos beneficios serán distribuidos de acuerdo los plazos indicados en la norma del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Asignación Laboral

La asignación laboral será abonada a los trabajadores de acuerdo a las fechas establecidas en el contrato cada mes durante el periodo de permanencia en la empresa.

CTS

Existen 2 periodos semestrales (noviembre a abril y mayo a octubre) debiendo depositarse dentro de los primeros 15 días de los meses de Mayo y Noviembre de cada año.

Vacaciones y Descansos Remunerados

El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicios.

El año de labor exigido se computará desde la fecha en que el trabajador ingresó al servicio del empleador o desde la fecha que el empleador determine, si compensa la fracción de servicios correspondiente

Los descansos remunerados serán previa sustentación del descanso mediante descanso médico.

Gratificaciones

Las gratificaciones serán abonadas a los trabajadores durante los meses de julio y diciembre de cada año

Participación en las utilidades

Plazo límite para presentar declaración jurada 08 de abril, el pago deberá ser abonado 30 días después de la presentación de la declaración Jurada

Seguro de Vida Ley

El seguro será otorgado voluntariamente por el empleador cuando el trabajador ya tiene tres meses de trabajo y obligatoriamente cuando éste haya laborado cuatro años para los mismos empleadores (continuos o intermitentes). Esta obligación se encuentra regulada por el Decreto Legislativo N° 688 “Ley de Consolidación de Beneficios Sociales” (modificado por Ley N° 29549) y por el D.S. N° 003-2011-TR.

CAPÍTULO VIII ESTUDIO DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

8.1 Inversiones 2017-2020

8.1.1 Inversiones en Activo Fijo

Para la inversión de activos fijos en nuestro proyecto hemos considerado todos los equipos, mobiliarios y herramientas básicas las que nos servirán tanto de apoyo en la producción como para brindar una mejor atención a nuestros clientes en las operaciones diarias de nuestro proyecto.

A continuación se muestra un cuadro resumen de la inversión en activos fijos:

Tabla 86.

ACTIVOS FIJOS					
Descripción	Cant.	Costo unitario (sin IGv)	Costo total (sin IGv)	IGv 18 %	Costo total (con IGv)
PRODUCCIÓN					
Maquina ATOM Troqueladora	1	S/. 7,203.39	S/. 7,203	S/. 1,297	S/. 8,500
Maquina cardadora	1	S/. 1,440.68	S/. 1,441	S/. 259	S/. 1,700
Máquina de coser	1	S/. 2,305.08	S/. 2,305	S/. 415	S/. 2,720
Maquina colocar puntera	1	S/. 7,491.53	S/. 7,492	S/. 1,348	S/. 8,840
Maquina ERPS colocar/recortar velcro	1	S/. 7,203.39	S/. 7,203	S/. 1,297	S/. 8,500
Maquina armadora de talón VIFANA	1	S/. 6,915.25	S/. 6,915	S/. 1,245	S/. 8,160
Maquina pegadora ensueladora (sorbetera)	1	S/. 4,898.31	S/. 4,898	S/. 882	S/. 5,780
Parrilla activadora de pegamentos (horno)	4	S/. 288.14	S/. 1,153	S/. 207	S/. 1,360
Computadoras	1	S/. 780	S/.780.00	S/. 140	S/. 920
TOTAL ACTIVOS FIJOS - PRODUCCIÓN S/.			S/. 39,390	S/. 7,090	S/. 46,480
MOBILIARIO PARA TIENDA					
Caja registradora	1	S/. 980	S/.980.00	S/. 176	S/. 1,156
Mueble counter	1	S/. 1,020	S/.1,020.00	S/. 184	S/. 1,204
Computadoras	2	S/. 780	S/.1,560.00	S/. 281	S/. 1,841
Sillones	2	S/. 1,200	S/. 2,400	S/. 432	S/. 2,832
Letrero luminoso	1	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 180	S/. 1,180
Puff	2	S/. 600	S/. 1,200	S/. 216	S/. 1,416
TOTAL ACTIVOS FIJOS - VENTAS S/.			S/. 8,160	S/. 1,469	S/. 9,629
MOBILIARIO ADMINISTRATIVO					
Computadoras	2	S/. 780	S/.1,560.00	S/. 281	S/. 1,841
TOTAL ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRATIVO S/.			S/. 1,560	S/. 281	S/. 1,841
TOTAL ACTIVOS FIJOS S/.			S/. 49,110	S/. 8,840	S/. 57,950

8.1.2 Inversión Activo Intangible

Nuestros activos intangibles son todas aquellas acciones vinculadas a la constitución de la empresa, marcas y patentes:

Tabla 87.

ACTIVOS INTANGIBLES					
DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
CONSTITUCION DE LA EMPRESA					
Búsqueda de índices ante la SUNARP		S/. 6.00	S/. 6.00		S/. 6.00
Pago de tasa registral para reserva de nombre ante la SUNARP		S/. 15.00	S/. 15.00		S/. 15.00
Elaboración de minuta		S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 236.00
Escritura Pública ante notario público		S/. 297.00	S/. 297.00	S/. 53.46	S/. 350.46
Gastos Administrativos Notaria		S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 9.00	S/. 59.00
Derecho a calificación de la inscripción de la sociedad ante la SUNARP		S/. 42.00	S/. 42.00		S/. 42.00
Constitución de personas jurídicas SUNARP		S/. 23.00	S/. 23.00		S/. 23.00
Elevar la escritura pública a SUNARP		S/. 90.00			
Copia literal - SUNARP		S/. 20.00	S/. 20.00		S/. 20.00
Obtención de RUC (SUNAT)- Emisión de facturas		S/. 263.00	S/. 222.88		S/. 222.88
Libros contables (4) Resolución de Superintendencia 226-2013/SUNAT		S/. 71.00	S/. 71.00	S/. 12.78	S/. 83.78
Legalización libros contables (opcional, pueden ser electrónicos)		S/. 160.00	S/. 160.00	S/. 28.80	S/. 188.80
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA			S/. 1,106.88	S/. 140.04	S/. 1,246.92
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES					
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)		S/. 453.00	S/. 453.00	S/. 81.54	S/. 534.54
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)		S/. 534.99	S/. 534.99	S/. 96.30	S/. 631.29
Publicación en Diario El Peruano		S/. 1,540.00	S/. 3,080.00	S/. 554.40	S/. 3,634.40
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES			S/. 4,067.99	S/. 732.24	S/. 4,800.23
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES					
Local: Distrito de Surco					
Carpeta de Trámite para Licencia de Funcionamiento		S/. 15.00	S/. 12.71		S/. 12.71
Licencia de Funcionamiento con vigencia definitiva para establecimientos mayores a 100 m2		S/. 1,037.24	S/. 879.02		S/. 879.02
Inspección Técnica de seguridad básica EX-ANTE Defensa Civil (3.0111% de U.I.T)		S/. 223.00	S/. 188.98		S/. 188.98

Vigencia de Poder		S/. 21.19	S/. 17.95	S/. 3.23	S/. 21.19
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			S/. 1,098.67	S/. 3.23	S/. 1,101.90
SOFTWARE					
Windows	5	S/. 677.97	S/. 3,389.83	S/. 610.17	S/. 4,000.00
Licencia Office	5	S/. 610.17	S/. 3,050.85	S/. 549.15	S/. 3,600.00
Antivirus (para 5 usuarios)	1	S/. 173.56	S/. 173.56	S/. 31.24	S/. 204.80
TOTAL SOFTWARE			S/. 6,614.24	S/. ,190.56	S/. 7,804.80
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			S/. 12,887.78	S/. ,066.07	S/. 14,953.85

8.1.3 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 2016.

Tabla 88.

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO												
VENTAS AÑO 1: 890,597												
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
VENTAS (CANTIDADES)												
MOCASIN	43	52	61	69	78	87	87	87	87	87	87	87
CERRADO	114	137	160	182	205	228	228	228	228	228	228	228
BOTIN	18	22	25	29	32	36	36	36	36	36	36	36
VENTAS (SOLES)												
MOCASIN	S/. 9,564	S/. 11,477	S/. 13,390	S/. 15,303	S/. 17,215	S/. 19,128						
CERRADO	S/. 27,037	S/. 32,445	S/. 37,852	S/. 43,260	S/. 48,667	S/. 54,075						
BOTIN	S/. 5,808	S/. 6,969	S/. 8,131	S/. 9,293	S/. 10,454	S/. 11,616						
Ventas mensuales	S/. 42,409	S/. 50,891	S/. 59,373	S/. 67,855	S/. 76,337	S/. 84,819						
IGV Ventas	S/. 7,634	S/. 9,160	S/. 10,687	S/. 12,214	S/. 13,741	S/. 15,267						
Total VENTAS	S/. 50,043	S/. 60,052	S/. 70,060	S/. 80,069	S/. 90,078	S/. 100,086						
Ventas al contado	S/. 50,043	S/. 60,052	S/. 70,060	S/. 80,069	S/. 90,078	S/. 100,086						
TOTAL INGRESOS EFECTIVO	S/. 50,043	S/. 60,052	S/. 70,060	S/. 80,069	S/. 90,078	S/. 100,086						

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												
Material directo o materia prima	S/. 14,398	S/. 19,309	S/. 21,797	S/. 25,590	S/. 26,828	S/. 29,763	S/. 31,480	S/. 29,567	S/. 30,531	S/. 29,720	S/. 29,678	S/. 30,389
Materiales y herramientas						S/. 1,072						S/. 1,072
Uniformes						S/. 732						
Útiles de Oficina	S/. -	S/. -	S/. 404	S/. -	S/. -	S/. 404	S/. -	S/. -	S/. 404	S/. -	S/. -	S/. 404
Útiles y Materiales de Limpieza	S/. -	S/. 375	S/. -	S/. 375	S/. -	S/. 375	S/. -	S/. 375	S/. -	S/. 375	S/. -	S/. 375
IGV Materiales	S/. 2,592	S/. 3,543	S/. 3,996	S/. 4,674	S/. 4,829	S/. 5,822	S/. 5,666	S/. 5,390	S/. 5,568	S/. 5,417	S/. 5,342	S/. 5,803
Personal												
Gerente General	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500	S/. 5,500
Asistente administrativo	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
Jefe Comercial	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000	S/. 4,000
Vendedor	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
Supervisor de producción y logística	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
Operarios de producción	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500
Asignación familiar	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850	S/. 850
SCTR	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460	S/. 460
Gratificación							S/. 12,155					S/. 12,155
CTS					S/. 4,051.67						S/. 6,583.96	
ESSALUD	S/. 1,524	S/. 2,188	S/. 2,188	S/. 2,188	S/. 2,188	S/. 2,188	S/. 2,188	S/. 3,282	S/. 2,188	S/. 2,188	S/. 2,188	S/. 2,188
Servicios												
Energía Eléctrica	S/. 1,635	S/. 1,838	S/. 2,068	S/. 2,297	S/. 2,527	S/. 2,703	S/. 2,703	S/. 2,703	S/. 2,703	S/. 2,703	S/. 2,703	S/. 2,703
Agua	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285	S/. 285

Arbitrios	S/. 350	S/. -	S/. -	S/. 350	S/. -	S/. -	S/. 350	S/. -	S/. -	S/. 350	S/. -	S/. -
Servicio de teléfono - internet	S/. 180	S/. 180	S/. 180									
Alquiler local	S/. 6,000	S/. 6,000	S/. 6,000									
Asesoría contable y legal	S/. 593	S/. 593	S/. 593									
Servicio limpieza	S/. 763	S/. 763	S/. 763									
Recarga de extintores	S/. -	S/. -	S/. 169									
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 2,542	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 2,542
Alarma de seguridad	S/. 111	S/. 111	S/. 111									
Póliza de seguro contra robo e incendios	S/. 212	S/. 212	S/. 212									
Servicio POS	S/. 78	S/. 78	S/. 78									
IGV Servicios	S/. 694	S/. 731	S/. 772	S/. 813	S/. 855	S/. 1,344	S/. 887	S/. 887	S/. 887	S/. 887	S/. 887	S/. 1,375
Publicidad												
facebook	S/. 250	S/. 250	S/. 250									
Promoción por Radio	S/. 1,040	S/. 1,040	S/. 1,040									
2 eventos al año	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 1,000	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 1,000
IGV publicidad	S/. 232	S/. 232	S/. 232	S/. 232	S/. 412	S/. 232	S/. 232	S/. 232	S/. 232	S/. 232	S/. 232	S/. 412
Responsabilidad Social	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
CHARLAS PREVENTIVAS EN CAMPAÑAS MEDICAS MUNICIPALES	S/. -	S/. -	S/. 1,000	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 1,000	S/. -	S/. -	S/. -
CHOCOLATADA EN ADIPER	S/. -	S/. -	S/. 1,500									
REGALO DE ZAPATOS POR EL DIA DE LA DIABETES	S/. -	S/. 2,040	S/. -	S/. -								
IGV responsabilidad social	S/. -	S/. -	S/. 180	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 180	S/. 367	S/. -	S/. 270
Impuestos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Pago IGV (al estado) - Del módulo de IGV		S/. -	S/. -	S/. -	S/. 1,510	S/. 7,645	S/. 7,869	S/. 8,482	S/. 8,759	S/. 8,400	S/. 8,364	S/. 8,806

PAGO A CUENTA IMPUESTO RENTA (1.5%)		S/. 636	S/. 763	S/. 891	S/. 1,018	S/. 1,145	S/. 1,272	S/. 1,272	S/. 1,272	S/. 1,272	S/. 1,272	S/. 1,272
Préstamo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Cuotas préstamo	S/. 3,254	S/. 3,254	S/. 3,254	S/. 3,254	S/. 3,254	S/. 3,254						
Total egresos efectivo	S/. 58,502	S/. 65,929	S/. 70,477	S/. 74,486	S/. 82,295	S/. 93,044	S/. 101,878	S/. 89,267	S/. 90,801	S/. 91,028	S/. 94,327	S/. 109,513
Saldo de caja (ingresos - egresos)	S/. - 8,458	S/. - 5,878	S/. -417	S/. 5,583	S/. 7,783	S/. 7,042	S/. - 1,792	S/. 10,819	S/. 9,286	S/. 9,058	S/. 5,759	S/. - 9,427
Saldo de caja inicial	S/. -	S/. - 8,458	S/. - 14,336	S/. - 14,753	S/. - 9,171	S/. - 1,388	S/. 5,654	S/. 3,862	S/. 14,682	S/. 23,967	S/. 33,025	S/. 38,784
Saldo de caja final (acumulado)	S/. - 8,458	S/. - 14,336	S/. - 14,753	S/. - 9,171	S/. - 1,388	S/. 5,654	S/. 3,862	S/. 14,682	S/. 23,967	S/. 33,025	S/. 38,784	S/. 29,358

Tabla 89.

CAPITAL DE TRABAJO (Anual)						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Ventas		S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945	
Capital de trabajo necesario		S/. 14,753	S/. 16,986	S/. 17,115	S/. 17,244	Ratio = 1.66%
Inversión capital de trabajo	S/. - 14,753	S/. - 2,233	S/. -129	S/. - 129		
Recuperación de capital de trabajo					S/. 17,244	

Tabla 90.

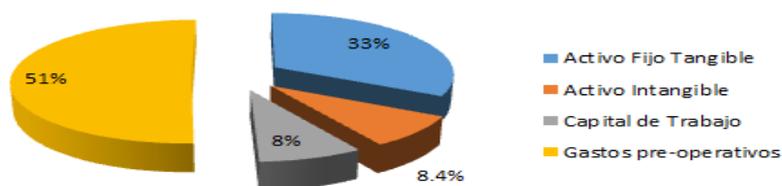
MODULO DE IGV	Año 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
IGV Ventas		S/. 7,634	S/. 9,160	S/. 10,687	S/. 12,214	S/. 13,741	S/. 15,267						
IGV Materiales		-S/. 2,592	-S/. 3,543	-S/. 3,996	-S/. 4,674	-S/. 4,829	-S/. 5,822	-S/. 5,666	-S/. 5,390	-S/. 5,568	-S/. 5,417	-S/. 5,342	-S/. 5,803
IGV Servicios		-S/. 694	-S/. 731	-S/. 772	-S/. 813	-S/. 855	-S/. 1,344	-S/. 887	-S/. 1,375				
IGV Publicidad		-S/. 232	-S/. 232	-S/. 232	-S/. 232	-S/. 412	-S/. 232	-S/. 412					
IGV Responsabilidad Social		S/. 0	S/. 0	-S/. 180	S/. 0	-S/. 180	-S/. 367	S/. 0	-S/. 270				
IGV Activos tangibles	-S/. 8,840												
IGV Activos intangibles	-S/. 2,066												
IGV Gastos pre operativos	-S/. 8,354												
IGV Neto	-S/. 19,260	S/. 4,116	S/. 4,654	S/. 5,506	S/. 6,494	S/. 7,645	S/. 7,869	S/. 8,482	S/. 8,759	S/. 8,400	S/. 8,364	S/. 8,806	S/. 7,407
Crédito fiscal	-S/. 19,260	-S/. 15,145	-S/. 10,490	-S/. 4,984	S/. 0								
Pago de IGV	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 1,510	S/. 7,645	S/. 7,869	S/. 8,482	S/. 8,759	S/. 8,400	S/. 8,364	S/. 8,806	S/. 7,407

8.1.4 Estructura de Inversiones

En el siguiente cuadro podemos apreciar el monto que se requiere para cada una de las inversiones (Activo Fijo, Activo Intangible y Capital de Trabajo, Gastos Pre-operativos, garantía, I.I. de Materiales, así como los activos intangibles) indicando el porcentaje en función al monto total de inversión.

Tabla 91.

ESTRUCTURA DE INVERSIONES: INVERSIÓN AÑO 0					
Inversión	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	%	
Activo Fijo Tangible	S/. 49,110	S/. 8,840	S/. 57,950	33%	
Activo Intangible	S/. 12,888	S/. 2,066	S/. 14,954	8.4%	
Capital de Trabajo	S/. 14,753		S/. 14,753	8%	
Gastos pre-operativos	S/. 81,347	S/. 8,354	S/. 89,701	51%	
Total	S/. 158,098	S/. 19,260	S/. 177,358	100%	



8.2 Financiamiento 2017-2020

8.2.1 Estructura de Financiamiento

A continuación vemos el monto de la inversión que será financiado, el cual asciende a S/.89,000.00 el cual será financiado con el banco Financiero con una TCEA de 18.6% en un plazo de 36 cuotas.

Tabla 92.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO					
Inversión	Inversión sin IGV	IGV	Inversión con IGV	Capital propio	Deuda
Activo Fijo Tangible	S/. 49,110	S/. 8,840	S/. 57,950	S/. 88,358	S/. 89,000
Activo Intangible	S/. 12,888	S/. 2,066	S/. 14,954		
Capital de Trabajo	S/. 14,753	S/. -	S/. 14,753		
Gastos pre-operativos	S/. 81,347	S/. 8,354	S/. 89,701		
TOTAL	S/. 158,098	S/. 19,260	S/. 177,358	S/. 88,358	S/. 89,000

Tabla 93.

APORTE DE CADA SOCIO		
Roxana Parodi	S/.	17,672
Percy Velásquez	S/.	17,672
Dax Mariño	S/.	17,672
Lucia Calderón	S/.	17,672
Julio Lescano	S/.	17,672
TOTAL S/.	S/.	88,358

8.2.2 Fuentes de Financiamiento y Cronograma

Para el financiamiento de nuestro proyecto, se trabajara con el banco Financiero con una TCEA 18.60% A continuación se detalla la cantidad de cuotas y el valor de cada cuota.

Tabla 94.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO: CRONOGRAMA

PRESTAMO

PRESTAMO		89,000.00	
TEA		18.60%	Banco Financiero
TCEA		20.52%	
TEM		1.57%	
PLAZO		3	años

CUOTA MENSUAL

S/.	3,253.86
-----	----------

Tabla 95.

Periodo	Deuda	Interés	Amortización	Cuota
1	S/. 89,000.00	S/. 1,395.11	S/. 1,858.75	S/. 3,253.86
2	S/. 87,141.25	S/. 1,365.97	S/. 1,887.89	S/. 3,253.86
3	S/. 85,253.36	S/. 1,336.38	S/. 1,917.48	S/. 3,253.86
4	S/. 83,335.87	S/. 1,306.32	S/. 1,947.54	S/. 3,253.86
5	S/. 81,388.33	S/. 1,275.79	S/. 1,978.07	S/. 3,253.86
6	S/. 79,410.26	S/. 1,244.79	S/. 2,009.08	S/. 3,253.86
7	S/. 77,401.18	S/. 1,213.29	S/. 2,040.57	S/. 3,253.86
8	S/. 75,360.61	S/. 1,181.31	S/. 2,072.56	S/. 3,253.86
9	S/. 73,288.06	S/. 1,148.82	S/. 2,105.04	S/. 3,253.86
10	S/. 71,183.01	S/. 1,115.82	S/. 2,138.04	S/. 3,253.86
11	S/. 69,044.97	S/. 1,082.31	S/. 2,171.56	S/. 3,253.86
12	S/. 66,873.41	S/. 1,048.27	S/. 2,205.60	S/. 3,253.86
13	S/. 64,667.82	S/. 1,013.69	S/. 2,240.17	S/. 3,253.86
14	S/. 62,427.65	S/. 978.58	S/. 2,275.29	S/. 3,253.86
15	S/. 60,152.36	S/. 942.91	S/. 2,310.95	S/. 3,253.86
16	S/. 57,841.41	S/. 906.69	S/. 2,347.18	S/. 3,253.86
17	S/. 55,494.23	S/. 869.89	S/. 2,383.97	S/. 3,253.86
18	S/. 53,110.26	S/. 832.52	S/. 2,421.34	S/. 3,253.86
19	S/. 50,688.92	S/. 794.57	S/. 2,459.29	S/. 3,253.86
20	S/. 48,229.63	S/. 756.02	S/. 2,497.85	S/. 3,253.86
21	S/. 45,731.78	S/. 716.86	S/. 2,537.00	S/. 3,253.86
22	S/. 43,194.78	S/. 677.09	S/. 2,576.77	S/. 3,253.86
23	S/. 40,618.01	S/. 636.70	S/. 2,617.16	S/. 3,253.86
24	S/. 38,000.85	S/. 595.68	S/. 2,658.19	S/. 3,253.86
25	S/. 35,342.67	S/. 554.01	S/. 2,699.85	S/. 3,253.86
26	S/. 32,642.82	S/. 511.69	S/. 2,742.17	S/. 3,253.86
27	S/. 29,900.64	S/. 468.70	S/. 2,785.16	S/. 3,253.86
28	S/. 27,115.48	S/. 425.05	S/. 2,828.82	S/. 3,253.86
29	S/. 24,286.66	S/. 380.70	S/. 2,873.16	S/. 3,253.86
30	S/. 21,413.50	S/. 335.66	S/. 2,918.20	S/. 3,253.86
31	S/. 18,495.31	S/. 289.92	S/. 2,963.94	S/. 3,253.86
32	S/. 15,531.36	S/. 243.46	S/. 3,010.40	S/. 3,253.86
33	S/. 12,520.96	S/. 196.27	S/. 3,057.59	S/. 3,253.86
34	S/. 9,463.37	S/. 148.34	S/. 3,105.52	S/. 3,253.86
35	S/. 6,357.85	S/. 99.66	S/. 3,154.20	S/. 3,253.86
36	S/. 3,203.64	S/. 50.22	S/. 3,203.64	S/. 3,253.86
TOTAL		S/. 28,139.07	S/. 89,000.00	S/. 117,139.07

CAPÍTULO IX ESTUDIO DE INGRESOS Y COSTOS

9.1. Ingresos Anuales 2017-2020

9.1.1. Recuperación de Capital de trabajo

Tabla 96.

Programa ventas (unidades)	2017	2018	2019	2020
MOCASIN	912	1,049	1,057	1,065
CERRADO	2,393	2,755	2,776	2,797
BOTIN	379	436	439	443
Total unidades	3,683	4,241	4,273	4,305

Producto	Precio de venta	IGV	Valor venta
MOCASIN	S/. 260.00	S/. 39.66	S/. 220.34
CERRADO	S/. 280.00	S/. 42.71	S/. 237.29
BOTIN	S/. 380.00	S/. 57.97	S/. 322.03

Tabla 97.

Programa ventas (soles)	2017	2018	2019	2020
MOCASIN	S/. 200,846	S/. 231,245	S/. 232,999	S/. 234,753
CERRADO	S/. 567,786	S/. 653,723	S/. 658,680	S/. 663,638
BOTIN	S/. 121,965	S/. 140,425	S/. 141,490	S/. 142,555
Ventas (sin IGV)	S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945
IGV	S/. 160,308	S/. 184,571	S/. 185,970	S/. 187,370
Ventas (con IGV)	S/. 1,050,905	S/. 1,209,964	S/. 1,219,138	S/. 1,228,315

9.1.2. Recuperación de Capital de trabajo

Tabla 98.

RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Ventas		S/. 890,597	S/. 25,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945
Capital de trabajo necesario		S/. 14,753	S/. 16,986	S/. 17,115	S/. 17,244
Inversión capital de trabajo	S/. -14,753	S/. -2,233	S/. -129	S/. -129	
Recuperación de capital de trabajo					S/. 17,244

9.1.3. Valor de Desecho Neto del activo fijo

Tabla 99.

VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO FIJO					
Activo fijo	Valor Adquisición	Depreciación acumulada	Valor en libros	Valor comercial al 4º año	Valor desecho neto
OPERACIONES	S/. 39,390	S/. 16,224	S/. 23,166	S/. 23,166	S/. 23,166
VENTAS	S/. 8,160	S/. 4,200	S/. 3,960	S/. 3,960	S/. 3,960
ADMINISTRATIVO	S/. 1,560	S/. 1,560	S/. -	S/. -	S/. -
TOTAL	S/. 49,110	S/. 21,984	S/. 27,126	S/. 27,126	S/. 27,126
			(Valor comercial)		
			IGV por venta		S/. 4,883
			VALOR Desecho con IGV		S/. 32,009

9.2. Costos y Gastos anuales

9.2.1. Egresos Desembolsables

9.2.1.1. Presupuesto de materias primas y materiales

Tabla 100.

MATERIA PRIMA SEGÚN PROGRAMA DE COMPRAS PARA PRODUCCION (FLUJO DE CAJA)

Materia Prima (cantidades)	Unidad de Compra	dic-16	2017	2018	2019	2020
Cuero Guante	Pie2	134	8,112	9,229	9,299	9,166
Forro Badana	Pie2	134	8,112	9,229	9,299	9,166
Plantilla de poliuretano	Paquete 30	5	251	286	288	284
Contrafuerte	Millar	1	15	18	18	18
Falza	Millar	1	7	9	9	9
Suela	Ciento	2	75	86	87	86
Pegamento	Galón x 3800ml	1	38	43	44	43
Hilo Naylón encerado	Rollo de 457 m.	1	21	25	25	25
Clavos 3/4 "	Millar	1	22	26	26	26
Velcro	Rollo 0.2x25m.	1	45	52	52	52
Lija Fina	Millar	1	1	3	3	3
Caja	Ciento	1	37	43	43	43
Etiqueta códigos	Millar	1	3	5	5	5
Papel Seda	Millar	1	3	5	5	5
Bolsa de empaque	Millar	1	3	5	5	5

Materia Prima (soles)	Costo unitario	dic-16	2017	2018	2019	2020
Cuero Guante	S/. 10.51	S/. 1,408	S/. 85,245	S/. 96,983	S/. 97,718	S/. 96,321
Forro Badana	S/. 3.47	S/. 466	S/. 28,186	S/. 32,067	S/. 32,310	S/. 31,848
Plantilla de poliuretano	S/. 419.49	S/. 2,097	S/. 105,292	S/. 119,975	S/. 120,814	S/. 119,136
Contrafuerte	S/. 525.42	S/. 525	S/. 7,881	S/. 9,458	S/. 9,458	S/. 9,458
Falza	S/. 254.24	S/. 254	S/. 1,780	S/. 2,288	S/. 2,288	S/. 2,288
Suela	S/. 1,016.95	S/. 2,034	S/. 76,271	S/. 87,458	S/. 88,475	S/. 87,458
Pegamento	S/. 58.47	S/. 58	S/. 2,222	S/. 2,514	S/. 2,573	S/. 2,514
Hilo Naylón encerado	S/. 42.37	S/. 42	S/. 890	S/. 1,059	S/. 1,059	S/. 1,059
Clavos 3/4 "	S/. 33.90	S/. 34	S/. 746	S/. 881	S/. 881	S/. 881
Velcro	S/. 72.88	S/. 73	S/. 3,280	S/. 3,790	S/. 3,790	S/. 3,790
Lija Fina	S/. 33.90	S/. 34	S/. 34	S/. 102	S/. 102	S/. 102
Caja	S/. 169.49	S/. 169	S/. 6,271	S/. 7,288	S/. 7,288	S/. 7,288
Etiqueta códigos	S/. 42.37	S/. 42	S/. 127	S/. 212	S/. 212	S/. 212
Papel Seda	S/. 84.75	S/. 85	S/. 254	S/. 424	S/. 424	S/. 424
Bolsa de empaque	S/. 190.68	S/. 191	S/. 572	S/. 953	S/. 953	S/. 953
Total Compras Materia Prima (sin IGV)		S/. 7,514	S/. 319,051	S/. 365,451	S/. 368,344	S/. 363,731
IGV		S/. 1,352	S/. 57,429	S/. 65,781	S/. 66,302	S/. 65,472
Total Compras Materia Prima (con IGV)		S/. 8,866	S/. 376,480	S/. 431,233	S/. 434,647	S/. 429,203

Tabla 101.

MATERIA PRIMA SEGÚN VENTAS (ESTADO DE RESULTADOS)

Ventas	2017	2018	2019	2020
MOCASIN	912	1,049	1,057	1,065
CERRADO	2,393	2,755	2,776	2,797
BOTIN	379	436	439	443
Ventas (unidades)	3,683	4,241	4,273	4,305

Materia Prima (soles)	Costo unitario	2017	2018	2019	2020
MOCASIN	S/. 84.75	S/. 77,256	S/. 88,949	S/. 89,624	S/. 90,299
CERRADO	S/. 84.75	S/. 202,801	S/. 233,496	S/. 235,267	S/. 237,038
BOTIN	S/. 95.02	S/. 35,986	S/. 41,433	S/. 41,747	S/. 42,061
Materia Prima (soles)		S/. 316,044	S/. 363,879	S/. 366,638	S/. 369,398

Tabla 102.

NECESIDAD MATERIA PRIMA E INSUMOS	Unidad	Dic-16	Total 2017	Total 2018	Total 2019	Total 2020
Cuero Guante	Pie2	133.3	8,111.8	9,228.6	9,298.6	9,165.9
Forro Badana	Pie2	133.3	8,111.8	9,228.6	9,298.6	9,165.9
Plantilla de poliuretano	Paquete 30	4.0	251.0	285.6	287.8	283.7
Contrafuerte	Millar	0.2	15.1	17.1	17.3	17.0
Falsa	Millar	0.1	7.5	8.6	8.6	8.5
Suela	Ciento	1.2	75.3	85.7	86.3	85.1
Pegamento	Galón x 3800ml	0.6	37.7	42.8	43.2	42.6
Hilo Naylon encerado	Rollo de 457 m.	0.4	21.4	24.4	24.6	24.2
Clavos 3/4 "	Millar	0.4	22.6	25.7	25.9	25.5
Velcro	Rollo 0.2x25m.	0.7	45.2	51.4	51.8	51.1
Lija Fina	Millar	0.0	1.9	2.1	2.2	2.1
Caja	Ciento	0.6	37.3	42.4	42.7	42.1
Etiqueta códigos	Millar	0.1	3.7	4.2	4.3	4.2
Papel Seda	Millar	0.1	3.8	4.3	4.3	4.3
Bolsa de empaque	Millar	0.1	3.8	4.3	4.3	4.3

9.2.1.2. Presupuesto de Mano de Obra Directa

AÑO 2016
(Diciembre)
Tabla 103.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANT.	POR TRABAJADOR										Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	ASIGNACION FAMILIAR MENSUAL	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	AFP mensual	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 5,500.00	S/. 85.00	S/. 110.00	S/. 5,695.00	S/. 740.35	S/. 5,695.00		S/. 512.55		S/. 6,207.55	S/. 6,207.55
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 1,615.00		S/. 145.35		S/. 1,760.35	S/. 1,760.35
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 4,000.00	S/. 85.00	S/. 80.00	S/. 4,165.00	S/. 541.45	S/. 4,165.00		S/. 374.85		S/. 4,539.85	S/. 4,539.85
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 2,000.00	S/. 85.00	S/. 40.00	S/. 2,125.00	S/. 276.25	S/. 2,125.00		S/. 191.25		S/. 2,316.25	S/. 2,316.25
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	1	S/. 2,500.00	S/. 85.00	S/. 50.00	S/. 2,635.00	S/. 342.55	S/. 2,635.00		S/. 237.15		S/. 2,872.15	S/. 2,872.15
Operarios de producción	PRODUCCION	MOD	2	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 1,615.00		S/. 145.35		S/. 1,760.35	S/. 3,520.70
Total			7											S/. 21,216.85

AÑO 2017
Tabla 104.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANT.	POR TRABAJADOR										Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	ASIGNACION FAMILIAR MENSUAL	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	AFP mensual	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 5,500.00	S/. 85.00	S/. 110.00	S/. 5,695.00	S/. 740.35	S/. 68,340.00	S/. 5,500.00	S/. 6,645.60	S/. 3,076.67	S/. 83,562.27	S/. 83,562.27
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 23,629.20
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 4,000.00	S/. 85.00	S/. 80.00	S/. 4,165.00	S/. 541.45	S/. 49,980.00	S/. 4,000.00	S/. 4,858.20	S/. 2,249.17	S/. 61,087.37	S/. 61,087.37
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 2,000.00	S/. 85.00	S/. 40.00	S/. 2,125.00	S/. 276.25	S/. 25,500.00	S/. 2,000.00	S/. 2,475.00	S/. 1,145.83	S/. 31,120.83	S/. 31,120.83
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	1	S/. 2,500.00	S/. 85.00	S/. 50.00	S/. 2,635.00	S/. 342.55	S/. 31,620.00	S/. 2,500.00	S/. 3,070.80	S/. 1,421.67	S/. 38,612.47	S/. 38,612.47
Operarios de producción	PRODUCCION	MOD	5	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 118,146.00
Total			10											S/. 356,158.13

AÑO 2018
Tabla 105.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR										Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	ASIGNACION FAMILIAR MENSUAL	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	AFP mensual	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 5,500.00	S/. 85.00	S/. 110.00	S/. 5,695.00	S/. 740.35	S/. 68,340.00	S/. 5,500.00	S/. 6,645.60	S/. 3,076.67	S/. 83,562.27	S/. 83,562.27
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 23,629.20
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 4,000.00	S/. 85.00	S/. 80.00	S/. 4,165.00	S/. 541.45	S/. 49,980.00	S/. 4,000.00	S/. 4,858.20	S/. 2,249.17	S/. 61,087.37	S/. 61,087.37
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 2,000.00	S/. 85.00	S/. 40.00	S/. 2,125.00	S/. 276.25	S/. 25,500.00	S/. 2,000.00	S/. 2,475.00	S/. 1,145.83	S/. 31,120.83	S/. 31,120.83
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	1	S/. 2,500.00	S/. 85.00	S/. 50.00	S/. 2,635.00	S/. 342.55	S/. 31,620.00	S/. 2,500.00	S/. 3,070.80	S/. 1,421.67	S/. 38,612.47	S/. 38,612.47
Operarios de producción	PRODUCCION	MOD	5	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 118,146.00
Total			10											S/. 356,158.13

AÑO 2019
Tabla 106.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR										Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	ASIGNACION FAMILIAR MENSUAL	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	AFP mensual	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 5,500.00	S/. 85.00	S/. 110.00	S/. 5,695.00	S/. 740.35	S/. 68,340.00	S/. 5,500.00	S/. 6,645.60	S/. 3,076.67	S/. 83,562.27	S/. 83,562.27
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 23,629.20
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 4,000.00	S/. 85.00	S/. 80.00	S/. 4,165.00	S/. 541.45	S/. 49,980.00	S/. 4,000.00	S/. 4,858.20	S/. 2,249.17	S/. 61,087.37	S/. 61,087.37
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 2,000.00	S/. 85.00	S/. 40.00	S/. 2,125.00	S/. 276.25	S/. 25,500.00	S/. 2,000.00	S/. 2,475.00	S/. 1,145.83	S/. 31,120.83	S/. 31,120.83
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	1	S/. 2,500.00	S/. 85.00	S/. 50.00	S/. 2,635.00	S/. 342.55	S/. 31,620.00	S/. 2,500.00	S/. 3,070.80	S/. 1,421.67	S/. 38,612.47	S/. 38,612.47
Operarios de producción	PRODUCCION	MOD	5	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 118,146.00
Total			10											S/. 356,158.13

AÑO 2020
Tabla 107.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	POR TRABAJADOR										Total S/. Planilla Anual
				SUELDO MENSUAL	ASIGNACION FAMILIAR MENSUAL	SCTR MENSUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	AFP mensual	SUB-TOTAL ANUAL	GRATIFICACION (JUL-DIC)	ESSALUD	CTS	Remuneración Anual por trabajador	
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 5,500.00	S/. 85.00	S/. 110.00	S/. 5,695.00	S/. 740.35	S/. 68,340.00	S/. 5,500.00	S/. 6,645.60	S/. 3,076.67	S/. 83,562.27	S/. 83,562.27
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	1	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 23,629.20
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 4,000.00	S/. 85.00	S/. 80.00	S/. 4,165.00	S/. 541.45	S/. 49,980.00	S/. 4,000.00	S/. 4,858.20	S/. 2,249.17	S/. 61,087.37	S/. 61,087.37
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	1	S/. 2,000.00	S/. 85.00	S/. 40.00	S/. 2,125.00	S/. 276.25	S/. 25,500.00	S/. 2,000.00	S/. 2,475.00	S/. 1,145.83	S/. 31,120.83	S/. 31,120.83
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	1	S/. 2,500.00	S/. 85.00	S/. 50.00	S/. 2,635.00	S/. 342.55	S/. 31,620.00	S/. 2,500.00	S/. 3,070.80	S/. 1,421.67	S/. 38,612.47	S/. 38,612.47
Operarios de producción	PRODUCCION	MOD	5	S/. 1,500.00	S/. 85.00	S/. 30.00	S/. 1,615.00	S/. 209.95	S/. 19,380.00	S/. 1,500.00	S/. 1,879.20	S/. 870.00	S/. 23,629.20	S/. 118,146.00
Total			10											S/. 356,158.13

Tabla 108.

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	Dic-16	2017	2018	2019	2020
Gerente General	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	S/. 6,208	S/. 83,562	S/. 83,562	S/. 83,562	S/. 83,562
Asistente administrativo	ADMINISTRATIVA	G. ADMINISTRACION	S/. 1,760	S/. 23,629	S/. 23,629	S/. 23,629	S/. 23,629
Jefe Comercial	VENTAS	G. VENTAS	S/. 4,540	S/. 61,087	S/. 61,087	S/. 61,087	S/. 61,087
Vendedor	VENTAS	G. VENTAS	S/. 2,316	S/. 31,121	S/. 31,121	S/. 31,121	S/. 31,121
Supervisor de producción y logística	PRODUCCION	MOI	S/. 3,521	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612
Operarios de producción	PRODUCCION	MOD	S/. 21,217	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146
Total			S/. 39,562	S/. 356,158	S/. 356,158	S/. 356,158	S/. 356,158

Tabla 109.

MANO DE OBRA DIRECTA				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Operarios	5	5	5	5
Costo de la planilla anual (operarios)	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146
Sueldos	S/. 90,000	S/. 90,000	S/. 90,000	S/. 90,000
Asignación familiar	S/. 5,100	S/. 5,100	S/. 5,100	S/. 5,100
SCTR	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800	S/. 1,800
ESSALUD	S/. 9,396	S/. 9,396	S/. 9,396	S/. 9,396
Gratificaciones	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500	S/. 7,500
CTS	S/. 4,350	S/. 4,350	S/. 4,350	S/. 4,350

9.2.1.3. Presupuesto de Costos Indirectos

Tabla 110.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
MATERIAL INDIRECTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Materiales y herramientas	S/. 2,143	S/. 2,537	S/. 2,537	S/. 1,504
Uniformes	S/. 732	S/. 917	S/. 917	S/. 917
Útiles de Oficina	S/. 283	S/. 283	S/. 283	S/. 283
Materiales de Limpieza	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464
Total S/. (SIN IGV)	S/. 4,622	S/. 5,201	S/. 5,201	S/. 4,168
IGV	S/. 832	S/. 936	S/. 936	S/. 750
Total S/. (CON IGV)	S/. 5,454	S/. 6,138	S/. 6,138	S/. 4,919

Tabla 111.

MANO DE OBRA INDIRECTA				
MANO DE OBRA INDIRECTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Supervisor de producción y logística	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612
Total Planilla	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612

Tabla 112.

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Energía Eléctrica	S/. 24,383	S/. 28,073	S/. 28,286	S/. 28,499
Agua	S/. 2,226	S/. 2,226	S/. 2,226	S/. 2,226
Arbitrios	S/. 910	S/. 910	S/. 910	S/. 910
Servicio de teléfono - internet	S/. 324	S/. 324	S/. 324	S/. 324
Alquiler local	S/. 46,800	S/. 46,800	S/. 46,800	S/. 46,800
Asesoría contable y legal	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio limpieza	S/. 5,949	S/. 5,949	S/. 5,949	S/. 5,949
Recarga de extintores	S/. 110	S/. 110	S/. 110	S/. 110
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 3,814	S/. 3,814	S/. 3,814	S/. 3,814
Alarma de seguridad	S/. 865	S/. 865	S/. 865	S/. 865
Póliza de seguro contra robo e incendios	S/. 1,653	S/. 1,653	S/. 1,653	S/. 1,653
Servicio POS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 87,034	S/. 90,724	S/. 90,937	S/. 91,150
IGV	S/. 7,078	S/. 7,743	S/. 7,781	S/. 7,819
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 94,112	S/. 98,467	S/. 98,718	S/. 98,969

Tabla 113.

EGP (SIN IGV)

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
MATERIAL INDIRECTO	S/. 4,622	S/. 5,201	S/. 5,201	S/. 4,168
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612
SERVICIOS	S/. 87,034	S/. 90,724	S/. 90,937	S/. 91,150
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 4,056	S/. 4,056	S/. 4,056	S/. 4,056
AMORTIZACION ANUAL	S/. 46,536	S/. 0	S/. 0	S/. 0
TOTAL CIF	S/. 180,860	S/. 138,594	S/. 138,807	S/. 137,987

Tabla 114.

FLUJO DE CAJA

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
MATERIAL INDIRECTO	S/. 4,622	S/. 5,201	S/. 5,201	S/. 4,168
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612	S/. 38,612
SERVICIOS	S/. 87,034	S/. 90,724	S/. 90,937	S/. 91,150
TOTAL CIF (SIN IGV)	S/. 130,268	S/. 134,538	S/. 134,751	S/. 133,931
IGV	S/. 7,910	S/. 8,679	S/. 8,717	S/. 8,569
TOTAL CIF (Incluye IGV)	S/. 138,179	S/. 143,217	S/. 143,468	S/. 142,500

9.2.1.4. Presupuesto de Gastos de Administración

Tabla 115.

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Gerente General	S/. 83,562	S/. 83,562	S/. 83,562	S/. 83,562
Asistente administrativo	S/. 23,629	S/. 23,629	S/. 23,629	S/. 23,629
Total	S/. 107,191	S/. 107,191	S/. 107,191	S/. 107,191
MATERIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Útiles de Oficina	S/. 1,139	S/. 1,139	S/. 1,139	S/. 1,139
Útiles y Materiales de Limpieza	S/. 338	S/. 338	S/. 338	S/. 338
Total S/. (SIN IGV)	S/. 1,477	S/. 1,477	S/. 1,477	S/. 1,477
IGV	S/. 266	S/. 266	S/. 266	S/. 266
Total S/. (CON IGV)	S/. 1,743	S/. 1,743	S/. 1,743	S/. 1,743

Tabla 116.

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Energía Eléctrica	S/. 1,962	S/. 1,962	S/. 1,962	S/. 1,962
Agua	S/. 514	S/. 514	S/. 514	S/. 514
Arbitrios	S/. 210	S/. 210	S/. 210	S/. 210
Servicio de teléfono - internet	S/. 972	S/. 972	S/. 972	S/. 972
Alquiler local	S/. 10,800	S/. 10,800	S/. 10,800	S/. 10,800
Asesoría contable y legal	S/. 7,119	S/. 7,119	S/. 7,119	S/. 7,119
Servicio limpieza	S/. 1,373	S/. 1,373	S/. 1,373	S/. 1,373
Recarga de extintores	S/. 25	S/. 25	S/. 25	S/. 25
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 508	S/. 508	S/. 508	S/. 508
Alarma de seguridad	S/. 200	S/. 200	S/. 200	S/. 200
Póliza de seguro contra robo e incendios	S/. 381	S/. 381	S/. 381	S/. 381
Servicio POS	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 24,065	S/. 24,065	S/. 24,065	S/. 24,065
IGV	S/. 2,350	S/. 2,350	S/. 2,350	S/. 2,350
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 26,414	S/. 26,414	S/. 26,414	S/. 26,414

Tabla 117.

RESPONSABILIDAD SOCIAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
CHARLAS PREVENTIVAS EN CAMPAÑAS MEDICAS MUNICIPALES	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
CHOCOLATADA EN ADIPER	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500	S/. 1,500
REGALO DE ZAPATOS POR EL DIA DE LA DIABETES	S/. 2,040	S/. 2,040	S/. 2,040	S/. 2,040
Total Responsabilidad Social (sin IGV)	S/. 5,540	S/. 5,540	S/. 5,540	S/. 5,540
IGV	S/. 997	S/. 997	S/. 997	S/. 997
Total Responsabilidad Social (con IGV)	S/. 6,537	S/. 6,537	S/. 6,537	S/. 6,537

Tabla 118.

EGP

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
PERSONAL	S/. 107,191	S/. 107,191	S/. 107,191	S/. 107,191
MATERIALES	S/. 1,477	S/. 1,477	S/. 1,477	S/. 1,477
SERVICIOS	S/. 24,065	S/. 24,065	S/. 24,065	S/. 24,065
RESPONSABILIDAD SOCIAL	S/. 5,540	S/. 5,540	S/. 5,540	S/. 5,540
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 390	S/. 390	S/. 390	S/. 390
AMORTIZACION ANUAL	S/. 20,996	S/. 0	S/. 0	S/. 0
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 159,659	S/. 138,663	S/. 138,663	S/. 138,663

Tabla 119.

FLUJO DE CAJA

GASTOS ADMINISTRATIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
PERSONAL	S/. 107,191	S/. 107,191	S/. 107,191	S/. 107,191
MATERIALES	S/. 1,477	S/. 1,477	S/. 1,477	S/. 1,477
SERVICIOS	S/. 24,065	S/. 24,065	S/. 24,065	S/. 24,065
RESPONSABILIDAD SOCIAL	S/. 5,540	S/. 5,540	S/. 5,540	S/. 5,540
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS (SIN IGV)	S/. 138,273	S/. 138,273	S/. 138,273	S/. 138,273
IGV	S/. 3,613	S/. 3,613	S/. 3,613	S/. 3,613
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS (CON IGV)	S/. 141,886	S/. 141,886	S/. 141,886	S/. 141,886

9.2.1.5. Presupuesto de Gastos de Ventas

Tabla 120.

GASTOS VENTAS				
PERSONAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Jefe Comercial	S/. 61,087	S/. 61,087	S/. 61,087	S/. 61,087
Vendedor	S/. 31,121	S/. 31,121	S/. 31,121	S/. 31,121
Total	S/. 92,208	S/. 92,208	S/. 92,208	S/. 92,208

Tabla 121.

MATERIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Útiles de Oficina	S/. 195	S/. 195	S/. 195	S/. 195
Útiles y Materiales de Limpieza	S/. 450	S/. 450	S/. 450	S/. 450
Total S/. (SIN IGV)	S/. 645	S/. 645	S/. 645	S/. 645
IGV	S/. 116	S/. 116	S/. 116	S/. 116
Total S/. (CON IGV)	S/. 761	S/. 761	S/. 761	S/. 761

Tabla 122.

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Energía Eléctrica	S/. 2,944	S/. 2,944	S/. 2,944	S/. 2,944
Agua	S/. 685	S/. 685	S/. 685	S/. 685
Arbitrios	S/. 280	S/. 280	S/. 280	S/. 280
Servicio de teléfono - internet	S/. 864	S/. 864	S/. 864	S/. 864
Alquiler local	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400	S/. 14,400
Asesoría contable y legal	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Servicio limpieza	S/. 1,831	S/. 1,831	S/. 1,831	S/. 1,831
Recarga de extintores	S/. 34	S/. 34	S/. 34	S/. 34
Mantenimiento de maquinarias y equipos	S/. 763	S/. 763	S/. 763	S/. 763
Alarma de seguridad	S/. 266	S/. 266	S/. 266	S/. 266
Póliza de seguro contra robo e incendios	S/. 508	S/. 508	S/. 508	S/. 508
Servicio POS	S/. 936	S/. 936	S/. 936	S/. 936
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 23,510	S/. 23,510	S/. 23,510	S/. 23,510
IGV	S/. 1,589	S/. 1,589	S/. 1,589	S/. 1,589
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 25,100	S/. 25,100	S/. 25,100	S/. 25,100

PUBLICIDAD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
facebook	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000
Promoción por Radio	S/. 12,480	S/. 12,480	S/. 12,480	S/. 12,480
2 eventos al año	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000	S/. 2,000
Total Costo Servicios (sin IGV)	S/. 17,480	S/. 17,480	S/. 17,480	S/. 17,480
IGV	S/. 3,146	S/. 3,146	S/. 3,146	S/. 3,146
Total Costo Servicios (con IGV)	S/. 20,626	S/. 20,626	S/. 20,626	S/. 20,626

Tabla 123.

EGP

GASTOS VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
PERSONAL	S/. 92,208	S/. 92,208	S/. 92,208	S/. 92,208
MATERIALES	S/. 645	S/. 645	S/. 645	S/. 645
SERVICIOS	S/. 23,510	S/. 23,510	S/. 23,510	S/. 23,510
PUBLICIDAD	S/. 17,480	S/. 17,480	S/. 17,480	S/. 17,480
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	S/. 1,050	S/. 1,050	S/. 1,050	S/. 1,050
AMORTIZACION ANUAL	S/. 26,703	S/. 0	S/. 0	S/. 0
TOTAL GASTOS VENTAS	S/. 161,596	S/. 134,894	S/. 134,894	S/. 134,894

Tabla 124.

FLUJO DE CAJA

GASTOS VENTAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
PERSONAL	S/. 92,208	S/. 92,208	S/. 92,208	S/. 92,208
MATERIALES	S/. 645	S/. 645	S/. 645	S/. 645
SERVICIOS	S/. 23,510	S/. 23,510	S/. 23,510	S/. 23,510
SERVICIOS	S/. 17,480	S/. 17,480	S/. 17,480	S/. 17,480
TOTAL GASTOS VENTAS (SIN IGV)	S/. 133,844	S/. 133,844	S/. 133,844	S/. 133,844
IGV	S/. 4,852	S/. 4,852	S/. 4,852	S/. 4,852
TOTAL GASTOS VENTAS (CON IGV)	S/. 138,696	S/. 138,696	S/. 138,696	S/. 138,696

9.2.2. Egresos no Desembolsables

9.2.2.1. Depreciación

Tabla 125.

INFORME N° 196-2006-SUNAT/2B0000	PORCENTAJE ANUAL MÁXIMO DE DEPRECIACIÓN
BIENES	
1. Ganado de trabajo y reproducción; redes de pesca	25%
2. Vehículos de transporte terrestre (excepto ferrocarriles); hornos en general	20%
3. Maquinaria y equipo utilizados por las actividades minera, petrolera y de construcción, excepto muebles, enseres y equipos de oficina	20%
4. Equipos de procesamiento de datos	25%
5. Edificios y Construcciones	20%
6. Maquinaria y equipo adquirido a partir del 1.1.1991	10%
7. Otros bienes del activo fijo	10%

Tabla 126.

EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS	5,496	5,496	5,496	5,496
Producción (CIF)	4,056	4,056	4,056	4,056
Gastos Administrativos	390	390	390	390
Gastos Ventas	1,050	1,050	1,050	1,050

9.2.2.2 Amortización de Intangibles

Tabla 127.

AMORTIZACION	94,235	-	-	-
Producción (CIF)	46,536	-	-	-
Gastos Administrativos	20,996	-	-	-
Gastos Ventas	26,703	-	-	-
TOTAL EGRESOS NO DESEMBOLSABLES	99,731	5,496	5,496	5,496

9.2.3 Costo fijos y costos variables

Tabla 128.

COSTOS FIJOS TOTALES (3 modelos de calzado)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	3,683	4,241	4,273	4,305
COSTOS FIJOS				
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146
CIF FIJO	S/. 156,477	S/. 110,521	S/. 110,521	S/. 109,487
GASTOS ADMINISTRACION FIJOS	S/. 159,659	S/. 138,663	S/. 138,663	S/. 138,663
GASTOS VENTAS FIJOS	S/. 161,596	S/. 134,894	S/. 134,894	S/. 134,894
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 595,879	S/. 502,223	S/. 502,223	S/. 501,190
COSTO FIJO UNITARIO PROMEDIO	S/.161.79	S/.118.43	S/.117.54	S/.116.42

Tabla 129.

COSTOS VARIABLES TOTALES (3 modelos de calzado)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	3,683	4,241	4,273	4,305
Ingresos	S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945
COSTOS VARIABLES				
MATERIAL DIRECTO	S/. 316,044	S/. 363,879	S/. 366,638	S/. 369,398
CIF - VARIABLE (materiales, energía, agua, transporte)	S/. 24,383	S/. 28,073	S/. 28,286	S/. 28,499
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 340,427	S/. 391,952	S/. 394,924	S/. 397,897
COSTOS VARIABLE UNITARIO PROMEDIO				
	S/.92.43	S/.92.43	S/.92.43	S/.92.43

Detalle por modelo:

Tabla 130.

MOCASIN				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	912	1,049	1,057	1,065
Ingresos	S/. 200,846	S/. 231,245	S/. 232,999	S/. 234,753
COSTOS VARIABLES				
MATERIAL DIRECTO	S/. 77,256	S/. 88,949	S/. 89,624	S/. 90,299
CIF - VARIABLE (materiales, energía, agua, transporte)	S/. 11,487	S/. 13,226	S/. 13,326	S/. 13,426
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 88,744	S/. 102,175	S/. 102,950	S/. 103,725
COSTOS VARIABLE UNITARIO				
	S/.97.36	S/.97.36	S/.97.36	S/.97.36

Tabla 131.

COSTOS FIJOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	912	1,049	1,057	1,065
COSTOS FIJOS				
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 23,347	S/. 13,549	S/. 13,046	S/. 12,560
CIF	S/. 24,254	S/. 2,668	S/. 2,001	S/. 1,243
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 36,006	S/. 31,271	S/. 31,271	S/. 31,271
GASTOS VENTAS	S/. 36,443	S/. 30,421	S/. 30,421	S/. 30,421
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 120,050	S/. 77,910	S/. 76,739	S/. 75,495
COSTO FIJO UNITARIO				
	S/.131.70	S/.74.24	S/.72.57	S/.70.86

CERRADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	2,393	2,755	2,776	2,797
Ingresos	S/. 567,786	S/. 653,723	S/. 658,680	S/. 663,638

Tabla 132.

COSTOS VARIABLES				
MATERIAL DIRECTO	S/. 202,801	S/. 233,496	S/. 235,267	S/. 237,038
CIF - VARIABLE (materiales, energía, agua, transporte)	S/. 9,130	S/. 10,512	S/. 10,592	S/. 10,671
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 211,931	S/. 244,008	S/. 245,858	S/. 247,709
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.88.57	S/.88.57	S/.88.57	S/.88.57

COSTOS FIJOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	2,393	2,755	2,776	2,797

COSTOS FIJOS				
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 76,610	S/. 44,459	S/. 42,806	S/. 41,213
CIF	S/. 108,146	S/. 41,642	S/. 39,700	S/. 37,463
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 101,788	S/. 88,402	S/. 88,402	S/. 88,402
GASTOS VENTAS	S/. 103,023	S/. 85,999	S/. 85,999	S/. 85,999
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 389,567	S/. 260,502	S/. 256,909	S/. 253,077

Tabla 133.

COSTO FIJO UNITARIO	S/.162.81	S/.94.56	S/.92.55	S/.90.49
----------------------------	------------------	-----------------	-----------------	-----------------

BOTIN

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	379	436	439	443
Ingresos	S/. 121,965	S/. 140,425	S/. 141,490	S/. 142,555

COSTOS VARIABLES				
MATERIAL DIRECTO	S/. 35,986	S/. 41,433	S/. 41,747	S/. 42,061
CIF - VARIABLE (materiales, energía, agua, transporte)	S/. 2,098	S/. 2,416	S/. 2,434	S/. 2,452
TOTAL COSTOS VARIABLES	S/. 38,084	S/. 43,849	S/. 44,181	S/. 44,514
COSTOS VARIABLE UNITARIO	S/.100.56	S/.100.56	S/.100.56	S/.100.56

Tabla 134.

COSTOS FIJOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	379	436	439	443

COSTOS FIJOS				
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 18,189	S/. 10,555	S/. 10,163	S/. 9,785
CIF	S/. 25,745	S/. 9,967	S/. 9,506	S/. 8,976
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 21,865	S/. 18,990	S/. 18,990	S/. 18,990
GASTOS VENTAS	S/. 22,130	S/. 18,473	S/. 18,473	S/. 18,473
TOTAL COSTOS FIJOS	S/. 87,929	S/. 57,985	S/. 57,132	S/. 56,223

COSTO FIJO UNITARIO	S/.232.17	S/.132.98	S/.130.03	S/.127.01
----------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Tabla 135.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
MOCASIN	S/. 229.06	S/. 171.59	S/. 169.93	S/. 168.22
Costo variable unitario	S/.97.36	S/.97.36	S/.97.36	S/.97.36
Costo fijo unitario	S/.131.70	S/.74.24	S/.72.57	S/.70.86
CERRADO	S/. 251.38	S/. 183.13	S/. 181.12	S/. 179.06
Costo variable unitario	S/.88.57	S/.88.57	S/.88.57	S/.88.57
Costo fijo unitario	S/.162.81	S/.94.56	S/.92.55	S/.90.49
BOTIN	S/. 332.72	S/. 233.53	S/. 230.59	S/. 227.57
Costo variable unitario	S/.100.56	S/.100.56	S/.100.56	S/.100.56
Costo fijo unitario	S/.232.17	S/.132.98	S/.130.03	S/.127.01

9.2.4 Costo de producción unitario y costo total unitario

Tabla 136.

COSTO PRODUCCION UNITARIO PROMEDIO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	3,683	4,241	4,273	4,305
Horas hombre	3,690	7,321	7,661	8,018
Ingresos	S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945

COSTOS DE PRODUCCION				
MATERIAL DIRECTO	S/. 316,044	S/. 363,879	S/. 366,638	S/. 369,398
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146
CIF	S/. 180,860	S/. 138,594	S/. 138,807	S/. 137,987
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 615,050	S/. 620,618	S/. 623,590	S/. 625,530

COSTOS PRODUCCION UNITARIO PROMEDIO	S/.166.99	S/.146.35	S/.145.95	S/.145.31
--------------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Tabla 137.

COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	3,683	4,241	4,273	4,305
COSTOS TOTALES				
MATERIAL DIRECTO	S/. 316,044	S/. 363,879	S/. 366,638	S/. 369,398
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146
CIF	S/. 180,860	S/. 138,594	S/. 138,807	S/. 137,987
GASTOS ADMINISTRACION	S/. 159,659	S/. 138,663	S/. 138,663	S/. 138,663
GASTOS VENTAS	S/. 161,596	S/. 134,894	S/. 134,894	S/. 134,894
TOTAL COSTOS	S/. 936,305	S/. 894,175	S/. 897,147	S/. 899,087
COSTO TOTAL UNITARIO PROMEDIO	S/.254.22	S/.210.86	S/.209.97	S/.208.85

Detalle por modelo de calzado:

Tabla 138.

MOCASIN				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	912	1,049	1,057	1,065
Horas hombre	729	840	846	852
Ingresos	S/. 200,846	S/. 231,245	S/. 232,999	S/. 234,753
COSTOS DE PRODUCCION				
MATERIAL DIRECTO	S/. 77,256	S/. 88,949	S/. 89,624	S/. 90,299
MANO DE OBRA DIRECTA	S/.23,347	S/.13,549	S/.13,046	S/.12,560
CIF	S/. 35,741	S/. 15,894	S/. 15,327	S/. 14,669
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 136,344	S/. 118,393	S/. 117,996	S/. 117,528
COSTO PRODUCCION UNITARIO	S/.149.58	S/.112.81	S/.111.59	S/.110.31

Tabla 139.

COSTO TOTAL UNITARIO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	912	1,049	1,057	1,065
COSTOS TOTALES				
MATERIA PRIMA	S/. 77,256	S/. 88,949	S/. 89,624	S/. 90,299
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 23,347	S/. 13,549	S/. 13,046	S/. 12,560
CIF	S/. 35,741	S/. 15,894	S/. 15,327	S/. 14,669
GASTOS ADMINISTRACION	S/.36,006	S/.31,271	S/.31,271	S/.31,271
GASTOS VENTAS	S/.36,443	S/.30,421	S/.30,421	S/.30,421
TOTAL COSTOS	S/. 208,793	S/. 180,085	S/. 179,688	S/. 179,220
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.229.06	S/.171.59	S/.169.93	S/.168.22

Tabla 140.

CERRADO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	2,393	2,755	2,776	2,797
Horas hombre	2,393	2,755	2,776	2,797
Ingresos	S/. 567,786	S/. 653,723	S/. 658,680	S/. 663,638
COSTOS DE PRODUCCION				
MATERIAL DIRECTO	S/. 202,801	S/. 233,496	S/. 235,267	S/. 237,038
MANO DE OBRA DIRECTA	S/.76,610	S/.44,459	S/.42,806	S/.41,213
CIF	S/. 117,276	S/. 52,154	S/. 50,292	S/. 48,134
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 396,687	S/. 330,109	S/. 328,365	S/. 326,385
COSTO PRODUCCION UNITARIO	S/.165.78	S/.119.82	S/.118.29	S/.116.70

Tabla 141.

COSTO TOTAL UNITARIO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	2,393	2,755	2,776	2,797
COSTOS TOTALES				
MATERIA PRIMA	S/. 202,801	S/. 233,496	S/. 235,267	S/. 237,038
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 76,610	S/. 44,459	S/. 42,806	S/. 41,213
CIF	S/. 117,276	S/. 52,154	S/. 50,292	S/. 48,134
GASTOS ADMINISTRACION	S/.101,788	S/.88,402	S/.88,402	S/.88,402
GASTOS VENTAS	S/.103,023	S/.85,999	S/.85,999	S/.85,999
TOTAL COSTOS	S/. 601,498	S/. 504,510	S/. 502,767	S/. 500,786
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.251.38	S/.183.13	S/.181.12	S/.179.06

Tabla 142.

BOTIN				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	379	436	439	443
Horas hombre	568	654	659	664
Ingresos	S/. 121,965	S/. 140,425	S/. 141,490	S/. 142,555

COSTOS DE PRODUCCION				
MATERIAL DIRECTO	S/. 35,986	S/. 41,433	S/. 41,747	S/. 42,061
MANO DE OBRA DIRECTA	S/.18,189	S/.10,555	S/.10,163	S/.9,785
CIF	S/. 27,844	S/. 12,382	S/. 11,940	S/. 11,428
TOTAL COSTOS PRODUCCION	S/. 82,019	S/. 64,371	S/. 63,851	S/. 63,274
COSTO PRODUCCION UNITARIO	S/.216.56	S/.147.62	S/.145.33	S/.142.94

COSTO TOTAL UNITARIO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Unidades	379	436	439	443

Tabla 143.

COSTOS TOTALES				
MATERIA PRIMA	S/. 35,986	S/. 41,433	S/. 41,747	S/. 42,061
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 18,189	S/. 10,555	S/. 10,163	S/. 9,785
CIF	S/. 27,844	S/. 12,382	S/. 11,940	S/. 11,428
GASTOS ADMINISTRACION	S/.21,865	S/.18,990	S/.18,990	S/.18,990
GASTOS VENTAS	S/.22,130	S/.18,473	S/.18,473	S/.18,473
TOTAL COSTOS	S/. 126,014	S/. 101,834	S/. 101,313	S/. 100,737
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.332.72	S/.233.53	S/.230.59	S/.227.57

Tabla 144.

Resumen de costos unitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
MOCASIN	S/. 229.06	S/. 171.59	S/. 169.93	S/. 168.22
Materia prima	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75
Mano de obra directa	S/. 25.61	S/. 12.91	S/. 12.34	S/. 11.79
CIF	S/. 39.21	S/. 15.14	S/. 14.49	S/. 13.77
Gastos administrativos	S/. 39.50	S/. 29.80	S/. 29.57	S/. 29.35
Gastos de ventas	S/. 39.98	S/. 28.99	S/. 28.77	S/. 28.55
CERRADO	S/. 251.38	S/. 183.13	S/. 181.12	S/. 179.06
Materia prima	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75	S/. 84.75
Mano de obra directa	S/. 32.02	S/. 16.14	S/. 15.42	S/. 14.74
CIF	S/. 49.01	S/. 18.93	S/. 18.12	S/. 17.21
Gastos administrativos	S/. 42.54	S/. 32.09	S/. 31.85	S/. 31.61
Gastos de ventas	S/. 43.06	S/. 31.22	S/. 30.98	S/. 30.75
BOTIN	S/. 332.72	S/. 233.53	S/. 230.59	S/. 227.57
Materia prima	S/. 95.02	S/. 95.02	S/. 95.02	S/. 95.02
Mano de obra directa	S/. 48.03	S/. 24.21	S/. 23.13	S/. 22.10
CIF	S/. 73.52	S/. 28.40	S/. 27.18	S/. 25.82
Gastos administrativos	S/. 57.73	S/. 43.55	S/. 43.22	S/. 42.90
Gastos de ventas	S/. 58.43	S/. 42.36	S/. 42.05	S/. 41.73

MARGEN UNITARIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
MOCASIN				
Valor venta promedio	S/. 220.34	S/. 220.34	S/. 220.34	S/. 220.34
Costo unitario	S/. 229.06	S/. 171.59	S/. 169.93	S/. 168.22
Marge unitario	S/. -8.72	S/. 48.75	S/. 50.41	S/. 52.12
Margen %	-4%	22%	23%	24%
CERRADO				
Valor venta	S/. 237.29	S/. 237.29	S/. 237.29	S/. 237.29
Costo unitario	S/. 251.38	S/. 183.13	S/. 181.12	S/. 179.06
Marge unitario	S/. -14.09	S/. 54.16	S/. 56.17	S/. 58.23
Margen %	-6%	23%	24%	25%
BOTIN				
Valor venta	S/. 322.03	S/. 322.03	S/. 322.03	S/. 322.03
Costo unitario	S/. 332.72	S/. 233.53	S/. 230.59	S/. 227.57
Marge unitario	S/. -10.69	S/. 88.50	S/. 91.44	S/. 94.47
Margen %	-3%	27%	28%	29%

CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS 2017 – 2020

10.1. Premisa del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja

- ✓ La proyección se ha realizado considerando un Horizonte de Evaluación de 4 años.
- ✓ El inicio de operaciones de la empresa es en enero del 2017.
- ✓ El plazo pre operativo comprende el último mes del 2016.
- ✓ Todos los importes están expresados en nuevos soles.
- ✓ Las tasas del Impuesto a la Renta son del 27% para el 2017 y 2018 y 26% para los años posteriores.
- ✓ La política de adquisiciones de la empresa es al contado.
- ✓ Los rubros del Estado de Ganancias y Pérdidas no incluyen IGV.
- ✓ Los rubros de los Flujos de Caja sí incluyen IGV.
- ✓ La asignación por Centros de Costo considera Producción, Administración y Ventas.

10.2. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS (SIN INCLUIR GASTOS FINANCIEROS NI VENTA DE ACTIVOS FIJOS)

Tabla 145.

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (SIN INCLUIR GASTOS FINANCIEROS)					
	2017	2018	2019	2020	
VENTAS	S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945	
COSTO DE VENTAS (OPERACIONES)	(615,050)	(620,618)	(623,590)	(625,530)	
(-) Material Directo	(316,044)	(363,879)	(366,638)	(369,398)	
(-) Mano de obra directa	(118,146)	(118,146)	(118,146)	(118,146)	
(-) CIF	(180,860)	(138,594)	(138,807)	(137,987)	
UTILIDAD BRUTA	S/. 275,547	S/. 404,775	S/. 409,578	S/. 415,415	
GASTOS OPERATIVOS	(321,255)	(273,557)	(273,557)	(273,557)	
(-) Gastos administrativos	(159,659)	(138,663)	(138,663)	(138,663)	
(-) Gastos ventas	(161,596)	(134,894)	(134,894)	(134,894)	

EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	S/. -45,708	S/. 131,218	S/. 136,021	S/. 141,859
PERDIDA/UTILIDAD ACUMULADA	S/. -45,708	S/. 85,510	S/. 136,021	S/. 141,859
(-) IMPUESTOS	0	(23,088)	(35,366)	(36,883)
UTILIDAD NETA	S/. -45,708	S/. 108,130	S/. 100,656	S/. 104,975

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS (INCLUYENDO GASTOS FINANCIEROS Y VENTA DE ACTIVOS FIJOS)

Tabla 146.

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS				
	2017	2018	2019	2020
VENTAS NETAS	S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945
COSTO DE VENTAS	(615,050)	(620,618)	(623,590)	(625,530)
(-) Material directo	(316,044)	(363,879)	(366,638)	(369,398)
(-) Mano de obra directa	(118,146)	(118,146)	(118,146)	(118,146)
(-) CIF	(180,860)	(138,594)	(138,807)	(137,987)
UTILIDAD BRUTA	S/. 275,547	S/. 404,775	S/. 409,578	S/. 415,415
GASTOS OPERATIVOS	(321,255)	(273,557)	(273,557)	(273,557)
(-) Gastos administrativos	(159,659)	(138,663)	(138,663)	(138,663)
(-) Gastos ventas	(161,596)	(134,894)	(134,894)	(134,894)
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	S/. -45,708	S/. 131,218	S/. 136,021	S/. 141,859
INGRESOS POR VENTA ACTIVOS				27,126
(-) VALOR LIBROS				(27,126)
(-) GASTOS FINANCIEROS	(19,454)	(13,163)	(5,134)	0
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	S/. -65,162	S/. 118,056	S/. 130,887	S/. 141,859
PERDIDA/UTILIDAD ACUMULADA	S/. -65,162	S/. 52,893	S/. 130,887	S/. 141,859
(-) IMPUESTOS	0	(14,281)	(34,031)	(36,883)
UTILIDAD NETA	S/. -65,162	S/. 103,774	S/. 96,856	S/. 104,975
ESCUDO FISCAL	S/. -	S/. 8,807	S/. 1,335	S/. -

10.3. Flujo de Caja Proyectado Operativo

A continuación, se muestra el flujo de caja operacional, incluye ingresos y gastos de operación:

Tabla 147.

FLUJO DE CAJA	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos por ventas		S/. 1,050,905	S/. 1,209,964	S/. 1,219,138	S/. 1,228,315
(-) Compra de material directo		S/. -376,480	S/. -431,233	S/. -434,647	S/. -429,203
(-) Pago de MOD		S/. -118,146	S/. -118,146	S/. -118,146	S/. -118,146
(-) Pago de CIF		S/. -138,179	S/. -143,217	S/. -143,468	S/. -142,500
(-) Gastos Administrativos		S/. -141,886	S/. -141,886	S/. -141,886	S/. -141,886
(-) Gastos de Ventas		S/. -138,696	S/. -138,696	S/. -138,696	S/. -138,696
(-) Impuesto a la Renta		S/.	S/. -23,088	S/. -35,366	S/. -36,883
(-) Pago de IGV		S/. -67,243	S/. -101,646	S/. -102,486	S/. -109,747
(=) Flujo de Caja Operativo		S/. 70,276	S/. 112,054	S/. 104,445	S/. 111,255

10.4. Flujo de Capital Proyectado

El flujo de capital que se muestra incluye todas las inversiones realizadas por activos fijos, intangibles y capital de trabajo, en el año 2020 se recupera el integro por capital de trabajo:

Tabla 148.

FLUJO DE CAJA	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos por ventas		S/. 1,050,905	S/. 1,209,964	S/. 1,219,138	S/. 1,228,315
(-) Compra de material directo		S/. -376,480	S/. -431,233	S/. -434,647	S/. -429,203
(-) Pago de MOD		S/. -118,146	S/. -118,146	S/. -118,146	S/. -118,146
(-) Pago de CIF		S/. -138,179	S/. -143,217	S/. -143,468	S/. -142,500
(-) Gastos Administrativos		S/. -141,886	S/. -141,886	S/. -141,886	S/. -141,886
(-) Gastos de Ventas		S/. -138,696	S/. -138,696	S/. -138,696	S/. -138,696
(-) Impuesto a la Renta		S/.	S/. -23,088	S/. -35,366	S/. -36,883
(-) Pago de IGV		S/. -67,243	S/. -101,646	S/. -102,486	S/. -109,747
(=) Flujo de Caja Operativo		S/. 70,276	S/. 112,054	S/. 104,445	S/. 111,255
Inversión en Activos Tangibles	S/. -57,950				
Inversión en Activos Intangibles	S/. -14,954				
Gastos Pre operativos	S/. -89,701				S/. 12,000
Inversión en Capital de Trabajo	S/. -14,753	S/. -2,233	S/. -129	S/. -129	
Valor de Recuperación del Activo Fijo					S/. 32,009
Valor de Recuperación del Capital de Trabajo					S/. 17,244
Flujo de Capital o Inversión	-S/. 177,358	-S/. 2,233	-S/. 129	-S/. 129	S/. 61,253

10.5. Flujo de Económico Proyectado

A continuación, se presenta el flujo de caja económico de la empresa Diabetic Shoes.

Tabla 149.

FLUJO DE CAJA	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos por ventas		S/. 1,050,905	S/. 1,209,964	S/. 1,219,138	S/. 1,228,315
(-) Compra de material directo		S/. -376,480	S/. -431,233	S/. -434,647	S/. -429,203
(-) Pago de MOD		S/. -118,146	S/. -118,146	S/. -118,146	S/. -118,146
(-) Pago de CIF		S/. -138,179	S/. -143,217	S/. -143,468	S/. -142,500
(-) Gastos Administrativos		S/. -141,886	S/. -141,886	S/. -141,886	S/. -141,886
(-) Gastos de Ventas		S/. -138,696	S/. -138,696	S/. -138,696	S/. -138,696
(-) Impuesto a la Renta		S/. -	S/. -23,088	S/. -35,366	S/. -36,883
(-) Pago de IGV		S/. -67,243	S/. -101,646	S/. -102,486	S/. -109,747
(=) Flujo de Caja Operativo		S/. 70,276	S/. 112,054	S/. 104,445	S/. 111,255
Inversión en Activos Tangibles	S/. -57,950				
Inversión en Activos Intangibles	S/. -14,954				
Gastos Pre operativos	S/. -89,701				S/. 12,000
Inversión en Capital de Trabajo	S/. -14,753	S/. -2,233	S/. -129	S/. -129	
Valor de Recuperación del Activo Fijo					S/. 32,009
Valor de Recuperación del Capital de Trabajo					S/. 17,244
Flujo de Capital o Inversión	-S/. 177,358	-S/. 2,233	-S/. 129	-S/. 129	S/. 61,253
(=) Flujo de Caja Económico	-S/. 177,358	S/. 68,043	S/. 111,925	S/. 104,316	S/. 172,507

Como se puede notar, a lo largo de los cuatro años de proyecto, el flujo económico resulta siempre positivo, lo que nos indica que es un proyecto con mucha factibilidad de ser llevado cabo. En el año 4, hay un incremento de dinero en el flujo que beneficia a la empresa debido a que existe la recuperación del capital de trabajo, el valor de desecho de los activos y la garantía devuelta por el alquiler del local comercial (gastos pre operativos).

10.6. Flujo de Servicio de la deuda

En el siguiente cuadro se ha considerado solo el flujo de la deuda
Tabla 150.

Prestamos	S/. 89,000				
Cuotas		S/. -39,046	S/. -39,046	S/. -39,046	S/. -
Escudo Fiscal		S/. -	S/. 6,598	S/. 963	S/. -
(=) Servicio de la deuda	S/. 89,000	-S/. 39,046	-S/. 32,449	-S/. 38,083	S/. 0

10.7. Flujo de Caja Financiero

El flujo de caja del accionista resulta favorable durante los 4 años del proyecto; los flujos obtenidos son medianamente representativos con respecto al valor de la inversión realizada. En el año 4 hay una gran alza en el flujo debido a la recuperación del capital de trabajo y el valor de desecho de los activos.

Tabla 151.

(=) Flujo de Caja Económico	-S/. 177,358	S/. 68,043	S/. 111,925	S/. 104,316	S/. 172,507
Prestamos	S/. 89,000				
Cuotas		S/. -39,046	S/. -39,046	S/. -39,046	S/. -
Escudo Fiscal		S/. -	S/. 6,598	S/. 963	S/. -
(=) Servicio de la deuda	S/. 89,000	-S/. 39,046	-S/. 32,449	-S/. 38,083	S/. 0
(=) Flujo de Caja Financiero	-S/. 88,358	S/. 28,996	S/. 79,476	S/. 66,233	S/. 172,507

CAPÍTULO XI: EVALUACION ECONOMICO FINANCIERO

11.1. Cálculo de la Tasa de Descuento

11.1.1 Costo de Oportunidad (Ke)

11.1.2 Costo de la Deuda (Kd)

Tabla 152.

Costo de oportunidad del capital (COK)	Modelo CAPM
Prima de riesgo de mercado (Rm - Rf)	6.18%
Tasa de libre riesgo hoy	1.77%
Beta desapalancada	0.87
%D	50%
%E	50%
Riesgo país	1.74%
Impuesto a la renta	27%
Beta Apalancado	1.501
COK (modelo CAPM) dolares	12.79%
Inflacion Peru	4.40%
Inflacion EEUU	0.73%
Tasa de devaluacion	3.64%
COK del proyecto (en soles)	16.90%
Riesgo tamaño de negocio	5.63%
Riesgo Know how	8.45%
COK del proyecto	30.98%

11.1.3 Costo Promedio ponderado de Capital (WACC)

Tabla 153.

WACC	
COK	30.98% Flujo financiero
Costo de la deuda (Rd) TCEA	27.60%
Costo efectivo de la deuda Rd (1-T)	20.15%
Estructura de capital	
%D	50%
%E	50%
Costo promedio ponderado capital (WACC) =	25.57% Flujo económico

11.2. Evaluación económico Financiero

11.2.1. Indicadores de Rentabilidad

VAN, TIR económico, TIR modificado, Periodo de Recuperación y Análisis Beneficio/Costo

Tabla 154.

INDICADORES DE RENTABILIDAD ECONOMICO					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	(178,159)	67,922	111,918	104,309	173,444
WACC =	25.57%				
VAN Economico =	S/. 69,372				
TIR Economica =	43.41%				
Beneficio/Costo =	1.39				
TIRM =	36.33%				
Periodo de recupero descontado					
Flujo de caja descontado	S/. -178,159	S/. 54,092	S/. 70,983	S/. 52,687	S/. 69,769
Flujo de caja acumulado	S/. -178,159	S/. -124,067	S/. -53,084	S/. -397	S/. 69,372
Periodo de recupero descontado economico	3.01	años			

VAN, TIR Financiero, TIR modificado, Periodo de Recuperación y Análisis Beneficio/Costo

Tabla 155.

INDICADORES DE RENTABILIDAD FINANCIERO					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(89,159)	25,671	78,474	63,394	173,444
COK =	30.98%				
VAN Financiero =	63,341				
TIR financiera =	59.64%				
Beneficio/Costo =	1.71				
TIRM =	49.78%				
Periodo de recupero descontado					
Flujo de caja descontado	-89,159	19,600	45,746	28,215	58,939
Flujo de caja acumulado	-89,159	-69,559	-23,813	4,402	63,341
Periodo de recupero descontado financiero	2.84	años			

11.2.2. Análisis del Punto de Equilibrio

- Costo Variable, Costos fijos y estimación y análisis del punto de equilibrio.

Tabla 156.

PUNTO DE EQUILIBRIO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
VENTAS (EN SOLES)	S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945
VENTAS (unidades)	3,683	4,241	4,273	4,305
Valor de venta promedio	S/. 241.81	S/. 241.81	S/. 241.81	S/. 241.81
MATERIAL DIRECTO	S/. 316,044	S/. 363,879	S/. 366,638	S/. 369,398
CIF - VARIABLE (energía)	S/. 24,383	S/. 28,073	S/. 28,286	S/. 28,499
COSTOS VARIABLES	S/. 340,427	S/. 391,952	S/. 394,924	S/. 397,897
Costo variable unitario promedio	S/. 92.43	S/. 92.43	S/. 92.43	S/. 92.43
MANO DE OBRA DIRECTA	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146	S/. 118,146
CIF FIJO	S/. 156,477	S/. 110,521	S/. 110,521	S/. 109,487
GASTOS VENTAS FIJOS	S/. 161,596	S/. 134,894	S/. 134,894	S/. 134,894
GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS	S/. 159,659	S/. 138,663	S/. 138,663	S/. 138,663
COSTOS FIJOS	S/. 595,879	S/. 502,223	S/. 502,223	S/. 501,190
Costo fijo unitario promedio	S/. 161.79	S/. 118.43	S/. 117.54	S/. 116.42
Costo total unitario promedio	S/. 254.22	S/. 210.86	S/. 209.97	S/. 208.85

PUNTO DE EQUILIBRIO (en unidades)	3,989	3,362	3,362	3,355
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN SOLES)	S/. 964,588	S/. 812,982	S/. 812,982	S/. 811,309

Tabla 157.

PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
MOCASIN	987	832	832	830
CERRADO	2,592	2,184	2,184	2,180
BOTIN	410	346	346	345
PUNTO DE EQUILIBRIO (unidades)	3,989	3,362	3,362	3,355

Tabla 158.

PUNTO DE EQUILIBRIO (SOLES)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
MOCASIN	S/. 217,533	S/. 183,342	S/. 183,342	S/. 182,965
CERRADO	S/. 614,958	S/. 518,303	S/. 518,303	S/. 517,237
BOTIN	S/. 132,098	S/. 111,336	S/. 111,336	S/. 111,107
PUNTO DE EQUILIBRIO (SOLES)	S/. 964,588	S/. 812,982	S/. 812,982	S/. 811,309

Tabla 159.

- Estado de Resultados (Costeo directo)

ESTADO DE RESULTADO (COSTEO DIRECTO)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
VENTAS	S/. 890,597	S/. 1,025,393	S/. 1,033,168	S/. 1,040,945
(-) COSTOS VARIABLES	S/. -340,427	S/. -391,952	S/. -394,924	S/. -397,897
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 550,171	S/. 633,441	S/. 638,244	S/. 643,049
(-) COSTOS FIJOS	S/. -595,879	S/. -502,223	S/. -502,223	S/. -501,190
UTILIDAD OPERATIVA	S/. -45,708	S/. 131,218	S/. 136,021	S/. 141,859
INGRESOS POR VENTA ACTIVOS				
(-) VALOR LIBROS				
(-) GASTOS FINANCIEROS	S/. -14,714	S/. -9,721	S/. -3,704	S/. -
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	S/. -60,422	S/. 121,497	S/. 132,318	S/. 141,859
(-) IMPUESTOS	S/. -	S/. -16,490	S/. -34,403	S/. -36,883
UTILIDAD NETA	S/. -60,422	S/. 105,007	S/. 97,915	S/. 104,975

11.3. Análisis de Sensibilidad unidimensional

- Variables de entrada , Variable de Salida , Variables Criticas del Proyecto
:posibilidades de administrar el riesgo

Tabla 160.

VARIACION PRECIOS =	0.00%
----------------------------	--------------

Variable de entrada		
	Normal	TIR F = COK
Disminucion maxima de precios		-3.63%
MOCASIN	S/. 260.00	S/. 250.57
CERRADO	S/. 280.00	S/. 269.85
BOTIN	S/. 380.00	S/. 366.22
Variables de salida		
VAN Financiero =	S/. 63,341	S/. -
TIR Financiero =	59.64%	30.47%
COK =	30.98%	30.47%

Tabla 161.

VARIACION DEMANDA =		0.00%
Variable de entrada		
	Normal	TIR F = COK
Disminucion maxima de la demanda		-5.57%
MOCASIN	4,084	3,856
CERRADO	10,720	10,123
BOTIN	1,697	1,602
Variables de salida		
VAN Financiero =	S/. 63,341	S/. -
TIR Financiero =	59.64%	30.53%
COK =	30.98%	30.53%

Tabla 162.

VARIACION TOTAL COSTOS =		0.00%
Variable de entrada		
	Normal	TIR F = COK
Aumento maxima de los costos totales		3.12%
COSTOS TOTALES	S/. 3,626,714	S/. 3,739,920
Variables de salida		
VAN Financiero =	S/. 63,341	S/. -
TIR Financiero =	59.64%	30.98%
COK =	30.98%	30.98%

El proyecto es más sensible a las variables costos totales y precio, y en menor medida a la variable demanda.

CAPÍTULO XII: CONCLUSIONES

- Se financiara el proyecto a través de capital propio de los accionistas por un total de S/ 89,159.00, que representa un 50% del total de la inversión y será asignado para los activos tangibles y lo que reste para el gasto pre-operativo.
- La diferencia de la inversión S/ 89,000.00, el 50% restante, se financiara a través de un préstamo con una TCEA del 27.60% en 36 cuotas, el total del préstamo será asignado para los Gastos pre-operativos, inventario inicial de materiales, alquiler, capital de trabajo y activo intangible.
- Se menciona que el proyecto es rentable ya que se obtendrá un VANE de S/ 69,372.00 y una TIR económica de 43.41% el cual es mayor al WACC de 25.27%, es preciso mencionar que el tiempo de recuperación es de 3 años 1 mes, sin embargo logramos cerrar favorablemente al cuarto año obteniendo ganancias a la liquidación del mismo.
- Revisando el aspecto financiero vemos que también resulta rentable, ya que se obtendría un VANF de S/. 63,341 y un TIRF de 59.64% el cual es mayor al COK de 30.98%
- Calzado Ortodiabético SAC es una empresa nueva especializada en la fabricación y comercialización de calzado para personas que padecen diabetes con pocos competidores directos, brindando un producto novedoso y preventivo en aras de ayudar la condición de las personas que padecen de la enfermedad.
- Nuestro producto tuvo gran aceptación e interés dentro de los entrevistados, dejándonos saber que la gran mayoría si estaría dispuesto a utilizar un calzado especializado y adecuado a su enfermedad.
- Sobre el alcance a los usuarios potenciales, reafirmamos que el distrito de Santiago de Surco es el más adecuado para iniciar el negocio, ya que nos mantiene en mayor cercanía con nuestros clientes potenciales. Además que nuestro local es de venta y fabricación en el mismo sitio.
- Respecto a la cercanía de los demás consumidores, se debe revisar que otro tipo de estrategia de plaza podríamos tener, como por ejemplo ubicar una tienda comercial en las zonas de mayor compra de calzado como Jesús María, Jirón de la Unión, etc.

BIBLIOGRAFÍA

- <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>
- <http://gestion.pe/economia/banco-mundial-peru-tiene-ingreso-per-capita-tendencia-similar-paises-altos-ingresos-2144850>
- <http://larepublica.pe/columnistas/el-pronostico/el-ingreso-per-capita-30-09-2016>
- <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/indice-de-tasa-interbancaria-en-moneda-nacional.html>
- <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/memoria-anual/memoria-2015.html>
- <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Memoria/2015/memoria-bcrp-2015-5.pdf>
- <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/t.html>
- <http://gestion.pe/mercados/bcrp-eleva-su-tasa-referencia-350-2142488>
- <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/tasas-de-interes>
- <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/ruc/fdetalle.htm>
- <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>
- <http://ddeprocal.blogspot.pe/>
- <http://www.albecoperu.com/>
- <http://adiperperu.com/>
- <http://rpp.pe/lima/actualidad/valdivia-uno-de-cada-dos-personas-tiene-diabetes-noticia-646260>
- <http://www.minsa.gob.pe/portada/Especiales/2015/diabetes/index.asp?pg=1>