



**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIO TIENDA ON LINE JU´S SHOP,  
IQUITOS, 2020**

**AUTORES:**

**REATEGUI AGUILAR, JULISSA BEATRIZ  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISITRACION DE EMPRESAS**

**RIOS RAMIREZ, CHRYSTIAN FRANZ  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y  
TERRITORIOS**

**IQUITOS - PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de grado va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mis padres que con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

**Julissa Reátegui**

A mi padre, ROLANDO RÍOS LLANOS

A mi madre, SONIA RAMÍREZ DE RÍOS, por sus buenos consejos que me brindaron en el trayecto de mi formación que hicieron posible alcanzar con éxito mi meta trazada.

A mi hermano ROLAND K. RÍOS RAMÍREZ que con su aliento que me brindó hizo posible la culminación de mi carrera profesional

**Chrystian Ríos**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Agradezco a todos los docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Científica del Perú.

**Julissa Beatriz Reátegui Aguilar**

A Dios por ser mi luz y guía en el camino de mi vida, dándome sabiduría, paciencia, perseverancia para lograr mis metas.

A mis padres ROLANDO Y SONIA por recibir de ellos palabras motivadoras y su apoyo incondicional y fundamental en mi educación.

A todos los docentes de mi Facultad que han contribuido en mi formación profesional.

**Chrystian Franz Ríos Ramirez**

### ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 581-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 03 de octubre de 2022, se autorizó la sustentación para el día viernes 07 de octubre de 2022.

Siendo las 11.00 horas del día 07 de octubre se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO TIENDA ON LINE JU'S SHOP, IQUITOS 2020.

Presentado por:

REATEGUI AGUILAR JULISSA BEATRIZ

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

RIOS RAMIREZ CHRYSYTIAN FRANZ

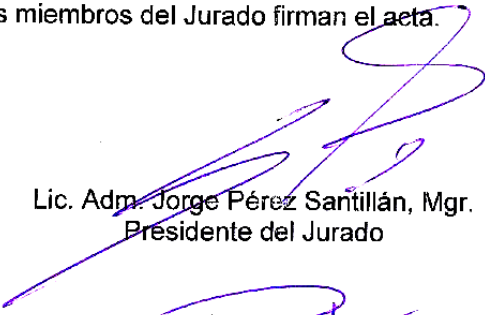
Para optar el título profesional de Contador Público


Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

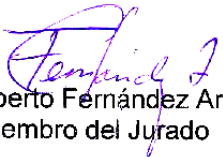
La sustentación es: APROBADA POR MAYORIA

A las 12.20 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.

  
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mgr.  
Presidente del Jurado

  
CPC. Paul Fernando Lazo Ríos, Mgr.  
Miembro del Jurado

  
Lic. Est. Gilberto Fernández Arica, Mgr.  
Miembro del Jurado

Contáctanos:

Sede Iquitos – Perú  
065 - 261088 / 065 - 262240  
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapoto – Perú  
042-564903  
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú  
www.ucp.edu.pe

*“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”*

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

“PLAN DE NEGOCIO TIENDA ON LINE JU’S SHOP, IQUITOS, 2020”  
De los alumnos: **REATEGUI AGUILAR JULISSA BEATRIZ Y RIOS RAMIREZ CHRYSYTIAN FRANZ**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **3% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 23 de Noviembre del 2021.



Dr. César J. Ramal Asayag  
Presidente del Comité de Ética – UCP

## INDICE DE CONTENIDO

	<b>Página</b>
Portada	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Acta de sustentación.....	iv
Constancia de originalidad.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de cuadros.....	viii
Índice de figuras.....	x
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
<b>I. INFORMACIÓN GENERAL.....</b>	<b>01</b>
1.1 Nombre del negocio.....	01
1.2 Actividad empresarial.....	01
1.3 Idea de negocio.....	02
<b>II. PLAN DE MARKETING.....</b>	<b>03</b>
2.1 Necesidades de los clientes.....	03
2.2 Demanda actual y tendencias.....	04
2.3 Oferta actual y tendencias.....	09
2.4 Programa de marketing.....	09
2.4.1 El producto.....	09
2.4.2 El precio.....	16
2.4.3 La promoción.....	16
2.4.4 La cadena de distribución.....	19
<b>III. PLAN DE OPERACIONES.....</b>	<b>20</b>
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de la empresa.....	30
3.2 El proceso de aprovisionamiento .....	21
3.3 El proceso de atención al cliente .....	25

<b>IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b> .....	27
4.1 La estructura organizacional de la empresa.....	27
4.2 Puestos, funciones.....	37
4.3 Condiciones laborales.....	30
4.4 Régimen tributario.....	31
<b>V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO</b> .....	32
5.1 Estudio económico.....	32
5.1.1 Mercado y ventas.....	32
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	32
5.2 Estudio financiero.....	34
5.2.1 Inversiones de la empresa.....	34
5.2.2 Financiamiento de la empresa.....	35
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	37
<b>CONCLUSIONES</b> .....	39
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	40

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Página</b>
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	01
Cuadro N° 02 Mercado por total poblacional.....	05
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, 2020.....	05
Cuadro N° 04 Mercado por edades, ciudad de Iquitos, 2020.....	06
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, 2020.....	07
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2020.....	07
Cuadro N° 07 Negocios con giros a la empresa.....	08
Cuadro N° 08 Precio de los productos de la empresa.....	19
Cuadro N° 09 Demanda del mercado: tendencia y participación.....	32
Cuadro N° 10 Ventas de los productos de la empresa.....	32
Cuadro N° 11 Costo de ventas de la empresa.....	32
Cuadro N°12 Gastos administrativos de la empresa (soles).....	33
Cuadro N° 13 Gastos comerciales de la empresa (soles).....	33
Cuadro N° 14 Gastos pre operativo de la empresa (soles).....	33
Cuadro N° 15 Inversión en activos de la empresa (soles).....	34
Cuadro N° 16 Depreciación de los Activos de empresa(soles).....	34
Cuadro N° 17 Costo laboral (%).....	34
Cuadro N° 18 Programa de endeudamiento de la empresa (soles).....	35
Cuadro N° 19 Capital de trabajo de la empresa (soles).....	36



Cuadro N° 20 Cálculo de la tributación de la empresa.....	36
Cuadro N° 21 Estado de resultados integrales (soles).....	37
Cuadro N° 22 Estado de flujo de caja de la empresa (soles).....	37
Cuadro N° 23 VAN, TIR, Y B/C Inversiones de la empresa (soles).....	38

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Página</b>
Figura N° 01 Ubicación de la empresa .....	03
Figura N° 02 Uso de vestido, cartera y zapatos.....	06
Figura N° 03 Mercado potencial.....	06
Figura N° 04 Cartera sport elegante.....	13
Figura N° 05 Cartera color negro sport elegante.....	13
Figura N° 06 Tops y leggins.....	14
Figura N° 07 Zapatilla casual.....	14
Figura N° 08 Zapatos para damas.....	15
Figura N° 09 Anteojos.....	15
Figura N° 10 Tapa bocas.....	16
Figura N° 11 Pantalones jean.....	16
Figura N° 12 Polos para damas.....	17
Figura N° 13 Top y short.....	17
Figura N° 14 Logo de la empresa.....	18
Figura N° 15 Polo con el logo de la empresa.....	20
Figura N° 16 Taza con el logo de la empresa.....	21
Figura N° 17 Gorro con el logo de la empresa.....	21
Figura N° 18 Fan page de inversiones la empresa.....	21
Figura N° 19 La cadena de distribución de la empresa.....	22
Figura N° 20 Proceso de aprovisionamiento de la empresa.....	24
Figura N° 21 Proceso de atención a cliente de la empresa.....	25
Figura N° 22 Lap top.....	28

Figura N° 23 Casco para moto.....	28
Figura N° 24 Motocicleta para reparto.....	26
Figura N° 25 Silla pequeña para el reparto.....	29
Figura N° 25 Estructura orgánica de la empresa.....	30

## RESUMEN

### Plan de negocio Tienda On line JU'S SHOP, Iquitos, 2020

Julissa Beatriz, Reátegui-Aguilar  
Chrystian Franz, Rios-Ramírez

El presente plan de negocios se encuentra en el rubro comercio dedicado a la venta de prendas de vestir para damas y caballeros, certeras, accesorios entre otros productos, a través de la venta on line.

La fuente de aprovisionamiento de los productos seleccionados para la venta se realizará en la ciudad de Lima, ciudad donde se cuenta con una gama de proveedores de marcas seleccionadas.

La estructura organizacional de la empresa Inversiones, fue elaborado según las necesidades de la empresa, así mismo se han determinado las funciones de manera clara y específica, involucrando a todos los miembros.

En el plan económico y financiero se ha determinado el Valor actual neto económico (VAN) de S/. 144,789 y el Valor actual neto financiero de S/. 108,170. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 70% y la Tasa interna de retorno financiera es de 92%. El índice beneficio costo económico es de S/.2.65 y \*el índice beneficio costo financiero es de S/.3.28

**Palabras claves:** plan de negocio, servicio, delivery, compras on line.

## **ABSTRACT**

### **Business plan Online store JU'S SHOP, Iquitos, 2020**

Julissa Beatriz, Reategui-Aguilar  
Chrystian Franz, Rios-Ramirez

The present business plan is in the commerce category dedicated to the sale of clothing for men and women, accurate, accessories among other products, through online sales.

The source of supply of the products selected for sale will be in the city of Lima, a city where there is a range of suppliers of selected brands.

The organizational structure of the company Inversiones, was elaborated according to the needs of the company, likewise the functions have been determined in a clear and specific way, involving all the members.

In the economic and financial plan, the Economic Net Present Value (VAN) of S/. 144,789 and the Financial Net Present Value of S/. 108,170. The economic internal rate of return (IRR) is 70% and the financial internal rate of return is 92%. The economic cost benefit index is S/.2.65 and \*the financial cost benefit index is S/.3.28

**Keywords:** business plan, service, delivery, online shopping.

## I. INFORMACIÓN GENERAL

### 1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial : JU'S SHOP  
 Razón social : INVERSIONES Grandes Marcas S.A.C.  
 Sector de la actividad: comercio  
 Localización : calle Soledad Nro.924, distrito de Iquitos,  
 provincia de Maynas, región Loreto, Perú.  
 Actividad : comercio electrónico

**Figura N° 01**

**Ubicación de la empresa**



Fuente: [googlemaps.com](http://googlemaps.com)

### 1.2 Actividad empresarial

**Cuadro N° 01**

**Clasificación Industrial Internacional Uniforme de la empresa**

G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.		
	47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicleta.	
		479	Venta al por menor no realizadas en comercios, puestos de ventas y mercados.
			4791 Venta al por menor por correo y por internet

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

### **1.3 Idea del negocio**

Se busca satisfacer la necesidad de vestir, como también la necesidad de protegerse del clima, de la temperatura del ambiente, como de las situaciones climatológicas extremas. También, se pretende satisfacer la necesidad de transportar utensilios y accesorios de uso personal y por último satisfacer la necesidad de prevenir la sudoración de los pies, evitar los dolores que ocasionan los zapatos incómodos.

Los segmentos al cual se dirigen son las personas de ambos sexos, entre los 25 y 39 años quienes cuentan con ingresos dependientes e independientes, los mismos que se encuentren en los NSE AB y C. y que gusten usar zapatos, carteras y prendas de vestir de reconocidas marcas.

La oferta consiste en la comercialización de prendas de vestir, carteras, zapatos, zapatillas y accesorios para damas y caballeros. En distintos modelos, colores y presentaciones. Los que podrán ser cancelados en efectivo y a través de todos los medios de pagos.

## II. PLAN DE MARKETING

### 2.1 Necesidades de los clientes

Por medio del presente proyecto de negocios se pretende satisfacer las necesidades siguientes:

- a. Necesidad de vestir. La necesidad de vestirse y desvestirse ha acompañado al hombre desde su propia existencia cumpliendo diferentes funciones en relación a las diferentes épocas o etapas de la historia de la humanidad.

La elección del vestido o traje constituye una diversión para todas las personas, ya sean jóvenes o adultas. El interés individual por el aspecto físico es universal entre todos los individuos normales y sanos. Por esto, si quiere sobrevivir, debe llevar ropas para protegerse del rigor del clima. Además de permitir asegurar el bienestar y proteger la intimidad sexual de los individuos, la ropa también indica la pertenencia a un grupo, a una ideología o a un status

- b. Necesidad de protegerse del clima. Si se quiere sobrevivir, debe llevar ropas para protegerse del rigor del clima. Además de permitir asegurar el bienestar y proteger la intimidad sexual de los individuos, la ropa también indica la pertenencia a un grupo, a una ideología o a un status.
- c. Necesidad de transportar utensilios. En tiempos actuales donde la mayor concentración de los que hacer de las personas se concentra entre el trabajo, el estudio y los negocios. La cartera se ha constituido un elemento indispensable para transportar accesorios personales, prendas de vestir entre otros objetos que faciliten las actividades de las personas.
- d. Necesidad de proteger la piel. El zapato es un accesorio pedestre de la vestimenta hecho con la intención de proveer



protección y comodidad al pie, mientras este realiza varias actividades

**Figura N° 02**

**Uso de vestidos, carteras y zapatos**



Fuente: <https://www.lolitamoda.com/blog/60-consejos-para-usar-bolso>

## **2.2 Demanda actual y tendencias**

En la elaboración de presente proyecto se ha tomado en cuenta la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática. Información que ha permitido elaborar los cuadros para la proyección de la demanda.

La empresa Inversiones Grandes Marcas SAC, desarrollará sus actividades en la ciudad de Iquitos, para el cual se procede a detallar la estructura de la población por cada uno de los distritos que

conforman. También, se detalla la residencia de la población, seguido por edades y por último por nivel socio económico.

### Cuadro N° 02

#### Mercado por total poblacional, ciudad de Iquitos 2020

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2020 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	139,647
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	98,228
Distrito Belen	73,015	75,685	0.450%	77,403
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	194,967
<b>Población mercado ciudad Iquitos</b>	<b>430,268</b>	<b>471,993</b>	<b>1.164%</b>	<b>510,245</b>

Fuente: INEI

### Cuadro N° 03

#### Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos 2020

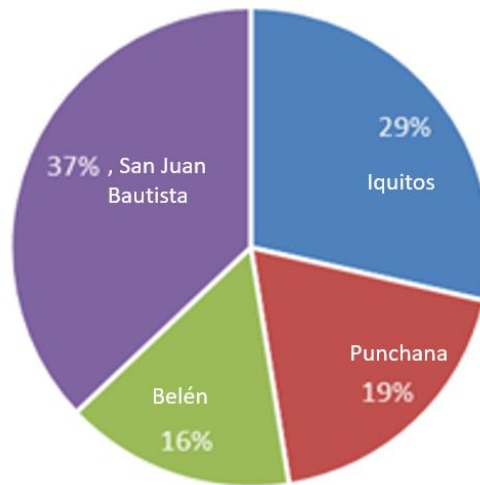
	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2020)	98.0%	136,854
Distrito Punchana (al 2020)	92.0%	90,370
Distrito Belen (al 2020)	96.0%	74,307
Distrito San Juan Bautista (al 2020)	91.0%	177,420
<b>Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2020)</b>		<b>478,950</b>

Fuente: INEI

En el cuadro siguiente se puede ver al mercado potencial se observa que el 37% se encuentra en el distrito de San Juan Bautista, mientras que el 29% en la ciudad de Iquitos, el 19% en el distrito de Punchana y el 16% en el distrito de Belén.

**Figura N° 03**

**Mercado potencial ciudad de Iquitos 2020**



Fuente: elaboración propia

Según Helmut Cáceda (2022), tras dos años de la pandemia del COVID-19 en el país, el comercio electrónico industria en el Perú creció 55%, moviendo 9,300 millones de dólares el año pasado. El e-commerce ha continuado la tendencia de seguir creciendo. En general hubo un aumento superior al 55% (con relación al 2020) empujado por las compras a través de billeteras digitales. Si bien esto demuestra un aumento acelerado, todavía hay mucho camino por recorrer para lograr la democratización del comercio electrónico en las empresas del interior del país.

**Cuadro N° 04**

**Mercado por grupo de edades ciudad de Iquitos 2020**

	25 a 39 años	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	24.72%
Distrito Punchana (%)	24.63%	24.63%
Distrito Belen (%)	24.25%	24.25%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	23.94%
Población por edades, ciudad Iquitos (2020)	116,580	116,580

Fuente: INEI

## Cuadro N° 05

### Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos 2020

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	5,246
Segmento C ciudad de Tarapoto	14.1%	16,438
Segmento D ciudad de Tarapoto	15.4%	17,953
Segmento E ciudad de Tarapoto	0.0%	-
<b>Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2020)</b>	<b>34.0%</b>	<b>39,637</b>

Fuente: INEI

## Cuadro N° 06

### Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos 2020

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2020)		7,875
Consumo del producto (unidades por día/familia)		0.25
Consumo del producto (unidades por mes/familia)	30	8
Consumo del producto (unidades por año/familia)	12	90
<b>Consumo del producto ciudad Iquitos (unidades)</b>		<b>708,794</b>

Fuente: INEI

La empresa Inversiones Grandes Marcas SAC, ha establecido atender en esta primera etapa a la ciudad de Iquitos y sus distritos de Belén, San Juan y Punchana, distritos con mayor potencial para la adquisición de nuestros productos, por las características de exclusividad que presenta.

### 2.3 Oferta actual y tendencia

En la ciudad de Iquitos y demás distritos se cuenta con una presencia significativa de negocios dedicados al mismo rubro, las cuales se muestran a continuación.

### Cuadro N° 07

#### Negocios con giros similares a la empresa en la ciudad de Iquitos del 2020. (Soles)

Empresa	Unidad de medida	Empresa		
		<i>Geykas ropas y acc. Online</i>	<i>El close de Andrea</i>	<i>On line Shop Ruth</i>
Carteras	Unidad	S/35.00	S/28.00	S/40.00
Leggin	Unidad	S/20.00	S/28.00	S/35.00
Zapatillas	Unidad	S/40.00	S/45.00	S/55.00
Zapatos	Unidad	S/35.00	S/55.00	S/45.00

Fuente: elaboración propia

La Cámara de Comercio de Lima (2020) estimó que un tercio de los compradores online podrían ser nuevos, lo que significaría un cambio en el comportamiento del consumidor.

Desde el 16 de marzo, los peruanos viven un aislamiento social obligatorio a causa de la pandemia por coronavirus y al estar confinado en casa, solo con la autorización de salir para comprar artículos de primera necesidad como alimentos y medicina, ha ocasionado que estos establecimientos incrementen su tráfico, inclinándolo al consumidor a utilizar con mayor frecuencia los canales digitales.

Se había indicado que el comercio electrónico movió más de S/10 millones durante los primeros meses de la cuarentena. Ahora la Cámara de Comercio de Lima (CCL) estima que el promedio de ventas online crecerá 50%, este incremento se producirá en todas las categorías y tendrá picos de ventas en los que se superará el 100% de crecimiento en ciertos productos de primera necesidad. Igualmente, se espera que un 30% de los compradores online sean nuevos.

Según la CCL, los factores más relevantes que motivan la compra online en los consumidores peruanos son el menor precio (73,70%) y una experiencia de compra satisfactoria (71,10%).

Otros factores que motivan la compra online en los peruanos son la seguridad y protección de la información (60,50%), la amplitud y variedad de la oferta (48,70%); así como la comodidad y ahorro de tiempo (40,80%).

## **2.4 Programa de marketing.**

### **2.4.1 El producto**

La empresa se dedicará a la comercialización de prendas de vestir para damas y caballeros, como también, carteras, zapatos, zapatillas y accesorios en general. Se contará con distintas presentaciones, diseños y modelos.

También, mostraremos en el fan page de la empresa, en colores llamativos con figuras llamativas y dinámica. Además, se aceptarán los distintos medios de pagos.

El medio de comercialización será a través de la ventas on line, que incluye el servicio delivery al cliente.

#### **a) Categorías de productos**

La empresa contará con los siguientes productos a comercializar:

- Carteras sport elegante
- Leggins
- Zapatillas
- Zapatos
- Anteojos
- Tapa bocas
- Pantalones jean
- Polos damas y caballeros

- Bluzas
- Conjuntos
- Top
- Short
- Poleras
- Capa corta viento

A continuación, se pueden apreciar imágenes referenciales de los productos que se comercializara vía on line a través del fan page.

**Figura N° 04**  
**Cartera sport elegante**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 05**  
**Cartera color negro sport elegante**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 06**  
**Tops y leggins**



Fuente: fan page Ju's Shop



**Figura N° 07**

**Zapatillas casual**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 08**

**Zapatos para damas**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 09**  
**anteojos**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 10**  
**Tapa bocas**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 11**  
**Pantalones Jean**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 12**  
**Polos para damas**



Fuente: fan page Ju's Shop

**Figura N° 13**  
**Top y short**



Fuente: fan page Ju's Shop

**b) La marca**

La empresa ha elaborado un logo que le permita ser identificado por el cliente y conozca la procedencia de los productos, como las características que es un producto de calidad de marcas posicionadas en el mercado.

**Figura N° 14**  
**Logo de la empresa**



Fuente: elaboración propia

## 2.4.2 El precio

El precio es la cantidad de dinero que permite la adquisición o uso de un bien o servicio.

Para la empresa, la finalidad es ganar la mayor participación del mercado, ingresando con marcas posicionadas.

**Cuadro N° 08**  
**Precio de los productos**

Producto	Unidad de medida	Soles
Carteras	Unidad	S/55.00
Leggin	Unidad	S/145.00
Zapatillas	Unidad	S/40.00
Short	Unidad	S/119.00
Tops	Unidad	S/80.00

Fuente: elaboración propia

## 2.4.3 La promoción.

La promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

La estrategia que aplicará la empresa, para la promocionar sus productos, es la de presentar la existencia de la empresa en el mercado, puntualizando la ubicación.

La segunda estrategia de promoción se centra en los productos que ofrece la empresa en la ciudad de Iquitos, especificando sus características, beneficios, bondades y por último el precio. El flete será asumido por la empresa.

A continuación, líneas abajo se detalla los medios de comunicación que serán las principales herramientas para la ejecución de las estrategias que se comentaron líneas arriba.

**Facebook:** La empresa Inversiones Grandes Marcas SAC, cuenta con fan page para la promoción de los productos que comercializa, a través de los cuales se realizarán distintas actividades, como sorteos, activaciones, entre otros.

- a. La empresa cuenta con merchandising para los clientes
- b. Se contará con un sport para la radio más sintonizada en la ciudad de Iquitos.
- c. La principal herramienta de promoción serán las redes sociales.

**Twitter:** En esta red social, se prioriza como estrategia contar con la mayor cantidad de seguidores ya que ello demuestra la aceptación de nuestros productos por parte de los clientes.

**Figura N° 15**

**Polos**



Fuente: elaboración propia

**Figura N° 16**

**Taza con el logo de la empresa**



Fuente: elaboración propia

**Figura N° 17**  
**Gorro con el logo de la empresa**



Fuente: elaboración propia

**Figura N° 18**  
**Fan page de la empresa**





Fuente: elaboración propia

#### 2.4.4 La cadena de distribución

La empresa contará con domicilio legal en la calle Soledad Nro.924 ciudad de Iquitos, región Loreto, a 5 minutos de la plaza de armas de la ciudad.

En cuanto a la cadena de distribución será directa, no se ha propuesto llegar, a los clientes, a través de intermediarios.

**Figura N° 19**

#### **La cadena de distribución de la empresa**



Fuente: elaboracion propia



### III. PLAN DE OPERACIONES

#### 3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La fuente de aprovisionamiento será la ciudad de Lima sede de los principales fabricantes y distribuidores de los productos a comercializar por la empresa en el mercado de la ciudad de Iquitos.

Dentro de ellos:

- |             |                |      |
|-------------|----------------|------|
| •Fit Brands | Ropa deportiva | Lima |
| •Toque Fino | Gorros         | Lima |

Las políticas de compras fueron determinadas con el mayor detalle, se busca trabajar con los proveedores que marcas posicionadas en el mercado nacional, marcas internacionales de reconocida trayectoria.

Se ha exigido el cumplimiento de ciertas variables como, el costo de los productos, tiempo de entrega hasta la ciudad de Iquitos, calidad de los productos, cantidad de compra, lugar de entrega – para elegir el transportista, entre otros.

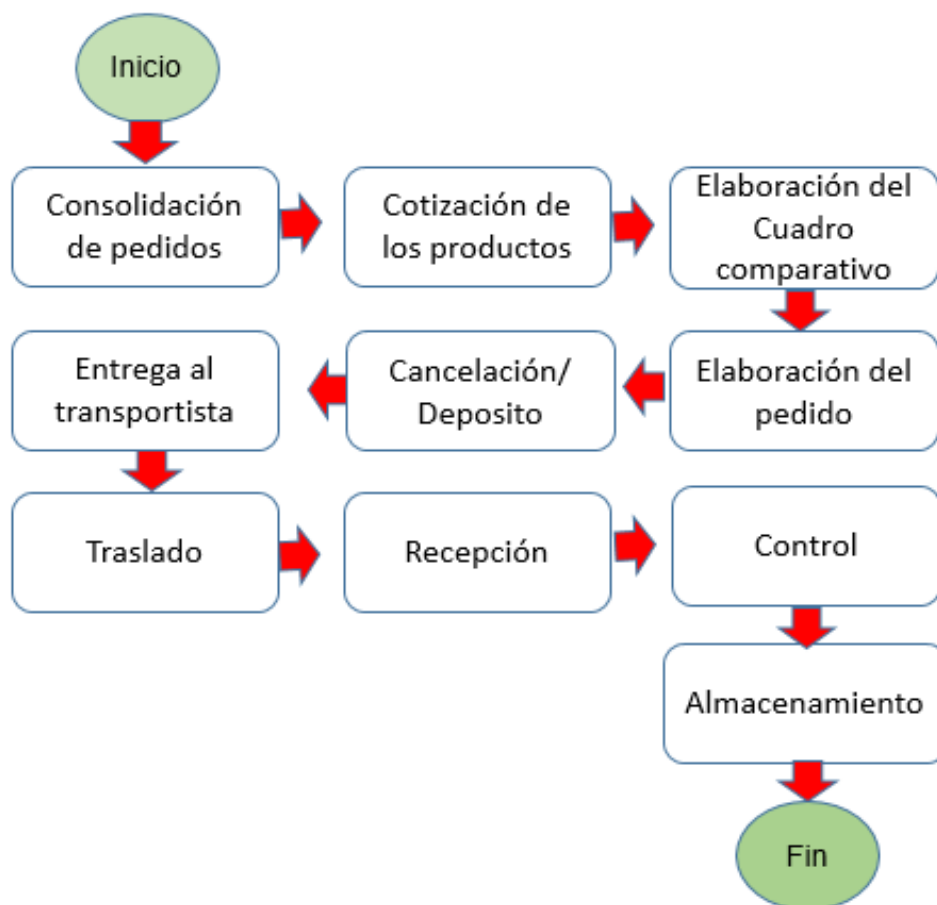
Los productos serán empacados por los mismos distribuidores quienes dejarán el pedido en la puerta de los transportistas, previa coordinación con el área de compras de la empresa. Dentro de las empresas transportistas elegidas están: OLVA COURRIER y NSP COURRIER, ambos cuentan con alta trayectoria en el servicio de transporte de carga en el mercado nacional.

El tiempo de trayectoria de los pedidos en épocas de alta demanda puede llegar entre 5 a 7 días, y en tiempos normales entre 2 a 4 días.

### 3.2 El proceso de aprovisionamiento

Se ha elaborado el siguiente flujo grama en el cual se detalla paso a paso el proceso de aprovisionamiento de la empresa Inversiones Grandes Marcas SAC. El que comprende desde la consolidación de los pedidos, cotización compra y traslado de la mercadería.

**Figura N° 20**  
**Proceso de aprovisionamiento de la empresa**



Fuente: elaboración propia

El proceso de aprovisionamiento de la empresa se da inicio con la consolidación de los pedidos del área de ventas, para luego pasar a cotizar los productos en los distintos proveedores con que cuenta la empresa. Como paso siguiente se elabora el cuadro comparativo de

las cotizaciones, a fin de elegir el proveedor que más satisface la necesidad de la empresa, con productos de calidad, cómodos y de permanente abastecimiento a la empresa.

Seguidamente se elabora el pedido señalando a detalle, los modelos maras, diseños, colores, tallas, cantidad, entre otras características. Paso siguiente se procede a cancelar, que no es más que abonar a la cuenta del distribuidor.

El proveedor procede a entregar a la empresa que realizará el traslado de la mercadería, detallando el número de guía para el seguimiento por parte del área de compra.

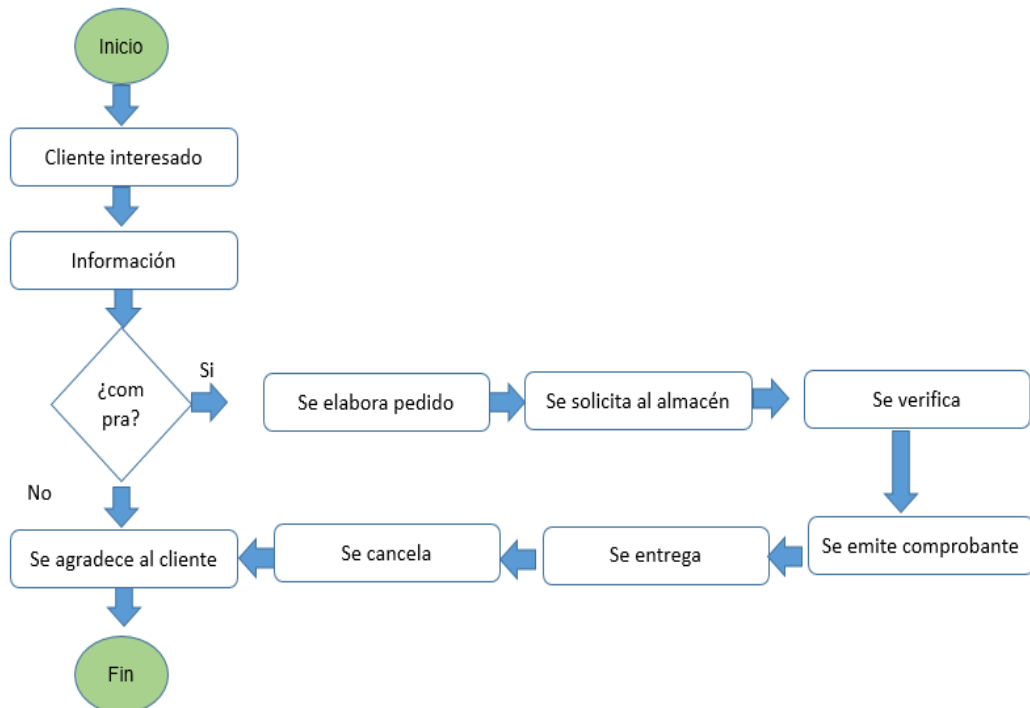
La empresa contratada realiza el transporte y al llegar la mercadería a la ciudad de Iquitos, se pone en contacto o viceversa, para coordinar la recepción de la misma. A la entrega de la mercadería se procede a controlar de acuerdo al pedido realizado, para finalmente realizar el almacenamiento y codificación de lo adquirido.

### **El proceso de atención al cliente**

En el siguiente flujo grama se procede a detallar el proceso de atención al cliente, paso a paso con el mayor detalle. El objetivo último es la satisfacción de la demanda.

**Figura N° 21**

**Proceso de atención al cliente de la empresa**



Fuente: elaboración propia.

**3.3 El proceso de atención al cliente:**

1. Cliente interesado:

El cliente o los clientes se contactan por una red social, mensaje de texto o por una llamada telefónica y muestra interés sobre los productos publicado en el fan page.

2. Información:

Se brinda toda la información solicitada por el cliente, de todos los productos con que cuenta la empresa. Información que incluye, precio, ofertas, descuentos, modelos, tallas, colores, diseños entre otros detalles.

3. Pregunta ¿Compra?:

Si es No: Se agradece al cliente

Si es Si: Se sigue con el proceso

4. Se elabora el pedido:

Si el cliente ha decidido adquirir productos de la empresa, se toma nota, teniendo en cuenta, cantidad, modelo, diseño, colores, entre otras características.

5. Se solicita al almacén:

Como siguiente paso se procede a solicitar al almacén los productos solicitados por el cliente, con la nota de pedido al detalle.

6. Se verifica:

Como paso siguiente se procede a verificar la mercadería adquirida por el cliente, previa al traslado al domicilio.

7. Se emite el comprobante :

En este paso se emite el comprobante a solicitud, ya sea boleta de venta o factura. También se solicita la forma de pago del cliente, a fin de prever el cambio.

8. Se entrega:

Se procede al traslado del cliente, a la dirección señalada por el mismo.

9. Se Cancela :

Se procede a entregar el comprobante y se solicita la cancelación del monto de la mercadería atendida.

10. Se agradece al cliente:

Como paso final se procede a agradecer al cliente y se le invita a su pronta compra en la tienda virtual.

**Figura N° 22**  
**Lap top**



Fuente: [www.google.com/search?q=laptop+hp&rlz=1C1CHBF](http://www.google.com/search?q=laptop+hp&rlz=1C1CHBF)

**Figura N° 23**  
**Casco para moto**



Fuente: [google.com/search?q=casco+para+moto&rlz=1C1CHBF\\_esPE897PE8](http://google.com/search?q=casco+para+moto&rlz=1C1CHBF_esPE897PE8)

**Figura N° 24**  
**Motocicleta para reparto**



Fuente: <https://www.google.com/search?q=motocicleta+para+reparto&rlz=1C1CHBF>

**Figura N° 25**  
**Silla pequeña para el reparto**

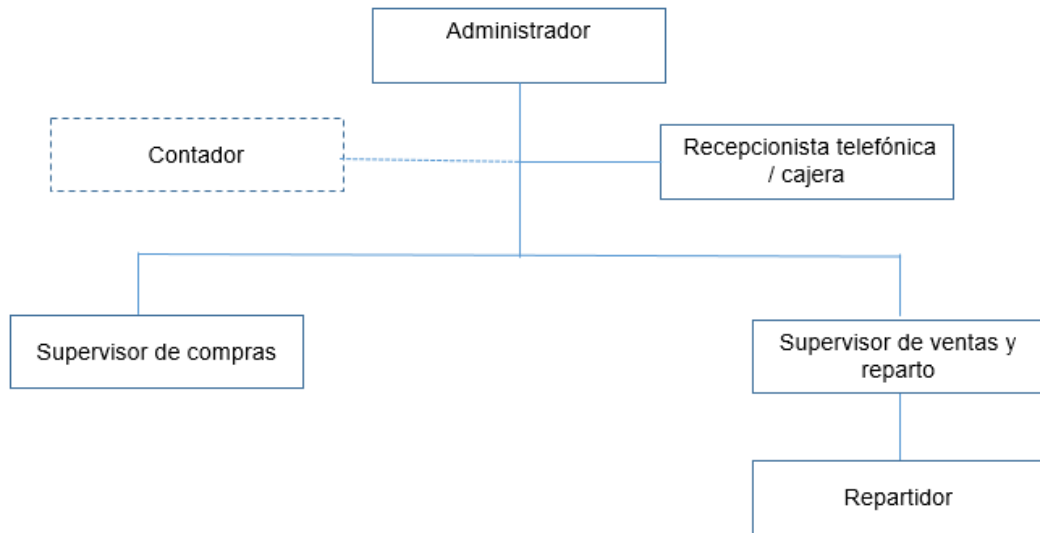


Fuente: [google.com/search?q=silla+peque%C3%B1a+para+reparto+delivery&rlz](https://www.google.com/search?q=silla+peque%C3%B1a+para+reparto+delivery&rlz)

## PLAN DE RECURSOS HUMANOS

### 4.1 La estructura organizacional de la empresa

**Figura N° 26**  
**Estructura organizacional de la empresa**



Fuente: elaboración propia

### 4.2 Puestos y funciones

#### a) Puesto: Administrador de la empresa

##### Funciones:

1. Responsable de la planificación plan de ventas
2. Aprueba el presupuesto de compras de la empresa
3. Aprueba el plan de ventas de la empresa
4. Planifica y organiza el cuadro de personal requerido por la empresa
5. Aprueba el proceso de todas las áreas
6. Ejerce control y monitoreo del cumplimiento de los objetivos de cada área.



7. Ejerce representación de la empresa frente a las instituciones públicas y privadas, como SUNAT, SUNARP, entre otras.
8. Planifica y busca financiamiento, en las distintas instituciones financieras, buscando resguardar los intereses de la empresa.
9. Controla el proceso de atención al cliente con evaluaciones inopinadas.
10. Controla la asistencia laboral de todos los trabajadores.

**b) Puesto: Supervisor de compras de Inversiones Grandes Marcas SAC.**

**Tareas:**

1. Planifica el requerimiento de los bienes y servicios necesarios para la marcha de la empresa, manteniendo los estándares de calidad, precio, descuento, tiempo de entrega y permanencia.
2. Construye y mantiene actualizado el registro de proveedores de la empresa, actualizando cada seis meses.
3. Consolida el requerimiento de todas las áreas para la pronta atención.
4. Realiza las cotizaciones de los bienes y servicios solicitados por las distintas áreas.
5. Controla y custodia los activos de la empresa.
6. Reporta directamente al administrador
7. Informa diariamente al administrador

**c) Puesto: Supervisor de ventas de la empresa**

**Tareas:**

1. Planifica y propone la meta de ventas de la empresa
2. Planifica y organiza el proceso ventas y reparto de la empresa
3. Implemente las políticas de seguridad, para el servicio delivery, de acuerdo a la normativa vigente.
4. Monitorea permanentemente el servicio de entrega de los productos
5. Coordina con el área de ventas los productos más solicitados por los clientes.
6. Registra y controla las estadísticas de reclamos y quejas.
7. Reporta directamente al administrador.

**d) Puesto: Recepcionista telefónica y cajera de la empresa**

**Tareas:**

1. Recepciona las llamadas y los mensajes de los clientes que muestren interés por los productos de la empresa.
2. Brinda la información solicitada de los productos, precios, modelos, diseños, colores, cantidad, entre otros. Solicitud por vía telefónica o por mensajes en las redes sociales
3. Coordina con el área de ventas la entrega de los pedidos a los clientes
4. Entrega el pedido solicitado por el cliente, al área de ventas
5. Recibida la conformidad de ventas emite el comprobante para el cliente.
6. Solicita información al cliente sobre el medio de pago a utilizar
7. Prevé el cambio de acuerdo a la información brindada por el cliente

**e) Puesto: Repartidor de la empresa**

**Tareas:**

1. Recibe los datos e información al detalle del cliente a atender.
2. Recibe el comprobante y la mercadería a entregar.
3. Recibe los equipos personales de seguridad para brindar el servicio delivery.
4. Reporta directamente al supervisor de ventas sobre el servicio realizado

**4.3 Condiciones laborales**

La empresa implementará las siguientes políticas laborales:

- La empresa se acogerá al régimen de la micro y pequeña empresa. Brindará todos los beneficios laborales estipulados en el marco legal.
- Los colaboradores serán en su totalidad contarán con contrato, en primera instancia por un periodo de 3 meses. Dada la evaluación de desempeño se ampliará a 6 meses, posteriormente serán anuales.
- Inversiones Grandes Marcas se acogerá al régimen laboral especial, es decir régimen para la micro y pequeña empresa, para gozar de todos los beneficios que brinda la ley.
- En la empresa se respetará la jornada laboral de 8 horas diarias.
- Se prioriza el cumplimiento de todo el protocolo de seguridad para brindar el servicio delivery.
- La empresa proveerá de todos los equipos de protección personal para el desarrollo de sus actividades dentro de la empresa.

#### **4.4 Régimen tributario**

La empresa se acogerá al régimen de la Micro y Pequeña empresa con pagos a cuenta del 1% mensual y del 10% al año, siempre y cuando no supere las 15UIT.

## V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 5.1 Estudio económico.

#### 5.1.1. Mercado y ventas.

**Cuadro N° 09**

#### **Demanda de mercado: tendencia y participación**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Demanda total (unidades)	708,794		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	3%	5%
Demanda estimada (unidades)	708,794	730,058	766,560
Participación de mercado (decisión empresa)	0.30%	0.40%	0.35%
<b>Demanda del proyecto (unidades)</b>	<b>2,126</b>	<b>2,920</b>	<b>2,683</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 10**

#### **Ventas de los productos de la empresa**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas anuales	2,126	2,920	2,683
Precio venta - decisión empresarial (soles x unidades)	240.00	240.00	244.80
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	3%
Precio de venta unitarios	S/.240.00	S/.244.80	S/.252.14
<b>VENTA TOTAL EMPRESA</b>	<b>S/.510,331</b>	<b>S/.714,872</b>	<b>S/.676,493</b>

Fuente: elaboración propia

#### 5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

**Cuadro N° 11**

#### **Costo de ventas de la empresa (soles)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas	2,126	2,920	2,683
Costo compra (total)	S/170	S/172	S/177
<b>COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA</b>	<b>S/361,485</b>	<b>S/501,404</b>	<b>S/474,484</b>
Producto	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Carteras	590	865	865
Leggin	996	1228	1110
Zapatillas	540	827	708
	<b>2126</b>	<b>2920</b>	<b>2683</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 12****Gastos administrativos (soles)**

<b>GASTO ADMINISTRATIVO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,600
Supervisores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,400
Asistente/Repartidor	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,200
<b>Remuneraciones del personal</b>	<b>S/. 5,060</b>	<b>S/. 5,600</b>	<b>S/. 6,800</b>
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 5,499	S/. 6,085	S/. 7,389
Servicios públicos	S/. 124	S/. 134	S/. 188
Utiles oficina	S/. 149	S/. 176	S/. 205
Servicio contable	S/. 200	S/. 250	S/. 300
Otros	S/. 180	S/. 250	S/. 280
Total mensual	S/. 6,152	S/. 6,895	S/. 8,362
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.73,818</b>	<b>S/.82,744</b>	<b>S/.100,348</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 13****Gastos comerciales de la empresa (soles)**

<b>GASTO COMERCIAL</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Publicidad	S/. 180.00	S/. 220.00	S/. 255.00
Alquiler local	S/. 400.00	S/. 500.00	S/. 600.00
Promociones	S/. 150.00	S/. 250.00	S/. 280.00
Otros	S/. 160.00	S/. 250.00	S/. 300.00
Total mensual	S/. 890.00	S/. 1,220.00	S/. 1,435.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/.10,680.00</b>	<b>S/.14,640.00</b>	<b>S/.17,220.00</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 14****Gastos pre operativos de la empresa (soles)**

<b>Gasto pre operativo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Estudio de mercado	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 750.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
<b>Total</b>	<b>S/. 1,350.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>

Fuente: elaboración propia

## 5.2 Estudio Financiero

### 5.2.1. Inversiones de la empresa

**Cuadro N° 15**  
**Inversión en activos de la empresa (soles)**

Activo fijo	Valor adquisic	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terrenos	S/. 0	5	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Vehiculos	S/. 5,600	1	S/. 5,600	5	S/. 1,120
Muebles	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
<b>Total</b>			<b>S/. 9,600</b>		<b>S/. 1,920</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 16**  
**Depreciación de los activos de la empresa (soles)**

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.9,600	-S/.1,920	-S/.1,920	-S/.1,920	S/.3,840
Amortización activo intangib	S/.1,350	-S/.270	-S/.270	-S/.270	S/.540
<b>Total</b>	<b>S/.10,950</b>	<b>-S/.2,190</b>	<b>-S/.2,190</b>	<b>-S/.2,190</b>	<b>S/.4,380</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 17**  
**Costo laboral (%)**

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				25.00%	12.50%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	4.50%
<b>Total</b>				<b>42.33%</b>	<b>25.67%</b>	<b>8.67%</b>

Fuente: elaboración propia

## 5.2.2. Financiamiento de la empresa

**Cuadro N° 18**

**Programa de endeudamiento de la empresa (soles)**

Deuda a tomar	S/. 40,000			
34.49%	Anual	2.5%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	40,000	1,000	1,111	2,111
2	38,889	972	1,111	2,083
3	37,778	944	1,111	2,056
4	36,667	917	1,111	2,028
5	35,556	889	1,111	2,000
6	34,444	861	1,111	1,972
7	33,333	833	1,111	1,944
8	32,222	806	1,111	1,917
9	31,111	778	1,111	1,889
10	30,000	750	1,111	1,861
11	28,889	722	1,111	1,833
12	27,778	694	1,111	1,806
		10,167	13,333	
	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	26,667	667	1,111	1,778
14	25,556	639	1,111	1,750
15	24,444	611	1,111	1,722
16	23,333	583	1,111	1,694
17	22,222	556	1,111	1,667
18	21,111	528	1,111	1,639
19	20,000	500	1,111	1,611
20	18,889	472	1,111	1,583
21	17,778	444	1,111	1,556
22	16,667	417	1,111	1,528
23	15,556	389	1,111	1,500
24	14,444	361	1,111	1,472
		6,167	13,333	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	13,333	333	1,111	1,444
26	12,222	306	1,111	1,417
27	11,111	278	1,111	1,389
28	10,000	250	1,111	1,361
29	8,889	222	1,111	1,333
30	7,778	194	1,111	1,306
31	6,667	167	1,111	1,278
32	5,556	139	1,111	1,250
33	4,444	111	1,111	1,222
34	3,333	83	1,111	1,194
35	2,222	56	1,111	1,167
36	1,111	28	1,111	1,139
		2,167	13,333	

Fuente: elaboración propia



**Cuadro N° 19**

**Capital de trabajo de la empresa (soles)**

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	15.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.51,033	-S/.1,959	-S/.1,403	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.945	-S/.544	-S/.390	
Inventario					
Número de días		30	30	30	
Monto		-S/.20,082	-S/.11,255	-S/.8,203	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.669	S/.375	S/.273	
<b>TOTAL</b>	<b>-S/.51,033</b>	<b>-S/.22,317</b>	<b>-S/.12,828</b>	<b>-S/.8,319</b>	<b>S/.94,497</b>

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 20**

**Cálculo de la tributación de la empresa (soles)**

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)		0%	0%	0%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		10.0%	10.0%	10.0%
Tasa tributaria (TAX)		10.00%	10.00%	10.00%
Para efectos de pago a SUNAT Regimen MYPE				
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)		0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)		10%	10%	10%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2021	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,400	15	66,000	

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 21**

**Estado de resultados integrales de la empresa (soles)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ingresos por ventas	S/.510,331	S/.714,872	S/.676,493
Costo ventas	-S/.361,485	-S/.501,404	-S/.474,484
<b>Margen Bruto</b>	<b>S/.148,847</b>	<b>S/.213,469</b>	<b>S/.202,008</b>
Gastos administrativos	-S/.73,818	-S/.82,744	-S/.100,348
Depreciación	-S/.2,190	-S/.2,190	-S/.2,190
Gastos comerciales	-S/.11,100	-S/.15,696	-S/.17,820
<b>Margen operativo</b>	<b>S/.61,738</b>	<b>S/.112,839</b>	<b>S/.81,650</b>
Gastos financieros	-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167
<b>Margen antes de tributos</b>	<b>S/.51,572</b>	<b>S/.106,672</b>	<b>S/.79,484</b>
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
<b>Subtotal</b>	<b>S/51,572</b>	<b>S/106,672</b>	<b>S/79,484</b>
Pago impuesto a la renta	-S/.5,157	-S/.10,667	-S/.7,948
<b>Utilidad neta</b>	<b>46,414</b>	<b>96,005</b>	<b>71,535</b>

Fuente: elaboración propia

**5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.**

**Cuadro N° 22**

**Flujo de caja de la empresa (soles)**

<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Liquidación</b>
Ingresos por ventas		S/.510,331	S/.714,872	S/.676,493	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.10,950				S/.4,380
Capital de trabajo	-S/.76,550	-S/.32,583	-S/.11,456	S/.2,275	S/.118,313
Compras		-S/.361,485	-S/.501,404	-S/.474,484	
Gastos administrativos		-S/.73,818	-S/.82,744	-S/.100,348	
Gastos comerciales		-S/.11,100	-S/.15,696	-S/.17,820	
Pago impuestos		-6,174	-11,284	-8,165	
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>-S/.87,500</b>	<b>S/.25,172</b>	<b>S/.92,289</b>	<b>S/.77,950</b>	<b>S/.122,693</b>
Préstamo recibido	S/.40,000				S/0
Amortización		-S/.13,333	-S/.13,333	-S/.13,333	
Gastos financieros		-S/.10,167	-S/.6,167	-S/.2,167	
<b>Escudo fiscal</b>		<b>S/.1,017</b>	<b>S/.617</b>	<b>S/.217</b>	
<b>Flujo Caja Financiero (FCF)</b>	<b>-S/.47,500</b>	<b>S/.2,689</b>	<b>S/.73,406</b>	<b>S/.62,667</b>	<b>S/.122,693</b>
FCE	-S/.87,500	S/.25,172	S/.92,289	S/.200,643	
FCF	-S/.47,500	S/.2,689	S/.73,406	S/.185,360	

Fuente: elaboración propia

**Cuadro N° 23**

**VAN, TIR y B/C de la empresa (soles)**

VAN Económico	S/.144,789
Tasa de descuento (CAPM)	13.26%
TIR Económica	70%
Indice B/C	2.65
VAN Financiero	108,170
Tasa de descuento (WACC)	21.39%
TIR Financiero	92%
Indice B/C	3.28

Fuente: elaboración propia.

## **CONCLUSIONES:**

- a. En la investigación desarrollada en el presente plan de negocio se ha determinado la presencia de un mercado potencial que busca satisfacer distintas necesidades como la de compra de prendas de vestir, accesorios y otros artículos, a través de los canales virtuales de compra. La demanda de los servicios se ha concentrado en la ciudad de Iquitos, ciudad con crecimiento demográfico y con capacidad económica.
- b. El plan de operaciones ha determinado que la fuente de aprovisionamiento será la ciudad de Lima, se cuenta con una variedad de proveedores, quienes cuentan con empresas dedicadas a brindar el servicio de transporte de mercaderías.
- c. Los recursos humanos de la empresa se han representado en una estructura organizacional para una micro empresa, es de corte simple y eficiente. Con funciones de planeación, organización y control. Los trabajadores recibirán los beneficios de acuerdo a ley, la empresa se acogerá al régimen especial labora.
- d. En el plan económico y financiero se ha determinado las principales ratios, el Valor actual neto económico de la empresa es de S/.144,789 y la Tasa interna de retorno es del 70%, mientras que el índice beneficio costo es de S/.2.65.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

2015: *XII de Población y VI de Vivienda*. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 *IV Censo Nacional Económico por departamento*. Lima, Perú.

Caceda Helmut. *Comercio electrónico en el Perú*.

Drucker, Peter, (1973); “*Management: Tasks, Responsibilities and Practices*”, Harper and Row, New York.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2007. *Censos Nacionales*

Instituto Nacional de Estadística e Informática –INEI (2008), “Censos Nacionales 2015: XII de población y VI de vivienda. Lima, Perú.

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) *Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU*, Disponible en: [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

Kotler Philip, (2000), “*Dirección de Marketing*”, Edición del Milenio, Prentice Hall, Madrid.

Kotler Philip. y Armstrong Gary (2007), “*Marketing: versión para Latinoamérica*”. 11ª Edición, Pearson Educación, México.

Kotler, Philip. y Keller, Kevin. (2012), “*Dirección de Marketing*”, 14ta Edición, Pearson Educación, México.

Pérez, David y Pérez, Isabel, (2006), “*El conocimiento del Mercado: Análisis de clientes intermedios y competidores*”, Escuela de Organización Industrial, Madrid, España.

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. SUNAT. 2020. Portal institucional. En: [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)

Thompson, Arthur (2008), “*Administración Estratégica*”, 15ª Edición. McGraw Hill, México.