



**FACULTAD DE NEGOCIOS
TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**PLAN DE NEGOCIO
INSTALACIÓN DE BOUTIQUE ON LINE “EVE-LEX”, 2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORES:

**ALEX ENRIQUE ALVA PALACIOS
EVELYN LEYDITH VARGAS VALLE**

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

IQUITOS – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, a mi hermano por el gran apoyo y aliento durante esta nueva época que mi carrera universitaria, a mis profesores, por las enseñanzas impartidas durante este corto tiempo y por brindarme su motivación y el aliento necesario para culminar lo empezado, y a todas aquellas personas que tienen sueños y metas en sus vidas y que a pesar de las circunstancias no han desmayado. Cuando hay voluntad y perseverancia todo lo soñado se hacen realidad.

Alex Enrique.

A mis padres, gracias a ellos pude culminar mi carrera profesional, para así lograr todos mis objetivos y metas por cumplir, a mi abuelita que está en el cielo, guiándome y protegiéndome, que ella siempre me inculco para seguir con la carrera.

Evelyn Leydith.

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a Dios por iluminarme en esta etapa tan bonita como lo es mi carrera universitaria, le agradezco por darme las fuerzas y las bendiciones, para lograr mis metas y seguir cumpliendo mis sueños. Agradecimiento especialmente a mi alma mater Universidad Científica del Perú, y a su plana docente por formar grandes profesionales con vocación de servicio y liderazgo. Por último, quiero agradecer inmensamente a nuestros docentes los cuales me motivaron a seguir adelante y no doblegarme en esta etapa de mi vida, agradecer a mi familia la cual me motivo desde lejos para cumplir la meta trazada.

Los autores.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 268-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 24 de abril de 2023, se autorizó la sustentación para el día jueves 27 de abril de 2023.

Siendo las 11.00 horas del día 27 de abril se constituyó de modo presencial Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO INSTALACIÓN DE BOUTIQUE ONLINE "EVE-LEX", 2023

Presentado por:

VARGAS VALLE EVELYN LEYDITH
Para optar el título profesional de Contador Público

ALVA PALACIOS ALEX ENRIQUE
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:

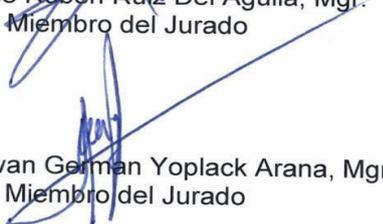
La sustentación es: APROBADO POR MAYORIA.

A las 12:10 p.m. horas culminó el acto público.

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


CPC. Luis Alberto Barriga Roa
Presidente del Jurado


CPC. José Rubén Ruiz Del Aguila, Mgr.
Miembro del Jurado


Lic. Adm. Yvan German Yoplack Arana, 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

**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 INSTALACIÓN DE BOUTIQUE ONLINE
"EVE-LEX", 2023"**

De los alumnos: **ALEX ENRIQUE ALVA PALACIOS Y EVELYN LEYDITH VARGAS VALLE**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **14% de plagio**.

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

San Juan, 22 de Marzo del 2023.



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

Document Information

Analyzed document	UCP_contabilidadyfinanzas_2023_TSP_AlexAlva_EvelynVargas_V1.pdf (D161680566)
Submitted	3/21/2023 2:04:00 PM
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	14%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_ContabilidadyFinanzas_2022_TSP_JamesArevalo_RaulVasquez_V1.pdf</p> <p>Document UCP_ContabilidadyFinanzas_2022_TSP_JamesArevalo_RaulVasquez_V1.pdf (D159794277)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_2021_Negocios_TSP_Julissa Reategui y Chrystian Rios_Administración_V1.pdf</p> <p>Document UCP_2021_Negocios_TSP_Julissa Reategui y Chrystian Rios_Administración_V1.pdf (D118811064)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_NEG_CONT_2020_TSP_LindaShapiama_JanellyFlores_V1.pdf</p> <p>Document UCP_NEG_CONT_2020_TSP_LindaShapiama_JanellyFlores_V1.pdf (D75532843)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		20
W	<p>URL: https://www.ecommercenews.pe/ecommerce-insights/2022/sector-prendas-de-vestir-registo-un-alza-...</p> <p>Fetches: 3/21/2023 2:05:00 PM</p>		2
W	<p>URL: https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2022/01/CIEN_RT_Enero_2022_-1.pdf</p> <p>Fetches: 3/21/2023 2:05:00 PM</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_NEGOCIOS_2021_TSP_XIOMIDELAGUILA_V1.pdf</p> <p>Document UCP_NEGOCIOS_2021_TSP_XIOMIDELAGUILA_V1.pdf (D116575105)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1
SA	<p>Universidad Científica del Perú / UCP_administracion_2021_TSP_JudithMontalban_ViorikaTorres_V1.pdf</p> <p>Document UCP_administracion_2021_TSP_JudithMontalban_ViorikaTorres_V1.pdf (D105949095)</p> <p>Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe</p> <p>Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com</p>		1

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Portada	
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Constancia de originalidad.....	V
Índice de contenido.....	VII
Índice de cuadros.....	IX
Índice de figuras.....	X
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	01
1.1 Nombre de la empresa.....	01
1.2 Actividad empresarial.....	02
1.3 Idea de negocio.....	02
II. PLAN DE MARKETING.....	04
2.1 Necesidades de los clientes.....	04
2.2 Demanda actual y tendencias.....	06
2.3 Oferta competitiva.....	10
2.4 Programa de marketing.....	11
2.4.1 El producto.....	11
2.4.2 El precio.....	16
2.4.3 La promoción.....	19
2.4.4 La cadena de distribución.....	21
III. PLAN DE OPERACIONES.....	23
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	23
3.2 El proceso de operaciones comerciales.....	27
3.3 El proceso de atención al cliente.....	29

IV.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	32
4.1	La organización.....	32
4.2	Puestos y funciones.....	32
4.3	Condiciones laborales.....	35
4.4	Régimen tributario.....	35
V.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	36
5.1	Estudio económico.....	36
5.1.1	Mercado y venta.....	36
5.1.2	Compras, costo de ventas y gastos.....	37
5.2	Estudio financiero.....	39
5.2.1	Inversiones.....	39
5.2.2	Financiamiento.....	40
5.2.3	Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	44
	CONCLUSIONES.....	45
	BIBLIOGRAFÍA.....	46

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Clasificación Industrial Internacional	4
Cuadro 2. Mercado de clientes en la ciudad de Iquitos, al 2023.....	10
Cuadro 3. Mercado de clientes por zona de residencia, al 2023.....	10
Cuadro 4. Mercado de clientes por grupo de edades, 2023.....	10
Cuadro 5. Mercado de clientes por condición socioeconómica.....	11
Cuadro 6. Tamaño de la demanda.....	11
Cuadro 7. Negocios con giros similares.....	13
Cuadro 8. Precio de venta.....	18
Cuadro 9. Cantidad de venta por tipo de producto.....	19
Cuadro 10. Venta total por porcentaje de productos.....	20
Cuadro 11. Precio de compra.....	25
Cuadro 12. Cantidad de compra por tipo de producto.....	26
Cuadro 13. Compra total por tipo de producto.....	27
Cuadro 14. Comportamiento del mercado: tendencias y participación.....	37
Cuadro 15. Ventas de los productos.....	37
Cuadro 16. Costo de la mercadería vendida.....	38
Cuadro 17. Gastos Administrativos.....	38
Cuadro 18. Gastos Comerciales.....	39
Cuadro 19. Gastos Pre operativos.....	39
Cuadro 20. Inversiones en activo fijo.....	40
Cuadro 21. Depreciación y amortización de intangibles.....	40
Cuadro 22. Cambios en el capital de trabajo.....	41
Cuadro 23. Plan de pago de endeudamiento financiero.....	41
Cuadro 24. Cálculo de la tributación.....	43
Cuadro 25. Estado de resultados económicos.....	43
Cuadro 26. Flujo de caja.....	44
Cuadro 27. Rentabilidad del negocio.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Localización de la empresa.....	3
Figura 2. Participación mundial de comercio electrónico en el sector prenda de vestir (porcentaje).....	12
Figura 3. Conjunto falda (dos tiempos)	15
Figura 4. Conjunto blazer y short.....	16
Figura 5. Enterizo.....	16
Figura 6. Blusas sofisticadas.....	17
Figura 7 Logo empresa boutique online Eve-Lex SRL.....	17
Figura 8. Fan page con el logo de la empresa.....	22
Figura 9. La cadena de distribución de boutique online Eve-Lex SRL.....	23
Figura 10. Proceso de aprovisionamiento.....	28
Figura 11. Rotación de compra a proveedores.....	29
Figura 12. Proceso de atención al cliente.....	30
Figura 13. Imagen de la motocicleta para el delivery de la empresa.....	32
Figura 14. Organigrama de la empresa.....	33

RESUMEN

Plan de negocio boutique online “Eve – Lex”, ciudad Iquitos, 2023

Evelyn Leydith, Vargas Valle

Alex Enrique, Alva Palacios

Nuestro plan de negocios pertenece al sector de venta de bienes, ya que nos dedicaremos al mercado actual de comercialización de prendas de vestir, en el sector Femenino, específicamente en la ciudad de Iquitos. Este mercado presenta una población con tendencia creciente, lo que impacta en un mayor nivel de consumo de nuestro producto.

En la actualidad la moda es muy común en los niños, jóvenes y algunos adultos más en el sector femenino, el cual es el sector en el que nos centraremos en este plan de negocios, si bien es cierto hay un montón de puestos de ropa, boutiques, entre otros dedicados al mismo rubro, sin embargo, lo que nosotros buscamos con este Plan de Negocio es brindar prendas de calidad, a buen precio y tener la moda siempre actual en nuestras prendas.

La fuente de aprovisionamiento de nuestro negocio se llevará a cabo en la ciudad de Iquitos, lugar donde tendremos nuestra mercadería, la cual será adquirida de diversos proveedores de la región y también tendremos proveedores de la ciudad de Lima.

La organización se diseñó de acuerdo a las necesidades de nuestra empresa, para lo cual definimos de manera clara las funciones de cada integrante de este negocio. Será una Sociedad de Responsabilidad Limitada

El estudio financiero nos muestra un Valor actual neto económico (VAN) de S/. 378,893.00 y un valor actual neto financiero de S/. 341,997.00 Nuestra tasa interna de retorno económica (TIR) es de 340% Y la Tasa de retorno Financiero es de 664%. El índice beneficio costo económico es de 11.60% y el índice beneficio costo financiero es de 22.72% lo que demuestra la viabilidad y rentabilidad de nuestro proyecto

Palabras claves: plan de negocio, comercialización, prendas de vestir, moda, mujeres

ABSTRACT

Online boutique business plan "Eve - Lex", city Iquitos, 2023

Evelyn Leydith, Vargas Valle

Alex Enrique, Alva Palacios

Our business plan belongs to the category of sale of goods, concerning that we will be dedicated to the current market of commercialization of clothing, in the female category, specifically in the Iquitos of City. This market has a growing population, which impacts on a higher level of consumption of our product.

Currently fashion is frequent in children, youth and some adults and more in the female category, which is this business plan will be focused on, while it is true that there are a lot of clothing stores, boutiques, among others dedicated to the same item, however, what we seek with this business plan is to provide quality garments, at a fair price and have always current top fashion in our products.

The source of supply of our business will take place in the city of Iquitos, where we will have our merchandise, which will be acquired from various suppliers in the region and we will also have suppliers from the city of Lima.

The organization was designed according to the needs of our company, for which we clearly defined the functions of each member of this business. It will be a Limited Liability Company.

The financial study shows an economic net present value (NPV) of S/. 378,893.00 and a financial net present value of S/. 341,997.00. Our economic internal rate of return (IRR) is 340% and the financial rate of return is 664%. The economic cost benefit index is 11.60% and the financial cost benefit index is 22.72%, which demonstrates the viability and profitability of our project.

Key words: business plan, marketing, clothing, fashion, women

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre de la empresa

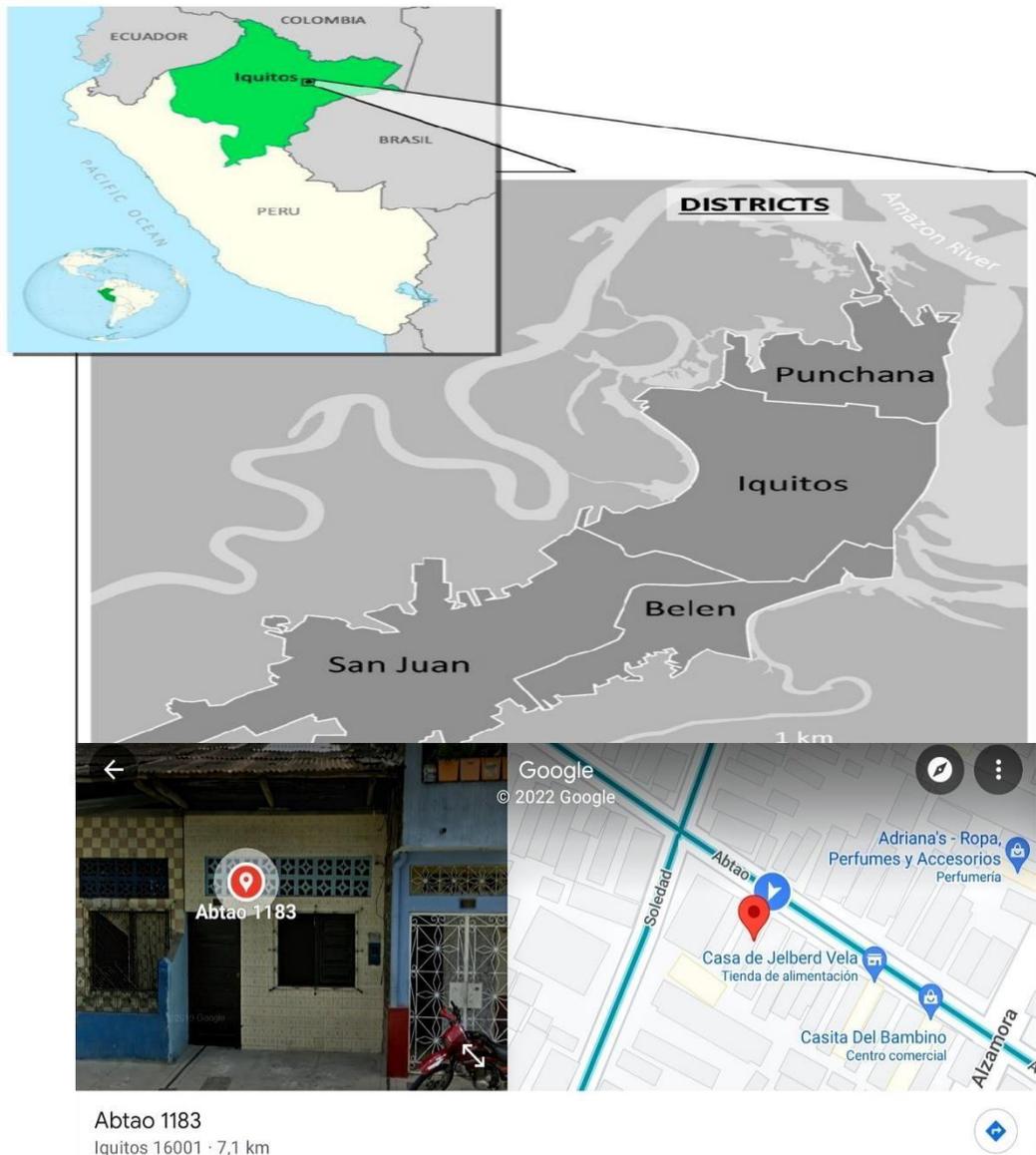
Boutique Online Eve-Lex SRL.

Localización: Jr. Abtao N° 1183, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Sector de actividad: comercialización de prendas de vestir online.

Figura 1

Localización de Boutique Online Eve-Lex SRL, 2023.



Fuente: <https://www.google.com/maps/dir> (2022)

1.2 Actividad empresarial

Comercialización, al por menor de ropas de vestir para damas.

Cuadro 1
Clasificación Industrial Internacional uniforme
boutique online Eve-Lex SRL,2023

G	Comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas		
	47	Comercio, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	
		475	Ventas al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados
			4751 Venta al por menor de productos textiles en comercios especializados

Fuente: INEI – CIUU (2022)

1.3 Idea de negocio

Se busca satisfacer la necesidad de estar a la moda en vestimenta, en sus diversas partes, como la elección de modelos, colores y tallas. También, la necesidad está referida a la disponibilidad inmediata y la adecuación de tallas. Asimismo, la necesidad de exclusividad en la característica de la vestimenta (modelo y colores), y la pertinencia para el evento social particular.

Los clientes identificados son los siguientes: primera segmentación, basada en el sexo (mujeres) y la edad entre los 15 a 35 años; así mismo con compras de una manera constante y a su gusto. La segunda segmentación

comprende el mercado basado en las personas que viven en la ciudad de Loreto, que pertenecen a la clase A, B y C, que contengan conexión a internet y quieren estar a la moda.

La empresa ofrece prendas de vestir con exclusividad en modelos, con el servicio de trasladarse al lugar que nuestro público lo necesite; diferenciarnos no solo por la tendencia, sino también para satisfacer a los consumidores con su necesidad de pertenencia, estar a la moda, ahorrándoles tiempo y dinero. Ofrece el servicio de adecuar el producto, a las características del cliente; el pago será al contado o en algunos casos en dos cuotas mensuales con estricto control de pago, utilizando de medio de pago en efectivo, electrónicos y transferencias bancarias.

CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

- a) Necesidad de comunicar con nuestra forma de vestir.

La primera impresión o el primer concepto que una persona desconocida va a tener sobre nosotros va a depender de nuestra apariencia física y, por tanto, de nuestra manera de vestir. La forma en que vamos vestidos habla de nosotros, transmite información. De ahí la importancia de ir vestido de manera adecuada según las circunstancias.

Mordor Intelligence (2023), señala “las ventas de ropa en línea han experimentado un auge en los últimos años a medida que los consumidores se sienten gradualmente más cómodos haciendo compras de vestuario desde sus computadoras y dispositivos portátiles. El crecimiento en las ventas de ropa en línea se atribuye principalmente a las nuevas empresas solo en la web. Una mayor exposición a Internet y el comercio electrónico ha mejorado la conciencia de la moda y la disponibilidad de marcas de alta gama y productos de edición limitada. El uso de personas influyentes ha tenido un impacto en la forma en que las empresas de belleza comercializan sus productos y buscan aumentar las ventas. Con el 71% de los especialistas en marketing de redes sociales informando que tienen un presupuesto de marketing de personas influyentes, es claro ver que los especialistas en marketing encuentran valor en personas influyentes”.

- b) Necesidad de diferenciarse o impresionar.

La ropa nos conlleva a una búsqueda de identidad o de diferenciación con las demás personas. Por ello, adquiere tanta importancia para algunos jóvenes que encuentran en ella su identidad personal y su pertenencia a un grupo. Los góticos (emos) se caracterizan por una forma muy peculiar de vestir siempre de negro y algo rojo, los raperos o reguetoneros con ropas anchas, zapatillas deportivas y gorra.

Para algunos, la ropa también supone un status social, sobrevaloran la ropa de firmas importantes y consideran como sinónimo de saber vestir, llevar ropa de marca o bien la consideran como una ostentación o un símbolo de riqueza.

Redacción PQS (2022), señala “la moda online ha sufrido un cambio disruptivo en los últimos años debido a la fuerte digitalización de canales de compra y a la implementación de otras herramientas que son reforzadas por las redes sociales. La pandemia y sus restricciones consolidó esta tendencia y obligó a las empresas a agilizar el lanzamiento de sus plataformas si querían sobrevivir a la nueva situación”.

c) Necesidad de vestir

La función básica de la ropa consiste en protegernos de la temperatura ambiente y de situaciones climatológicas extremas, por ejemplo, aquí en nuestra ciudad de Iquitos el cambio climatológico es muy impredecible, hasta el color de la prenda de vestir muchas veces es importante no solo por la estética, sino que también el color oscuro repele los rayos del sol. Esta ropa, los protege durante el día de las elevadas temperaturas de nuestro clima.

La implementación de este proyecto, nos va permitir satisfacer las necesidades antes mencionadas, en todos los clientes prospectos sementados para este negocio que queremos poner en marcha.

Mercè López García (2014), señala “la moda basa gran parte de su éxito en la coincidencia entre las propuestas del mercado y las corrientes de sensibilidad del público. Si estos dos factores convergen el éxito está asegurado, por este motivo en moda no siempre funciona intentar imponer una tendencia. El ciclo que mueve el mundo de la moda se basa en una serie de etapas: surge una tendencia, si esta es aceptada se generaliza, llega un momento en que el mercado se satura y finalmente muere, entonces es el momento de ser sustituido por otra que a menudo suele ser opuesta a la anterior”.

2.2 Demanda actual y tendencias.

De acuerdo con una información compartida por el gerente del Instituto de Estudios Económicos y Sociales (IEES) de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Antonio Castillo, asegura que el sector de prendas de vestir creció un 13.5% durante el primer bimestre del 2022.

Se trata de un aumento considerable para el sector, luego de 2 años en el que la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 ralentizó el crecimiento en el área textil en el país.

Castillo detalla que, durante el mes de febrero el rubro creció 18.8% y en los 2 primeros meses del año tuvo una expansión de 13.5%, encabezando el avance de las ramas industriales.

A continuación, se calcula el tamaño de la demanda del mercado en la cual operará el negocio. Los criterios son los siguientes.

- a. Localización geográfica del mercado.
- b. Área de ubicación del cliente, urbana.
- c. Grupo de edades.
- d. Por condición socioeconómico.
- e. Frecuencia de compras de la vestimenta.

Cuadro 2
Mercado de clientes en la ciudad
de Iquitos, al 2023

Distritos	Personas al 2018	Personas al 2019	Personas al 2023 (proyectada)
Iquitos	162,450	163,209	133,523
Punchana	86,608	87,876	102,751
Belén	70,503	70,855	78,453
San Juan Bautista	143,054	147,951	224,000
Población mercado ciudad de Iquitos	462,615	469,891	538,727

Fuente: INEI, elaboración propia (2023)

Cuadro 3
Mercado de clientes por zona de residencia, al 2023

Distritos	Población urbana (participación)	Personas
Iquitos	98.79%	131,908
Punchana	92.28%	94,818
Belén	87.55%	68,685
San Juan Bautista	89.46%	200,391
Población por residencia, ciudad Iquitos		495,802

Fuente: elaboración propia (2023)

Cuadro 4**Mercado de clientes por grupo de edades, 2023(Porcentaje)**

Distrito	15 a 24 años	25 a 39 años	Total
Iquitos	19.23%	24.72%	43.95%
Punchana	19.74%	24.63%	44.37%
Belén	19.02%	24.25%	43.27%
San Juan Bautista	19.46%	23.94%	43.39%
Población por edades, ciudad Iquitos	96,135	120,588	216,723

Fuente: elaboración propia (2023)

Cuadro 5**Mercado de clientes por condición socioeconómica**

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	9,753
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	30,558
Población objetivo, ciudad Iquitos (2023)	18.6%	40,311

Fuente: elaboración propia (2023)

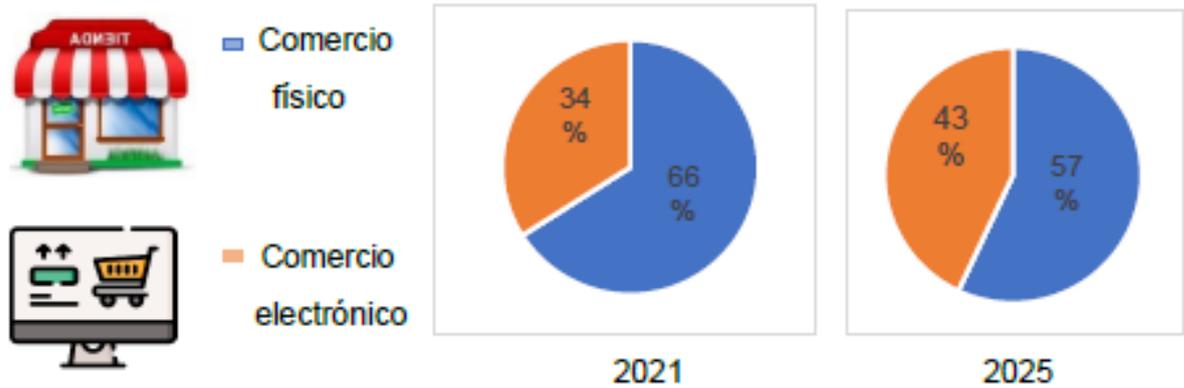
Cuadro 6**Tamaño de la demanda**

Promedio personas por vivienda	1.00
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2023)	40,311
Cantidad del producto (vestimenta por año/personas)	2
Cantidad del producto ciudad Iquitos (vestimenta)	80,621
Demanda total, ciudad Iquitos (vestimenta)	80,621

Fuente: elaboración propia (2023)

Figura 2

**Participación mundial de comercio electrónico en el sector prenda de vestir
(Porcentaje)**



Fuente: Statista – CIEN (2021)

Tendencias

Inclinación creciente hacia las ventas en línea

Las mayores ventas en línea de prendas de vestir se atribuyen principalmente a:

- a. Las nuevas empresas que solo funcionan en la web.
- b. Una mayor exposición a Internet y al comercio electrónico, y la disponibilidad de marcas de alta gama y productos de edición limitada.
- c. El uso de influencers ha tenido un impacto en la forma en que las empresas comercializan sus productos y buscan aumentar las ventas.
- d. La pandemia, la cual ha fortalecido esta tendencia.

En 2021, el 34% de las ventas de prendas de vestir se habría realizado a través del comercio electrónico; se estima que al 2025 el comercio electrónico concentrará el 43%.

Dentro de las ventas en línea, en el 2021 el 56% de las transacciones de prendas de vestir se habría efectuado a través de teléfonos móviles. Se espera que en 2025 alcancen el 65% del total de las ventas. Aunque los canales físicos no desaparecerán, surgirá una oferta presencial más elegante y enfocada. Esa oferta combinará lo mejor de los servicios humanos y automatizados.

2.3 Oferta competitiva

Se ha considerado como cobertura de la empresa Boutique Online Eve-Lex la ciudad de Iquitos, que incluye los distritos de Punchana, Belén y San Juan Bautista, donde se concentra el mayor porcentaje de la población para los clientes prospectos.

Cuadro 7

**Negocios con giros similares de la empresa boutique online
Eve-Lex SRL, en la ciudad de Iquitos 2023
(Soles)**

Productos	Unidad de medida	Empresas			
		Issa Boutique	Elegant Boutique	Paris Boutique	Eve-Lex Boutique Online
Conjunto (Blusa o top + falda o short)	Conjunto	s/.115	s/.100	s/.110	s/.90

Fuente: elaboración propia (2023)

En cuanto a la oferta en la ciudad de Iquitos, se considerará a estas tres empresas como competencia del rubro del negocio. Estas empresas son de propiedad de personas naturales.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a la comercialización de prendas de vestir, para damas, a través de una página web y las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, entre otras) nuestros clientes podrán visualizar todas las prendas disponibles en la tienda sin necesidad de moverse de su casa, comparando precios con otras empresas. Ofreciéndoles la posibilidad a nuestros clientes de introducirse en nuevos mercados, de la forma más eficiente posible con el principal objetivo de potenciar nuestras ventas.

La empresa cuenta como políticas aceptar todos los medios de pagos: efectivo, débito y crédito. Ahora también diversos métodos de pago como Lukita, Yape y Plin.

a) Categorías de productos.

Dentro de los productos a comercializar se ha considerado:

1. Blusas
2. Top
3. Shorts (mujeres)
4. Faldas
5. Polos
6. Camisas manga corta
7. Camisas manga-largas
8. Gorras (mujeres)
9. Canguros
10. Pantalones: Jean, drill y cuerina(mujeres)
11. Jumper: drill y jean

Fuente: imágenes brindadas por futuros proveedores más nuestro logo (2023)

12. Enterizos
13. Blazer
14. Vestidos

Los productos serán exhibidos dentro de nuestra página web y nuestras redes sociales. Se tendrá en cuenta que, para la comercialización de nuestros productos, teniendo en cuenta el clima tropical de la zona. A fin de promocionar nuestros productos en esta primera etapa se comercializará productos como: en el caso de las prendas femeninas blusa más short o blusa más falda.

Tal como se señaló anteriormente, se brindará un servicio adicional sin costo alguno, cuando el cliente solicite una adecuación de la talla de la vestimenta, a pedido del cliente. Cabe señalar que el stock de mercadería por lado de modelo de vestimenta serán exclusivas, una o dos ejemplares por tallas.

En las siguientes líneas, le mostraremos imágenes referenciales de nuestros productos:

Figura 3
Conjunto falda (dos tiempos)



Fuente: imágenes brindadas por futuros proveedores más nuestro logo (2023)

Figura 4
Conjunto blazer y short



Fuente: imágenes brindadas por futuros proveedores más nuestro logo (2023)

Figura 5
Enterizo



Fuente: imágenes brindadas por futuros proveedores más nuestro logo (2023)

Figura 6
Blusas sofisticadas



Fuente: imágenes brindadas por futuros proveedores más nuestro logo (2023)

b) La marca

La empresa Boutique Online Eve-Lex SRL, ha elegido la siguiente marca: para competir en el mercado y la cual nos permitirá distinguir de la competencia.

Figura 7
Logo empresa boutique online
Eve-Lex SRL



Fuente: elaboración propia (2023)

2.4.2 El precio

Se establecerán distintos precios para cada tipo de prendas, los cuales se detallarán en el siguiente cuadro.

Cuadro 8
Precio de venta de boutique
online Eve-Lex SRL, 2023

Productos	Unidad de medida	Precio (soles)
Blusa o top + short o falda	Conjunto	90.00
Blusa	Unidad	55.00
Top	Unidad	40.00
Short	Unidad	50.00
Falda	Unidad	60.00
Polo	Unidad	60.00
Vestido	Unidad	150.00
Blazer	Unidad	100.00
Gorra	Unidad	50.00
Canguro	Unidad	55.00
Enterizo	Unidad	80.00
Pantalón jean	Unidad	70.00
Pantalón campana	Unidad	80.00
Pantalón drill	Unidad	75.00
Pantalón cuerina	Unidad	90.00
Camisa manga-larga	Unidad	65.00
Camisa manga corta	Unidad	60.00
Jumper drill	Unidad	80.00
Jumper jean	Unidad	75.00

Fuente: elaboración propia (2023)

Cuadro 9

Cantidad de venta por tipo de producto de boutique online Eve-Lex SRL, 2023

Productos	Porcentaje	Cantidad
Blusa o top + short o falda	80%	645
Blusa	100%	806
Top	80%	645
Short	100%	806
Falda	40%	322
Polo	100%	806
Vestido	70%	564
Blazer	15%	121
Gorra	50%	403
Canguro	10%	81
Enterizo	30%	242
Pantalón jean	80%	645
Pantalón campana	35%	282
Pantalón drill	20%	161
Pantalón cuerina	10%	81
Camisa manga-larga	60%	484
Camisa manga corta	70%	564
Jumper drill	10%	81
Jumper jean	15%	121
Total, en prendas		7,860

Fuente: elaboración propia (2023)

Cuadro 10
Venta total por porcentaje de producto boutique online
Eve-Lex SRL, 2023

Productos	Total (Vestimenta)
Blusa o top + short o falda	58,046
Blusa	44,341
Top	25,798
Short	40,310
Falda	19,349
Polo	48,372
Vestido	84,651
Blazer	12,093
Gorra	20,155
Canguros	4,434
Enterizo	19,349
Pantalón jean	45,147
Pantalón campana	22,574
Pantalón drill	12,093
Pantalón cuerina	7,256
Camisa manga-larga	31,442
Camisa manga corta	33,860
Jumper drill	6,450
Jumper jean	9,070
	544,790

Fuente: elaboración propia (2023)

2.4.3 La promoción

Las actividades que se han diseñado en la empresa para la promoción, tienen como finalidad difundir los méritos de los productos de la empresa, así mismo tratan de persuadir al segmento objetivo para que adquieran el producto. Considera dentro de ellas, todas las actividades articuladas hasta el monto del presupuesto de la promoción. Se ha tomado como herramienta principal para el desarrollo de las promociones:

- a) **Objetivos de la promoción.** Lo que se busca es que el consumidor sepa de la existencia de nuestros productos, así cumpliendo con el objetivo de ser reconocidos por nuestros futuros clientes.

La estrategia de la promoción será orientada al desarrollo en el interés de nuestros productos. Se buscará lograr despertar el interés y la emoción, en nuestros clientes prospectos, con nuestros modelos exclusivos y difundiremos nuestros catálogos virtuales. El mensaje que se quiere brindar, es que comprar en esta Boutique Online permitirá ahorrar tiempo y dinero, esto debido que el cliente podrá hacer sus compras desde la comodidad de su hogar.

- b) **Acciones de la promoción.** Se ha establecido realizar las siguientes acciones principales con el fin de lograr el objetivo de la promoción:

1. Delivery gratis para la ciudad de Iquitos y sus distritos, por la compra de cualquiera de nuestros productos, el transporte del producto hasta su domicilio, será gasto de la empresa.

2. Sorteos todos los fines de mes con todos nuestros clientes, se harán sorteos de dos a tres productos, cuantas más compras realices en la empresa, más posibilidades de ganar.
3. Entrega del producto en un máximo de 24 horas para toda la región loretana y demás departamentos cercanos, con esto queremos ser eficientes y eficaces con la entrega de nuestros productos a nivel nacional.
4. Estampados personalizados para las blusas y polos, lo que se buscará con esto es que los clientes tengan la oportunidad de escoger que estampados pueden tener los productos que están comprando (en este caso el producto demoraría un poco más en su entrega).

c) Acciones de la publicidad. Las actividades que se realizará para la publicidad de nuestra empresa y productos son la siguiente:

1. Fan page en Facebook, Instagram y tik tok, la empresa contará con estas cuentas, en las diferentes redes sociales más utilizadas por nuestros clientes prospectos.
2. Página web, la empresa también contará con su propia página web donde se mostrará todas las prendas disponibles que tiene la empresa con sus respectivos precios. Donde también se mostrará las promociones y descuentos que tiene la empresa en determinadas fechas.

Figura 8

Fan page con el logo de boutique online Eve-Lex SRL, 2023



Fuente: elaboración propia (2023)

2.4.4 La cadena de distribución

Nuestro almacén se encuentra ubicado en Jr. Abtao N° 1183, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. La distribución será directa, porque no existen intermediarios entre la empresa y el cliente.

Figura 9

**La cadena de distribución de boutique online Eve-Lex
SRL, 2023**



Empresa

cliente

Fuente: elaboración propia (2023)

CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de boutique online Eve-LexSRL, 2023

El estudio de la fuente de aprovisionamiento se da en la ciudad de Lima, en el emporio comercial de Gamarra, lugar donde se concentra las empresas de confecciones. Estas empresas cuentan con fan page o con una página web, donde se establece comunicación permanente con estos proveedores para realizar los pedidos. Estas empresas mantienen sus páginas permanentemente actualizadas, para que el cliente solicite modelos de tendencia, vale decir, prendas de vestir que rigen la moda.

En cuanto al transporte de la mercadería, son los proveedores de las prendas lo que manejan una cartera de proveedores para el servicio de transporte. Estas son empresas con prestigio posicionadas en el mercado nacional, dentro de ellas resaltamos Karsil Courier y Tarapoto Courier. El costo del transporte será asumido por la empresa Boutique Online Eve-Lex SRL.

La empresa como política de aprovisionamiento mantendrá dos niveles de inventario con el fin de no quedar sin stock. Al contar con un capital considerable la empresa tiene por política la compra in situ con los proveedores, ya que se puede manejar precios cuando el trato es directo y personalizado.

Cuadro 11

Precio de compra de boutique online Eve-Lex SRL, 2023

Productos	Unidad de medida	Precio (soles)
Blusa o top + short o falda	Conjunto	45
Blusa	Unidad	20
Top	Unidad	15
Short	Unidad	30
Falda	Unidad	30
Polo	Unidad	20
Vestido	Unidad	60
Blazer	Unidad	45
Gorra	Unidad	25
Canguro	Unidad	25
Enterizo	Unidad	30
Pantalón jean	Unidad	35
Pantalón campana	Unidad	38
Pantalón drill	Unidad	35
Pantalón cuerina	Unidad	38
Camisa manga-larga	Unidad	35
Camisa manga corta	Unidad	30
Jumper drill	Unidad	40
Jumper jean	Unidad	35

Fuente: elaboración propia (2023)

Cuadro 12

Cantidad de compra por tipo de producto de boutique online Eve-Lex SRL, 2023

Productos	Porcentaje	Cantidad
Blusa o top + short o falda	80%	645
Blusa	100%	806
Top	80%	645
Short	100%	806
Falda	40%	322
Polo	100%	806
Vestido	70%	564
Blazer	15%	121
Gorra	50%	403
Canguro	10%	81
Enterizo	30%	242
Pantalón jean	80%	645
Pantalón campana	35%	282
Pantalón drill	20%	161
Pantalón cuerina	10%	81
Camisa manga-larga	60%	484
Camisa manga corta	70%	564
Jumper drill	10%	81
Jumper jean	15%	121
	Total, en prendas	7,860

Fuente: elaboración propia (2023)

Cuadro 13

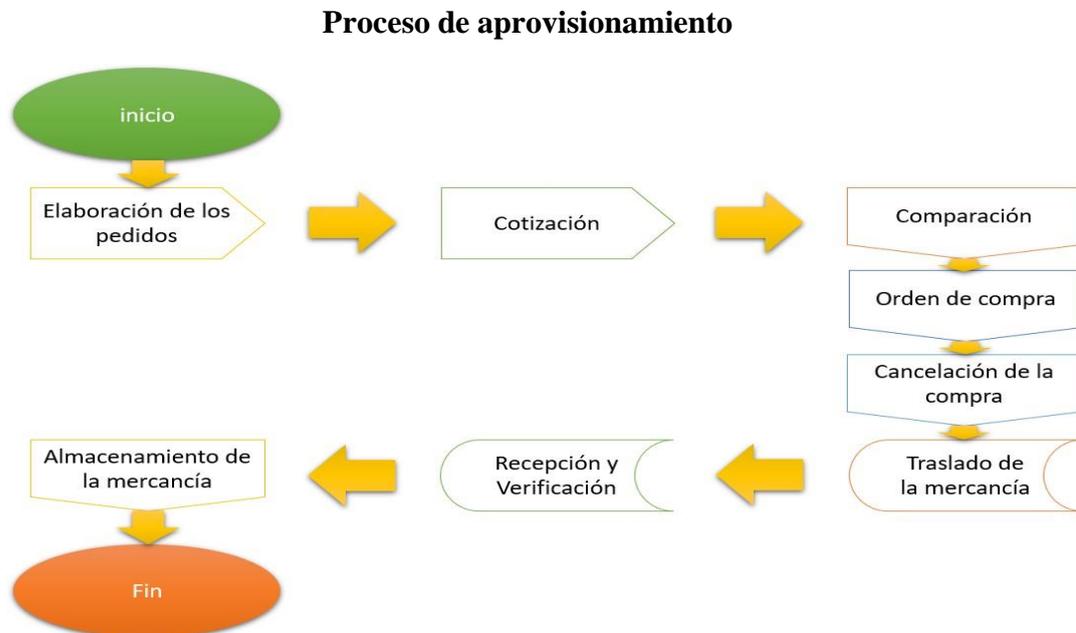
Compra total por tipo de producto de boutique online Eve-Lex SRL, 2023

Productos	Precio (soles)	Total
Blusa o top + short o falda	45	29,023
Blusa	20	16,124
Top	15	9,674
Short	30	24,186
Falda	30	9,674
Polo	20	16,124
Vestido	60	33,860
Blazer	45	5,442
Gorra	25	10,078
Canguros	25	2,016
Enterizo	30	7,256
Pantalón jean	35	22,574
Pantalón campana	38	10,722
Pantalón drill	35	5,643
Pantalón cuerina	38	3,064
Camisa manga-larga	35	16,930
Camisa manga corta	30	16,930
Jumper drill	40	3,225
Jumper jean	35	4,233
	Total	246,778

Fuente: elaboración propia (2023)

3.2 El proceso de aprovisionamiento de boutique online Eve-Lex SRL,2023.

Figura 10



Fuente: elaboración propia (2023)

El proceso de aprovisionamiento de la empresa inicia con la elaboración de los pedidos, lista que es entregada por el área de ventas, para que el área de compras empiece con el aprovisionamiento. Posteriormente se procede a cotizarlos productos, con la consulta a la lista de proveedores con que cuenta la empresa, lista que debe ser actualizada semestralmente. Como siguiente paso se procede a realizar el cuadro comparativo para elegir la alternativa que más conviene a la empresa, manteniendo ciertos criterios, como calidad, precio, tiempo de entrega, entre otros.

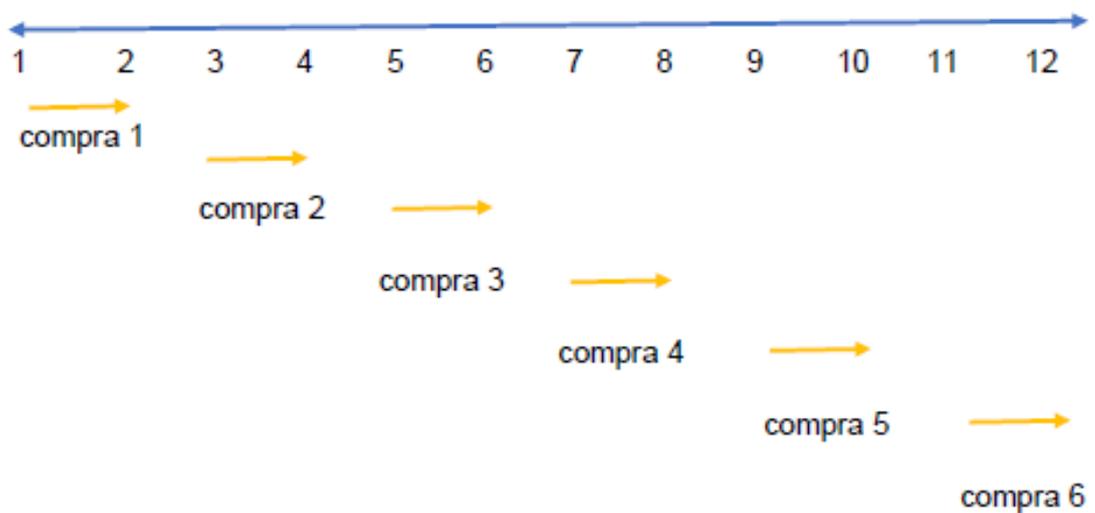
Después se realiza la orden de compra de parte la empresa, para dar el siguiente paso que es la cancelación del pedido, cuyo pago se

debe realizar según nos indique el proveedor, el mismo que se debe enviar una imagen o captura a la red social más usada por el mismo. A la recepción de la cancelación ya con el pedido preparado, debe entregar al transportista, lo cual te hace entrega el número de la orden de envió con el fin de hacer el seguimiento respectivo.

El siguiente paso es la recepción de la mercadería, lo cual implica la verificación y conteo de los productos comprados. Finalmente se procede a ingresar al almacén de Boutique Online Eve-Lex SRL.

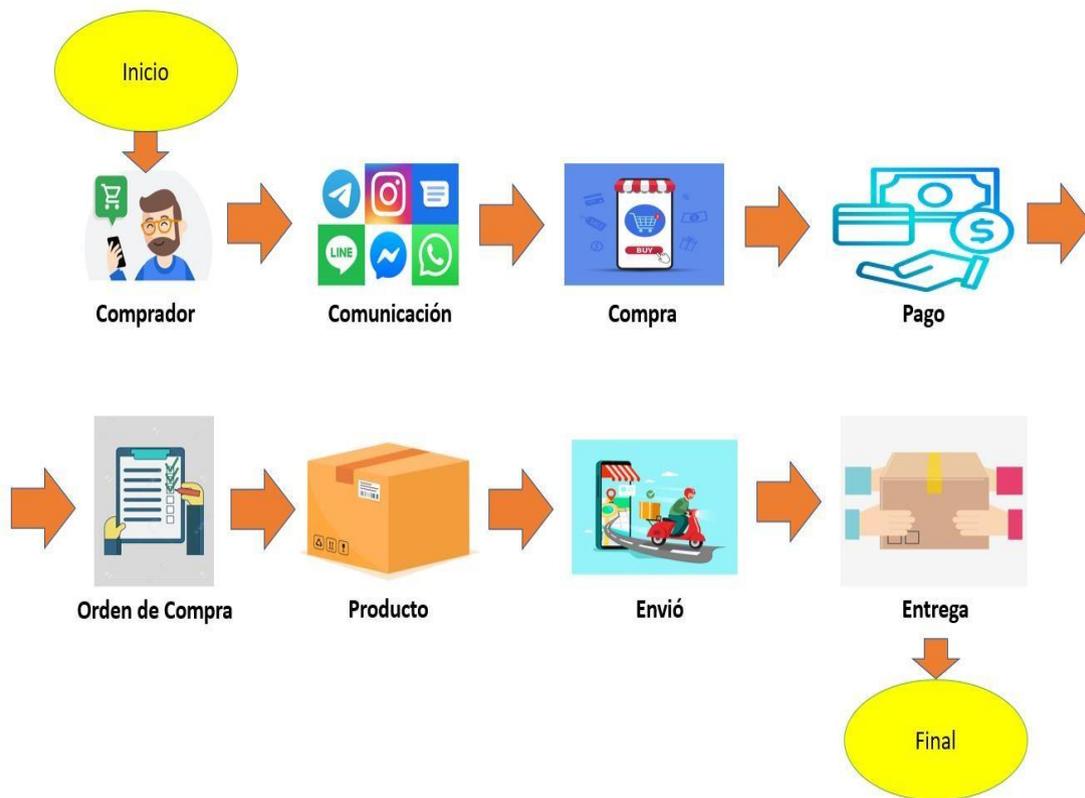
Las mercancías serán cubiertas por bolsas y puestas en cajas con el fin de impedir que se cubran con polvo.

Figura 11
Rotación de compra a proveedores



3.3 El proceso de atención al cliente de boutique online Eve-Lex SRL, 2023.

Figura 12
Proceso de atención al cliente



Fuente: elaboración propia (2023)

Proceso de atención al cliente:

El cliente procede a ingresar (navegar) a nuestra página web/redes sociales. Visualiza nuestros productos, toma la decisión de realizar una compra y procede a enviarnos un mensaje.

1. Comunicación.

Una vez se comunica con la empresa, y puede realizar preguntas para constatar la calidad, precio y veracidad de

nuestra Boutique Online. Procede a realizar la compra.

2. Compra.

Después que confirma la compra procedemos a pedir los datos del cliente, Nombre, dirección, Número telefónico o celular, métodos de pago, referencias, entre otras.

3. Pago.

El cliente procede a realizar el pago, el pago se realiza por el método de elección del cliente.

4. Orden de compra.

Una vez realizado el pago, se procede a tomar la orden de compra del cliente, para su posterior verificación del producto que este en buen estado.

5. Producto.

Procedemos a embalar el producto para su pronto traslado al domicilio del cliente.

6. Envío.

El personal encargado del delivery estará en constante comunicación con el cliente para la entrega lo más rápida posible y que no haya contratiempos.

7. Entrega.

Como paso siguiente se procede a la entrega del producto, se tomará una fotografía para que conste que se realizó la entrega, y procederemos a darle el agradecimiento invitando a su próxima compra.

Figura 13

**Motocicleta para el delivery de boutique online Eve-Lex
SRL, 2023**

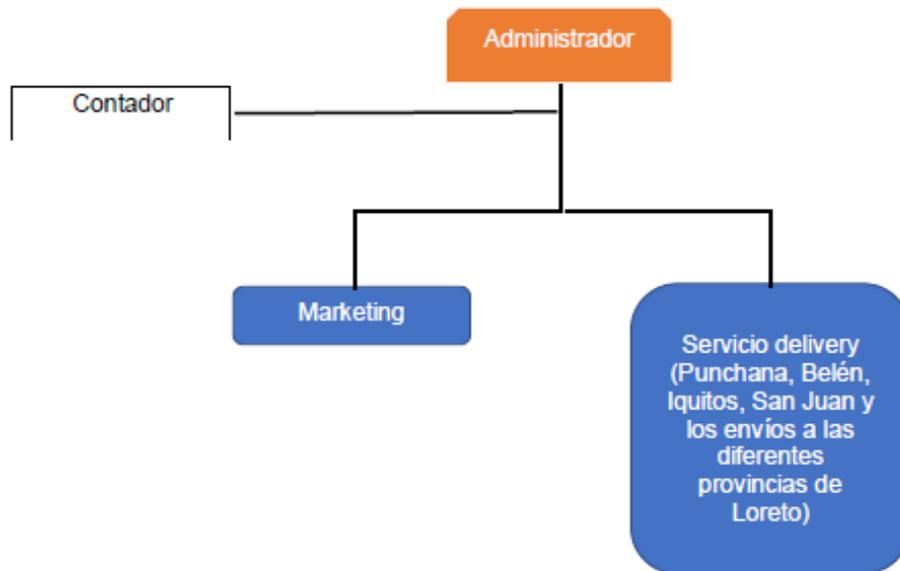


Fuente: elaboración propia (2023)

CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. Organización de la empresa Boutique Eve-Lex SRL, 2023.

Figura 14
Organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia (2023)

4.2. Puestos y funciones

Puesto: Administrador de boutique online Eve-Lex SRL, 2023.

Perfil:

- a. Experiencia mínima de 2 años.
- b. Carrera afines al puesto.
- c. Colaborador y trabajo en equipo.

- d. Conocimiento en Recursos Humanos
- e. Contar con espíritu de liderazgo.
- f. Trabajo bajo a presión.

Funciones:

- a. Planea las ventas de la empresa.
- b. Planea las compras de la empresa.
- c. Recluta de personal.
- d. Dirige el desarrollo de cada área de la empresa.
- e. Controla la asistencia de los trabajadores.
- f. Gestiona con entidades Financieras.
- g. Atiende las consultas, sugerencias, reclamos de los clientes.
- h. Media y negocia.
- i. Controla los ingresos y gastos.

Puesto: Contador de boutique online Eve-Lex SRL, 2023.

Perfil:

- a. Experiencia mínima de 3 años.
- b. Carrera afines al puesto, titulado.
- c. Capacidad de tomar decisiones.
- d. Responsable y confiable.
- e. Conocimientos del sistema CONCAR.

Funciones:

- a. Elabora los estados financieros.
- b. Realiza auditoria Financieras.
- c. Proporciona asesoría Financiera.
- d. Elabora informes financieros y Tributarias.
- e. Realiza presupuestos Financieros.
- f. Analiza registros contables.
- g. Prepara los presupuestos de la empresa.

- h. Elabora las declaraciones de Impuestos.
- i. Registra los ingresos y egresos de la empresa.

Puesto: Marketing de Boutique Online Eve-Lex SRL, 2023.

Perfil:

- a. Experiencia mínima de 2 años.
- b. Carrera afines al puesto.
- c. Trabajo en equipo.
- d. Conocimiento de Ofimática.
- e. Experiencia en la investigación del mercado.
- f. Proactivo.

Funciones:

- a. Investigación del mercado y de la competencia.
- b. Planeación y desarrollo de estrategias de marketing.
- c. Promoción de ventas.
- d. Colaboración en el proceso marketing.

Puesto: Delivery de Boutique Online Eve-Lex SRL, 2023.

Perfil:

- a. Experiencia mínima de 1 año.
- b. Secundaria completa.
- c. Brevete (permiso para conducir).
- d. Conocimientos de atención al cliente.

Funciones:

- a. Realiza la entrega a domicilio a los clientes.
- b. Hacer firmar la guía de remisión.
- c. Efectúa las cobranzas con medio de efectivo, transferencias.

- d. Administra el point electrónico.
- e. Responsable a la hora de las entregas.
- f. Buen trato al cliente.

4.3. Condiciones laborales

4.3.1. Jornada de trabajo

La jornada de trabajo en Instalación de boutique Online “EVE-LEX SRL son:La jornada de trabajo será de 8 horas diarias que serán de 9 am a 1 pm y de 4 pm a 8 pm de lunes a sábados.

La contratación que optamos es por necesidad de mercado.

4.4. Régimen tributario

Instalación de boutique Online “EVE-LEX SRL”, Iquitos 2023 decreto ley 21621: Régimen MYPE Tributario los ingresos netos que no superan los 1700 UIT en el ejercicio grabable (Proyectado o del ejercicio anterior)

Su límite de compras es sin límite, los comprobantes de pagos que pueden emitir son facturas, boletas y todos los demás permitido. Presentan declaración jurada anual, valor de activos fijos es sin límites, trabajadores sin límites.

CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

5.1.1 Mercado y ventas

Cuadro 14

Comportamiento de mercado: tendencias y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual anual (vestimenta)	16,124		
Tendencia del mercado	0%	2%	3%
Demanda estimada anual (vestimenta)	16,124	16,447	16,940
Participación de mercado	5.00%	6.00%	7.00%
Demanda anual (vestimenta)	806	987	1,186

Cuadro 15

Ventas de los productos

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	806	987	1,186
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.544,790	S/. 666,823	S/.801,298

Leyenda: las ventas unitarias por cada tipo de producto (vestimenta) se presentan en los cuadros, en las páginas 18, 19 y 20.

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos

Cuadro 16
Costo de la mercadería vendida

	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL	S/246,778	S/302,056	S/362,971

Leyenda: las compras unitarias por cada tipo de producto (vestimenta) se presentan en el cuadro, en la página 27.

Cuadro 17
Gastos administrativos

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,500	S/. 1,800
Marketing	1	1	2
Sueldo mensual	S/. 1,100	S/. 1,200	S/. 1,300
Delivery	1	1	S/. 1
Sueldo mensual	S/. 1,025	S/. 1,025	S/. 1,025
Remuneraciones del personal	S/. 3,325	S/. 3,725	S/. 4,125
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 3,613	S/. 4,048	S/. 4,483
Servicios públicos	S/. 350	S/. 400	S/. 450
Servicios contables	S/. 600	S/. 650	S/. 700
Útiles de oficina	S/. 300	S/. 350	S/. 380
Otros	S/. 100	S/. 200	S/. 250
Total mensual	S/. 4,963	S/. 5,648	S/. 6,263
Total anual	S/.59,558	S/.67,774	S/.75,150

Cuadro 18
Gastos comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 400	S/. 450	S/. 500
Alquiler local	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,200
Promociones	S/. 800	S/. 600	S/. 500
Otros	S/. 200	S/. 300	S/. 400
Total mensual	S/. 2,400	S/. 2,450	S/. 2,600
Total Anual	S/.28,800	S/.29,400	S/.31,200

Cuadro 19
Gastos pre operativos

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 800.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 600.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
TOTAL	S/. 1,400.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

5.2 Estudio financiero

5.2.1 Inversiones

Cuadro 20
Inversiones en activo fijo

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 3,500	2	S/. 7,000	5	S/. 1,400
Vehículos	S/. 6,000	1	S/. 6,000	5	S/. 1,200
Muebles	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
TOTAL			S/.18,000		S/. 3,600

Cuadro 21
Depreciaciones y amortizaciones de intangibles

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.18,000	-S/.3,600	-S/.3,600	-S/.3,600	S/.7,200
Amortización activo intangible	S/.1,400	-S/.280	-S/.280	-S/.280	S/.560
TOTAL	S/.19,400	-S/.3,880	-S/.3,880	-S/.3,880	S/.7,760

5.2.2 Financiamiento

Cuadro 22
Cambios en el capital de trabajo

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	3.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.16,344	-S/.1,220	-S/.1,345	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.10,593	-S/.2,373	-S/.2,615	
Inventario					
Número de días		45	45	45	
Monto		-S/.30,847	-S/.6,910	-S/.7,614	
Cuentas x pagar					
Número de días		15	15	15	
Monto		S/.10,282	S/.2,303	S/.2,538	
TOTAL	-S/.16,344	-S/.32,378	-S/.8,324	-S/.7,691	S/.64,737

Cuadro 23

Plan de pago de endeudamiento financiero

Deuda a

Tomar S/. 20,000

34.49% Anual		2.5%	mensual	
		36	meses	
N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	20,000	500	556	1,056
2	19,444	486	556	1,042
3	18,889	472	556	1,028
4	18,333	458	556	1,014
5	17,778	444	556	1,000
6	17,222	431	556	986
7	16,667	417	556	972
8	16,111	403	556	958
9	15,556	389	556	944
10	15,000	375	556	931
11	14,444	361	556	917
12	13,889	347	556	903
		5,083	6,667	

N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	13,333	333	556	889
14	12,778	319	556	875
15	12,222	306	556	861
16	11,667	292	556	847
17	11,111	278	556	833
18	10,556	264	556	819
19	10,000	250	556	806
20	9,444	236	556	792
21	8,889	222	556	778
22	8,333	208	556	764
23	7,778	194	556	750
24	7,222	181	556	736
		3,083	6,667	

N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	6,667	167	556	722
26	6,111	153	556	708
27	5,556	139	556	694
28	5,000	125	556	681
29	4,444	111	556	667
30	3,889	97	556	653
31	3,333	83	556	639
32	2,778	69	556	625
33	2,222	56	556	611
34	1,667	42	556	597
35	1,111	28	556	583
36	556	14	556	569
		1,083	6,667	

Cuadro 24
Cálculo de la tributación

(Régimen Mype Tributario)	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)	10%	10%	10%
Impuesto a la renta (más de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (TAX)	29.50%	29.50%	29.50%

Cuadro 25
Estado de resultados económicos.

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.544,790	S/.666,823	S/.801,298
Costo ventas	-S/.246,778	-S/.302,056	-S/.362,971
Margen Bruto	S/.298,012	S/.364,766	S/.438,328
Gastos administrativos	-S/.59,558	-S/.67,774	-S/.75,150
Depreciación	-S/.3,880	-S/.3,880	-S/.3,880
Gastos comerciales	-S/.28,800	-S/.29,400	-S/.31,200
Margen operativo	S/.205,774	S/.263,712	S/.328,098
Tributos	(S/.72,309)	(S/.92,669)	(S/.115,294)

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad

Cuadro 26
Flujo de caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.544,790	S/.666,823	S/.801,298	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.19,400				S/.7,760
Capital de trabajo	-S/.16,344	-S/.32,378	-S/.8,324	-S/.7,691	S/.64,737
Compras		-S/.246,778	-S/.302,056	-S/.362,971	
Gastos administrativos		-S/.59,558	-S/.67,774	-S/.75,150	
Gastos comerciales		-S/.28,800	-S/.29,400	-S/.31,200	
Pago impuestos		-72,309	-92,669	-115,294	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.35,744	S/.104,967	S/.166,600	S/.208,993	S/.72,497
Préstamo recibido	S/.20,000				S/.0
Amortización		-S/.6,667	-S/.6,667	-S/.6,667	
Gastos financieros		-S/.5,083	-S/.3,083	-S/.1,083	
Escudo fiscal		S/.1,786	S/.1,083	S/.381	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.15,744	S/.95,003	S/.157,933	S/.201,624	S/.72,497

Cuadro 27
Rentabilidad del negocio

VAN Económico	S/.378,893
Tasa de descuento (CAPM)	13.46%
TIR Económica	340%
Índice B/C	11.60

VAN Financiero	341,997
Tasa de descuento (WACC)	18.45%
TIR Financiero	664%
Índice B/C	22.72

CONCLUSIONES

- a. Los productos a vender satisfacen diversas necesidades de los clientes y estas necesidades cambian de modo continuo, como es la moda. Esto implica que la empresa no puede tener mucho inventario de periodo a otro porque en vestimenta no vendida es difícil que se pueda venderla, y esto significa pérdida. Se ha determinado una demanda importante, en la que es básica la frecuencia de compra del cliente; por la cual las empresas que están en este tipo de negocio promueven el consumo de más vestimentas.
- b. Se ha definido estrategia de ventas por tipo de producto cada uno con su cantidad de rotación y su precio respectivo.
- c. El negocio realizará su abastecimiento con compras en el mercado de Limay su transporte a la ciudad de Iquitos. Un tema importante es la rotación de compras, se harán 6 compras del año (cada 60 días), lo que impactará en el tamaño del capital de trabajo.
- d. Se ha diseñado una organización de pequeña empresa, en una primera etapa, y con posibilidades de crecer en el mercado y por lo tanto pasar a la etapa de pequeña empresa.
- e. El servicio contable será tercerizado; se realizará capacitación a los trabajadores en la atención al cliente.
- f. Las ventas y las compras se ha estructurado por tipo de producto. El negocio se realizará en un lugar alquilado, estará en el régimen MYPE tributario y en el REMYPE laboral. El negocio presenta una rentabilidad expresada en una VAN Económico de S/.378,893 y una TIRE de 340%. Este negocio se apalanca, y logra Van Financiero de S/.341,997 y una TIRF de 664%.

BIBLIOGRAFÍA

- Mordor Intelligence 2023. *Mercado de prendas de vestir: crecimiento, tendencias y pronósticos (2023 - 2028)*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/apparel-market>
- Redacción PQS 2022. *¿Cómo está evolucionando la industria de la moda en el Perú y el mundo?*. Marzo 2022. Obtenido de <https://pqs.pe/actualidad/como-esta-evolucionando-la-industria-de-la-moda-en-el-peru-y-el-mundo/>
- Mercè López García 2014. *Moda y mercado, historiadora y documentalista entextil e indumentaria*. Obtenido de <file:///C:/Users/marcelo/Downloads/287366-Text%20de%20l'article-396993-1-10-20150213-2.pdf>
- Castillo Antonio 2022. *Sector prendas de vestir registro un alza del 13.5% durante primer bimestre de 2022, según SNI*. Obtenido de <https://www.ecommerce-news.pe/ecommerce-insights/2022/sector-prendas-de-vestir-registo-un-alza-del-13-5-durante-primer-bimestre-de-2022-segun-sni.html>
- Cien 2022. *Reporte de tendencias prendas de vestir*. Obtenido de https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2022/01/CIEN_RT_Enero_2022.-1.pdf