



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS VARIEDADES MAJO SOLO NIÑAS,
CIUDAD DE IQUITOS, 2022**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERIA**

AUTOR:

AHUANARI GUERRA, SINTHIA CLEISY VALERIA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: DESARROLLO SOSTENIBLE
DE ORGANIZACIONES PUBLICAS Y PRIVADAS**

IQUITOS – PERÚ

2022

DEDICATORIA

A mis padres Doris Guerra Huancho y Rolando Enrique Ahuanari Calampa por todo el apoyo y amor incondicional que me brindan desde el día que nací hasta ahora, por sus sabios consejos durante mi desarrollo personal y profesional. A mi hermana Tania, a mi sobrina María José, y a mi enamorado Jorge Ramírez que contribuyó para que sea posible la realización de este proyecto.

Sinthia Ahuanari

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida, salud y por la dicha de darme a unos padres maravillosos, que siempre estuvieron, están y estarán guiándome para conseguir mis sueños. A los maestros de la universidad científica del Perú por darme su enseñanzas y a mi familia que siempre me incentiva a seguir luchando por mis sueños.

Sinthia Ahuanari

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 856-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 12 de diciembre de 2022, se autorizó la sustentación para el día lunes 19 de diciembre de 2022.

Siendo las 10.30 horas del día 19 de diciembre del 2022 se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO VARIEDADES MAJO SOLO NIÑAS, CIUDAD DE IQUITOS, 2022.

Presentado por:

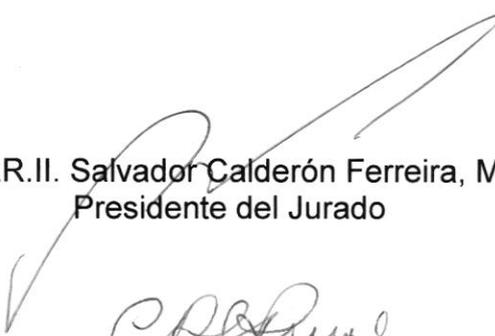
AHUANARI GUERRA SINTHIA CLEISY VALERIA
Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería

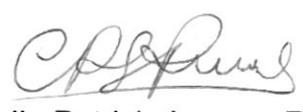
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

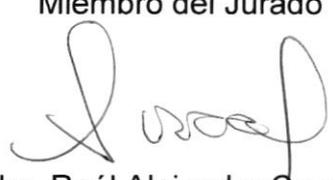
La sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

A las 12:00 m. horas culminó el acto público.

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


Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira, Mgr.
Presidente del Jurado


Lic. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha, Mgr.
Miembro del Jurado


Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa
Miembro del Jurado

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 NEGOCIOS VARIEDADES MAJO SOLO NIÑAS, CIUDAD DE IQUITOS,
2022”**

De los alumnos: **AHUANARI GUERRA SINTHIA CLEISY VALERIA**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **4% de plagio**.

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

San Juan, 07 de Noviembre del 2022.



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

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de antiplagio.....	V
Índice de contenido.....	VI
Índice de cuadros.....	VIII
Índice de figuras.....	X
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	05
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta competitiva.....	09
2.4 Programa de marketing.....	11
2.4.1 El producto.....	11
2.4.2 El precio.....	14
2.4.3 La promoción.....	15
2.4.4 La cadena de distribución.....	18
III. PLAN DE OPERACIONES.....	19
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	19
3.2 El proceso de aprovisionamiento.....	18

3.3 El proceso de atención al cliente.....	21
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	24
4.1 La organización.....	24
4.2 Puestos, funciones.....	25
4.3 Condiciones laborales.....	26
4.4 Régimen tributario.....	27
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	28
5.1 Estudio económico.....	28
5.1.1 Mercado y ventas.....	28
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	28
5.2 Estudio financiero.....	30
5.2.1 Inversiones de Inversiones.....	30
5.2.2 Financiamiento de Inversiones.....	32
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	34
CONCLUSIONES.....	36
BIBLIOGRAFÍA.....	37

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	03
Cuadro N° 02 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2022....	07
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2022.....	07
Cuadro N° 04 Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2022.....	08
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económico, ciudad de Iquitos año 2022.....	08
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2022.....	08
Cuadro N° 07 Exportación de productos de bebés y niños por material periodo 2019-2020.....	09
Cuadro N° 08 Principales marcas de ropas de niños que se fabrica en el Perú.....	10
Cuadro N° 09 Negocios con giros similares, distrito Iquitos 2022.....	10
Cuadro N° 10 Precio de los productos de Majo Inversiones, 2022.....	14
Cuadro N° 11 Demanda del negocio a desarrollar, año 2021.....	28
Cuadro N° 12 Ventas de los productos de la empresa 2022.....	28
Cuadro N° 13 Costo de ventas de la empresa (soles).....	28
Cuadro N°14 Gastos administrativo (soles).....	29
Cuadro N° 15 Gastos comerciales (soles).....	29
Cuadro N° 16 Gastos -pre operativo (soles).....	30

Cuadro N° 17 Inversión en activos (soles).....	30
Cuadro N° 18 Depreciación de los activos (soles).....	30
Cuadro N° 19 Costo laboral (%).....	31
Cuadro N° 20 Programa de endeudamiento (soles).....	32
Cuadro N° 21 Capital de trabajo (soles).....	33
Cuadro N° 22 Cálculo de la tributación	33
Cuadro N° 23 Estado de resultados integrales (soles).....	34
Cuadro N° 24 Estado de flujo de caja (soles).....	34
Cuadro N° 25 Valor actual neto, Tasa interna de retorno, y B/C (soles)...	35

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Ubicación de la empresa	03
Figura N° 02 Niñas estrenando vestido nuevo.....	06
Figura N° 03 Logo de Majo Inversiones EIRL.....	12
Figura N° 04 Conjunto para niñas.....	13
Figura N° 05 Vestido y conjunto para niñas.....	13
Figura N° 06 Accesorios para niñas.....	14
Figura N° 07 Polo con logo de la empresa.....	16
Figura N° 08 Fan page de la empresa.....	17
Figura N° 09 Afiche promocional de Majo Inversiones.....	17
Figura N° 10 La cadena de distribución de Majo Inversiones, 2022.....	18
Figura N° 11 Proceso de aprovisionamiento.....	20
Figura N° 12 Proceso de atención al cliente.....	21
Figura N° 13 Computador personal.....	22
Figura N° 14 Punto de venta (POS).....	23
Figura N° 15 Motocicleta para el servicio delivery.....	23
Figura N° 16 Estructura orgânica de la empresa.....	24

RESUMEN

Plan de negocios Variedades Majo, solo niñas, ciudad de Iquitos, 2022

Sinthia Cleisy, Ahuanari-Guerra

El presente proyecto tiene como finalidad constituir una empresa enfocada a la comercialización de ropa para niñas, en la ciudad de Iquitos, la que ofrecerá una gran variedad de diseños exclusivos según temporada y tendencia, dirigido a personas de los NSE A,B y C.

El mercado a atender principalmente será la ciudad de Iquitos, sin descartar envíos a diferentes partes del país, según demanda. Como fuente de aprovisionamiento, se contará con proveedores tanto internacional como nacional, con procesos cortos y eficientes.

La estructura organizacional interna será simple con funciones claras, nuestros colaboradores gozarán con todos los beneficios de acuerdo con ley, se brindarán capacitaciones de forma permanente para garantizar así un servicio integral de calidad.

El estudio económico financiero indica un Valor actual neto económico (VAN) de S/. 129,272 y un Valor actual neto financiero de S/. 129,718. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 88% y la Tasa interna de retorno financiera es de 172%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.10 y el índice beneficio costo financiero es de S/.12.21.

Palabras claves: plan de negocio, conjunto, prendas de vestir, delivery.

ABSTRACT

Business plan Varieties Majo, girls only,
city of Iquitos, 2022

Sinthia Cleisy, Ahuanari-War

The purpose of this project is to create a company focused on the commercialization of clothing for girls, in the city of Iquitos, which will offer a wide variety of exclusive designs according to season and trend, aimed at people of NSE A, B and C.

The market to serve mainly will be the city of Iquitos, without ruling out shipments to different parts of the country, according to demand. As a source of supply, there will be both international and national suppliers, with short and efficient processes.

The internal organizational structure will be simple with clear functions, our collaborators will enjoy all the benefits in accordance with the law, training will be provided permanently to guarantee a comprehensive quality service.

The financial economic study indicates an Economic Net Present Value (VAN) of S/. 129,272 and a Financial Net Present Value of S/. 129,718. The economic internal rate of return (IRR) is 88% and the financial internal rate of return is 172%. The economic cost benefit index is S/.3.10 and the financial cost benefit index is S/.12.21.

Keywords: business plan, set, clothing, delivery.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: variedades Majo

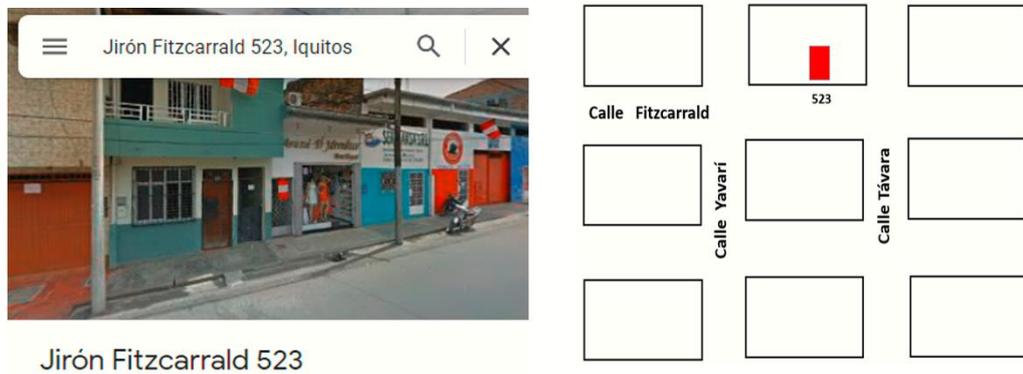
Razón social: Majo Inversiones EIRL

Sector de la actividad: venta de prendas de vestir para niñas.

Localización: calle Fitzcarrald Nro. 523, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Figura 1

Macro y microlocalización de la empresa



Fuente: elaboración propia

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1

Clasificación Industrial Internacional Uniforme

G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos y automotores		
	47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	
		4771	Ventas al por menor de prendas de vestir, calzados y artículos de cuero
			52322 Vta. Min. Productos textiles, calzados.

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 medio ambiente, con lo último de la moda infantil. Actualmente los padres buscan alternativas y priorizan el vestir de sus niñas con diseños, modelos y colores de tendencia.

Los segmentos al cual se pretende llegar son las personas y familias de entre los 25 a 35 años, padres jóvenes con gustos exquisitos para el vestir de sus niños. Como también padres entre los 36 y 45 años de edad, que cuenten con deseos de adaptarse a la nuevas tendencias. De los niveles socio-económicos A, B y C, que cuenten con ingresos dependientes e independientes.

La oferta consiste en la comercialización de prendas de vestir para niñas, conjuntos y accesorios de vestir. Se contará con una cartera de proveedores nacionales e internacionales, además, se contará con el servicio delivery para el mercado local y nacional y se aceptarán todos los medios de pagos.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

Según Aguilar, Ana (2019), hasta hace algunos años la moda era solo “cosa de adultos” y los niños no tenían cabida en ella, pero a medida que ha avanzado el tiempo la moda también ha entrado en el campo infantil, y es por eso que ahora se ve que desde muy temprana edad los niños escogen lo que quieren usar o no usar.

En la actualidad existen muchas tendencias en cuanto a la vestimenta infantil. Los padres que están acostumbrados a seguir la moda se aseguran de que sus pequeños puedan lucir la ropa más bonita. Sin embargo, hay que tener mucho cuidado en el momento de comprar la ropa de los peques, ya que es posible que no sea lo suficientemente agradable para que el niño pueda sentirse libre y jugar con mayor comodidad.

Además, la ropa tiene una influencia muy importante en el aprendizaje durante la infancia, ya que el niño suele conocer y relacionar todo lo que se encuentra en su entorno. Al no poder realizar esto con naturalidad es posible que se vea frustrado y al mismo tiempo se limite su capacidad para aprender.

Con el presente plan de negocios se pretende satisfacer las siguientes necesidades:

a) Necesidad de vestimenta:

Las personas y más que todo los niños necesitan contar con una vestimenta que les proteja del clima, ya que eso nos diferencia de los animales quienes cuenta con plumas, escamas, pelaje. La principal función del vestir es la de protegernos de las temperaturas del ambiente y de climas extremos.

b) Necesidad de diferenciarse

Los padres de niños al igual que los adultos buscan diferenciarse de los demás en la forma de vestir, buscan generalmente una ropa que no se repita y ser únicos en el vestir de sus pequeños. Hecho que muchos padres

aprecian, buscando diferencias a sus hijos de otros niños con una prenda novedosa, colorida y de distintos diseños.

c) Necesidad de comodidad:

Los padres, al adquirir una prenda de vestir para sus hijos, principalmente buscan una ropa cómoda, que permita al niño desenvolverse en el lugar donde se encuentran, dentro de ellos que le permita jugar, bailar, entre otras actividades propias de la edad.

d) Necesidad de seguridad:

Se busca satisfacer, además, la necesidad de seguridad de las niñas, por los excesos de temperatura, tanto para el calor, como para la lluvia. Con una prenda ideal para altas temperaturas, que conserve el cuerpo fresco y para las bajas temperaturas que proteja del frío. Esto se da en épocas de constantes lluvias, en vista del clima tropical de la zona, obliga que los niños tengan una adecuada vestimenta que les proteja de los cambios bruscos de temperatura.

Figura 2

Niñas estrenando vestido nuevo



Fuente: <https://www.educapeques.com/familia-y-ninos/ropa-infantil.html>

2.2 Demanda actual y tendencia

En el presente proyecto para efectos de la elaboración de cuadros y proyecciones se tomó como referencias la información brindada por el Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI.

Cuadro 2

Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2022

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2022 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	135,534
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	101,220
Distrito Belén	73,015	75,685	0.450%	78,101
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	213,871
Población mercado ciudad Iquitos	430,268	471,993	1.164%	528,727

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI.

Cuadro 3

Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2022

	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2022)	98.00%	132,824
Distrito Punchana (al 2022)	90.00%	91,098
Distrito Belén (al 2022)	85.00%	66,386
Distrito San Juan Bautista (al 2022)	80.00%	171,097
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2022)		461,405

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI.

Cuadro 4

Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2022

	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	25.63%	50.35%
Distrito Punchana (%)	24.63%	21.95%	46.58%
Distrito Belén (%)	24.25%	21.62%	45.87%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	45.52%
Población por edades, ciudad Iquitos (2022)	112,328	105,320	217,648

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI.

Cuadro 5

Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos, año 2022

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	9,794
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	30,688
Segmento D ciudad de Iquitos	0.0%	-
Segmento E ciudad de Iquitos		-
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2022)	18.6%	40,483

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI.

Cuadro 6

Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2022

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2022)		8,043
Consumo del producto (conjuntos por día/familia)		0.10
Consumo del producto (conjuntos por mes/familia)	30	3
Consumo del producto (conjuntos por año/familia)	12	36
Consumo del producto ciudad Iquitos (conjunto)		289,565

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática – INEI.

Se ha realizado las proyecciones de la demanda total, tomando en consideración como unidad de medida, conjunto, que incluye una blusa para niñas más un short. Se ha proyectado una demanda de 289,565 conjuntos al año en el mercado de la ciudad de Iquitos.

2.3 Oferta competitiva

Las exportaciones de la línea de prendas y bebes de niños alcanzó en 2020 un total de US\$38 millones, contrayéndose a consecuencia de la pandemia en -34,5%. La línea de ropa de bebes de algodón concentra el 53% de los envíos, logrando US\$ 21 millones y decreciendo en -32,3%. La segunda línea de importancia es la de ropa para niños de algodón con US\$ 17 millones y una variación negativa de -37,0%. Para acceder a cifras actualizadas del sector.

Cuadro 7

Exportación de productos de bebes y niños por material periodo 2019-2020

(US\$ FOB miles)

Línea de prendas de bebes y niños		2019	2020	Var. % 19/20	Part.% 2020
	Ropa para niños de algodón	27,224	17,138	-37,0	44%
	Ropa para Bebes de Algodón	30,448	20,625	-32,3	53%
	Ropa para Bebes de fibra sintética	1,098	666	-39,3	2%
	Ropa para Bebes de lana o pelo fino	485	407	-16,1	1%
	Total general	59,255	38,836	-34,5	100%

Fuente: Sunat

Elaboración: PROMPERÚ

De acuerdo al cuadro Nro.7 la exportación de ropa de bebés de algodón tuvo un 53% de crecimiento y la ropa de algodón para niños tuvo un 44% de crecimiento entre el año 2019 y 2020.

Cuadro 8

Principales marcas de ropas de niños que se fabrica en el Perú

(US\$ FOB miles)

	Marca	2019	2020	VAR. % 19/20
	Vineyard Vines	9,437,672	5,960,033	-36.8%
	Hanna Andersson	5,802,985	1,491,606	-74.3%
	Kissy Kissy	3,167,546	568,198	-82.1%
	Psycho Bunny	432,265	454,369	5.1%

Fuente: Sunat

Elaboración: PROMPERÚ

Cuadro 9

Negocios con giros similares, distrito Iquitos, 2022

(Soles)

Producto	Unidad	Empresas similares		
		Ropa para niños	Anmali	Shocomelly
Blusa + short	Conjunto	S/95.00	S/75.00	S/80.00

Fuente: elaboración propia

En el cuadro 8 se detalla 3 negocios similares que comercializan los mismo servicios que la empresa, a través del servicio delivery, ya que la empresa también comercializará con el mismo método de distribución. Todas en el mercado de la ciudad de Iquitos. Presentan variedades en sus modelos, diseños y colores.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a la comercialización de prendas de vestir para niñas, entre 0 a 9 años de edad, con modelos, diseños y colores de tendencias. Además se contará con el servicio delivery y se aceptaran los distingos medios de pagos.

La comercialización de los productos será a través de una tienda virtual, para el cual se creará a través de las redes sociales. En el Facebook se contará con un Fan Page.

a) Categorías de productos.

Se contará con los siguientes productos para comercializar:

- Blusas + short (conjunto)
- Vestidos
- Pantis medias
- Faldas

Accesorios:

- Vichas
- Pulseras
- Maletines
- Hebilleras

b) La marca

Según Philip Kotler, indica que es “un nombre, un término, un signo, un símbolo, un diseño o una combinación de todos estos elementos, que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio y que lo diferencia de la competencia” (Kotler & Armstrong, 2008).

Figura 3

Logo de Majo Inversiones EIRL, 2022

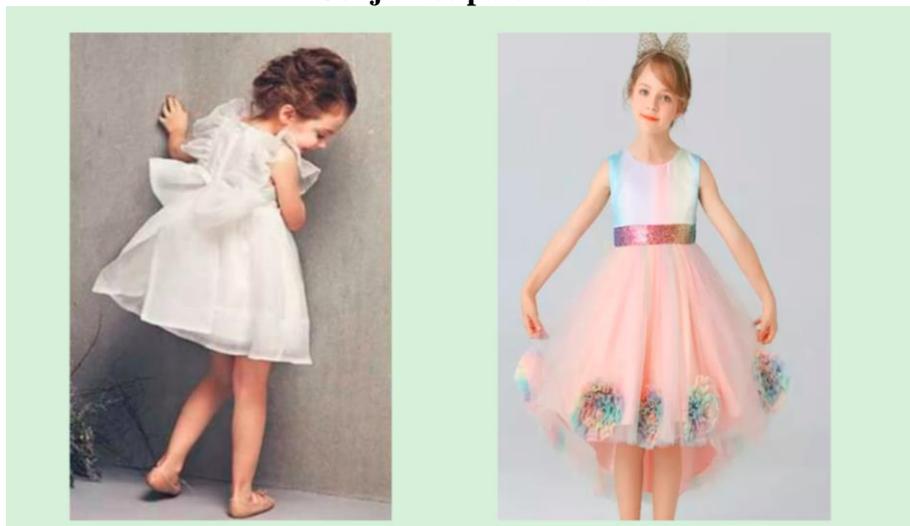


Fuente: elaboración propia

Para la empresa se ha creado un logo donde predomina el color rojo, da la impresión de ser un espejo circular con labores de estilos antiguos. El nombre comercial también va de color rojo y debajo se exhiben prendas de vestir.

A continuación se adjunta varias imágenes referencias extraídas del catálogo de la empresa Majo Inversiones EIRL.

Figura 4
Conjuntos para niñas



Fuente: elaboración propia

Figura 5
Vestido y conjunto para niñas



Fuente: elaboración propia

Figura 6
Accesorio para niñas



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

Según Dwyer y Tanner (2010), un precio es el dinero que paga un comprador a un vendedor por un producto o servicio particular.

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

Cuadro 10

Precio de los productos de Majo Inversiones, 2022

Producto	Unidad	Majo
Blusa + short	Conjunto	S/90.00

Fuente: elaboración propia

La estrategia de precio que la empresa desarrollará será la de ganar la mayor cuota de mercado con un precio establecido en función a costo de los productos y al precio de la competencia.

2.4.3 La promoción.

Según Stanton, Etzel y Walker (2007) refieren que promoción es: como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo.

La herramienta principal para el desarrollo de las promociones se desarrollan a continuación:

a. Objetivos de la promoción.

El objetivo será hacer de conocimiento al consumidor, es decir, que sepa de la existencia de la empresa y de los productos que comercializa la empresa. Se orientará a desarrollar el interés, en el cliente, interés en la empresa y los productos.

Se buscará lograr despertar el interés, la emoción, con los prospectos, la estructura del mensaje está en el argumento de compra en la empresa, en la comodidad de tu hogar, trabajo o negocio, al mismo precio y con una variedad de modelos, diseños y colores para las engreídas de la casa.

El formato del mensaje se conjugará colores, modelos, diseños, tallas los que serán los más llamativos.

b. Acciones de la promoción.

Se realizará dos acciones principalmente con el fin el lograr el objetivo de la promoción se detalla:

Obsequios de productos, se entregarán merchandising para compras mayores a s/.90.

Se realizaran sorteos a través del fan page (Facebook en vivo) a todos los clientes que registren sus like y compartan todas las publicaciones.

c. Acciones de la publicidad.

Las actividades que se desarrollan se detallan a continuación:

Spot radial, se contará con un spot de 20 segundos en dos de la emisión más sintonizadas por nuestros clientes.

Spot televisivo, la empresa contará con un spot de televisión de 25 segundos en las televisoras más sintonizadas por nuestros clientes.

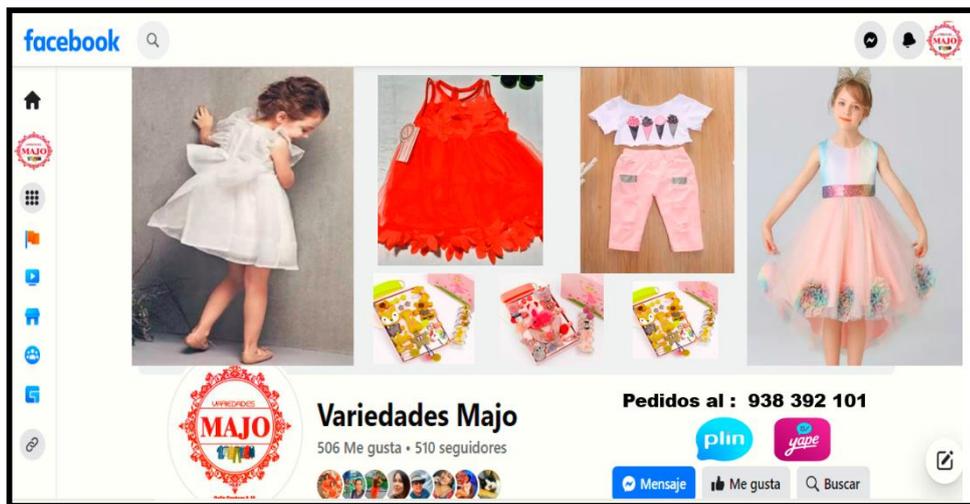
Figura 7

Polo con logo de la empresa



Fuente: elaboracion propia

Figura 8
Fan page de la empresa



Fuente: elaboracion propia

Figura 9
Afiche promocional de Inversiones Majo



Fuente: elaboracion propia

2.4.4 La cadena de distribución

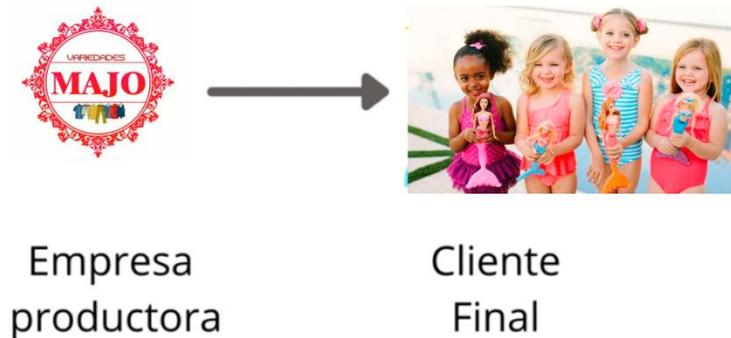
El negocio se desarrollará a través de una tienda virtual y la oficina administrativa estará ubicada en la calle Fitzcarrald Nro.523 del distrito de Iquitos, provincia de Maynas, Región Loreto. Cercado de la ciudad de Iquitos.

Para la distribución de los pedidos se contará con un deliveryista, el que será el responsable que el pedido llegue al cliente en las condiciones establecidas, al que se le proporcionará una motocicleta implementada para brindar el servicio.

La distribución será directa, como política de la empresa. Es decir que entre la empresa y el cliente no habrá intermediarios.

Figura 10

La cadena de distribución de Majo Inversiones, 2022



Fuente: elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

En el estudio de la fuente de aprovisionamiento se ha determinado que esta será a nivel nacional la ciudad de Lima y a nivel internacional la ciudad de China. La comunicación en ambos casos es vía correo electrónico y vía redes sociales.

Es en los proveedores internacionales donde se encuentra mayor novedad de modelos, diseños y colores. En el caso de proveedor nacional el tiempo que toma el ciclo de aprovisionamiento es de dos días y a nivel internacional toma un tiempo de 15 a 20 días. Motivo por el cual la empresa contará con 03 stock en inventario, el primero para la venta al público, el segundo en el almacén y un tercero en pedido, con la finalidad de no paralizar la marcha de la empresa.

Se cuenta con dos proveedores del nivel internacional con los que se trabajará de forma permanente ya que representan garantía en el traslado de los pedidos de la empresa. Dentro de ellos tenemos:

- SHANGAI JINGZHI APPAREL CO.,LTDA.
- YI WU SPECIAL 4U COMMODITY FACTORY

En cuanto al costo por envío, forma parte del costo de la prenda, es decir el costo del flete se ha incluido en costo de ventas del producto.

3.2 El proceso de aprovisionamiento

El proceso de aprovisionamiento se ha determinado con los siguientes pasos:

Figura 11

Proceso de aprovisionamiento



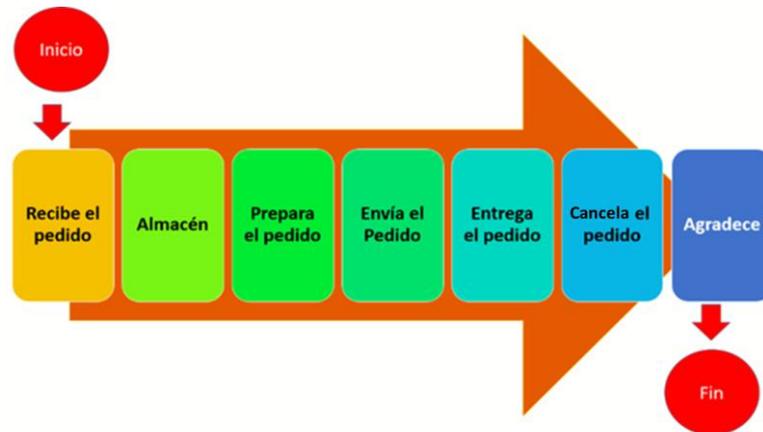
Fuente: elaboracion propia

El proceso de aprovisionamiento se da inicio con la determinación de la necesidad de todas las áreas, la que incluye el área de ventas para determinar la necesidad de mercadería. Seguidamente se procede a determinar las fuentes de aprovisionamiento, el que implica decidir si esta será una compra en el mercado local o internacional. Como siguiente paso, se procede a determinar el proveedor, para luego realizar tratamiento del pedido. Durante el seguimiento se monitorea el pedido, se confirma el ingreso de la mercadería, se verifica con la factura y por último se gestiona el pago del pedido. En algunos casos este paso es seguido del pedido ya que muchas veces el proveedor quiere confirmar la transacción.

3.3 El proceso de atención al cliente

Se ha considerado los siguientes pasos:

Figura 12
Proceso de atención al cliente



Fuente: elaboracion propia

El proceso de atención al cliente:

1. Recibe el pedido:

El contacto del cliente prospecto con la empresa se podrá dar de diversas maneras, por una llamada telefónica, al fijo, al celular o a través de un mensaje de texto. Es en este paso que se toma toda la información del cliente para ser atendido.

2. Almacén:

Una vez que se ha tomado nota del pedido se envía el pedido a almacén.

3. Prepara el pedido:

En este paso se prepara el pedido de acuerdo a la información brindada por el cliente, al que previamente se ha confirmado el stock del producto solicitado por el cliente.

4. Envía el pedido:

Se procede a enviar el pedido, la que se debe adjuntar la boleta o factura con el importe de la o las prendas, según la necesidad del cliente.

5. Entrega el pedido:

Se procede a entregar el pedido en la dirección señalada por el cliente, al que se le debe solicitar una referencia para ser más rápida la ubicación y entrega del pedido.

6. Cancela el pedido:

Se procede a recibir el monto del pedido, se entre el comprobante y de haber cambio de entrega al cliente.

7. Agradece:

Finalmente se agradece al cliente por la compra a la empresa.

Figura 13
Computadora personal



Fuente: [google.com/search?q=computadora+personal](https://www.google.com/search?q=computadora+personal)

Figura 14
Punto de venta inalámbrico (POS)



Fuente: definicionabc.com/negocios/maquina-pos.php

Figura 15
Motocicleta para el delivery



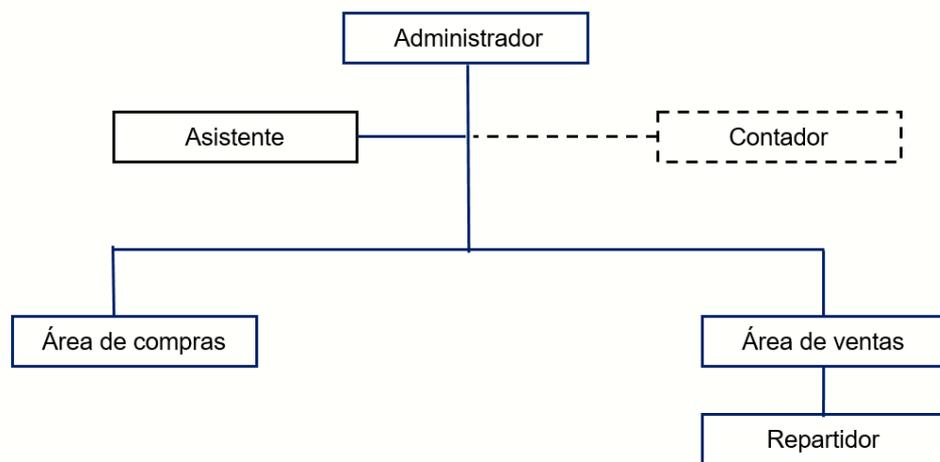
Fuente: <https://www.google.com/search?q=motocicleta+para+el+servicio>

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional

La empresa Majo Inversiones EIRL, contará con la siguiente estructura orgánica:

Figura 16
Estructura orgánica de la empresa



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administrador

Funciones:

1. Planifica los objetivos de ventas de la empresa
2. Organiza las funciones de todas las áreas de la empresa
3. Gestiona y monitorea las actividades de la empresa
4. Representa a la empresa frente a tercero
5. Controla el avance de las metas de la empresa
6. Solicita financiamiento para la empresa
7. Controla la asistencia de los colaboradores

b) Puesto: Área de compras

Tareas:

1. Elabora el cuadro de necesidades de las áreas de la empresa
2. Elabora el proceso de compras de la empresa
3. Consolida los pedidos de las áreas
4. Cotiza los bienes y servicios solicitados por las áreas de la empresa
5. Abastece a las demás áreas con los bienes y servicios solicitados
6. Controla el almacén de la empresa
7. Propone la compra de nuevos modelos, diseños y colores
8. Reporta directamente al administrador

c) Puesto: Área de ventas

Tareas:

1. Planifica y propone el proceso de ventas de la empresa
2. Organiza el cumplimiento de ventas de la empresa
3. Propone las estrategias de ventas para el logro de los objetivos
4. Realiza la promoción de ventas
5. Controla la entrega a los clientes de los pedidos
6. Informa sobre el trabajo del repartidor al administrador
7. Reporta directamente al administrador

d) Puesto: Repartidor

Tareas:

1. Recibe pedido a entregar
2. Recibe la información del cliente para la entrega
3. Solicita la boleta de pago para entregar al cliente
4. Es responsable del mantenimiento y custodia de la motocicleta de la empresa
5. Solicita el abastecimiento de combustible cada dos días
6. Informa las ocurrencias, de darse, de cada pedido

7. Reporta directamente al administrador

e) Puesto: Asistente

Tareas:

1. Atiende los pedidos del cliente
2. Brinda toda la información al cliente
3. Traslada el pedido al almacén para su atención
4. Controla los ingresos diarios de la empresa
5. Realiza el deposito en la cuenta de la empresa
6. Informa al administrador sobre las ocurrencias en las áreas
7. Controla el uso de la caja chica
8. Controla el uso de combustible del repartidor
9. Reporta directamente al administrador

4.3 Condiciones laborales

La empresa ha determinado las siguientes condiciones laborales:

- La empresa se va acoger al Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa, regulado en la actualidad por el Decreto Supremo N° 013-2013- PRODUCE; la empresa se va registrar como una micro empresa.
- Previamente la empresa se va inscribir en el régimen de la micro y pequeña empresa (REMYPE), por los beneficios que brinda este régimen, tanto, como laboral, contable, tributario y financiero.
- Desde el primero día los trabajadores contaron con un contrato laboral
- Se respetará la jornada laboral de 8 horas diarias
- El colaborador contará con 15 días calendario de vacaciones, por cada año completo de servicios
- No otorgará con asignación familiar, en cumplimiento de la ley
- Además, contará con seguro social, ESSALUD

4.4 Régimen tributario.

Se cuenta con 5 régimen es tributarios al cual debe acoger, al constituir o al formalizar una empresa, a continuación, se detallan:

- a) Régimen único simplificado
- b) Régimen especial de renta
- c) Régimen general
- d) Régimen MYPE Tributario
- e) Régimen de la amazonia, para las empresas ubicadas en la zona de la amazonia peruana.

La empresa se constituirá bajo el régimen societario de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) y se acogerá al Régimen Mype Tributario – RMT ya este régimen fue creado para la micro y pequeña empresas que cuenten con renta de tercera y que sus ingresos anuales no superen las 1,700 UIT (unidades impositivas tributarias). Siempre que las utilidades antes de impuestos no pasen las 15 unidades impositivas tributarias, para que el impuesto sea calculado sobre el 10%, en caso de pase debe ser el 29.5% de impuesto a la renta.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 11

Demanda de negocio a desarrollar, 2022

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (servicios)	683,566		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	3%	3%
Demanda estimada (servicios)	683,566	704,073	725,195
Participación de mercado (decisión empresa)	15.00%	20.00%	25.00%
Demanda del proyecto (servicios)	102,535	140,815	181,299

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12

Ventas de los productos de la empresa, 2022

(soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	7,239	8,774	10,338
Precio venta (soles x conjuntos)	90.00	90.00	91.80
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	4%
Precio de venta (soles x conjuntos)	S/.90.00	S/.91.80	S/.95.47
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.651,521	S/.805,437	S/.987,036

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro 13

Costo de ventas de la empresa, 2022

(soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	7,239	8,774	10,338
Costo compra (costo x conjunto)	S/65.00	S/66.30	S/68.29
COSTO DEL SERVICIO	S/470,543	S/581,704	S/706,005

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14
Gastos administrativos
(soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,700	S/. 1,800
Asistente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,300	S/. 1,400
Compras/Ventas	2	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,500	S/. 1,600
Repartidores	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 6,600	S/. 5,600	S/. 6,000
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
Remuneracion total mensual	S/. 7,469	S/. 6,337	S/. 6,790
Servicios públicos	S/. 225	S/. 280	S/. 325
Utiles oficina	S/. 180	S/. 220	S/. 280
Servicio contable	S/. 400	S/. 450	S/. 500
Otros	S/. 220	S/. 250	S/. 300
Total mensual	S/. 8,494	S/. 7,537	S/. 8,195
TOTAL ANUAL	S/.101,928	S/.90,448	S/.98,340

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15
Gastos comerciales
(soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 500.00	S/. 400.00	S/. 300.00
Alquiler local	S/. 600.00	S/. 800.00	S/. 1,200.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Otros	S/. 300.00	S/. 400.00	S/. 500.00
Total mensual	S/. 1,800.00	S/. 1,900.00	S/. 2,300.00
TOTAL ANUAL	S/.21,600.00	S/.22,800.00	S/.27,600.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16
Gastos pre operativos
(soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 650.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,850.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones

Cuadro 17
Inversión en activos
(soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación :
Local	S/. 0	-	S/. 0	20	S/. 0
Computadora	S/. 3,500	1	S/. 3,500	5	S/. 700
Motocicleta	S/. 7,500	2	S/. 15,000	5	S/. 3,000
Ventilador de pie	S/. 125	2	S/. 250	5	S/. 50
Impresora Epson	S/. 1,200	1	S/. 1,200	4	S/. 300
Ticketera	S/. 1,400	1	S/. 1,400	4	S/. 350
Stantes colgadores	S/. 800	5	S/. 4,000	4	S/. 1,000
Estan de madera	S/. 900	2	S/. 1,800	5	S/. 360
Total			S/. 27,150		S/. 5,760

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18
Depreciación de los activos
(soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.27,150	-S/.5,760	-S/.5,760	-S/.5,760	S/.9,870
Amortización activo intangible	S/.1,850	-S/.370	-S/.370	-S/.370	S/.740
Total	S/.29,000	-S/.6,130	-S/.6,130	-S/.6,130	S/.10,610

Fuente: elaboración propia

Cuadro 19
Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	16.67%	8.33%	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%	9.00%
Total				42.33%	25.67%	13.17%

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento

Cuadro 20
Programa de endeudamiento
(Soles)

Deuda a tomar S/. 50,000				
	26.82% Anual	2.0%	mensual	
		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	50,000	1,000	1,042	2,042
2	48,958	979	1,042	2,021
3	47,917	958	1,042	2,000
4	46,875	938	1,042	1,979
5	45,833	917	1,042	1,958
6	44,792	896	1,042	1,938
7	43,750	875	1,042	1,917
8	42,708	854	1,042	1,896
9	41,667	833	1,042	1,875
10	40,625	813	1,042	1,854
11	39,583	792	1,042	1,833
12	38,542	771	1,042	1,813
		10,625	12,500	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	37,500	750	1,042	1,792
14	36,458	729	1,042	1,771
15	35,417	708	1,042	1,750
16	34,375	688	1,042	1,729
17	33,333	667	1,042	1,708
18	32,292	646	1,042	1,688
19	31,250	625	1,042	1,667
20	30,208	604	1,042	1,646
21	29,167	583	1,042	1,625
22	28,125	563	1,042	1,604
23	27,083	542	1,042	1,583
24	26,042	521	1,042	1,563
		7,625	12,500	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	25,000	500	1,042	1,542
26	23,958	479	1,042	1,521
27	22,917	458	1,042	1,500
28	21,875	438	1,042	1,479
29	20,833	417	1,042	1,458
30	19,792	396	1,042	1,438
31	18,750	375	1,042	1,417
32	17,708	354	1,042	1,396
33	16,667	333	1,042	1,375
34	15,625	313	1,042	1,354
35	14,583	292	1,042	1,333
36	13,542	271	1,042	1,313
		4,625	12,500	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21
Capital de trabajo
(Soles)

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año			Liquidación
		Año 1	Año 2	Año 3	
Caja	5.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.32,576	-S/.1,539	-S/.1,816	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,810	-S/.428	-S/.504	
Inventario					
Número de días		45	45	45	
Monto		-S/.58,818	-S/.13,895	-S/.15,538	
Cuentas x pagar					
Número de días		7	7	7	
Monto		S/.9,149	S/.2,161	S/.2,417	
TOTAL	-S/.32,576	-S/.53,017	-S/.13,977	-S/.13,625	S/.113,196

Fuente: elaboración propia

Cuadro 22
Cálculo de la tributación
(Soles)

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades		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 2022	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,600	15	69,000	
Utilidad antes de impuesto	S/.40,695	S/.96,729	S/.144,336	
Hasta 15 UIT	S/.69,000	S/.69,000	S/.69,000	
Diferencia	-S/.28,305	S/.27,729	S/.75,336	
Impuesto 10%	S/.4,070	S/.6,900	S/.6,900	
Exceso 29.5%		S/.8,180	S/.22,224	
TOTAL	S/.4,070	S/.15,080	S/.29,124	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23
Estado de resultados integrales
(Soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.651,521	S/.805,437	S/.987,036
Costo ventas	-S/.470,543	-S/.581,704	-S/.706,005
Margen Bruto	S/.180,978	S/.223,732	S/.281,031
Gastos administrativos	-S/.101,928	-S/.90,448	-S/.98,340
Depreciación	-S/.6,130	-S/.6,130	-S/.6,130
Gastos comerciales	-S/.21,600	-S/.22,800	-S/.27,600
Margen operativo	S/.51,320	S/.104,354	S/.148,961
Gastos financieros	-S/.10,625	-S/.7,625	-S/.4,625
Margen antes de tributos	S/.40,695	S/.96,729	S/.144,336
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/40,695	S/96,729	S/144,336
Pago impuesto a la renta	S/.4,070	S/.15,080	S/.29,124
Utilidad neta	S/36,626	S/81,649	S/115,212

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Cuadro 24
Flujo de caja
(Soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.651,521	S/.805,437	S/.987,036	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.29,000				S/.10,610
Capital de trabajo	-S/.32,576	-S/.53,017	-S/.13,977	-S/.13,625	S/.113,196
Compras		-S/.470,543	-S/.581,704	-S/.706,005	
Gastos administrativos		-S/.101,928	-S/.90,448	-S/.98,340	
Gastos comerciales		-S/.21,600	-S/.22,800	-S/.27,600	
Pago impuestos		-5,132	-10,435	-14,896	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.61,576	-S/.699	S/.86,072	S/.126,570	S/.123,806
Préstamo recibido	S/.50,000				-S/.12,500
Amortización		-S/.12,500	-S/.12,500	-S/.12,500	
Gastos financieros		-S/.10,625	-S/.7,625	-S/.4,625	
Escudo fiscal		S/.1,063	S/.763	S/.463	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.11,576	-S/.22,762	S/.66,709	S/.109,907	S/.111,306
FCE	-S/.61,576	-S/.699	S/.86,072	S/.250,376	
FCF	-S/.11,576	-S/.22,762	S/.66,709	S/.221,213	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 25

Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y B/C

VAN Económico	S/.129,272
Tasa de descuento (CAPM)	23.01%
TIR Económica	88%
Indice B/C	3.10

VAN Financiero	129,718
Tasa de descuento (WACC)	23.93%
TIR Financiero	172%
Indice B/C	12.21

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

a. Se busca constituir la empresa Majo Inversiones EIRL, dedicada a la comercialización de prendas de vestir y accesorios para niñas, en distintos diseños, modelos y colores. Empresa de modelo virtual que contará con el servicio delivery para sus clientes, servicio que cuenta con una tendencia casa vez mayor en la ciudad de Iquitos.

b. El plan de marketing fue diseñado siguiendo las necesidades de los clientes y la principal herramienta de promoción serán las redes sociales. Se contará con un fan page para la promoción de los productos de la empresa.

c. El plan de operaciones ha considerado procesos cortos eficientes, al tratarse de una de los elementos de suma importancia en la empresa. El objetivo de los procesos es comercializar productos que satisfagan las necesidades de los clientes.

d. En el plan de recurso humanos se incluyen políticas laboras que serán aplicadas por todos los trabajadores, a quienes se le brindaran todos los beneficios de acuerdo a ley. Las funciones se ha determinado de forma simple clara e integradas.

e. En el plan económico y financieros, los estados financieros han sido proyectados para los 3 años siguientes. El Valor actual neto económico (VAN) es S/. 129,272 y la Tasa interna de retorno (TIR) es del 88% y un Índice beneficio-costos de S/.3.10.

BIBLIOGRAFÍA:

Aguilar, Ana (2019). *Moda y Estilismo Infantil*.

Arraiz, I.(2020) *BID INVEST*. Negocios sostenibles.

Extraído de: <https://blogs.iadb.org/bidinvest/es/agentes-bancarios-en-la-vanguardia-de-la-inclusion-financiera/?platform=hootsuite>

Dwyer y Tanner (2010). *Administración Gerencial*

Stanton, Etzel y Walker (2007). *Promoción del Marketing*

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

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

Ministerio de trabajo y promoción del empleo (2018) recuperado de: <https://www.gob.pe/mtpe>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. SUNAT. 2020. Portal institucional. En: www.sunat.gob.pe

Kotler, Philip (2008). *Dirección de Marketing*. México: Editorial Prentice Hall.