



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIO BOUTIQUE VESTIMENTA XL
DELIVERY, CIUDAD IQUITOS, 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORES:

MONGE ESPINOZA, DELLY

NOVOA ELESCANO, PATRICIA

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

IQUITOS - PERÚ

2022

DEDICATORIA

A Dios, por la vida, salud y perseverancia, para así realizar mi meta principal que es ser profesional.

A mis padres por brindarme sus apoyo incondicional y emocional y también por confiar siempre en mí durante toda mi vida universitaria.

Delly Monge

Mi tesis la dedico primeramente a Dios por permitirme tener vida, salud y poder realizar uno más de mis propósitos que es ser licenciada en administración.

A mis padres por brindarme su apoyo incondicional gracias a ellos por confiar siempre en mí durante toda la realización de mi carrera.

Patricia Novoa

AGRADECIMIENTO

A mis hijos, esposo, hermanos ya que ellos son el motivo en mi vida diaria y profesional para así lograr mis metas anheladas.

Delly Monge

A mis hermanos que en el día a día con su paciencia, respaldo y cariño me impulsan para salir adelante, además de saber que mis logros también son los suyos.

Patricia Novoa

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 129-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 28 de febrero de 2022, se autorizó la sustentación para el día miércoles 02 de marzo de 2022.

Siendo las 17.00 horas del día 02 de marzo se constituyó de modo virtual el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO BOUTIQUE VESTIMENTA XL DELIVERY, CIUDAD IQUITOS, 2021.

Presentado por:

NOVOA ELESCANO PATRICIA

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

MONGE ESPINOZA DELLY

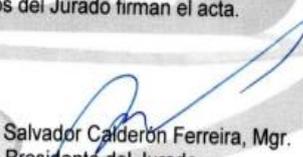
Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

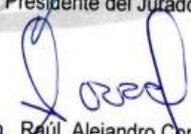
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

A las 16:30 p.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. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa
Miembro del Jurado


Lic. Adm. José Antonio Vascones Vargas
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:

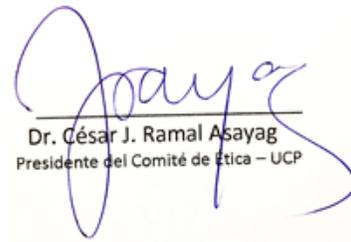
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**“PLAN DE NEGOCIO BOUTIQUE VESTIMENTA XL DELIVERY, CIUDAD
IQUITOS, 2021”**

De los alumnos: **MONGE ESPINOZA DELLY Y NOVOA ELESCANO PATRICIA**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **6% de plagio**.

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

San Juan, 17 de Diciembre del 2021.



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

Document Information

Analyzed document	ucp_2021_programaacadémico_TSP_Delly Monge y Patricia Novoa_Administración_V1.pdf (D122275370)
Submitted	2021-12-13T18:39:00.0000000
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	6%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	Universidad Científica del Perú / ucp_2021_Administración_TPS_KatherinMeléndezysusettyVela_V1.pdf Document ucp_2021_Administración_TPS_KatherinMeléndezysusettyVela_V1.pdf (D107252258)  3 Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com
SA	Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Juan Huayambi_Contabilidad V1.pdf Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Juan Huayambi_Contabilidad V1.pdf (D115617508)  4 Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com
SA	Universidad Científica del Perú / UCP_2021_NEGOCIOS_TSP_Carolina Andi y Elisabeth Camones_Administracion_V1.pdf Document UCP_2021_NEGOCIOS_TSP_Carolina Andi y Elisabeth Camones_Administracion_V1.pdf (D111014830)  3 Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com
SA	Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Viviana Arevalo y Fiorela Reátegui_Administración_V1.pdf Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Viviana Arevalo y Fiorela Reátegui_Administración_V1.pdf (D112250802)  1 Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com
SA	Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Nadir Arirama_Contabilidad_V1.pdf Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Nadir Arirama_Contabilidad_V1.pdf (D110702487)  1 Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com
SA	Universidad Científica del Perú / ucp_2021_programaacadémico_TSP_Solange Luna y Zila Ochavano_Contabilidad_V1.pdf Document ucp_2021_programaacadémico_TSP_Solange Luna y Zila Ochavano_Contabilidad_V1.pdf (D110881565)  1 Submitted by: revision.antiplagio@ucp.edu.pe Receiver: revision.antiplagio.ucp@analysis.orkund.com
	Universidad Científica del Perú / ucp_2021_Negocios_TSP_Jose Chumpitaz y Trigoso_V1.pdf

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... ..	XI
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... ..	08
2.3 Oferta competitiva	10
2.4 Programa de marketing	12
2.4.1 El producto	12
2.4.2 El precio.....	17
2.4.3 La promoción	18
2.4.4 La cadena de distribución	20
III. PLAN DE OPERACIONES.....	22
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento	22
3.2 El proceso de aprovisionamiento	23

3.3 El proceso de atención al cliente.....	24
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	28
4.1 La organización de Inversiones Vestimenta XL, SRL.....	28
4.2 Puestos, funciones.....	28
4.3 Condiciones laborales.....	30
4.4 Régimen tributario.....	31
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	32
5.1 Estudio económico.....	32
5.1.1 Mercado y ventas.....	32
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	33
5.2 Estudio financiero.....	35
5.2.1 Inversiones de Inversiones Vestimenta XL SRL.....	35
5.2.2 Financiamiento de Inversiones Vestimenta XLSRL.....	37
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	41
CONCLUSIONES.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	45

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Grandes Tallas Inversiones SRL, año 2021	03
Cuadro N° 02 Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2021	08
Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2021.....	09
Cuadro N° 04 Mercado por edades, ciudad de Iquitos, año 2021.....	09
Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, año 2021	09
Cuadro N° 06 Cálculo del tamaño de tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2021	10
Cuadro N° 07 Negocios con giros similares a Inversiones Vestimenta XL SRL, ciudad de Iquitos, año 2021	11
Cuadro N° 08 Precio de los productos de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021	18
Cuadro N° 09 Demanda del negocio a desarrollar.....	32
Cuadro N° 10 Ventas de los productos de Inversiones Vestimenta XL, SRL, 2021	32
Cuadro N° 11 Costo de ventas de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	33
Cuadro N°12 Gastos administrativos de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	33

Cuadro N° 13 Gastos comerciales de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	34
Cuadro N° 14 Gastos pre operativo de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	34
Cuadro N° 15 Inversión en activos de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	35
Cuadro N° 16 Depreciación de los Activos de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)	35
Cuadro N° 17 Costo laboral (%).	36
Cuadro N° 18 Programa de endeudamiento primer año de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)	37
Cuadro N° 19 Programa de endeudamiento segundo año de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)	37
Cuadro N° 20 Programa de endeudamiento tercer año de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)	38
Cuadro N° 21 Capital de trabajo de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	38
Cuadro N° 22 Estado de resultados integrales de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	39
Cuadro N° 23 Cálculo de la tributación de Inversiones Vestimenta XL SRL.....	40
Cuadro N° 24 Estado de situación financiera de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	41

Cuadro N° 25 Estado de flujo de caja económico de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	41
Cuadro N° 26 Estado de flujo de caja económico de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles).....	42
Cuadro N° 27 Ratios de medición de la renta de la empresa versiones Vestimenta XL SRL (%).....	43
Cuadro N° 28 Valor Actual Neto (VANE), Tasa Interna de Retorno (TIRE), Y B/C Económico de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)... ..	43
Cuadro N° 29 Valor Actual Neto (VANF), Tasa Interna de Retorno (TIRF), Y B/C Financiero de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)... ..	43

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Localización de la empresa Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021	03
Figura N° 02 Damas comprando prendas de vestir.	06
Figura N° 03 Pantalones en tallas XL	13
Figura N° 04 Short en talla XL.....	13
Figura N° 05 Blusa en talla XL	14
Figura N° 06 Jumper en talla XL.....	14
Figura N° 07 Sniker.	15
Figura N° 08 Cinturones.	15
Figura N° 09 Carteras XL	16
Figura N° 10 Logo de empresa Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021....	17
Figura N° 11 Polo con el logo de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021	19
Figura N° 12 Llavero con el logo de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021	19
Figura N° 13 Fan page de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021	20
Figura N° 14 La cadena de distribución de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021	21
Figura N° 15 Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Vestimenta XL, SRL, 2021	23

Figura N° 16 Proceso de atención al cliente de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021	24
Figura N° 17 Espejo vertical.....	26
Figura N° 18 Motocicleta para el servicio delivery	26
Figura N° 19 Colgadores de ropa.....	27
Figura N° 20 Organigrama de la empresa Inversiones Vestimenta XL SRL.....	28

RESUMEN

Plan de negocio Boutique Vestimenta XL-Delivery,
ciudad de Iquitos, 2021

Delly, Monge-Espinoza
Patricia, Novoa- Elescano

El objetivo fue emprender un negocio dedicado a la venta de prendas de vestir de tallas extra grande, dentro de ellas, ropa, zapatos, carteras y otros accesorios. Se contarán con distintos diseños, modelos y colores.

Se ha determinado la existencia de un mercado potencial, que busca la satisfacción de sus necesidades. La demanda presenta una tendencia creciente por el avance de la moda.

El estudio técnico demuestra que los procesos aseguran la comercialización de los productos; asegura además el abastecimiento continuo de las mercaderías durante todo el año.

El resultado financiero, señala un Valor Actual Neto Económico (VANE) de S/. 179,587y el Valor Actual Neto Financiero (VANF) de S/. 172,797. La Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) es de 82% y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) es de 143%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.11 y el índice beneficio costo financiero es de S/.7.90.

Palabras claves: plan de negocio, prenda de vestir, vestimenta, accesorios.

ABSTRACT

Business plan Boutique Clothing XL-Delivery,

Iquitos city, 2021

Delly, Monge-Espinoza

Patricia, Novoa- Elescano

The objective is to start a business dedicated to the sale of plus-size clothing, including clothing, shoes, handbags and other accessories. They will have different designs, models and colors.

The existence of a potential market has been determined, which seeks to satisfy its needs. The demand presents a growing trend due to the progress in the normality of the activities.

The technical study shows that the processes ensure the commercialization of the products, also ensures the continuous supply of the goods throughout the year.

The financial result indicates a Net Economic Present Value (NPV) of S / .179,587 and the Net Financial Present Value (VANF) of S / .172.797. The Economic Internal Rate of Return (IRR) is 82% and the Financial Internal Rate of Return (IRR) is 143%. The economic cost benefit index is S / .3.11 and the financial cost benefit index is S / .7.90.

Keywords: business plan, garment, large sizes, accessories.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Vestimenta XL Boutique

Razón social: Inversiones Vestimenta XL S.R.L.

Sector de la actividad: Venta de prendas de vestir, zapatos, carteras y accesorio.

Localización: Pasaje Bermúdez Nro. 160, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: comercio

Figura 1

Localización de Inversiones Vestimenta XL SRL., 2021



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1

Clasificación Industrial Internacional Uniforme de la empresa Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021

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

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio

Se pretende satisfacer la necesidad de vestir frente a las inclemencias del tiempo. Así mismo, se va contar con Vestimenta XL, como también satisfacer la necesidad de diferenciar con modelos y diseños. Así mismo, satisfacer la necesidad de protección, como también satisfacer la necesidad de estética con ropa de vestir en tamaños XL.

Los segmentos de mercado a los cuales se atenderán con los productos son las personas clasificados de la siguiente manera:

- a. Vestimenta XL para quienes presentan contextura física robusta de diferentes tamaños, como por ejemplo o muy altas y gorditas.
- b. Nivel socio económico de clase media, con precio al alcance de las personas.
- c. El segmento de personas de 25 a 39 años de edad quienes de modo permanente están buscando moda y diseños atractivos.

La boutique se va dedicar a la venta de prendas de vestir de tallas extra grande, dentro de ellas, ropa, zapatos, carteras y otros accesorios. Se contarán con distintos diseños, modelos y colores. Los que deben elegir modelos actuales, de tendencia. Se aceptarán las distintas tarjetas tanto de débito como crédito.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

Se busca satisfacer las siguientes necesidades:

a) Necesidad de vestir

Las personas tienen la necesidad de vestir más que todo porque necesitan protegerse el medio ambiente, es por eso si desea sobre vivir debe cuidarse y protegerse de las adversidades del clima. A diferencia de los animales el hombre requiere de un vestido para protegerse, mientras los animales tienen plumas, cerdas, entre otros.

b) Necesidad de diferenciarse

Las personas al vestirse conllevan a la búsqueda de identidad, lo que le diferencia de las demás personas, es por eso la importancia, ya que de esta manera encuentran su identidad y pertenencia al grupo.

c) Necesidad de vestir bien

La apariencia física y la manera de vestir marcan el concepto para una persona frente a otra. Al momento de vestir se puede ver el gusto, la elegancia, la provocación. Más que todo va a reflejar si la persona es clásica o se lleva por la moda, si es moderna, si es juvenil, si es tradicional, etc.

d) Necesidad de estética

Además de satisfacer la necesidad de protección el vestir, también en el campo estético a la persona le reporta placer más que todos a los fanáticos de la moda y del parecido físico. La ropa ya no constituye un instrumento de protección personal o de diferencia social, sino se vuelve una especie de obra de arte en sí misma.

Figura 2
Damas comprando prendas de vestir



Fuente: [google.com/search?q=damas+comprando+vestidor&rlz](https://www.google.com/search?q=damas+comprando+vestidor&rlz)

2.2 Demanda actual y tendencias

En el presente proyecto se ha tomado en cuenta toda la información que fue obtenida del Instituto Nacional de Estadística e Informática con la cual se ha procedido a la elaboración de los diversos cuadros que se necesita para proyectar la demanda, información fundamental y básica.

Cuadro 2

Mercado total poblacional, ciudad de Iquitos, año 2021

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2021 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	137,575
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	99,713
Distrito Belen	73,015	75,685	0.450%	77,751
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	204,200
Población mercado ciudad Iquitos	430,268	471,993	1.164%	519,240

Fuente: INEI

Cuadro 3

Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, año 2021

	urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2021)	98.79%	135,911
Distrito Punchana (al 2021)	92.28%	92,015
Distrito Belen (al 2021)	87.55%	68,071
Distrito San Juan Bautista (al 2021)	89.46%	182,678
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2021)		478,675

Fuente: INEI

Cuadro 4

Mercado por grupo de edades, ciudad de Iquitos, año 2021

	25 a 39 años	40 a 64 años	65 años a más	Total
Distrito Iquitos (%)	24.72%	25.63%	6.11%	56.46%
Distrito Punchana (%)	24.63%	21.95%	3.98%	50.56%
Distrito Belen (%)	24.25%	21.62%	4.54%	50.41%
Distrito San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	3.63%	49.15%
Población por edades, ciudad Iquitos (2021)	116,498	109,176	21,694	247,368

Fuente: INEI

Cuadro 5

Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos, año 2021

	Participación	Cantidad
Segmento A/B ciudad Iquitos	0.0%	-
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	34,879
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	38,095
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2021)	29.5%	72,974

Fuente: INEI

La demanda objetiva calculada en el cuadro Nro. 6, nos muestra la proyección de la misma teniendo en cuenta la compra de 2 conjuntos por mes, haciendo 24 conjuntos al año. Multiplicado por la población objetiva hace un consumo del producto de 824,808 conjuntos. En cuanto a la población con decisión de comprar ropa nueva se ha considerado el 60%, haciendo un consumo del producto en la ciudad de Iquitos de 494,885 conjuntos al año.

Cuadro 6

Población objetivo		34367.00
Veces que compran ropa al mes		2
Veces al año	12	24
Total, de consumo de producto		824808
Decisión de compra de ropa nueva		60%
Consumo del producto ciudad Iquitos(conjunto)		494,885

Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, año 2021

Fuente: INEI

2.3. Oferta competitiva

Las ciudades de Iquitos, Pucallpa, Tarapoto y Yurimaguas, son los principales centros de comercio en la región amazónica; sirven de centros de abastecimiento y recolección para las poblaciones cercanas. El comercio entre cada uno de estos centros y su área de influencia se efectúa por una gran variedad de tendencias de moda tanto para damas y caballeros. La oferta dentro de la amazonia ha evolucionado de manera contundente hoy en día la población amazónica esta de la mano con las nuevas tendencias del mundo y Boutique extra grande está dispuesta a satisfacer esa necesidad que tiene la población amazónica de ahora.

En la ciudad de Iquitos, se ha determinado un gran número de empresas y personas dedicadas a la venta de prendas de vestir, muchas de ellas informales. Utilizan como medio de comunicación las redes sociales.

Pero pocas dedicadas a la venta de prendas de vestir en Vestimenta XL, es

decir, de tallas XL, para adelante.

En el cuadro Nro. 7, se pueden apreciar los productos que comercializan los negocios similares en la ciudad de Iquitos, en presentación de conjuntos

Cuadro 7

Negocios con giros similares a Inversiones Vestimenta XL SRL, ciudad de Iquitos, 2021 (Soles)

Producto	Unidad de medida	Negocios similares		
		Vale Ale XL	Bambú Store	Ericka Rodríguez
Blusa + short	conjunto	S/90.00	S/110.00	S/95.00

Fuente: elaboración propia

El sector textil ha considerado poco atractivo el rubro Vestimenta, siempre se ha contado con modelos clásicos y simples. EL concepto está cambiando, cada vez con mayor fuerza. Ahora se puede apreciar varios negocios especializados en este rubro. En las redes sociales se encuentra una variedad de empresas ofreciendo las Vestimenta XL.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a la elaboración de venta de prendas de vestir, zapatos, carteras y accesorios para damas, en tallas superiores a XL. Se utilizará el servicio de delivery para el reparto de los productos. Se contará con diversos modelos y diseños.

a). Categorías de productos.

Todos los modelos o tipo de prendas a comercializar serán en tallas XL y XXL, dentro de ellas:

- Pantalones: Drill, jean y stretch
- Shorts
- Blusas
- Jumper
- Sniker
- Cinturones

Se contará con un local propio donde se exhibirán las prendas, donde se podrán probar las piezas a la venta. En las siguientes líneas se ha considerado imágenes referenciales acerca de los productos a comercializar.

Figura 3
Pantalones en tallas XL



Fuente: [google.com/search?q=pantalones+en+tallas+grandes+para+dama](https://www.google.com/search?q=pantalones+en+tallas+grandes+para+dama)

Figura 4
Short en talla XL



Fuente: [google.com/search?q=SHORT+EN+TALLA+XL&rlz=1C1CHBF](https://www.google.com/search?q=SHORT+EN+TALLA+XL&rlz=1C1CHBF)

Figura 5

Blusa en talla XL



Fuente: [google.com/search?q=BLUSA+EN+TALLAKIXL&rlz=1C1CHBF](https://www.google.com/search?q=BLUSA+EN+TALLAKIXL&rlz=1C1CHBF)

Figura 6

Jumper en talla XL



Fuente: [google.com/search?q=JUMPER+TALLA+XL&rlz=1C1](https://www.google.com/search?q=JUMPER+TALLA+XL&rlz=1C1)

Figura 7

Sniker



Fuente: [google.com/search?q=sniker+talla+xl&tbm=isch&chips](https://www.google.com/search?q=sniker+talla+xl&tbm=isch&chips)

Figura 8

Cinturones XL



Fuente: [google.com/search?q=cinturones+xl&rlz=1C1CHBF](https://www.google.com/search?q=cinturones+xl&rlz=1C1CHBF)

Figura 9

Carteras XL



Fuente: [google.com/search?q=MUJER+GORDITA+CON+CARTERA+XL&rlz](https://www.google.com/search?q=MUJER+GORDITA+CON+CARTERA+XL&rlz)

a) La marca

La empresa ha diseñado su logo ya que este puede atraer de una manera rápida la atención total de los clientes potenciales y comunicar los valores primordiales de una compañía de una manera interesante y dinámica.

Esta breve capacidad de atención, es la que hace que los consumidores juzguen el negocio por su apariencia, puede funcionar a favor de la empresa, si se tiene un logo llamativo que represente de una manera contundente a tu empresa, motivo por el cual se ha creado un logo acorde al negocio.

Figura 10

Logo de la empresa Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Lo que se busca con el logo es comunicar, desde los parámetros de la empresa (profesional, relajada, divertida) hasta su misión (entretenimiento, eficiencia e innovación) a través del icono adecuado o la fuente adecuada.

En otras palabras, el logo es el medio para transmitir tus valores y mostrar a los consumidores por qué no eres como tus competidores: eres mejor, con diseños distintos, modelos acordes a la moda, precios accesibles, entre otras características que contarán los clientes.

2.4.2 El precio

Todos los productos tienen un precio monetario, del mismo modo que tiene un valor. Las empresas que comercializan sus productos fijan sus precios como representación del valor de transacción para intercambiarlos en el mercado, de forma que les permitan recuperar los costos en los que han incurrido y obtener cierto excedente, que permita a la empresa reinvertir, cubrir sus costos fijos y variables.

El precio es la cantidad de dinero que se recupera por un producto o por un servicio, o la suma de todos los valores que los consumidores

intercambian por el beneficio de poseer o utilizar productos.

Cuadro 8

Precio de los productos de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021

Mercadería	Unidad de medida	Precio
Conjunto: blusa + short	conjunto	S/90.00

Fuente: elaboración propia

La estrategia de precio que aplicará la empresa es la de ganar cuota de mercado, en esta primera etapa, motivo por el cual los precios serán accesibles.

2.4.3 La promoción.

Las actividades diseñadas en la empresa para la promoción, tienen como finalidad difundir los méritos de cada producto de la empresa; así mismo, tratan de persuadir al nicho objetivo para que adquieran el producto. Considera dentro de ellas, todas las actividades articúlalas hasta el monto del presupuesto de la promoción.

Radio: se elaborará un spot de 25 segundos, para ser difundido por la radio emisora con mayor sintonía en la ciudad.

Redes sociales: se creará un fan page en el Facebook, y a su vez se estará enviando las nuevas novedades a nuestros clientes prospectos.

Se contará con merchandising para obsequiar a los clientes fieles y a los clientes potenciales, A continuación, se detallan imágenes referenciales paratal fin:

Figura 11

Polo con el logo de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 12

Llavero con el logo Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

Figura 13

Fan page de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

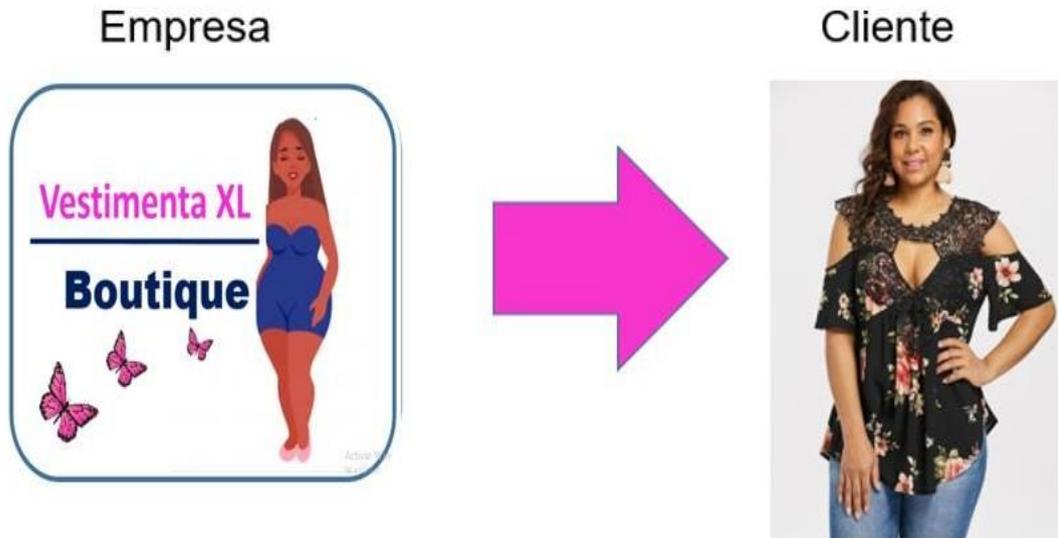
2.4.4 La cadena de distribución

El objetivo de la promoción es establecer relaciones con nuestros clientes con el fin de que estos se sientan satisfechos con el producto.

La empresa Inversiones Vestimenta XL S.R.L. contará con un local comercial en el Pasaje Bermúdez Nro. 160, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú, para una atención personalizada para nuestros clientes.

Figura 14

La cadena de distribución de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Para requerir un buen desempeño en el aprovisionamiento se dará mucha importancia a la buena comunicación y relación a largo plazo con todos proveedores e implicados de la cadena de producción; por lo tanto, el cumplimiento, el pago justo y la calidad de los productos son fundamentales en este plan de negocio. Lo que se pretende es generar empleo e impulsar la mano de obra del país.

Los que proveerán el producto serán aliados de la empresa; estos fueron escogidos por la calidad de sus productos, y son pequeños empresarios, quienes pueden cumplir con el volumen que se requiera, dentro de ellos tenemos.

Proveedores:

- Sour Jean - La victoria - Lima
- Pantalones XL - Gamarra - Lima
- Blusas chocolate - Gamarra - Lima
- Luzmila Souly XL - Gamarra - Lima
- Gelinias Plus Zise - La victoria - Lima

Se ha establecido contacto con todos los futuros proveedores, quienes son confeccionistas, además tiene venta al por mayor, con beneficios para la empresa, cuando se realice compra en volúmenes mayores.

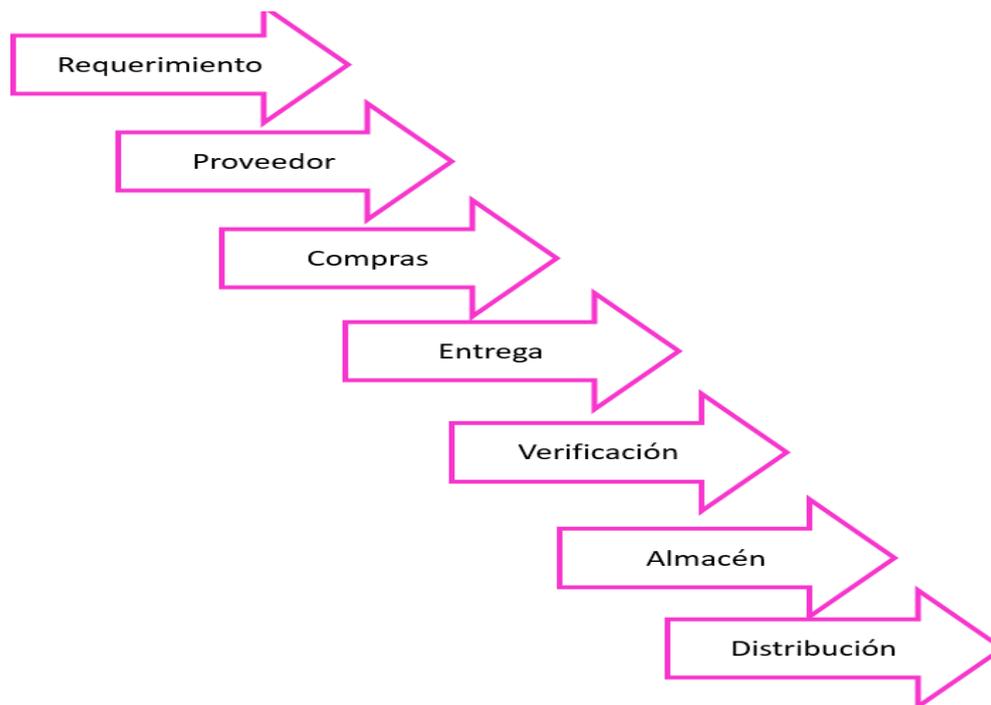
En cuando al servicio de transporte se ha contactado con varios proveedores que brindar servicio de transporte en la ruta Lima – Iquitos, el costo promedio es de \$.1.00 (dólares) por kg.

3.2 El proceso de aprovisionamiento

El proceso de aprovisionamiento de la empresa, ha considerado los siguientes pasos:

Figura 15

Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

EL primer paso del proceso de aprovisionamiento es el requerimiento que se recibe por parte del área de ventas, detallado en la mejor manera posible sobre los modelos, tallas, colores, diseños, tipos de tela, a adquirir. El segundo paso es la elección del proveedor, previa cotización.

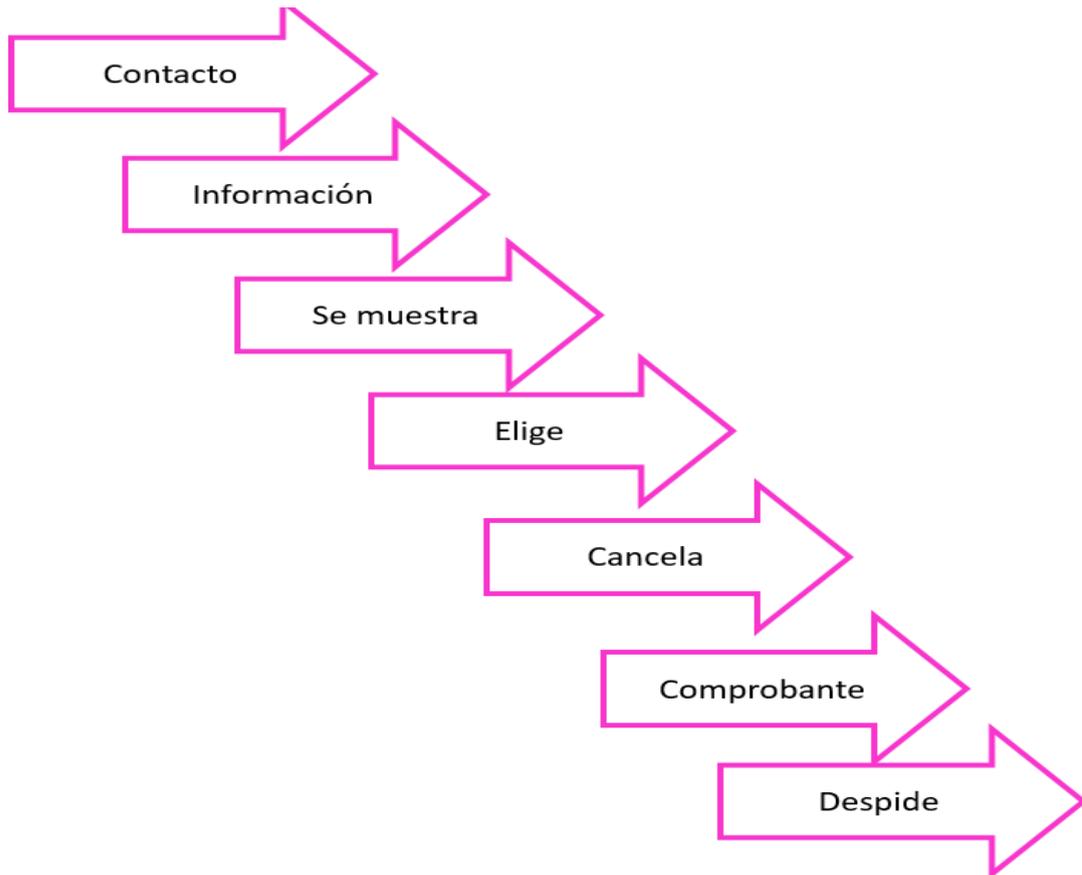
Seguidamente se realiza la compra, ya sea por transferencias, depósito o pago al contado, seguidamente se da la entrega de la mercadería luego se verifica que todo este confirme a lo solicitado. Una vez realizada la verificación se procede a ingresar al almacén para insertar el sticker de precios y finalmente se distribuye la mercadería según el requerimiento.

3.3 El proceso de atención al cliente

El proceso de atención al cliente de la empresa Inversiones contará con los siguientes pasos:

Figura 16

Proceso de atención al cliente de Inversiones Vestimenta XL SRL, 2021



Fuente: elaboración propia

El proceso de atención al cliente:

1. Contacto:

El cliente hace llegar su interés y se contacta con la empresa a través de los distintos medios de comunicación.

2. Información:

Se le hace llegar toda la información de los modelos, tallas, colores, diseños, entre otros.

3. Se muestra:

Se muestra los modelos, tanto que se pueda medir los que muestren mayor interés.

4. Elige:

Elige la prenda a adquirir, de acuerdo a sus gustos y preferencias

5. Cancela:

Cancela el monto de acuerdo a las prendas elegidas

6. Comprobante:

Se emite el comprobante de acuerdo a la necesidad del cliente

7. Despide:

Se hace llegar el agradecimiento y se le despide al cliente

Figura 17
Espejo Vertical



Fuente: [google.com/search?q=espejo+vertical&rlz=1C1CHBF_esPE8](https://www.google.com/search?q=espejo+vertical&rlz=1C1CHBF_esPE8)

Figura 18
Motocicleta para el servicio delivery



Fuente: [google.com/search?q=moto+para+el+servicio+delivery&rlz=1C1CHB](https://www.google.com/search?q=moto+para+el+servicio+delivery&rlz=1C1CHB)

Figura 19
Colgadores de ropa

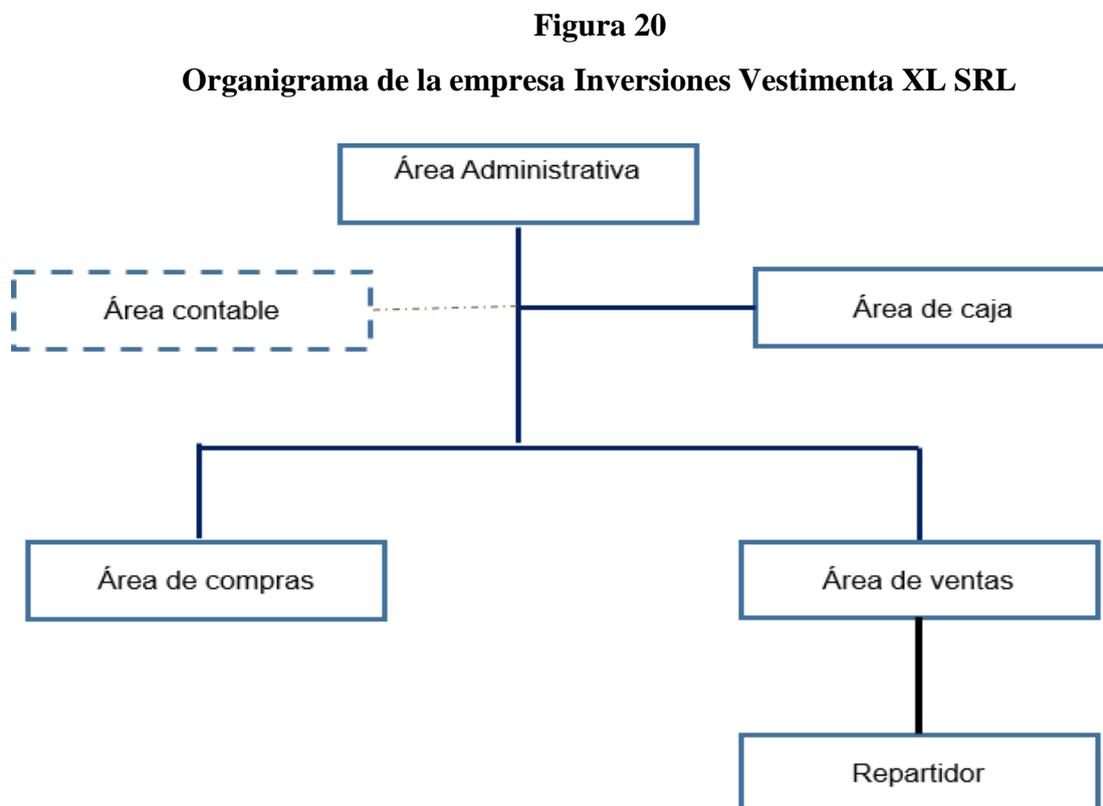


Fuente: [google.com/search?q=stan+colgadores+de+ropa&rlz=1C1CHBF](https://www.google.com/search?q=stan+colgadores+de+ropa&rlz=1C1CHBF)

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional

La empresa ha establecido el siguiente organigrama:



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administrador

Funciones:

1. Planifica, organiza y dirige las ventas las estratégicas y objetivos de la empresa
2. Determina los indicadores de gestión de cada área
3. Solicita préstamos para la empresa
4. Organiza los procesos de las áreas

5. Organiza los puestos de trabajo de cada área
6. Coordina con el contador el pago de impuestos
7. Gestiona el pago de todos los beneficios sociales de la empresa
8. Encargado del control de la asistencia de los miembros de cada área
9. Paga los servicios de luz y agua en forma oportuna
10. Controla el avance de las metas tanto de las áreas como de la empresa.

b) Puesto: Supervisor de compras

Funciones:

1. Planifica las compras de la empresa
2. Propone y cumple las metas de ventas de la empresa
3. Busca permanentemente nuevos proveedores
4. Busca en forma continua los modelos y diseños de moda
5. Cotiza los requerimientos de empresa
6. Mantiene un nivel de stock que permita cumplir con los clientes
7. Trabaja coordinadamente con el administrador
8. Reporta directamente al administrador

c) Puesto: Vendedor

Funciones:

1. Propone y elabora las metas de ventas
2. Propone el plan de marketing
3. Propone los nuevos diseños y modelos
4. Realiza las activaciones de la empresa
5. Tiene a su cargo al repartidor de la empresa
6. Busca las estrategias para el cumplimiento de los objetivos
7. Elabora y aprueba el proceso de ventas
8. Reporta directamente al administrador

d) Puesto: Cajero

Funciones:

1. Recibe, custodia y controla el dinero ingresado por las ventas de la empresa.
2. Solicita el informe semanal de las dos áreas de la empresa
3. Realiza los depósitos de los ingresos en un término de 12 horas.
4. Gestiona y administra la caja chica de la empresa.
5. Se capacita de forma permanente en la característica de nuevos billetes de denominación nacional
6. Mantiene en forma ordenadas el cuadro de control de ingresos y egresos de la empresa.

f) Puesto: Repartidor.

Funciones:

1. Encargado de coordinar la entrega de los pedidos del cliente
2. Responsable de hacer llegar el pedido solicitado por el cliente
3. Coordina con la cajera la entrega de pedidos al cliente
4. Recibe el dinero del cliente
5. Entrega el cambio al cliente
6. Responsable de la custodia de la movilidad asignada para el reparto
7. Hace llegar las quejas y consultas del cliente
8. Solicita asignación de combustible para el reparto
9. Reporta al supervisor de ventas

4.3 Condiciones laborales

La empresa, otorgará todos los beneficios que brinda una micro empresa, en primer momento estará en el Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña. Empresa, regulado actualmente a través del Decreto Supremo N° 013-2013- PRODUCE; la empresa se registrará como una micro empresa.

4.4 Régimen tributario

Se constituirá bajo una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) y se acogerá, se acogerá al Régimen Mype Tributario – RMT, en vista que este régimen fue creado para las micro y pequeñas empresas que cuenten con renta de tercera categoría y sus ingresos anuales no superen las 1,700 UIT (unidades impositivas tributarias).

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

El cuadro Nro.9 muestra la demanda proyectada en unidades, así como la tendencia de crecimiento del mercado, el cual se ha fijado una tasa de crecimiento lineal para los 3 años. Por otro lado, la participación de mercado que la empresa espera alcanzar es del 1% para el primer año y del 1.5% para el segundo y del 1.6% para el tercer año. Dado que existe una oferta actual muy posicionada en el mercado, la estrategia es generar empoderamiento del mercado dada la propuesta del producto.

Cuadro 9

Demanda de negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (conjuntos)	494,885		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (conjuntos)	494,885	499,834	504,832
Participación de mercado (decisión empresa)	1.00%	1.50%	1.60%
Demanda del proyecto (conjunto)	4,949	7,498	8,077

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro. 10 muestra la proyección de ventas anuales en unidades monetarias para el horizonte de 3 años que dura el proyecto, se estima una venta de 4,949 para el primer año, 7,498 para el segundo y de 8,077 conjuntos para el tercer año (ver cuadro Nro.9). En vista que el proyecto desea demostrar permanencia en el mercado para el año inicial el precio no se incrementa, se trabaja con el precio base, pero si en los años siguientes se incrementa en un 2% y 3% respectivamente.

Cuadro 10

Ventas de los productos de Inversiones Vestimenta XL SRL

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	4,949	7,498	8,077
Precio venta (soles x conjunto)	90.00	90.00	91.80
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	3%
Precio de venta (precio por conjunto)	S/.90.00	S/.91.80	S/.94.55
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.445,396	S/.688,271	S/.763,742

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

En el cuadro Nro.11, se muestra los cálculos realizados para la determinación del costo de ventas, derivado de análisis de la demanda para la venta del producto, multiplicado por el costo de cada año.

Cuadro 11

Costo de ventas de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	4,949	7,498	8,077
Costo de ventas (conjunto)	S/50.00	S/50.15	S/50.30
Total, costo de ventas	S/247,442	S/376,000	S/406,292

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.12 se detallan los cálculos efectuados para los gastos directos e indirectos del personal administrativo y los gastos de operación, los que han sido considerados con precios de mercado.

Cuadro 12

Gastos administrativos de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,600	S/. 1,800	S/. 2,000
Cajera	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,400	S/. 1,600
Compras y ventas	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,400	S/. 1,600	S/. 100
Repartidor	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 930
Remuneraciones del personal	S/. 6,530	S/. 7,330	S/. 4,730
Costo laboral	13.17%	13.17%	13.17%
Remuneración total mensual	S/. 7,390	S/. 8,295	S/. 5,353
Servicios públicos	S/. 2,221	S/. 2,251	S/. 2,320
Útiles oficina	S/. 180	S/. 200	S/. 225
Servicio contable	S/. 300	S/. 350	S/. 400
Otros:	S/. 355	S/. 384	S/. 431
Total, mensual	S/. 10,446	S/. 11,480	S/. 8,729
TOTAL, ANUAL	S/.125,349	S/.137,761	S/.104,745

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.13 representa los gastos correspondientes a la operación comercial, es necesario contar con publicidad, promociones con el fin de posicionar la marca de la empresa, estrategia considerara en el proyecto para dar valor agregado a los productos, como se muestran se han calculado de forma mensual y anual.

Cuadro 13

Gastos comerciales de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 600.00	S/. 550.00	S/. 400.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 300.00	S/. 200.00
Otros	S/. 550.00	S/. 600.00	S/. 650.00
Total, mensual	S/. 1,550.00	S/. 1,450.00	S/. 1,250.00
TOTAL, ANUAL	S/.18,600.00	S/.17,400.00	S/.15,000.00

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.14 representa los gastos pre operativos, correspondiente al estudio de la demanda y oferta (estudio de mercado., gastos realizados en el presente plan de negocios, así como todos los trámites para obtener los premisos correspondientes, como licencia, constancia de defensa civil, certificado DIREPRO, entre otros. Se puede apreciar que solo se realiza el año 0, que es el año de la inversión.

Cuadro 14

Gastos pre operativos de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

Gasto pre operativo	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/. 300.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,100.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Inversiones Vestimenta XL SRL

El cuadro Nro.15, muestra la inversión en activos para el inicio del proyecto, se detallan todos los activos como equipos, muebles como exhibidores, computadora, impresora, motocicletas, entre otros. Muebles y equipos indispensables para iniciar el proyecto.

Cuadro 15

Inversión en activos de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Stand exhibidores	S/. 650	3	S/. 1,950	5	S/. 390
Mostrador para la atención	S/. 700	1	S/. 700	4	S/. 175
Sillas	S/. 3	80	S/. 240	4	S/. 60
Computadora	S/. 2,000	1	S/. 2,000	4	S/. 500
Impresora	S/. 900	1	S/. 900	4	S/. 225
Ticketera	S/. 1,200	1	S/. 1,200	4	S/. 300
Motocicleta	S/. 9,000	1	S/. 9,000	5	S/. 1,800
Ventiladores de techo	S/. 350	2	S/. 700	4	S/. 175
Espejos grandes	S/. 150	3	S/. 450	4	S/. 113
Total			S/. 17,140		S/. 3,738

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.16, se muestran los valores iniciales de la inversión y la depreciación anual, así como el valor residual final de los activos, es decir el valor de vida útil de los activos considerados en el proyecto.

Cuadro 16

Depreciación de los activos de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.17,140	-S/.3,738	-S/.3,738	-S/.3,738	S/.5,928
Amortización activa intangible	S/.1,100	-S/.220	-S/.220	-S/.220	S/.440
Total	S/.18,240	-S/.3,958	-S/.3,958	-S/.3,958	S/.6,368

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.17 se detalla el costo laboral para todo tipo de empresa. El costo que se ha tomado para efectos del cálculo de la empresa, y dado que se trata de una microempresa es del 13.17%, tasa aplicada en los gastos administrativos (ver cuadro Nro.12).

Cuadro 17
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 de Inversiones Vestimenta XL SRL

El programa de endeudamiento en relación al presente proyecto está relacionado con la estructura de endeudamiento a corto plazo, que provendría de un préstamo a una entidad financiera, con el fin de poder financiar el capital de trabajo.

Cuadro 18
Programa de endeudamiento primer año de Inversiones Vestimenta XL SRL.
(Soles)

Deuda a tomar S/. 60,000				
	26.82% Anual	2.0%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	60,000	1,200	1,667	2,867
2	58,333	1,167	1,667	2,833
3	56,667	1,133	1,667	2,800
4	55,000	1,100	1,667	2,767
5	53,333	1,067	1,667	2,733
6	51,667	1,033	1,667	2,700
7	50,000	1,000	1,667	2,667
8	48,333	967	1,667	2,633
9	46,667	933	1,667	2,600
10	45,000	900	1,667	2,567
11	43,333	867	1,667	2,533
12	41,667	833	1,667	2,500
		12,200	20,000	

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 19

Programa de endeudamiento segundo año de Inversiones Vestimenta XL SRL. (Soles)

N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	40,000	800	1,667	2,467
14	38,333	767	1,667	2,433
15	36,667	733	1,667	2,400
16	35,000	700	1,667	2,367
17	33,333	667	1,667	2,333
18	31,667	633	1,667	2,300
19	30,000	600	1,667	2,267
20	28,333	567	1,667	2,233
21	26,667	533	1,667	2,200
22	25,000	500	1,667	2,167
23	23,333	467	1,667	2,133
24	21,667	433	1,667	2,100
		7,400	20,000	

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 20

Programa de endeudamiento tercer año de Inversiones Vestimenta X SRL.(Soles)

N°	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	20,000	400	1,667	2,067
26	18,333	367	1,667	2,033
27	16,667	333	1,667	2,000
28	15,000	300	1,667	1,967
29	13,333	267	1,667	1,933
30	11,667	233	1,667	1,900
31	10,000	200	1,667	1,867
32	8,333	167	1,667	1,833
33	6,667	133	1,667	1,800
34	5,000	100	1,667	1,767
35	3,333	67	1,667	1,733
36	1,667	33	1,667	1,700
		2,600	20,000	

Fuente: elaboración propia

En los cuadros Nro.18,19 y 20, se muestran el programa de endeudamiento de la empresa que corresponde al año de inicio o puesta en marcha de la empresa, considerando la devolución del préstamo en 3 años es decir 36 meses a una tasa del 2% mensual que corresponde a una tasa efectiva anual (TEA) del 26.82%. (costo real del dinero al año).

En el cuadro Nro. 21, se detalla el cálculo del capital de trabajo por año, el mismo que para el año cero es de S/.65,806.00, es decir la empresa empezará con un capital de trabajo de dicho monto.

Cuadro 21

Capital de trabajo de Inversiones Vestimenta XL SRL. (soles)

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	15.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.66,809	-S/.2,429	-S/.755	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,237	-S/.675	-S/.210	
Inventario					
Número de días		30	30	30	
Monto		-S/.20,620	-S/.10,713	-S/.2,524	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.687	S/.357	S/.84	
TOTAL					
	-S/.66,809	-S/.23,599	-S/.11,785	-S/.2,650	S/.104,844

Fuente: elaboración propia

En el cuadro Nro.22, se muestra el estado de resultado integrales (ERI), en el que se aprecia el resumen de las operaciones del presente proyecto, se puede apreciar la ventas proyectadas, como los costos proyectados que arrojan el margen bruto, resultado de la diferencia de ambos para obtener el margen operativo se ha analizado del cuadro Nro.12 que representa los gastos administrativos, el cuadro Nro.13 que representalos gastos comerciales y el cuadro Nro.16 que representa la determinación de la depreciación, todos estos se restan con el resultado del margen bruto, para obtener el margen operativo, como resultado final al margen operativo se le resta al impuesto a la renta calculado, el cual representa el margen neto, como se puede apreciar el estado de resultados integrales representa el enfrentamiento de los ingresos contra los costos y gastos de la empresa y así determinar el resultado del ejercicio de cada periodo y con estos resultados se va evaluar el flujo de caja tanto económico como financiero

Cuadro 22

Estado de resultados integrales de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.445,396	S/.688,271	S/.763,742
Costo ventas	-S/.247,442	-S/.376,000	-S/.406,292
Margen bruto	S/.197,954	S/.312,271	S/.357,450
Gastos administrativos	-S/.125,349	-S/.137,761	-S/.104,745
Depreciación	-S/.3,958	-S/.3,958	-S/.3,958
Gastos comerciales	-S/.18,600	-S/.17,400	-S/.15,000
Margen operativo	S/.50,047	S/.153,152	S/.233,747
Gastos financieros	-S/.12,200	-S/.7,400	-S/.2,600
Margen antes de tributos	S/.37,847	S/.145,752	S/.231,147
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/37,847	S/145,752	S/231,147
Pago impuesto a la renta	-S/.3,785	-S/.30,127	-S/.55,318
Utilidad neta	34,062	115,625	175,829

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.23, representa el cálculo realizado por el impuesto a la renta, afectos del presente plan de considera el 10%, al tratarse de una, empresa siempre y cuando que la utilidad antes de impuestos no supera las 15 unidades impositivas tributarias (UIT). En caso de exceder como sucede a partir del segundo año, por el exceso se pagará la tasa normal del 29.5% del impuesto a la renta. No se ha considerado el pago de participación de utilidades ya que no se cumple con la exigencia de ley, que es de exceder de 20 trabajadores.

Cuadro 23

Cálculo de la tributación de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)	0%	0%	0%
Impuesto a la renta (más de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
Tasa tributaria (IMPUESTO A LA RENTA)	29.50%	29.50%	29.50%
Para efectos de pago a SUNAT Régimen 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 (más de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2021	Cantidad	Importe
Unidad Impositiva Tributaria	4,400	15	66,000
Calculo del IR: UAI	S/37,847	S/145,752	S/231,147
HASTA 15 UIT 10%		S/66,000.00	S/66,000.00
POR EL EXCESO DE 15UIT		S/79,752.19	S/165,146.84
IMPUESTO DEL 10%	S/3,784.70	S/6,600.00	S/6,600.00
IMPUESTO DEL 29.50%	S/0.00	S/23,526.90	S/48,718.32
TOTAL	S/3,784.70	S/30,126.90	S/55,318.32

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.24, representa la proyección de estado de resultados integrales en todo el horizonte de tiempo de la evaluación, los activos son mayores al pasivo corriente y al no corriente, el cual refleja un resultado del ejercicio con utilidades en todos los tres años del proyecto, el cual serán validados con el ROI (Return on investment) retorno de la inversión, que es el valor económico, así como el RO (Return on Equity) que es la rentabilidad financiera del proyecto.

Cuadro 24

Estado de situación financiera de Vestimenta XL SRL (soles)

Estado de situación financiera	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo corriente	S/66,809	S/85,516	S/185,456	S/345,327
Caja Bancos	S/66,809	S/56,279	S/131,961	S/276,227
Cuentas por cobrar		S/8,617	S/22,162	S/35,242
Inventarios		S/20,620	S/31,333	S/33,858
Activo no corriente	S/18,240	S/14,283	S/10,325	S/6,368
TOTAL, ACTIVO	S/85,049	S/99,799	S/195,781	S/351,694
Pasivo corriente		S/687	S/1,044	S/1,129
Pasivo No Corriente	S/60,000	S/40,000	S/20,000	S/0
TOTAL, PASIVO	S/60,000	S/40,687	S/21,044	S/1,129
Patrimonio				
Capital	S/25,049	S/25,049	S/25,049	S/25,049
Utilidades retenidas		S/0	S/34,062	S/149,688
Resultado del ejercicio		S/34,062	S/115,625	S/175,829
TOTAL, PATRIMONIO	S/25,049	S/59,112	S/174,737	S/350,566
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	S/85,049	S/99,799	S/195,782	S/351,694

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

El cuadro Nro.25, muestra el flujo de caja económico del proyecto, los resultados finales (saldos) reflejan la circulación del efectivo del proyecto, así como las entradas y salidas del capital, producto del giro del negocio. Solo el año cero muestras saldo negativo dado que es el año de la inversión, para el resto de los periodos son positivos, lo cual refleja que el negocio brindara beneficios y rentabilidad a la empresa.

Cuadro 25

Flujo de caja de Caja Económico de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.445,396	S/.688,271	S/.763,742	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.18,240				S/.6,368
Capital de trabajo	-S/.66,809	-S/.23,599	-S/.11,785	-S/.2,650	S/.104,844
Compras		-S/.247,442	-S/.376,000	-S/.406,292	
Gastos administrativos		-S/.125,349	-S/.137,761	-S/.104,745	
Gastos comerciales		-S/.18,600	-S/.17,400	-S/.15,000	
Pago impuestos		-14,764	-45,180	-68,955	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.85,049	S/.15,642	S/.100,144	S/.166,099	S/.111,211

Fuente: elaboración propia.

El cuadro Nro.26 muestra el flujo de caja financiero que representa la rentabilidad del plan a efectos del análisis de los costos, se ha considerado un préstamo de S/.60,000.00 a una TEA del 2%, en 36 meses. Se aprecia que en el horizonte de la evaluación del presente proyecto refleja montos positivos, el cual es un indicador que aun considerando el préstamo la empresa obtendrá rentabilidad. Es decir, el cuadro presenta el flujo de caja económico que ve la rentabilidad del proyecto sin considerar el financiamiento y el flujo de caja financiero incorpora el financiamiento

Cuadro 26

Flujo de caja de Caja Financiero de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.445,396	S/.688,271	S/.763,742	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.18,240				S/.6,368
Capital de trabajo	-S/.66,809	-S/.23,599	-S/.11,785	-S/.2,650	S/.104,844
Compras		-S/.247,442	-S/.376,000	-S/.406,292	
Gastos administrativos		-S/.125,349	-S/.137,761	-S/.104,745	
Gastos comerciales		-S/.18,600	-S/.17,400	-S/.15,000	
Pago impuestos		-14,764	-45,180	-68,955	
Flujo caja económico (FCE)	-S/.85,049	S/.15,642	S/.100,144	S/.166,099	S/.111,211
Préstamo recibido	S/.60,000				S/.0
Amortización		-S/.20,000	-S/.20,000	-S/.20,000	
Gastos financieros		-S/.12,200	-S/.7,400	-S/.2,600	
Escudo fiscal		S/.3,599	S/.2,183	S/.767	
Flujo caja financiero (FCF)	-S/.25,049	-S/.12,959	S/.74,927	S/.144,266	S/.111,211
FCE	-S/.85,049	S/.15,642	S/.100,144	S/.277,310	
FCF	-S/.25,049	-S/.12,959	S/.74,927	S/.255,477	

Fuente: elaboración propia.

El cuadro 27, se puede apreciar la medición de la rentabilidad de la inversión. En primer punto el análisis del ROI (Return on investment) retorno de la inversión el cual muestra que para el primer año será del 59%, 153% para el segundo año y para el tercer año del 119%, con lo cual se demuestra el rendimiento de la inversión para los tres años, es decir es el resultado del margen operativo entre el total de activos de la empresa. Los mismos que han sido expresados en porcentajes.

Por otro lado, analizamos el ROE (Return on Equity) que es la rentabilidad financiera para el proyecto, el cual refleja el primera año 136%, para el segundo

año 196% y para el tercer año 101%, con lo cual se demuestra que aun con el préstamo el proyecto es rentable. El mismo que ha sido resultado de la división entre la utilidad neta entre el patrimonio, refleja rentabilidad utilizada para financiar los activos el mismo que supera la rentabilidad económica.

Cuadro 27

Ratios de medición de la renta de la empresa Inversiones Vestimenta XLSRL (%)

Ratios	Año 1	Año 2	Año 3
ROI	59%	153%	119%
ROE	136%	196%	101%

Fuente: elaboración propia

El cuadro Nro.28, se muestra la viabilidad del proyecto, el Valor actual neto resultado es de S/.179,597.00 que quiere decir que la cifra determinada en el flujo es > (mayor) a 0 (cero), por tanto, es recomendable llevar a cabo la inversión en el plan analizado. El valor mayor a cero indica que el proyecto arroja beneficio para lo cual el plan sería la mejor alternativa de inversión. Por otro lado la Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) del proyecto se define $TIR > COK$, la que refleja un 82%, tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual mayor al costo de oportunidad del capital que genera el capital invertido en el proyecto, considerando ambos ratios económicos (VAN y TIR) para el proyecto, es recomendable realizarla inversión.

Ambos ratios fueron calculados utilizando la tasa de descuento CAPM (asset pricing model), ya que el cálculo se basa en la determinación de la rentabilidad para los activos.

En cuanto al índice beneficio costo (B/C), esta ratio muestra la relación que existe entre el beneficio y la inversión, y la que arroja el proyecto es de S/.3.11, que quiere decir que por cada sol invertido la empresa obtendrá S/.3.11 de beneficio.

Cuadro 28

Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Económica de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

VAN Económico	S/.179,587
Tasa de descuento (CAPM)	16.16%
TIR Económica	82%

Índice B/C	3.11
------------	------

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro Nro.29, muestra la viabilidad del proyecto, el Valor Actual Neto Financiero (VANF) es S/.172,797.00, que quiere decir que la cifra determinada en el flujo es > (mayor) a 0 (cero), por tal motivo es recomendable realizar la inversión en el plan analizado. Un valor mayor a cero indica que el negocio presenta beneficio respecto a la inversión para lo cual el plan sería la mejor alternativa de inversión. Por otro lado, la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) del plan se define $TIR=COK$, el que refleja un 143%, tasa porcentual que indica una rentabilidad promedio anual mayor al costo de oportunidad de capital que genera el capital invertido en el plan, teniendo en cuenta el análisis del VAN y la TIR financiera.

Para el presente proyecto es recomendable realizar la inversión, cabe señalar que para el análisis del VAN y TIR financiero se ha calculado utilizando la tasa de descuento WACC (Weighted Average Cost of Capital), ya que el cálculo se basa en la determinación de la rentabilidad incorporando el préstamo, como se puede ver, aun considerando el financiamiento bancario el proyecto arroja una rentabilidad futura para todo el horizonte de evaluación.

Cuadro 29

Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) e Índice Beneficio /Costo (B/C) Financiero de Inversiones Vestimenta XL SRL (soles)

VAN Financiero	172,797
Tasa de descuento (WACC)	18.10%
TIR Financiero	143%
Índice B/C	7.90

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

- a. La finalidad del presente proyecto es la de constituir la empresa Inversiones Vestimenta XL SRL, estará dedicada a la a la venta de prendas de vestir de tallas extra grande, dentro de ellas, ropa, zapatos, carteras y otros accesorios. Se contarán con distintos diseños, modelos y colores.
- b. El factor considerado para elaborar el plan de marketing fue las necesidades de los clientes actuales, la empresa contará con un fan page para promocionar sus productos, ya que es el medio más utilizado por los clientes.
- c. En cuanto al plan de operaciones se ha diseñado procesos simples que buscan comercializar productos de calidad. La fuente de aprovisionamiento será la ciudad de Lima, ciudad donde se ha determinado las empresas fabricantes.
- d. El plan de recurso humano, ha determinado las funciones claras, precisas de cada uno de los miembros de las áreas que componen la empresa. La estructura orgánica es simple, el organigrama es funcional. Se brindará todos los beneficios sociales que otorga una micro empresa a los colaboradores.
- e. En el plan económico y financiero, las ratios que se obtuvieron del proyecto son, Valor Actual Neto económico (VANE) de S/. 179,597 y un Valor Actual Neto financiero de S/. 172,797. (VANF) La Tasa Interna de retorno Económica (TIRE) es de 82% y la Tasa Interna de Retorno Financiera (TIRF) es de 143%. El cuanto al índice beneficio costo económico es de S/.3.11 y el índice beneficio costo financiero es de S/.7.90, por lo que se aprecia que el proyecto es rentable.

BIBLIOGRAFÍA:

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

El Universal (2014), *Facebook como herramienta de marketing*, Blog del diario El Universal, Medellín, Colombia.

Gestión, (01/04/2019), Hogares gastan más en ropa de mujer que en ropa de niño. Disponible en: www.gestion.com.pe

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales 2015: XII de Población y VI de Vivienda*. Lima, Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2020). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU*, Disponible en: www.inei.gob.pe

McCarthy, E.J. (1964). *Basic Marketing: A Managerial Approach*, 2ª ed., R.D. Irwin, Homewood.

Oie, Ricardo 2020. Kantar Wordpanel. Disponible www.kantarWordpanel.

Perú Retail (2019). La web retail y los canales comerciales. Consumo se recupera y crece 4% en el Primer trimestre del 2019. Disponible en: <https://www.peru-retail.com/peru-consumo-recupera-primer-trimestre-2019/>.

Rockcontent (2018). *El Marketing*, Revista digital sobre actualidad en marketing, México.

Sunat (2022). *Estadísticas, Institucional*.