



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Plan de negocio, Comercialización de Zapatos de damas, caballeros y niños,
año 2018**

Autor: Alfaro Mendoza, Maribel

**Para optar el título profesional
de Contador Público**

**Iquitos – Perú
2018**

DEDICATORIA

A mis queridos padres SEGUNDO
Y GRACIELA por haberme
Inculcado el espíritu
permanente de superación y
de amor a la familia.

A mí querida hermana LEONOR
Por su apoyo económico sus
Consejos y motivación para
ser mejor cada día.

AGRADECIMIENTO

 Mi especial agradecimiento al
 A todas las personas que me brindaron
su invaluable apoyo, conocimiento, experiencias durante mi carrera universitaria.

 Así mismo agradecer a la empresa
donde laboro “INVERSIONES MUNGUIA EIRL”
por brindarme la oportunidad y experiencia
que me sirvió de ayuda para elaborar mi
plan de negocios.



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 50-2019-UCP-FAC.NEGOCIOS del 28 de enero de 2019, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- **CPC. Edwin Delgado Hildebrandt Mgr.** **Presidente**
- **CPC. Humberto Lozano Arana Mgr.** **Miembro**
- **CPC. Isaías Ruiz Reátegui** **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 10 p.m. horas del día 15 de ENERO del 2019 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: "PLAN DE NEGOCIO, COMERCIALIZACIÓN DE ZAPATOS DE DAMAS, CABALLEROS Y NIÑOS, AÑO 2018"

Presentado por:


MARIBEL ALFARO MENDOZA

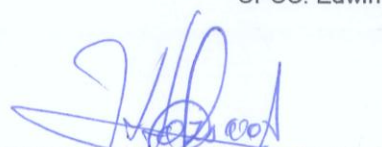
Como requisito para optar el título profesional de Contador Público. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El jurado después de la deliberación en privado llevo a la siguiente conclusión:

La sustentación es:

Aprobado por mayoría

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


CPC. Edwin Delgado Hildebrandt Mgr.
Presidente


CPC. Humberto Lozano Arana Mgr.
Miembro


CPC. Isaías Ruiz Reátegui
Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
1.1. NOMBRE DEL NEGOCIO.....	1
1.2. ACTIVIDAD EMPRESARIAL.....	1
1.3. IDEA DEL NEGOCIO.....	2
II. PLAN DE MARKETING.....	3
2.1. NECESIDADES DE LOS CLIENTES	3
2.2. DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS	15
2.3. OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.	24
2.4. PROGRAMA DE MARKETING.	28
2.4.1. El producto.....	28
2.4.2. El precio.....	33
2.4.3. La promoción.	34
2.4.4. La plaza.	36
III. PLAN DE OPERACIONES	38
3.1. Estudio de las fuentes de aprovisionamiento	38
3.2. Proceso de abastecimiento.....	43
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	47
4.1. Organización.....	47
4.2. Puestos, perfil profesional, tareas y funciones.	47
4.4. Régimen tributario.....	51
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	52
5.1. Estudio económico.....	52
5.2. Ingresos.....	52
5.3. Costo de ventas.....	56
5.8 Retorno de la inversión.	65
CONCLUSIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	69

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1: Volumen de la producción de calzado, varios países periodo 2016 / 2017	16
Tabla 2: Total de población masculina y femenina estimada, provincia de Maynas, por distritos, junio 2015	22
Tabla 3: Población masculina y femenina por grupo de edad, provincia de Maynas, por distritos, junio 2015.....	22
Tabla 4: Precios de calzado para hombres de la competencia, ciudad de Iquitos, 2018	26
Tabla 5: Precios de calzado para damas, de la competencia, ciudad de Iquitos, 2018.....	26
Tabla 6: Precios de calzado para niños(as), de la competencia, ciudad de Iquitos, 2018.....	27
Tabla 7: Precios de calzado para hombres de la comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L, 2018.....	32
Tabla 8: Precios de calzado para damas de la comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L, 2018.....	32
Tabla 9: Precios de calzado para niños(as) de la comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L, 2018.....	32
Tabla 10: Promociones en días festivos, 2018.....	34
Tabla 11: Nomenclatura subpartida arancelaria para calzado y afines, 2018	39
Tabla 12: Medidas impositivas para la importación de calzado y afines, 2018	39
Tabla 13: Régimen MYPE tributario-esquema determinativo RMT, 2017	51
Tabla 14: Inversión inicial.....	52
Tabla 15: Demanda inicial.....	53
Tabla 16: Proyección de la demanda.....	54
Tabla 17: Proyección de ingresos	55
Tabla 18: Proyección del costo de venta.	56
Tabla 19: Remuneraciones del personal.....	57
Tabla 20: Contribuciones sociales.	58
Tabla 21: Gratificaciones fiestas patrias y navidad.	58

Tabla 22: Compensación por tiempo de servicios.....	59
Tabla 23: Servicios básicos.....	59
Tabla 24: Depreciación y amortización de activos.	60
Tabla 25: Gastos pre operativos.	60
Tabla 26: Publicidad, marketing, promociones y otros.....	61
Tabla 27: Gastos de administración.....	61
Tabla 28: Estado de Resultados económicos proyectado de la comercializadora de calzado “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.”.....	62
Tabla 29: Régimen tributario.....	62
Tabla 30: Financiamiento de la comercializadora de calzado “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.”.....	63
Tabla 31: Flujo de caja de la comercializadora de calzado “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.”.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1: Tendencia de moda de calzado casual 2018 -----	5
Figura 2: Zapatilla deportiva, New Balance Trail Runnig, 2018-----	6
Figura 3: New Balance Trainin-White, 2018-----	6
Figura 4: Adidas Speed Trainer 2-----	7
Figura 5: Puma Cross-Training -----	7
Figura 6: Tendencia de moda de zapatillas, 2017 -----	8
Figura 7 Calzado escolar-----	9
Figura 8: Tendencia de modelo de calzado de dama Peep Toes, 2012.-----	10
Figura 9: Ballerinas damas.-----	10
Figura 10: Sandalia con plataforma -----	11
Figura 11: Zapatilla de lona.-----	11
Figura 12: Zapatos negros simple -----	12
Figura 13: Sandalias metálicas -----	12
Figura 14: Sandalias planas-----	13
Figura 15: Tacones sexis-----	13
Figura 16: Empresas que producen calzado, Perú, 2017 -----	17
Figura 17: Principal concentración de fabricación de calzado, Perú, 2017 -----	18
Figura 18: Destino de la producción de calzado, Perú 2017 -----	19
Figura 19: Principales actividades económicas demandantes de calzado de cuero y otros, Perú 2017 (participación porcentual)-----	21
Figura 20: Principales empresas importadores de calzado, Perú, Peridodo: enero julio 2017).-----	40
Figura 21: Cadena de valor-----	46

RESUMEN

El presente plan de negocios plantea la comercialización de calzado en la ciudad de Iquitos, una ciudad en la que este aditamento de la vestimenta, hay que renovar permanentemente por las características climáticas y de infraestructura que tiene la ciudad, y sus poblados en el amplio espectro de la cuenca del Amazonas, en la que las pistas y veredas no son precisamente parte del paisaje, y en donde la permanente posibilidad de lluvia está presente todo el año.

El objetivo de la investigación es demostrar la factibilidad comercial, técnica, organizacional, económica y financiera de la comercialización de productos de calzados para damas y caballeros de todas las edades, en buena cuenta para toda la población en general.

Este negocio desarrollará sus actividades de comercialización de calzado para damas y caballeros de todas las edades en el mercado local por ser un producto cuya demanda es constante y es una necesidad en diferentes segmentos de mercado, por tanto se puede satisfacer los distintos niveles de necesidades.

El mercado de estudio es la ciudad de Iquitos, capital de la principal región Amazónica que representa una oportunidad para la implementación del negocio para atender la demanda de calzado para su población y contribuir con la satisfacción de necesidades siendo un producto que está dirigido a diferentes segmentos de mercado y puede satisfacer cada uno de los niveles de necesidades, como la atracción de otras personas, en función a la ocasión, gustos y preferencias, así como al bienestar individual relacionado con la salud y el hogar.

Palabras claves: Plan de negocio, comercio, mercado nacional de calzados, segmento de mercado, zapatos para damas, caballeros y niños.

ABSTRACT

This business plan proposes the commercialization of footwear in the city of Iquitos, a city in which this garment addition, must be permanently renewed by the climatic and infrastructure characteristics of the city, and its villages in the broad spectrum of the Amazon basin, in which the tracks and sidewalks are not exactly part of the landscape, and where the permanent possibility of rain is present all year round.

The objective of the research is to demonstrate the commercial, technical, organizational, economic and financial feasibility of the marketing of footwear products for ladies and gentlemen of all ages, in good account for the entire population in general.

This business will develop its footwear marketing activities for ladies and gentlemen of all ages in the local market as it is a product whose demand is constant and is a necessity in different market segments, therefore the different levels of needs can be met.

The market of study is the city of Iquitos, capital of the main region Amazonian represents an opportunity for the implementation of the business to meet the demand for footwear for its population and contribute to the satisfaction of needs being a product that is aimed at different market segments and can meet each of the levels of needs, such as attraction of other people, depending on the occasion, tastes and preferences, as well as individual welfare related to health and home.

Keywords: Business plan, trade, national footwear market, market segment, shoes for ladies, men and children.

I. INFORMACIÓN GENERAL.

1.1. NOMBRE DEL NEGOCIO.

Nombre: Comercializadora de calzados El Mundo en tus pies E.I.R.L.

Localización: ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú. Calle Ramírez Hurtado N°1124, distrito de Belén

Sector de actividad: comercialización de calzados en general al por mayor y menor.

1.2. ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

Etapa de comercialización (Clasificación CIUU).

G	Comercio al por mayor y menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.		
	46	Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	
		464	Venta al por mayor de enseres domésticos
			4641 Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado
	47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	
		471	Venta al por menor en comercios no especializados
			4771 Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados

Fuente: (INEI, 2010).

1.3 IDEA DEL NEGOCIO.

Se busca satisfacer las necesidades siguientes de los clientes, la primera necesidad es la protección de los pies en los momentos de caminata, también el color del calzado que vaya acorde con el color de la vestimenta o traje. Es usar el calzado apropiado para la ocasión. Luego la necesidad de comodidad de los pies, que el calzado sea apropiado para el tipo de deporte que se practica.

Los tipos de clientes son las familias que compran calzado para sus hijos, los jóvenes que buscan calzados a la moda, y otros son las damas especialmente las que trabajan, las empresas que compran calzado para su personal, y en general van en función de las edades por el tamaño del calzado.

El local que se propone, estará adecuadamente implementado, para atender con comodidad, espejos apropiados para que el cliente pueda verificar observando lo bien que le queda el zapato, que le ofrecemos, igualmente descuentos y ofertas de temporada, compras por volumen, y facilidad en los medios de pago electrónicos, además podrá disfrutar de la atención personalizada de personal entrenado para tal fin y que contribuya a que el cliente realice una buena elección y quede satisfecho con su compra, y regresará pronto.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 NECESIDADES DE LOS CLIENTES

La región por sus características climáticas descritas y por la infraestructura con la que cuenta contribuye a que surja la necesidad permanente de renovación de calzado, con más frecuencia que otras regiones, el calzado en general producto de la actividad normal de la persona, se ve sometido a mojarse producto de la lluvia, y consecuentemente por el barro que se forma con la tierra al no contar toda la ciudad con veredas, e infraestructura adecuada.

El plan de marketing posibilitará conocer con detalle las necesidades del potencial cliente, y su comportamiento de compra, de tal manera de poder implementar en el negocio que se propone, las herramientas, capacitación, y consideraciones necesarias para la venta, tratando de satisfacer plenamente a los clientes.

Arellano (2014), manifiesta que cuando tratan el tema del consumidor además de hacer referencia a su comportamiento de compra, se estudia las actividades externas como la búsqueda que hace del producto, el transporte del producto desde la tienda hasta el lugar de disposición.

Agrega que también debe conocerse las actividades internas, por ejemplo, el deseo de un producto, la lealtad hacia una marca, la influencia psicológica producida por la publicidad y la actitud hacia el precio. (Arellano, 2014)

También las tecnologías están cambiando los comportamientos de compra del cliente y por ende aparecen nuevas necesidades tales como: ver modelos de calzado de modo inmediato, por ejemplo cuando un cliente quiere ver modelos al instante, lo que hace es conectarse e ingresar a la web, bien sea a través de la red social Facebook o a las páginas web que contengan la información de zapatos que está tratando de encontrar y busca tiendas virtuales de calzados, modelos, colores, tendencias de moda y pone de manifiesto sus gustos y

preferencias, hecho que puede ser registrado, y contar con una data de los clientes una vez que consultan a través de las herramientas o conectores de contacto que permite esta tecnología.

Existen diversas necesidades que tienen los clientes, desde un calzado casual, deportivo, de trabajo, actividad especializada, o también la necesidad de un calzado elegante para momentos sociales especiales.

En ese sentido la industria ha crecido no sólo por la necesidad básica de proteger esta parte del cuerpo humano si no principalmente, se ha convertido en toda una industria competitiva, y en la que hoy existen revistas especializadas dirigidas a orientar a este aspecto del vestir y se aúna la combinación que se implementa a través principalmente de las revistas de moda, que es materia obligada de consulta en el momento de implementar una idea de negocio de este tipo. Es así que se recurre a la expresión de dichos expertos respecto de tendencias, moda, estilos, colores y otras características que acompañan a conocer la demanda y el comportamiento del mercado en general.

A continuación se detallan las opiniones, y expresiones de los expertos en materia de moda y calzado en general, cuyas percepciones se publican en los medios de comunicación masiva, y en revistas especializadas, tanto en calzado como en las tendencias de la moda, estacionalidad y materiales.

La República, (2016) el Director de Alidaju Lizandro Chávez, señala que “en calzado casual para hombres no hay nada mejor que las zapatillas urbanas. Se ajustan perfectamente a salidas nocturnas u ocasiones un poco más formales” (La República, 2016).

A continuación se presentan varios modelos de zapatillas para caballeros al gusto y preferencia del consumidor.

Figura 1: Tendencia de moda de calzado casual 2018



Fuente: la autora

Respecto al calzado deportivo, Cristina Camargo expresa que “los zapatos deportivos son uno de los complementos más importantes para todo el que quiera mantenerse en forma. Existen cientos de modelos que no sólo aportan comodidad, también aportan estilo. Un par de tenis pueden convertirse fácilmente en el centro de cualquier look deportivo” (Camargo, 2018).

A continuación, se muestran variedad de modelos de zapatillas deportivas para caballeros, con impresiones y colores sólidos que son ideales para lograr un look deportivo elegante.

Esta zapatilla deportiva tiene una suela de goma gruesa y entre-suela cómoda y acolchada. Cuenta con superposiciones estratégicas para un mayor ajuste y amortiguación, además es transpirable. Es una zapatilla de calidad que ofrece un diseño anatómico y protección al pie cuando se hace ejercicio y para caminar diario.

Figura 2: Zapatilla deportiva, New Balance Trail Running, 2018



Fuente: (Amazon, 2018)

Este cómodo tenis está elaborado en cuero, poseen una entre suela con memoria EVA que se adapta a cada pie y movimiento. La parte trasera del zapato tiene amortiguación especial para minimizar el impacto al caminar. Por su diseño clásico y su buena calidad, este zapato está en el Top 10 de los más vendidos de Amazon. Su diseño es ideal para disfrutar de un entrenamiento seguro de levantamiento de pesas, por el excelente soporte y ajuste que ofrece.

Figura 3: New Balance Trainin-White, 2018



Fuente: (Amazon, 2018)

Este modelo de la marca Adidas es una de las marcas más reconocidas en el mercado deportivo, está diseñado con malla de aire transpirable además es liviano y flexible. Son recomendados para deportes de velocidad, son excelentes

Figura 4: Adidas Speed Trainer 2



Fuente: (Amazon, 2018)

Este calzado, Puma, está elaborado bajo un diseño simple sin cordones con tiras de gamuza, cierre de velcro y suela de caucho con ranuras flexibles. El diseño de este zapato te brindará el confort que necesitas para tus actividades diarias, además tiene un look original y moderno con el que puede complementar cualquier ropa y sobre todo hace que te hará sentir cómodo y seguro.

Figura 5: Puma Cross-Training



Fuente: (Amazon, 2018)

A continuación, se muestran diferentes modelos de zapatillas y botines deportivos para damas y caballeros.

Figura 6: Tendencia de moda de zapatillas, 2017



Fuente: (Amazon, 2018)

Referente al calzado escolar, Ana Cristina Alvarado (2017), señala que “escoger los zapatos adecuados repercutirá en el desenvolvimiento diario de los escolares o colegiales y en la salud de sus pies” (Alvarado, 2017).

Por otro lado, la doctora María del Carmen Gastañaga (2017), especialista en salud ocupacional y ambiental del Instituto Nacional de Salud (INS), indicó que para elegir el calzado que mejor se acomode y adapte a las necesidades del niño, este debe estar presente al momento de la compra (Gastañaga, 2016).

Es importante especialmente en la temporada escolar, es la época en la que los padres se preocupan en buscar este producto que sea de buena calidad y a precios accesibles, sobre todo que sus pequeños se sientan cómodos al caminar con su calzado para ello necesitan zapatos de buena calidad, suave, pero con la resistencia suficiente para un uso continuo durante todo el año escolar, que los zapatos no deben terminar en punta para evitar deformaciones es decir, deben tener una suela de goma, el talón del zapato debe ser fuerte, pero no duro para que no lastime el pie del niño.

En la figura siguiente se presentan diferentes modelos de calzado escolar, con pasador, con pegapega, y en mocasín que son una opción muy cómoda y práctica, desde los que destacan por su simplicidad o aquellos que se caracterizan por tener detalles como hebillas, aplicaciones, estampados, y otros.

Figura 7 Calzado escolar



Fuente: (Charpentier, 2012)

Referente al calzado de dama, Denisse Charpentier (2012), expresa que “acopiar pares y pares de zapatos en el closet no parece ser una buena estrategia, señala un artículo de la revista femenina Glamour, asegurando que lo mejor es tener ciertas variedades en colores neutros que puedas combinar en distintas ocasiones” (Charpentier, 2012). En este sentido, el magazine sugiere tener los diez modelos que te mostraremos a continuación:

Los “Peep-toes”, son un tipo de zapato que tiene una pequeña abertura en la punta y son ideales cuando quieres lucir elegante, pero no quieres que se acaloren demasiado tus pies. Además de verse sofisticados, suelen dar una apariencia de que la pierna es más larga.

Figura 8: Tendencia de modelo de calzado de dama Peep Toes, 2012.



Fuente: (Charpentier, 2012).

Las ballerinas o “zapatillas de ballet”, permite darle un respiro a tus pies y un look diferente lo importante es que se puede combinar con casi todo lo que uses. Además son prácticas de llevar en la cartera cuando sales del trabajo, estando tanto tiempo usando zapato taco, para dar un paseo disfrutar de la comodidad y placer al caminar.

Figura 9: Ballerinas damas.



Fuente: (Charpentier, 2012)

Sandalias con plataforma, son ideales para sentirte alta, cómoda y fresca, ya que se puede aumentar centímetros sin torturar tus pies, este tipo de zapato son una opción muy cómoda y práctica, desde los que destacan por ser llanos simples y aquellos que se caracterizan por tener detalles como hebillas, aplicaciones, estampados de acuerdo al gusto y preferencia del consumidor.

Figura 10: Sandalia con plataforma



Fuente: (Charpentier, 2012)

Zapatillas de lona son un modelo para lograr un look deportivo elegante y es cómoda, además son ideales para usar con jeans, existe una diversidad de colores como, camel, blanco, azul, negro y rojo son ideales para complementar cualquier look, debido a su versatilidad y además están muy de moda en esta temporada.

Figura 11: Zapatilla de lona.



Fuente: (Charpentier, 2012)

Zapatos negros simples tener este tipo de zapato te pueden sacar del apuro cuando crees que nada combina, son una especie de comodín para casi cualquier tenida semi formal o formal. Se puede utilizar para una reunión de trabajo, para una entrevista, etc.

Figura 12: Zapatos negros simple



Fuente: (Charpentier, 2012)

Sandalias metálicas pueden ser plateadas o doradas este tipo de zapato son las más indicadas para combinar con un vestido de fiesta o usar durante una salida nocturna en verano.

Figura 13: Sandalias metálicas



Fuente: (Charpentier, 2012).

Las sandalias planas son importantes en aquellos días calurosos que deseas caminar o descansar en el pasto. Este modelo es combinable con diferentes colores y estilos de ropa.

Figura 14: Sandalias planas



Fuente: (Charpentier, 2012).

Tacones sexis se utiliza cuando sales a relucir tu espíritu de reina en una fiesta o evento, en esta ocasión puedes usar estos preciosos zapatos que complementen tu sexy look.

Figura 15: Tacones sexis



Fuente: (Charpentier, 2012).

El negocio de calzado está en crecimiento en los estándares de producción y comercialización, así dijo Diego Yrivarren año (2017), “Perú es el cuarto mayor productor de calzado de América del Sur. La Asociación Brasileña de componentes para cuero, calzado y manufacturas (Assintecal) mostro interés en lograr un fortalecimiento comercial, por lo que una delegación vendrá para fomentar el crecimiento de la industria peruana.”

Adriana Ríos (2017), Directora del CITECCAL Lima, señala que “el sector calzado apuesta por una mayor innovación para exportar, ahora uno de los principales retos que asume es lograr mejores precios en el mercado internacional, lo cual se espera lograr mediante el uso de nuevos materiales”. (ITP, 2017)

En este sentido se está dando una mayor importancia al uso de materiales naturales del Perú; así también de acuerdo a las necesidades, hay empresas que están apostando por fabricar materiales que pueden ser utilizados en productos especiales con exigencias internacionales, de esta manera el sector calzado está creciendo y es una muy buena ventaja pasar fronteras .

Sonia Domínguez (2017), expresa que “la producción manufacturera mantiene una tendencia positiva. Las importaciones de calzado en este período registraron un incremento de 7.7% en pares de calzado, y las exportaciones fueron en aumento, por lo que registraron un avance significativo de 85%”. (Dominguez, 2017)

Para mejorar en productividad competitividad el sector se está orientando al desarrollo de calzados más elaborados utilizando materiales más valiosos. De manera formal, hay unas 50,000 personas directamente involucradas con el sector y se calcula que por cada empleo directo se crean por lo menos tres puestos indirectos, con lo que estaríamos hablando de aproximadamente 200,000 personas.

Gracias a los diversos programas que viene implementando el Ministerio de la Producción (Produce), tales como Compras a Myperú y los proyectos concursales de Innóvate Perú, más empresas se sienten incentivadas hacia la formalidad, pues quieren participar en esas iniciativas.”

Según la CCL (Cámara de Comercio de Lima, 2017) “la marca de zapatillas que prefieren los peruanos es Adidas la marca de zapatillas más

comprada por los peruanos (35%), seguida de Nike (17%), Reebok (11%) y Puma (10%)". (CCL, 2018)

El negocio se orienta a satisfacer una serie de necesidades de este tipo de clientes no cubiertas adecuadamente por la competencia más próxima. Estas necesidades son las derivadas de la falta de atención al cliente que, por el tipo de público de la zona, demanda una orientación técnica y estética sobre el producto. Además, puesto que el precio de venta del calzado ha pasado a ser un elemento decisivo a la hora de decidir la compra, nos proponemos, selección de proveedores y un ajuste de los márgenes a aplicar al producto, ofrecer condiciones muy competitivas.

Se pretende dirigir el producto a zonas que no llega frecuentemente que hay un mercado que tiene la necesidad de esta manera apuntamos por ejemplo a los pueblos ribereños de la región en fechas claves como realización de fiestas patronales, fiestas patrias, navidad, año nuevo, pagos de profesores y a trabajadores de esta manera aprovechar para ingresar con el producto y acaparar nuevos clientes consumidores mayoristas y/o minoristas.

2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS

Se observa el mercado de consumo a nivel mundial, luego el consumo nacional y finalmente el consumo local.

El sector calzado a nivel de Latinoamérica presenta en la mayor parte crecimiento en los últimos años, esto explicado por el crecimiento poblacional y las mejoras condiciones económicas de la población. De acuerdo a lo que indicó la Revista Argentina de Moda, Tecnología y Mercados para la Industria del Calzado (SERMA, 2016) en su reporte sectoriales, oficiales y privados de cada país la evolución de la producción de calzado ha tenido un comportamiento variable durante los últimos dos años.

En el año 2016 el país con mayor producción de calzado es Argentina su producción fue de 110.000.000 de pares, pero en el año siguiente hubo un decremento en su producción, luego lo sigue Brasil que en el año pasado ha producido 992.000.000 pares, posteriormente sigue México, Colombia, Perú y Uruguay como el menor productor de calzado. (SERMA, 2016)

Referente a la exportación en el año 2016 y 2017 Brasil fue el mayor exportador, con 127.100.000 pares; seguido esta México, con 25.300.000 pares de calzado; luego esta Perú con la exportación de 2.472.000 de pares en año 2017; seguido de Argentina, Chile, Bolivia y el país de menor participación en exportar son Uruguay y Venezuela. (SERMA, 2016)

Respecto a la participación en la importación en el año 2016 y 2017 lidera Chile con 114.473.000 pares este último año; luego se encuentra México, Colombia, Venezuela, Perú y el país con menor importación es Uruguay que en el 2016 importó 14.800.000 pares de calzado. (SERMA, 2016)

Referente al consumo anual el año 2016 y 2017 fue Chile con 6.4 de consumo anual por habitante; seguido de Paraguay, Uruguay, Perú y Venezuela que consume solo un 2.3; por último el país con mayor participación per cápita es Uruguay con 15.630. (SERMA, 2016)

Tabla 1: Volumen de la producción de calzado, varios países periodo 2016 / 2017

País	Año	Producción (pares)	Exportación (pares)	Importación (pares)	Consumo anual	PBI per cápita
Argentina	2016	110.000.000	600.000	27.600.000	3.1	12.449
	2017	100.000.000	642.000	34.500.000	3.1	12.800
Bolivia	2016	13.600.000	100.000	21.200.000	3	3.105
	2017	14.400.000	100.000	19.200.000	3	3.217
Brasil	2016	954.000.000	125.600.000	22.700.000	4	8.650
	2017	992.000.000	127.100.000	28.800.000	4.2	8.736
Chile	2016	7.000.000	308.840	105.415.000	6.2	13.793
	2017	7.200.000	317.980	114.473.000	6.4	13.990
Colombia	2016	92.500.000	760.000	61.400.000	3	5.806
	2017	91.850.000	890.000	64.430.000	3.1	5.910

Ecuador	2016	39.200.000	550.000	18.000.000	3.4	5.969
	2017	37.200.000	520.000	18.900.000	3.3	6.058
México	2016	260.000.000	25.300.000	64.500.000	2.3	8.201
	2017	260.000.000	26.300.000	88.000.000	2.5	8.365
Paraguay	2016	5.300.000	700.000	25.300.000	4.1	4.080
	2017	5.150.000	680.000	28.900.000	4.7	4.243
Perú	2016	51.400.000	2.310.000	49.500.000	3.1	6.046
	2017	60.650.000	2.472.000	43.430.000	3.2	6.197
Uruguay	2016	1.450.000	12.000	14.800.000	4.6	15.221
	2017	1.400.000	11.000	16.280.000	5.1	15.630
Venezuela	2016	20.700.000	-	52.200.000	2.3	-
	2017	23.800.000	40.000	56.376.000	2.5	7.125

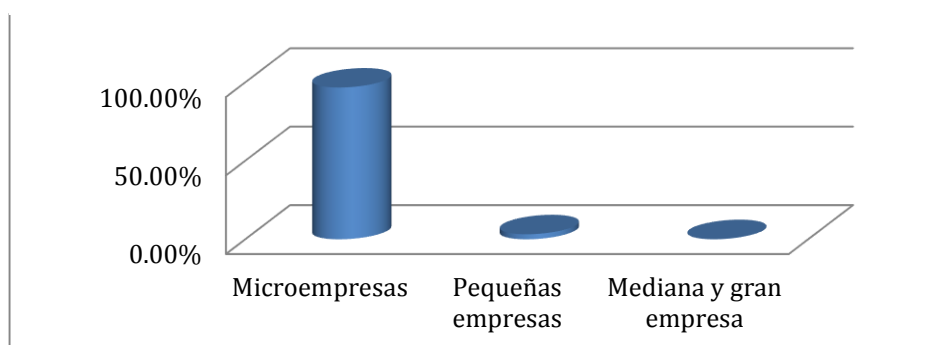
Fuente: (SERMA, 2016)

En el Perú, el Ministerio de la Producción y Sociedad Nacional de Industrias (SNI), al 2017, informaron que el 96.7% de las empresas productoras de calzado en el país son microempresas, y su fabricación de calzado está orientando a la producción a las zapatillas, el calzado retro, de vestir y escolar, entre otros servicios.

Por su parte el Instituto de Estudios Económicos y Sociales (IEES), indica que las pequeñas empresas están conformadas por el 3.2% de calzado y se dedican a producir calzado de goma, zapatillas, calzado para damas, niños y caballeros, botas de PVC, calzado plástico, entre otros. (IEES, 2017)

La mediana y gran empresa conforma el 0.1% son medianas y grandes y produce principalmente calzado de goma y cuero, calzado de vestir, mocasines, zapatillas de goma, zapatillas de cuero, de planchas EVA, etc.

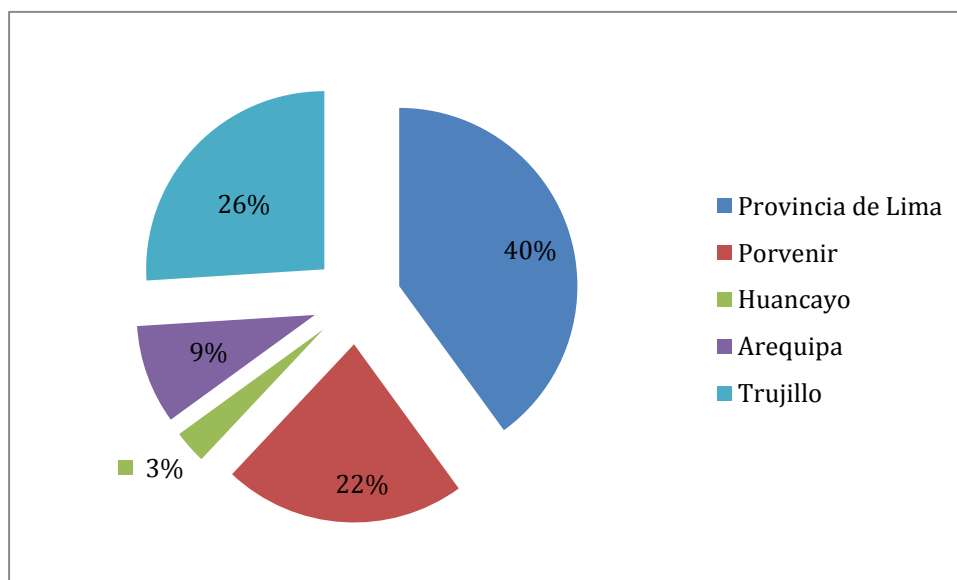
Figura 16: Empresas que producen calzado, Perú, 2017



Fuente: (INEI, 2017)

En la provincia de Lima está concentrado el mayor número de establecimientos de los fabricantes de calzado, con el 42.2 % del total. Le sigue Trujillo (La Libertad) con 27.2%, Arequipa con 9.4% y Huancayo (Junín) con 3.5%, de un universo total de 3,765 empresas. Sobresale la presencia de calzado formados por micro y pequeñas empresas (mypes) que concentran la mayor producción nacional, siendo el más grande el ubicado en el distrito de El Porvenir (Trujillo), este reúne al 22.8% de establecimientos, es decir, son más de 500 empresas fabricantes de calzado en esa zona, sin contar las tiendas comercializadoras.

Figura 17: Principal concentración de fabricación de calzado, Perú, 2017



Fuente: (INEI, 2017)

Asimismo, en el centro comercial Caquetá, en el distrito limeño del Rímac, se ubica el conglomerado de proveedores de insumos para la industria del calzado a nivel nacional y eje del desarrollo de este sector en Lima.

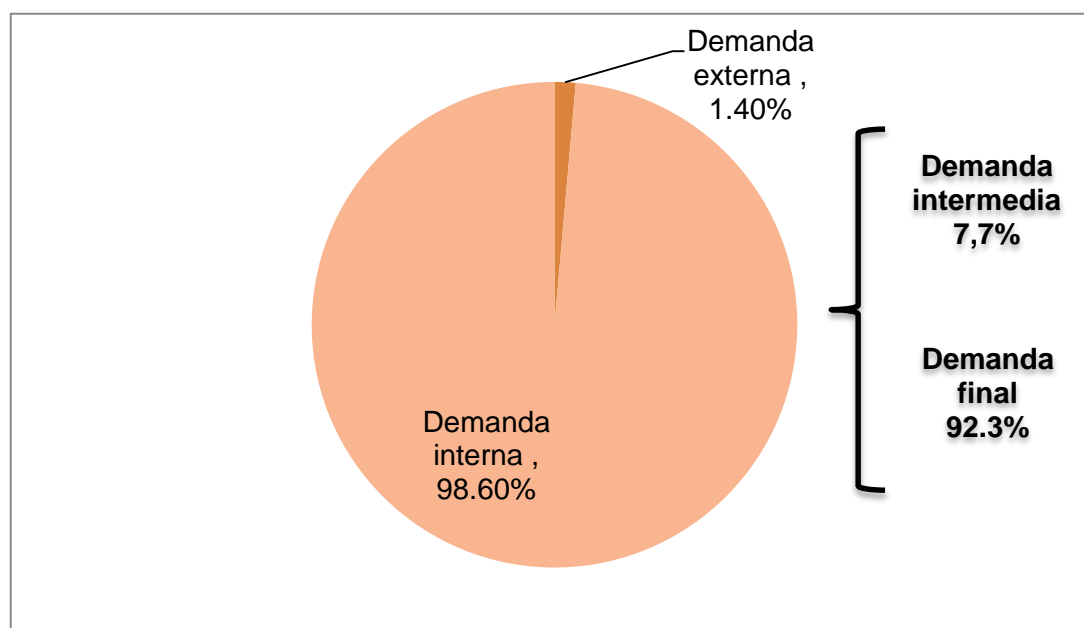
Otros distritos importantes son San Juan de Lurigancho, en Lima (5.9 %), Trujillo, en la ciudad del mismo nombre (5.2%), Villa El Salvador, en Lima (3.4 %), y Florencia de Mora, en Trujillo (2%), entre otros.

En el mercado peruano, la producción de calzado, tanto de cuero y otro tipo de calzado, se destina mayormente al mercado interno. Según datos del Cuadro de Oferta Utilización publicado por el INEI, la demanda interna representa el 98,6% del total producido por la industria de fabricación de calzado de cuero y otro tipo de calzado, dominado en mayor medida por la demanda final (92,3%). Al mercado externo, sólo se destina el 1,4% de la producción nacional. Es importante mencionar que en el Perú, la mayoría de la producción se destina al consumo local.

La demanda intermedia es ejercida en su mayor parte por las empresas industriales, comerciales y de servicios al desarrollar las actividades propias de su giro, en este caso la demanda intermedia del calzado lo conforma el 92.3%

Por otro lado la demanda final está integrada por el valor de las compras que realizan los consumidores finales de los bienes y servicios generados por las unidades productivas. Se consideran demandantes a las familias y al gobierno; en este caso el consumo de calzado el 7.7% lo conforma la demanda final.

Figura 18: Destino de la producción de calzado, Perú 2017



Fuente (INEI, 2017)

De acuerdo con los datos del Cuadro de Oferta y Utilización del INEI, en el Perú, el calzado, ya sea de cuero o de otro material distinto a este, son demandados principalmente por la construcción, actividad que consume el 34,4% de la producción total de calzados. Le siguen los mismos fabricantes de calzado que representa el 18,7%, servicios de protección y seguridad (8,9%) y limpieza, servicios de apoyo a edificios y mantenimiento de jardines (7,0%). También demandan la administración pública y defensa (6,0%), extracción de minerales metálicos (4,9%), industria básica de hierro y acero (3,3%).

En menor cantidad, la producción de calzado también es demandado por los que fabrican aserrados, acepilladura y hojas de madera, otras industrias manufactureras, comercio, educación pública, salud privada, arte, entretenimiento y esparcimiento, entre otras actividades de servicios personales en un 0,5%. Y en menor parte las actividades de apoyo a la extracción de petróleo y gas natural (0,3%). Aserrado, acepilladura y hojas de madera (0,5%).

Entre otras actividades económicas demandantes del calzado está conformado por:

- Otros: (6.5%)
- Otras industrias manufactureras (0,5%)
- Comercio (0,5%)
- Educación pública (0,5%)
- Salud privada (0,5%)
- Arte, entretenimiento y esparcimiento (0,5%)
- Otras actividades de servicios personales (0,5%)
- Actividades de apoyo a la extracción de petróleo y gasnatural (0,3%)
- Resto, otros (2,2%)

Figura 19: Principales actividades económicas demandantes de calzado de cuero y otros, Perú 2017 (participación porcentual)



Fuente: (INEI, 2017)

Para el presente plan de negocios la segmentación de nuestro mercado estará definida por sexo y edad tomando a la población masculina y femenina de los distritos de Iquitos, Punchana, Belén y San Juan Bautista de la Provincia de Maynas, para la determinación de la demanda potencial para nuestro negocio.

Tabla 2: Total de población masculina y femenina estimada, provincia de Maynas, por distritos, 2017

Distritos	Población		Total
	Hombres	Mujeres	
Iquitos	73,876	76,608	150,484
Alto Nanay	1,590	1,194	2,784
Fernando Loreo	11,085	9,140	20,225
Indiana	6,258	5,043	11,301
Las Amazonas	5,350	4,535	9,885
Mazan	7,463	6,316	13,779
Napo	8,686	7,600	16,286
Punchana	46,544	44,584	91,128
Putumayo	3,639	2,548	6,187
Torres Causana	2,827	2,325	5,152
Belén	39,645	36,040	75,685
San Juan Bautista	79,445	75,251	154,696
Teniente Manuel Clavero	3,481	2,176	5,657
Total	289,889	273,360	563,249

Fuente: (INEI, 2017)

Tabla 3: Población masculina y femenina por grupo de edad, provincia de Maynas, por distritos, 2017

Edades	Iquitos	Punchana	Belén	San Juan Bautista	Total
0 - 09	23,488	17,748	15,273	31,911	88,420
10 – 19	27,858	18,910	15,472	32,957	95,197
20 – 29	28,414	17,104	13,543	27,295	86,356
30 – 39	22,962	13,736	11,597	23,534	71,829
40 – 49	18,981	10,754	8,666	18,713	57,114
50 – 59	14,533	6,915	5,692	11,246	38,386
60 – 69	8,771	3,855	3,460	5,892	21,978
70 – 79	4,418	1,613	1,550	2,532	10,113
80 y mas	1,359	493	432	626	2,910
Total	150,484	91,128	75,685	154,696	471,993

Fuente: (INEI, 2017)

En la moda del calzado para hombres, desde un principio dominaron las botas, consideradas típicamente masculinas. A pesar de ello y de acuerdo con el espíritu de cada época, aparecen también zapatos bajos de distintos tipos, que sufren cambios impredecibles y extremos, al igual que la moda femenina que cada día encontramos más opciones para lograr un complemento que se adapte a cualquier ocasión y permita que la mujer se sienta cómoda, la variedad, la calidad, el precio, la innovación, el diseño, entre otros estándares son los que impulsan a la mujer a adquirir unos zapatos y nunca serán suficientes.

En la actualidad la mujer ha logrado conseguir un puesto en la sociedad muy importante, teniendo una evolución considerable, dejando de ser vista únicamente como madre y esposa y adquiriendo un rol de pleno protagonismo, invaden las universidades y compiten con los hombres en todas las áreas de la sociedad; los puestos políticos de más alto nivel y en todos los campos de la cultura. Debido al gran paso que dió socialmente, la dedicación en tiempo y esfuerzo que la mujer le ha asignado a su arreglo personal es bastante importante, ya que de este depende la imagen que quiera reflejar al mundo exterior. Dentro de los aspectos que la mujer debe evaluar a diario en este proceso se encuentra su vestuario, maquillaje, calzado y accesorios que la acompañarán durante sus actividades diarias.

Así también, la incursión de nuevos materiales, mezcla y colores han hecho que este sea imprescindible en el armario, los zapatos son más que un accesorio de moda, se han vuelto tan significativos dentro del complemento de las mujeres que determinan su elegancia y estilo.

2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

Actualmente estamos constantemente en procesos de cambio, desarrollo y con posibilidades de mejoras, existe una diversidad de productos que no pasan de moda pero que requieren modernizarse o presentar un valor agregado, en este sentido el calzado no está ajeno a ello ya que demanda actual está en crecimiento progresivo existe una amplia gama de variedades destinados al público femenino y masculino de edades.

El calzado es un producto diversificado por género, material, uso, entre otros y es cambiante de acuerdo a las temporadas siguiendo las últimas tendencias de la moda y la ocasión de uso; una persona no utiliza en casa el mismo calzado que utiliza en otros momentos de su vida diaria; cuando sale a la calle, a trabajar o por motivos de estudio, cambia de calzado para este momento externo, pasear por el campo requiere de un par de calzado propicio para la circunstancia, los motivos de fiesta, ya sea de amigos o de gala, son momentos para utilizar un par de zapatos para este propósito.

Ricardo Espinoza, director de Expo detalles Perú, de insumos para calzado indica que “La cultura del calzado peruano viene de un sistema de gente no profesional, el fabricante peruano viene de un taller, de una familia, que se forma en casa, o fue trabajador de alguien, aprendió y formó su taller. En el Perú se encuentran ciertas marcas: Calimod, Bruno Ferrini; formales con maquinaria moderna pero el 90% son gente artesanal”

Así mismo se refiere al ingreso de productos chinos al Perú no solo afecta al sector textil sino también a la industria del calzado, uno de los retos en el sector es invertir más en el diseño ya que los productos chinos llegan a precios muy bajos con los cuales los nacionales no pueden competir.

José Rojas Sánchez representante sector calzado de la Asociación de Pequeños Industriales y artesanos de Trujillo (APAIT), afirma que “en la Libertad hay unas cinco mil MYPES de calzado formales ubicadas en su mayoría en el distrito de El Porvenir producen en promedio 1200 pares de calzado al mes para hombres, mujeres y niños estimándose una producción que bordeada los seis millones de pares mensuales y que representa el 50% de lo que se producía años anteriores siendo un factor determinante la invasión de calzado chino, no obstante el aporte de estas MYPES contribuyen a dinamizar la economía del país”.

Por su parte Kevin Yupanqui Núñez, experto en marketing considera que “se debe asociar el mercado local de calzado con la modernidad, se le debe llevar a las redes sociales, al internet, creando unas marcas que conecten emocionalmente con el consumidor, sostiene que se deben usar herramientas audiovisuales, a través de las cuales podemos crear emociones, podemos crear experiencias”. (La República, 2015)

En tal sentido los vendedores deben ser capacitados en saber cómo vender e impactar con su producto masivamente. De la misma manera saber adaptarse a los cambios aplicando estrategias de gestión en la empresa, teniendo en cuenta que este cambio debe verse desde un punto de vista de inversión y no como un gasto; el otro lado están la cultura empresarial tradicional con respecto al cliente, así mismo acoto Yupanqui que “el peligro está en que no se dan cuenta que la mentalidad del ser humano va cambiando. Llegará un momento en que aparezca una marca de afuera que utilice herramientas de marketing modernas y la gente optará por esa nueva marca, incluso el cliente fiel”. (La República, 2015)

Tabla 4: Precios de calzado para hombres de la competencia, ciudad de Iquitos, 2018

Producto	Bata	Monarca	Comercial Quispe SAC	Distribuidora Súper Calza	Vía Perú E.I.R.L
Zapato	Desde S/149 hasta S/199.	Desde S/125 hasta S/220.	Desde S/119 hasta S/250.	Desde S/85 hasta S/120.	Desde S/60 hasta S/115.
Botines	Desde S/149 hasta S/159.	Desde S/139 hasta S/199.	Desde S/149 hasta S/189.	Desde S/65 hasta S/115.	Desde S/49 hasta S/99.
Zapatillas	Desde S/109 hasta S/129.	Desde S/95 hasta S/120.	Desde S/99 hasta S/169.	Desde S/65 hasta S/115.	Desde S/55 hasta S/159.
Sandalias	Desde S/99 hasta S/119.	Desde S/45 hasta S/99.	Desde S/55 hasta S/95.	Desde S/45 hasta S/65.	Desde S/35 hasta S/85.

Fuente: La autora.

Tabla 5: Precios de calzado para damas, de la competencia, ciudad de Iquitos, 2018.

Producto	Bata	Monarca	Comercial Quispe SAC	Distribuidora Súper Calza	Vía Perú E.I.R.L
Zapato taco	Desde S/139 hasta S/199.	Desde S/99 hasta S/159.	Desde S/119 hasta S/199.	Desde S/70 hasta S/129.	Desde S/65 hasta S/125.
Botines	Desde S/149 hasta S/159.	Desde S/110 hasta S/169.	Desde S/129 hasta S/179.	Desde S/68 hasta S/119.	Desde S/70 hasta S/115.
Zapatillas	Desde S/109 hasta S/129.	Desde S/90 hasta S/125.	Desde S/99 hasta S/159.	Desde S/49 hasta S/99.	Desde S/45 hasta S/65.
Sandalias	Desde S/99 hasta S/119.	Desde S/55 hasta S/110.	Desde S/50 hasta S/95.	Desde S/45 hasta S/65.	Desde S/35 hasta S/60.
Ballerinas	Desde S/59 hasta S/89.	Desde S/45 hasta S/59.	Desde S/49 hasta S/80.	Desde S/40 hasta S/75.	Desde S/38 hasta S/49.

Fuente: La autora.

Tabla 6: Precios de calzado para niños(as), de la competencia, ciudad de Iquitos, 2018.

Producto	Bata	Monarca	Comercial Quispe SAC	Distribuidora Súper Calza	Vía Perú E.I.R.L
Zapato	Desde S/89 hasta S/149.	Desde S/80 hasta S/129.	Desde S/79 hasta S/99.	Desde S/40 hasta S/90.	Desde S/40 hasta S/89.
Botines	Desde S/79 hasta S/139.	Desde S/75 hasta S/110.	Desde S/79 hasta S/109.	Desde S/55 hasta S/99.	Desde S/45 hasta S/80.
Ballerinas	Desde S/65 hasta S/99.	Desde S/55 hasta S/89.	Desde S/49 hasta S/70.	Desde S/45 hasta S/65.	Desde S/39 hasta S/60.
Zapatillas	Desde S/49 hasta S/99.	Desde S/40 hasta S/90.	Desde S/45 hasta S/99.	Desde S/49 hasta S/90.	Desde S/45 hasta S/89.
Sandalias	Desde S/25 hasta S/79.	Desde S/20 hasta S/60.	Desde S/30 hasta S/79.	Desde S/25 hasta S/65.	Desde S/20 hasta S/59.

Fuente: La autora.

2.4 PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1 El producto

Los constantes cambios tecnológicos que ocurren en el mundo impacta en el comerciante en la caracterización del producto y como se entrega al cliente.

El mundo en tus pies E.I.R.L. brindará calzados en general para damas caballeros y niños, diferentes modelos, diseños, colores y moda a precios accesibles del bolsillo del cliente. Nuestro local estará ubicado en el distrito de Belén – “Mercado de Belén” en un lugar cómodo, fresco y amplio que contará con resaltados diseños nuevos y con precios especiales. Incluso el área central estará ordenada y acomodada por tamaño y por estilo, idealmente, esto incluye áreas de descanso para sentarse mientras que se busca una posible compra de zapatos, iluminación y espejos para contribuir a crear un ambiente cálido acogedor, un personal capacitado y motivado en la atención al cliente .

El producto que comercializaremos es calzado para damas y caballeros y niños en diseños exclusivos y cómodos, en vistosos colores y materiales resistentes que abarca zapatos, zapatillas, ballerinas, botas, botines y sandalias de reconocidas marcas, apropiados para el clima tropical de la ciudad y a la vanguardia de las tendencias en moda en calzado, logrando que el cliente perciba una combinación única de producto, servicio, calidad y satisfacción garantizada que nuestra empresa ofrecerá a nuestro cliente objetivo.

▪ ZAPATOS PARA HOMBRES

a) Zapatos: Calzados de vestir, brindan elegancia a la vestimenta son perfectos en todo, se usan desde jeans hasta trajes, los cuales se puede usar en reuniones, eventos sociales, salidas de noche o entrevistas laborales. Por lo general, son elaborados en base a cuero o material sintético y con un leve taco en la suela.

b) Botas o botines: Es un calzado que cubre el pie y parte del tobillo, puede llegar hasta la rodilla. La creación de este tipo de calzado fue diseñado como calzado de trabajo, brindando protección al pie y la articulación del tobillo, por ejemplo aquí encontraremos a las botas de trabajo industrial o de seguridad; así también como una una alternativa para enfrentar lugares con fuertes lluvias, se crean las botas impermeables, camufladas, elaboradas en base a cuero, goma o hule, evitando proteger al pie del agua, barro o cualquier otro elemento pueda salpicar.

c) Zapatillas: La zapatilla puede ser visualizado bajo dos perspectivas, la primera hace referencia a todo aquel calzado que es usado en casa, al ser casual y brindar comodidad al realizar las actividades diarias; el segundo, brinda una imagen de calzado deportivo, aquel que en general es fabricado en base a piel, lona y/o materiales sintéticos con suela de goma. Debido a la existencia de variedad de tipos de deporte a practicar como calzado de ciclismo, cuya suela debe ser rígida; calzado de automovilismo, ha de ser óptimo que este sea elaborado con un tipo de suela que transmita tacto; botas de motociclismo, las cuales deben ser revestidas pues son instrumento de protección, entonces la zapatillas es elaborado en diferentes materiales de acuerdo a la ocasión

d) Sandalias o Alpargatas: Tanto las sandalias como las alpargatas, es un tipo de calzado de uso característico en el verano, puesto que es abierto, de tal manera que evita que el pie transpire de tal manera que así pueda soportar altas temperaturas. Además de ser ligero, las suelas de este calzado suelen ser de caucho y poliuretano.

▪ ZAPATOS PARA DAMAS

a) Zapatos de taco: Es un tipo de calzado que se caracteriza por elevar el talón sobre la altura de los dedos de los pies femeninos. El efecto de este tipo de calzado es el de parecer más alta y elegante, son perfectos para para para diferentes ocasiones sociales y de trabajo. Así mismo los

zapatos plataforma son un tipo de calzado permite que los dedos de los pies y el talón se elevan a la vez permiten más seguridad y menos cansancio.

- b) Zapatillas:** El calzado deportivo es un tipo de calzado, fabricado generalmente en piel, lona y/o materiales sintéticos con suela de goma para favorecer una mayor flexibilidad del calzado. Está diseñado para que la actividad física sea óptima y permita la comodidad del deportista.

- c) Ballerinas:** Son los zapatos chatos que parecen zapatillas de ballet y que se han colocado en el primer lugar de las preferencias en zapatos de moda. Son una opción muy cómoda frente a los otros zapatos debido a que podemos encontrarlos en una variedad y su gran versatilidad pueden usarse tanto en la vida diaria como en ocasiones sport elegantes.

- d) Botines:** Los botines son un tipo de zapato con tacón medio que cubre por completo el pie. Pueden combinarse con pantalones pitillo metidos por dentro, con pantalones anchos, con falda e incluso con pantalones cortos. Sus estilos son muy variados, encontrándose botines con solapa vuelta estilo pirata, con tachuelas, con flecos, con hebillas decorativas. Los más elegantes son los de tacón alto, tacones cuadrados o de plataforma oculta en el interior del zapato.

- e) Sandalias:** Este tipo de calzado es de uso característico en el verano son un tipo de calzado que consiste en una suela resistente atada al pie mediante cuerdas, cintas o bandas de material ligero, quedando los dedos y otras partes del pie al descubierto.

▪ ZAPATOS PARA NIÑAS Y NIÑOS

- a) Zapatos:** El tipo de calzado para niños que se puede visualizar de dos formas el primero es zapatos escolar, al brindar protección y comodidad al

pie, mientras éste realiza varias actividades escolares, el segundo son zapatos para bautizos, cumpleaños, etc. elegantes para la ocasión.

- b) Zapatillas:** Las zapatillas deportivas para niños deben haber sido fabricadas con materiales de gran calidad y cosidos permitiendo que se adapten de forma óptima a su pie y aportando una gran comodidad, permitiéndole realizar todo tipo de movimientos de manera natural. Generalmente es fabricado con suela de goma antideslizante, ya que así protegerá en todo momento al pequeño, independientemente de la superficie que esté pisando.

- c) Ballerinas:** Son ideales para la etapa de gateo y los primeros pasos del bebé por ser súper flexibles. La mayoría son están elaboradas en cuero suave para bebés y su diseño elegante los hacen perfectos para usar en cualquier reunión o evento especial.

- d) Sandalias:** Este tipo de calzado permite que el pie del bebe este libre, puesto a que es abierto, pero se debe tener en cuenta que si el bebé tiene el pie ancho y gordito. Para la sujeción correcta del pie, deben llevar cierres con hebillas; los materiales más adecuados, son para el exterior la piel suave, tipo badana, o el tejido de lona. El forro interior, transpirable y sin costuras para que no le haga daño. La suela debe ser antideslizante, flexible y ligera, para que pueda mover el pie o caminar con facilidad y si utiliza una sandalia casual se debe tener en cuenta que lleven una tira trasera que le asegure y le dé estabilidad.

Comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L. manejará estos posibles precios que continuación se detallan, son estimaciones e investigaciones a base de nuestras competencias.

Tabla 7: Precios de calzado para hombres de la comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L, 2018

Producto	El Mundo en tus Pies E.I.R.L
Zapato	Desde S/80 hasta S/ 220
Botines	Desde S/ 80hasta S/195
Zapatillas	Desde S/75 hasta S/ 120
Sandalias	Desde S/45 hasta S/95

Fuente: la autora.

Tabla 8: Precios de calzado para damas de la comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L, 2018

Producto	El Mundo en tus Pies E.I.R.L
Zapato taco	Desde S/75 hasta S/149
Botines	Desde S/85 hasta S/120
Zapatillas	Desde S/80 hasta S/150
Sandalias	Desde S/50 hasta S/115
Ballerinas	Desde S/45 hasta S/99

Fuente: la autora.

Tabla 9: Precios de calzado para niños(as) de la comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L, 2018

Producto	El Mundo en tus Pies E.I.R.L
Zapato	Desde S/70 hasta S/130
Botines	Desde S/65 hasta S/110
Ballerinas	Desde S/40 hasta S/99
Zapatillas	Desde S/50 hasta S/109
Sandalias	Desde S/35 hasta S/80

Fuente: La autora.

2.4.2 El precio

En la comercialización de calzado y de otros productos el precio de venta es un elemento decisivo a la hora de decidir la compra, El Mundo En Tus Pies E.I.R.L. nos proponemos, una eficiente, negociación con los proveedores buscando beneficios que ajuste de los márgenes de costo de mercadería y gastos operativos a aplicar al producto, ofrecer condiciones muy competitivas, en cuanto a precios, satisfaciendo de esta manera una necesidad que demanda los clientes y obtener rentabilidad aceptable en el negocio.

La empresa fijará los precios en base a diferentes estrategias, teniendo en cuenta que si se desea modificar los precios no es fácil, porque el cliente se ya se encuentra familiarizado con los precios que se han establecido con anterioridad.

A continuación se muestran las estrategias a utilizar:

- **Estrategias de precios conectados a la competencia:** Permite que un nuevo competidor ingrese al mercado de una manera más rápida, porque sus precios van a estar basados al establecido ya por el mercado y a los demás competidores.
- **Estrategias de precios al por mayor:** Consiste en establecer precios bajos, de un veinte por ciento menos que su precio real, siendo exclusivamente para minoristas ambulantes o negocios de punto fijo, que compran el producto de manera continua y diaria.
- **Estrategias de precios de penetración:** Consiste en establecer precios bajos, para poder obtener clientes de manera rápida.
- **Estrategias de precios de prestigio :** Permite establecer un precio alto, en la que el consumidor se dé cuenta de la calidad y excelencia del producto que va a consumir,

Una rápida rotación de ventas permitirá al negocio la compra de más mercaderías y bajar el costo de las mismas, esto permite al negocio un mejor margen de ganancias; del mismo modo nos permitirá penetrar y consolidarnos en el mercado ofreciendo al cliente un precio competitivo.

2.4.3 La promoción.

El negocio de comercialización de calzado se encuentra en crecimiento y existe bastante competencia, por esta razón se aplicará estrategias promocionales que permitan motivar la compra de los productos, lo cual conlleve a un incremento de las ventas, de esta misma manera que nos ayuden a obtener, fidelizar y aumentar clientes.

a) Objetivos de la promoción

1. Incrementar las ventas y la rotación de existencias.
2. Fidelizar clientes y aumentar la preferencia que sea más frecuente.
3. Generar reconocimiento través de la página web de la empresa.
4. Atraer la atención de nuevos clientes por el servicio brindado.

b) Acciones de promoción

Tabla 10: Promociones en días festivos, 2018

Día festivo	Fecha	Descuento
Día de la mujer	8 de marzo	5%
Día de la madre	2do domingo de mayo	5%
Día del padre	17 de junio	5%
Fiestas patrias	28 y 29 de julio	5%
Fiestas Navideñas	23 y 24 de diciembre	5%

Cumpleaños	x	10%
Tercera compra	x	5%

Fuente: La autora

- c) Promoción de ventas:** Las promociones serán acotadas, es decir, no se entregarán grandes descuentos, salvo en algunas campañas y en algunos productos de la línea casual que tengan baja rotación de ventas. Para promocionar las ventas es esencial, potenciar a los vendedores, generar una cultura dirigida al cliente y crear procesos formales que plasmen el cómo actuar a la hora de vender el calzado.
- d) Acciones de publicidad:** La publicidad se realizará por medio del empaque de los productos, las bolsas y mediante la página web, sobre todo Facebook, ya que es una de las redes sociales más visitadas por los clientes en la actualidad, se buscará a través de las fuentes de comunicación como radios locales y eventualmente periódicos de la región local, se mostrarán fotos, promociones y se responderán preguntas asociadas al producto. Se destinarán fondos para asistir a algunas ferias y seminarios donde se encuentren los clientes potenciales.
- e) Relaciones públicas:** Mediante las relaciones personales y la cercanía generada con los clientes. La idea es ir acercándose a los clientes mediante las redes sociales, los encuentros de negocio, seminarios, ferias y visitas a las empresas, esto permitirá captar nuevos nichos de mercado y cubrir una brecha de demanda insatisfecha.

2.4.4 La plaza.

Comercializadora de calzados El Mundo en tus Pies E.I.R.L. tendrá una tienda de venta al por menor en la ciudad de Iquitos, con contrato de alquiler por tres años consecutivos. Este local estará ubicado en una zona céntrica, en el Jirón Próspero del distrito de Belén. Así mismo en este local se tiene un almacén para venta al por mayor, para atender a minoristas ambulantes o negocios de punto fijo.

Cuenta con fácil acceso, área de estacionamiento y seguridad, para que nuestros clientes puedan disfrutar de una compra tranquila sin preocupaciones. El personal de ventas será capacitado en atención al cliente y en resolver cualquier inquietud referente a los diseños, colores, combinaciones del zapato para la ocasión que el cliente este buscando.

En el mundo de los negocios y en la vida diaria, las primeras impresiones cuentan mucho, la tienda venderá calzado de damas, caballeros y niños al por menor y mayor, para ello presentará un diseño exterior atractivo, que transmita el espíritu y personalidad de la tienda, de modo que los consumidores puedan percibir inmediatamente el producto que ofrece también contará con un logotipo para atraer a nuestro consumidor objetivo.

El diseño de la vidriera, que es vista desde el exterior, se expone en el local antes mencionado tiene como fin llamar la atención del público por su elegancia, pulcritud y originalidad. Los zapatos que estén exhibidos en esta ventana tendrá el espacio apropiado y dividido por sector o área, con una iluminación correcta para que se pueda visualizar desde fuera del local, de la misma manera forma al interior la iluminación en tonos rosados o dorados, contribuye a crear un ambiente cálido y acogedor y resaltarán los diferentes modelos y diseños, debidamente ordenados por modelos, colores y tallas.

En estos tiempos los consumidores tienen un estilo de vida moderno y sofisticado y lo que buscan es la comodidad en el lugar donde compran, por ese motivo la tienda tendrá sillones cómodos donde el cliente pueda sentarse para probarse el zapato, contará con aire acondicionado fresco creando un ambiente cálido y acogedor. También tendrá folletos, revistas, periódicos para que el acompañante no se aburra, especialmente cuando van con la familia, amigos, parejas.

Y para complementar, la tienda contará con espejos de cuerpo entero y otros hasta la altura de la rodilla distribuida por todo el espacio y colocados de forma tal que el cliente pueda ver el zapato que se está probando en diferentes panoramas y convencerse que el calzado es ideal y elegante en sus pies.

La importancia que poseen los canales de distribución es que permiten a los consumidores obtener los productos con facilidad, sin necesidad de ir a buscarlos a lugares lejanos, trayendo consigo satisfacción tanto de los consumidores como de los productores.

La estructura de los canales de distribución será directa de la empresa al consumidor.

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de las fuentes de aprovisionamiento

La comercialización de calzado a nivel mundial representa una de las industrias con mayor demanda por parte de la población ya que constituye una necesidad primaria, siendo requerida a través de diferentes formas dependiendo el género, damas, niños(as) y caballeros tales como: zapatos, zapatillas, ballerinas, botines y sandalias; A si también para las diferentes actividades económicas, tales como la minería, construcción y servicios en diversos países, convirtiéndola en una industria de amplio alcance global.

Un dato importante que en el último Censo Nacional de Establecimientos Manufactureros, reportó 3,669 empresas de fabricación de calzado, el 42,8% están ubicadas en Lima; 27,6% en La Libertad y en menor medida en Madre de Dios (0,03%) y Amazonas (0,1%).

La industria de calzado en el Perú se ha visto afectada con la llegada del calzado chino al país, la mayoría de las importaciones de calzado, han provenido principalmente de China, Vietnam, Brasil, Indonesia e India.- En tanto las exportaciones peruanas de calzado se destinaron esencialmente a Chile, Estados Unidos, Colombia, Ecuador y México. En estos últimos cinco años a venido creciendo más de un 25% y esta tendencia continuará en alza un 20% más hacia el 2019, logrando posicionar a Estados Unidos, China, Rusia, Reino Unido, Japón, Alemania, Brasil, Francia, España y Canadá, como los mercados más importantes y potentes del mundo para el consumo de calzado, llegándose a convertir en los principales destinos para la exportación del calzado peruano.

Toda mercancía importada al Perú está sujeta al pago de los derechos arancelarios Ad-Valorem señalados en la correspondiente subpartida nacional del Arancel de Aduanas 2017.

Tabla 11: Nomenclatura subpartida arancelaria para calzado y afines, 2018

Subpartida Nacional	Descripción del Arancel 2017
6404.11.10.00	Calzado de deporte
6404.11.20.00	Calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados similares.
6404.19.00.00	Los demás.
6404.20.00.00	Calzado con suela de cuero natural o regenerado.

Fuente: (SUNAT, 2017)

Tabla 12: Medidas impositivas para la importación de calzado y afines, 2018

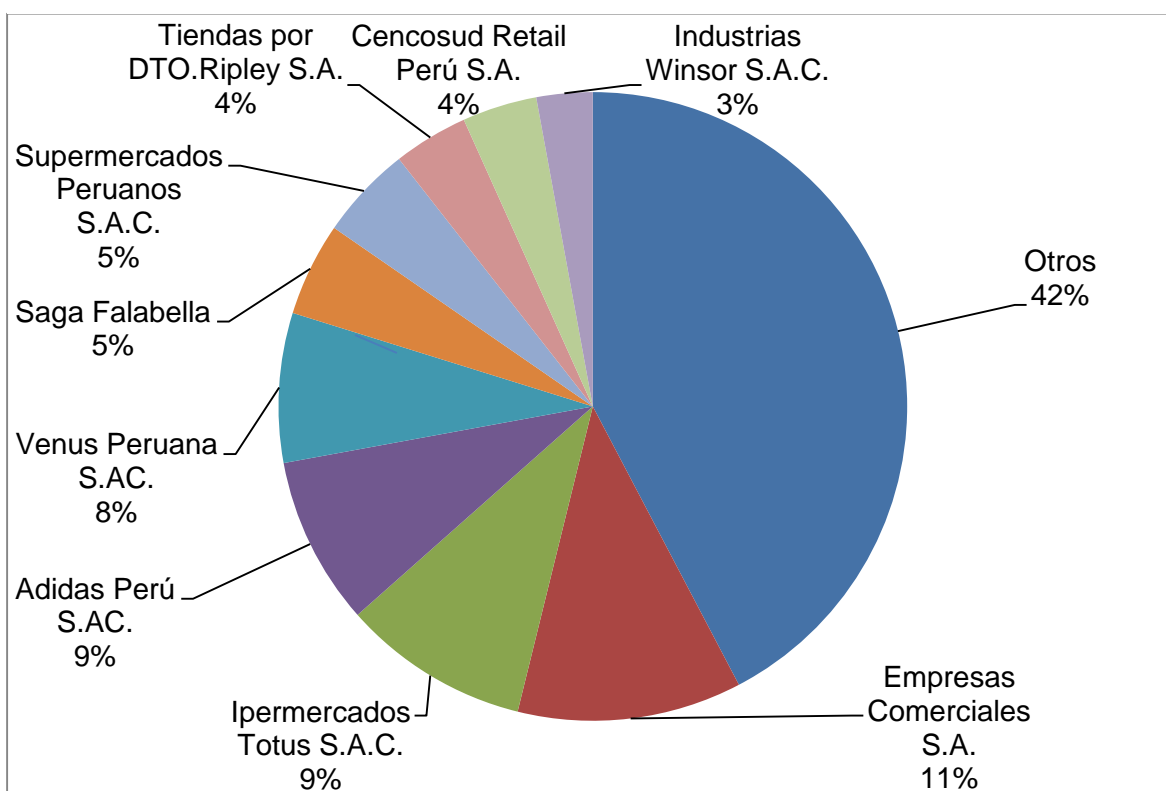
Gravámenes vigentes	Valor
Ad / Valorem	11%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a la Ventas	16%
Impuesto de Promoción Municipal	2%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2%
Sobretasa	0%
Unidad de medida	2U(*)
N.A. : No es aplicable para esta subpartida. (*) 2U : Par	

Fuente: (SUNAT, 2017)

Las importaciones están afectas al pago del arancel Ad Valorem sobre su valor CIF (costo de la mercadería + seguro + flete) y pago del IGV e IPM (18%) sobre su valor CIF + el arancel Ad /Valorem.

A continuación se muestra el comportamiento de las principales empresas importadoras de calzado, las que lideran la importación son: Empresas Comerciales S.A. con 11%; seguido de Perú S.A.C.con 9%; Venus Peruana S.AC. 9%, y otros con 42%.

Figura 20: Principales empresas importadores de calzado, Perú, Peridodo: enero julio 2017).



Fuente: (CITECCAL-LIMA, 2017)

Las principales fuentes de abastecimiento de calzado serán los fabricantes que se encuentran en los departamentos de Lima, Trujillo y Chiclayo, con una visión a futuro a tener en cuenta de esta empresa es en importar diferentes tipos de calzados. El flujo del proceso de abastecimiento se llevará a cabo siguiendo los procedimientos que establezcan la Gerencia en coordinación con el departamento de logística, buscando siempre una rotación constante de la

mercadería con el objetivo de incrementar los beneficios económicos de la empresa.

A continuación, se presenta los posibles proveedores de calzados para damas, caballeros y niños(as).

1. ENCALZA S.A.C:

- RUC: 20543248712
- Razón social: ENCALZA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - ENCALZA S.A.C.
- Nombre comercial: Encalza S.A.C.
- Tipo empresa: Sociedad Anónima Cerrada
- Condición: activo
- Fecha inicio actividades: 05 / Mayo / 2011
- Actividad comercial: fabricación de Calzado.
- Dirección legal: calle Huarocondo N°. 289
- Departamento: Independencia, Lima, Perú
- Gerente general: Chávez Córdova Hugo
- Negocio: dedicada a la fabricación de zapatillas para niños y niñas, con diseños muy variados con una alta calidad.

2. INDUSTRIAS WINSOR S.A.C.

- RUC: 20122895883
- Razón social: INDUSTRIAS WINDSOR S.A.C.
- Tipo empresa: Sociedad Anónima Cerrada
- Condición: activo
- Fecha inicio actividades: 27 / Octubre / 1987
- Actividad comercial: Venta al por Mayor de productos textiles.
- Dirección legal: Av. los Sauces N°164
- Urbanización: Los Sauces-Ate.
- Departamento: Lima, Perú
- Gerente general: Chang Chong Kam Hoy
- Negocio: venta de calzados para damas caballeros y niños al por mayor.

3. CALZADOS FRAMONI E.I.R.L.

- RUC: 20600703804
- Fecha de inicio de actividades: 01/10/2015
- Estado: activo
- Tipo empresa: INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
- Dirección: Collasuyo N°997.
- Negocio: es una empresa que fabrica calzados para damas para diferentes ocasiones y en diferentes materiales como en cuero, sintético, acrílico, etc. y modelos como plataforma, taco punta, capelladas, con diseños y colores elegantes.

4. INVERSIONES GUKA E.I.R.L

- RUC : 20601540046
- Inicio de actividades: 05/12/2017
- Estado: activo
- Tipo empresa: INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
- Dirección: calle Mariano Arredondo nro. 2557 urb. Los Cipreses – Lima.
- Negocio: comercialización al por mayor de sandalias para caballeros, damas y niños(as).

5. VENUS PERUANA S.A.C.

- Tipo Contribuyente: Sociedad Anónima Cerrada
- Tipo: mediana (50 - 199) trabajadores
- Correo: servcliente@plasticaucho.com
- Teléfono: 6198700
- Página web: www.plasticaucho.com.pe
- Ubicación: Av. Los Eucaliptos N° S/n
- Negocio: fabrica zapatillas, especialmente futbol, vóley y básquet.

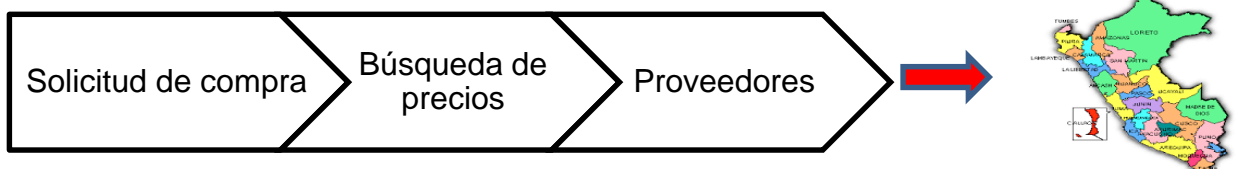
6. BRITANN IMPORT EXPORT S.R.L

- RUC 20101016898
- Inicio 01/01/1981
- Estado: activo
- Tipo: SOC.CON.RESPONS. LTDA
- Dirección: calle Isidro Bonifaz N°426 Departamento Lima, distrito Independencia.
- Negocio: fabrica calzados de plásticos, para damas caballeros y niños(as).

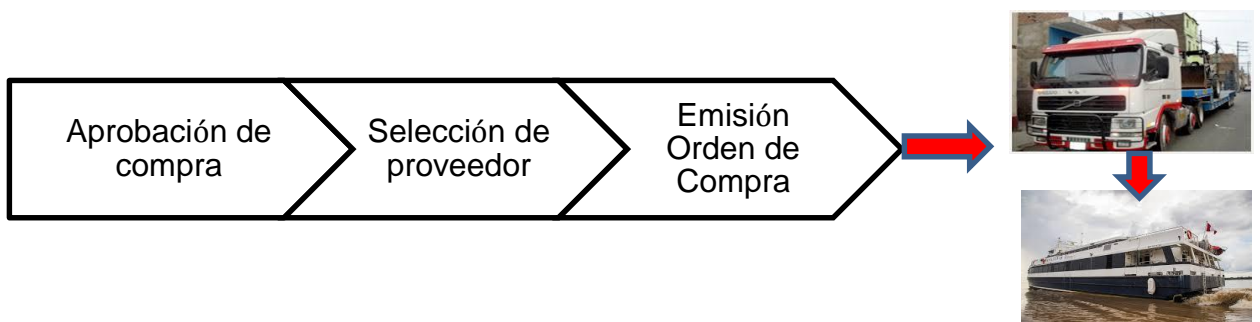
3.2. Proceso de abastecimiento

Figura N°17: Flujo del proceso de abastecimiento de la mercadería, 2018

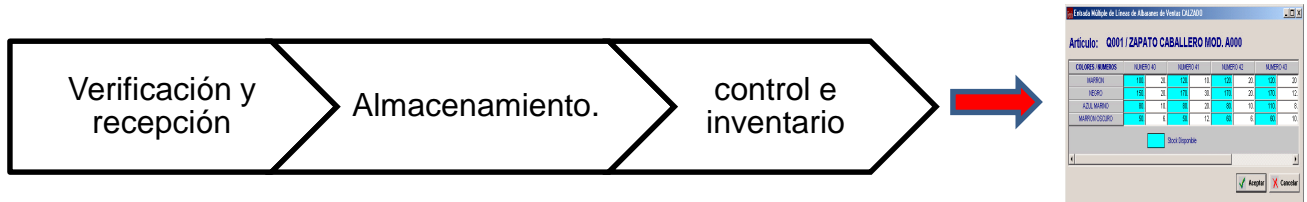
Fase 1



Fase 2



Fase 3



Fuente: la autora.

a) Fase 1:

- Solicitud de compra: el proceso empieza con la identificación del productos que requiere la empresa, los requerimientos lo realiza el área de logística en conjunto con el área de marketing y ventas, en este documento se describe las características del producto tales como: cantidad del pedido, diseño, colores, calidad.
- Búsqueda de precios: teniendo en cuenta que la solicitud ha sido aprobada, se piden cotizaciones a un número apropiado de posibles proveedores, el área de logística envía la información a las regiones donde se encuentren los proveedores de calzado que se desea comprar.
- Proveedores: seleccionado el proveedor se obtiene además informaciones sobre sus antecedentes comerciales y niveles de producción a través de los medios de internet, revistas especializadas, contactos, esto permite elaborar nuestra lista de proveedores.

b) Fase 2

- Aprobación de compra: se realiza la evaluación de cotizaciones y selección de mejor alternativa de precios y cantidad por el área de logística en coordinación con la Gerencia.
- Selección de proveedor: es la empresa que se encargará de la atención de la orden de compra, la fiabilidad, prestigio, volúmenes de producción y presencia en el mercado deben respaldar la selección del proveedor, para un buen desempeño laboral eficiente.
- Emisión de la orden de compra: el área de logística con aprobación de la Gerencia realiza la negociación del contrato de compra de calzado tales como: la forma de pago, descuentos, garantías, plazos de entrega. Son enviadas vía correo electrónico a los proveedores quienes se encargan del transporte de los productos hasta el almacén de la empresa.

c) Fase 3

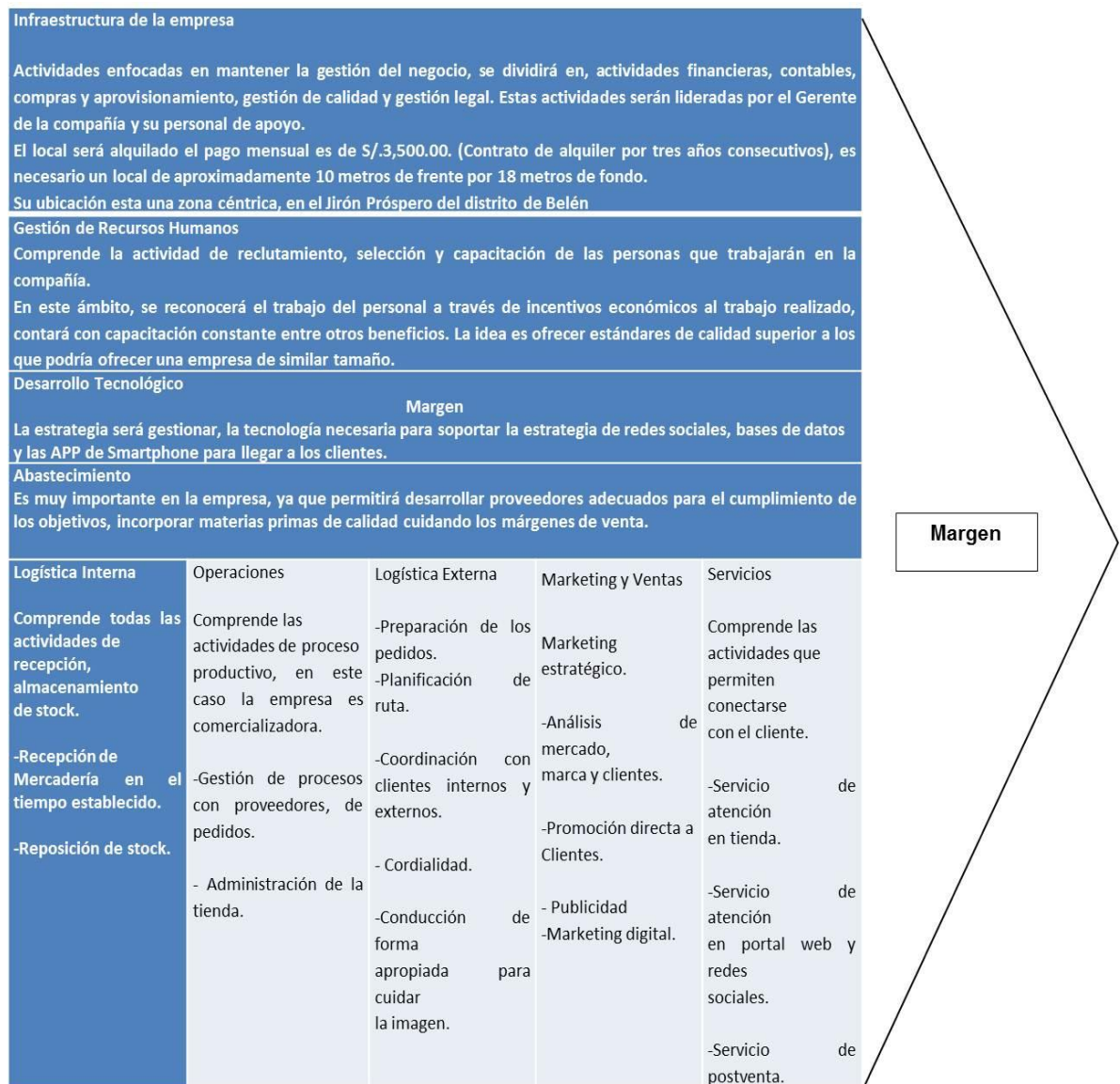
- Inspección y recepción: se verifica que los productos se encuentren en buenas condiciones, en las cantidades y diseños solicitados así como en los plazos de entrega establecidos en la orden de compra.
- Almacenamiento: consiste en ordenar y clasificar los zapatos a la espera de ser vendidos. Ajustar los ritmos de abastecimiento ya que la demanda de ventas es fluctuante y no siempre es igual existe variaciones de acuerdo a la economía de la región.
- Control e inventarios: contar con una adecuada gestión de inventarios para identificar el stock máximo se refiere a la cantidad almacenable en función al espacio físico disponible, el stock mínimo, la cantidad mínima que hay

que tener para evitar la ruptura de stocks. Así como el nivel de existencias para realizar los pedidos del producto respectivo.

3.3 Cadena de valor

La siguiente gráfica muestra la cadena de valor de la comercializadora de calzados “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.” destacándose las actividades y procesos más relevantes en la generación del margen.

Figura 21: Cadena de valor



Fuente: (Porter, 2002)

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1. Organización

Estructura organizacional de la empresa comercializadora de calzados “*El Mundo en tus Pies E.I.R.L.*” al 2018.

4.2. Puestos, perfil profesional, tareas y funciones.

A) Puesto: Gerencia

Perfil profesional:

- a. Debe ser un profesional, emprendedor, con conocimiento en la comercialización y calidad de zapatos.
- b. Buena capacidad para comunicar y habilidad con el trato de personas y clientes, búsqueda constante de negocios e innovación.
- c. Capacidad para trabajar bajo presión y tolerancia a la frustración
- d. Manejo de herramientas de gestión y administración de negocio e informáticas.

Tarea: Se encarga de dirigir las actividades internas, externas y los mercados locales, buscando maximizar las utilidades y ser reconocida.

Funciones:

- a. Planificar, organizar, coordinar y controlar las actividades de la empresa.
- b. Definir las políticas de ventas.
- c. Establecer indicadores de gestión en las diferentes áreas para el logro de los objetivos trazados por el empresario.
- d. Control de los resultados.

B) Puesto: Asesoría contable y administrativa.

Perfil profesional:

- a. Profesión contadora público con experiencia en llevar la contabilidad de pequeñas empresas.
- b. Responsable buena capacidad para trabajar en equipo y con un alto sentido de cooperación.

Tarea: Realiza las actividades contables, financieras y tributarios de recursos humanos.

Funciones:

- a. Realiza el planeamiento financiero y tributario.
- b. Llevar la contabilidad de la empresa y elabora los estados financieros.
- c. Recaudación de ingresos por ventas (Contado-Crédito).
- d. Control del personal.
- e. Pago a proveedores, cobranza a clientes.
- f. Realiza la gestión administrativa de la empresa.

C) Puesto: Gerencia de logística

Perfil profesional:

- a. Amplia experiencia en requerimientos, obtención y almacenamiento de calzado, debe comprender y plasmar la estrategia del negocio.
- b. Buena capacidad para trabajar en equipo y con un alto sentido de cooperación.
- c. Atento y con ganas de aprender.
- d. Trabajo en equipo.
- e. Controlar la calidad de su proceso.

Tarea: Logra pedidos con las cadenas de distribución (proveedores) y coordina el transporte del producto.

Funciones:

- a. Planificación y gestión de las operaciones del flujo óptimo de la mercadería de calzados.
- b. Llevar el control permanente de los inventarios en almacén.
- c. Mantener actualizados los catálogos de calzado en coordinación con Marketing y Ventas.
- d. Administra la cartera de proveedores.
- e. Elaboración de los requerimientos, obtención y almacenamiento de calzado.

d) Puesto: Gerencia de ventas y marketing.

Perfil profesional:

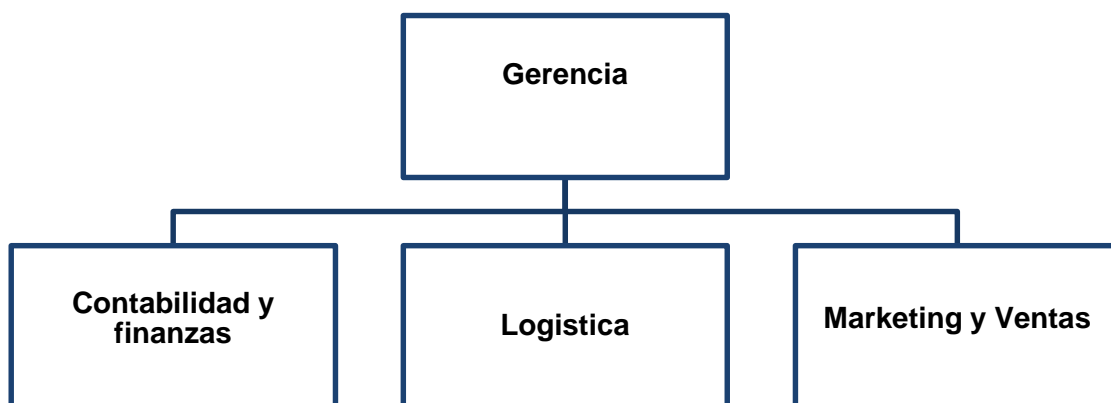
- a. Profesional, técnico o vendedor con experiencia en atención de clientes de alto valor.
- b. Buena capacidad para comunicar y habilidad con el trato de personas y clientes. Debe alinearse con los objetivos de la compañía y traspasarlas a los clientes.
- c. Experiencia en ventas en tiendas y atención a clientes.

Tarea: Determina puntos estratégicos en el mercado y desarrolla actividades para la venta de calzado a través de clientes.

Funciones:

- a. Elaborar planes y presupuestos de ventas.
- b. Establecer control y seguimiento continuo a las actividades de venta.
- c. Analizar tendencias, modas, diseños, público objetivo, y a la competencia.
- d. Trabajo en equipo empleando estrategias para lograr posicionar a la empresa en el mercado.
- e. Interactuar con los clientes en la página web y redes sociales de la empresa ofertando nuestros productos en la búsqueda de nuevos clientes.
- f. Atención a los clientes en forma personalizada y cordial para concretar las ventas.

Figura N°18: Organigrama de la comercializadora de calzado “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.” al 2018.



Fuente: La autora

4.3. CONDICIONES LABORALES

Comercializadora de calzados *El Mundo En Tus Pies E.I.R.L.* Inicialmente estará en el régimen de Micro y Pequeña Empresa (Mypes); con el crecimiento del negocio pasaremos al Régimen General, para acceder a los beneficios establecidos en el Decreto Legislativo N° 1086 Ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la Micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente, siendo requisito su inscripción en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña empresa (REMYPE).

Se tendrán trabajadores con jornada de trabajo de ocho horas diarias, y en casos excepcionales se extenderá las jornadas en temporadas de campañas con la retribución correspondiente a cada trabajador, tales como en: día de la madre, día del padre, fiestas patrias, navidad, etc., incluye además el pago de las contribuciones a ESSALUD y beneficios sociales de acuerdo a ley

4.4. Régimen tributario

Comercializadora de calzados *El Mundo En Tus Pies E.I.R.L* se registrará bajo el Régimen General de Impuesto a la Renta, es un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados tributariamente, siendo la fuente generadora de la renta: Capital y trabajo. Encontrándose en el Régimen Especial MYPE Tributario, (Tasa escalonada para el pago anual del impuesto a la Renta: hasta 15 UIT= 10%; exceso 29.5%).

A continuación se presenta un cuadro detallado de los ingresos netos anuales y pagos a cuenta que debe realizar una empresa que está en el régimen MYPE.

Tabla 13: Régimen MYPE tributario-esquema determinativo RMT, 2017

Régimen	Ingresos netos anuales	Pagos a cuenta	Factor de ajuste	Impuesto anual
RMT	Hasta 300 UIT	1 %	No aplica	Hasta 15 UIT 10%
	> 300 hasta 1700 UIT	Coeficiente ó 1.5 %	0.8000	Más de 15 UIT - 29.5%

Fuente: (SUNAT, 2017).

La empresa tiene que sustentar sus gastos, realizar pagos a cuenta mensuales por el impuesto a la renta, así como la presentación de la declaración anual.

Por encontrarse ubicada en la amazonia se encuentra exonerado del pago del Impuesto General a las Ventas según la LEY N° 27063 Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía en el Artículo 13.- Impuesto General a las Ventas 13.1 Los contribuyentes ubicados en la Amazonía gozarán de la exoneración de Impuesto General a las Ventas, por la siguiente operación: a) La venta de bienes que se efectúe en la zona para su consumo en la misma.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

Para empezar el funcionamiento de las operaciones, los gastos que se incurrirán inicialmente están relacionados al acondicionamiento del local comercial, para ello la empresa deberá adquirir los siguientes artículos para la implementación del local y apertura de tienda.

Tabla 14: Inversión inicial

Gasto de instalación de la tienda	Unidad	Precio unitario	Precio total
Exhibidores de calzado	4	1,000.00	4,000.00
Muebles	4	500	2,000.00
Vitrinas de vidrio	6	2,500.00	15,000.00
Alfombra	4	350	1,400.00
Espejos	8	100	800.00
Aire acondicionado	2	2,100.00	4,200.00
Televisores	2	1,500.00	3,000.00
Ventiladores de techo	5	200	1,000.00
Escritorios "L"	4	800	3,200.00
Sillas	10	100	1,000.00
Archivadores de madera	4	300	1,200.00
Reflectores de luz	3	50	150.00
Computadoras	4	2,500.00	10,000.00
Impresora	2	1,500.00	3,000.00
Software Contable Integral	1	10,500.00	10,500.00
Total			60,450.00

Fuente: La autora

5.2 Ingresos.

Para determinar los ingresos que lograremos obtener, por la venta de calzado para damas, caballeros y niños(as), se tendrá en cuenta la demanda del mercado local de la población femenina y masculina que comprenden los distritos

de Iquitos, Punchana, Belén y San Juan Bautista para efectuar las proyecciones estimadas de la demanda de calzado como: zapatos, zapatillas, botas, ballerinas, botines y sandalias, que se espera vender.

Cuadro N° 14:.

Tabla 15: Demanda inicial

Producto	Unida medida	Venta Diaria	Venta mensual (Pares)	Venta anual (Pares)
Calzado de hombres				
Zapatos	Par	10	300	3,600.00
Zapatillas	Par	8	240.00	2,880.00
Botines	Par	5	150.00	1,800.00
Sandalias	Par	6	180.00	2,160.00
Calzado para damas				
Zapatos	Par	10	300	3,600.00
Zapatillas	Par	8	240.00	2,880.00
Botines	Par	5	150.00	1,800.00
Sandalias	Par	8	240.00	2,880.00
Ballerinas	Par	6	180.00	2,160.00
Calzado para niños(as)				
Zapatos	Par	7	210.00	2,520.00
Zapatillas	Par	8	240.00	2,880.00
Botines	Par	5	150.00	1,800.00
Sandalias	Par	8	240.00	2,880.00
Ballerinas	Par	6	180.00	2,160.00
Total			3,000.00	36,000.00

Fuente: La autora

En los siguientes años 2 y 3 la empresa tiene como meta incrementar sus ventas de calzado en un 11% y 13% respectivamente en relación a la demanda inicial, con el objetivo de mantenerse posicionarse en el mercado local.

Tabla 16: Proyección de la demanda.

Producto	Unida Medida	Año 1	Año 2 Tasa de crecimiento (11%)	Año 3 Tasa de crecimiento (13%)
Calzado de hombres				
Zapatos	Par	3,600	3,996	4,515
Zapatillas	Par	2,880	3,197	3,613
Botines	Par	1,800	1,998	2,258
Sandalias	Par	2,160	2,398	2,710
Calzado para damas				
Zapatos	Par	3,600	3,996	4,515
Zapatillas	Par	2,880	3,197	3,613
Botines	Par	1,800	1,998	2,258
Sandalias	Par	2,880	3,197	3,613
Ballerinas	Par	2,160	2,398	2,710
Calzado para niños(as)				
Zapatos	Par	2,520	2,797	3,161
Zapatillas	Par	2,880	3,197	3,613
Botines	Par	1,800	1,998	2,258
Sandalias	Par	2,880	3,197	3,613
Ballerinas	Par	2,160	2,398	2,710
Total		36,000	39,962	45,160

Fuente: La autora

Obtenida la proyección de la demanda anual conjuntamente con la proyección del incremento, se determinará los ingresos que se esperan obtener por la venta de calzados, para esto se ha tomado precios estimados según las Tablas 7, 8, 9 detallados anteriormente.

Tabla 17: Proyección de ingresos

(Soles)				
Producto	Precio de venta	Año 1	Año 2	Año 3
Calzado de hombres				
Zapatos	80	288,000.00	319,680.00	361,200.00
Zapatillas	75	216,000.00	239,775.00	270,975.00
Botines	80	144,000.00	159,840.00	180,640.00
Sandalias	45	97,200.00	107,910.00	121,950.00
Calzado para damas				
Zapatos	75	270,000.00	299,700.00	338,625.00
Zapatillas	80	230,400.00	255,760.00	289,040.00
Botines	85	153,000.00	169,830.00	191,930.00
Sandalias	50	144,000.00	159,850.0	180,650.00
Ballerinas	45	97,200.00	107,910.00	121,950.00
Calzado para niños(as)				
Zapatos	70	176,400.00	195,790.00	221,270.00
Zapatillas	50	144,000.00	159,850.00	180,650.00
Botines	65	117,000.00	129,870.00	146,770.00
Sandalias	35	100,800.00	111,895	126,455.00
Ballerinas	40	86,400.00	95,920.00	108,400.00
	Total	2,264,400.00	2,513,580.00	2,840,505.00

Fuente: La autora

Nota: Para sacar la proyección de ingresos se toma el precio de venta, y se multiplica por la proyección de la demanda de cada zapato, en este caso el zapato de hombre su precio es S/ 80.00 x 3,600 =S/ 288,000.00.

5.3 Costo de ventas.

En el costo de venta del calzado incluye los fletes, para ello el margen de utilidad estimada del 35% sobre el precio de compra.

Tabla 18: Proyección del costo de venta.

Producto	Costo Unitario (soles)	Año 1 (soles)	Año 2 (soles)	Año 3 (soles)
Calzado de hombres				
Zapatos	59.00	212,400.00	235,764.00	266,385.00
Zapatillas	55.50	159,840.00	177,433.50	200,521.5
Botines	59.00	106,200.00	117,882.00	133,222.00
Sandalias	33.00	71,280.00	79,134.00	89,430.00
Calzado para damas				
Zapatos	55.50	199,800.00	221,778.00	250,582.50
Zapatillas	59.00	169,920.00	188,623.00	213,167.00
Botines	63.00	113,400.00	125,874.00	142,254.00
Sandalias	37.00	106,560.00	118,289.00	133,681.00
Ballerinas	33.00	71,280.00	79,134.00	89,430.00
Calzado para niños(as)				
Zapatos	52.00	131,040.00	145,444.00	164,372.00
Zapatillas	37.00	106,560.00	118,289.00	133,681.00
Botines	48.00	86,400.00	95,904.00	108,384.00
Sandalias	26.00	74,880.00	83,122.00	93,938.00
Ballerinas	29.50	63,720.00	70,741.00	79,945.00
Total		1,673,280.00	1,857,411.50	2,098,993.00

Fuente: La autora

Nota: Para sacar la proyección del costo de venta se multiplica el costo unitario del calzado por la proyección de la demanda en este caso sería: $S/59.00 \times 3,600 = S/ 212,400.00$.

5.4 Gastos administrativos

A continuación, se detallan los gastos que se incurrirán en la comercialización y funcionamiento del negocio de calzados, entre ellos comprenden gastos de personal, contribuciones sociales, gratificaciones por fiestas patrias y navidad y compensación por tiempo de servicios.

Tabla 19: Remuneraciones del personal

Puesto	N° trabajadores	Sueldo mensual (soles)	Remuneración Mensual (soles)	Total anual (soles)
Gerente	1	2,000.00	2000	24,000.00
Contador	1	800	800	9,600.00
Cajero	1	930	930	11,160.00
Almacenero	1	930	930	11,160.00
Jefe de ventas y marketing	1	750.00	750	9,000.00
Vendedores	2	750	1500	18,000.00
Total			6,910.00	82,920.00

Fuente: La autora

Tabla 20: Contribuciones sociales.

Puesto	N° trabajadores	Sueldo mensual (soles)	Aporte mensual 9%	Total anual (soles)
Gerente	1	2,000.00	180	2,180.00
Contador	1	800.00	72	872.00
Cajero	1	930.00	84	1,013.70
Almacenero	1	930.00	84	1,013.70
Jefe de ventas y marketing	1	750.00	68	817.50
Vendedores	2	750.00	68	1,635.00
Total			554	7,531.90

Fuente: La autora

Tabla 21: Gratificaciones fiestas patrias y navidad.

Puesto	N° trabajadores	Gratificación (soles)	Total mensual (soles)	Total anual (soles)
Gerente	1	2,000.00	166.67	2,000.00
Contador	1	800.00	66.66	800
Cajero	1	930.00	77.5	930
Almacenero	1	930.00	77.5	930
Jefe de ventas y marketing	1	750.00	62.5	750.00
Vendedores	2	750.00	155	1,810.00
Total			605.83	7,220.00
(*) Régimen MYPE: ½ Gratificación Julio-Diciembre				

Fuente: La autora

Tabla 22: Compensación por tiempo de servicios.

Puesto	CTS	N° trabajadores	Total mensual (Soles)	Total anual (Soles)
Gerente	1,000.00	1	83.33	1,000.00
Contador	500.00	1	41.67	500.00
Cajero	464.00	1	38.67	464.00
Almacenero	465.00	1	38.67	465.00
Jefe de ventas y marketing	500.00	1	41.67	500.00
Vendedores	930.00	2	77.50	930.00
Total			321.51	3,859.00
(*) Régimen MYPE: ½ sueldo al año completo				

Fuente: La autora

Tabla 23: Servicios básicos.

Descripción	Total mensual (soles)	Total anual (soles)
Luz	500.00	6,000.00
Agua	230	2,760.00
Teléfono	155	1,860.00
Internet	550	6,600.00
Total	1,435.00	17,220.00

Fuente: La autora

Tabla 24: Depreciación y amortización de activos.

Activo	Unidad	Precio total (soles)	Vida contable	Depreciación anual(soles)
Exhibidores de calzado	4	4,000.00	5	800.00
Muebles	4	2,000.00	5	400.00
Vitrinas de vidrio	6	15,000.00	5	3,000.00
Alfombra	4	1,400.00	3	466.67
Espejos	8	800.00	5	160.00
Aire acondicionado	2	4,200.00	5	840.00
Televisores	2	3,000.00	5	600.00
Ventiladores de techo	5	1,000.00	5	200.00
Escritorios "L"	4	3,200.00	5	640.00
Sillas	10	1,000.00	5	200.00
Archivadores de madera	4	1,200.00	5	240.00
Reflectores de luz	3	150.00	3	50.00
Computadoras	4	10,000.00	5	2,000.00
Impresora	2	3,000.00	5	600.00
Software Contable Integral	1	10,500.00	5	2,100.00
Total				12,296.67

Fuente: La autora

Tabla 25: Gastos pre operativos.

Descripción	Total(soles)
Búsqueda y reserva de nombre	60.00
Elaboración de Minuta (Testimonio)	1050.00
Inscripción en Registros Públicos	550.00
Certificado de Defensa Civil	650.00
Licencia de Funcionamiento	450.00
Permisos Especiales	500.00
Implementación del local	6,000.00
Total	9,260.00

Fuente: La autora

5.5 GASTOS DE VENTAS

Tabla 26: Publicidad, marketing, promociones y otros.

Descripción	Total mensual (soles)	Total anual (soles)
Mercadotecnia	500	6,000.00
Publicidad en los medios de comunicación	500.00	6,000.00
Promociones, obsequios, etc.	500.00	6,000.00
Total	1500	18,000.00

Fuente: La autora

Tabla 27: Gastos de administración.

Descripción	Total mensual (soles)	Total anual (soles)
Alquiler	3,000.00	36,000.00
Útiles de escritorio	100	1,200.00
Materiales de limpieza	100	1,200.00
Mantenimiento y reparación	500	6,000.00
Otros gastos	300	3,600.00
total	4,000.00	48,000.00

Fuente: La autora

5.6 ESTADO DE RESULTADOS ECONOMICOS

Refleja la información detallada y ordenada de la gestión de la empresa y como se obtuvo el resultado del ejercicio que se espera alcanzar proyectada a tres años, así también esta información contribuye para la toma de decisiones, después de conocer el rendimiento, crecimiento y desarrollo del negocio durante el período determinado.

Tabla 28: Estado de Resultados económicos proyectado de la comercializadora de calzado “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.”

Concepto	Año 1 (soles)	Año 2 (soles)	Año 3 (soles)
Ingreso por ventas	2,264,400.00	2,513,580.00	2,840,505.00
Costo de ventas(-)	(1,673,280.00)	(1,857,411.50)	(2,098,993.00)
Utilidad Bruta	591,120.00	656,169.00	741,512.00
Gasto de administración	(161,771.00)	(152,771.00)	(152,771.00)
Gasto de ventas	(115,200.00)	(115,200.00)	(115,200.00)
Utilidad antes de impuestos	314,149.00	388,198.00	473,541.00
Impuesto a la renta	(80,535.00)	(102,380.00)	(127,556.00)
Utilidad Neta	233,614.00	285,818.00	345,985.00

Fuente: La autora

Tabla 29: Régimen tributario

Concepto	Año 1 (soles)	Año 1 (soles)	Año 1 (soles)
Utilidad antes de impuestos	314,149.00	388,198.00	473,541.00
Hasta 15 UIT 10%	62,250.00	62,250.00	62,250.00
Impuesto a la renta con 10%	6,225.00	6,225.00	6,225.00
Más de 15 UIT 29.5%	251,899.00	325,948.00	411,291.00
Impuesto a la renta con 29.5%	74,310.00	96,155.00	121,331.00
Impuesto a la Renta	80,535.00	102,380.00	127,556.00

Fuente: La autora

5.7. Financiamiento.

Según el Decreto Ley N° 21621, ley que norma a la EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, en el punto del patrimonio de la empresa en el artículo 2 indica que el patrimonio de la empresa se constituye en un inicio por los bienes (dinero en efectivo, bienes inmuebles y bienes muebles) que aporta su

titular, agregando que " El valor designado a este patrimonio inicial constituye el capital de la Empresa".

En este apartado se presenta el Plan Financiero de la empresa que se produce como consecuencia de la capacidad de autofinanciación del proyecto de la comercializadora de calzados "El Mundo en tus Pies E.I.R.L." será autofinanciada en totalidad con la aportación de dinero en efectivo del titular por el monto de S/.50,000.00, pasando a ser este monto de dinero el patrimonio de la empresa.

Tabla 30: Financiamiento de la comercializadora de calzado "El Mundo en tus Pies E.I.R.L."

Deuda a

Tomar **S/. 50,000.00**

26.76% Anual	2.23% mensual
	36 meses
<i>Fecha de desembolso</i>	17/12/2018
<i>Tasa de Interés</i>	2.23%

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
1	2,035	1,115	920	49,080
2	2,035	1,094	940	48,140
3	2,035	1,074	961	47,179
4	2,035	1,052	983	46,196
5	2,035	1,030	1,005	45,191
6	2,035	1,008	1,027	44,164
7	2,035	985	1,050	43,114
8	2,035	961	1,073	42,041
9	2,035	938	1,097	40,943
10	2,035	913	1,122	39,822
11	2,035	888	1,147	38,675
12	2,035	862	1,172	37,502
Total	24,418	11,920	12,498	

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
13	2,035	836	1,199	36,304
14	2,035	810	1,225	35,079
15	2,035	782	1,253	33,826
16	2,035	754	1,281	32,546
17	2,035	726	1,309	31,236
18	2,035	697	1,338	29,898
19	2,035	667	1,368	28,530
20	2,035	636	1,399	27,132
21	2,035	605	1,430	25,702
22	2,035	573	1,462	24,240
23	2,035	541	1,494	22,746
24	2,035	507	1,528	21,218
Total	24,418	8,134	16,284	

N° de Cuotas	Cuotas a Pagar	Intereses	Amortización Capital	Saldo
25	2,035	473	1,562	19,656
26	2,035	438	1,596	18,060
27	2,035	403	1,632	16,428
28	2,035	366	1,668	14,759
29	2,035	329	1,706	13,054
30	2,035	291	1,744	11,310
31	2,035	252	1,783	9,527
32	2,035	212	1,822	7,705
33	2,035	172	1,863	5,842
34	2,035	130	1,905	3,937
35	2,035	88	1,947	1,990
36	2,035	44	1,990	0
Total	24,418	3,200	21,218	

Fuente: La autora

5.8 Retorno de la inversión.

El ROI, que por sus siglas en inglés significa Return On Investment, y cuyo equivalente en español es RSI (Retorno de Inversión), en nuestro Plan de Negocios, aplicaremos esta razón financiera ya que es una de las métricas que permite conocer si una inversión es rentable ya que expresa la relación entre lo invertido en un negocio y el beneficio obtenido proveniente de dicha inversión.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}} \times 100$$

Fuente: La autora

Aplicación del ROI a la comercializadora de calzado “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.”

Cálculo del año 1

$$\text{ROI} = \frac{233,614}{50,000} \times 100 = 467.228\%$$

Nota: Para el año 1 se obtiene 467%, esto significa que se tiene un retorno de 4.96 veces de la inversión.

Cálculo del año 2

$$\text{ROI} = \frac{285,818.00}{50,000} \times 100 = 571.636\%$$

Nota: Para el año 2 se obtiene 571%, esto significa que se tiene un retorno de 5.7 veces de la inversión.

Cálculo del año 3

$$\text{ROI} = \frac{345,985}{50,000} \times 100 = 691\%$$

Nota: Para el año 3 se obtiene 691%, esto significa que se tiene un retorno de 6.9 veces de la inversión.

Tabla 31: Flujo de caja de la comercializadora de calzado “El Mundo en tus Pies E.I.R.L.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		2,264,400.00	2,513,580.00	2,840,505.00
Inversión inicial	60,000.00			
Activo fijo	0.00			
Capital de trabajo	30,000.00			
Compras	60,450.00			
Gastos administrativos		-78,784.80	-78,784.80	-78,784.80
Gastos comerciales		-20,050.00	-20,050.00	-20,050.00
Pago impuestos				
Flujo Caja Económico (FCE)	150,450.00	2,165,565.20	2,414,745.20	2,741,670.20
Préstamo recibido	50,000.00			
Gastos financieros		-11,920.33	-8,133.71	3,199.78
Escudo fiscal				
Flujo Caja Financiero (FCF)	200,450.00	2,153,644.87	2,406,611.49	2,744,869.98

Fuente: La autora

CONCLUSIONES

- a. La viabilidad de la idea de negocio se comprueba, primero al ser una necesidad natural hoy de nuestra civilización el calzar zapatos, segundo por los pasos que marca la moda, la estacionalidad, y las preferencias cambiantes de los clientes, y tercero por ser una región en la que la vida útil de los zapatos en general se ve recortada por la climatología, que implica lluvias, y por las características de la infraestructura citadina, en la que no en todos los distritos hay veredas y pistas.
- b. El Perú cuenta en el norte del país, fundamentalmente en la ciudad de Trujillo, el emporio más grande de fabricación de calzado, que abastece a gran parte del mercado nacional, y éste cada año sigue creciendo como resultado también del crecimiento demográfico y por cómo el marketing, establece la moda sobre la base de las tendencias, cambios de comportamiento del consumidor, y también sus preferencias.
- c. El presente plan de negocio sustenta su viabilidad financiera y económica en los cálculos realizados que se muestran en las tablas, y que señalan de acuerdo con el ROI, que es uno de los modelos de evaluación que sustenta dicha viabilidad, y sostenibilidad en el tiempo.
- d. Además de lo expuesto, el negocio contribuye a generar puestos de trabajo, en una economía regional que ya tiene 6 años de recesión, y con expectativas a futuro poco alentadoras, por lo que ayudaría a dinamizar la economía de Loreto.

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, R. F. (2001). Como se hace un plan estrategico: La teoría del marketing estratégico (3ra ed.). (ESIC, Ed.) Madrid: ESIC Editorial.
- Alvarado, A. C. (25 de agosto de 2017). El calzado escolar debe ser cómodo y practico. El Comercio, pág. A8.
- Amazon. (2018). Amazon.es, 1ra. Recuperado el 12 de agosto de 2018, de <https://www.amazon.es/new-balance-trail-running-shoes/s?ie=UTF8&page=1&rh=i%3Aaps%2Ck%3Anew%20balance%20trail%20running%20shoes>
- Ambrosio, V. (2000). Plan de marketing paso a paso (1ra ed.). (P. E. Ltda., Ed.) Bogotá: Pearson Educación de Colombia.
- Arellano, R. (2014). Marketing. Recuperado el 23 de agosto de 2018, de Arellano Marketing: [www.Arellano Marketing.com](http://www.ArellanoMarketing.com)
- Camargo, C. (22 de enero de 2018). Los mejores 6 tenis deportivos para hombres. El diario la Opinión, pág. 13.
- Casparri, M. T., García, F. J., García, F. V., & Salvaderry, J. (2008). Plan de Negocios Utilizando excel y project (1ra ed.). (O. System, Ed.) Buenos Aires: Omnicron Editorial.
- CCL. (12 de abril de 2018). ¿Qué marca de zapatillas prefieren los peruanos. Gestión, págs. www.gestión.pe/economía/marca-zapatillas-prefieren-peruanos-231249.
- Charpentier, D. . (24 de Mayo de 2012). Los 10 tipos de zapatos que toda mujer debería tener. Glamour: BioBioChile - La Red de Prensa Más Grande de Chile, pág. 8.
- CITECCAL-LIMA. (2017). Boletín oficial (1ra ed.). Lima: CITECCAL-LIMA.
- Display Center. (28 de mayo de 2017). Displey Center S.A. Obtenido de Exhibidores para Calzados: <https://www.displaycentersa.com/categoria-producto/exhibidores/exhibidores-para-calzados/>
- Dominguez, S. (2017). Perú busca aumentar intercambio comercial con la costa oeste de Estados Unidos. Recuperado el 28 de octubre de 2018, de

- andina.pe: <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-busca-aumentar-intercambio-comercial-con-costa-oeste-estados-unidos-722891.aspx> 23 08
- Gastañaga, M. d. (2016). Ocho Claves para elegir correctamente el calzado escolar. Recuperado el 23 de agosto de 2018, de RPP noticias: <https://rpp.pe/>
- IEES. (2017). El 96.7% de productores de calzado en Perú son microempresas. Recuperado el 09 de OCTUBRE de 2018, de ANDINA: <https://andina.pe/agencia/noticia-el-967-productores-calzado-peru-son-microempresas-381243.aspx> El 96.7% de productores de calzado en Perú son microempresas 11:00 | Lima, oct. 09 (ANDINA).
- INEI. (2010). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4) (1ra ed.). (P. d. PCM, Ed.) Lim: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- INEI. (2017). Censos Nacionales 2016. XI Población y VI de Vivienda (1ra ed.). (P. d. PCM, Ed.) Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- ITP. (2017). Instituto Tecnológico de la Producción. Recuperado el 28 de octubre de 2018, de Directora de CITECCAL Lima recibe reconocimiento del ITP Red CITE: <http://citeccal.com.pe/directora-del-citeccal-recibe-reconocimiento-del-itp/>
- La República. (2015). Industria del calzado mueve unos 300 millones de soles al mes en La Libertad . Recuperado el 29 de octubre de 2018, de La República: Industria del calzado mueve unos 300 millones de soles al mes en La Libertad 3 Oct 2015 | 23:30 <https://larepublica.pe/sociedad/886060-industria-del-calzado-mueve-unos-300-millones-de-soles-al-mes-en-la-libertad>
- La República. (16 de julio de 2016). Calzado casual. Recuperado el 23 de agosto de 2018, de La República: <https://larepublica.pe/domingo/956509-calzado-casual>
- Lopez, A. A. (2001). ¿Que son para que sirven y como se hacen las investigaciones de mercado? (1ra edición ed.). (G. P. S.A., Ed.) México: Compañía Editorial Continental.
- MINTRA. (2006). Decreto Legislativo N 1086 Ley de Promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la Micro y pequeña empresa y

- del acceso al empleo decente (1ra ed.). (M. d. Empleo, Ed.) Lima: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Porter, M. (2002). La Ventaja Competitiva (12ma ed.). México: Editorial: S.L. (Grupo Patria Cultural ALAY Ediciones.
- PRODUCE. (2016). Anuario Estadístico Industrial, MYPE y Comercio Interno (1ra ed.). (M. d. Producción, Ed.) Lima: Ministerio de la Producción. Obtenido de Ministerio de la Producción.
- SERMA. (2016). Serma: moda. Recuperado el 22 de julio de 2018, de SERMA: Revista de Moda, Tecnología y Mercados para la Industria del Calzado: <http://www.serma.net/edicionactual.html>
- Solo Stocks. (15 de diciembre de 2018). Pyme innovadora. Obtenido de Solo Stocks: <https://www.solostocks.com/venta-productos/otro-mobiliario/mobiliario-zapateria-estanterias-1391071>
- Suji. (15 de mayo de 2016). Taller de modelo suji. Obtenido de Blogspot: taller de modelos Suji: <http://tallerdemodelosuji.blogspot.com/2016/05/taburete-zapatero-de-petrica-tanasa.html>
- SUNAT. (2017). Decreto Supremo N° 342-2016-EF.- Arancel de Aduanas 2017 (1RA ed.). (SUNAT, Ed.) Lima: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
- Terán, Y. (2017). Gente A uno: Pasión por el trabajo, 1ra. Recuperado el 23 de agosto de 2018, de https://issuu.com/revistaapunopanam/docs/revista_a_uno_pty_junio-julio_2015_752ff67ea27e67/170

ANEXO: 01

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

ENCUESTA:

Buenos días/tardes, estamos realizando una investigación de mercado para evaluar el lanzamiento de una nueva marca de zapatos para damas, caballeros y niños(as) Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. ¿Cuánto paga usted aproximadamente por un par de zapatos?

- a. S/ 30.00 1
- b. S/ 50.00 2
- c. S/ 100.00 3
- d. S/ 150.00 4
- e. Más de S/ 200.00 5

2. Aproximadamente, ¿Cuántos pares de zapato compras al año?

- a. De 0 a 2 1
- b. De 3 a 4 2
- c. De 5 a 7 3
- d. 8 a más 4

3. En general ¿Qué características considera usted relevante a la hora de elegir sus zapatos?

- a. Taco alto 1
- b. Plataforma 2
- c. Llanos 3
- d. Diseño 4
- e. Color 5

4. ¿Prefieres comprar zapatos de una marca conocida o estás dispuesto a comprar de una marca nueva?

- a. En una marca conocida 1
- b. Estoy dispuesto a comprar de una nueva marca 2
- c. No es de mi interés 3
- d. Otras (especifique). 4

5. En general, ¿Qué tipos de calzado usa frecuentemente?

- a. Casual 1
- b. Elegante 2
- c. Ejecutivo 3
- d. Deportivo 4

6. ¿Qué tipo de material prefieres?

- a. Gamuza 1
- b. Cuero 2
- c. Cuerina 3
- d. Tela 4
- e. Otro(especifique) 5

7. ¿Qué clase de colores prefiere? (puede seleccionar más de una respuesta)

- a. Colores fuertes(fucsia,amarillo,celestes,etc) 1
- b. Colores clásicos(blanco ,negro,beige,café,etc) 2
- c. Colores metálicos (dorado o plateado) 3
- d. Otros (especifique) 4

8. Al momento de elegir el zapato usted lo compra por:

- a. El material de que está/están hechos 1
- b. El modelo 2
- c. La marca 3
- d. El precio 4
- e. Otras(especifique) 5

9. ¿Para qué ocasión suele comprar zapatos?

- a. Fiestas 1
- b. Trabajo 2
- c. Diario 3
- d. Casual 4

10. ¿De qué forma adquiere usted sus zapatos?

- a. Por catálogo 1
- b. En una tienda departamental 2
- c. Zapatería 3
- d. Boutique 4
- e. En internet 5

11. ¿Cuál es la forma de pago de su compra?

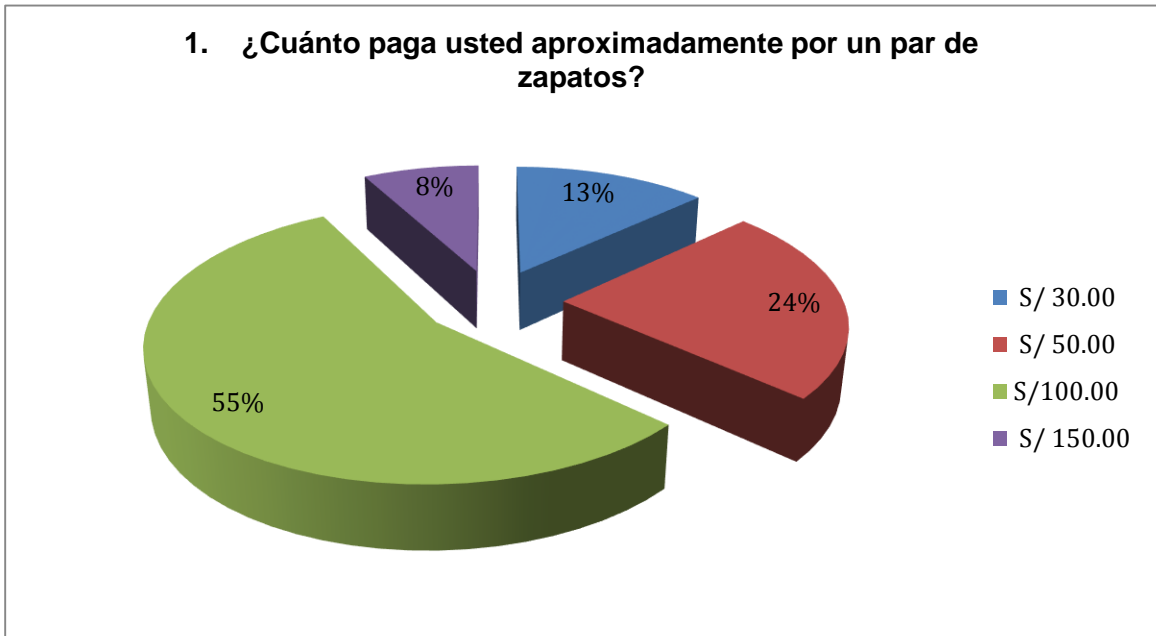
- a. Efectivo 1
- b. Tarjeta de crédito 2
- c. Otro(especifique) 3

12. ¿Qué tipo de beneficios le gustaría recibir en esta nueva tienda de zapatos?

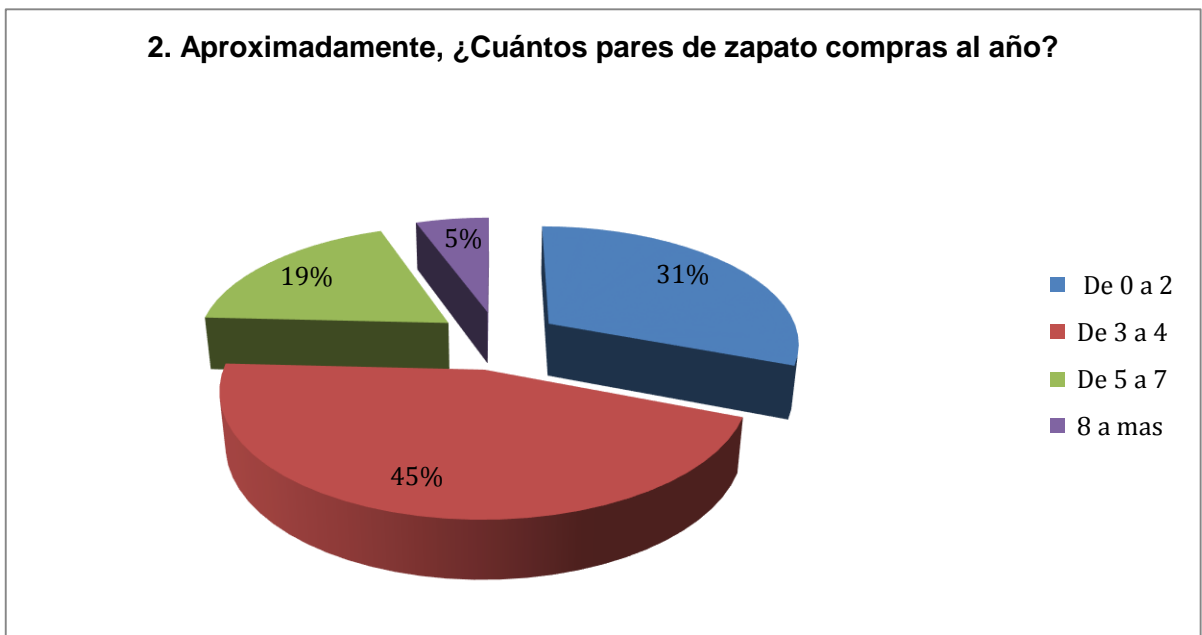
- a. Ofertas de fin de mes 1
- b. 10% de descuento 2
- c. Premio por la frecuencia de consumo. 3
- d. Otras (especifique) 4

Resultados de la encuesta

Una vez realizados la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados

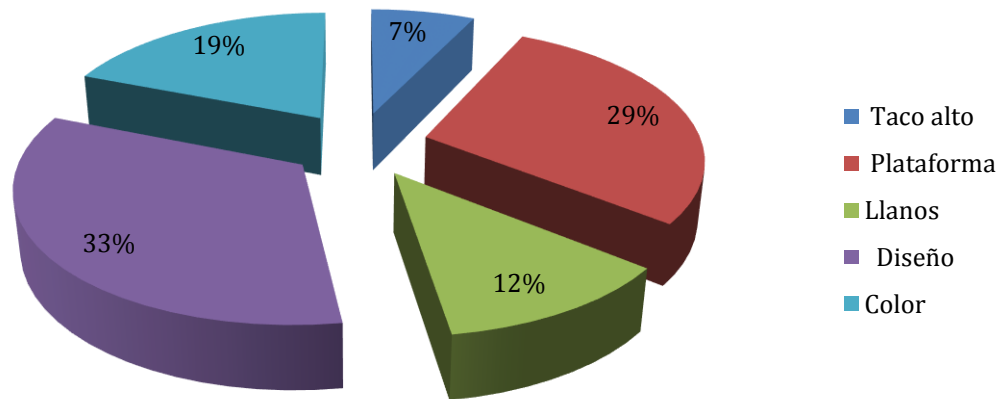


El resultado de las encuestas nos demuestra que el público femenino gasta en un par de zapatos entre 100 y 150 soles, siendo el de mayor porcentaje el de 100 soles.



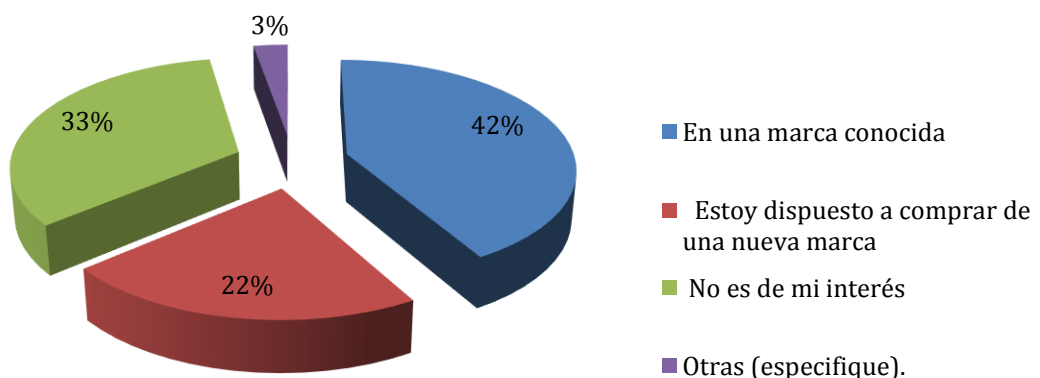
El resultado de las encuestas nos demuestra que el público femenino y masculino compra entre 3 a 4 pares de zapatos al año.

3.-En general ¿Qué características considera usted relevante a la hora de elegir sus zapatos?



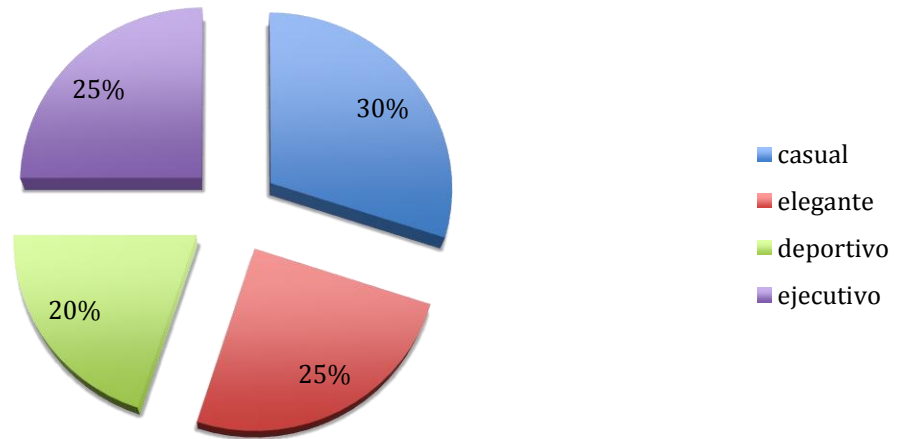
El resultado de las encuestas nos demuestra que al momento de elegir una mujer su zapato considera su plataforma y su diseño.

4. ¿Prefieres comprar zapatos de una marca conocida o estás dispuesto a comprar de una marca nueva?



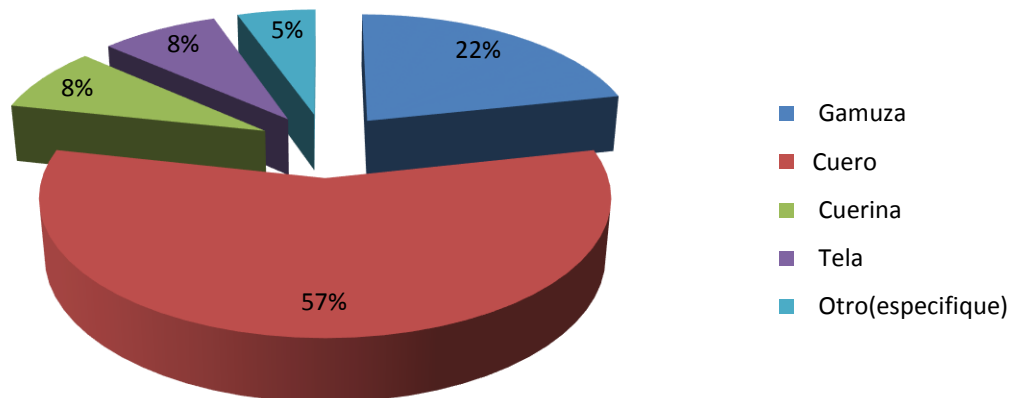
El resultado de la encuestas nos demuestra que el público femenino y masculino, prefieren comprar un marca conocida.

5. ¿Qué tipo de calzado usa frecuentemente?



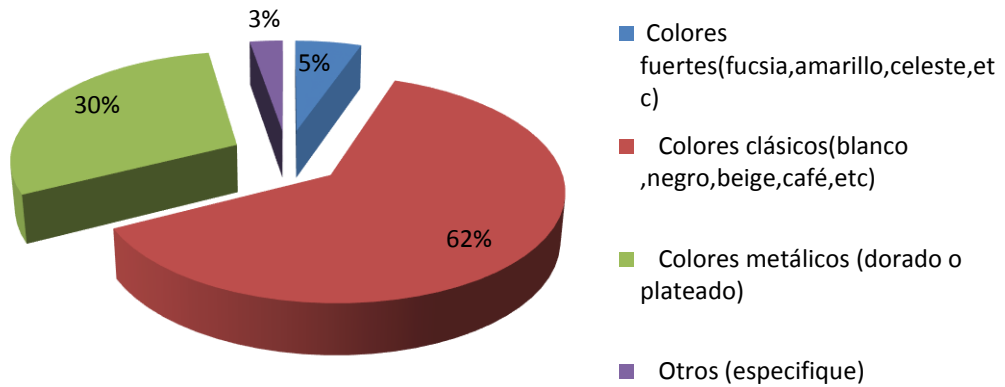
El resultado de la encuestas nos demuestra que las personas prefieren un calzado casual, en un 30%; seguido de ejecutivo, elegante y deportivo.

6. En general, ¿Qué tipo de material prefieres?



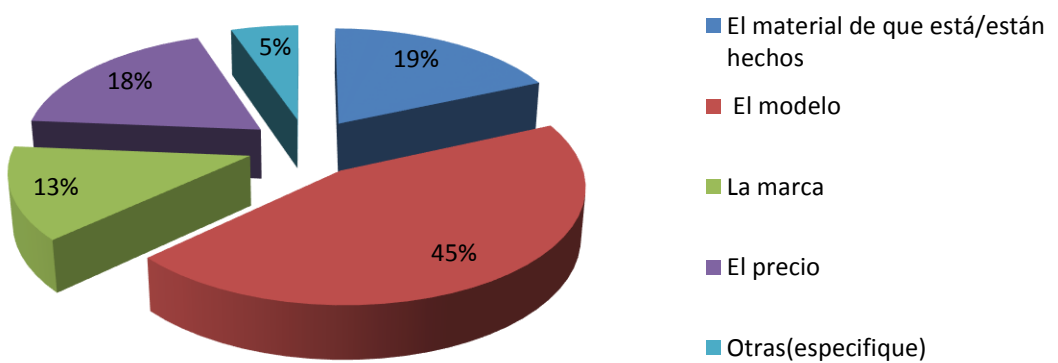
El resultado de la encuestas nos demuestra que el material al momento de elegir el tipo de material e un zapato eligen de cuero siendo el porcentaje más alto

7. ¿Qué clase de colores prefiere? (Se puede seleccionar más de una respuesta)

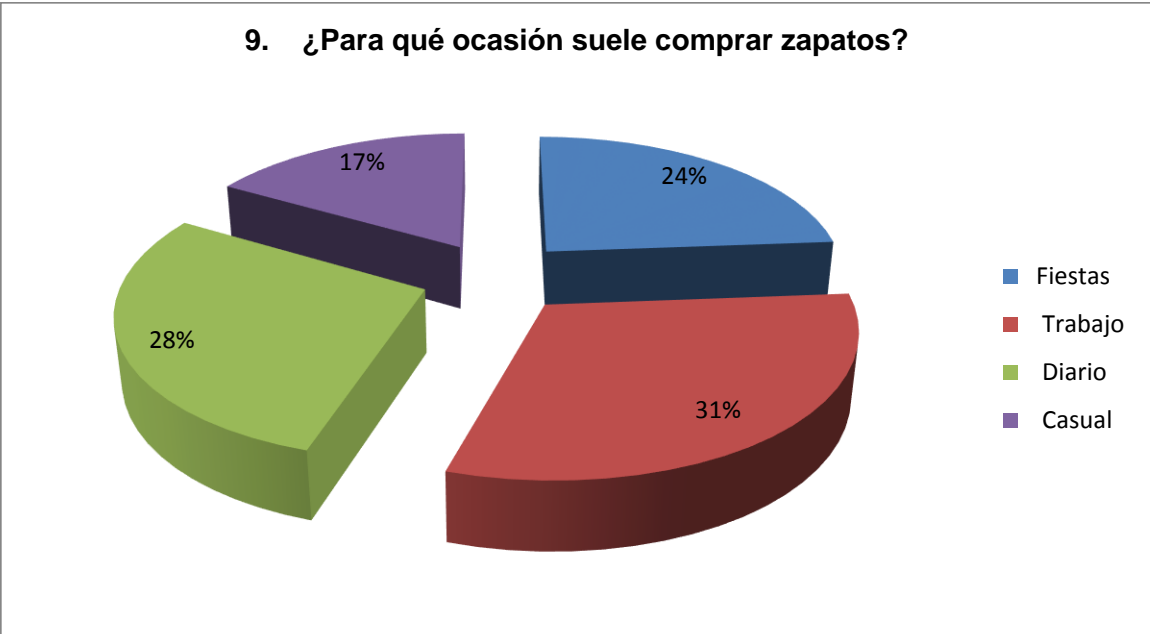


El resultado de la encuestas nos muestra que las mujeres al momento de elegir un zapato elijen los colores clásicos (blanco, negro, beige, café, etc.)

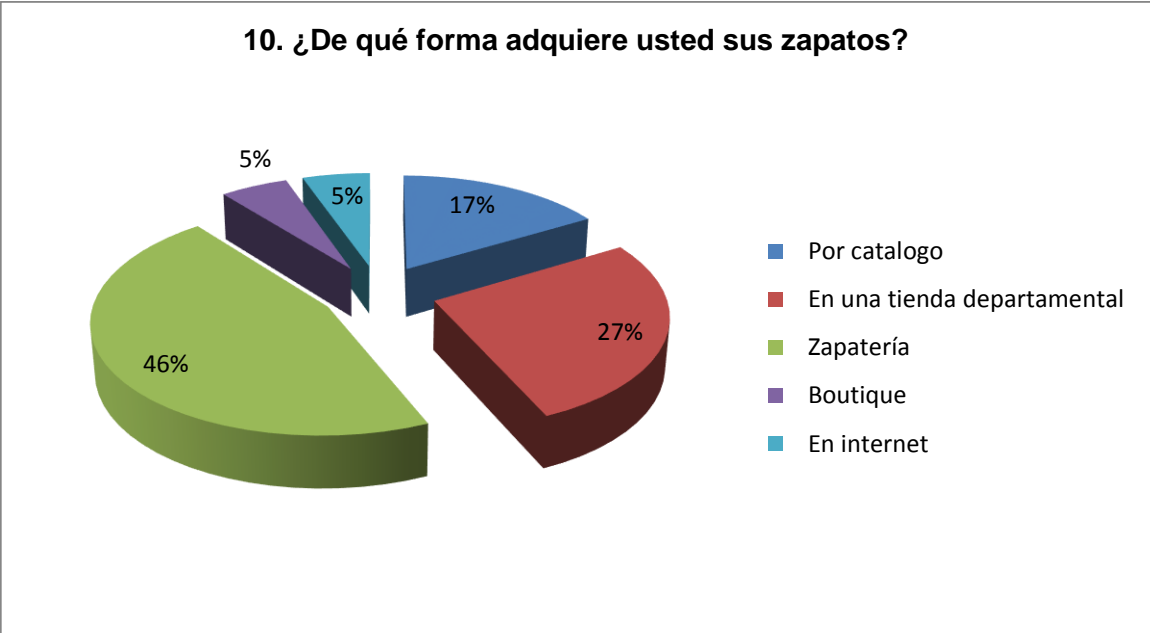
8. Al momento de elegir el zapato usted lo compra por:



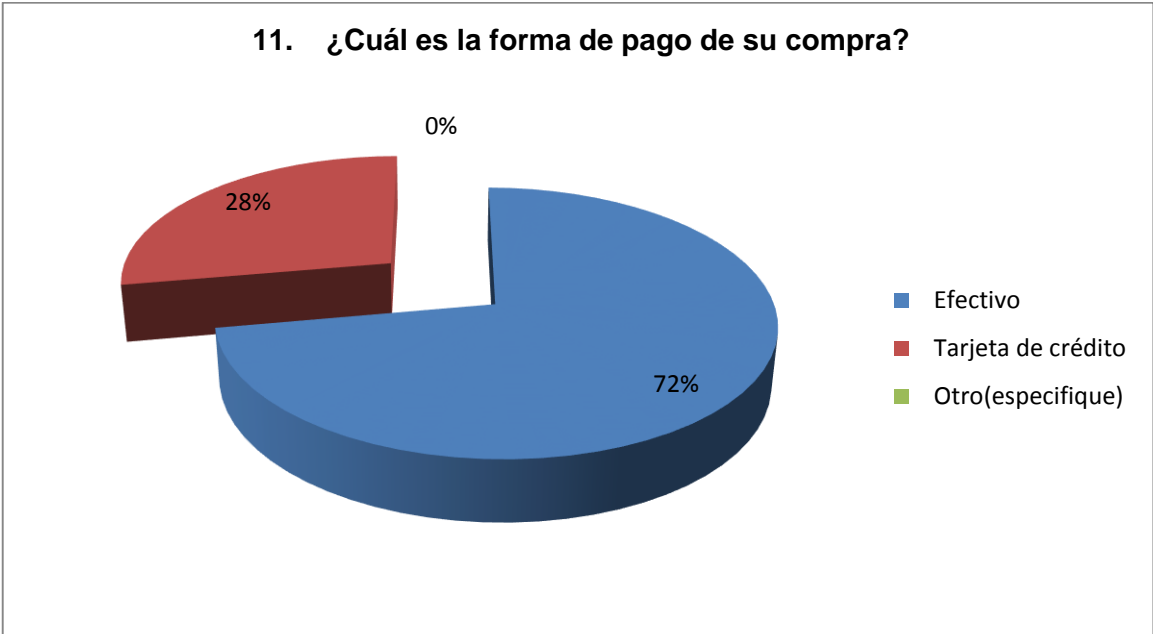
El resultado de la encuestas las mujeres al momento de elegir lo compran por su modelo o gusto



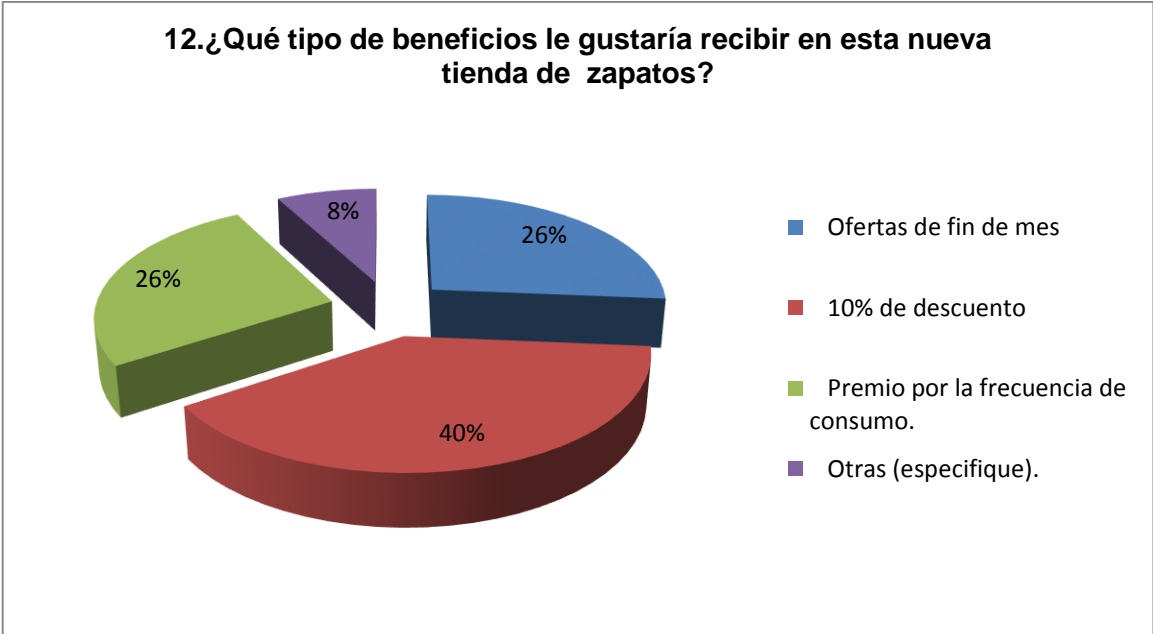
El resultado de la encuestas nos muestran que los hombre y mujeres compran un par de zapatos en mayor cantidad para el trabajo.



El resultado de la encuestas nos muestra que las mujeres adquieren sus zapatos en una zapatería siendo el porcentaje más alto



El resultado de las encuestas que la forma de pago para adquirir un zapato es el dinero en efectivo siendo el porcentaje más alto y en segundo lugar pagan con tarjeta de crédito



El resultado de las encuestas los beneficios que les gustaría recibir en una nueva tienda de zapatos son los descuentos.

Anexo 02: Espejo y taburete para visualizar zapatos



Fuente: (Suji, 2016)

Anexo 03: Banca Metálica con Espejos



Fuente: (Display Center, 2017)

Anexo 04: Estantería de Pared



Fuente: (Solo Stocks, 2018)