



FACULTAD DE NEGOCIOS

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
PLAN DE NEGOCIO DE COMERCIALIZACIÓN DE
PRENDAS DE VESTIR DE TALLAS GRANDES PARA
DAMAS, 2022**

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

AUTOR: GARCILAZO MORALES, MIGUEL ANGEL

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

**IQUITOS – PERÚ
2021**

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo, a mi esposa e hijos por estar ahí constituyendo los pilares de mi ser; En especial a mi madre por sus enseñanzas y consejos que forjaron mi ser.

Garcilazo Morales, Miguel Ángel

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por darme salud y por permitirme disfrutar de mi familia, gracias a mi familia por apoyarme constantemente en cada decisión de mi vida, gracias por su gran amor, por su bondad, por sus alegrías y por sus consejos; gracias a todos y cada uno de mis profesores que mediante sus cátedras contribuyeron enormemente en mi crecimiento profesional.

. Garcilazo Morales, Miguel Ángel

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 007-2022-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 10 de enero de 2022, se autorizó la sustentación para el día jueves 13 de enero de 2022.

Siendo las 11.00 horas del día 13 de enero se constituyó de modo virtual el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE TALLAS GRANDES PARA DAMAS, 2022.

Presentado por:

GARCILAZO MORALES MIGUEL ANGEL
Para optar el título profesional de Contador Público

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

La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 12.48 horas culminó el acto público.

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

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

CPC. Jorge Gonzales Bardales, Mgr.
Miembro del Jurado

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

HOJA DE ANTIPLAGIO



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

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

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

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE
TALLAS GRANDES PARA DAMAS, 2022"**

De los alumnos: **GARCILAZO MORALES MIGUEL ÁNGEL**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **4% de plagio**.

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

San Juan, 03 de Diciembre del 2021.

Dr. César J. Ramal Alvarado
Presidente del Comité de Ética - UCP

CRA/19-a
SIS-2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Acta de sustentación.....	iii
Hoja de antiplagio.....	iv
Índice de contenido.....	v
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	viii
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
I. CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	04
1.3 Idea de negocio.....	04
II. PLAN DE MARKETING.....	06
2.1 Necesidades de los clientes.....	06
2.2 Demanda actual y tendencias.....	08
2.3 Oferta competitiva.....	11
2.4 Programa de marketing.....	12
2.4.1 El producto.....	12
2.4.2 El precio.....	15
2.4.3 La promoción.....	16
2.4.4 La cadena de distribución.....	16
III. PLAN DE OPERACIONES.....	17
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	17
3.2 El proceso de operaciones comerciales.....	19
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	21
4.1 La organización.....	21
4.2 Puestos, funciones y requisitos.....	21
4.3 Condiciones laborales.....	23
4.4 Régimen tributario.....	24
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	25

5.1 Estudio económico.....	25
5.1.1 Mercado y ventas.....	25
5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.....	26
5.2 Estudio financiero.....	28
5.2.1 Inversiones.....	28
5.2.2 Financiamiento.....	29
5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.....	30
CONCLUSIONES.....	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, 2022.....	04
Tabla 2. Área geográfica, población de la ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021.....	09
Tabla 3. Segmento población femenina, por grupos de edad, de la ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021.....	10
Tabla 4. Segmento población femenina, por nivel socioeconómico de la ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021.....	10
Tabla 5. Segmento población femenina, con exceso de peso y frecuencia de compra de vestimenta, ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021.....	10
Tabla 6. Oferta competitiva de vestimenta en la ciudad de Iquitos, 2021..	11
Tabla 7. Tallas y cantidades de los productos a vender.....	12
Tabla 8. Tipo de prendas de vestir.....	12
Tabla 9. Precio unitario de prendas de vestir de verano.....	15
Tabla 10. Precio unitario de prendas de vestir de casual dama.....	15
Tabla 11. Precio unitario de prendas de vestir de oficina damas.....	15
Tabla 12. Precio unitario de prendas de vestir de fiesta/elegante damas.....	16
Tabla 13. Principales proveedores de ropa de vestir para la tienda MUJER BONITA XXL.....	18
Tabla 14. Salarios del personal, 2022.....	24
Tabla 15. Demanda del negocio a desarrollar.....	26
Tabla 16. Ventas del negocio a desarrollar.....	26
Tabla 17. Compras del negocio a desarrollar.....	27
Tabla 18. Costo de ventas del negocio a desarrollar.....	27
Tabla 19. Gastos administrativos del negocio a desarrollar.....	27
Tabla 20. Gastos comerciales del negocio a desarrollar.....	28
Tabla 21. Inversiones tangibles del negocio a desarrollar.....	29
Tabla 22. Depreciación de los activos.....	30

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Logo de la empresa, 2022.....	03
Figura 2. La vestimenta en la Pirámide de Necesidades bajo el enfoque de Maslow.....	07
Figura 3. Perfil nutricional, exceso de peso (sobrepeso y obesidad).....	08
Figura 4. Modelos prendas de vestir verano.....	13
Figura 5. Modelos prendas de vestir casual.....	13
Figura 6. Modelos prendas de vestir formal.....	14
Figura 7. Modelos prendas de vestir de fiesta.....	14
Figura 8. Proceso de aprovisionamiento de productos.....	20
Figura 9. Proceso de comercialización y venta.....	21
Figura 10. Estructura organizacional, 2022.....	22

RESUMEN

Plan de negocio de comercialización de prendas de vestir de tallas grandes para damas, 2022

Miguel Ángel Garcilazo Morales

La investigación tiene por objetivo analizar la factibilidad de desarrollar un negocio de vestimenta par un segmento particular, personas gorditas, del sexo femenino. Tiene mercado por diversos criterios geográficos, demográficos, socioeconómico, sexo, frecuencia de compra y condición de sobrepeso, con un tamaño de mercado de 141,000 unidades de vestimenta, y se decide participación de mercado inicial de 2% del total.

El aprovisionamiento será de compra de las prendas en el mercado de Lima. Para lo cual se organiza una micro empresa en el régimen laboral, y régimen general en el tema tributario.

En el aspecto financiero, la empresa obtendrá un pequeño financiamiento, básicamente para capital de trabajo, y se cancelará en 4 años. La rentabilidad del negocio es un VAN Económico de S/. 217,747, y una TIRE de 140%. Este negocio se apalanca, y logra VAN Financiero de S/. 199,270, y una TIRF de 267%.

Palabras claves: plan de negocio, vestimenta para gorditas.

ABSTRACT

Ladies' Plus-size Apparel Marketing Business Plan, 2022

Miguel Ángel Garcilazo Morales

The research aims to analyze the feasibility of developing a clothing business for a particular segment, chubby people, of the female sex. It has a market by various geographical, demographic, socioeconomic, sex, frequency of purchase and overweight condition criteria, with a market size of 141,000 clothing units, and initial market share of 2% of the total is decided.

The supply will be for the purchase of the garments in the Lima market. For which a micro enterprise is organized in the labor regime, and general regime in the tax issue.

On the financial side, the company will get a small financing, basically for working capital, and it will be canceled in 4 years. The profitability of the business is an Economic VAN of S/. 217,747, and a TIRE of 140%. This business is leveraged, and achieves FINANCIAL VAN of S/. 199,270, and a TIRF of 267%.

Keywords: business plan, clothing for gorditas.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio.

Nombre comercial: Mujer Bonita XXL

Forma organizativa: Inversiones Garcilazo E.I.R.L.

Localización: ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú.

Sector de actividad productiva: comercialización.

Sector de actividad comercial: Venta.

Figura N° 1
Logo de la empresa, 2022



1.2 Actividad empresarial.

Referente a la actividad empresarial en el que se desarrollará el negocio, se detalla a continuación:

Tabla 1
Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, 2022

G	Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas		
	46	Comercio al por mayor, excepto de los 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

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática. INEI

1.3 Idea de negocio.

Las mujeres desde siempre sienten la necesidad de sentirse y verse bellas, y vestir bien es parte de esa imagen, no importa la edad que tenga, si es niña, adolescente, joven, adulta o alguien mayor; una mujer bien vestida nunca pasará de moda. Lograr ese propósito tiene diversas dificultades, como las condiciones físicas de gordura de la persona, que hace difícil encontrar la ropa apropiada y a su medida, expresadas en tallas grandes.

La moda siempre ha estado orientada a las personas altas y delgadas, pero no todas tienen este tipo de cuerpo. Un segmento de mercado no satisfecho es el de mujeres de talla grande, y en la ciudad de Iquitos encontrar vestimenta de estas tallas es todo un desafío.

El principal segmento de mercado a la que está dirigida el negocio es a mujeres de 20 hasta los 64 años, quienes usan ropa de la talla L a la 3XL, y buscan encontrar diversos tipos de vestimenta como vestidos, pantalones, faldas, blusas, polos, ropa interior, que sean bonitos, cómodos, elegantes, sencillos, para todo tipo de ocasión.

La empresa ofrece diversos tipos de vestimenta (outfit¹), llegará directamente a los potenciales clientes, a través de publicidad en redes sociales, tienda virtual en Instagram, volantes e *influencers* de la ciudad. Se realizará en local ubicado en zona central de la ciudad, donde se contará con personal de ventas capacitado en resolver las necesidades de talla, a través de una atención personalizada. Se contará con áreas para probar la vestimenta. Además, el cliente podrá cancelar con medios físicos, electrónicos o transferencias bancarias.

¹ Outfit es una palabra del inglés que significa vestimenta, ropa o conjunto.

CAPÍTULO II: PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes.

Las necesidades que buscan satisfacer las personas, mostradas en la jerarquía de Abraham Maslow², tienen diversas ubicaciones.

Primero, una vestimenta que genere buena situación ante inclemencias del tiempo como calor o frío. En la selva peruana, la mayor cantidad de vestimentas se elaboran con materiales que permitan al cuerpo sentirse bien frente al calor.

Segundo, que la vestimenta a utilizar responda a los diversos esfuerzos físicos que realiza la persona, como caminar intensamente, sentarse o bailar, para lo cual, las costuras deben resistir.

La tienda *vestidosparagorditas.shop* (2021) señala que “las prendas de ropa ideal son aquellas que se adaptan a la manera de quien la usa [...] Desde sus inicios, la industria de la moda ha confeccionado ropa pensando en cánones de hermosura idealistas que no representaban la verdad de las mujeres, dejando de lado aquellas que no tenían tallas promedio. Afortunadamente, esto está cambiando y ahora hay opciones para todas y cada una”.

Tercero, es la necesidad social que tienen las mujeres para tener las vestimentas para usar en diferentes ocasiones, que le permita tener un buen look y estar a la moda.

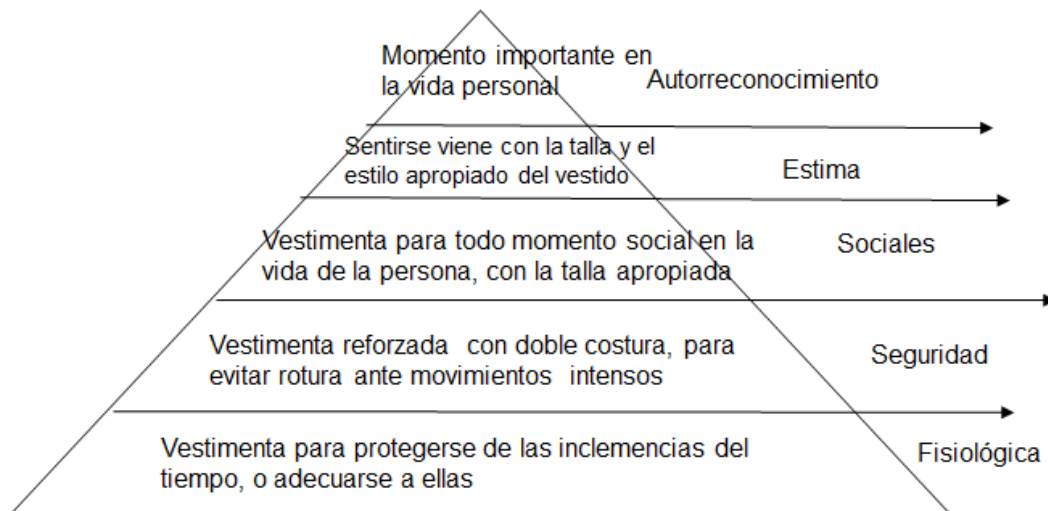
La cuarta necesidad es la de reconocimiento, consigo mismo y de otras personas, donde la vestimenta juega un papel importante de

² Abraham Maslow (USA, 1908 - 1970), psicólogo, fundador de la psicología humanista, corriente que postula la existencia de una tendencia humana hacia la salud mentas en la vida de las personas.

considerar bien consigo mismo, sentirse bonita, sentirse cómoda, todos estos hechos mejoran el estado de ánimo de una persona.

Figura N° 2

La vestimenta en la Pirámide de Necesidades bajo el enfoque de Maslow



Fuente: Maslow, A. 1997.

Elaboración: el autor.

(Delgado, Romero y de la Cueva, n.d.) señalan que vestirse adecuadamente es la necesidad de la persona de sentirse a gusto con su indumentaria, adecuándola a su estado de ánimo y a sus propios gustos, así como, a su entorno social y climático, y a sus costumbres y tradiciones, teniendo siempre presentes las normas vigentes en su grupo social.

Agregan que la valoración de los atributos de la vestimenta que hacen las personas son las siguientes:

- Necesidad de intimidad para vestirse y desvestirse.
- Capacidad intelectual para escoger ponerse y quitarse la ropa.
- Adecuación de su vestimenta y calzado a las actividades que realiza durante el día.
- Gustos y preferencias: pautas socioculturales.

- e. Necesidad de prendas u objetos significativos.
- f. Sentido que otorga a la vestimenta y calzado (en relación con la temperatura, autoimagen y su relación con los demás).
- g. Influencia de su estado de ánimo en su vestimenta y calzado.

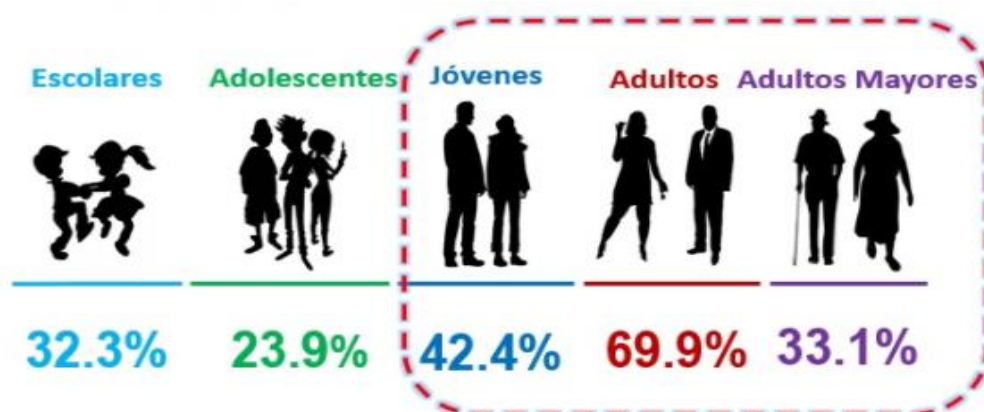
2.2 Demanda actual y tendencias.

César Domínguez (2019), nutricionista del Centro Nacional de Alimentación y Nutrición (CENAN) del Instituto Nacional de Salud, explica que “en nuestro país, el 69.9% de adultos padece de sobrepeso y obesidad; seguidamente estos males afectan al 42.4% de jóvenes, al 32.3% de escolares, al 33.1% de adultos mayores y finalmente al 23.9% de adolescentes”.

Este hecho impacta en el aspecto físico de las personas; por lo tanto, en la vestimenta que utilizan. Las tallas de ropas serán más grandes que las anteriores.

Figura N° 3

Perfil nutricional, exceso de peso (sobrepeso y obesidad)



Fuente. INS – CENAN, 2019.

La demanda se calcula siguiendo el método siguiente:

- a. Mercado geográfico objetivo: ciudad de Iquitos, área urbana.
- b. Mercado demográfico: sexo mujeres, y que están en los grupos de edad 25 a 39 años y 40 a 64 años.
- c. Mercado socioeconómico: pertenecen a los niveles A/B, C y D.
- d. Finalmente, personas que presentan exceso de peso y por lo tanto requieren vestimentas de tallas grandes.
- e. Frecuencia de compra de vestimenta, casual y elegante (eventos importantes) al año.

En el Perú, y particularmente la ciudad de Iquitos, en términos globales representan mercados poblacionales crecientes, por lo tanto, atractivos para la inversión en diversos tipos de negocios, en este caso la vestimenta.

Tabla N° 2

Área geográfica, población de la ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021

Distritos que conforman el mercado de la ciudad a atender	Personas al 2007 (año base)	Personas al 2021 (proyectada)
Iquitos	169,599	137,575
Punchana	80,820	99,713
Belén	73,015	77,751
San Juan Bautista	106,834	204,200
Población mercado ciudad Iquitos	430,268	519,240
Porcentaje de población en área urbana (promedio)		92.19%
Área urbana de la ciudad		478,675
Porcentaje de población sexo mujeres		49.56%
Población mujeres		237,231

Fuente. INEI, Censos nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

Tabla N° 3

Segmento población femenina, por grupos de edad, de la ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021

	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
Participación de los segmentos poblacionales	24.72%	25.63%	50.35%
Población por edades, ciudad Iquitos (2020)	58,649	60,801	119,450

Fuente. INEI, Censos nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

Tabla N° 4

Segmento población femenina, por nivel socioeconómico de la ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	5,375
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	16,842
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	18,395
Segmento E ciudad de Iquitos	0.0%	-
Población objetivo socio económico	34.0%	40,613

Fuente. INEI, Censos nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

Tabla N° 5

Segmento población femenina, con exceso de peso y frecuencia de compra de vestimenta, ciudad de Iquitos, proyectada al año 2021

		Cantidad
Población que presenta sobrepeso	69.90%	28,388
Frecuencia de compra de vestimenta casual	3	85,165
Frecuencia de compra de vestimenta elegante	2	56,777
Demanda total, ciudad Iquitos (prendas)		141,942

Fuente: Encuesta realizada 10 de noviembre 2021, varias zonas de la ciudad de Iquitos.

2.3 La oferta competitiva.

Ricardo Claros (2021), gerente general de Angela Andrea, expresa que “tener unos kilitos de más no significa que una joven o señora no pueda lucir prendas elegantes y de moda. No obstante, no hay muchas tiendas especializadas en ofrecer ropa en tallas grandes. Es clave ofrecer blusas, vestidos, pantalones y faldas de las tallas L, XL y XXL, y zapatos especiales para gente con sobrepeso”.

En la ciudad de Iquitos no existe muchos negocios dedicados a las mujeres de tallas grandes, a continuación, se detalla las principales competencias dedicados a este rubro:

Tabla N° 6
Oferta competitiva de vestimenta en la ciudad de Iquitos, al 2021

Nombre	Dirección	Rubro de ventas
Netas Moda XL	Jr. Arica 869	Ropa formal y elegante
Bellas modas XL-XLL E.I.R.L.	Jr. Arica 861	Ropa formal y elegante

Fuente: observación presencial de los negocios.

Se puede observar en el cuadro que los negocios dedicados a este rubro ofrecen solo prendas de vestir formal y elegante.

Iquitos es una ciudad con un mercado potencial, MUJER BONITA XXL está dirigido a mujeres que tienen sobrepeso u obesidad, que no encuentran prendas de vestir de su talla, muchas de ellas día a día luchan con su peso, no obstante, batallan para encontrar algo que les quede y que sea bonito.

2.4. Programa de Marketing

2.4.1 El producto.

Las prendas de vestir que se va a ofrecer al mercado son las siguientes:

Tabla N° 7

Tallas y cantidades de los productos a vender

TALLA	Diseños por talla	Cantidad de prendas por diseño
L	10	6
XL	14	6
2XL	14	6
3XL	12	6
4XL	10	6
5XL	10	6

Tabla N° 8

Tipo de prendas de vestir

Verano	Casual	Oficina	Fiesta
- Short - Trajes de baño - Vestidos de verano	- Blusas - Polos - Jeans - Blazers - Leggings	- Pantalón de vestir - Blusa de vestir - Blazers	- Vestidos de gala - Vestidos de coctel - Blusas elegantes

Figura N° 4
Modelos prendas de vestir verano



Fuente de fotos: <https://modaellas.com/ropa-para-gorditas/>

Figura N° 5
Modelos prendas de vestir casual



Fuente de fotos: <https://modaellas.com/ropa-para-gorditas/>

Figura N° 6
Modelos prendas de vestir formal



Fuente de fotos: <https://modaellas.com/ropa-para-gorditas/>

Figura N° 7
Modelos prendas de vestir de fiesta



Fuente de fotos: <https://modaellas.com/ropa-para-gorditas/>

2.4.2 El precio.

A continuación, se detallan los precios por tipo de producto.

Tabla N° 9

Precio unitario de prendas de vestir de verano

Item	Verano	Precio unitario (soles)
1	Short	S/ 75.00
2	Trajes de baño	S/ 105.00
3	Vestidos de verano	S/ 70.00

Tabla N° 10

Precio unitario de prendas de vestir de casual dama

Item	Descripción	Precio unitario (soles)
1	Blusas	S/ 50.00
2	Polos	S/ 45.00
3	Jeans	S/ 135.00
4	Blazers	S/ 150.00
5	Leggins	S/ 85.00

Tabla N° 11

Precio unitario de prendas de vestir de oficina damas

Item	Descripción	Precio unitario (soles)
1	Pantalón de vestir	S/ 80.00
2	Blusa de vestir	S/ 65.00
3	Blazers	S/ 195.00

Tabla N° 12

Precio unitario de prendas de vestir de fiesta/elegante damas

Item	Descripción	Precio unitario
1	Vestidos de gala	S/ 250.00
2	Vestidos de coctel	S/ 180.00
3	Blusas elegantes	S/ 90.00

2.4.3 La promoción.

En la etapa inicial de las operaciones comerciales se ofrecerán descuentos al público en general, son los siguientes:

a) Descuentos:

15% en la compra de cualquier prenda de vestir.

b) Publicidad:

Se difundirá a través de las redes sociales, se creará una tienda virtual en instagram y se hará canje de prendas de vestir con los principales influencers de la ciudad de Iquitos, a fin de hacer conocer nuestros productos.

2.4.4 La cadena de distribución

Inicialmente, la tienda estará ubicada en el centro de la ciudad de Iquitos, en la calle Aguirre # 1230

Con función que debe cumplir el canal: Primero, se presenta la exhibición de las prendas de vestir en maniquís, para que los clientes puedan observar modelos con lo que se cuenta en la tienda. Segundo, cuenta con buen almacenamiento de todos los modelos de prendas de vestir.

CAPÍTULO III: PLAN DE OPERACIONES.

La tienda MUJER BONITA XXL ha diseñado procesos simples para la comercialización de prendas de vestir para damas de tallas grandes.

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

A continuación, se detalla los principales proveedores de las prendas de vestir de MUJER BONITA XXL., se enfocan en la fabricación y ventas al por mayor de prendas de vestir a nivel nacional:

Tabla N° 13

Principales proveedores de ropa de vestir para la tienda MUJER BONITA XXL.

RAZÓN SOCIAL	RUC	DIRECCIÓN	RUBRO
CONFECCION DE ARTICULOS TEXTILES Y AFINES S.A.C.	20603118970	JR. TORRE TAGLE NRO. 1815 DPTO. 105 LIMA - LIMA - PUEBLO LIBRE (MAGDALENA VIEJA)	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
CONFECCIONES CARVAN S.A.C.	20517875792	JR. CENTINELA MZA. K-03 LOTE. 42 ASC. AOCIACION ADJUDICATARIOS VIA MANGOMARCA LIMA - LIMA - SAN JUAN DE LURIGANCHO	FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES
VS ASOCIADOS TEXTIL S.A.C.	20608394240	JR. LIBERTAD NRO. 1391 DPTO. 406 LIMA - LIMA - LIMA	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR.

KALLPA TEXTILE INDUSTRY SAC	20600560949	CAL.CAYRUCACHI NRO. 377 URB. MARANGA ET. CINCO LIMA - LIMA - SAN MIGUEL	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
BRETEX E.I.R.L.	20601504295	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	JR. EVARISTO SAN CRISTOBAL NRO. 1660 INT. 7109 URB. EL PORVENIR (GALERIA YUYI) LIMA - LIMA - LA VICTORIA

3.2 El proceso de operaciones comerciales

En el proceso de aprovisionamiento, comienza con una lista de pedidos, cotización de proveedores, compras, recepción de pedidos.

Seguidamente se realiza el proceso para la comercialización y venta de las prendas de vestir como se muestra en la figura siguiente:

Figura N° 8
Proceso de aprovisionamiento de productos

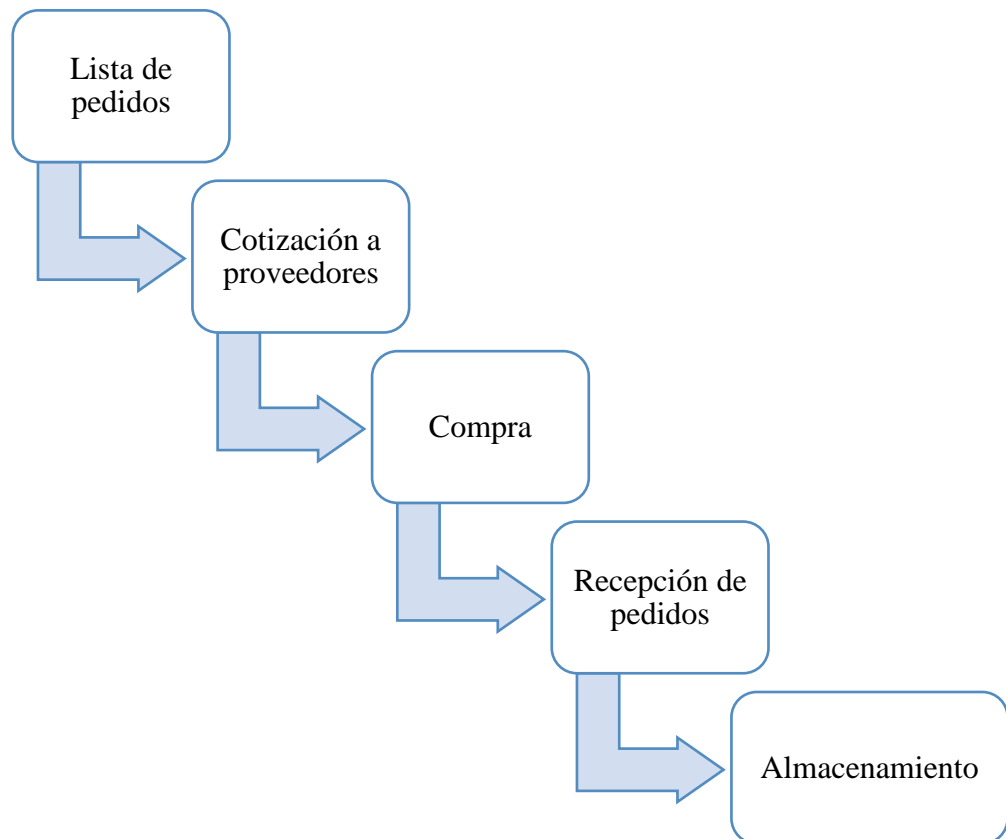
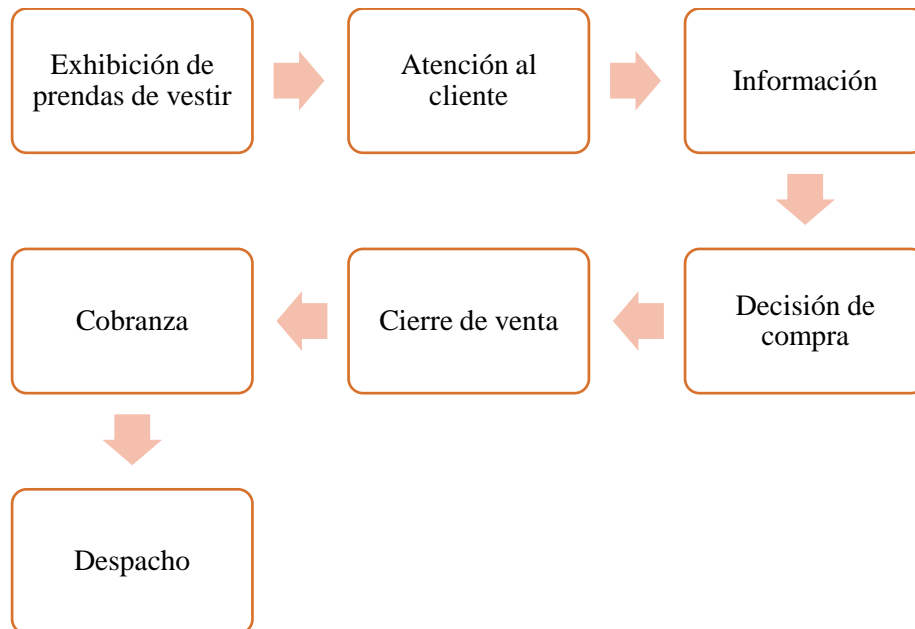


Figura N° 9
Proceso de comercialización y venta

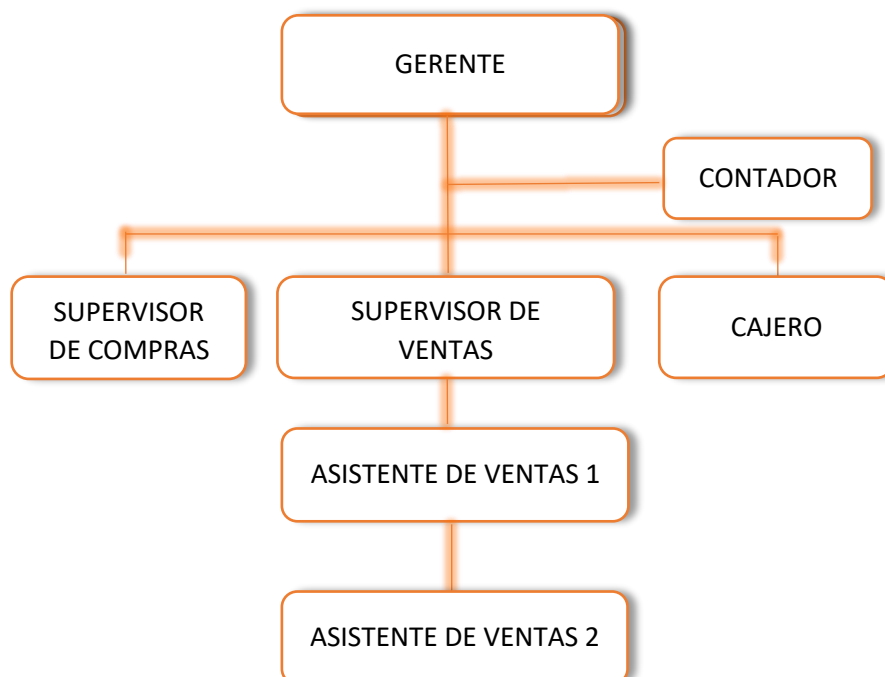


CAPÍTULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización

Figura N° 10

Estructura organizacional, 2022



4.2 Puestos y funciones

a. Puesto: Gerente general

Funciones:

- a. Elaborar los planes de ventas anuales, trimestrales y mensuales.
- b. Diseñar las estrategias comerciales de la tienda.
- c. Asignar las tareas y responsabilidades.
- d. Decidir respecto a las contrataciones de personal, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- e. Realizar las gestiones financieras ante instituciones financieras.

- f. Realizar las gestiones ante los proveedores

b. Puesto: Supervisor de compras

Funciones:

- a. Elabora la lista de pedidos mensuales.
- b. Realiza las cotizaciones con los proveedores.
- c. Coordina y reporta al gerente.
- d. Realiza control del almacén.
- e. Anota los requerimientos de los clientes para pedidos nuevos.
- f. Está al tanto de las nuevas tendencias de modas.

c. Puesto: Cajera/o

Funciones:

- a. Cobro de ventas.
- b. Llena facturas y/o boletas.
- c. Trato directo con el cliente.
- d. Brinda información diaria de la recaudación de dinero al gerente.
- e. Cuadre de caja
- f. Apertura y cierre de caja.

g. Puesto: Supervisor de ventas

Funciones:

- a. Refuerza y motiva al personal de ventas.
- b. Supervisa a los vendedores.
- c. Seguimiento diario de las ventas.
- d. Contacto directo con los principales clientes.
- e. Coordinaciones con los clientes.
- f. Brinda información diaria de las ventas al gerente.

h. Puesto: Responsable de ventas

Funciones:

- a. Brinda información al cliente.
- b. Hace la prueba de vestuario al cliente.
- c. Atiende con amabilidad a los clientes.
- d. Contacto directo con los principales clientes.
- e. Hace cierre de venta.

4.3. Condiciones laborales

Régimen laboral

La tienda MUJER BONITA XXL. se acogerá al Régimen especial laboral de micro y pequeña empresa, 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).

Jornada de trabajo

La jornada de trabajo será de ocho horas diarias con 2 turnos, se iniciará a las 09:00, se interrumpe a las 1.00 a 3.30 pm para tomar alimentos o descansar, hora de ingreso en la tarde 3.30, para terminar a las 19:30 horas.

Tabla N° 14. Salarios del personal, 2022

PERSONAL	REMUNERACIÓN
	MENSUAL
	(soles)
Adminsitrador	S/. 2,000.00
Responsable de producción	S/. 1,200.00
Cajero	S/. 1,000.00

Supervisor de ventas	S/. 1,000.00
Asistente de ventas	S/. 1,000.00

4.4 Régimen Tributario.

Se registrará bajo el Régimen General de Impuesto a la Renta: Régimen Especial MYPE Tributario, pago anual del impuesto a la Renta: hasta 15 UIT = 10%, EXCESO 29.5%.

Es un impuesto que grava las utilidades: diferencia entre ingresos y gastos aceptados tributariamente, siendo la fuente generadora de la renta: Capital y trabajo.

Por encontrarse ubicada en la amazonia se encuentra exonerada de pago del Impuesto General a las Ventas (IGV).

CAPÍTULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.

5.1 Estudio Económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Tabla N° 15

Demanda del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (unidades)	141,942		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	2%	1%
Demanda estimada (unidades)	141,942	144,781	146,229
Participación de mercado (decisión empresa)	2.00%	3.00%	4.00%
Demanda del proyecto (unidades)	2,839	4,343	5,849

Tabla N° 16

Ventas del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	2,839	4,343	5,849
Precio venta - decisión empresarial (soles x unidad)	160.00	160.00	168.00
Tendencia del precio en el mercado	0%	5%	8%
Precio de venta	S/.160.00	S/.168.00	S/.181.44
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.454,214	S/.729,695	S/.1,061,268

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Tabla N° 17

Compras del negocio a desarrollar

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (unidades)		2,839	4,343	5,849
Inventario final (unidades)	10%	284	434	585
Total requerimiento (unidades)		3,123	4,778	6,434
.-Inventario inicial (unidades)		-	284	434
Compras (unidades)		3,123	4,494	6,000
Costo compra		S/.100.00	S/.100.00	S/.101.00
Tendencia del costo de compra		0%	1%	3%
Costo compra efectiva		S/.100.00	S/.101.00	S/.104.03
COMPRA TOTAL DE LA EMPRESA		S/.312,272	S/.453,882	S/.624,150

Tabla N° 18

Costo de ventas del negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	2,839	4,343	5,849
Costo compra	S/100	S/101	S/104
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/283,884	S/438,686	S/608,486

Tabla N° 19

Gastos administrativos del negocio a desarrollar

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente - propietario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 2,000	S/. 1,500	S/. 2,000
Asistentes	3	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,000
Remuneraciones del personal	S/. 5,000	S/. 3,500	S/. 4,000
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 5,433	S/. 3,803	S/. 4,347
Servicios públicos	S/. 280	S/. 350	S/. 400

Útiles oficina	S/. 200	S/. 210	S/. 250
Servicio contable	S/. 600	S/. 800	S/. 1,000
Otros	S/. 100	S/. 150	S/. 200
Total mensual	S/. 6,613	S/. 5,313	S/. 6,197
TOTAL ANUAL	S/.79,360	S/.63,760	S/.74,360

Tabla N° 20

Gastos comerciales del negocio a desarrollar

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 800.00	S/. 1,200.00	S/. 2,000.00
Alquiler local	S/. 1,000.00	S/. 1,400.00	S/. 1,800.00
Promociones	S/. 400.00	S/. 500.00	S/. 800.00
Otros	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 300.00
Total mensual	S/. 2,300.00	S/. 3,300.00	S/. 4,900.00
TOTAL ANUAL	S/.27,600.00	S/.39,600.00	S/.58,800.00

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones.

Tabla N° 21

Inversiones tangibles del negocio a desarrollar

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Mejora de local	S/. 10,000	1	S/. 10,000	5	S/. 2,000
Equipos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Vehículos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Muebles	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
Total			S/. 23,000		S/. 4,600

Tabla 22

Depreciación de los activos

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.23,000	-S/.4,600	-S/.4,600	-S/.4,600	S/.9,200
Amortización activo intangible	S/.2,500	-S/.500	-S/.500	-S/.500	S/.1,000
Total	S/.25,500	-S/.5,100	-S/.5,100	-S/.5,100	S/.10,200

5.2.2 Financiamiento.

Deuda a tomar	S/. 30,000			
34.49%	Anual	2.5%	mensual	
		48	meses	
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	30,000	750	625	1,375
2	29,375	734	625	1,359
3	28,750	719	625	1,344
4	28,125	703	625	1,328
5	27,500	688	625	1,313
6	26,875	672	625	1,297
7	26,250	656	625	1,281
8	25,625	641	625	1,266
9	25,000	625	625	1,250
10	24,375	609	625	1,234
11	23,750	594	625	1,219
12	23,125	578	625	1,203
		7,969	7,500	

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	22,500	563	625	1,188
14	21,875	547	625	1,172
15	21,250	531	625	1,156
16	20,625	516	625	1,141
17	20,000	500	625	1,125
18	19,375	484	625	1,109
19	18,750	469	625	1,094
20	18,125	453	625	1,078
21	17,500	438	625	1,063
22	16,875	422	625	1,047
23	16,250	406	625	1,031
24	15,625	391	625	1,016
		5,719	7,500	

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	15,000	375	625	1,000
26	14,375	359	625	984
27	13,750	344	625	969
28	13,125	328	625	953
29	12,500	313	625	938
30	11,875	297	625	922
31	11,250	281	625	906
32	10,625	266	625	891
33	10,000	250	625	875
34	9,375	234	625	859
35	8,750	219	625	844
36	8,125	203	625	828
		3,469	7,500	

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	3.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.13,626	-S/.2,755	-S/.3,316	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		7	7	7	
Monto		-S/.8,832	-S/.5,357	-S/.6,447	
Inventario					
Número de días		45	45	45	
Monto		-S/.35,485	-S/.19,350	-S/.21,225	
Cuentas x pagar					
Número de días		7	7	7	
Monto		S/.5,520	S/.3,010	S/.3,302	
TOTAL	-S/.13,626	-S/.41,552	-S/.25,012	-S/.24,371	S/.104,562

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.454,214	S/.729,695	S/.1,061,268	
Inversión inicial					
Activo fijo	S/.25,500				S/.10,200
Capital de trabajo	S/.13,626	-S/.41,552	-S/.25,012	-S/.24,371	S/.104,562
Compras		S/.283,884	S/.438,686	-S/.608,486	
Gastos administrativos		-S/.79,360	-S/.63,760	-S/.74,360	
Gastos comerciales		-S/.27,600	-S/.39,600	-S/.58,800	
Pago impuestos		-20,476	-64,148	-110,523	
Flujo Caja Económico (FCE)	S/.39,126	S/.1,342	S/.98,489	S/.184,728	S/.114,762
Préstamo recibido	S/.30,000				-S/.7,500
Amortización		-S/.7,500	-S/.7,500	-S/.7,500	
Gastos financieros		-S/.7,969	-S/.5,719	-S/.3,469	
Escudo fiscal		S/.2,800	S/.2,010	S/.1,219	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.9,126	-S/.11,327	S/.87,280	S/.174,978	S/.107,262

VAN Económico	S/.217,747
Tasa de descuento (CAPM)	17.54%
TIR Económica	140%
Indice B/C	6.57

VAN Financiero	199,270
Tasa de descuento (WACC)	21.24%
TIR Financiero	267%
Indice B/C	22.83

CONCLUSIONES

- a. La empresa ha definido su mercado por criterios, geográfico (ciudad de Iquitos, área urbana, nivel socioeconómico A/B, C y D, sexo femenino, y por frecuencia de compra al año, finalmente, por la condición de sobrepeso. Esto significa aproximadamente un buen tamaño de mercado, 141, 000 unidades de vestimenta, sobre el cual se ha definido una pequeña participación de mercado inicialmente de 2% del total.
- b. Las condiciones técnicas serán de compra de las prendas en el mercado de Lima, productos hechos, y estos serán transportados vía multimodal terrestre - fluvial (Lima – Pucallpa - Iquitos). Sobre los precios de compra se aplica un margen bruto aproximadamente de 50%.
- c. La empresa está organizada de modo funcional, tamaño de microempresa, para criterios de régimen laboral, y en el aspecto tributario estará en el régimen general.
- d. En el aspecto financiero, la empresa obtendrá un pequeño financiamiento, básicamente para capital de trabajo, y se cancelará en 4 años. La rentabilidad del negocio es un VAN Económico de S/. 217,747, y una TIRE de 140%. Este negocio se apalanca, y logra VAN Financiero de S/. 199,270, y una TIRF de 267%

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CLAROS, Ricardo. 2021. *Ropa para gorditas: Un negocio que viste para el éxito*. En: diario Perú 21, 20 de enero de 2015, Perú.

DELGADO HITO, Pilar; ROMERO GARCÍA, Marta; DE LA CUEVA ARIZA, Laura (n.d.). *Guía de valoración de las 14 necesidades básicas en un adulto sano*. Universitat de Barcelona. Pág. 6. Disponible en: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/69405/1/guia_definitiva%20%281%29.pdf

DOMÍNGUEZ, César. 2019. *Cerca del 70% de adultos peruanos padecen de obesidad y sobrepeso*. Portal del Instituto Nacional de Salud, 28 marzo 2019. En: <https://web.ins.gob.pe>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI). 2007. Censos nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (INEI). 2020. *Población estimada y proyectada, según sexo y departamento*.

MODASELLAS.COM. 2021. Ropa para gorditas otoño invierno 2021 / 2022. Disponible en: <https://modaellas.com/ropa-para-gorditas/>

Vestidosparagorditas.shop. 2021. *Ropa online para mujeres con caderas y ropa en tallas grandes para mujer juvenil online barata*. Portal de tienda. En: <https://www.vestidosparagorditas.shop/>