



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS BOUTIQUE MOVIL QUEEN FASHION,
CIUDAD IQUITOS, 2020**

Autoras:

Flores Sinti, Janelly

**Para optar el título profesional
de Contadora Pública.**

Shapiama Del Castillo, Linda

**Para optar el título profesional
de Licenciada en Turismo y Hotelería**

Asesor: Lic. Adm. Enrique Alvan Mori. Mgr.

**Línea de Investigación: Desarrollo Sostenible de Organizaciones
Públicas y Privadas**

IQUITOS - PERÚ

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a mi familia, a mis padres, esposo y mis hijos quienes han sido parte fundamental y los principales protagonistas de este sueño alcanzado.

Janelly Flores

A mis padres, Isabel Del Castillo y José Shapiama.

A mi gran amor, mi hijo Álvaro Mozart, a todos ellos mi dedicatoria.

Linda Shapiama

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

Agradezco a mis padres Luis Flores y Dolly Sinti quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado mi formación académica creyendo en mí en todo momento.

A mis hijos que son mi fortaleza y mi equilibrio en la vida.

A mi esposo por su apoyo incondicional.

A mis docentes a quienes les debo gran parte de mis conocimientos y finalmente un eterno agradecimiento a la Universidad científica del Perú.

¡Muchas gracias!

Janelly Flores

Al padre celestial, Dios todo poderos por su bendición para culminar mi carrera universitaria.

A mis padres, Isabel y José, por su apoyo, motivación y esfuerzo para terminar mi carrera.

A mi adorado hijo Álvaro por ser la fuente del mí de amor e inspiración en mi vida, a mi enamorado Giuseppe por acompañarme en este proceso, a todos ellos muchas gracias.

Linda Shapiama



UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL PERÚ

**FACULTAD DE
NEGOCIOS**

“Año de la Universalización de la Salud”

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 330-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 7 de noviembre de 2020, se autorizó la sustentación para el 18 de noviembre de 2020.

Siendo las 11.00 horas del día 18 de noviembre de 2020 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Informe Final de Trabajo de Suficiencia Profesional: “PLAN DE NEGOCIOS BOUTIQUE MOVIL QUEEN FASHION, CIUDAD IQUITOS, 2020”.

Presentado por:

SHAPIAMA DEL CASTILLO LINDA IRIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería

FLORES SINTI JANELLY

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 MAYORÍA

A las 12.45 horas culminó el acto público.

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

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, MBA
Presidente del jurado

CPC Dalila Crescencia Correa Álvarez
Miembro del jurado

Lic. TyH Magaly García Vilchez, Mgr.
Miembro del Jurado



"Año de la Universalización de la Salud"

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

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

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PLAN DE NEGOCIOS BOUTIQUE MOVIL QUEEN FASHION, CIUDAD IQUITOS,
2020".**

De los alumnos: **FLORES SINTI JANELLY Y SHAPIAMA DEL CASTILLO LINDA** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **18% de plagio**.

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

San Juan, 25 de marzo del 2020.


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

CJRA/lasda
051 2020

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Acta de sustentación.....	IV
Hoja de aprobación.....	V
Hoja de anti plagio.....	VI
Índice de contenido.....	VII
Índice de cuadros.....	IX
Índice de figuras.....	X
RESUMEN.....	01
ABSTRACT.....	02
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2. Actividad empresarial.....	03
1.3. Idea del negocio.....	04
2. PLAN DE MARKETING	
2.1 Necesidades de los clientes.....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	06
2.3 Oferta competitiva.....	09
2.4 Programa de marketing.....	10
2.4.1. El producto.....	10
2.4.2. El precio.....	14
2.4.3. La promoción.....	15
2.4.4. La cadena de distribución.....	19

3.	PLAN DE OPERACIONES	
3.1	Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Boutique Móvil SRL.....	20
3.2	El proceso de aprovisionamiento de Boutique Móvil SRL.....	20
3.3	El proceso de atención al cliente de Boutique Móvil SRL.....	22
4.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1	Estructura organización de Boutique Móvil SRL.....	27
4.2	Puestos, tareas y funciones de Boutique Móvil SRL.....	27
4.3	Condiciones laborales.....	29
4.4	Régimen tributario.....	29
5.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
5.1	Estudio económico.....	31
5.1.1	Mercado y ventas.....	31
5.1.2	Compras, costos de ventas y gastos.....	31
5.2	Estudio financiero.....	33
5.2.1	Inversiones.....	33
5.2.2	Financiamiento.....	34
5.2.3	Flujo de caja e indicadores de rentabilidad.....	36
	CONCLUSIONES.....	37
	BIBLIOGRAFÍA.....	38
	ANEXOS.....	39

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Boutique Móvil SRL, 2020.....	03
Cuadro N° 02 Demanda proyectada de Boutique Móvil SRL, 2020.....	06
Cuadro N° 03 Negocios con giros similares de Boutique Móvil SRL, Iquitos, 2020.....	09
Cuadro N° 04 Precio de los productos de Boutique Móvil SRL, 2020.....	15
Cuadro N° 05 Comportamiento del mercado: Tendencias y participación	31
Cuadro N° 06 Ingresos por ventas de Boutique Móvil SRL, 2020 (soles).	31
Cuadro N° 07 Costos de ventas de Boutique Móvil SRL, 2020 (soles)....	31
Cuadro N°08 Gastos administrativos de Boutique Móvil SRL, 2020 (soles).....	32
Cuadro N° 09 Gastos comerciales de Boutique Móvil (soles).....	32
Cuadro N° 10 Gastos pre operativos de Boutique Móvil SRL, (soles).....	32
Cuadro N° 11 Inversión en activos de Boutique Móvil SRL. (soles).....	33
Cuadro N° 12 Depreciación de los Boutique Móvil SRL. (soles).....	33
Cuadro N° 13 Programa de endeudamiento de Boutique Móvil SRL. (soles).....	34
Cuadro N° 14 Estado de Situación Financiera de Boutique Móvil SRL (soles).....	35
Cuadro N° 15 Estado de resultados de Boutique Móvil SRL (soles).....	35
Cuadro N° 16 Flujo de caja de Boutique Móvil SRL (soles).....	36

Cuadro N° 17 VAN, TIR, Y B/C Boutique Móvil SRL (soles).....	36
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura N° 01 Localización de la empresa Boutique Móvil, 2020.....	03
Figura N° 02 Necesidad de vestir.....	06
Figura N° 03 Consumo de los hogares peruanos en el último trimestre del 2020.....	08
Figura N° 04 Blusa.....	11
Figura N° 05 Shor.....	11
Figura N° 06 Sniker jean.....	12
Figura N° 07 Pantalón jean stretch.....	12
Figura N° 08 Jumper.....	13
Figura N° 09 Carteras.....	13
Figura N° 10 Logo de la empresa Boutique Móvil SRL.....	14
Figura N° 11 Afiche promocional de Boutique Móvil SRL.....	16
Figura N° 12' Polo con el logo de Boutique Móvil SRL.....	17
Figura N° 13'Taza con el logo de Boutique Móvil SRL.....	17
Figura N° 14 Llavero con el logo de Boutique Móvil SRL.....	18
Figura N° 15 Fan page de Boutique Móvil, SRL.....	18
Figura N° 16 Canal de distribución de Boutique Móvil SRL.....	19
Figura N° 17 El proceso de aprovisionamiento de Boutique Móvil SRL...	21
Figura N° 18 El proceso de atención al cliente de Boutique Móvil SRL...	22
Figura N° 19 Unidad móvil de la empresa Boutique Móvil.....	24

Figura N° 20 Espejo tamaño personal.....	24
Figura N° 21 Colgadores.....	25
Figura N° 22 Percheros.....	25
Figura N° 23 Pouf para los clientes.....	25
Figura N° 24 Ventilador.....	26

PLAN DE NEGOCIOS BOUTIQUE MOVILQUEEN FASHION, IQUITOS, 2020

Janelly, Flores Sinti
Linda, Shapiama Del Castillo

RESUMEN

El presente plan de negocios se encuentra en el rubro comercio, dedicado a la venta de prendas de vestir y accesorios de damas, con diseños, modelos de actualidad y en distintas tallas, en una unidad móvil que llegue a todos los lugares de la ciudad de Iquitos.

El plan de marketing ha determinado una demanda creciente por los servicios delivery en todos los sectores, los clientes desean adquirir productos en la comodidad de su hogar, negocio o empresa. La herramienta a utilizar son las redes sociales, la empresa creará un fan page.

El aprovisionamiento de los productos y accesorios a comercializar se darán en la ciudad de Lima, con proveedores ya identificados, se adquirirán directamente con los fabricantes. Se establecieron procesos cortos y eficientes, que buscan satisfacer las necesidades de los clientes.

El plan de recurso humano ha considerado políticas claras para el trato a los colaboradores, los cuales gozarán de todos los beneficios sociales que otorga una microempresa, se respetarán la jornada laboral de 8 horas y se contará con contrato con todos.

En cuanto al plan económico y financiero, los estados financieros fueron proyectados para tres años y los ratios financieros son positivos, el Valor actual neto (VAN) es positivo, la Tasa interna de retorno (TIR), es atractiva y el Índice beneficio costo es atractivo, lo que demuestra la viabilidad del negocio.

Palabras claves: unidad móvil, prendas de vestir, tallas.

BOUTIQUE MOBILE BUSINESS QUEEN FASHION, IQUITOS, 2020

Janelly, Sinti Flowers

Linda, Shapiama Del Castillo

ABSTRACT

The present business plan is in the commerce sector, dedicated to the sale of women's clothing and accessories, with designs, current models and in different sizes, in a mobile unit that reaches all places in the city of Iquitos

The marketing plan has determined a growing demand for delivery services in all sectors, customers want to purchase products in the comfort of their home, business or company. The tool to use are social networks, the company will create a fan page.

The supply of the products and accessories to be marketed will take place in the city of Lima, with suppliers already identified, they will be acquired directly with the manufacturers. Short and efficient processes were established, which seek to meet the needs of customers.

The human resource plan has considered clear police officers for the treatment of employees, who will enjoy all the social benefits granted by a microenterprise, the 8-hour workday will be respected and will have a contract with everyone.

Regarding the economic and financial plan, the financial statements were projected for three years and the financial ratios are positive, the Net Present Value (NPV) is positive, the Internal Rate of Return (IRR) is attractive and the Cost Benefit Index is attractive, demonstrating the viability of the business.

Keywords: mobile unit, clothing, sizes.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Boutique Movil Queen Fashion

Razón social: Boutique Movil S.R.L.

Sector de la actividad: Venta de prendas de vestir -Delivery

Localización: Calle Fanning Nro. 756, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: comercio

Figura 01: Ubicación de la empresa Boutique Movil SRL., 2020



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2020

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

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio.

Se busca satisfacer la necesidad de vestir, también la de impresionar o diferenciarse al vestir a la primera vista en una cita, también la necesidad de lucir bien. También, la necesidad de protegerse del medio ambiente, y finalmente satisfacer la necesidad de estética de las personas.

Los segmentos que se pretende llegar son las personas mayores de 18 años y menores de 55 años, para los jóvenes de 18 a 24 años que priorizan el vestir por moda, por el momento; para las jóvenes 25 a 39 años por alimentar la autoestima de las personas, y para los de 40 años a los 55 años de edad por protegerse del medio ambiente. Estas personas priorizan la satisfacción de las necesidades antes mencionadas, y que cuenten con ingresos, dependiente e independiente, de los niveles socio económicos. C y D. En cuanto al C, cuenta con importante información al contar con internet en la mayoría de hogares, además, cuentan con vehículo de transporte y como también cuenta con internet que también les permite contar con información.

La empresa presenta una propuesta innovadora, para brindar un servicio de boutique móvil, es decir, se traslada al lugar donde el cliente pretende elegir la prenda de vestir que guste, en los diseños y modelos de su preferencia. Eligiendo el color de su agrado. Aceptaremos todos los medios de pagos.

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

En el capítulo anterior se detalló las principales necesidades a satisfacer, con el presente proyecto, dentro de ella:

Necesidad de vestir. – El ser humano, a diferencia de los animales, no tiene plumas, ni pelaje, ni escamas para proteger su cuerpo. Por esto, si desea sobrevivir debe protegerse del clima. La función básica del vestido consiste en protegernos de la temperatura del ambiente y de situaciones climatológicas extremas.

Necesidad de impresionar o diferenciarse. – El vestir conlleva a la búsqueda de identidad o diferenciación con los demás, es por ello la importancia para las personas, por que encuentran su identidad personal y su pertenencia a un grupo.

Necesidad de lucir bien. - El primer concepto que una persona desconocida va tener sobre otra va depender de la apariencia física y por tanto de la manera de vestir. En el vestir se aprecia el buen gusto, la elegancia, la provocación. Sobre todo, refleja si la persona es clásica o se deja guiar más por la moda, si es agresiva o pacífica.

Necesidad de estética. - La ropa no sólo cumple la función de proteger el cuerpo, sino también en el plano estético le reporta a la persona placer, principalmente a alguien fanático de la moda y del parecido físico. La ropa ya no es tan importante como protección o diferenciación social, si no, como una especie de obra de arte en sí mismas que los diseñadores y artistas se unen para darle forma.

La implementación del presente proyecto, prende satisfacer todas las necesidades mencionadas líneas arriba, en todos los clientes prospectos sementados para este negocio.

Figura 2. Necesidad de vestir



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

2.2 Demanda actual y tendencias.

Cuadro 2: Demanda proyectada, ciudad de Iquitos, 2020

Distrito Iquitos, al 2007	169,599
Distrito Punchana, al 2007	80,820
Distrito Belen, al 2007	73,015
Distrito San Juan Bautista, al 2007	106,834
Poblacional total distritos ciudad de Iquitos al 2007	430,268
Tasa crecimiento (promedio anual)	1.32%
Población total distritos ciudad de Iquitos al 2020	510,242
Población en zona urbana ciudad de Iquitos	95.0%
Población en zona urbana ciudad de Iquitos al 2019	484,730
Promedio personas por familia	5
Cantidad familias zona urbana ciudad de Iquitos	96,946
Niveles socio economico objetivo (C y D)	39.9%
Mercado objetivo (familias)	38,681
Consumo promedio diario por persona (conjunto)	0.022
Consumo promedio diario por familia (conjunto)	0.11
Numero días de consumo al año	46
Demanda potencial anual (conjunto)	194,997

Fuente: elaboración propia

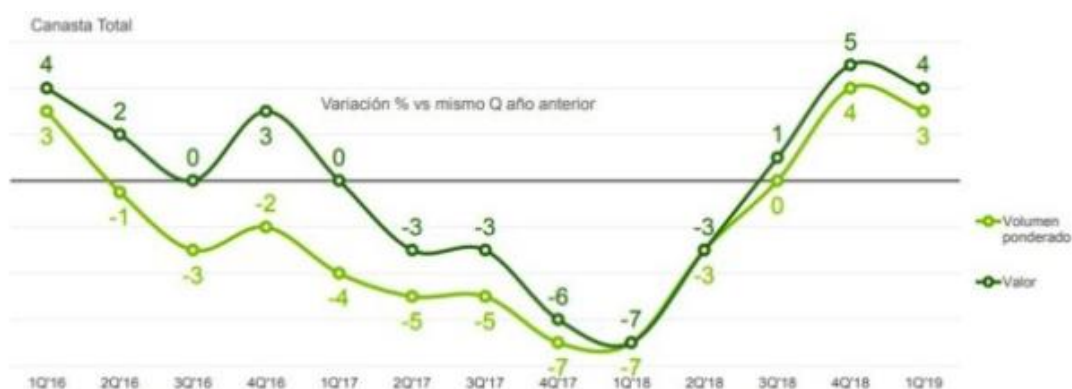
Para el presente plan de negocios el mercado al cual se dirige se encuentra en la ciudad de Iquitos y los distritos de Belén, San Juan Bautista y Punchana.

En cuanto al consumo de las familias, las prendas para mujer concentran 45% del gasto en vestimenta de familias. Desembolsan, en promedio, al año S/ 459 en ropa femenina. Del gasto que realizan los hogares peruanos para su vestimenta, el mayor porcentaje lo destinan a ropa de mujer; es así que las prendas femeninas concentran el 45% del desembolso, seguido por el gasto en ropa para niños que es de 26%, en prendas para hombres el 22%, y completa la lista la ropa para bebés con 7%. Dentro de la compra de ropa de los hogares, las prendas para el sexo femenino son la categoría más relevante, por un tema de moda y también el empoderamiento de las mujeres. La penetración de compra de los hogares en esta categoría es alta y su desembolso es mayor.

El 93% de los hogares adquiere ropa para mujer con un gasto anual promedio de S/ 459. Los hogares gastan cada vez que van a comprar S/ 61, y en el año van alrededor de 8 veces a adquirir este tipo de prendas. Lo más comprado son ropa interior, pijamas y polos.

La segunda categoría más relevante para los hogares es la ropa para niños, cuya penetración es de 72%, y gastan, en promedio al año S/ 341 en su adquisición. Principalmente en los meses de mayo y diciembre se concentra el mayor porcentaje del gasto anual de los hogares en ropa de mujer, esto debido a las campañas del Día de la Madre y de Navidad. Así, en mayo se concentra el 10% de dicho gasto; y en el último mes del año el 21%.

Figura 3. Consumo de los hogares peruanos en el último trimestre del 2019



Fuente: Worldpanel Division

KANTAR

CONSUMER INSIGHTS 2019

FUENTE: KANTAR

De las seis canastas que conforman el consumo básico del hogar, cinco han obtenido resultados positivos entre enero a marzo de este 2019 en comparación al periodo del año 2018 en términos de valor: bebidas registró un incremento de 9%, alimentos creció 3%, cuidado personal subió su consumo en 3%, cuidado del hogar incrementó en 5% y alimentos para mascotas tiene un alza de 29%. Situación que brinda confianza en los nuevos emprendedores, por la tendencia creciente del consumo.

2.3 Oferta competitiva.

Cuadro 3. Negocios con giros similares de la empresa Boutique Móvil S.R.L. en la ciudad de Iquitos del 2020.

Producto	Unidad de medida	Empresas	
		Tasky Boutique movil	Boutique Movil Fashion Collection
Conjunto (Bluza + falda o short)	conjunto	S/40.00	S/45.00

Fuente: elaboración propia

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

En cuanto a la oferta en la ciudad de Iquitos, no se aprecia gran número de emprendedores en este rubro, habiéndose ubicado una sola empresa. Pero si se aprecia varias páginas en el Facebook dedicados a la venta delivery, todos con de persona natural con negocio.

2.4 Programa de marketing.

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a la comercialización de prendas de vestir para damas, en una unidad móvil itinerante, a través del servicio delivery. Contando con diversos, diseños colores y tallas. Se brindará el servicio de llevar la boutique al domicilio, trabajo o negocio del cliente. La empresa cuenta como políticas aceptar todos los medios de pagos.

a) Categorías de productos.

Dentro de los productos a comercializar se ha considerado:

- Blusas
- Shorts
- Sniker
- Pantalones: Jean, drill y stretch
- Jumper: drill y jean
- Carteras
- Bisutería
- Zapatos
- Relojes
- Cinturones

Los productos serán exhibidos dentro de la unidad móvil donde también se contará con espacio diseñado para probador. Se tendrá en cuenta que, para la comercialización de nuestros productos, son productos para el uso de prendas teniendo en cuenta el clima tropical de la zona. A fin de promocionar nuestros productos en esta primera etapa se comercializará productos como: blusa más short o blusa más falda, que comúnmente se llama conjunto.

Figura 4. Blusa



Fuente: [.google.com/search?q=Blusa+para+damas&rlz=1C1CHBD](https://www.google.com/search?q=Blusa+para+damas&rlz=1C1CHBD)

Figura 5. Short



Fuente: [google.com/search?q=short+jean&rlz=1C1CHBD](https://www.google.com/search?q=short+jean&rlz=1C1CHBD)

Figura 6. Sniker jean



Fuente: [google.com/search?q=sniker+jean&tbm=isch&ved=2ahUKEwi3l](https://www.google.com/search?q=sniker+jean&tbm=isch&ved=2ahUKEwi3l)

Figura 7. Pantalón jean stretch



Fuente: [google.com/search?q=pantalón+jean+stretch&rlz=](https://www.google.com/search?q=pantalón+jean+stretch&rlz=)

Figura 8. Jumper



Fuente: [google.com/search?q=jumper+damas&rlz=1C1CHBD_esPE850PE85](https://www.google.com/search?q=jumper+damas&rlz=1C1CHBD_esPE850PE85)

Figura 9. Carteras



Fuente: [.google.com/search?q=cartera+para+damas&rlz=1C1CHBD_esPE850P](https://www.google.com/search?q=cartera+para+damas&rlz=1C1CHBD_esPE850P)

b) La marca

Se conoce como la señal que permite identificar o distinguir algo o para dar alguna información sobre ello. El mismo que nos permitirá distinguir de la competencia.

La empresa Boutique Móvil Queen Fashion ha elegido la siguiente marca:

Figura 10. Logo empresa Boutique Móvil S.R.L, 2020



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un bien o un servicio, representa uno de los factores más importante dentro la empresa ya que depende de ello el retorno de la inversión, por ende, la utilidad.

El objetivo que se busca en el presente proyecto es:

En base a esta estrategia se lograrán nuestros objetivos, los cuales son:

- Conseguir rentabilidad
- Posicionarnos en el mercado
- Defendernos de la competencia
- Fidelizar al cliente

Cuadro 4. Precio de los productos de Boutique Móvil SRL., 2020
(Soles)

Productos	Unidad de medida	Precio (S/.)
Conjunto: blusa+ short	conjunto	45
Blusa	unidad	25
Short	unidad	35
Sniker	unidad	35
Pantalón jean stretch	unidad	55

Fuente: elaboración propia

2.4.3 La promoción.

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

Se ha tomado como herramienta principal para el desarrollo de las promociones

a. **Objetivos de la promoción.** – Se busca lograr el objetivo de conocimiento que el consumidor conozca, sepa de la existencia de nuestros productos.

La estrategia de la promoción se orientará a desarrollar el interés en los productos. Se buscará lograr despertar el interés, la emoción en los clientes prospectos, la estructura del mensaje está en el argumento que compra en la boutique móvil, en la comodidad de tu hogar, trabajo o negocio, al mismo precio y con una variedad de modelo. En cuanto al formato se del mensaje se conjugará colores, los que serán los más llamativos.

b. **Acciones de la promoción.** – Se ha establecido realizar tres acciones principalmente con el fin de lograr el objetivo de la promoción, dentro de ellas se ha considerado:

- Obsequios de productos, se entregarán merchandising cuando el cliente realiza compras mayores a s/.50
- Sorteos a través del fan page, a todos los clientes que den like a nuestra página, compartan nuestras publicaciones.
- Activaciones, en la parte frontal de la unidad móvil, en las zonas más concurridas se realizarán activaciones, con dos anfitrionas y un animador.

c. **Acciones de la publicidad.** – Las actividades a realizar son las siguientes:

- Spot radial, en la empresa difusora más escuchada por nuestros clientes
- Spot televisión en la empresa de televisión con mayores televidentes en la zona y en el programa más sintonizado.

Figura 11. Afiche promocional por el día de la madre de Boutique Móvil S.R.L.



Fuente: elaboración propia.

Figura 12. Polos con logo de Boutique móvil SRL.



Fuente: [google.com/search?q=polos+damas+color+blanco&rlz=1C1CHBD](https://www.google.com/search?q=polos+damas+color+blanco&rlz=1C1CHBD)

Figura 13. Tazas con el logo de Boutique Móvil SRL



Fuente: [google.com/search?q=tazas&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&sxsrf](https://www.google.com/search?q=tazas&rlz=1C1CHBD_esPE850PE850&sxsrf)

Figura 14. Llaveros con el logo de Boutique Móvil S.R.L.



Fuente: [google.com/search?q=llaveros+combi&rlz=1C1CHBD_esPE850PE](https://www.google.com/search?q=llaveros+combi&rlz=1C1CHBD_esPE850PE)

Figura 15. Fan page con el logo de Boutique Móvil S.R.L.



Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

El local comercial se encuentra ubicado en Calle Fanning Nro. 756, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú. La Distribución de será directa, porque no existe intermediarios entre la empresa y el cliente.

Figura 16. La cadena de distribución de Boutique móvil SRL



Fuente: elaboracion propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Boutique móvil SRL

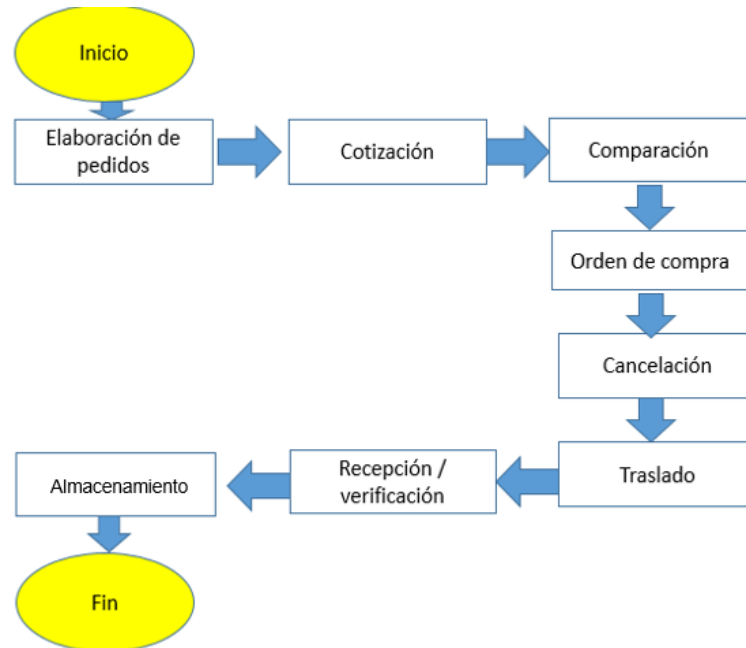
El estudio de la fuente de aprovisionamiento se da en la ciudad de Lima, principalmente en emporio comercial de Gamarra, lugar donde se concentra las empresas de confecciones. En mayoría de casos cuenta con fan page o con página web, de donde se establece comunicación permanente para realizar los pedidos.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

En cuanto al transporte de la mercadería, son los proveedores de prendas lo que manejan una cartera de proveedores para el servicio de transporte. Empresas con prestigio posicionadas en el mercado nacional, resaltando dentro de ellas Olva Courier y Transporte Señor de los milagros. El costo del transporte será asumido por la empresa Boutique móvil S.R.L.

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

3.2 El proceso de aprovisionamiento de Boutique móvil S.R.L.

Figura 17. Proceso de aprovisionamiento de Boutique móvil SRL.



Fuente: elaboración propia

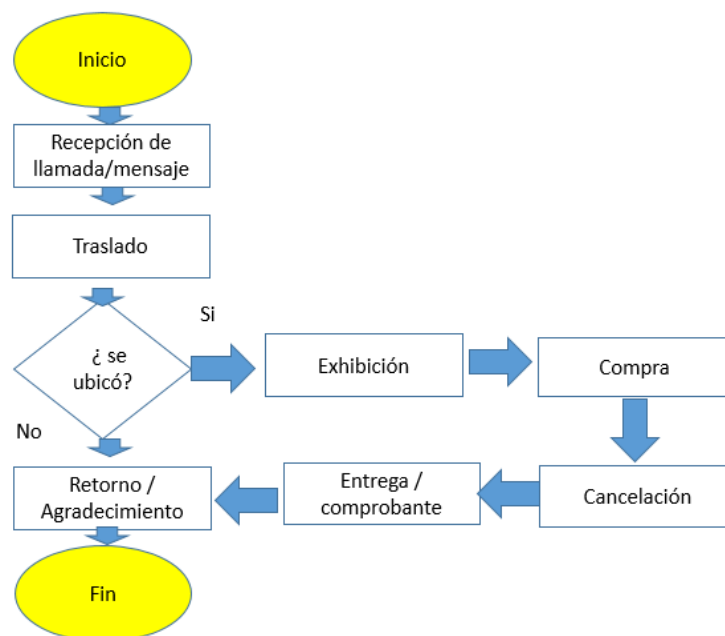
El proceso de aprovisionamiento de la empresa con la elaboración de pedidos, lista entregada por el área de ventas, para que el área de compras empiece con el aprovisionamiento. Seguidamente se procede a cotizar los productos, con la consulta a la lista de proveedores con que se cuenta, lista que debe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

Como siguiente paso se realiza la orden de compra de parte la empresa, para dar el siguiente paso que es la cancelación del pedido, cuyo pago se debe realizar en la cuenta corriente del proveedor, el mismo que se debe enviar una imagen a la red social más usada por el mismo. A la recepción de la cancelación ya con el pedido preparado, debe entregar al transportista y debe entregar el número de la orden de envío con el fin de hacer seguimiento.

El Siguiente paso es la recepción de la mercadería, lo que implica la verificación y conteo de los productos comprados. Para finalmente proceder a ingresar al almacén de boutique móvil. Las prendas serán cubiertas en bolsa transporte con el fin de impedir que se cubran con polvo.

3.3 El proceso de atención al cliente de Boutique móvil SRL

Figura 18. Proceso de atención al cliente de Boutique móvil SRL.



Fuente: elaboración propia.

Proceso de atención al cliente:

1. Recepción de llamada / mensaje. -

El cliente muestra que está interesado con una llamada telefónica, con un mensaje de texto, o mensaje what app, messenger. Se le solicita la ubicación exacta, con dos referencias, distrito, entre otros datos a fin de no tener dificultad para llegar a la dirección brinda.

2. Traslado. -

Después de haber recibido la dirección del cliente se procede al traslado de la boutique móvil, en algunos casos de debe el tiempo aproximado de la trayectoria hasta dicho lugar.

3. ¿Se ubicó?:

No: De no haberse ubicado se procede al retorno

Si: Se sigue con el proceso

4. Exhibición. -

Se procede a exhibir o mostrar todos los productos dentro de la unidad móvil, la misma que contará con iluminación y ventilación dentro de la misma.

5. Compra. -

Cliente procede a elegir las prendas a comprar, según la talla, modelo y tipo de prenda de su preferencia.

6. Cancelación. -

Como paso siguiente procede a la cancelación del monto total por la compra, se procede a recibir el efectivo o el medio de pago elegido por el cliente.

7. Entrega/comprobante

Se procede a entregar el comprobante al cliente, según la solicitud del mismo. Para el cual se contará con bolsas biodegradables con el logo de la empresa.

8. Agradecimiento. -

Como último paso se procede darle el agradecimiento invitando a su próxima compra, para el cual también se debe detallar las próximas promociones programadas por la empresa.

Figura 19. Unidad móvil de la empresa Boutique móvil S.R.L.



Fuente: elaboración propia.

Figura 20. Espejo tamaño personal



Fuente: [google.com/search?q=espejo+tama%C3%B1o+persona&](https://www.google.com/search?q=espejo+tama%C3%B1o+persona&)

Figura 21. Colgadores



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

Figura 22. Percheros



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

Figura 23. Pouf para los clientes



Fuente: [google.com/search?q=pouf+morado&tbm=isch&ved](https://www.google.com/search?q=pouf+morado&tbm=isch&ved)

Figura 24. Ventilador

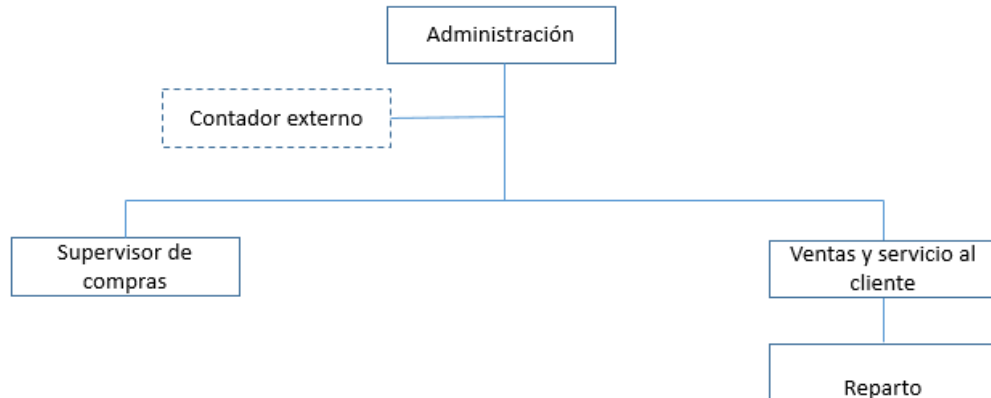


Fuente: [google.com/search?q=ventilador+color+morado](https://www.google.com/search?q=ventilador+color+morado)

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Organización de la empresa Boutique Móvil SRL.

Figura 25. Organigrama de la empresa Boutique Móvil SRL.



Fuente: elaboración propia

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: Administrador de la empresa Boutique Móvil SRL.

Funciones:

1. Planifica y organiza las compras y las ventas de la empresa.
2. Elabora la meta de ventas, semana y mensual
3. Elabora el presupuesto de compra y gastos de la empresa
4. Elabora el plan de marketing
5. Atiende las quejas de los clientes
6. Representa a la empresa ante los terceros
7. Representa a la empresa ante al Sunat
8. Busca financiamiento con entidades financieras
9. Controla el ingreso de los colaboradores
10. Coordina con el contador para el pago de impuestos

b) Puesto: Supervisor de compras de la empresa Boutique Móvil SRL.

Funciones:

1. Realiza el aprovisionamiento de las mercaderías para la venta en la empresa

2. Realiza la cotización y comparación de los productos solicitados por la empresa para con los proveedores.
3. Realiza la actualización de los proveedores
4. Se mantiene pendiente a la aparición de nuevos modelos y diseños
5. Propone a la administración la compra de diseños para la empresa.
6. Contrata con la empresa encargada del transporte
7. Hacer seguimiento permanente al envino de mercadería de parte los proveedores
8. Entrega toda la documentación de compra al área de almacén
9. Recibe pedidos hasta una semana antes de fin de mes.
10. Compra los merchandising para la empresa
11. Reporta al administrador

c) Puesto: Supervisor de ventas y servicio al cliente de la empresa Boutique Móvil SRL.

Funciones:

1. Cumple las metas mensuales de ventas
2. Elabora las estrategias de ventas para el mes
3. Atiende los pedidos y recolecta toda la información para atender a los clientes
4. Administra el fan page de la empresa
5. Elabora el presupuesto de ventas y lo propone al administrador
6. Elabora y propone la aprobación del presupuesto de gastos de ventas y marketing, el que debe incluir los gastos por combustible, mantenimiento preventivo y correctivo de la unidad móvil.
7. Toma nota de los pedidos de los clientes, poniendo énfasis en la ubicación del domicilio para su perfecta ubicación. Debe incluir referencias de ubicación y teléfonos.
8. Propone los merchandising que debe contar la empresa.
9. Controla y monitorea el trabajo del responsable de reparto.
10. Reporta directamente al administrador

d) Puesto: Repartidor

Funciones:

1. Responsable de la conducción del vehículo al lugar determinado por el cliente
2. Elabora el presupuesto de combustible para el uso mensual, incluye el mantenimiento preventivo (cambio de aceite y filtros) y el mantenimiento correctivo
3. Realiza la limpieza del vehículo por dentro y por fuera
4. Lleva el control del uso del combustible y aceite de la unidad móvil
5. Responsable de contratar el Seguro obligatorio de accidentes de tránsito (Soat) de la unidad móvil.
6. Debe contar con brevetaje vigente
7. Reporta al administrador de ventas
8. Depende directamente del supervisor de ventas

4.3 Condiciones laborales

Se ha elaborado las siguientes políticas laborales:

- Se contará con contrato a tiempo completo, por 6 meses.
- La jornada laboral será de 8 horas diarias.
- Se acogerá a la Ley 26015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa, antes se registrará en el Remype.
- Se evaluará su cambio al régimen general, posteriormente
- Los colaboradores ganaran todos sus beneficios sociales según ley.
- En el caso del contador será con contrato por servicios profesionales.
- Se cumplirá con el protocolo para el servicio delivery.

4.4 Régimen tributario.

Se cuenta con 5 regímenes tributarios al cual se puede en nuestro país, dentro de ellos tenemos:

- Nuevo régimen simplificado - NRUS
- Régimen especial de renta –RER
- Régimen general
- Régimen Mype tributario – RMT
- Régimen de la amazonia, el que se goza por estar en la zona de selva.

Se acogerá al régimen Mype Tributario (RMT), porque reduce el impuesto a la renta de 29.5% al 10% al año, con pagos mensuales del 1%. Siempre que las utilidades antes de impuestos no superen las 15 UIT, caso contrario se asumirá el 29.5%

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 5. Comportamiento del mercado. Tendencias y participación.

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual anual (conjunto)	194,997		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (conjunto)	194,997	198,897	202,875
Participación de mercado	3.00%	4.00%	6.00%
Demanda del proyecto (conjunto)	5,850	7,956	12,172

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 6. Ventas de los productos Boutique Móvil SRL (soles).

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	5,850	7,956	12,172
Precio mercado (conjunto)	45.00	45.00	45.45
Tendencia del precio	0%	1%	1%
Precio de venta efectiva	S/.45.00	S/.45.45	S/.45.90
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.263,246	S/.361,595	S/.558,772

Fuente: elaboración propia.

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro 7. Costo de ventas de Boutique Móvil SRL (soles).

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (conjunto)	5,849.91	7,955.88	12,172.49
Costo compra	S/20.00	S/20.40	S/21.01
COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA	S/116,998.18	S/162,299.88	S/255,768.37

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 8. Gastos administrativos de Boutique Móvil SRL. (soles).

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,500	S/. 1,700
Supervisor de compras/ventas	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,000	S/. 1,200
Reparto (chofer)	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,100
Remuneraciones del personal	S/. 4,130	S/. 4,500	S/. 5,200
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 4,488	S/. 4,890	S/. 5,651
Servicios públicos	S/. 255	S/. 275	S/. 289
Servicios contables	S/. 200	S/. 250	S/. 300
Utiles oficina	S/. 182	S/. 191	S/. 201
Otros	S/. 100	S/. 105	S/. 110
Total mensual	S/. 5,225	S/. 5,711	S/. 6,550
TOTAL ANUAL	S/.62,699	S/.68,533	S/.78,604

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 9. Gastos comerciales de Boutique Móvil SRL. (soles).

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 330	S/. 385	S/. 402
Alquiler - cochera	S/. 300	S/. 330	S/. 400
Promociones	S/. 200	S/. 320	S/. 350
Otros	S/. 400	S/. 489	S/. 497
Total mensual	S/. 1,230	S/. 1,524	S/. 1,649
TOTAL ANUAL	S/. 14,760	S/. 18,288	S/. 19,788

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 10. Gastos pre operativos de Boutique Móvil SRL. (soles).

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 655.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,855.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia.

5.2. Estudio Financiero

5.1.1 Inversiones

Cuadro 11. Inversión en activos de Boutique Móvil SRL. (Soles).

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación a
Local	S/. 0	1	S/. 0	20	S/. 0
Terreno	S/. 0	1	S/. 0	0	S/. 0
Equipos	S/. 8,000	1	S/. 8,000	5	S/. 1,600
Vehiculos	S/. 70,000	1	S/. 70,000	5	S/. 14,000
Muebles	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Total			S/. 80,000		S/. 16,000

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 12. Depreciación de los activos de Boutique Móvil SRL. (Soles).

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.80,000	-S/.16,000	-S/.16,000	-S/.16,000	S/.32,000
Amortización activo intangible	S/.1,855	-S/.371	-S/.371	-S/.371	S/.742
TOTAL	S/.81,855	-S/.16,371	-S/.16,371	-S/.16,371	S/.32,742

Fuente: elaboración propia.

5.2.2 Financiamiento

Cuadro 13. Programa de endeudamiento de Boutique Móvil SRL (soles).

Deuda a S/. 90,000				
19.56% Anual		1.5%	mensual	
		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	90,000	1,350	1,875	3,225
2	88,125	1,322	1,875	3,197
3	86,250	1,294	1,875	3,169
4	84,375	1,266	1,875	3,141
5	82,500	1,238	1,875	3,113
6	80,625	1,209	1,875	3,084
7	78,750	1,181	1,875	3,056
8	76,875	1,153	1,875	3,028
9	75,000	1,125	1,875	3,000
10	73,125	1,097	1,875	2,972
11	71,250	1,069	1,875	2,944
12	69,375	1,041	1,875	2,916
		14,344	22,500	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	67,500	1,013	1,875	2,888
14	65,625	984	1,875	2,859
15	63,750	956	1,875	2,831
16	61,875	928	1,875	2,803
17	60,000	900	1,875	2,775
18	58,125	872	1,875	2,747
19	56,250	844	1,875	2,719
20	54,375	816	1,875	2,691
21	52,500	788	1,875	2,663
22	50,625	759	1,875	2,634
23	48,750	731	1,875	2,606
24	46,875	703	1,875	2,578
		10,294	22,500	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	45,000	675	1,875	2,550
26	43,125	647	1,875	2,522
27	41,250	619	1,875	2,494
28	39,375	591	1,875	2,466
29	37,500	563	1,875	2,438
30	35,625	534	1,875	2,409
31	33,750	506	1,875	2,381
32	31,875	478	1,875	2,353
33	30,000	450	1,875	2,325
34	28,125	422	1,875	2,297
35	26,250	394	1,875	2,269
36	24,375	366	1,875	2,241
		6,244	22,500	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14. Estado de Situación Financiera de Boutique Móvil SRL.

(Soles).

Balance	Año 0	Año 1
Activo corriente	S/26,325	S/48,663
Caja Bancos	S/26,325	S/38,669
Cuentas por cobrar		S/5,119
Inventarios		S/4,875
Activo no corriente	S/81,855	S/65,484
TOTAL ACTIVO	S/108,180	S/114,147
Pasivo corriente		S/1,625
Pasivo No Corriente	S/90,000	S/67,500
TOTAL PASIVO	S/90,000	S/69,125
Patrimonio		
Capital	S/18,180	S/18,180
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		S/26,842
TOTAL PATRIMONIO	S/18,180	S/45,022
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/108,180	S/114,147

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15. Estado de resultados integrales de Boutique Móvil SRL.

(soles).

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.263,246	S/.361,595	S/.558,772
Costo ventas	-S/.116,998	-S/.162,300	-S/.255,768
Margen Bruto	S/.146,248	S/.199,295	S/.303,004
Gastos administrativos	-S/.62,699	-S/.68,533	-S/.78,604
Depreciación	-S/.16,371	-S/.16,371	-S/.16,371
Gastos comerciales	-S/.14,760	-S/.18,288	-S/.19,788
Margen operativo	S/.52,418	S/.96,103	S/.188,241
Gastos financieros	-S/.14,344	-S/.10,294	-S/.6,244
Margen antes de tributos	S/.38,074	S/.85,809	S/.181,997
Tributos	-S/.3,807	-S/.10,093	-S/.53,689
Margen neto	S/.34,266	S/.75,715	S/.128,308

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de caja e indicadores de rentabilidad

Cuadro 16. Flujo de caja de Boutique Móvil SRL. (soles).

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.263,246	S/.361,595	S/.558,772	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.81,855				S/.32,742
Capital de trabajo	-S/.26,325	-S/.10,336	-S/.7,114	-S/.6,430	S/.50,205
Compras		-S/.116,998	-S/.162,300	-S/.255,768	
Gastos administrativos		-S/.62,699	-S/.68,533	-S/.78,604	
Gastos comerciales		-S/.14,760	-S/.18,288	-S/.19,788	
Pago impuestos		-S/.15,463	-S/.28,350	-S/.55,531	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.108,180	S/.42,990	S/.77,009	S/.142,650	S/.82,947
Préstamo recibido	S/.90,000				-S/.22,500
Amortización		-S/.22,500	-S/.22,500	-S/.22,500	
Gastos financieros		-S/.14,344	-S/.10,294	-S/.6,244	
Escudo fiscal		S/.4,231	S/.3,037	S/.1,842	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.18,180	S/.10,377	S/.47,252	S/.115,749	S/.60,447
FCE	-S/.108,180	S/.42,990	S/.77,009	S/.225,597	
FCF	-S/.18,180	S/.10,377	S/.47,252	S/.176,195	

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 17. VAN, TIR y B/C de Boutique Móvil SRL.

VAN Económico	S/.104,010
Tasa de descuento (CAPM)	21.77%
TIR Económica	63%
Índice B/C	1.96
VAN Financiero	S/.125,461
Tasa de descuento (WACC)	19.93%
TIR Financiero	177%
Índice B/C	7.90

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES:

a.- La finalidad del presente proyecto es la de constituir la empresa Boutique Móvil SRL. Dedicado a la comercialización de prendas de vestir de damas, a través del servicio delivery, servicio que presenta una tendencia creciente.

b.- Referente al plan de marketing se ha diseñado teniendo como factor primordial las necesidades de los clientes. Se ha determinado como herramienta principal para la promoción de nuestros productos las redes sociales.

c.- En cuanto al plan de operaciones, los procesos constituyen uno de los factores más importantes dentro de la empresa, se han diseñado procesos cortos, eficientes que buscan garantizar satisfacción de las necesidades de los clientes.

d.- El plan de recurso humano, abarca las políticas laborales para todos los colaboradores, quienes gozaran de todos los beneficios que incluye para una microempresa. Se respetará la jornada laboral de 8 horas diarias, todos los colaboradores contarán con contrato laboral.

e. El plan económico y financiero, arroja resultados positivos para el proyecto. Los estados financieros han sido proyectados para los 3 años siguientes. El Valor actual neto económico (VAN) es S/. 104,010 y la Tasa interna de retorno (TIR) es del 63% y un Índice beneficio- costo de S/.1.96. Es decir que por cada sol de inversiones el proyecto arroja 1.96 de beneficio.

BIBLIOGRAFÍA:

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

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2008. *Censos Nacionales*

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

Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2020)

Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe

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

Anexo: 01 Aprovisionamiento de Equipos de Protección Personal



Anexo: 02 Antes del desarrollo de las actividades



Anexo: 03 Durante el desarrollo de las actividades



Anexo: 04 Después el desarrollo de las actividades



Anexo: 05 El incumplimiento acarrea los siguiente Riesgos

