



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PLAN DE NEGOCIOS CALZADOS DEPORTIVOS GLASMI SPORT SAC,
IQUITOS, 2020**

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

AUTORES:

**Glaston Sánchez, Paul Michael
Takury Apagueño Kathy Vanessa**

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

IQUITOS-PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedico principalmente a Dios, porque el guía mi camino.

A mi querida madre Cimi Sánchez, por ser mi motor y motivo ante los obstáculos, por su apoyo constante, por inculcarme valores y que desde el cielo me ilumina para seguir adelante

Paul Glaston

Dirigido a mi mamá Isolina Apagueño Lomas, por confiar en mí y por su apoyo incondicional para poder llegar a ser profesional.

A mi familia en general por estar siempre presente.

Kathy Takury

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme culminar con mis estudios
A mis padres por su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios
Y a todas las personas que de una u otra forma apoyaron en la realización de
este plan de negocio.

Paul Glaston

A Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día.
A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la
actualidad.

A mi familia por creer en mí y a mis maestros por brindarme
sus conocimientos y enseñanzas para seguir adelante día a día.

Kathy Takury

ACTA DE SUSTENTACION

FACULTAD DE
NEGOCIOS



“Año de la Universalización de la Salud”

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 361-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 24 de noviembre de 2020, se autorizó la sustentación para el 1 de diciembre de 2020.

Siendo las 11.00 horas del día 1 de diciembre de 2020 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional: “PLAN DE NEGOCIOS CALZADOS DEPORTIVOS GLASMI SPORT SAC, IQUITOS, 2020”.

Presentado por:

GLASTON SÁNCHEZ, PAUL MICHAEL
TAKURY APAGUENO KATHY VANESSA
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 12.43 horas culminó el acto público.

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

CPC Luis Alberto Barriga Roa
Presidente del jurado

CPC Carlos Aníbal García Del Castillo Mgr.
Miembro del jurado

Lic. Adm. Omar Alain Saldaña Acosta.
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compañon 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

HOJA DE ANTIPLAGIO



"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 CALZADOS DEPORTIVOS GLASMI SPORT SAC, IQUITOS,
2020"**

De los alumnos: **GLASTON SÁNCHEZ PAUL MICHAEL Y TAKURY APAGUEÑO
KATHY VANESSA**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **11% de plagio**.

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

San Juan, 14 de octubre del 2020.



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

CRA/foada
180-2020

HOJA ANTIPLAGIO

Urkund Analysis Result

Analysed Document: UCP_Contabilidad_2020_TSP_PaulGlaston_KathyTakury_V1.pdf
(D81173480)
Submitted: 10/9/2020 4:08:00 PM
Submitted By: revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Significance: 11 %

Sources included in the report:

UCP_ADM_2020_TSP_LizCardama_MaritaGuivin_V1.pdf (D75931559)
UCP_ADMTURISM_2020_TSP_ManuelSanchez_YosimarMio_V1.pdf (D75754144)
UCP_NEG_CONT_2020_TSP_LindaShapiama_JanellyFlores_V1.pdf (D75532843)
<http://www.citeccal.com.pe/>

Instances where selected sources appear:

6

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ACTA DE SUSTENTACION	iv
HOJA DE ANTIPLAGIO	v
HOJA ANTIPLAGIO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
SUMMARY	xii
1. INFORMACION GENERAL	13
1.1. Nombre del negocio	13
1.2. Actividad empresarial	13
1.3. Idea del negocio	14
2. PLAN DE MARKETING	15
2.1. Necesidades de los clientes	15
2.2. Demanda actual y tendencias	17
2.3. Oferta Competitiva	19
2.4. PROGRAMA DE MARKETING	20
2.4.1. El producto	20
2.4.2. El precio	23
2.4.3. La Promoción.	23
3. PLAN DE OPERACIONES	26
3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Inversiones	26
GLASMI SPORT SAC	26
3.2. El proceso de aprovisionamiento de Inversiones GLASMI SPORT SAC	26
3.3. El proceso de atención al cliente de Inversiones GLASMI SPORT SAC	27
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	29

4.1.	Estructura organizacional	29
4.2.	Puestos y Funciones.....	29
4.3.	Condiciones Laborales	30
4.4.	Régimen Tributario	30
5.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	30
5.1.	Estudio económico.	30
5.1.1.	Mercado y ventas.	30
5.1.2.	Compras, costo de ventas y gastos.	31
5.2.	Estudio Financiero	32
5.2.1.	Inversiones de Glasmi SAC.	32
5.2.2.	Financiamiento de GLASMI SAC.	34
5.2.3.	Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.	36
CONCLUSIONES:		37
BIBLIOGRAFÍA:		38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Inversiones GLASMI SAC 2019	13
<i>Tabla 2. Mercado del producto, ciudad de Iquitos, 2020</i>	<i>17</i>
Tabla 3. Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, 2020	18
Tabla 4. Mercado por edades, ciudad de Iquitos, 2020	18
Tabla 5. Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, 2020	18
Tabla 6. Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2020	18
Tabla 7. Producción de calzado en la Zona de Iquitos (en pares)	19
Tabla 8. Precio de los productos de Inversiones GLASMI SPORT S.A.C,2020	23
Tabla 9. Demanda de mercado: tendencia y participación	30
Tabla 10. Ventas de los productos de GLASMI SAC.	31
Tabla 11. Costo de ventas de GLASMI SAC (soles)	31
Tabla 12. Gastos administrativos de GLASMI SAC. (soles)	31
Tabla 13. Gastos comerciales de GLASMI SAC. (soles)	32
Tabla 14. Gastos pre operativos de GLASMI SAC. (soles)	32
Tabla 15. Inversión en activos de GLASMI (soles)	32
Tabla 16. Depreciación de los activos de GLASMI SAC (soles)	32
Tabla 17. Costo laboral (%)	33
Tabla 18. Programa de endeudamiento de GLASMI SAC. (soles)	34
Tabla 19. Cálculo de la tributación de GLASMI SAC. (soles)	35
Tabla 20. Estado de resultados integrales de GLASMI SAC. (soles)	35
Tabla 21. Flujo de caja de GLASMI SAC. (soles)	36
<i>Tabla 22. VAN, TIR y B/C de GLASMI SAC (soles)</i>	<i>36</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1.Ubicación de la empresa Inversiones GLASMI S.A.C. 2020	13
Ilustración 2.Calzados deportivos inadecuados	15
Ilustración 3. Persona con calzado deportivo con estilo moderno y que se observa su buena flexibilidad	16
Ilustración 4.Niños con calzado deportivo que muestran un buen estilo y comodidad al usarlo.....	17
Ilustración 5.Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos 2020	20
Ilustración 6.Calzados deportivos de niños	21
Ilustración 7. Calzado deportivo de Jóvenes	21
Ilustración 8.Calzados deportivos de diferentes diseños	22
Ilustración 9. Logo empresa GLASMI SPORT S.AC., 2020	22
<i>Ilustración 10. Polo de color amarillo con el logo de GLASMI SPORT SAC</i>	<i>24</i>
Ilustración 11. Llaveros con diseños de zapatillas deportivas.....	24
Ilustración 12.Fan Page de Inversiones Glasmi Sport S.A.C.....	25
Ilustración 13. La cadena de distribución de inversiones GLASMI SPORT SAC	25
Ilustración 14. Proceso de aprovisionamiento de Inversiones GLASMI SPORT SAC .	26
Ilustración 15. Proceso de atención al cliente de Inversiones GLASMI SPORT SAC..	27
Ilustración 16. Estructura organizacional de la empresa Inversiones GLASMI SPORT SAC.	29

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIOS GLASMI SPORTS SAC, IQUITOS, 2020

Paul Michael Glaston Sánchez

Kathy Vanessa Takury Apagueño

El presente trabajo de investigación se encuentra en el rubro de comercialización de calzados deportivos para personas dedicados a las diferentes prácticas deportivas en un rango de edad de 14 a 25 años, la empresa se dedicará a la comercialización de calzados deportivos, botines y zapatillas.

El aprovisionamiento de las mercaderías se realizará en la ciudad de Iquitos, con proyecciones a ser atendidos por proveedores de la ciudad de Lima. Se ha diseñado la estructura orgánica, la misma que responde para una micro y pequeña empresa, las funciones han sido integradas. La empresa se acogerá a la región Mype tributario.

Las ratios financieras confirman la rentabilidad del proyecto, el Valor actual neto económico) de S/. 101,526 y el Valor actual neto financiero de S/. 96,123. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 131% y la Tasa interna de retorno financiera es de 5.51%. El índice beneficio costo económico es de S/. 2.55 y el índice beneficio costo financiero es de S/. 4.85.

Palabras claves: zapatos deportivos, botines y zapatillas, comercialización, micro empresa.

SUMMARY

Glasmí Sport Business Plan, IQUITOS, 2020

Paul Michael Glaston Sánchez

Kathy Vanessa Takury Apagueño

This research work is in the area of marketing sports shoes for people dedicated to different sports practices in an age range of 14 to 25 years, the company will be dedicated to the marketing of sports shoes, booties and sneakers.

The supply of merchandise will be carried out in the city of Iquitos, with projections to be served by suppliers from the city of Lima.

The organic structure has been designed, the same one that responds to a micro and small company, the functions have been integrated. The company will benefit from the tax MYPE region.

The financial ratios confirm the profitability of the project, the current net economic value of S /. 101,526 and the Net Financial Present Value of S /. 96.123. The internal economic rate of return (IRR) is 131% and the internal financial rate of return is 5.51%.

The economic cost benefit index is S /. 2.55 and the financial cost benefit index is S /. 4.85.

Key words: sports shoes, ankle boots and sneakers, commercialization, micro business.

1. INFORMACION GENERAL

1.1. Nombre del negocio

- Nombre comercial: GLASMI SPORT SAC
- Razón social: Inversiones GLASMI S.A.C.
- Sector de la actividad: comercialización de calzados deportivos
- Localización: Napo 732, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región, Loreto, Perú.
- Actividad: servicio

Ilustración 1. Ubicación de la empresa Inversiones GLASMI S.A.C. 2020



Fuente: www.googlemaps.com

1.2. Actividad empresarial

Tabla 1. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Inversiones GLASMI SAC 2019

				Industrias manufactureras
				Fabricación de productos de caucho sintético y productos conexos
				Fabricación de calzado
			152	Fabricación de calzado

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

1.3. Idea del negocio

Se pretende satisfacer la necesidad de un calzado deportivo con un material flexible, que permita realizar cualquier tipo de deportes u otras actividades diarias, que brinde comodidad al usarlo.

Además, se pretende satisfacer la necesidad de un calzado deportivo (zapatilla) que busca estar a la moda y tener un estilo innovador, en la cual el calzado deportivo podrá ser usado para cualquier evento y no solo para actividades deportivas, demostrando que las zapatillas son parte de la imagen personal y la cual es fundamental al momento de vestir.

El segmento que se atenderán son los niños y jóvenes de sexo masculino entre los 15 a 24 años para lucir un estilo moderno, de calidad y sobretodo que muestre elegancia y comodidad al usarlo.

La empresa se dedicará a la distribución y comercialización de calzados deportivos (zapatillas) para varones, que sean de un material flexible, con un estilo deportivo moderno y de buena calidad.

Elaborados de caucho sintético, en distintas tallas, modelos y una variedad de colores y diseños. Nuestros productos se podrán obtener a través de canales de venta y con 2 medios de pago: efectivo y transferencia.

2. PLAN DE MARKETING

2.1. Necesidades de los clientes

En el capítulo anterior se trato acerca de las necesidades que se busca satisfacer con el negocio. A continuación, se da mayor explicación de ellas.

- a) Necesidad de tener flexibilidad en los movimientos de los pies,** la falta de flexión en los pies ocasiona calambre, eso conlleva la incomodidad total al usar el calzado deportivo (zapatilla) al momento de realizar deportes u otras actividades.

Los niños y jóvenes no miden las consecuencias que provoca utilizar una zapatilla tosca, lo que conlleva a sufrir ciertos daños como: rozaduras, heridas o ampollas en los pies.

Ilustración 2. Calzados deportivos inadecuados



Fuente: <https://www.google.com/search?q=da%C3%B1os+que+causan+las+zapatillas>

- b) Necesidad de Moda y Estilo innovador**, los niños y jóvenes están pendientes en todo lo nuevo, esto conlleva a estar a la moda y lucir un estilo innovador, con diferentes diseños y de una excelente calidad.

Ilustración 3. Persona con calzado deportivo con estilo moderno y que se observa su buena flexibilidad



Fuente: Elaboración Propia

- c) Necesidad de Imagen Personal y Comodidad**, el calzado **deportivo**, ya es parte de la estética de los niños y jóvenes, porque forma parte fundamental en el vestir. La cual no solo es utilizada para realizar deportes, sino ya es parte de sus actividades diarias y las cuales lo usan para distintos eventos.

Ilustración 4. Niños con calzado deportivo que muestran un buen estilo y comodidad al usarlo



Fuente: <https://www.fashiongiftsae.com/ProductDetail.aspx?iid=21910281&pr=66.99>

2.2. Demanda actual y tendencias.

Tabla 2. Mercado del producto, ciudad de Iquitos, 2020

Distritos que conforman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa crecimiento promedio anual	Personas al 2020 (proyectada)
Distrito Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	163,881
Distrito Punchana	80,820	91,128	1.512%	101,872
Distrito Belén	73,015	75,685	0.450%	81,546
Distrito San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	170,555
Población mercado ciudad Iquitos	430,268	471,993	1.164%	517,854

Fuente: INE – sede Iquitos

Tabla 3. Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, 2020

Distritos	Población urbana (participación)	Personas
Distrito Iquitos (al 2020)	31.64%	163,881
Distrito Punchana (al 2020)	19.68%	101,872
Distrito Belén (al 2020)	15.75%	81,546
Distrito San Juan Bautista (al 2020)	32.93%	170,555
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2020)		517,854

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Mercado por edades, ciudad de Iquitos, 2020

	15 a 24 años	25 a 39 años	40 a 64 años	Total
Distrito Iquitos (%)	27.01%	24.72%	25.63%	77.37%
Distrito Punchana (%)	16.79%	24.63%	21.95%	63.37%
Distrito Belén (%)	13.44%	24.25%	21.62%	59.31%
Distrito San Juan Bautista (%)	28.11%	23.94%	21.59%	73.63%
Población por edades, ciudad Iquitos (2020)	150,8003	315,441	140,500	606,741

Fuente: INEI – sede Iquitos

Tabla 5. Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, 2020

Tipo de segmento	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	10.0%	60,674
Segmento C ciudad de Iquitos	15.0%	91,011
Segmento D ciudad de Iquitos	18.0%	109,213
Segmento E ciudad de Iquitos	20.0%	121,348
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2020)	37.0%	224,495

606,741

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2020

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2020)		19,506
Consumo del producto (pares por día/familia)		0.03
Consumo del producto (pares por mes/familia)	30	1.03
Consumo del producto (pares por año/familia)	12	62.46
Consumo del producto Dpto., de Loreto (pares)		1,100,556

Fuente: elaboración propia

En nuestra zona de Loreto el mercado interno de consumo de calzados deportivos se ubica en 1,100,556 unidades, población identificada en los distritos de: Iquitos, Punchana, Belén y San Juan Bautista, teniendo en cuenta que nuestro rango de población se establece se direcciona entre 15 a 24 años con un consumo del producto por residencia de 517,854 personas, sin embargo nuestra demanda en el primer año se ubica en 8,804 unidades con proyecciones positivas para los próximos años, ya que se espera que el valor de las ventas de moda y calzado deportivo aumente en un 3 y 5% hasta alcanzar los 1,190,234 unidades proyectada para el tercer año.

Dichas previsiones están ligadas al crecimiento de la clase media en nuestro país y de sus ingresos, hecho que se refleja en el incremento del consumo privado en los últimos años.

Por otro lado, el aumento del número de centros comerciales en la zona anima a que más inversionistas se ubiquen con tienda propia o en formato posesionarse en el mercado local a fin de brindar una demanda sostenida y equitativa en la población identificada de 15 a 24 años.

Se ha efectuado un barrido de tiendas existentes dedicadas a la venta de artículos deportivos en la zona, sin embargo, nuestro estudio de mercado abarca solamente el rubro de calzados deportivos (Zapatos, Botines, zapatillas), se ha establecido 03 centros comerciales dedicados a la venta de calzados deportivos (Comercial Calza, DARASA).

2.3. Oferta Competitiva

Tabla 7. Producción de calzado en la Zona de Iquitos (en pares)

Tipo de calzado	2017	Porcentaje %	2018	Porcentaje %	Evolución
Zapatos	275,139	25%	294,724	26%	6.6 %
Zapatillas	308,156	28%	283,389	25%	-8.7 %
Botas, botines	517,261	47%	555,443	49%	6.9 %
TOTAL	1,100,556	100%	1,133,556	100%	3.0%

Fuente: Ministerio de la Producción (PRODUCE)

De acuerdo con lo señalado en el cuadro anterior, la producción de calzados en general, en nuestro país, entre el 2017 y 2018 tuvo un incremento del 3.0% siendo la producción de zapatos, botas y botines que tienen un incremento de 6.6% y 6.9% respectivamente, mientras que la producción de zapatillas fue la que tuvo la menor caída, sólo se contrajo en 8.7%.

En el mercado local, no se aprecia empresa alguna dedicada a la producción de zapatos deportivos a gran escala. **El objetivo de la empresa será de distribuir y comercializar el producto en el mercado.**

Ilustración 5. Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos 2020

Producto	Unidad de Medida	Comercial Calza	DARASA
Zapatos deportivos	Par	S/ 35.00	S/ 40.00
Zapatillas deportivas	Par	S/ 40.00	S/ 50.00

Fuente: elaboración propia

2.4. PROGRAMA DE MARKETING.

2.4.1. El producto

La empresa se dedicará a la comercialización y distribución de calzados deportivos, con diseños únicos, Zapatos elaborados con caucho sintético en distintas tallas y modelos, con distintos colores.

a) Categorías de productos.

Se contará con diversos diseños, modelos y tallas, dentro de ellas las más comerciales, resaltando la comodidad del calzado deportivo:

- Calzados deportivos de niños
- Calzados deportivos hombre

Ilustración 6. Calzados deportivos de niños



Fuente: elaboración propia

Ilustración 7. Calzado deportivo de Jóvenes



Fuente: elaboración propia

Ilustración 8. Calzados deportivos de diferentes diseños



Fuente: elaboración propia

b) La marca

Se ha diseñado un logo simple, con el objetivo de distinguir a la empresa de los negocios similares y poder identificar los productos en el mercado local.

Se ha diseñado el siguiente logo:

Ilustración 9. Logo empresa GLASMI SPORT S.A.C., 2020



Fuente: elaboración propia

2.4.2. El precio

El precio estimado es uno de los factores con gran importancia para la empresa, el precio varía de acuerdo con el diseño y modelo del tipo de calzado deportivo que desee, ya sea para niños o jóvenes.

El precio es fundamental, porque de eso dependerá la utilidad de la empresa, y en la cual determinará la rentabilidad o no de la empresa.

Tabla 8. Precio de los productos de Inversiones GLASMI SPORT S.A.C,2020

Producto	Unidad de medida	Precio (Soles)
Zapato deportivo	Pares	40
Botines deportivos	Pares	50

Fuente: elaboración propia

El precio incluye en los dos tipos de clientes de 15 a 24 años (Niños y jóvenes)

2.4.3. La Promoción.

Las estrategias que utilizaremos en nuestra promoción son las siguientes:

a) Las redes sociales: ya que es el más utilizado y acogido por los clientes y es la forma más rápida de llegar a ellos como página principal tenemos:

- **Facebook:** se creará un fan page para la empresa, en lo cual será el medio por donde se brindará información sobre los productos de la empresa y actividades que realiza la empresa.
- **Instagram:** el objetivo principal es acoger seguidores para así ganar un buen número de nuestros clientes-seguidores.

b) Acciones de publicidad de GLASMI SPORT

Se considerará acciones de publicidad:

- Volantes: repartir en tiendas, centros educativos entre otros lugares donde haya gran afluencia de público.
- Radio: se realizará contrato con dos radios difusoras de largo alcance y serán los que tengan mayor sintonía.
- Televisión: Ya que es el principal medio, mediante los cuales la organización habla y da a conocer el producto de manera efectiva a sus clientes, posibles clientes, y otras personas importantes para la empresa.

Ilustración 10. Polo de color amarillo con el logo de GLASMI SPORT SAC

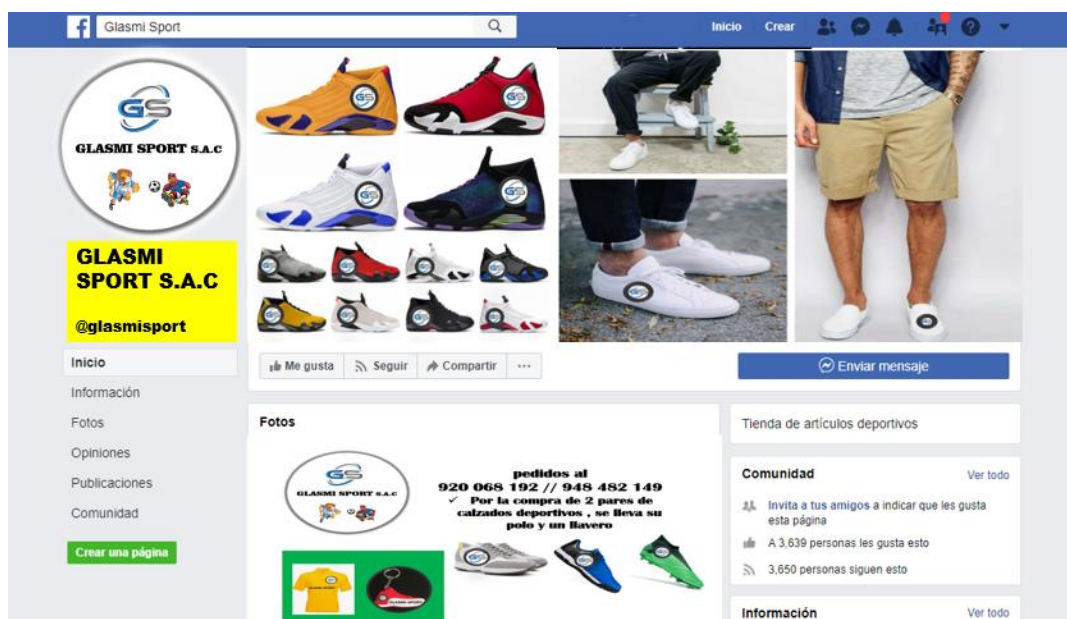


Ilustración 11. Llaveros con diseños de zapatillas deportivas



Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12. Fan Page de Inversiones Glasmi Sport S.A.C



2.4.1 La cadena de distribución

La empresa cuenta con un local comercial ubicado en calle Napo N° 732 en el distrito de Iquitos, donde se exhibirá los productos a comercializar por la empresa.

Ilustración 13. La cadena de distribución de inversiones GLASMI SPORT SAC



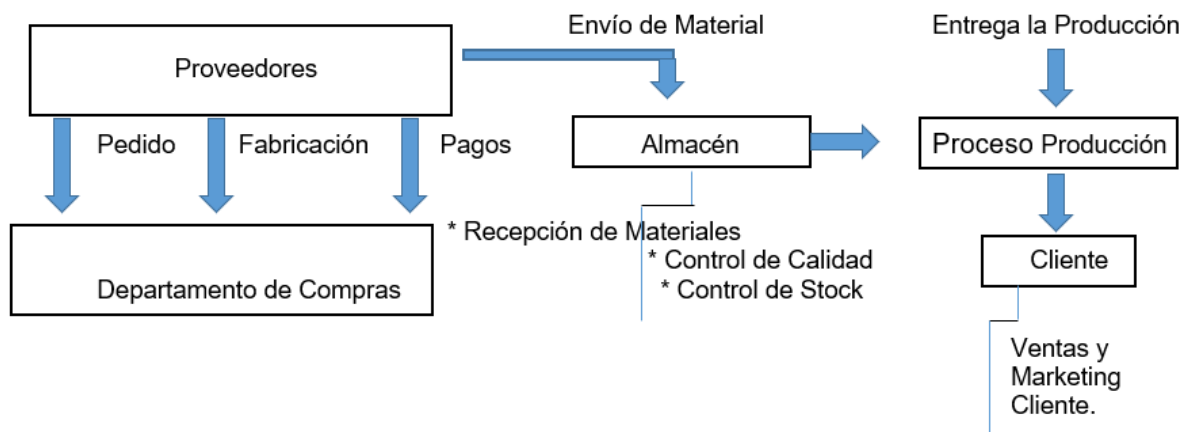
3. PLAN DE OPERACIONES

3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Inversiones GLASMI SPORT SAC.

El aprovisionamiento de los zapatos deportivos, botines y zapatillas se hará en nuestra ciudad, directamente con el fabricante.

3.2. El proceso de aprovisionamiento de Inversiones GLASMI SPORT SAC

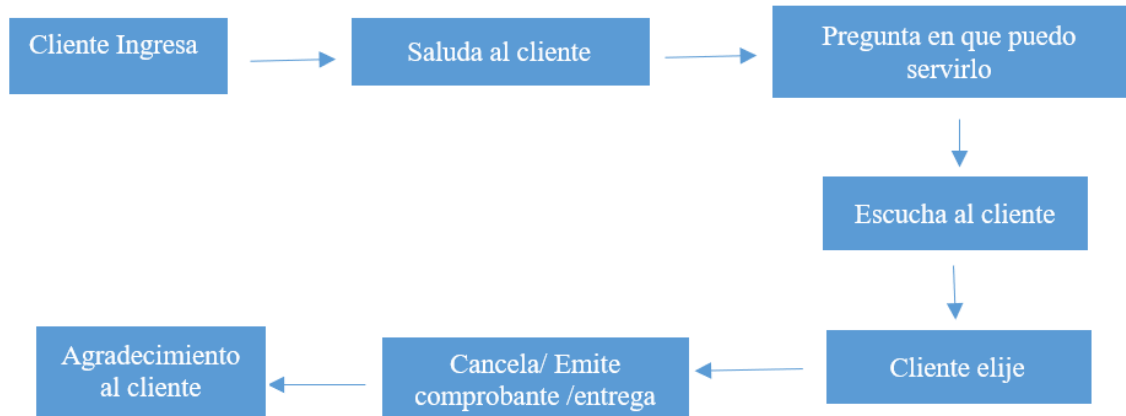
Ilustración 14. Proceso de aprovisionamiento de Inversiones GLASMI SPORT SAC



Proceso de aprovisionamiento se inicia con el departamento de compras, donde se encuentra el proveedor, se realiza el pedido, fabricación y pagos, luego pasa al departamento de almacén donde deceptcionamos los materiales, pasa por un riguroso control de calidad, control de stock y finalmente por el proceso de producción donde se entrega el material, ventas y marketing al cliente.

3.3. El proceso de atención al cliente de Inversiones GLASMI SPORT SAC

Ilustración 15. Proceso de atención al cliente de Inversiones GLASMI SPORT SAC



Fuente: Elaboración Propia

Proceso de atención al cliente de Inversiones GLASMI SPORT SAC

1) El cliente ingresa:

El cliente puede ingresar al local comercial para ver los productos de su interés, como también se puede contactar por las redes sociales y enviar un mensaje que será respondido de inmediato.

2) Saluda al cliente:

El cliente desde que ingresa al local o por medio de las redes sociales, es tratado educadamente, en la cual los empleados los saludan cordialmente.

3) Pregunta en que puedo servirlo:

El empleado de la empresa tiene la obligación de ponerse al servicio del cliente y estar pendiente en su elección.

4) Escucha al cliente:

El cliente tiene la libertad de buscar el producto de su agrado y los trabajadores de la empresa tiene que ponerse a disposición del cliente al momento de la elección de su producto.

5) Cliente elije:

El cliente va eligiendo, según sus gustos y preferencias. En algunos casos va a solicitar probarse los calzados deportivos (zapatillas), por la cual se deben cubrir los pies con una bolsa plástica con el fin de evitar que se manche el calzado.

6) Cancela/ emite comprobante / entrega

Se procede a cancelar y emitir el comprobante pago según las indicaciones del cliente y para terminar este proceso se da entrega del producto con su respectivo comprobante de pago.

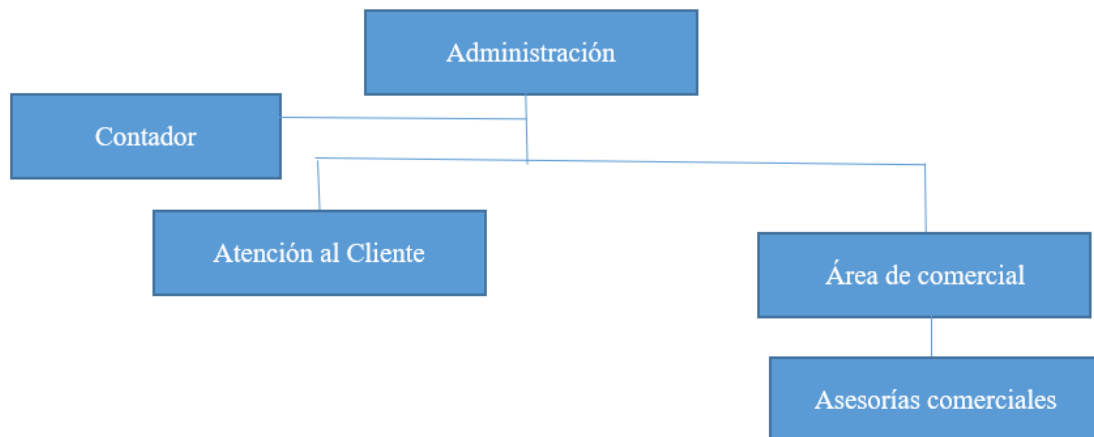
7) Agradecimiento al cliente:

Se agradece al cliente por su compra.

4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. Estructura organizacional

Ilustración 16. Estructura organizacional de la empresa Inversiones GLASMI SPORT SAC.



4.2. Puestos y Funciones

a) Puesto: Administrador de Inversiones GLASMI SPORT SAC.

Funciones:

1. Planificar y establecer objetivos, a mediano plazo y largo plazo.
2. Elaborar y determinar las funciones de todas las áreas
3. Motivar a los colaboradores para cumplimiento de metas
4. Representar la organización frente a la superintendencia de administración tributaria (SUNAT).
5. Controlar la ejecución del plan de marketing de la organización.

b) Puesto: supervisor de venta

1. Planificar las ventas y el proceso de reparto de la organización
2. Organizar el área de venta y reparto.
3. Dirigir el proceso de ventas y reparto
4. Controlar el reparto personal a su cargo
5. Reportar al administrador

c) Puesto: supervisor de logística

1. Planificar la mercancía de bienes y servicios

2. Cotizar y comprar los bienes y servicios
3. Controlar el stock

4.3. Condiciones Laborales

Se garantizará un óptimo cuidado y protección en lo referente al buen estado de salud ocupacional de nuestros colaboradores, proporcionándolos un adecuado equipo de protección personal, chequeos médicos, capacitaciones y charlas informativas. Asimismo, se implantará:

- La jornada laboral será de (08) horas diarias.
- Los colaboradores contarán con un contrato laboral.
- Los sueldos y salarios serán a escala proporcional.
- La empresa se acogerá a la ley 28015, Ley de promoción de la micro y pequeña empresa.
- La empresa cumplirá con los protocolos establecidos por ley.

4.4. Régimen Tributario

La empresa se acogerá al régimen de Mype Tributario, debido a que reduce el impuesto a la renta de 29.5% al 10% cada año. Teniendo en consideración que las utilidades no excedan las 15 UIT, caso contrario se tributará como un régimen normal.

5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Estudio económico.

5.1.1. Mercado y ventas.

Tabla 9. Demanda de mercado: tendencia y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (unidades)	1,100,556		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	3%	5 %
Demanda estimada (unidades)	1,100,556	1,133,556	1,190,234
Participación de mercado (decisión empresa)	0.80%	1.00%	1.20 %
Demanda del proyecto (unidades)	8,804	10,565	12,678

Fuente: elaboración propia

Tabla 10. Ventas de los productos de GLASMI SAC.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	8,804	10,565	12,678
Precio venta - decisión empresarial (soles x unidades)	35.00	35.00	36.00
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	3 %
Precio de venta unitarios	S/.35.00	S/.36.00	S/.37.00
VENTA TOTAL EMPRESA	S/.308,140	S/.380,340	S/.469,086

Fuente: elaboración propia

5.1.2. Compras, costo de ventas y gastos.

Tabla 11. Costo de ventas de GLASMI SAC (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	8,804	10,565	12,678
Costo compra (unidades)	S/20.00	S/20.00	S/21.00
COSTO DE LA VENDIDA MERCADERIA	S/176,080	S/211,300	S/266,238

Fuente: elaboración propia

Tabla 12. Gastos administrativos de GLASMI SAC. (soles)

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente – propietario	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,100	S/. 1,200	S/. 1,800
Supervisores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 1,000	S/. 1,100	S/. 1,500
Asistente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,200
Remuneraciones del personal	S/. 4,030	S/. 4,400	S/. 6,000
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67 %
Remuneración total mensual	S/. 4,379	S/. 4,781	S/. 6,520
Servicios públicos	S/. 160	S/. 186	S/. 206
Útiles oficina	S/. 150	S/. 190	S/. 250
Servicio contable	S/. 200	S/. 250	S/. 300
Otros	S/. 150	S/. 200	S/. 220
Total mensual	S/. 5,039	S/. 5,607	S/. 7,496
TOTAL ANUAL	S/.60,468	S/.67,284	S/.89,952

Fuente: elaboración propia

Tabla 13. Gastos comerciales de GLASMI SAC. (soles)

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 200.00	S/. 250.00	S/. 320.00
Alquiler local	S/. 500.00	S/. 650.00	S/. 700.00
Promociones	S/. 200.00	S/. 280.00	S/. 300.00
Otros	S/. 200.00	S/. 220.00	S/. 250.00
Total mensual	S/. 1,100.00	S/. 1,400.00	S/. 1,570.00
TOTAL ANUAL	S/.13,200.00	S/.16,800.00	S/.18,840.00

Fuente: elaboración propia

Tabla 14. Gastos pre operativos de GLASMI SAC. (soles)

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 550.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,750.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: elaboración propia

5.2. Estudio Financiero

5.2.1. Inversiones de Glasmi SAC.

Tabla 15. Inversión en activos de GLASMI (soles)

Activo Fijo	Valor Adquisición.	Cantidad	Valor Total	Tiempo de Vida	Depreciación Anual
Local/acondicionamiento	10,000	1	10,000	20	500
Terrenos	0	5	0	0	0
Equipos	2,000	1	2,000	5	400
Vehículos	9,000	1	9,000	5	1,800
Muebles	1,500	1	1,500	5	300
TOTAL			S/22,500		S/ 3,000

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Depreciación de los activos de GLASMI SAC (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.22,500	-S/.3,000	-S/.3,000	-S/.3,000	S/.13,500
Amortización activo intangible	S/.2,250	-S/.450	-S/.450	-S/.450	S/.900
Total	S/.24,750	-S/.3,450	-S/.3,450	-S/.3,450	S/.14,400

Fuente: elaboración propia

Tabla 17. Costo laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				25.00%	12.50%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	4.50%
Total				42.33%	25.67%	8.67%

Fuente: elaboración propia

5.2.2. Financiamiento de GLASMI SAC.

Tabla 18. Programa de endeudamiento de GLASMI SAC. (soles)

DEUDA A TOMAR	S/. 20,000			
45.93%	Anual	3.8%	mensual	
	36		Meses	
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	19,868	839	133	972.
2	19,573	677	295	972
3	19,247	646	326	972
4	18,931	656	316	972
5	18,605	646	326	972
6	18,207	574	398	972
7	17,855	621	351	972
8	17,473	589	383	972
9	17,096	596	376	972
		556		
		43		
10	16,689	564	408	972
11	16,286	569	403	972
12	15,869	555	417	972
		7,532	4,132	
	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	15,421	524	448	972
14	14,975	526	446	972
15	14,498	494	478	972
16	14,020	494	478	972
17	13,526	478	494	972
18	12,971	417	555	972
19	12,442	442	530	972
20	11,880	411	561	972
21	11,313	405	567	972
22	10,716	374	598	972
23	10,108	365	607	972
24	9,481	345	627	972
		5,275	6,389	
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	8,822	312	659	972
26	8,151	301	671	972
27	7,448	269	703	972
28	6,731	253	718	972
29	5,988	230	742	972
30	5,201	185	787	972
31	4,406	177	794	972
32	3,580	146	826	972
33	2,730	122	850	972
34	1,849	90	882	972
35	940	63	909	972
36		31	940	972
		2,179	9,481	

Fuente: elaboración propia

Tabla 19. Cálculo de la tributación de GLASMI SAC. (soles)

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades (comercio y restaurante)		0%	0%	0 %
Impuesto a la renta (más de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5 %
Tasa tributaria (TAX)		29.50%	29.50%	29.50 %
Para efectos de pago a SUNAT Régimen MYPE				
Participación utilidades (menos de 20 trabajadores)		0.00%	0.00%	0.00 %
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)		10%	10%	10 %
Impuesto a la renta (más de 15 UIT)		29.5%	29.5%	29.5 %
	Al 2020	Cantidad	Importe	
Unidad Impositiva Tributaria	4,300	15	64,500	

Fuente: elaboración propia

Tabla 20. Estado de resultados integrales de GLASMI SAC. (soles)

PARA INFORME A ACCIONISTAS - régimen general			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.308,140	S/.380,340	S/.469,086
Costo ventas	-S/.176,080	-S/.211,300	- S/.266,238
Margen Bruto	S/.132,060	S/.169,040	S/.202,848
Gastos administrativos	-S/.60,468	-S/.67,284	- S/. 89,952
Depreciación	-S/.3,450	-S/.3,450	- S/. 3,450
Gastos comerciales	-S/.13,200	-S/.16,800	- S/. 18,840
Margen operativo	S/.54,942	S/.81,506	S/.90,606
Gastos financieros	-S/.7,532	-S/.5,275	- S/. 2,179
Margen antes de tributos	S/.47,410	S/. 76,231	S/. 88,427
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/47,410	S/ 76,231	S/ 88,427
Pago impuesto a la renta	-S/.13,895	-S/.22,488	- S/ 26,086.
Utilidad neta	33,515	53,743	62,341

Fuente: elaboración propia

5.2.3. Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Tabla 21. Flujo de caja de GLASMI SAC. (soles)

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.308,140	S/.380,140	S/.469,086	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.24,750				S/14,400
Capital de trabajo	-S/.15,047	-S/.15,047	-S/11,516	-S/.9,922	S/51,532
Compras		-S/.176,080	-S/.211,300	-S/.266,238	
Gastos administrativos		-S/.60,468	-S/.67,284	-S/.89,952	
Gastos comerciales		-S/.13,200	-S/.16,800	-S/.18,840	
Pago impuestos		-13,895	-22,488	-26,086	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.39,797	S/.29,450	S/50,752	S/.58,050	S/.65,932
Préstamo recibido	S/.20,000				S/.0
Amortización cuotas fijas		-S/.4,132	-S/ 6,389	-S/.9,481	
Gastos financieros		-S/ 7,532	-S/ 5,275	-S/.2,179	
Escudo fiscal					
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/19797	S/.17786	S/.39,088	S/46,930	S/ 65,932
FCE	-S/.39,797	S/.29450	S/.50752	S/.123982	
FCF	-S/.19797	S/.17786	S/.39,088	S/.112862	

Fuente: elaboración propia

Tabla 22. VAN, TIR y B/C de GLASMI SAC (soles)

VAN Económico	S/101,526
Tasa de descuento (CAPM)	34.14 %
TIR Económica	131%
Índice B/C	2.55%
VAN Financiero	96,123
Tasa de descuento (WACC)	25.16 %
TIR Financiero	5.51%
Índice B/C	4.85%

CONCLUSIONES:

1. El estudio de investigación nos indica que hay varias necesidades orientadas a las diferentes prácticas deportivas con diseños de alta calidad que permitan una adecuada aceptación de las personas que buscan mejorar la calidad y necesidad de estética personal y la necesidad de comodidad de los pies.
2. En cuanto al plan de operaciones la fuente de aprovisionamiento está constituida en la ciudad de Iquitos. La venta se realizará en base a la promoción definida alternando con la vía delivery para demostrar el buen servicio al cliente.
3. El plan de recursos humanos se ha representado en la estructura orgánica simple, diseñada para una micro empresa, con funciones de planeamiento, organización y control. Los colaboradores gozarán de todos los beneficios que otorgan las micros y pequeñas empresas.
4. Los precios se han establecido por debajo de la competencia, los costos por cada una y los gastos de apoyo, el local será alquilado. El capital de trabajo es corto, por lo que se buscará financiamiento en las entidades financieras.
5. En cuanto al plan económico y financiero demuestran la rentabilidad del proyecto ya que arroja una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 131% y un Valor Actual Neto (VAN) del S/. 101,526.00 y un Índice de beneficio costo de S/ 2.55

BIBLIOGRAFÍA:

- **Diario La Gestión**
<https://gestion.pe/economia/lineas-de-calzado-casual-y-deportivo-se-perfilan-como-las-mas-prometedoras-en-el-sector-trujillo-la-libertad-zapatos-noticia/>
- **Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI** (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/>
- **Instituto Nacional de Estadística e Informática** (INEI). 2007. 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.
<http://expodetallesperu.pe/> 10 <https://www.perumoda.com>
- **Contreras, J.** (7 de agosto de 2017), “Productos chinos afectan la industria del calzado”. Diario La República. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1070805-productos-chinos-afectan-la-industria-del-calzado>
- **Portal Linio** Índice de Precios de la Moda 2018.
<http://blog.linio.com.pe/indice-de-precios-de-moda-2018/>
- **CITEccal.** Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas:
www.citeccal.com.pe
- **THE WORLD NEWS**
<https://theworldnews.net/pe-news/ministerio-de-la-produccion-destina-dos-millones-de-soles-para-fortalecer-el-sector-calzado>
- **Ministerio de Producción**
<https://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuario-estadistico-mype-2015.pdf>
- **EL COMERCIO.**
<https://elcomercio.pe/noticias/calzado>
- **REVISTA DEL CALZADO.** El zapato del futuro: nuevas tecnologías en el calzado.

URL:<http://revistadelcalzado.com/zapato-del-futuro-nuevas-tecnologiascalzado/#comments>

- **LA CAMARA. LA REVISTA DIGITAL DE LA CCI**
<https://lacamara.pe/importaciones-de-calzado->
- **PLASTICAUCHO PERÚ. Blog digital**
<https://www.plasticaucho.com.pe/>

ANEXOS:

Anexo 01

Empresa Comercializadora de Calzados Deportivo: Daraza S.R.L



Fuente: Elaboración Propia

Anexo 02

Empresa Comercializadora de calzados deportivos: inversiones Súper Calza



Fuente: Elaboración Propia