



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Plan de negocio de una tienda de jeans, en la ciudad de
Iquitos, año 2018.**

Autoras:

Guzmán Zumba, Rocita del Carmen

Ríos Flores, Alicia del Pilar

**Para optar el título profesional
de Licenciado en Contador Público.**

**Iquitos – Perú
2018**

DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, por brindarme salud, sabiduría, bienestar espiritual y permitir continuar cuando a punto de caer he estado, dedico en primer lugar este proyecto a Dios.

A mi madre, que desde el cielo intercede por mí ante dios para que me guíe por el sendero del bien, éste trabajo es dedicado especialmente a ella, a las personas que me apoyaron directa e indirectamente para llegar a lograr mis metas. Todo esto por ellos, por la gran confianza que tuvieron en mí.

Rocita del Carmen Guzmán Zumba

Este proyecto va dirigido a Dios darme toda la fortaleza para seguir y no quedarme sin intentar a seguir; a mi madre que me brinda incondicionalmente su apoyo, dándome fuerzas para seguir adelante en lo que propongo, a mis tías que están pendiente para no desmayar y concluir mis propósitos,

Alicia del Pilar Ríos Flores

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a los profesores que nos enseñaron las teorías y compartieron sus experiencias, anécdotas en el área laboral, a todos que formaron parte de esta etapa universitaria un agradecimiento infinito con la finalidad de ser excelentes profesionales.

Rocita del Carmen Guzmán Zumba y Alicia del Pilar Ríos Flores



Universidad Científica del Perú - UCP
Registrado en el Asiento N° 400010 de la Partida N° 11000318, Personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP

FACULTAD DE NEGOCIOS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Con Resolución Decanal N° 001-2019-UCP-FAC- NEGOCIOS, del 07 de enero del 2019, la Facultad de Negocios de la Universidad Científica del Perú-UCP, designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Plan de Negocio: **PLAN DE NEGOCIO DE UNA TIENDA DE JEANS, EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2018**, a los Docentes:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán
CPC Luis Paima Linares
CPC Jorge Gonzales Bardales

Presidente
Miembro
Miembro

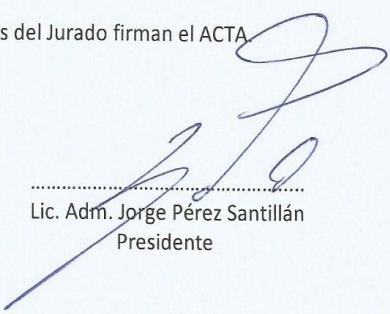
En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 horas del día 16 del mes de ENERO del año 2019, en las instalaciones de la Universidad Científica del Perú-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Plan de Negocio, presentado por:

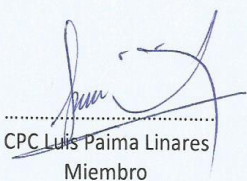
RIOS FLORES ALICIA DEL PILAR
GUZMAN ZUMBA ROCITA DEL CARMEN

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

La Sustentación es: APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el ACTA


.....
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán
Presidente


.....
CPC Luis Paima Linares
Miembro


.....
CPC Jorge Gonzales Bardales
Miembro

CALIFICACIÓN:

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

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN	01
ABSTRACT	02
1. Información general.	03
1.1. Nombre del negocio.	03
1.2. Actividad empresarial.	04
1.3. Idea del negocio.	05
2. PLAN DE MARKETING.	06
2.1. Necesidades de los clientes.	06
2.2. Demanda actual y tendencia.	08
2.3. Oferta actual y tendencias.	10
2.4. Programa de marketing.	12
2.4.1. El producto	12
2.4.2. El precio	13
2.4.3. La promoción.	14
2.4.4. La cadena de distribución	14
3. PLAN DE OPERACIONES	17
3.1. Estudio de la fuente aprovisionamiento	17
3.2. El proceso del servicio	17
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	19
4.1. La organización	19
4.2. Puestos, tareas y funciones	19
4.3. Condiciones laborales	23
4.4. Régimen tributario.	23

PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	24
5.1. Estudio económico.....	24
5.2. Estado de situación financiera.....	27
CONCLUSIONES.....	33
BIBLIOGRAFÍA.....	34
ANEXOS.....	35

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1. Etapa de comercialización (Clasificación CIUU).	04
Cuadro 2. Población del mercado objetivo, ciudad de Iquitos.....	08
Cuadro 3: Determinación de la demanda al 2018.....	09
Cuadro 4: Proyección de ventas según la demanda	09
Cuadro 5: Ventas Anuales.....	10
Cuadro 6: Cuadro comparativo de jeans para damas en diversos negocios de la ciudad de Iquitos, 2018.....	11
cuadro 7: Cálculo de compras.....	24
Cuadro 8: Costo de venta.....	24
Cuadro 9: Gastos Administrativos	25
Cuadro 10: Gastos Comerciales	25
Cuadro 11: Gastos pre-operativo	26
Cuadro 12: Inversiones en Activo fijo.....	26
Cuadro 13: Cálculo de Depreciación	26
Cuadro 14: Programa de endeudamiento.....	27
Cuadro 15: Estado de Resultado Integral, (para el Flujo de Caja)	29
Cuadro 16: Estado de Resultado Integral, (para accionistas)	29
Cuadro 17: Cálculo de la tributación.....	30
Cuadro 18: Cambios en capital de trabajo	30
Cuadro 19: Balance general.....	31
Cuadro 20: Flujo de Caja.....	31
Cuadro 21: Dinámicas de rentabilidad	32

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura1. Logo de la empresa.....	03
Figura 2. Ubicación de la empresa.....	04
Figura 3. Línea de modelos de jeans que se venderá.....	10
Figura 4. Modelos que ofrece la competencia.....	11
Figura 5: Modelos que se ofrecerá.....	13
Figura 6: Proceso de compra y venta del producto	15
Figura 7: Proceso de atención al cliente	18
Figura 8: Estructura organizacional de la empresa	19

PLAN DE NEGOCIOS TIENDA DE JEANS, IQUITOS 2018.

Alicia del Pilar Ríos Flores.

Rocita del Carmen Guzmán Zumba.

RESUMEN

La investigación que se presenta a continuación describe la potencialidad de realizar la venta de vestimenta para damas en la ciudad de Iquitos. Esta ciudad tiene una significativa demanda constituida por mujeres que desean estar a la moda.

El objetivo de la investigación es la comercialización de vestimenta, específicamente pantalones de varios diseños en que se ofrecerá, utilizando mecanismos de marketing, como precio y promoción.

Se ha encontrado una demanda de significativo tamaño que justifica la oferta de los productos. Hay tecnología disponible para desarrollar los productos y recursos humanos con capacidades; asimismo el negocio presenta utilidades económicas y hay disponibilidad de financiamiento en el mercado financiero local.

Palabras claves: plan de negocio, comercialización, tendencia, vestimenta y moda.

BUSINESS PLAN TIENDA DE JEANS, IQUITOS 2018.

Alicia del Pilar Ríos Flores.

Rocita del Carmen Guzmán Zumba.

ABSTRACT

The investigation presented below describes the potential of selling clothing for ladies in the city of Iquitos. This city has a significant demand constituted by women who want to be fashionable.

The objective of the research is the marketing of clothing, specifically pants of various designs in which it will be offered, using marketing mechanisms, such as price and promotion.

A demand of significant size has been found that justifies the offer of the products. There is technology available to develop products and human resources with capacities; likewise, the business presents economic profits and financing is available in the local financial market.

Keywords: business plan, marketing, trend, clothing and fashion.

1. INFORMACIÓN GENERAL.

1.1. Nombre del negocio.

Nombre: "STYLE BLUE EIRL".

Localización: ciudad de Iquitos, distrito de Iquitos Loreto, Perú.

Estará ubicado en Jr. Prospero 523.

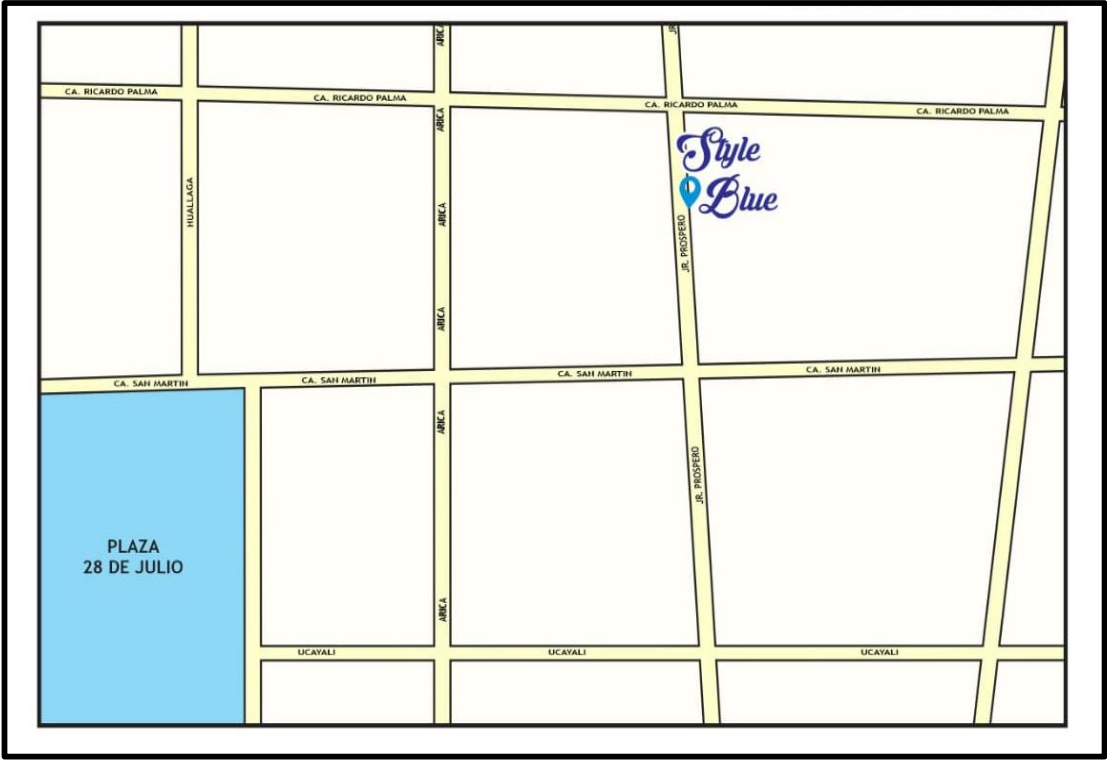
Sector de actividad: comercialización de pantalones jeans para damas.

Figura 01: Logo de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 02: Ubicación de la empresa, 2018.



Fuente: Elaboración propia.

1.2. Actividad empresarial.

Registro de las transacciones comerciales de empresas

Preparación de las declaraciones tributarias de personas y empresas
(Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU).

Cuadro 01: Etapa de comercialización (Clasificación CIUU).

G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas		
	47	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	
		477	Venta al por menor de otros productos en comercios especializados

Fuente: inei.gob.pe

1.3. Idea del negocio.

Se busca satisfacer la necesidad básica de vestimenta para los segmentos femenino, específicamente a la población juvenil, quienes buscan diferentes colores, producto a la moda, un buen estilo y diversas tallas, de tamaño que se adecue a las condiciones físicas. Así mismo, los clientes buscan un buen precio; de igual manera también buscan facilidades de pago.

Quiere vestimenta para cada ocasión, por ejemplo, una vestimenta elegante, para momentos sociales importantes. También desea vestimentas para diferentes momentos de la vida, como asistir a un funeral.

Los clientes a atender están conformados por las personas individuales, quienes tienen la capacidad de comprarse vestimenta para sí misma. También, por aquellas personas que deseen hacer un obsequio como parte de un tema afectivo o social de celebración de un onomástico importante. Así mismo, los clientes son las empresas e instituciones quienes exigen a sus trabajadores utilizar un tipo de vestimenta estandarizado, utilizando como uniforme de trabajo. También son clientes las familias cuando desean comprar para un miembro de la familia para uso diario.

Se les ofrece información de la existencia de los productos a través de medios virtuales, con la exhibición en vitrinas en centro de venta y probadores a fin de que pueda determinar acorde a su necesidad y estar de acuerdo a la talla que requiera el cliente. Así mismo, se ofrecerán variedades de colores, modelos y tallas, como también se les ofrecerá descuentos por la compra de dos a más prendas. También podrá pagar con efectivo y medios electrónicos, se ofrece un ambiente agradable para la espera de los acompañantes.

2. Plan de marketing.

2.1. Necesidades de los clientes.

Las necesidades de vestimenta que tienen las personas están muy ligadas a la moda, el cual es un hecho que genera un dinamismo en el cambio de los productos específicamente en el segmento femenino.

Mary del Águila (2018), Directora Ejecutiva del Centro de Estudios de la Moda (CEAM), explica qué; “el crecimiento del mercado de la moda en el Perú ha sido tanto en el sector real (mercado masivo) como en el sector moda”.

Argentina, Brasil y Colombia tienen industrias de la moda muy importantes, con diseñadores, marcas propias y pasarelas internacionales. El Perú, gracias a alianzas públicas y privadas, desarrolla vitrinas importantes para sus nuevos talentos y los consagrados, como el Perú Moda, el Alpaca Moda y la Semana de la Moda, que convocan la atención de los compradores extranjeros.

Andrés Von (2010), presidente de Corporación Cervesur, afirma qué, “en los últimos años (pese a la crisis), económicamente hablando, le va bien a la gente, entonces empieza a demandar productos de mayor calidad. Antes compraba politos chinos, del menor precio posible, ahora las personas quieren cosas mejores”. En ese sentido, indicó que Creditex, empresa perteneciente a Corporación Cervesur, seguirá invirtiendo en la modernización de sus plantas de producción de hilados de algodón y poder atender la demanda, no sólo del mercado local sino también el externo.

La vestimenta responde a diversas necesidades de los clientes entre ellos la moda, tal como se explicó anteriormente. La población juvenil busca vestimenta que esté a la moda, el cual se presenta a través de los medios de comunicación masiva y muchos casos en medios especializados como son las revistas de la moda.

Cabe señalar que los catálogos de ventas de productos de belleza están incluyendo vestimentas tanto para hombres como para mujeres. Por ejemplo, el catálogo de los productos Unique, además de perfumes y joyas también vende vestimentas.

También, la vestimenta corresponde a la necesidad de la elegancia, el cual corresponde a festividades sociales o personales. En este último aspecto hay celebraciones como son las culminaciones de los estudios secundarios o de universidad, los cuales cierra con una fiesta de gala. En ese momento la persona busca una vestimenta apropiada y exclusiva que muchas veces lo compran en tiendas especializadas como las boutiques o se mandan a confeccionar en una modista.

2.2. Demanda actual y tendencia.

Mercado potencial.

El mercado potencial son los distritos de Iquitos, Belén, Punchana y San Juan Bautista, quienes constituyen la ciudad de Iquitos.

La tienda se encuentra ubicada en el distrito de Iquitos, en la zona céntrica de la ciudad.

Consumidores potenciales.

De acuerdo al estudio, los consumidores potenciales son las personas del sexo femenino entre los 20 a 54 años de edad (35.6%) y empresas públicas y privadas, para asignar vestimenta a su personal.

A continuación, se presenta el mercado objetivo constituido por las poblaciones de los cuatro distritos.

Cuadro 02: Población femenina mayores de 20 años y menores de 54 años, al 2017. (Personas)

	Distritos			
Rango (años)	Iquitos	San Juan Bautista	Belén	Punchana
20-24	6,097	5,234	2,581	3,069
25-29	6,583	5,246	2,350	3,145
30-34	6,105	5,022	2,144	2,901
35-39	5,492	4,358	2,121	2,594
40-44	4,828	3,909	1,937	2,155
50-54	4,221	3,378	1,725	1,835
Total	33,326	27,147	12,858	15,699

Fuente: inei, 2017

Cuadro 03: Determinación de la demanda al 2018.

	Total	Urbana	Total urbano
Población distrito Iquitos	33,326	95%	31,660
Población distrito San Juan Bautista	27,147	70%	19,003
Población distrito Punchana	15,699	85%	13,344
Población distrito Belén	12,858	80%	10,286
Población ciudad de Iquitos (censada al 2007)	89,030		74,293
Crecimiento promedio anual de la población.			1.22%
Población ciudad de Iquitos (proyectada al 2018)			84,894
Promedio personas por vivienda			4
Viviendas ciudad de Iquitos (proyectado al 2018)			18,573
Compra del producto (unidad año)			8
Compra del producto ciudad de Iquitos (unidad año)			148,586
Segmento B ciudad de Iquitos			20%
Segmento C ciudad de Iquitos			35%
Compra del mercado objetivo (unidades)			81,722

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 04: Proyección de ventas según la demanda.

	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Demanda actual anual (unidades)	81,722		
Tendencia del mercado	0%	2%	2%
Demanda estimada anual (unidades)	81,722	83,357	85,024
Participación de mercado	5%	6%	7.0%
Demanda del proyecto (unidades)	4,086	5,001	5,952

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 05: Ventas Anuales.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales (unidades)	4,086	5,001	5,952
Precio mercado (soles x unidad)	70	70	72.1
Tendencia del precio	0%	3%	4%
Precio de venta efectiva	S/.70.00	S/.72.10	S/.74.98
Venta total empresa	286,029	360,602	446,281

Fuente: Elaboración propia.

2.2.1. Tendencias de los pantalones jeans.

En la ciudad de Iquitos, se encuentran diversas tiendas dedicadas a la comercialización de jeans, ubicados en diferentes distritos, las cuales forman parte de la competencia para el presente plan de negocios.

Figura 03: Línea de modelos de jeans que se venderá.



Fuente: <https://www.linio.com.pe/c/ropa-mujer/jeans-mujer>.

2.3. Oferta actual y tendencias.

En la ciudad de Iquitos, se encuentran posesionadas diferentes tipos de comercios dedicados a la venta de prendas de vestir, ubicados en los diferentes distritos, éstos forman parte de la competencia para el presente proyecto.

La mayoría de éstos negocios tienen presencia en el ámbito virtual, lo cual es utilizado como uno de los medios de comunicación por los clientes. La Tienda “La Coco Jeans”, es una de las principales del medio, ha logrado posesionarse en el mercado en dicho rubro logrando una aceptable participación en el mercado de la ciudad.

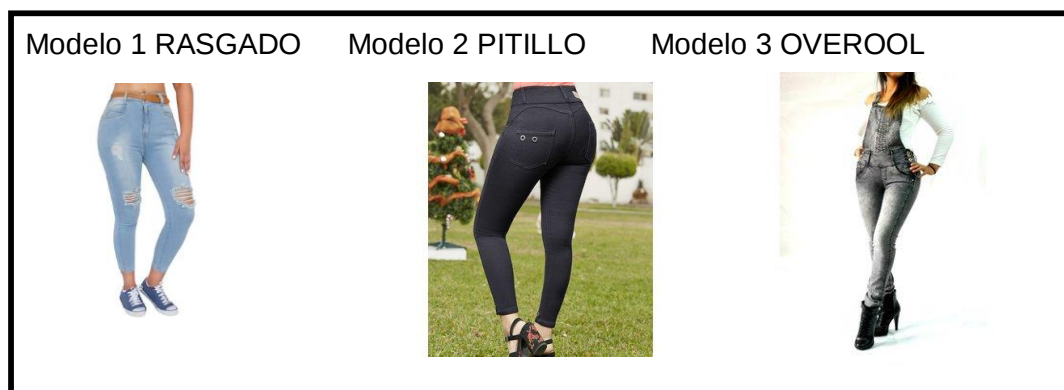
Los principales competidores se presentan a continuación:

Cuadro 06: Cuadro comparativo de jeans para damas en diversos negocios de la ciudad de Iquitos, 2018.

Empresa	Precio básico (soles)		
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
Hammer Jeans	s/. 60.00	S/70.00	S/80.00
La coco jeans	s/. 70.00	S/80.00	S/90.00
Metal jeans	s/. 50.00	S/60.00	S/70.00

Fuente: Elaboración propia.

Figura 04: modelos que ofrece la competencia.



Fuente: <https://www.linio.com.pe/p/pantalo-n-denim-paramujer>.

2.4. Programa de Marketing.

A continuación, se describe los objetivos y estrategias de marketing para el producto, precio, promoción y cadena de distribución.

2.4.1. El producto.

a) Objetivos.

1. Lograr el reconocimiento de nuestro producto, y fidelizar a nuestros clientes.
2. La venta de los pantalones se realizará bajo un total cuidado y gran responsabilidad para cumplir siempre con lo buscado y esperado por nuestros clientes.

Se cuentan con muchos diseños para que el cliente tenga una gran cantidad de opciones al escoger el modelo de su prenda.

b) Estrategias.

1. Identificar a los clientes potenciales.
2. Realizar visitas en los locales donde se encuentran los potenciales clientes

El producto que se brindará a nuestros clientes es de tendencia de acuerdo al tiempo o temporada que nos encontramos.

El producto se caracteriza por brindar modelos actuales que nuestros clientes estén satisfechos y lograr la fidelización.

Figura 05: Modelos que se ofrecerá.



Fuente: Elaboración propia.

2.4.2. El precio

a) Objetivo.

Ofrecer un precio que este al nivel del mercado a fin de lograr su interés en nuestra empresa y el inicio de las relaciones comerciales con ellos.

b) Estrategias.

1. Fijar precios por cada cliente, en función al modelo que se ofrece.
2. Dar atención personalizada y estar satisfecho con el producto.
3. Precios de introducción con el 20% de descuento, durante el primer año.

2.4.3. La promoción.

a) Objetivo de promoción.

Dar a conocer a nuestros clientes un producto diferenciado que se caracteriza por la calidad.

b) Estrategia de promoción.

Ofrecer a los clientes actuales y motivar a los clientes potenciales a través de precios bajos.

c) Acciones de promoción.

1. Publicitar el logo a través de redes sociales
2. Diseñar una tienda virtual
3. Establecer publicidad radial en medios noticiosos (primeras horas de la mañana
4. Elaborar folletos con los modelos a ofrecer.
5. Diseñar polos con logo de la empresa para entregar a nuestros clientes.

2.4.4. La cadena de distribución

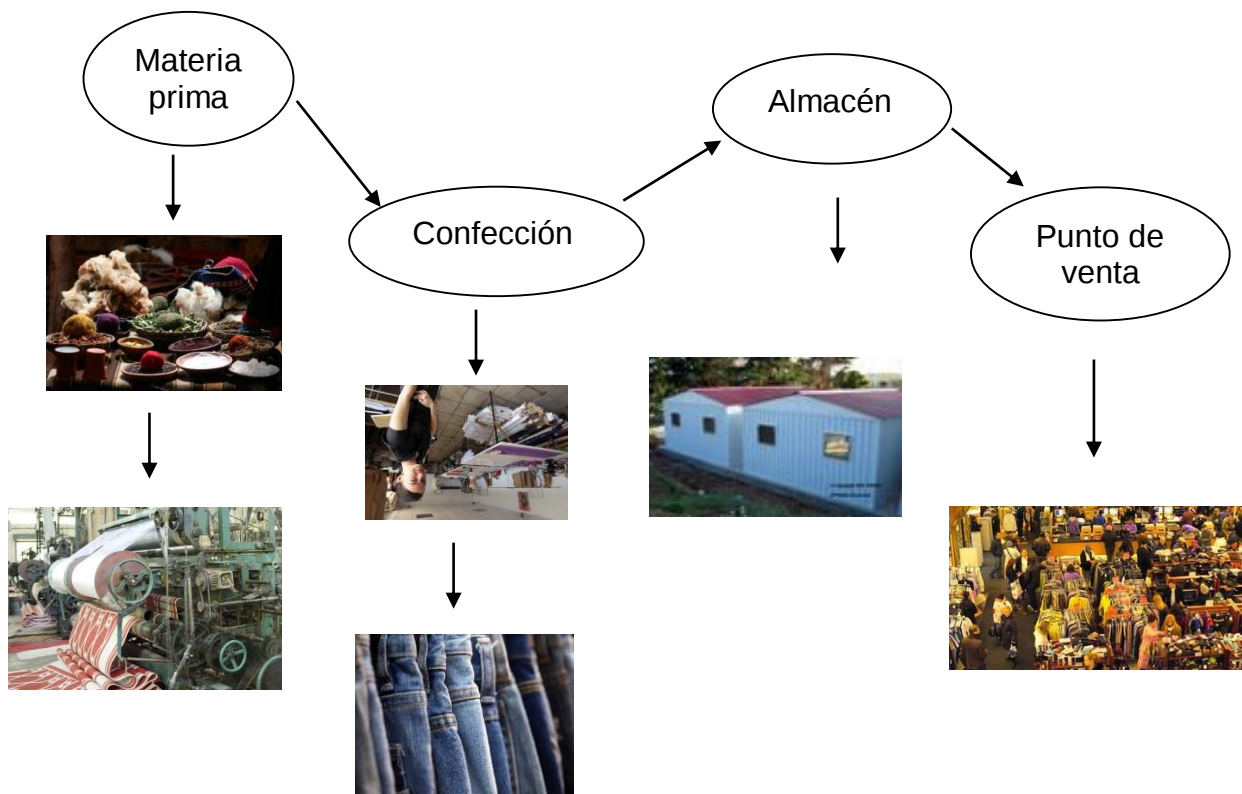
a) Objetivo.

Establecer relaciones con las tiendas minoristas

b) Estrategias.

1. Brindarles ofertas o descuentos a las tiendas minoristas.
2. Repartir folletos de nuestros modelos.

Figura 06: Proceso de compra y venta del producto.



Fuente: Elaboración propia.

El servicio se hará llegar a los clientes a través de:

I) En la tienda, servicio personalizado.

Se atenderá al cliente en la tienda, se tendrá en cuenta todos los detalles de presentación y orden del espacio, para que resulte cómodo, agradable y acogedor para el cliente, asimismo serán muy importantes los detalles como iluminación, decoración y mobiliario. Los trabajadores irán debidamente uniformados, dando la imagen de seguridad y calidad que requiere la presentación en las ventas.

i. Posteriormente al interés de un cliente, se concertará una venta.

ii. Tendremos un cliente satisfecho.

II) En el lugar elegido por el cliente, servicio personalizado.

Para la atención al cliente, fuera de la tienda, en el lugar que él requiere, el costo se incrementará por el desplazamiento.

Elementos a cuidar en nuestra imagen serán: la vestimenta, los datos aportados, la calidad con que atendemos.

III) Servicio por Internet.

El sistema de trabajo a distancia permite cubrir una mayor cantidad de clientes en menos tiempo y fácilmente, de modo que se vende más, pero también hay que tener en cuenta el elemento de comodidad que representa para nosotros y de disminución de calidad del servicio para el cliente.

En todos los procesos, sería conveniente realizar una encuesta de satisfacción rápida. Pero para evitar sesgos, se realizará dos veces al año, haciendo la encuesta a cada cliente.

3. PLAN DE OPERACIONES.

3.1. ESTUDIO DE LA FUENTE APROVISIONAMIENTO.

Debe haber un administrador quien es el encargado de supervisar la tienda, quien será el que informe a las áreas o personas de las ventas.

Se contratará a personal idóneo que ocupe el cargo de vendedores, con quienes son el personal quien atenderá de forma directa y personalizada a los clientes. Con ellos se desarrollará programas de capacitaciones de atención al cliente y la calidad de servicio.

La empresa alquilará un espacio físico en el centro de la ciudad para la tienda. A futuro se realizará ahorros respectivos y la gestión de un crédito para la adquisición de un local propio.

Contratar con un computador y establecer una conexión a internet y ponerla en red, ya que se tendrá que estar en constante revisión de los pedidos o consultas que puedan solicitar.

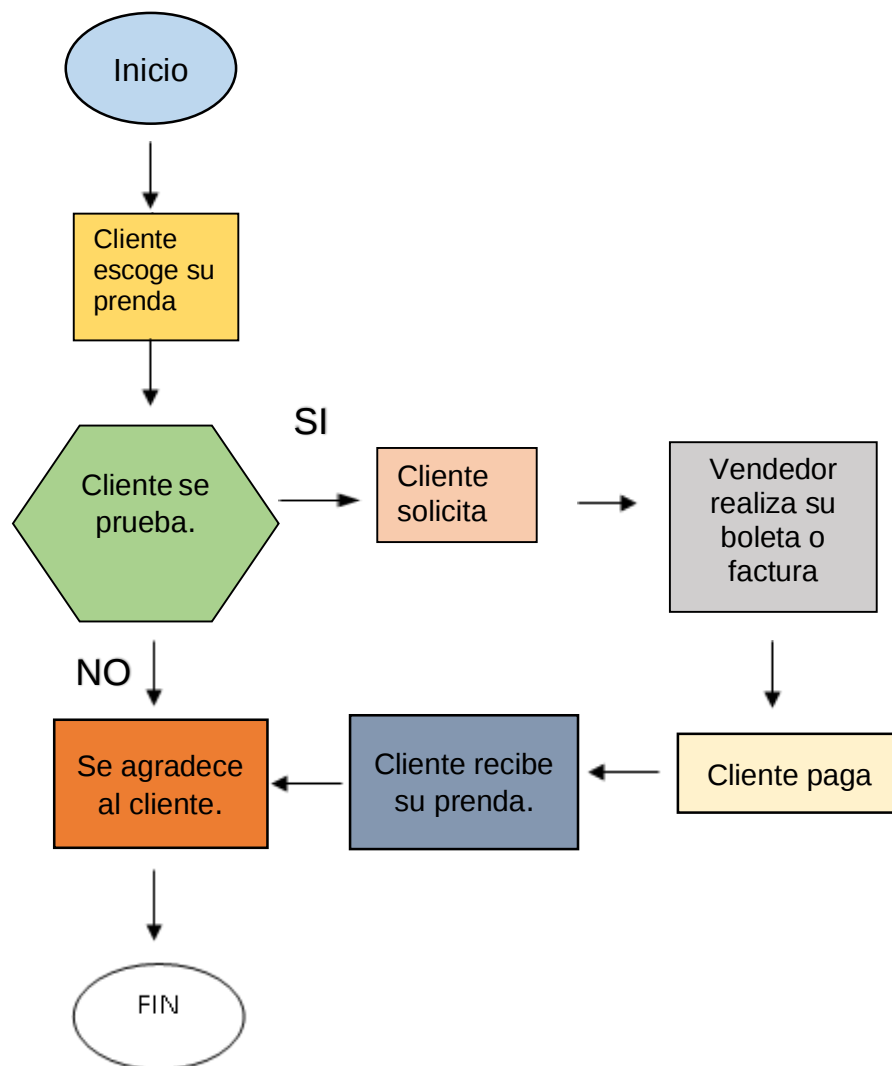
3.2. EL Proceso del servicio.

La empresa STYLE BLUE EIRL, contará con el siguiente horario.
Para personal operativo:

Lunes a sábado 9:00 a 13:00 y 16:00 a 20:00

A continuación, se plantea el proceso de servicio al cliente.

Figura 07. Proceso de atención al cliente.



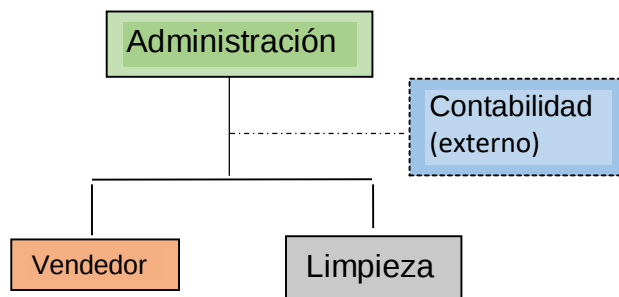
Fuente: Elaboración propia.

4. Plan de Recursos Humanos

4.1. La Organización.

La empresa de comercialización de pantalones jeans “Style Blue Eirl”. Está conformada de manera formal, cumpliendo con todos los requisitos de acuerdo a ley.

Figura 08: Estructura organizacional de la empresa.



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Puestos, Tareas y Funciones.

A) Puesto: Administrador.

I. Tareas: Dirigir las actividades internas y con los mercados locales de la ciudad Iquitos y otras ciudades de la región y realizar actividades comerciales.

II. Funciones:

a). Diseña los planes a partir de información sobre el entorno y la meta del negocio. Estos planes deben contener objetivos claros a corto y largo plazo.

- b). Organiza la empresa, adecua la estructura organizacional y asigna los recursos financieros y humanos de acuerdo con el plan definido.
- c). Representa a la empresa en las gestiones.
- d). El administrador es quien hace las transferencias de dinero entre y desde las cuentas de la empresa.
- e). Supervisa el trabajo de los vendedores y delega autoridad y responsabilidades a otros.
- f). Fija estrategias de la empresa y define los objetivos de venta.
- g). Crear nuevos productos y servicios y mejorar los existentes.
- h). Limpieza y mantenimiento de muebles, vitrinas, maniquís etc.

B) Puesto: Contador externo.

I.- Tareas: estar al día en los pagos de los impuestos que correspondan la tienda.

II. Funciones:

- a). Revisa los estados financieros; los informes resumidos sobre el uso de los fondos de las empresas y la situación en la que esta se encuentra, analiza los estados financieros, permite la concesión de préstamos, la gestión de inversiones, entre otras acciones.
- b). Llevar los registros de compras y ventas de forma ordenada

- c). Realizar las planillas del personal, deducción del pago de impuestos a pagar.
- d). Presentar y pagar a tiempo los impuestos que involucren de la tienda.
- e). La declaración se realiza ante la administración tributaria. En dicha declaración se manifiesta la cantidad de ingresos que se ganó en un año en particular.

C) Puesto: Vendedor.

I.- Tareas: atención al cliente.

II.-Funciones:

a): Brindar asesoría a los compradores potenciales.

Asesorar a sus clientes y responder a cada una de las inquietudes que a estos le surjan durante el proceso de compra, todo con el objetivo de satisfacer sus necesidades y brindar la mejor experiencia posible.

Un cliente bien atendido se convertirá en un fiel comprador, además de un embajador voluntario de la tienda, de allí la importancia de poder asesorarles en cada paso.

b). Lograr convencer a sus clientes de adquirir tantas unidades como sea posible, pero sin descuidar la calidad de atención.

c). Retroalimentar a la empresa.

Informar a la empresa en base a su experiencia diaria, todos los datos que puedan llegar a contribuir para incrementar las ventas, esto implica el comunicar aquellos posibles errores surgidos en los procesos y además proponer las soluciones que considere más oportunas y convenientes

- d). Conocer y recopilar toda la información que pueda sobre competencia, productos, necesidades del cliente, nuevos usos de sus productos.

D) Puesto: Limpieza

I.-Tareas: mantener limpio la tienda.

II.-Funciones:

- a). Realizar la limpieza correcta de todas las áreas de la tienda.
- b): Reabastecer los sanitarios con jabón, papel sanitario y demás insumos.
- c). Brindar apoyo de seguridad en la tienda.

4.3. Condición Laboral.

La empresa contará con el personal a tiempo completo, que comprenderá:

Lunes a sábado 9:00 a 13:00 y 16:00 a 20:00.

En campañas u otras actividades se considerará horas extra según a la necesidad del negocio.

Style Blue estará regido a la Ley de la Micro y Pequeña empresa por los beneficios que se le brindará al trabajador, lo cual contarán con todos sus derechos sociales normados en la ley. El caso del contador será con contrato por servicios profesionales.

4.4. Régimen Tributario.

Style Blue puede acogerse a uno de los 5 regímenes tributarios:

1. Nuevo régimen simplificado – NRUS
2. Régimen especial de renta – RER
3. Régimen general – RG
4. Régimen de la amazonia
5. Régimen Mype tributario – RMT

La tienda de jeans, es una sociedad de profesionales, al iniciar sus actividades consideramos que en los primeros años no superará los 1700 UIT de ingresos, por lo cual estará acogido al régimen Mype tributario; posteriormente en caso de superar lo establecido se optará por pasar al régimen general.

5. Plan Económico y Financiero

5.1. Estudio Económico.

Cuadro 07: Cálculo de compras.

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (unidades)		4,086	5,001	5,952
Inventario final (unidades)	10%	409	500	595
Total requerimiento (unidades)		4,495	5,502	6,547
-Inventario inicial (unidades)		-	(409)	(500)
Compras (unidades)		4,495	5,093	6,047
Costo Compra(soles x unidad)		S/.30	S/.30	S/.30
Tendencia del costo de compra		S/.0	S/.0	S/.0
Costo compra efectiva (soles x unidad)		S/.30	S/.30	S/.31
Compra Total de la Empresa.		S/.134,842	S/.154,316	S/.188,712

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 08: Costo de Venta.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (unidades)	4,086	5,001	5,952
Costo compra (soles x unidad)	30	30	31
Costo de la mercadería vendida. (soles)	122,584	151,543	185,746

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 09: Gastos Administrativos.

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,200	S/. 1,500	S/. 2,000
Vendedor	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 930
Limpieza	1	1	1
personal	S/. 930	S/. 850	S/. 850
Remuneraciones del personal	S/. 3,060	S/. 3,280	S/. 3,780
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 3,325	S/. 3,564	S/. 4,108
Servicios públicos	S/. 250	S/. 1,000	S/. 1,000
Útiles oficina	S/. 140	S/. 500	S/. 500
Alquiler	S/. 500	S/. 500	S/. 500
Otros	S/. 100	S/. 100	S/. 100
Total mensual	S/. 4,315	S/. 5,664	S/. 6,208
Total Anual	S/.51,782	S/.67,971	S/.74,491

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 10: Gastos Comerciales.

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 400.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Promociones	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Otros	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00
Total mensual	S/. 550.00	S/. 450.00	S/. 450.00
Total Anual	S/.6,600.00	S/.5,400.00	S/.5,400.00

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 11: Gastos Pre-Operativo.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,500.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 12: Inversiones en 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
Equipos	S/. 5,000	1	S/. 5,000	5	S/. 1,000
Muebles	S/. 3,000	1	S/. 3,000	5	S/. 600
Total			S/. 8,000		S/. 1,600

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 13: Cálculo de Depreciación.

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.8,000	-S/.1,600	-S/.1,600	-S/.1,600	S/.3,200
Amortización activo intangible	S/.1,500	-S/.300	-S/.300	-S/.300	S/.600
TOTAL	S/.9,500	-S/.1,900	-S/.1,900	-S/.1,900	S/.3,800

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Estudio Financiero.

Cuadro 14: Programa de Endeudamiento.

Deuda a tomar	S/. 30,000			
19.56%	Anual	1.5%	mensual	
		48	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	30,000	450	625	1,075
2	29,375	441	625	1,066
3	28,750	431	625	1,056
4	28,125	422	625	1,047
5	27,500	413	625	1,038
6	26,875	403	625	1,028
7	26,250	394	625	1,019
8	25,625	384	625	1,009
9	25,000	375	625	1,000
10	24,375	366	625	991
11	23,750	356	625	981
12	23,125	347	625	972
		4,781	7,500	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	22,500	338	625	963
14	21,875	328	625	953
15	21,250	319	625	944
16	20,625	309	625	934
17	20,000	300	625	925
18	9,375	291	625	916
19	18,750	281	625	906
20	18,125	272	625	897
21	17,500	263	625	888
22	16,875	253	625	878
23	16,250	244	625	869
24	15,625	234	625	859
		3,431	7,500	

Fuente: Elaboración propia.

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	15,000	225	625	850
26	4,375	216	625	841
27	13,750	206	625	831
28	13,125	197	625	822
29	12,500	188	625	813
30	11,875	178	625	803
31	11,250	169	625	794
32	10,625	159	625	784
33	10,000	150	625	775
34	9,375	141	625	766
35	8,750	131	625	756
36	8,125	122	625	747
		2,081	7,500	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
37	7,500	113	625	738
38	6,875	103	625	728
39	6,250	94	625	719
40	5,625	84	625	709
41	5,000	75	625	700
42	4,375	66	625	691
43	3,750	56	625	681
44	3,125	47	625	672
45	2,500	38	625	663
46	1,875	28	625	653
47	1,250	19	625	644
48	625	9	625	634
		731	7,500	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 15: Estado de Resultado Integral. (Para el flujo de caja).

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas (Cuadro 5)	S/.286,029	S/.360,602	S/.446,281
Costo ventas (Cuadro 8)	-S/.122,584	-S/.151,543	-S/.185,746
Margen Bruto	S/.163,445	S/.209,059	S/.260,535
Gastos administrativos (Cuadro 9)	-S/.51,782	-S/.67,971	-S/.74,491
Depreciación (Cuadro 13)	-S/.1,900	-S/.1,900	-S/.1,900
Gastos comerciales (Cuadro 10)	-S/.6,600	-S/.5,400	-S/.5,400
Margen operativo	S/.103,163	S/.133,788	S/.178,744
Tributos	-S/.19,601	-S/.25,420	-S/.33,961

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 16: Estado de Resultado Integral. (Para accionistas)

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas (Cuadro 5)	S/.286,029	S/.360,602	S/.446,281
Costo ventas (Cuadro 8)	-S/.122,584	-S/.151,543	-S/.185,746
Margen Bruto	S/.163,445	S/.209,059	S/.260,535
Gastos administrativos (Cuadro 9)	-S/.51,782	-S/.67,971	-S/.74,491
Depreciación (Cuadro 13)	-S/.1,900	-S/.1,900	-S/.1,900
Gastos comerciales (Cuadro 10)	-S/.6,600	-S/.5,400	-S/.5,400
Margen operativo	S/.103,163	S/.133,788	S/.178,744
Gastos financieros	-S/.4,781	-S/.3,431	-S/.2,081
Margen antes de tributos	S/.98,381	S/.130,357	S/.176,663
Tributos	-S/.18,692	-S/.24,768	-S/.33,566
Margen neto	S/.79,689	S/.105,589	S/.143,097

Fuente: Elaboración Propia.

Cuadro 17: Cálculo de la tributación.

	Año 1	Año 2	Año 3
Participación utilidades	10%	10%	10%
Impuesto a la renta	10%	10%	10%
Tasa tributaria (TAX)	19.00%	19.00%	19.00%

Fuente: Elaboración Propia.

Cuadro 18: Cambios en capital de trabajo.

		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	2.0%	2.0%	2.0%	
Monto	-S/.28,603	-S/.1,491	-S/.1,714	S/.0	
Cuentas x cobrar.					
Número de días.		30	30	30	
Monto		-S/.23,836	-S/.6,214	-S/.7,140	
Inventario					
Número de días.		30	30	30	
Monto		-S/.10,215	-S/.2,413	-S/.2,850	
Cuentas x pagar.					
Número de días.		15	15	15	
Monto		S/.5,618	S/.811	S/.1,433	
TOTAL	-S/.28,603	-S/.29,924	-S/.9,530	-S/.8,557	S/.76,614

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 19: Balance General.

	Año 0	Año 1
Activo corriente	S/.28,603	S/.108,310
Caja Bancos	S/.28,603	S/.74,259
Cuentas por cobrar		S/.23,836
Inventarios		S/.10,215
Activo no corriente	S/.9,500	S/.7,600
TOTAL ACTIVO	S/.38,103	S/.115,910
Pasivo corriente		S/.5,618
Pasivo No Corriente	S/.30,000	S/.22,500
TOTAL PASIVO	S/.30,000	S/.28,118
Patrimonio		
Capital	S/.8,103	S/.8,103
Utilidades retenidas		
Resultado del ejercicio		S/.79,689
TOTAL PATRIMONIO	S/.8,103	S/.87,792
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	S/. 38,103	S/. 115,910

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 20: Flujo de Caja.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.286,029	S/.360,602	S/.446,281	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.9,500				S/.3,800
Capital de trabajo	-S/.28,603	-S/.29,924	-S/.9,530	-S/.8,557	S/.76,614
Compras		-S/.122,584	-S/.151,543	-S/.185,746	
Gastos administrativos (Cuadro 6)		-S/.51,782	-S/.67,971	-S/.74,491	
Gastos comerciales (Cuadro 8)		-S/.6,600	-S/.5,400	-S/.5,400	
Pago impuestos		-S/.19,601	-S/.25,420	-S/.33,961	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.38,103	S/.55,538	S/.100,738	S/.138,125	S/.80,414
Préstamo recibido	S/.30,000				-S/.7,500
Amortización		-S/.7,500	-S/.7,500	-S/.7,500	
Gastos financieros		-S/.4,781	-S/.3,431	-S/.2,081	
Escudo fiscal		S/.908	S/.652	S/.395	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.8,103	S/.44,165	S/.90,459	S/.128,940	S/.72,914

FCE	-S/.38,103	S/.55,538	S/.100,738	S/.218,539
FCF	-S/.8,103	S/.44,165	S/.90,459	S/.201,853

Fuente: Elaboración Propia.

Cuadro 21: Dinámicas de Rentabilidad.

VAN Económico	S/.203,488
Tasa de descuento (CAPM)	20.24%
TIR Económica	199%
Índice B/C	6.34

VAN Financiero	S/.209,597
Tasa de descuento (WACC)	19.71%
TIR Financiero	641%
Índice B/C	26.87

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

- a). Se ha encontrado importante demanda de los clientes sobre el producto integradas por aquellas clientes constituidas por el segmento femenino dentro de ellas los grupos poblacionales juveniles, a quienes se ofrecen producto a la moda, buen estilo y tallas.
- b). Los jeans para damas en diversos negocios de la ciudad de Iquitos en el año 2018 referente a los precios la Coco Jeans tiene como precio a s/. 70, mientras que el Hammer jeans s/. 60 y metal Jeans s/. 50. Siendo la Coco Jeans la que tiene un precio más alto y el metal Jeans el precio más bajo.
- c). Reconocimiento de los clientes en cuanto a la venta de los pantalones jeans, los que se realizan con mucho cuidado y gran responsabilidad, también porque se encuentran diseños variados y a la moda para que el cliente pueda escoger.
- d). El precio de las prendas que se ofrece al mercado está al alcance de la economía de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Del Águila, Mary. 2018. CEAM: La Moda Peruana, 09 mayo 2018.
Disponible en: <https://elperuano.pe/noticia-modaa-peruana>.

Von, Andrés 2010. Peruanos mejoran tendencia de consumo y prefieren prendas nacionales a las asiáticas, 11 abril 2010. Disponible en: <https://andina.pe/agencia/noticia-peruanos-mejoran-tendencia-consumo>.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo – MTPE.2007. Boletín de Estadísticas Ocupacionales, Iquitos. (BEO). Programa de Estadísticas y Estudios Laborales. (PEEL).

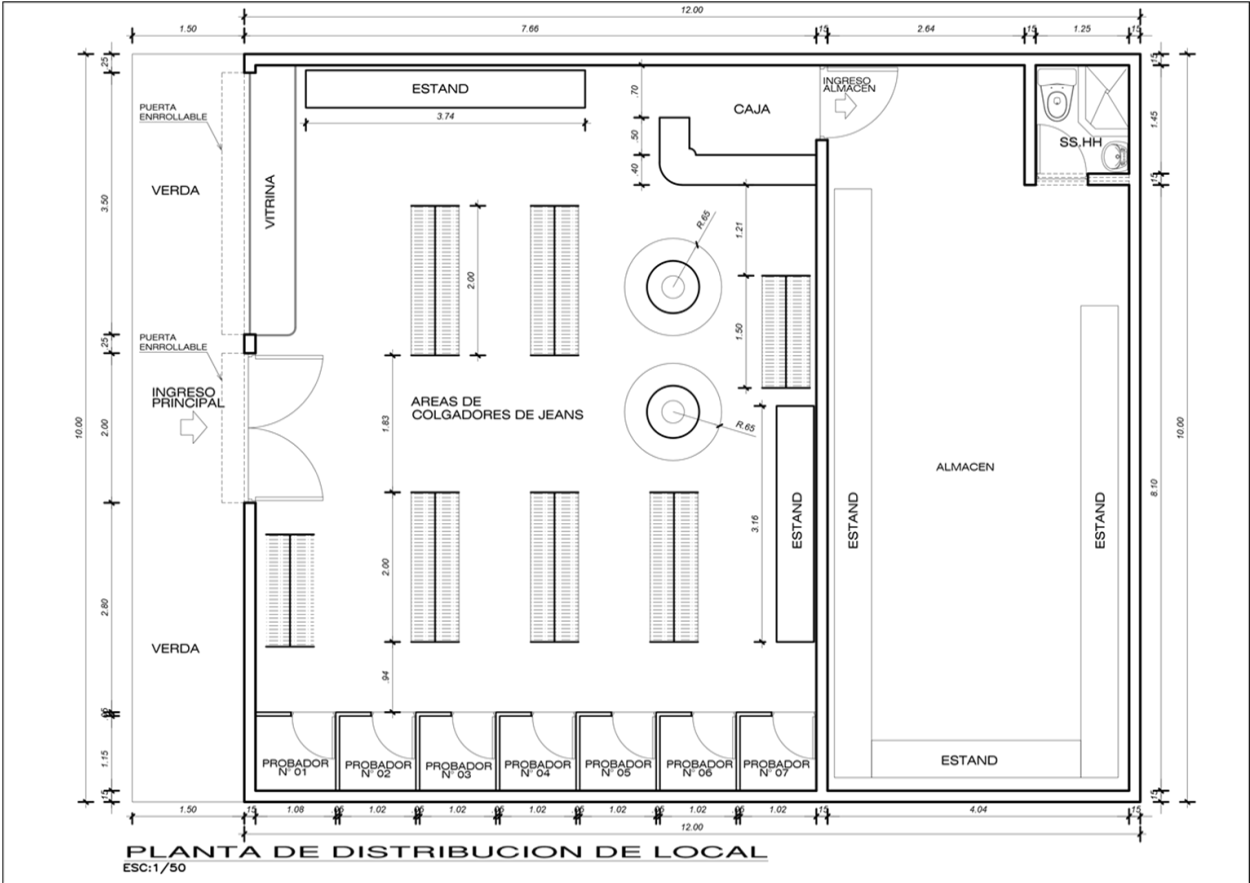
SUNAT, 2017. Régimen Mype Tributario. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/sunat-regimen-mype-tributario-pagara-impuestos>.

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

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2008 Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI Vivienda, Lima, Perú

ANEXO

Plano de la Tienda.



Fuente: Elaboración propia.