



**FACULTAD DE NEGOCIOS
TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

PLAN DE NEGOCIOS

**“DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMA
TALLA GRANDE CANELA SAC, CIUDAD DE IQUITOS, 2022”**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORES:

MARYCARMEN LOMAS CACHIQUE
LEYDIS MENESES AMARIS

ASESOR

MGR. JORGE PEREZ SANTILLAN
ORCID: 0000-0002-0934-752

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS.

IQUITOS – PERÚ

2025

DEDICATORIA

Dedicamos este plan de negocio a Dios, agradeciéndole por brindarnos los conocimientos necesarios para llevar a cabo este proyecto, extendemos también nuestro más sincero agradecimiento a nuestras familias, quienes con su apoyo constante y su compañía se convirtieron en el pilar que nos sostuvo en cada etapa de este camino.

También queremos dedicar este trabajo a nuestros padres, cuya sabiduría, enseñanzas y ejemplo de vida han sido una fuente de motivación, sus consejos y experiencia han sido un faro en momentos de duda. Y su apoyo ha sido un pilar fundamental en nuestro desarrollo académico y profesional.

Marycarmen lomas cachique

Leydis meneses amaris

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a Dios, por habernos brindado la fuerza y la fortaleza necesarias para alcanzar todas nuestras metas. En especial, queremos agradecer a nuestra familia, y en particular a nuestros padres, quienes han sido nuestro principal motivo de inspiración para seguir mejorando cada día. Su apoyo incondicional ha sido fundamental en nuestros caminos.

También deseamos agradecer a todos los profesores que nos han enseñado a lo largo de la carrera universitaria. Su dedicación y conocimiento han sido cruciales para nuestra formación académica y personal. por acogernos en su comunidad académica y brindarnos la oportunidad de desarrollarnos profesionalmente, permitiéndonos alcanzar una formación integral durante nuestra carrera. A todos ellos, nuestro más sincero agradecimiento por su apoyo, guía y contribución en nuestro camino hacia el éxito.

Marycarmen lomas cachique

Leydis meneses amaris

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 766-2025-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 13 de octubre del 2025 se designó jurado.

Con Resolución Decanal N° 196-2026-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 20 de abril de 2026, se autorizó la sustentación.

Siendo las 11.00 horas del día 30 de abril se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS "DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA DAMA TALLA GRANDE CANELA SAC, CIUDAD DE IQUITOS, 2022".

Presentado por:

LOMAS CACHIQUE MARYCARMEN

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

MENESES AMARIS LEYDIS

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

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 13:00 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.

Lic. RR.II. Salvador Calderón Ferreira, Mag.
Presidente del Jurado

Lic. Adm. Yvan German Yoplack Arana, Mag.
Miembro del Jurado

CPC. Luis Alberto Barriga Rúa
Miembro del Jurado

CONSTANCIA DE ANTIPLAGIO



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

El presidente del Comité de Ética e Integridad Científica

Hace constar que:

El Trabajo De Suficiencia Profesional titulada:

**“DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR PARA
DAMA TALLA GRANDE CANELA SAC, CIUDAD DE IQUITOS, 2022”**

De las alumnas: **MARYCARMEN LOMAS CACHIQUE** y **LEYDIS MENESES AMARIS** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **12% de similitud**. Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime y conveniente.

San Juan, 19 de enero del 2026.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge L. Tapullima Flores', is written over a horizontal line.

Presidente del Comité de Ética e Integridad
Científica
Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores



RESUMEN-RECOMENDACIONES-PLAN DE NEGOCIO TALLA GRANDE - ULTIMO-3



Nombre del documento: RESUMEN-RECOMENDACIONES-PLAN DE NEGOCIO TALLA GRANDE - ULTIMO-3.pdf
ID del documento: 7e198161a52a2b12b532d367a4e28a3122df3fb6
Tamaño del documento original: 1,03 MB

Depositante: Chrisnol Nolorbe
Fecha de depósito: 19/1/2026
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 19/1/2026

Número de palabras: 7226
Número de caracteres: 47.893

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes de similitudes

Fuente principal detectada

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.ucp.edu.pe http://repositorio.ucp.edu.pe:8080/server/api/core/bitstreams/e634ebbf-1358-48c3-85f3-cab... 1 fuente similar	1%		Palabras idénticas: 1% (94 palabras)

Fuente con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	hdl.handle.net Análisis de los canales de distribución al consumidor final para l... http://hdl.handle.net/10644/5704	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (13 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://i.pinimg.com/736x/99/b9/c7/af282273c5cc46e257ab7fc40b
2	https://i.pinimg.com/736x/73/ec/ff/73ecffb74cb194f7f16fb3111766ab4
3	https://es.pinterest.com/pin/18042552881784365
4	https://sellvcsk.click/product_details/60161569
5	https://i.pinimg.com/736x/41/05/13/41051387fe9994225dbbabaf8ac7eac0

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ACTA DE SUSTENTACIÓN	IV
CONSTANCIA DE ANTIPLAGIO	V
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	1
1.1 Nombre del negocio	1
1.2 Actividad empresarial.....	2
1.3 Idea de negocios.....	2
CAPITULO II: PLAN DE MARKETING.....	3
2.1 Necesidades de los clientes.....	3
2.2 Demanda actual y tendencias	4
2.3 Oferta competitiva	6
2.4 Programa de marketing.....	8
2.4.1 El producto	8
2.4.2 La marca.....	12
2.4.3 Costo de producción.....	13
2.4.4 El precio.....	18
2.4.5 La promoción.....	19
2.4.6 La cadena de distribución.....	20
CAPITULO III: PLAN DE OPERACIONES.....	21

3.1	Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	21
3.1.1	Fuente de aprovisionamiento	23
3.2	Proceso de producción de canela S.A.C.....	24
CAPITULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS		26
4.1	La estructura organizacional	26
4.1.1	Puestos y funciones.....	27
4.2	Condiciones laborales	32
4.2.2	Régimen tributario	32
CAPITULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO		33
5.1	Estudio económico.....	33
5.1.1	Mercados y ventas.....	33
5.2	Compras, costo de ventas y gastos	34
5.3	Estudio financiero.....	36
5.3.1	Inversiones de inversiones	36
5.3.2	Financiamiento de inversiones	37
5.3.3	Flujo de caja e indicadores de rentabilidad.....	41
CONCLUSIONES.....		43
BIBLIOGRAFIAS		44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Clasificación – CIUU de la empresa Canela S.A.C.....	2
Tabla N° 2: Mercado por distritos de la ciudad de Iquitos.....	4
Tabla N° 3: Área geográfica, ciudad de Iquitos 2022.....	4
Tabla N° 4: Segmento de población femenino por edades, ciudad de Iquitos 2022	5
Tabla N° 5: Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos 2022	5
Tabla N° 6: Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos 2022.....	5
Tabla N° 7: Oferta competitiva de prendas de vestir de talla grande en la ciudad de Iquitos, 2022.....	6
Tabla N° 8: Ventas proyectadas	8
Tabla N° 9: Venta de prendas de vestir por talla.....	9
Tabla N° 10: Producción final a ofertar	11
Tabla 11: Costo de materia prima.....	13
Tabla N° 12: Costos del proceso de producción por tipo de prendas por mes .	14
Tabla 13: Costo unitario de producción	18
Tabla N° 14: Precio de productos	18
Tabla N° 15: Demanda del negocio a desarrollar de la empresa Canela S.A.C	33
Tabla N° 16: Ventas de los productos de la Canela S.A.C	33
Tabla N° 17: Compras del negocio a desarrollar de la empresa Canela S.A.C	34
Tabla N° 18: Costo de producción de la empresa Canela S.A.C.....	34
Tabla N° 19: Gastos administrativos de inversión de la empresa Canela S.A.C	35
Tabla N° 20: Gastos comerciales de la empresa Canela S.A.C	35
Tabla N° 21: Gastos pre operativos de la empresa Canela S.A.C.....	35
Tabla N° 22: Inversión en activos de la empresa Canela S.A.C	36
Tabla N° 23: Depreciación de los activos de la empresa Canela S.A.C	36
Tabla N° 24: Costo laboral (%) de la empresa Canela S.A.C	36
Tabla N° 25: Programa de endeudamiento primer año de la empresa Canela S.A.C	37
Tabla N° 26: Programa de endeudamiento segundo año de la empresa Canela S.A.C	37

Tabla N° 27: Programa de endeudamiento tercer año de la empresa Canela S.A.C.....	38
Tabla N° 28: Capital de trabajo de la empresa Canela S.A.C	38
Tabla N° 29: Estado de resultados integrales.....	39
Tabla N° 30: Cálculo de la tributación de la empresa Canela S.A.C	39
Tabla N° 31: Estado de situación financiera de la empresa Canela S.A.C.....	40
Tabla N° 32: Flujo de caja de la empresa Canela S.A.C	41
Tabla N° 33: Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Retorno (TIR) e índice de beneficio y costo económico	41
Tabla N° 34: Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Retorno (TIR) e índice de beneficio y costo financiero	42
Tabla N° 35: Ratios de medición de la renta de la empresa Canela S.A.C	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Ubicación geográfica de la empresa canela S.A.C	1
Figura N° 2: Nivel de sobrepeso.....	4
Figura N° 3: Principales negocios similares – Iquitos.....	7
Figura N° 4: Prenda de vestir formal	9
Figura N° 5: Vestimenta casual	10
Figura N° 6: Vestimenta elegante.....	10
Figura N° 7: Logo de la empresa.....	12
Figura N° 8: Cadena de distribución de diseño de moda de talla grande Canela S.A.C, 2022	20
Figura N° 9: Rutas alternas de transporte del abastecimiento del negocio	21
Figura 10: proceso de aprovisionamiento de diseños de modas de talla grande canela S.A.C, 2022.	23
Figura 11: Proceso de aprovisionamiento de diseños de modas de talla grande Canela S.A.C, 2022.....	24
Figura N° 12: Estructura organizacional diseños de moda de talla grande Canela S.A.C, 2022.....	26

RESUMEN

Diseño y comercialización de prendas de vestir para dama talla grande
CANELA S.A.C, ciudad Iquitos, 2022.

Marycarmen lomas cachique

Leydis meneses amaris

Se orienta al diseño, producción y comercialización de prenda de vestir para damas de talla grande, rango de talla desde M hasta la 3XL, y tiene por objetivo diseñar prendas de calidad e innovadoras, confeccionadas y personalizadas acorde a la figura de cada una de ellas permitiéndoles sentirse cómodas y seguras de sí mismas.

La población objetivo está constituida por mujeres con sobrepeso, lo que representa un mercado potencial estimado en 182,311 unidades de prendas. Desde la perspectiva financiera, se proyecta la obtención de un financiamiento destinado a capital de trabajo, el cual será amortizado en un plazo de entre tres años, de acuerdo con la programación establecida. Los indicadores de rentabilidad confirman la factibilidad del proyecto, dado que se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) económico de S/. 288,705 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) económica de 280%, al incorporar el efecto del apalancamiento financiero, los indicadores mantienen una tendencia favorable, alcanzando un VAN financiero de S/. 277,336 y una TIR financiera de 570%.

Palabra clave: Diseño y Comercialización de Prendas de vestir, talla grande.

ABSTRACT

Design and marketing of plus-size women's clothing. CANELA S.A.C., Iquitos, 2022.

Marycarmen Lomas Cachique

Leydis Meneses Amaris

This company focuses on the design, production, and marketing of plus-size clothing for women, ranging in size from M to 3XL. Its objective is to design quality and innovative garments, tailored and customized to fit each individual's figure, allowing them to feel comfortable and confident.

The target population is overweight women, representing an estimated potential market of 182,311 garment units. From a financial perspective, financing for working capital is projected to be obtained, which will be amortized within three years, according to the established schedule. Profitability indicators confirm the project's feasibility, given the economic Net Present Value (NPV) of S/. 288,705 and an economic Internal Rate of Return (IRR) of 280%. When incorporating the effect of financial leverage, the indicators maintain a favorable trend, reaching a financial NPV of S/. 277,336 and a financial IRR of 570%.

Keyword: Design and Marketing of Plus Size Apparel

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

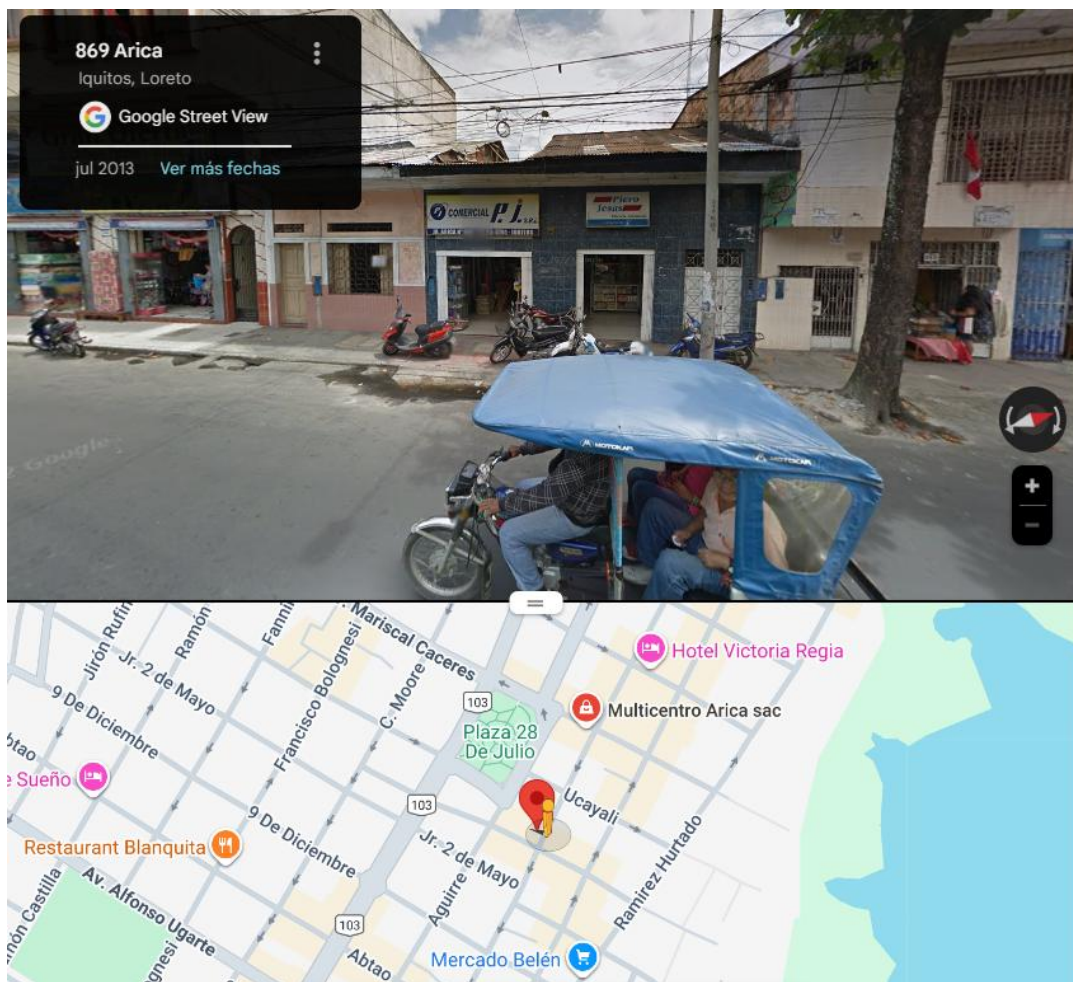
Nombre comercial; CANELA

Razón social: Canela S.A.C

Sector de la actividad: comercial

Localización: Arica N° 869, distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Figura N° 1: Ubicación geográfica de la empresa canela S.A.C



Fuente. Google maps

1.2 Actividad empresarial

Actividad empresarial en el que se desarrolla el negocio

Tabla N° 1: Clasificación – CIUU de la empresa Canela SA.C

G	Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas		
	46	Comercio al por mayor, excepto de los vehículos automotores y motocicletas	
		464	Venta al por mayor de enseres domésticos
			4641 Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

1.3 Idea de negocios

Se busca satisfacer las diversas necesidades de las mujeres de talla grande en cuanto a moda se refiere, es decir ofertando, recomendando y/o diseñando vestidos a su medida personalizados que le permita resaltar su figura.

Segmentos del mercado:

- a) Moda XL pensada para quienes tienen una contextura más amplia, ya sea por su altura o por una figura más voluptuosa.
- b) Ropa de calidad a precios accesibles, ideal para el público de clase media.
- c) Diseños modernos y llamativos, creados para personas entre 18 y 39 años que siempre buscan lucir bien y estar a la vanguardia.

Contará con diseños exclusivos de buena calidad con un valor agregado a cada una de sus prendas, los cuales estarán disponibles para los diversos estratos y sectores económicos del mercado local y regional.

CAPITULO II: PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Lo que canela busca es que la mujer de talla grande se sienta segura de sí misma, ofreciendo prendas que combinen estilo, comodidad y funcionalidad.

En la primera propuesta se busca entrar al mercado brindando nuevos estilos, diseños que le resalte la figura de la mujer de talla grande.

Para la segunda propuesta trabajaremos con telas de alta calidad, innovaremos con nuevos diseños y estilos, rompiendo los estereotipos de la mujer de talla grande, a su vez serán diseños bien estructurados que harán que se sientan bellas y seguras.

En la tercera propuesta Canela SAC resalta a la mujer de talla grande para que se sienta empoderadas con la figura que tiene sin importar los estereotipos sociedad, impactando en cada entrada que ellas hagan ya que son hechas a su medida.

2.2 Demanda actual y tendencias

Según el INEI, este indicador se construye a partir de mediciones aplicadas con herramientas estandarizadas, lo que garantiza la confiabilidad de los resultados y permite obtener una evaluación más precisa sobre la condición física de la población. (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática, 2022).

Figura N° 2: Nivel de sobrepeso

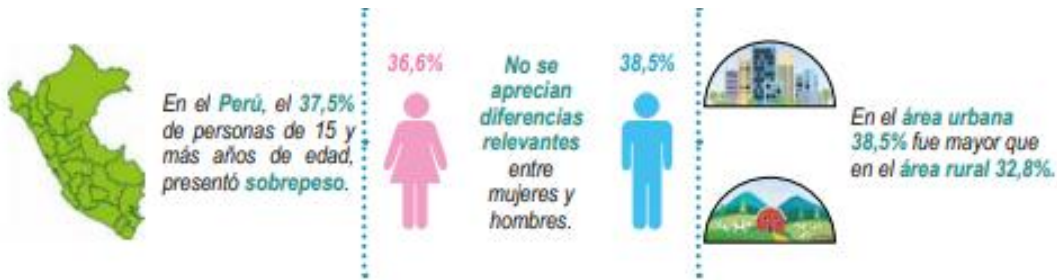


Figura: Obesidad en mujeres y hombres - 2022

Fuente: INEI – Perú: Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles, 2022.

Tabla N° 2: Mercado por distritos de la ciudad de Iquitos

Distrito	Población 2017	Población 2022	Proyección 2024	Tasa anual promedio (%)
Iquitos	154,823	163,502	167,114	1.10%
Belén	66,896	71,005	72,751	1.20%
Punchana	85,071	88,908	90,503	0.89%
San Juan Bautista	145,457	152,555	155,532	0.96%
Total	452,247	475,970	485,900	1.02%

Fuente: Inei

Tabla N° 3: Área geográfica, ciudad de Iquitos 2022

		Resultados
Provincia Maynas, al año 2022 (personas)		475,970
Localización geográfica, personas del ámbito urbano	99.00%	
Población del mercado geográfico de influencia		471,210
Tasa promedio crecimiento anual 2024/2017	0.25%	
Mercado geográfico de influencia, proyectado al año 2026 (personas)		473,562
Porcentaje de población de mujeres	52.00%	
Población mujeres		246,252

Fuente: Inel

Tabla N° 4: Segmento de población femenino por edades, ciudad de Iquitos 2022

	25-39 años	40-64 años	
Población por edades	25.8%	26.7%	53%
Segmento población femenino	63,631.53	65,749.29	129,381

Fuente: Inei

Tabla N° 5: Mercado por condición socioeconómica, ciudad de Iquitos 2022

Nivel socio económico del cliente:			
NSE B2		5.00%	6469
NSE C1		12.00%	15526
NSE C2		18.00%	23289
Mercado objetivo (personas)			45,283

Fuente: Inei

Tabla N° 6: Cálculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos 2022

Población con obesidad		36.6%	16,574
Frecuencia de compra de vestimenta casual		8	132,589
Frecuencia de compra de vestimenta elegante		3	49,721
Demanda total			182,311

Fuente: Inei

De acuerdo con la demanda actual y la tendencia consiste en diseñar prenda de vestir para cada temporada, esto se hace con el fin de tener a la mujer de talla grande a la vanguardia según la tendencia.

2.3 Oferta competitiva

En la actualidad en Iquitos son pocas las empresas que ofrecen prendas de vestir dirigidas al segmento femenino de talla grande, la mayoría de estas empresas solo ponen a la venta ropa formal y elegante, lo cual limita la variedad de opciones para el segmento del mercado, siendo una oportunidad para ofrecer una gama más diversa de prendas adaptándose así a las necesidades y gustos de las mujeres de talla grande. A continuación, se presenta el análisis de las principales empresas competidoras en este rubro:

Tabla N° 7: Oferta competitiva de prendas de vestir de talla grande en la ciudad de Iquitos, 2022.

Empresa	Dirección	Rubro	Descripción
Netas Moda XL Y 2XL	Jr. Arica 869	Vestimenta ejecutiva y de etiqueta	Negocio especializado en prendas formales para damas de tallas grandes, con diseños convencionales y limitada diversidad en líneas casuales.
Bellas modas XL-XLL E.I.R.L.	Jr. Arica 861	Moda clásica y de ocasión especial	Tienda orientada a la comercialización de vestidos elegantes en tallas grandes, con predominio de modelos repetitivos y escasa personalización.

Fuente: Inei

Figura N° 3: Principales negocios similares – Iquitos



Fuente: Investigación propia

Dentro del sector comercial textil de prendas de vestir femeninas, la competencia se centra en la comercialización de vestimenta de uso general, ofertando una variedad de costos y ofreciendo múltiples marcas y modelos repetitivos tradicionales. En contraste, “CANELA S.A.C”. se excluirá de la competencia existente en el mercado regional al centrarse preferentemente en una sola marca que presentará diseños completamente exclusivos y personalizados de calidad excepcional, todo ello a precios accesibles para todos los públicos.

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

Canela SAC trabajara con telas nacionales e importadas. Estas prendas serán diseñadas para todos los prototipos de mujeres haciéndolas sentir bellas y únicas.

a) Categoría del producto

- Pantalón
- Camisa
- Blusa
- Short
- Terno
- Falda
- Vestido
- Saco
- Pijama
- Conjunto De Dos Piezas
- Mameluco
- Enterizo

Tabla N° 8: Ventas proyectadas

Talla	Producción por talla (unidad)	Producción por diseño (unidad)
M	10	8
L	10	8
XL	10	8
2XL	10	8
3XL	10	8

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 9: Venta de prendas de vestir por talla.

Producto	Talla
Pantalón	M – L – XL – 2XL – 3XL
Camisa	M – L – XL – 2XL – 3XL
Blusa	M – L – XL – 2XL – 3XL
Short	M – L – XL – 2XL – 3XL
Terno	M – L – XL – 2XL – 3XL
Falda	M – L – XL – 2XL – 3XL
Vestido	M – L – XL – 2XL – 3XL
Saco	M – L – XL – 2XL – 3XL
Pijama	M – L – XL – 2XL – 3XL
Conjunto De Dos Piezas	M – L – XL – 2XL – 3XL
Mameluco	M – L – XL – 2XL – 3XL
Enterizo	M – L – XL – 2XL – 3XL

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 4: Prenda de vestir formal



Fuente: <https://i.pinimg.com/736x/99/b9/c7/99b9c7af282273c5cc46e257ab7fc40b>

Figura N° 5: Vestimenta casual



Fuente: <https://i.pinimg.com/736x/73/ec/ff/73ecfffb74cb194f7f16fb3111766ab4>

Figura N° 6: Vestimenta elegante



Fuente: <https://es.pinterest.com/pin/18042552881784365>

Tabla N° 10: Producción final a ofertar

Descripción	Elegante
La producción de esta línea, está enfocado en los diseños de prenda de vestir, formales y elegantes a ofertar, que puedan ser utilizados en eventos sociales, compromisos o reuniones de trabajo, etc.	
	
Descripción	Casual
La creación de estas prendas se enfoca, en dar comodidad y seguridad sin perder el estilo y la elegancia. diseñadas para ser utilizadas en el día a día. Estos outfits son parte de la colección de verano, entre ello se podrá encontrar polos, pantalones, short, vestidos, etc.	

Fuente: Elaboración propia

Imagen: https://sellvcsk.click/product_details/60161569.

<https://i.pinimg.com/736x/41/05/13/41051387fe9994225dbbabaf8ac7eac0>

2.4.2 La marca

La empresa ha creado su propia marca y personalizada y su logotipo con el objetivo de distinguirse de los otros negocios similares y establecer una identificación más efectiva con sus clientes.

Figura N° 7: Logo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

2.4.3 Costo de producción

La determinación de los costos de producción, considerando el diseño de cada prenda de vestir, se ha definido en función de la calidad de la materia prima utilizada, los procesos de confección y las etapas de producción correspondientes. Dichos costos han sido calculados de manera que resulten competitivos frente a los valores prevalecientes en el mercado, asegurando un adecuado equilibrio entre calidad y precio. “CANELA S.A.C”. se enfocará en adaptar su oferta a las diferentes temporadas del año y tipos de consumidores.

Tabla 11: Costo de materia prima

Producto	Unidad de medida	Costo mínimo (Metro)	Unidad de medida	Metros por rollo	Costo mínimo (rollo)
Tela De Seda Pura 100%	Metro	S/ 35.00	Rollo	25	S/ 875.00
Tela Cañamazo	Metro	S/ 15.00	Rollo	50	S/ 750.00
Algodón	Metro	S/ 10.00	Rollo	50	S/ 500.00
Jersey	Metro	S/ 18.00	Rollo	50	S/ 900.00
Vicosa	Metro	S/ 15.00	Rollo	50	S/ 750.00
Telas De Poliéster	Metro	S/ 8.00	Rollo	50	S/ 400.00
Dril	Metro	S/ 20.00	Rollo	60	S/ 1,200.00
Tela Bruselas	Metro	S/ 25.00	Rollo	50	S/ 1,250.00
Tela Cachemir	Metro	S/ 40.00	Rollo	50	S/ 2,000.00
Tela Tafeta	Metro	S/ 30.00	Rollo	30	S/ 900.00
Tela Lino	Metro	S/ 35.00	Rollo	60	S/ 2,100.00
Tela Scuba	Metro	S/ 27.00	Rollo	60	S/ 1,620.00
Denim Stretch	Metro	S/ 10.00	Rollo	50	S/ 500.00
catania premiun	Metro	S/ 12.00	Rollo	50	S/ 600.00
Popelina	Metro	S/ 14.00	Rollo	50	S/ 700.00
rayon chalis	Metro	S/ 10.00	Rollo	50	S/ 500.00
Satín Licrado	Metro	S/ 8.00	Rollo	50	S/ 400.00

Fuente: Elaboración propia

Durante el proceso de producción se tendrán en cuenta los estándares de calidad de cada tela, desde la confección hasta la fabricación final, se asegurará de que las telas sean trabajadas con técnicas innovadoras y maquinaria de última generación, lo que garantizará que cada prenda sea diseñada con precisión y cumpla con los requisitos de calidad establecidos por la industria textil y las expectativas de los clientes.

Tabla N° 12: Costos del proceso de producción por tipo de prendas por mes

Cantidad elaboradas	150 pantalones		
Concepto	Cantidad (metro)	Costo Unitario	Costo Total
Material Directo			
Tela catania premiun (metros)	155	S/ 12.00	S/ 1,860.00
Subtotal			S/ 1,860.00
Mano de Obra Directa			
Sueldo de costureras	2	S/ 1,125.00	S/ 2,250.00
Subtotal			S/ 2,250.00
Costos Indirectos de Fabricación		.	
Tubos de hilos (unidad)	3	S/ 3.50	S/ 10.50
Aguja para maquinas	3	S/ 4.50	S/ 13.50
Cierres	160	S/ 2.00	S/ 320.00
Botones	160	S/ 1.00	S/ 160.00
Servicio de electricidad	1	S/ 60.00	S/ 60.00
Depreciación de maquina 5años/12 meses	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Subtotal			S/ 664.00
COSTO TOTAL			S/ 4,774.00

Cantidad elaboradas	30 vestidos elegantes		
Concepto	Cantidad (metro)	Costo Unitario	Costo Total
Material directo			
Tela de seda (metros)	60	S/ 35.00	S/ 2,100.00
Subtotal			S/ 2,100.00
Mano de obra directa			
Sueldo de costurera	2	S/ 1,125.00	S/ 2,250.00
Subtotal			S/ 2,250.00
Costos Indirectos de fabricación		.	
Tubo de hilos (unidad)	3	S/ 3.50	S/ 10.50
Aguja para maquina	3	S/ 4.50	S/ 13.50
Cierre	35	S/ 3.50	S/ 122.50
Pedrerías finas (rollo)	1	S/ 180.00	S/ 180.00
Lentefelas (800)	3	S/ 30.00	S/ 90.00
Servicio de electricidad	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Depreciación de máquinas 5 años/12 meses	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Subtotal			S/ 586.50
COSTO TOTAL			S/ 4,936.50

Cantidad elaboradas	150 blusa clásica		
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Material directo			
Tela popelina (MTS)	140	S/ 14.00	S/ 1,960.00
Subtotal			S/ 1,960.00
Mano de obra directa			
Sueldo de costurera	2	S/ 1,125.00	S/ 2,250.00
Subtotal			S/ 2,250.00
Costos indirectos de fabricación			
Tubo de hilos (unidad)	3	S/ 3.50	S/ 10.50
Aguja para Maquina	3	S/ 4.50	S/ 13.50
Botones	170	S/ 1.00	S/ 170.00
Servicio de electricidad	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Depreciación de máquinas 5años/12 meses	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Subtotal			S/ 364.00
COSTO TOTAL			S/ 4,574.00

CANTIDAD ELABORADAS	150 SHORT		
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Material directo			
TELA Jersey (MTS)	160	S/ 18.00	S/ 2,880.00
Subtotal			S/ 2,880.00
Mano de obra directa			
Sueldo de costurera	2	S/ 1,125.00	S/ 2,250.00
Subtotal			S/ 2,250.00
Costos indirectos de fabricación		.	
Tubo de hilos (unidad)	3	S/ 3.50	S/ 10.50
Aguja para maquina	3	S/ 4.50	S/ 13.50
Botones	155	S/ 3.00	S/ 465.00
Servicio de electricidad	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Depreciación de máquinas 5años/12 meses	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Subtotal CIF			S/ 659.00
COSTO TOTAL			S/ 5,789.00

Cantidad elaboradas	150 blazer		
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Material directo			
Tela catania premiun (mts)	160	S/ 12.00	S/ 1,920.00
Subtotal			S/ 1,920.00
Mano de obra directa			
Sueldo de costurera	2	S/ 1,125.00	S/ 2,250.00
Subtotal			S/ 2,250.00
Costos indirectos de fabricación		.	
Tubo de hilos (unidad)	3	S/ 3.50	S/ 10.50
Aguja para maquina	3	S/ 4.50	S/ 13.50
Botones	150	S/ 2.00	S/ 300.00
Servicio de electricidad	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Depreciación de máquinas 5años/12 meses	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Subtotal			S/ 494.00
Costo total			S/ 4,664.00

Cantidad elaboradas al mes	150 vestido casual		
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Material directo			
Tela rayon chalis (mts)	165	S/ 10.00	S/ 1,650.00
Subtotal material directo			S/ 1,650.00
Mano de obra directa			
Sueldo de costurera	2	S/ 1,125.00	S/ 2,250.00
Subtotal mod			S/ 2,250.00
Costos indirectos de fabricación			
Tubo de hilos (unidad)	3	S/ 3.50	S/ 10.50
Aguja para maquina	3	S/ 4.50	S/ 13.50
Servicio de electricidad	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Depreciación de máquinas 5años/12 meses	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Subtotal cif			S/ 194.00
Costo total			S/ 4,094.00

Cantidad elaboradas	150 chaleco		
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Material directo			
Tela jersey (mts)	160	S/ 18.00	S/ 2,880.00
Subtotal			S/ 2,880.00
Mano de obra directa			
Sueldo de costurera	2	S/ 1,125.00	S/ 2,250.00
Subtotal			S/ 2,250.00
Costos indirectos de fabricación			
Tubo de hilos (unidad)	3	S/ 3.50	S/ 10.50
Aguja para maquina	3	S/ 4.50	S/ 13.50
Botones	160	S/ 3.00	S/ 480.00
Servicio de electricidad	1	S/ 70.00	S/ 70.00
Depreciación de máquinas 5años/12 meses	4	S/ 25.00	S/ 100.00
Subtotal			S/ 674.00
Costo total			S/ 5,804.00

Fuente: Elaboración propia

Para elaboración de las prendas de vestir se consideran rigurosamente los estándares de calidad durante el proceso de producción, desde la selección de materiales hasta el producto final. Estos estándares comprenden la evaluación de todos los materiales a utilizar, tales como las telas, hilos, botones y cierres.

Tabla 13: Costo unitario de producción

Ítem	Producto	Cantidad producida por mes	Costo total de producción	Costo unitario producción
1	Pantalón clásico	150	S/ 4,774.00	S/ 30.80
2	Blusa clásica	150	S/ 5,571.00	S/ 39.79
3	Short	150	S/ 5,789.00	S/ 38.59
4	Blazer	150	S/ 4,664.00	S/ 31.09
5	Falda jeans stretch	150	S/ 4,031.00	S/ 26.87
6	Vestidos elegantes	60	S/ 4,936.50	S/ 82.28
7	Vestidos casuales	150	S/ 4,094.00	S/ 27.29
8	Pijama	150	S/ 3,738.00	S/ 24.92
9	Chaleco	150	S/ 5,804.00	S/ 38.69

Fuente: Elaboración propia

La principal estrategia de canela se basa en manejar precios accesibles y calidad de los productos para todos los clientes, manejando una publicidad precisa y concisa. Se implementará un plan contable debidamente estructurado permitiendo mantener al margen los costos y las ventas de ingresos y egresos.

2.4.4 El precio

Los productos ofertados poseen un precio monetario que refleja el valor que se le atribuye dentro del mercado. Dicho precio no surge únicamente del costo de producción que incluye materiales, insumos y mano de obra, sino que incorpora además otros elementos necesarios para garantizar su disponibilidad y competitividad, tales como gastos de distribución, transporte, comercialización, publicidad y el margen de rentabilidad proyectado por la empresa.

Tabla N° 14: Precio de productos

Ítem	Producto	Precio
1	Pantalón clásico	S/ 95.00
2	Blusa clásica	S/ 65.00
3	Short	S/ 70.00
4	Blazer	S/ 85.00
5	Falda jeans stretch	S/ 70.00
6	Vestidos elegantes	S/ 250.00
7	Vestidos casuales	S/ 95.00
8	Pijama	S/ 90.00
9	Chaleco	S/ 105

Fuente: Elaboración propia

2.4.5 La promoción

La promoción depende mucho del tipo de publicidad que se le hace a la marca con el fin de atraer nuevos clientes y fidelizarlos, el marketing que se realiza a la empresa será estratégico con el propósito de ingresar a diferentes mercados logrando así sus objetivos.

En primera instancia nuestra marca ofrecerá productos de alta calidad, elaborados con los más finos y delicados detalles asíéndola ver costosa y elegante a su vez contará con un precio accesible para toda nuestra distinguida clientela.

Nuestras prendas también podrán ser exhibidas y comercializadas a través de distintos canales, incluyendo en tiendas boutique, centro comercial y catálogo, así como plataforma de redes sociales tales como facebook, instagram, twitter y tik tok, con el objetivo de ampliar el alcance y visibilidad de la marca.

La ventaja radica en su enfoque exclusivo hacia la mujer de talla grande siendo esta una población que no se ha tenido en cuenta durante mucho tiempo, de manera especial creando prendas exclusivamente para ellas, canela tendrá ropa elegante para todos los estilos y temporadas, asegurando que su oferta se mantenga a la vanguardia conforme a las tendencias de la moda.

Asimismo, contara con asesores capacitados en el rubro para orientar a los clientes, brindando confianza y un servicio que responda a las necesidades y preferencia de nuestros clientes.

2.4.6 La cadena de distribución

La empresa está ubicada en la calle próspero N° 528, en la ciudad de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto. La distribución de productos se efectuará tanto de manera directa como mediante servicios de entrega a domicilio. Los pedidos realizados por los clientes serán gestionados y coordinados a través de las redes sociales, que funcionarán como el canal principal de comunicación y atención al público, asegurando eficiencia y rapidez en el servicio, cuenta con personal capacitado y competente para gestionar los pedidos y realizar entregas tanto directas como a domicilio, asegurando que los productos sean entregados en perfectas condiciones.

Figura N° 8: Cadena de distribución de diseño de moda de talla grande Canela S.A.C, 2022



Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III: PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Las principales fuentes de abastecimiento de materiales textiles para la confección de las prendas de vestir se concentran en las ciudades de Arequipa y Lima, consideradas centros estratégicos de la industria textil peruana. Estas regiones producen telas de alta calidad utilizando materias primas nacionales, tales como lana de oveja, alpaca, fibra de cabra y algodón orgánico, contribuyendo así al desarrollo de productos confeccionados con insumos genuinamente peruanos.

Figura N° 9: Rutas alternas de transporte del abastecimiento del negocio



Fuente: Elaboración propia

En la ruta de transporte implica conocer las vías directas y las vías alternas por donde será transportada nuestra materia prima, por ende, es necesario conocer la política de transporte de las empresas y los riesgos que traería consigo en el momento del envío.

Alternativa A; Aérea: Arequipa Lima, Lima Iquitos (Rojo, amarillo)

Alternativa B; Marítima, Terrestre, fluvial: Arequipa, Chancay, Yurimaguas, Iquitos. (Rosado, verde) Lima, Chancay, Yurimaguas, Iquitos.

Es fundamental considerar el tiempo que toma trasladar la mercadería de una ciudad a otra, así como prever posibles inconvenientes que puedan surgir durante el proceso y definir alternativas de solución. Asimismo, deben evaluarse los costos asociados al transporte, tales como el flete, el embarque por vía terrestre, marítima o aérea. También resulta necesario identificar y gestionar los riesgos inherentes al traslado, entre ellos: desastres naturales (como huaicos), condiciones climáticas adversas, problemas con la documentación de transporte, retrasos en la entrega y otros imprevistos que podrían afectar el cumplimiento oportuno.

En otros aspectos debemos conocer el proceso de producción de las telas en que temporada del año estas se producen en mayor cantidad y la mejor calidad. La producción de telas se encuentra en las ciudades de Arequipa y Lima donde son comercializadas a nivel nacional.

El proceso de producción está a cargo de productores industriales que trabajan con las lanas de las ovejas, alpaca entre otros ellos son los encargados de transformar la lana de la oveja, alpaca en telas con finos acabados es necesario hacer énfasis en estos detalles ya que través de estas industrias se dan grandes demandas de trabajos en todas las regiones del país. La industria textil previene el riesgo y lo maneja profesionalmente tomando sus precauciones a la hora de transformar la materia prima en producto final, hay que tener en cuenta que para obtener la lana esta puede obtenerse una o dos veces al año en verano dependiendo de la región.

3.1.1 Fuente de aprovisionamiento

El plan de operaciones se llevará a través de la logística de transporte eso implica la negociación directa con el medio de transporte ya sea terrestre, marítimo, aéreo y también tendremos las negociaciones directas con los productores textiles nacionales.

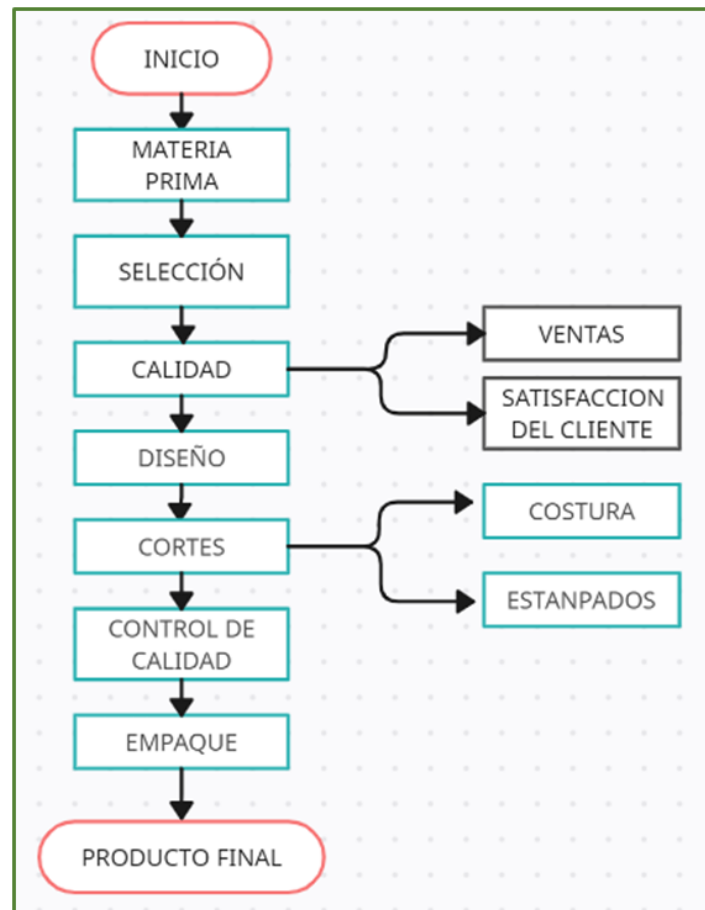
Figura 10: proceso de aprovisionamiento de diseños de modas de talla grande canela S.A.C, 2022.



Fuente: Elaboración propia

3.2 Proceso de producción de canela S.A.C

Figura 11: Proceso de aprovisionamiento de diseños de modas de talla grande Canela S.A.C, 2022



Fuente: Elaboración propia

El proceso de producción:

- a) **Materia Prima:** En esta etapa inicial, la selección de la materia prima es fundamental para garantizar la calidad, comodidad y durabilidad de los productos. La elección adecuada de telas y otros insumos asegura que las prendas cumplan con los estándares requeridos y satisfagan las expectativas de los clientes.

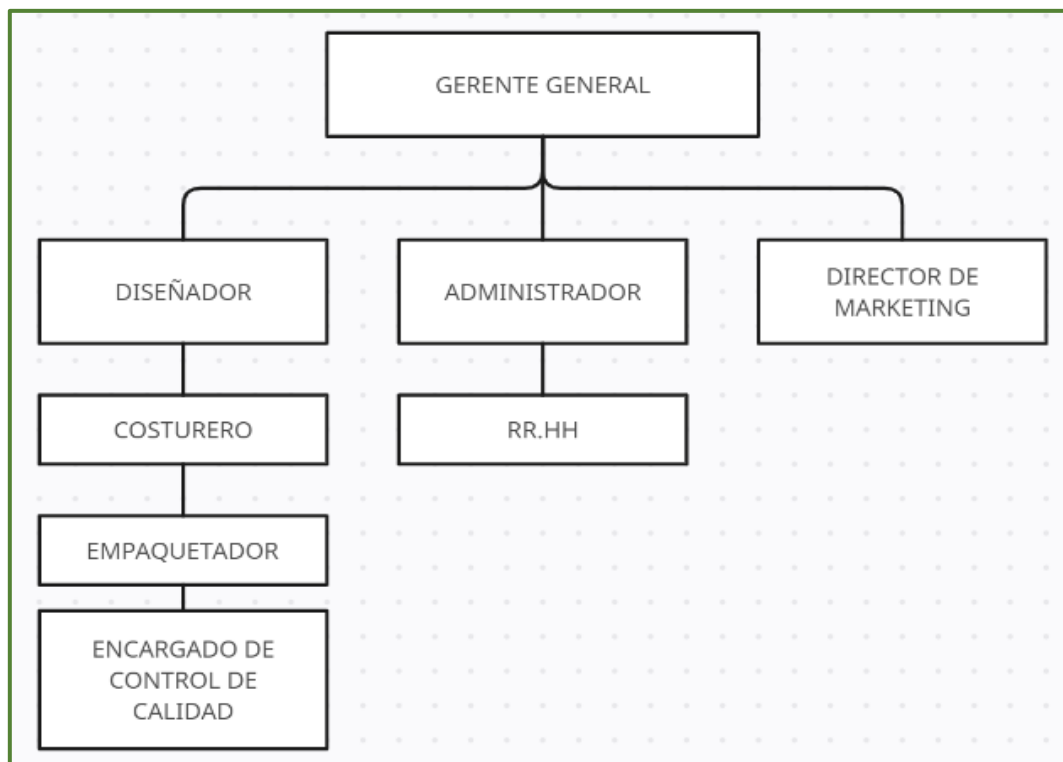
- b) **Selección:** Es el proceso fundamental para poder tanto la calidad como el ajuste adecuado de las prendas, asegurando que los productos finales cumplan con los estándares de calidad, durabilidad y satisfacción al cliente.
- c) **Calidad:** Es el cumplimiento de los estándares establecidos en el ámbito textil lo cual implica la selección de los materiales, confección, diseño y que satisfagan las expectativas de los clientes.
- d) **Diseño:** serán diseños únicos y de calidad accesible para todas las mujeres de talla grande.
- e) **Cortes:** Se tomarán las medidas y se realizara un molde para poder confeccionar la prenda de vestir tomando las medidas desde la talla M hasta XXXL.
- f) **Costura:** Dentro de los tipos de costura esta la costura plana, solapada, bombeada o con ribete estas son las costuras superpuestas o superimposed, para realizar estos tipos de costura debemos utilizar hilos agujas y telas máquinas de coser como remalladora, recubridora, maquinas industriales, transfer, etc.
- g) **Control de calidad:** Se realiza con el propósito de garantizar que cada prenda de vestir cumpla con los estándares de calidad requerido
- h) **Empaque:** Se realiza para la protección y cuidado de las prendas de vestir
- i) **Producto final:** es el factor fundamental ya que tiene que cumplir con la cantidad, la calidad y el tiempo requerido para satisfacer las necesidades de la mujer de talla grande.

CAPITULO IV: PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La estructura organizacional

El organigrama de una organización es una herramienta que permite visualizar la estructura interna y la distribución de responsabilidades entre sus áreas. Su función principal es identificar las diferentes tareas y funciones asignadas a cada unidad, facilitando la coordinación y contribuyendo al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Según **Chiavenato (2014)**, un organigrama permite clarificar líneas de autoridad y comunicación dentro de la empresa, mientras que **Robbins y Coulter (2017)** destacan su importancia para optimizar la eficiencia operativa y la asignación de responsabilidades.

Figura N° 12: Estructura organizacional diseños de moda de talla grande Canela S.A.C, 2022.



Fuente: Elaboración propia

4.1.1 Puestos y funciones

A continuación, se describen las funciones y responsabilidades específicas asignadas a cada integrante de la organización, con el propósito de delimitar claramente sus tareas, optimizar la gestión interna y garantizar el logro de los objetivos estratégicos.

a) Puesto: Gerente general

Perfil de puesto: profesional con título colegiado habilitado con maestría en administración, economía y finanzas o afines a las carreras señaladas.

Experiencia general: cuatro (04) años en el ámbito público o privado, acreditar con constancia y certificado de trabajo o cualquier otro documento que lo demuestre

Funciones:

- a. Asumir la representación legal, tanto en el ámbito judicial como extrajudicial, además de conducir, coordinar y ejecutar las acciones requeridas para garantizar el adecuado cumplimiento de las funciones asignadas.
- b. Asegurar que los resultados comerciales de la tienda se alcancen conforme a las metas y objetivos establecidos
- c. Gestionar el abastecimiento.
- d. Garantizar el uso correcto de los activos de la tienda.
- e. Controlar los inventarios stock y rotación de mercaderías.
- f. Coordinación del marketing de la empresa.
- g. Cumplir y hacer cumplir la ley, reglamentos y demás normativas aplicables.
- h. Preparar el presupuesto general de la empresa.

b) Puesto: Administrador

Perfil del puesto: profesional con título universitario en administración de empresas, economía, finanzas o carreras afines a la carrera.

Experiencia general: mínimo tres (03) años de desempeño en entidades del sector público o privado, sustentado con certificados, constancias laborales u otros documentos que lo demuestre.

Funciones:

- a. Organizar las actividades correspondientes a los aspectos de compras, cotizaciones, documentarios, financieros, entre otros administrativos.
- b. Control y seguimiento de stock: registro de ingresos y salidas de mercadería.
- c. Manejar los registros de disciplina del personal de la empresa
- d. Asegurar la correcta administración de los recursos.
- e. Mantener informado al gerente general, sobre el desarrollo, cumplimiento de metas programas y logros obtenidos.

c) Puesto: Recursos humanos

Perfil del puesto: bachiller o titulada en recursos humanos, derecho, psicología, administración o contabilidad o afines a la carrera

Experiencia general: dos 02 años como, coordinadora, supervisora o encargada de recursos humanos.

Funciones:

- a. Reclutar y contratar a los candidatos más adecuado para el puesto requerido
- b. Organizar programas de capacitación para las mejoras de las habilidades y competencia de personal.
- c. Administración de personal, gestionar los documentos del personal, incluyendo contrato, beneficio, etc.
- d. Manejar los registros de recompensas del personal de la empresa

d) Director de marketing

Perfil del puesto: profesional con un mínimo de tres (03) años de experiencia certificada en marketing digital y estrategias de incremento de ventas.

Funciones:

- a. Crear e implementar estrategias de marketing digital con enfoque en ventas.
- b. Desarrollar estrategias para consolidar el posicionamiento de la marca y potenciar la captación de clientes.
- c. Análisis y seguimiento a la gestión comercial para la medición de estrategias implementadas.
- d. Innovar con nuevas estrategias digitales y automatizaciones.

e) Diseñador

Perfil del puesto: titulado o bachiller en la carrera de diseño de modas. Experiencia mínima: dos (02) como diseñador con conocimiento en programas informáticos de diseño, desarrollo de prendas tipo sastre o vestir.

Funciones:

- a. Seleccionar insumos textiles y complementarios, evaluando su calidad, durabilidad y adecuación al diseño planteado.
- b. Optimizar procesos de diseño priorizando eficiencia en tiempos, costos y uso de recursos.
- c. Supervisar pruebas de calidad en costuras, cortes, tintes y terminados, asegurando la excelencia del producto final.
- d. Asegurar que el acabado de las muestras sea el correcto antes del inicio de la producción.

f) Cortador textil

Perfil de puesto: Patronistas y cortadores de tela y afines.

Experiencia en diferentes cortes textil y trabajos relacionados con 2 años de experiencia en ese rubro.

Funciones:

- a. Interpretar moldes y fichas técnicas para asegurar que el corte se realice conforme a las especificaciones del diseño.
- b. Optimizar el uso del material textil, aplicando técnicas de trazado que reduzcan desperdicios y maximicen el rendimiento de la tela.
- c. Cumplir con los estándares de seguridad industrial, manejando herramientas y máquinas de manera responsable.
- d. Preparar el tendido de la tela

g) Costurero(a)

Perfil del puesto: secundaria completa o auxiliar en corte confección y costuras

Experiencia requerida: Contar con al menos un (01) año de práctica comprobada en la operación de máquinas de confección industrial, tales como recta, overlock (remalle) o recubridora, garantizando dominio técnico y precisión en el acabado de las prendas.

Funciones:

- a. Tener amplia experiencia en el uso de las máquinas remalladora, recubridora y recta.
- b. Realizar funciones como tendedor y habilitador
- c. Realizar acabados (colocación de ojales, botones y estampado)
- d. Apoyar en otras labores relacionadas al puesto.

h) Empaquetador

Perfil de puesto: Auxiliar en empaquetado y etiquetadores.

Experiencia en etiquetado y empaquetado a mano.

Contar con un mínimo de un (01) año de experiencia verificable en actividades similares.

Funciones:

- a. Ejecutar el proceso de empaquetado y enfardado de acuerdo las indicaciones diarias, para contribuir al cumplimiento del programa de producción.
- b. Supervisar que las prendas finalizadas en la línea asignada cumplan con las especificaciones técnicas y parámetros de calidad establecidos.
- c. Limpiar las áreas de trabajo y equipo.

i) Encargado de control de calidad

Perfil del puesto: Profesional técnico en administración o contabilidad.

Experiencia general de 2 años en control de calidad dentro del sector textil.

Funciones:

- a. Diseñar y aplicar procedimientos de inspección para detectar y reportar incidencias relacionadas con la calidad del producto.
- b. Controlar cada etapa de los procesos productivos que puedan impactar en los estándares de calidad.
- c. Coordinar y guiar al equipo de inspectores, técnicos y demás operarios involucrados en el aseguramiento de calidad.
- d. Analizar los requerimientos de los clientes, garantizando que las entregas cumplan sus expectativas y especificaciones.

4.2 Condiciones laborales

Canela S.A.C. Ha establecido las siguientes condiciones laborales: a. Todos los colaboradores serán contratados formalmente, garantizando el acceso a los beneficios establecidos por la normativa laboral vigente. b. La jornada laboral será de 8 horas diarias, priorizando el equilibrio entre trabajo y bienestar personal. c. Contratación bajo la necesidad del mercado d. Mantener un buen clima laboral e. La empresa adoptará el régimen especial de la micro y pequeña empresa, a fin de aplicar las disposiciones y ventajas que este marco legal otorga.

4.2.2 Régimen tributario

Canela S.A.C. Ha decidido optar por el régimen MYPE, aprovechando los beneficios laborales y tributarios disponibles para empresas como la nuestra. Esta elección nos permitirá fortalecernos en el mercado y contribuir a la generación de empleo.

CAPITULO V: PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

5.1.1 Mercados y ventas

Tabla N° 15: Demanda del negocio a desarrollar de la empresa Canela S.A.C

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (unidad)	182,311		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	2%
Demanda estimada	182,311	184,134	187,816
Participación de mercado (decisión empresa)	1%	1.8%	2%
Demanda del proyecto	1,823	3,314	4,320

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 16: Ventas de los productos de la Canela S.A.C

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	1,823	3,314	4,320
Precio ventas - decisión empresarial (soles)	107	111	114
Tendencia del precio en el mercado	0%	0.4%	0.4%
Precio de venta (soles)	107	111	114
Venta Total (soles)	466,734	543,234	589,038

Fuente: Elaboración propia

5.2 Compras, costo de ventas y gastos

Tabla N° 17: Compras del negocio a desarrollar de la empresa Canela S.A.C

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales (unidades)		1,823	3,314	4,320
Inventario final (unidades)	8%	146	265	346
Total requerimiento (unidades)		1,969	3,580	4,665
.-Inventario inicial (unidades)		-	146	265
Compras (unidades)		1,969	3,434	4,400
Costo compra (Unid)		90	95	100
Tendencia del costo de compra		0%	2%	3%
Costo compra efectiva		90	S/ 97	103.00
costo total compra		S/ 177,206	S/ 332,726	S/ 453,221

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 18: Costo de producción de la empresa Canela S.A.C

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (unidad)	S/ 1,823.11	S/ 3,314.41	S/ 4,319.77
costo de compra	S/ 90.00	S/ 96.90	S/ 103.00
costo de la mercancía vendida (soles)	S/ 164,079	S/ 321,165.86	S/ 444,936.79

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 19: Gastos administrativos de inversión de la empresa Canela S.A.C

	Cantidad	Sueldo Unitario	Sueldo Mensual	Dedicación	Subtotal	Bono Familiar	Total
Costurera	2	1,125	2,250	100%	2,250	0	2,250
Vendedora	1	1,125	1,125	100%	1,125	0	1,125
Total Mensual							3,375

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Remuneraciones del personal	S/. 3,375	S/. 3,375	S/. 3,375
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneracion total mensual	S/. 3,668	S/. 3,668	S/. 3,668
Impuesto y arbitrio municipal	S/. 80	S/. 90	S/. 95
Energía eléctrica de red	S/. 70	S/. 76	S/. 80
Útiles de oficina	S/. 45	S/. 50	S/. 65
Contador externo	S/. 250	S/. 260	S/. 280
Otros	S/. 200	S/. 220	S/. 240
Total mensual	S/. 4,313	S/. 4,364	S/. 4,428
TOTAL ANUAL	S/.51,750	S/.52,362	S/.53,130

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 20: Gastos comerciales de la empresa Canela S.A.C

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 120.00	S/. 150.00	S/. 200.00
Promociones	S/. 100.00	S/. 130.00	S/. 160.00
Otros	S/. 50.00	S/. 70.00	S/. 90.00
Total mensual	S/. 270.00	S/. 350.00	S/. 450.00
TOTAL ANUAL	S/.3,240.00	S/.4,200.00	S/.5,400.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 21: Gastos pre operativos de la empresa Canela S.A.C

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 750.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Tramites diversos	S/. 400.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 1,150.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia

5.3 Estudio financiero

5.3.1 Inversiones de inversiones

Tabla N° 22: Inversión en activos de la empresa Canela S.A.C

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Maniquís	S/. 70	20	S/. 1,400	5	S/. 280
Colgador de madera (unidades)	S/. 12	6	S/. 72	3	S/. 24
Espejos	S/. 140	2	S/. 280	5	S/. 56
Impresora térmica para boletas	S/. 250	1	S/. 250	2	S/. 125
Computadora de escritorio	S/. 3,000	1	S/. 3,000	4	S/. 750
Ventilador	S/. 150	2	S/. 300	3	S/. 100
Muebles	S/. 2,000	1	S/. 2,000	5	S/. 400
Otros	S/. 1,500	1	S/. 1,500	4	S/. 375
Total			S/. 8,802		S/. 2,110

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 23: Depreciación de los activos de la empresa Canela S.A.C

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	8,802	(2,110)	(2,110)	(2,110)	2,472
Amortización activo intangible	1,150	(230)	(230)	(230)	460
TOTAL	9,952	(2,340)	(2,340)	(2,340)	2,932

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 24: Costo laboral (%) de la empresa Canela S.A.C

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				16.67%	8.33%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	4.50%
Total				34.00%	21.50%	8.67%

Fuente: Elaboración propia

5.3.2 Financiamiento de inversiones

Tabla N° 25: Programa de endeudamiento primer año de la empresa Canela S.A.C

Deuda a tomar		S/. 30,000		
Tasa de interés		18.76%	Anual	
		1.80%	mensual	
Tiempo de pago		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	30,000	540	833	1,373
2	29,167	525	833	1,358
3	28,333	510	833	1,343
4	27,500	495	833	1,328
5	26,667	480	833	1,313
6	25,833	465	833	1,298
7	25,000	450	833	1,283
8	24,167	435	833	1,268
9	23,333	420	833	1,253
10	22,500	405	833	1,238
11	21,667	390	833	1,223
12	20,833	375	833	1,208
		5,490	10,000	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 26: Programa de endeudamiento segundo año de la empresa Canela S.A.C

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	20,000	360	833	1,193
14	19,167	345	833	1,178
15	18,333	330	833	1,163
16	17,500	315	833	1,148
17	16,667	300	833	1,133
18	15,833	285	833	1,118
19	15,000	270	833	1,103
20	14,167	255	833	1,088
21	13,333	240	833	1,073
22	12,500	225	833	1,058
23	11,667	210	833	1,043
24	10,833	195	833	1,028
		3,330	10,000	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 27: Programa de endeudamiento tercer año de la empresa Canela S.A.C

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	10,000	180	833	1,013
26	9,167	165	833	998
27	8,333	150	833	983
28	7,500	135	833	968
29	6,667	120	833	953
30	5,833	105	833	938
31	5,000	90	833	923
32	4,167	75	833	908
33	3,333	60	833	893
34	2,500	45	833	878
35	1,667	30	833	863
36	833	15	833	848
		1,170	10,000	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 28: Capital de trabajo de la empresa Canela S.A.C

Cambios En Capital De Trabajo		Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Caja	10.0%	1.0%	1.0%	1.0%	
Monto	-S/.46,673	-S/.765	-S/.458	S/.0	
Cuentas x cobrar					
Número de días		1	1	1	
Monto		-S/.1,296	-S/.213	-S/.127	
Inventario					
Número de días		30	30	30	
Monto		S/.13,673	-S/.13,091	-S/.10,314	
Cuentas x pagar					
Número de días		1	1	1	
Monto		S/.456	S/.436	S/.344	
TOTAL	-S/.46,673	-S/.15,279	-S/.13,325	-S/.10,098	S/.85,375

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 29: Estado de resultados integrales

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.466,734	S/.543,234	S/.589,038
Costo ventas	-S/.164,079	-S/.321,166	-S/.444,937
Margen Bruto	S/.302,655	S/.222,068	S/.144,101
Gastos administrativos	-S/.51,750	-S/.52,362	-S/.53,130
Depreciación	-S/.2,340	-S/.2,340	-S/.2,340
Gastos comerciales	-S/.3,240	-S/.4,200	-S/.5,400
Margen operativo	S/.245,325	S/.163,166	S/.83,231

Base imponible	S/ 245,325	S/ 163,166	S/ 83,231
Tributos primer tramo	-S/ 6,900	-S/ 6,900	-S/ 6,900
Tributos segundo tramo	-S/ 52,016	-S/ 27,779	-S/ 4,198
Pago Tributos	-S/.58,916	-S/.34,679	-S/.11,098

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 30: Cálculo de la tributación de la empresa Canela S.A.C

CÁLCULO DE LA TRIBUTACIÓN			
	Año 1	Año 2	Año 3
Para pago a SUNAT Régimen MYPE			
Participación utilidades (menor 20 trabajadores)	0.00%	0.00%	0.00%
Impuesto a la renta (hasta 15 UIT)	10%	10%	10%
Impuesto a la renta (mas de 15 UIT)	29.5%	29.5%	29.5%
	Al 2022	Al 2023	Al 2024
Unidad Impositiva Tributaria (soles)	4,600	4,600	4,600
Cantidad UIT	15	15	15
Maximo para el primer tramo (soles)	69,000	69,000	69,000

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 31: Estado de situación financiera de la empresa Canela S.A.C

Balance	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Activo corriente	S/ 46,673	S/ 222,008	S/ 340,923	S/ 404,915
Caja Bancos	S/ 46,673	S/ 207,038	312,651	366,201
Cuentas por cobrar		S/ 1,296	1,509	1,636
Inventarios		S/ 13,673	26,764	37,078
Activo no corriente	S/ 9,952	S/ 7,612	5,272	2,932
TOTAL ACTIVO	S/ 56,625	S/ 229,620	S/ 346,195	S/ 407,847
Pasivo corriente		S/ 456	892	1,236
Pasivo No Corriente	S/ 30,000	S/ 20,000	10,000	-
TOTAL PASIVO	S/ 30,000	S/ 20,456	S/ 10,892	S/ 1,236
Patrimonio				
Capital	S/ 26,625	S/ 26,625	S/ 26,625	S/ 26,625
Utilidades retenidas			182,538	308,678
Resultado del ejercicio		S/ 182,538	S/ 126,139	S/ 71,308
TOTAL PATRIMONIO	S/ 26,625	S/ 209,164	S/ 335,303	S/ 406,611
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/ 56,625	S/ 229,620	S/ 346,195	S/ 407,847

Fuente: Elaboración propia

5.3.3 Flujo de caja e indicadores de rentabilidad.

Tabla N° 32: Flujo de caja de la empresa Canela S.A.C

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.466,734	S/.543,234	S/.589,038	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.9,952				S/.2,932
Capital de trabajo	-S/.46,673	-S/.15,279	-S/.13,325	-S/.10,098	S/.85,375
Compras		-S/.164,079	-S/.321,166	-S/.444,937	
Gastos administrativos		-S/.51,750	-S/.52,362	-S/.53,130	
Gastos comerciales		-S/.3,240	-S/.4,200	-S/.5,400	
Pago impuesto a la renta		-S/.58,916	-S/.34,679	-S/.11,098	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.56,625	S/.173,470	S/.117,502	S/.64,375	S/.88,307
Préstamo recibido	S/.30,000				S/.0
Amortización		-S/.10,000	-S/.10,000	-S/.10,000	
Gastos financieros		-S/.5,490	-S/.3,330	-S/.1,170	
Escudo fiscal		S/.1,620	S/.982	S/.345	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.26,625	S/.159,599	S/.105,155	S/.53,550	S/.88,307

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 33: Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Retorno (TIR) e índice de beneficio y costo económico

VAN Económico	S/.288,705
Tasa de descuento (CAPM)	14.05%
TIR Económica	280%
Indice B/C	6.10

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 34: Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Retorno (TIR) e índice de beneficio y costo financiero

VAN Financiero	S/.277,336
Tasa de descuento (WACC)	16.55%
TIR Financiero	570%
Indice B/C	11.42

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 35: Ratios de medición de la renta de la empresa Canela S.A.C

	Año 1	Año 2	Año 3
ROI	322.36%	427.40%	145.00%
ROE	163.6%	62.6%	37.6%

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- a. La investigación realizada respalda la creación de CANELA S.A.C en la ciudad de Iquitos, ya que será una nueva alternativa de empresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir para damas de talla grande, que lanzará al mercado diversos estilos y modelos de prendas de vestir para damas desde la talla M hasta la 3XL.
- b. En Iquitos se identificó que existe una demanda insatisfecha en el mercado regional con respecto a ropa adecuada para mujeres de contextura voluminosa, lo que genera dificultades al momento de elegir un vestuario que este acorde a su contextura, y sean cómodas y estéticamente atractivas de acuerdo al momento de moda.
- c. Actualmente, las tiendas que venden ropa de estas características, suelen ofrecer prendas genéricas sin tener un diseño exclusivo de acuerdo a la moda y exigencias de las consumidoras, limitando las opciones de las clientas y no satisfaciendo completamente sus necesidades.
- d. En este sentido, “CANELA S.A.C” busca cubrir este vacío en el mercado ofreciendo prendas personalizadas y diseñadas específicamente para realzar la figura de cada mujer, brindando comodidad, confianza y estilo al momento de adquirirlas.
- e. El desarrollo de esta alternativa de negocio responde a una necesidad social de inclusión y empoderamiento de las mujeres que muchas veces encuentran dificultades para acceder a un Outfit que realce su identidad y personalidad en diferentes momentos y oportunidades por las que tenga que pasar.

BIBLIOGRAFIAS

Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI. Clasificación industrial Internacional Uniforme - CIU (2022). <https://www.inei.gob.pe>

Nivel de obesidad en el Perú. Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles, 2022 INEI – Perú:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1899/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2017. Censos Nacionales 2017: 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

Chiavenato (2014), un organigrama permite clarificar líneas de autoridad y comunicación dentro de la empresa.

Robbins y Coulter (2017) Importancia para optimizar la eficiencia operativa

Sunat estadísticas instituciones 2022