



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIOS BORA CALZADOS, IQUITOS, 2020

AUTORAS:

CARDAMA RENGIFO, LIZ BEGONIA

GUVIN PEREZ, MARITA ISABEL

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

IQUITOS-PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedico principalmente Dios porque está en todo momento con nosotros, en nuestro caminar, en nuestra salud y en nuestra vida.

A mis queridos padres Orlando Cardama y Madeline Rengifo, que me dieron el cariño, el amor y contribuyeron incondicionalmente todo el soporte moral y económico para poder llevar a cabo mi preparación profesional.

Liz Cardama

A mí adorada madre, Isabel Perez, por su apoyo constante, por su invaluable sacrificio en alcanzar nuestros objetivos. Por guiarme para ser un buen profesional y una excelente ser humano.

Marita Guivin

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida

A mi madre por su amor incondicional, por sus consejos y por guiarme en el camino correcto de la vida.

A mi padre por su esfuerzo y confianza que siempre me brindó.

A todas las personas que contribuyeron en el presente trabajo.

Liz Cardama

A mi padre, Antonio Guivin, por sus consejos, por su tiempo, por el apoyo incondicional y sobre todo por la orientación que me brindó para tener conocimiento de cómo realizar este tipo de trabajo.

Marita Guivin

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 331-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 7 de noviembre de 2020, se autorizó la sustentación para el 17 de noviembre de 2020.

Siendo las 11.00 horas del día 17 de noviembre de 2020 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Informe Final de Trabajo de Suficiencia Profesional: **“PLAN DE NEGOCIOS BORA CALZADOS, IQUITOS, 2020”**.
Presentado por:

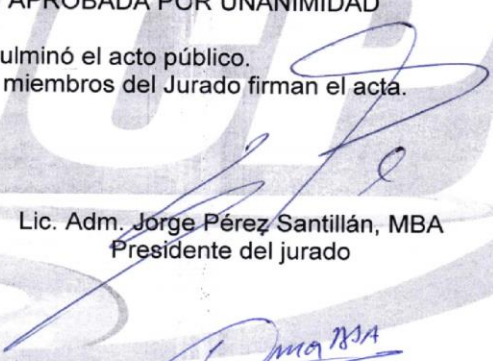
**LIZ BEGONIA CARDAMA RENGIFO
MARITA ISABEL GUIVIN PÉREZ**

Para optar el título profesional de Licenciado 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 UNANIMIDAD**

A las 12.35 horas culminó el acto público.
En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.



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



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



Lic. Adm. José Antonio Vascones Vargas
Miembro del Jurado

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

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

Hace constar que:

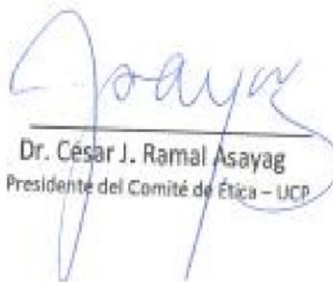
El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

"PLAN DE NEGOCIOS BORA CALZADOS, IQUITOS, 2020".

De los alumnos: **LIZ BEGONIA CARDAMA RENGIFO Y MARITA ISABEL GUIVIN PEREZ** de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **7% de plagio**.

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

San Juan, 03 de julio del 2020.



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

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | Página |
|---|--------|
| Dedicatoria..... | II |
| Agradecimiento..... | III |
| Acta de sustentación..... | IV |
| Hoja de antiplagio..... | V |
| Índice de contenido..... | VI |
| Índice de cuadros..... | VIII |
| Índice de figuras----..... | X |
| RESUMEN..... | 01 |
| ABSTRACT..... | 02 |
| I. INFORMACIÓN GENERAL..... | 03 |
| 1.1 Nombre del negocio..... | 03 |
| 1.2 Actividad empresarial..... | 03 |
| 1.3 Idea de negocio..... | 04 |
| II. PLAN DE MARKETING..... | 05 |
| 2.1 Necesidades de los clientes..... | 05 |
| 2.2 Demanda actual y tendencias..... | 08 |
| 2.3 Oferta competitiva..... | 10 |
| 2.4 Programa de marketing..... | 13 |
| 2.4.1 El producto..... | 13 |
| 2.4.2 El precio..... | 15 |
| 2.4.3 La promoción..... | 16 |
| 2.4.4 La cadena de distribución..... | 19 |
| III. PLAN DE OPERACIONES..... | 20 |
| 3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Inversiones Bora S.A.C..... | 20 |
| 3.2 El proceso de aprovisionamiento de Inversiones Bora S.A.C..... | 21 |

| | |
|--|----|
| 3.3 El proceso de producción de Inversiones Bora S.A.C..... | 22 |
| 3.4 El proceso de atención al cliente de Inversiones Bora S.A.C..... | 23 |
| IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS..... | 24 |
| 4.1 La organización de Inversiones Bora SAC..... | 24 |
| 4.2 Puestos, funciones..... | 24 |
| 4.3 Condiciones laborales..... | 26 |
| 4.4 Régimen tributario..... | 27 |
| V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO..... | 27 |
| 5.1 Estudio económico..... | 27 |
| 5.1.1 Mercado y ventas..... | 27 |
| 5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos..... | 27 |
| 5.2 Estudio financiero..... | 29 |
| 5.2.1 Inversiones de Macerados Amazónicos SAC..... | 29 |
| 5.2.2 Financiamiento de Macerados Amazónicos SAC..... | 30 |
| 5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad..... | 32 |
| CONCLUSIONES..... | 34 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 35 |
| ANEXOS..... | 37 |

ÍNDICE DE CUADROS

Página

| | |
|--|----|
| Cuadro N° 01 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones Bora S.A.C., 2020..... | 03 |
| Cuadro N° 02 Mercado del producto, ciudad de Iquitos, 2020..... | 08 |
| Cuadro N° 03 Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, 2020..... | 08 |
| Cuadro N° 04 Mercado por edades, ciudad de Iquitos, 2020..... | 08 |
| Cuadro N° 05 Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, 2020..... | 09 |
| Cuadro N° 06 Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2020..... | 09 |
| Cuadro N° 07 Producción de calzados en el Perú, 2017..... | 10 |
| Cuadro N° 08 Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos, 2020..... | 11 |
| Cuadro N° 09 Oferta de importación Partida Arancelaria..... | 11 |
| Cuadro N° 10 Importación de zapatos 2018, Perú..... | 12 |
| Cuadro N° 11 Importación de zapatos 2018, Perú..... | 12 |
| Cuadro N° 12 Precio de los productos de Inversiones Bora SAC, 2020.... | 16 |
| Cuadro N° 13 Demanda del mercado: tendencia y participación..... | 27 |
| Cuadro N° 14 Ventas de los productos de Inversiones Bora SAC..... | 27 |
| Cuadro N° 15 Costo de ventas de Inversiones Bora SAC. (soles)..... | 27 |
| Cuadro N°16 Gastos administrativos de Inversiones Bora SAC, 2020 (soles)..... | 28 |
| Cuadro N° 17 Gastos comerciales de Inversiones Bora SAC (soles)..... | 28 |
| Cuadro N° 18 Gastos pre operativo de Inversiones Bora SAC (soles).... | 28 |
| Cuadro N° 19 Inversión en activos de Inversiones Bora (soles)..... | 29 |

| | |
|--|----|
| Cuadro N° 20 Depreciación de los Activos de Inversiones Bora SC. (soles)..... | 29 |
| Cuadro N° 21 Costo laboral (%)..... | 29 |
| Cuadro N° 22 Programa de endeudamiento de Inversiones Bora SAC. (soles)..... | 30 |
| Cuadro N° 23 Capital de trabajo de Inversiones Bora SAC (soles)..... | 31 |
| Cuadro N° 24 Cálculo de la tributación de Inversiones Bora SAC..... | 31 |
| Cuadro N° 25 Estado de resultados integrales de Inversiones Bora SAC (soles)..... | 32 |
| Cuadro N° 26 Estado de flujo de caja de Inversiones Bora SAC (soles).. | 32 |
| Cuadro N° 27 VAN, TIR, Y B/C Inversiones Bora SAC (soles)..... | 33 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | Página |
|--|---------------|
| Figura N° 01 Ubicación de la empresa Inversiones Bora S.A.C 2020..... | 03 |
| Figura N° 02 Persona con zapato taco alto..... | 05 |
| Figura N° 03 Persona con zapatos que causaron daño a los pies..... | 07 |
| Figura N° 04 Zapato de damas con diseño Kukama..... | 13 |
| Figura N° 05 Zapato de damas con diseño Bora..... | 14 |
| Figura N° 06 Zapato de damas diseño Shipibo..... | 14 |
| Figura N° 07 Logo empresa Inversiones Bora SAC..... | 15 |
| Figura N° 08 Polo de color verde con logo de Inversiones Bora SAC..... | 17 |
| Figura N° 09 Gorro con el logo empresa Inversiones Bora SAC..... | 18 |
| Figura N° 10 Lapicero con logo de Inversiones Bora SAC..... | 18 |
| Figura N° 11 Fan page de Inversiones Bora..... | 19 |
| Figura N° 12 La cadena de distribución de Inversiones Bora..... | 19 |
| Figura N° 13 Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Bora SAC...21 | 21 |
| Figura N° 14 Proceso de atención al cliente de Inversiones Bora SAC...22 | 22 |
| Figura N° 15 Estructura orgánica de la Inversiones Bora SAC..... | 24 |

RESUMEN

PLAN DE NEGOCIOS BORA CALZADOS, IQUITOS, 2020

Liz Begonia, Cardama-Rengifo

Marita Isabel, Guivin-Perez

La presente investigación se encuentra en el rubro de comercialización de calzado para damas, la empresa se dedicará a la comercialización de zapatos con diseños y accesorios étnicos de la región Loreto.

El aprovisionamiento de las mercaderías se realizará en la ciudad de Iquitos, con proyecciones a ser atendidos por proveedores de la ciudad de Lima y de la ciudad de Trujillo.

Se ha diseñado la estructura orgánica, la misma que responde para una micro y pequeña empresa, las funciones han sido integradas. La empresa se acogerá al régimen MYPE tributario.

Los ratios financieros confirman la rentabilidad del proyecto, el Valor actual neto económico (VAN) de S/. 89,396 y el Valor actual neto financiero de S/. 116,570. La Tasa interna de retorno económica (TIR) es de 131% y la Tasa interna de retorno financiera es de 551%. El índice beneficio costo económico es de S/.3.33 y el índice beneficio costo financiero es de S/.36.25.

Palabras claves: zapatos, pares, diseños étnicos, micro empresa.

SUMMARY

BORA CALZADOS BUSINESS PLAN, IQUITOS, 2020

Liz Begonia, Cardama-Rengifo

Marita Isabel, Guivin-Perez.

The present research is in the business of marketing footwear for women, the company will be dedicated to the marketing of shoes with ethnic designs and accessories from the Loreto region.

The supply of merchandise will be made in the city of Iquitos, with projections to be attended by suppliers from the city of Lima and the city of Trujillo.

The organic structure has been designed, the same one that responds to a micro and small company, the functions have been integrated.

The company will host the Mype tax region. The financial ratios confirm the profitability of the project, the Economic Net Present Value (NPV) of S / 89,396 and the Net Financial Present Value of S / 116,570. The Internal Economic Rate of Return (IRR) is 131% and the Internal Financial Rate of Return is 551%. The economic cost benefit index is S / 3.33 and the financial cost benefit index is S / 36.25.

Key words: shoes, pairs, ethnic designs, micro business.

I. INFORMACION GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre comercial: Bora Calzados

Razón social: Inversiones Bora S.A.C.

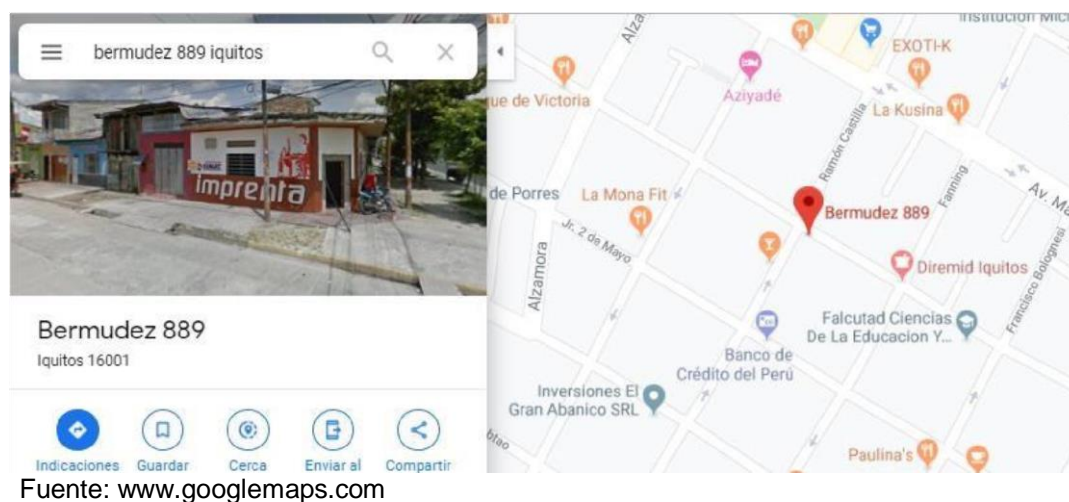
Sector de la actividad: Comercialización y distribución de calzados

Localización: Calle Bermúdez Nro.789, distrito de Iquitos, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: servicio

Figura 1

Ubicación de la empresa Inversiones Bora S.A.C., ciudad de Iquitos, 2020



Fuente: www.googlemaps.com

1.2 Actividad empresarial

Cuadro 1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme de Inversiones Bora SAC, 2019

| | | | |
|---|--------------------------|---|-----------------------------|
| C | Industria manufactureras | | |
| | 15 | Fabricación de productos de cuero y productos conexos | |
| | | 152 | Fabricación de calzado |
| | | | 1520 Fabricación de calzado |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

1.3 Idea del negocio.

Se pretende satisfacer la necesidad de prevenir enfermedades que afectan directamente la piel, también, para evitar la sudoración de los pies, evitar el dolor que ocasionan los zapatos incomodos, otra necesidad que se busca satisfacer es la de mejorar la estética personal con un zapato ligero, que se vea elegante al vestir y que su uso sea para distintas ocasiones.

El segmento que se atenderán son los jóvenes de sexo femenino, entre los 18 a 24 años quienes buscan lucir como parte de la moda. Entre los 25 a 39 años por la formalidad de la vida. Otro segmento, son los de 40 a más, quienes buscan comodidad en la vida diaria.

La empresa se dedicará a la comercialización y distribución de zapatos ligeros, con diseños, accesorios étnicos de nuestra región, entre ellos Bora, Kukamas, Shipibo, entre otros. Zapatos elaborados con cuero en distintas tallas y modelos, con distintos colores. Los cuales se podrán adquirir a través de los distintos medios de pagos.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1 Necesidades de los clientes

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

- a. Necesidad de prevenir enfermedades. La falta de usar zapatos adecuados puede acarrear a varias enfermedades en los pies, como los juanetes y callosidades.

Muchas personas por estar a la moda, no son conscientes de los riesgos que genera el uso de zapatos inadecuados.

Figura 2.

Persona con zapato taco alto



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

- b. Necesidad de estética personal. Es común en las personas estar a la moda con las tendencias en el vestir. El zapato es un accesorio que forma parte de la imagen personal. La propuesta de la empresa es comprar y vender zapatos, pero que en el vestir de las personas forme parte coherente, es decir, haga juego con el buen vestir de las personas.

- c. Necesidad de comodidad en los pies. Además, de la prevención de enfermedades, también por un tema de comodidad. El lucir un zapato que nos brinde la comodidad en los pies es uno de las necesidades confortantes de las personas.

Para el trabajo, casa, negocios, estar mucho tiempo con un zapato inadecuado produce enfermedades, en el otro caso; estar con un zapato cómodo adecuado, ventilado, no arriesga enfermedad ni cansancio en nuestros pies.

En cuanto al dolor en la planta de los pies cerca del inicio los dedos que se acentúa al caminar, al correr o con los zapatos.

Mientras que la inflamación de los huesos sesamoideos. En los seres humanos se produce en la parte inferior del pie, justo detrás del dedo gordo del pie.

Por otro lado, las callosidades son capas de piel engrosadas. Estas son causadas por la repetitiva presión o fricción en el punto donde el callo o la callosidad se presentan.

Los zapatos llevan a todas partes, permiten caminar a donde se desea y es una de las partes de nuestro cuerpo que más trabaja en el día a día. A pesar de eso, poco nos ocupamos de darle atención a los pies, de cuidarlos y mantenerlos saludables.

Al momento de elegir el calzado piensan normalmente en la estética y el diseño, dejando a un lado que los pies requieren de cuidado y atención para mantenerse en buen estado, en especial cuando se cuenta con pies delicados.

Figura 03

Persona con zapatos que causaron daño a los pies



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

2.2 Demanda actual y tendencias.

Cuadro 2
Mercado del producto, ciudad de Iquitos, 2020

| Distritos que conforman el mercado a atender | Personas al 2007 | Personas al 2015 | Tasa crecimiento promedio anual | Personas al 2020 (proyectada) |
|--|------------------|------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Distrito Iquitos | 169,599 | 150,484 | -1.484% | 139,647 |
| Distrito Punchana | 80,820 | 91,128 | 1.512% | 98,228 |
| Distrito Belén | 73,015 | 75,685 | 0.450% | 77,403 |
| Distrito San Juan Bautista | 106,834 | 154,696 | 4.736% | 194,967 |
| Población mercado ciudad Iquitos | 430,268 | 471,993 | 1.164% | 510,245 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 3
Mercado por zona de residencia, ciudad de Iquitos, 2020

Tabla 2. Mercado por zona de residencia

| Distritos | Población urbana (participación) | Personas |
|---|----------------------------------|----------------|
| Distrito Iquitos (al 2020) | 98.79% | 137,957 |
| Distrito Punchana (al 2020) | 92.28% | 90,645 |
| Distrito Belén (al 2020) | 87.55% | 67,766 |
| Distrito San Juan Bautista (al 2020) | 89.46% | 174,417 |
| Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2020) | | 470,786 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 4
Mercado por edades, ciudad de Iquitos, 2020

Tabla 3. Mercado por grupo de edades

| | 15 a 24 años | 25 a 39 años | 40 a 64 años | Total |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Distrito Iquitos (%) | 27.01% | 24.72% | 25.63% | 77.37% |
| Distrito Punchana (%) | 16.79% | 24.63% | 21.95% | 63.37% |
| Distrito Belén (%) | 13.44% | 24.25% | 21.62% | 59.31% |
| Distrito San Juan Bautista (%) | 28.11% | 23.94% | 21.59% | 73.63% |
| Población por edades, ciudad Iquitos (2020) | 110,623 | 114,615 | 107,551 | 332,790 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 5

Mercado por condición socio económica, ciudad de Iquitos, 2020

Tabla 4. Mercado por condición socioeconómica

| Tipo de segmento | Participación | Cantidad (personas) |
|--|---------------|---------------------|
| Segmento A/B ciudad Iquitos | 0.0% | - |
| Segmento C ciudad de Iquitos | 14.1% | 46,923 |
| Segmento D ciudad de Iquitos | 15.4% | 51,250 |
| Segmento E ciudad de Iquitos | 0.0% | - |
| Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2020) | 29.5% | 98,173 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 6

Calculo del tamaño de la demanda, ciudad de Iquitos, 2020

Tabla 5. Cálculo del tamaño de la demanda

| | | |
|--|----|-----------|
| Promedio personas por vivienda | | 5.03 |
| Viviendas ciudad de Iquitos (al 2020) | | 19,506 |
| Consumo del producto (pares por día/familia) | | 0.03 |
| Consumo del producto (pares por mes/familia) | 30 | 1.03 |
| Consumo del producto (pares por año/familia) | 12 | 62.46 |
| Consumo del producto ciudad Iquitos (pares) | | 1,218,336 |

Fuente: elaboración propia

En nuestro país el consumidor compra en promedio 2,5 pares de calzado al año, una cifra muy inferior a otros países de la región. No obstante, las previsiones de ventas para los próximos años son optimistas, ya que se espera que el valor de las ventas de moda y calzado aumente en un 4% (tasa anual compuesta de crecimiento) hasta alcanzar los 4.024 millones (precios constantes de 2018). Latin American Consensus Forecasts (Setiembre 2018)

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

Por otro lado, el aumento del número de centros comerciales en el país anima a que más empresas extranjeras y nacionales se ubiquen con tienda propia o en formato corner en las cadenas de grandes almacenes. En total, existen 69 centros comerciales, un 14,5% más que hace cinco años y se prevé la apertura de 14 centros comerciales más entre 2019 y 2021, con una inversión de 795 millones USD.

2.3. Oferta competitiva

Cuadro 7

Producción de calzado en el Perú.(en pares)

| Tipo de calzado | 2017 | Porcentaje % | 2018 | Porcentaje % | Evolución |
|-----------------|-----------------|------------------------|----------------|--------------|---------------|
| Zapatos | 1228583 | 9% | 1181265 | 16% | -3.9% |
| Zapatillas | 8238266 | 60% | 2482259 | 33% | -69.9% |
| Botas, botines | 3129530 | 23% | 2932785 | 39% | -6.3% |
| Sandalias | 1140564 | 8% | 957748 | 13% | -16.0% |
| TOTAL | 13736943 | 100 % | 7554057 | 100% | -45.0% |

Fuente: Ministerio de la Producción (PRODUCE)

De acuerdo a lo señalado en el cuadro anterior, la producción de calzados en general, en nuestro país, entre el 2017 y 2018 tuvo una considerable caída del 45.0%, siendo la producción de zapatillas la que tuvo mayor contracción, tuvo una caída del 69.9%, mientras que la producción de zapatos fue la que tuvo la menor caída, sólo se contrajo en 3.90%.

En el mercado local, no se aprecia empresa alguna dedicada a la producción de zapatos a gran escala. Pero si se aprecia la producción de zapatos de forma artesanal, en mejor escala. Más conocido como, hecho a mano, lo que representan como negocios similares a la presente empresa.

Figura 8

Negocios con giros similares, ciudad de Iquitos 2020

| Producto | Unidad de medida | Empresas | |
|--------------------|------------------|---------------|---------------------|
| | | Eric Amaringo | Zapateria Universal |
| Zapatos para damas | Pares | S/35.00 | S/40.00 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 9

Oferta de productos de importación, partida arancelaria

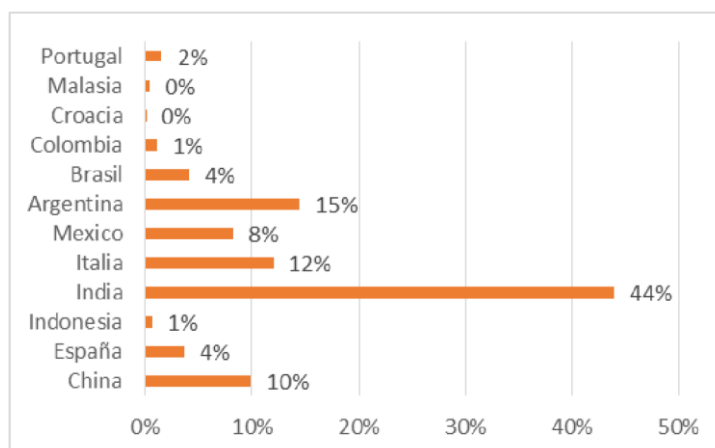
| | |
|----------------|---|
| Sección | XII |
| Capítulo | 64 |
| 64.02 | Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico. |
| 64.03.51.00.00 | Que cubran el tobillo |

Fuente: Superintendencia de Administración Tributaria y Aduanas

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, las importaciones de zapatos el año 2018, tuvo a la India como el país con mayor importador al mercado peruano, con un 44%, seguido de Argentina con un 15%, Italia con un 12% y china con un 10%. México con un 8%, España y Brasil con un 4%.

Cuadro 10

Importación de zapatos 2018, Perú.

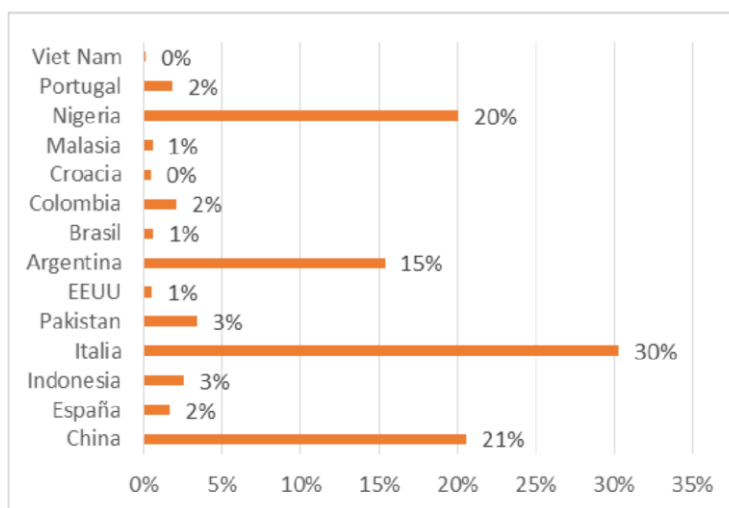


Fuente: Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima

En cuanto a las importaciones de zapatos el año 2019, el mayor volumen de importación fue de Italia con un 30%, seguido de China con 21%, Nigeria con 20%, Argentina con el 15%, Pakistán e Indonesia con el 3%. Escenario totalmente distinto a lo ocurrido el año 2018.

Cuadro 11

Importación de zapatos 2019, Perú.



Fuente: Centro de comercio exterior (CCEX) de la cámara de comercio de lima

2.4 Programa de marketing.

2.4.1 El producto

La empresa se dedicará a la comercialización y distribución de zapatos ligeros, con diseños, accesorios étnicos de nuestra región, entre ellos Bora, Kukamas, Shipibo, entre otros. Zapatos elaborados con cuero en distintas tallas y modelos, con distintos colores. La venta será a través del servicio delivery.

a) Categorías de productos.

Se contará con diversos diseños, modelos y tallas, dentro de ellas las más comerciales, resaltando las etnias existentes en nuestra región:

- Zapato de dama, diseño kukama
 - Zapato de dama, diseño Bora
 - Zapato de dama, diseño Shipibo coniro
- Los zapatos** **Figura 04 Zapato de damas con diseño Kukama**



Fuente: elaboración propia

Figura 05
Zapato de damas con diseño Bora



Fuente: elaboración propia

Figura 06
Zapato de damas diseño Shipibo



Fuente: elaboración propia

b) La marca

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

Se ha diseñado el siguiente logo:

Figura 07
Logo empresa Inversiones Bora S.A.C., 2020



Fuente: elaboración propia

2.4.2 El precio

El factor precio es uno de los factores de suma importancia de la empresa, ya que de ello dependerá la recuperación del costo y el ingreso del excedente, conocido como utilidad. El que determinará la rentabilidad o no del negocio. Se buscará lograr el objetivo de maximización de la cuota de mercado.

Cuadro 12
Precio de los productos de Inversiones Bora S.A.C,2020 (soles)

| Producto | Unidad de medida | Precio (soles) |
|--------------------------------|------------------|----------------|
| Zapato de damas tipo sandalias | Pares | 35 |
| Zapato de damas con plataforma | Pares | 50 |

Fuente: elaboración propia

El precio incluye los tres tipos de modelos, Bora, Kukama y Shipibo.

2.4.3 La promoción

La promoción tiene por objetivo brindar al consumidor un incentivo por la compra o adquisición del producto o servicio a corto plazo, lo que se debe traducir en un incremento de las ventas, para la empresa.

La herramienta de promoción serán las redes sociales, por ser un el medio más utilizado por nuestros clientes, además por ser de largo alcance y de bajo costo.

Facebook: Se creará para la empresa un Fan page, por medio del cual se proporcionará información sobre los productos de la empresa, como también las actividades que realiza la empresa. Dentro de esta se realizarán los sorteos, entre las personas que den like o compartan las publicaciones de la empresa. Actividades que se desarrollaran en épocas que no sean campañas.

Twitter: También se contará con esta red, cuyo objetivo principal es tener un gran número de seguidores y se realizarán publicaciones constantes para que lo pueden ver nuestros clientes-seguidores.

Instagram: Su objetivo también es ganar seguidores, además de publicar fotos para que nuestros seguidores los vean.

Acciones de publicidad de Inversiones Bora SAC.

En cuanto a las acciones de publicidad se ha considerado:

Distribución de catálogos con los productos de la empresa en los lugares de mayor concentración de los jóvenes, como universidades, gimnasio, spa, entre otros.

Radio, se realizará contrato solo con una empresa radio difusora, será la que tenga mayor audiencia con nuestros clientes.

Televisión, se contará con un spot de 30 segundos para la televisión, en la de que cuente con mayor televidente en el mercado local. Activaciones, se realizarán activaciones en la semana antes de cada campaña, la misma que se realizarán en la parte frontal de la empresa.

Figura 08 Polo de color verde con logo de Inversiones Bora SAC



Fuente: [google.com/search?q=polos+publicitario+de+color+verde&rl](https://www.google.com/search?q=polos+publicitario+de+color+verde&rl)

Figura 09

Gorro color verde con el logo de Inversiones Bora SAC.



Fuente: [google.com/search?q=gorro+de+color+verde&rlz=1C1CHBD_](https://www.google.com/search?q=gorro+de+color+verde&rlz=1C1CHBD_)

Figura 10

Lapicero con el logo de Inversiones Bora SAC.



Fuente: [google.com/search?q=lapiceros+para+regalar+con+logo](https://www.google.com/search?q=lapiceros+para+regalar+con+logo)

Figura 11 Fan page de Inversiones Bora SAC



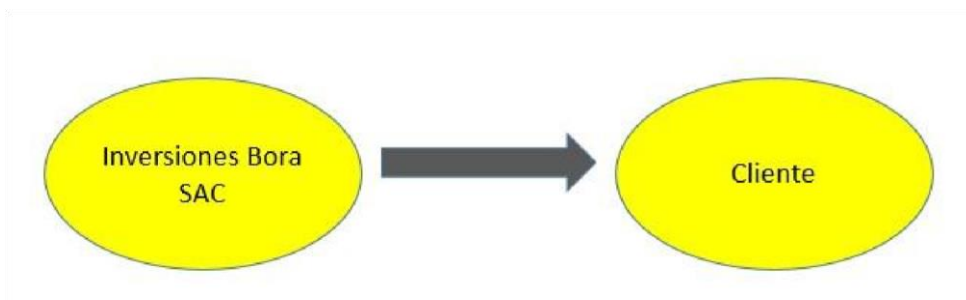
Fuente: elaboración propia

2.4.4 La cadena de distribución

La empresa se cuenta con un local comercial ubicado en la Calle Bermúdez Nro. 789, distrito de Iquitos, donde se exhibirán los productos a comercializar en la empresa.

Figura 12

La cadena de distribución de Inversiones Bora SAC.



Fuente: elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento de Inversiones Bora SAC.

El aprovisionamiento de los zapatos, sandalias con los diseños étnicos se hará en nuestra ciudad, directamente con el fabricante.

Se ha determinado la producción de zapatos por empresa tanto formales e informales y en algunos casos, se ha determinado la producción de sandalias en las comunidades, quienes proveerán de productos a la empresa.

La empresa proveedoras ubicada en la ciudad de Lima son distribuidores que se ubican en el mercado Cinco Continente, Mercado Central y en Mesa Redonda.

Los precios son variados y dependen mucho de la temporada, se juega la ley de la oferta y demanda. A mayor cantidad de compra se adquiere mayor descuento.

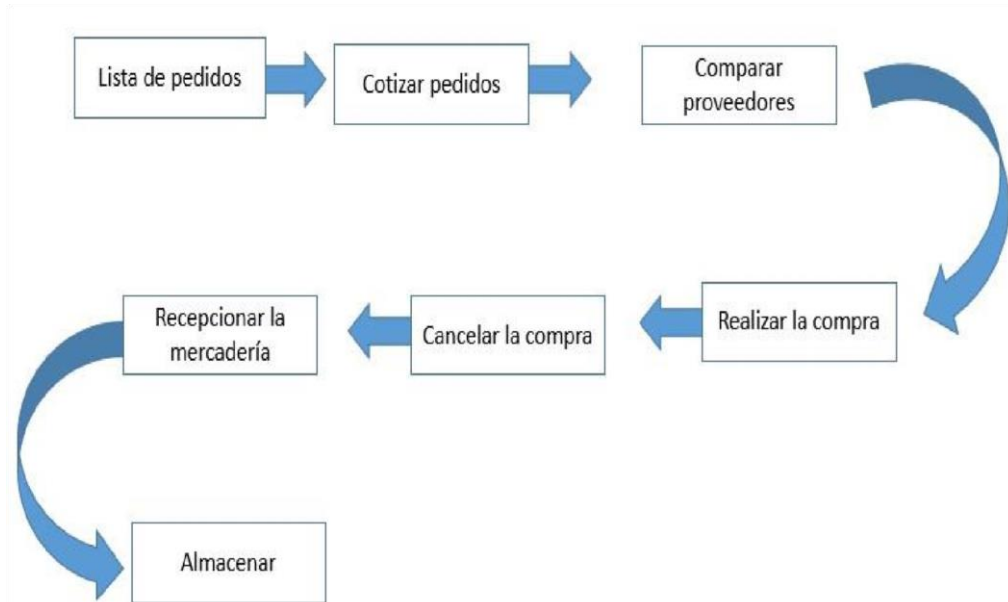
En cuanto al flete, la mayoría de empresas ubicada en la ciudad de Lima ya cuenta con una empresa de transporte para el traslado de los productos a las distintas ciudades del país. Se tuvieron en cuenta muchos factores como, seguridad, tiempo de entrega, costo, entre otros.

Son ellos lo que sugieren con que empresa trabajar y que en el transcurso del tiempo han establecido buenas relaciones comerciales. Estas empresas utilizan el transporte aéreo para el traslado de los bienes, que para fecha de campaña como navidad, día de la madre se puede estirar hasta 5 días el tiempo de entrega, pero normalmente se entrega entre 24 y 48 horas. Dentro de ellas tenemos, OLVA COURRIER, NSP COURRIER y otras personas naturales. El costo es un factor que no altera significativamente el costo del zapato.

3.2 El proceso de aprovisionamiento de Inversiones Bora SAC.

Figura 13

Proceso de aprovisionamiento de Inversiones Bora SAC.



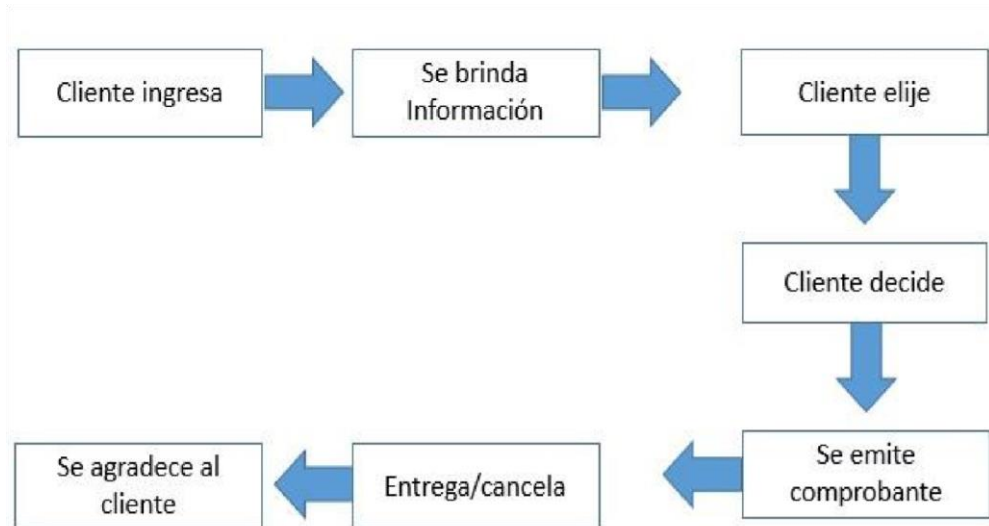
Fuente: elaboracion propia

El proceso de aprovisionamiento se inicia con la lista de pedidos del área de ventas, para proceder con el siguiente paso que es la de cotizar los pedidos y como paso siguiente la comparación de las condiciones de cada proveedor cotizado. Como siguiente paso se da la compra, para luego proceder con la cancelación, paso donde también se exige el comprobante, seguidamente se procede a recepcionar la mercadería y finalmente se almacén previa codificación de los productos.

3.3 El proceso de atención al cliente de Inversiones Bora SAC.

Figura 14

Proceso de atención al cliente de Inversiones Bora SAC.



Fuente: elaboración propia.

El Proceso de atención al cliente de la empresa Inversiones Bora SAC.

1. Cliente ingresa:

El cliente muestra interés al ingresar al local comercial, como también se puede contactar con una llamada o con un mensaje por las redes sociales.

2. Se brinda información:

Se brinda información de los productos de la empresa, a la vez se le exhibe cada uno de los modelos con que se cuenta.

3. Cliente elije:

El cliente va eligiendo, según sus gustos y preferencias. En algunos casos va solicitar probarse los zapatos, para el cual se debe cubrir los pies con una bolsa plástica a fin de evitar que se manche.

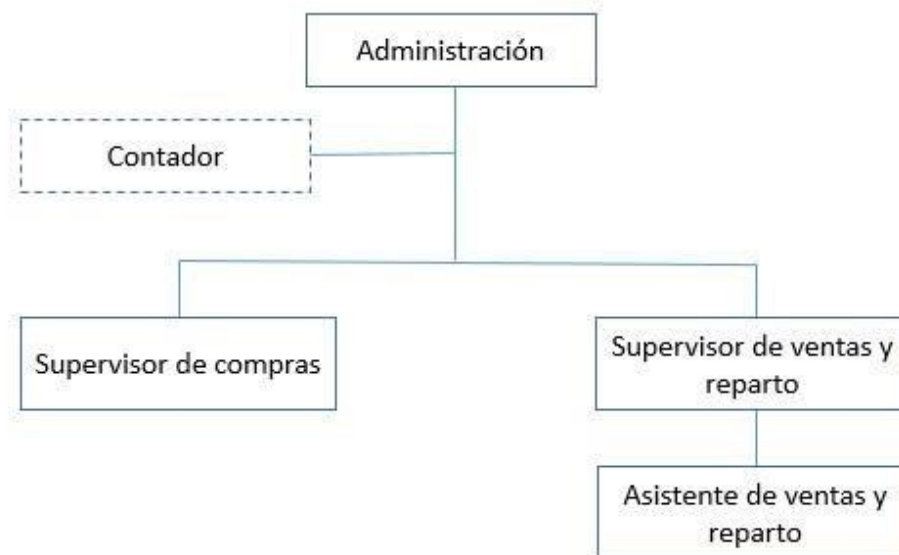
4. Cliente decide:
Después de probar el cliente decidirá que modelos va comprar, es necesario que el cliente calce antes de llevar el zapato con el fin de evitar devoluciones.
5. Se emite comprobante:
Se procede a emitir el comprobante de pago según las indicaciones del cliente.
6. Se entrega/cancela:
Se procede a entregar el producto y el comprobante de pago, para luego exigir la cancelación del importe.
7. Se agradece al cliente:
Se agradece al cliente por la compra.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 Estructura organizacional de la empresa Inversiones Bora SAC.

Figura 15

Estructura organizacional de la empresa Inversiones Bora SAC.



Fuente: elaboración propia

4.2 PUESTOS Y FUNCIONES

a) Puesto: Administrador de Inversiones Bora SAC.

Funciones:

1. Planificar y establecer los objetivos de la empresa, a mediano y largo plazo, especificando las actividades que involucra para el logro de ello.
2. Elaborar y determinar las funciones de todas las áreas .
3. Motivar a los colaboradores para el cumplimiento de metas.
4. Representa a la empresa frente a otras empresas e instituciones.
5. Representar a la organización frente a la Superintendencia de administración tributaria (Sunat).
6. Representar a la organización frente a las entidades financieras
7. Controlar los costos de la organización.
8. Organizar y monitorear el trabajo de los supervisores.

9. Controlar la ejecución del plan de marketing de la organización.

b) Puesto: Supervisor de ventas y repartos de Inversiones Bora SAC.

Funciones:

1. Planificar las ventas y el proceso de reparto de la organización.
2. Planificar el requerimiento de bienes y servicios.
3. Organizar el área de ventas y reparto.
4. Dirigir el proceso de ventas, como el de reparto.
5. Controlar la productividad del área y del servicio de reparto.
6. Controlar el trabajo del personal a su cargo
7. Recibir las sugerencias de los cliente
8. Reportar al administrador

c) Puesto: Supervisor de logística de Inversiones Bora SAC.

Funciones:

1. Planificar el aprovisionamiento de la mercadería, de los bienes y servicios que requiera la organización.
2. Cotizar y comparar los bienes y servicios de los distintos proveedores.
3. Solicitar el cuadro de necesidad de requerimiento de cada aérea.
4. Controlar el stock del almacén de la organización.
5. Velar por el buen uso de los bienes de la organización.
6. Velar para que la mercadería adquirida para la comercializado presente las buenas condiciones de calidad.
7. Reportar directamente al administrador

4.3 Condiciones laborales

La empresa Inversiones Bora SAC, ha determinado las siguientes condiciones laborales para con sus colaboradores: □ La jornada laboral será de ocho horas diarias

- Los colaboradores contarán con contrato laboral desde el primer momento
- El primer contrato laboral será por tres meses, en lo sucesivo dependerá del desempeño de cada colaborador.
- La empresa se acogerá a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña empresa.
- Se registrará en el registro de la micro y pequeña empresa.
- Cumplirá con el protocolo para venta delivery según la legislación.
- Los trabajadores deberán cumplir con su periodo de

4.4 Régimen tributario.

Inversiones Bora SAC., se acogerá al régimen Mype tributario ya que es un régimen que reduce el impuesto a la renta de 29.5% al 10% cada año. Siempre que las utilidades no excedan las 15 UIT, de lo contrario se pagará el 29.50%, como un régimen general normal.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico.

5.1.1 Mercado y ventas.

Cuadro 13

Demanda de mercado: tendencia y participación

Tabla 6. Demanda del negocio a desarrollar

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|---|--------------|---------------|---------------|
| Demanda total (unidades) | 1,218,336 | | |
| Tendencia del mercado (estimada) | 0% | 3% | 5% |
| Demanda estimada (unidades) | 1,218,336 | 1,254,886 | 1,317,630 |
| Participación de mercado (decisión empresa) | 0.80% | 1.00% | 1.20% |
| Demanda del proyecto (unidades) | 9,747 | 12,549 | 15,812 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro14

Ventas de los productos de Inversiones Bora SAC.

Tabla 7. Ventas del negocio a desarrollar

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas anuales | 9,747 | 12,549 | 15,812 |
| Precio venta - decisión empresarial (soles x unidades) | 35.00 | 35.00 | 35.70 |
| Tendencia del precio en el mercado | 0% | 2% | 3% |
| Precio de venta unitarios | S/.35.00 | S/.35.70 | S/.36.77 |
| VENTA TOTAL EMPRESA | S/.341,134 | S/.447,994 | S/.581,407 |

Fuente: elaboración propia

5.1.2 Compras, costo de ventas y gastos.

Cuadro15

Costo de ventas de Inversiones Bora SAC. (soles)

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas | 9,747 | 12,549 | 15,812 |
| Costo compra (unidades) | S/20 | S/20 | S/21 |
| COSTO DE LA MERCADERÍA VENDIDA | S/194,934 | S/253,487 | S/328,975 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16**Gastos administrativos de Inversiones Bora SAC. (soles)**

| GASTO ADMINISTRATIVO | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gerente - propietario | 1 | 1 | 1 |
| Sueldo mensual | S/. 1,100 | S/. 1,200 | S/. 1,800 |
| Supervisores | 2 | 2 | 2 |
| Sueldo mensual | S/. 1,000 | S/. 1,100 | S/. 1,500 |
| Asistente | 1 | 1 | 1 |
| Sueldo mensual | S/. 930 | S/. 1,000 | S/. 1,200 |
| Remuneraciones personal del | S/. 4,030 | S/. 4,400 | S/. 6,000 |
| Costo laboral | 8.67% | 8.67% | 8.67% |
| Remuneracion total mensual | S/. 4,379 | S/. 4,781 | S/. 6,520 |
| Servicios públicos | S/. 154 | S/. 176 | S/. 203 |
| Utiles oficina | S/. 187 | S/. 243 | S/. 288 |
| Servicio contable | S/. 200 | S/. 250 | S/. 300 |
| Otros | S/. 150 | S/. 200 | S/. 220 |
| Total mensual | S/. 5,070 | S/. 5,650 | S/. 7,531 |
| TOTAL ANUAL | S/.60,843 | S/.67,804 | S/.90,372 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 17**Gastos comerciales de Inversiones Bora SAC. (soles)**

| GASTO COMERCIAL | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Publicidad | S/. 250.00 | S/. 300.00 | S/. 350.00 |
| Alquiler local | S/. 500.00 | S/. 550.00 | S/. 510.00 |
| Promociones | S/. 200.00 | S/. 280.00 | S/. 300.00 |
| Otros | S/. 200.00 | S/. 220.00 | S/. 250.00 |
| Total mensual | S/. 1,150.00 | S/. 1,350.00 | S/. 1,410.00 |
| TOTAL ANUAL | S/.13,800.00 | S/.16,200.00 | S/.16,920.00 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 18**Gastos pre operativos de Inversiones Bora SAC. (soles)**

| Gasto pre operativo | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|----------------------------|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Estudio de mercado | S/. 1,200.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 |
| Tramites diversos | S/. 550.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 |
| Total | S/. 1,750.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 | S/. 0.00 |

Fuente: elaboración propia

5.2 Estudio Financiero.

5.2.1 Inversiones de Inversiones Bora SAC.

Cuadro 19

Inversión en activos de Inversiones Bora SAC. (soles)

| Activo fijo | Valor adquisici | Cantidad | Valor total | Tiempo vida | Depreciación anual |
|-------------------------|-----------------|----------|-------------------|-------------|--------------------|
| Local/acondicionamiento | S/. 7,000 | 1 | S/. 7,000 | 20 | S/. 350 |
| Terrenos | S/. 0 | 5 | S/. 0 | 0 | S/. 0 |
| Equipos | S/. 2,000 | 1 | S/. 2,000 | 5 | S/. 400 |
| Vehiculos | S/. 9,000 | 1 | S/. 9,000 | 5 | S/. 1,800 |
| Muebles | S/. 1,500 | 1 | S/. 1,500 | 5 | S/. 300 |
| Total | | | S/. 19,500 | | S/. 2,850 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 20

Depreciación de los activos de Inversiones Bora SAC (soles)

| | Valor inicial | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Residual |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Depreciación activo fijo | S/.19,500 | -S/.2,850 | -S/.2,850 | -S/.2,850 | S/.10,950 |
| Amortización activo intangibl | S/.1,750 | -S/.350 | -S/.350 | -S/.350 | S/.700 |
| Total | S/.21,250 | -S/.3,200 | -S/.3,200 | -S/.3,200 | S/.11,650 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 21.

Costo laboral (%)

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

Fuente: elaboración propia

5.2.2 Financiamiento de Inversiones Bora SAC.

Cuadro 22

Programa de endeudamiento de Inversiones Bora SAC. (Soles)

Deuda a tomar S/. 35,000

| 34.49% | Anual | 2.5% | mensual | |
|--------|-----------------|---------|--------------|-------------|
| n | Capital inicial | Interés | Amortización | Cuota total |
| 1 | 35,000 | 875 | 972 | 1,847 |
| 2 | 34,028 | 851 | 972 | 1,823 |
| 3 | 33,056 | 826 | 972 | 1,799 |
| 4 | 32,083 | 802 | 972 | 1,774 |
| 5 | 31,111 | 778 | 972 | 1,750 |
| 6 | 30,139 | 753 | 972 | 1,726 |
| 7 | 29,167 | 729 | 972 | 1,701 |
| 8 | 28,194 | 705 | 972 | 1,677 |
| 9 | 27,222 | 681 | 972 | 1,653 |
| 10 | 26,250 | 656 | 972 | 1,628 |
| 11 | 25,278 | 632 | 972 | 1,604 |
| 12 | 24,306 | 608 | 972 | 1,580 |
| | | 8,896 | 11,667 | |
| | Capital inicial | Interés | Amortización | Cuota total |
| 13 | 23,333 | 583 | 972 | 1,556 |
| 14 | 22,361 | 559 | 972 | 1,531 |
| 15 | 21,389 | 535 | 972 | 1,507 |
| 16 | 20,417 | 510 | 972 | 1,483 |
| 17 | 19,444 | 486 | 972 | 1,458 |
| 18 | 18,472 | 462 | 972 | 1,434 |
| 19 | 17,500 | 438 | 972 | 1,410 |
| 20 | 16,528 | 413 | 972 | 1,385 |
| 21 | 15,556 | 389 | 972 | 1,361 |
| 22 | 14,583 | 365 | 972 | 1,337 |
| 23 | 13,611 | 340 | 972 | 1,313 |
| 24 | 12,639 | 316 | 972 | 1,288 |
| | | 5,396 | 11,667 | |
| N | Capital inicial | Interés | Amortización | Cuota total |
| 25 | 11,667 | 292 | 972 | 1,264 |
| 26 | 10,694 | 267 | 972 | 1,240 |
| 27 | 9,722 | 243 | 972 | 1,215 |
| 28 | 8,750 | 219 | 972 | 1,191 |
| 29 | 7,778 | 194 | 972 | 1,167 |
| 30 | 6,806 | 170 | 972 | 1,142 |
| 31 | 5,833 | 146 | 972 | 1,118 |
| 32 | 4,861 | 122 | 972 | 1,094 |
| | 3,889 | 97 | 972 | 1,069 |
| 34 | 2,917 | 73 | 972 | 1,045 |
| 35 | 1,944 | 49 | 972 | 1,021 |
| 36 | 972 | 24 | 972 | 997 |
| | | 1,896 | 11,667 | |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 23
Capital de trabajo de Inversiones Bora SAC. (soles)

| CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO | | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
| Caja | 5.0% | 1.0% | 1.0% | 1.0% |
| Monto | -S/.17,057 | -S/.1,069 | -S/.1,334 | S/.0 |
| Cuentas x cobrar | | | | |
| Número de días | | 7 | 7 | 7 |
| Monto | | -S/.6,633 | -S/.2,078 | -S/.2,594 |
| Inventario | | | | |
| Número de días | | 45 | 45 | 45 |
| Monto | | -S/.24,367 | -S/.7,319 | -S/.9,436 |
| Cuentas x pagar | | | | |
| Número de días | | 15 | 15 | 15 |
| Monto | | S/.8,122 | S/.2,440 | S/.3,145 |
| TOTAL | -S/.17,057 | -S/.23,946 | -S/.8,291 | -S/.8,885 |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 24
Calculo de la tributación de Inversiones Bora SAC. (soles)

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

Fuente: elaboración propia

Cuadro 25

Estado de resultados integrales de Inversiones Bora SAC. (soles)

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Ingresos por ventas | S/.341,134 | S/.447,994 | S/.581,407 |
| Costo ventas | -S/.194,934 | -S/.253,487 | -S/.328,975 |
| Margen Bruto | S/.146,200 | S/.194,507 | S/.252,432 |
| Gastos administrativos | -S/.60,843 | -S/.67,804 | -S/.90,372 |
| Depreciación | -S/.3,200 | -S/.3,200 | -S/.3,200 |
| Gastos comerciales | -S/.13,800 | -S/.16,200 | -S/.16,920 |
| Margen operativo | S/.68,357 | S/.107,303 | S/.141,940 |
| Gastos financieros | -S/.8,896 | -S/.5,396 | -S/.1,896 |
| Margen antes de tributos | S/.59,461 | S/.101,908 | S/.140,044 |
| Participación utilidades | S/0 | S/0 | S/0 |
| Subtotal | S/59,461 | S/101,908 | S/140,044 |
| Pago impuesto a la renta | -S/.17,541 | -S/.30,063 | -S/.41,313 |
| Utilidad neta | 41,920 | 71,845 | 98,731 |

Fuente: elaboración propia

5.2.3 Flujo de Caja e indicadores de rentabilidad.

Cuadro 26

Flujo de caja de Inversiones Bora SAC. (soles)

| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Liquidación |
|------------------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|
| FLUJO DE CAJA | | | | | |
| Ingresos por ventas | | S/.341,134 | S/.447,994 | S/.581,407 | |
| Inversión inicial | | | | | |
| Activo fijo | -S/.21,250 | | | | S/.11,650 |
| Capital de trabajo | -S/.17,057 | -S/.23,946 | -S/.8,291 | -S/.8,885 | S/.58,179 |
| Compras | | -S/.194,934 | -S/.253,487 | -S/.328,975 | |
| Gastos administrativos | | -S/.60,843 | -S/.67,804 | -S/.90,372 | |
| Gastos comerciales | | -S/.13,800 | -S/.16,200 | -S/.16,920 | |
| Pago impuestos | | -20,165 | -31,654 | -41,872 | |
| Flujo Caja Económico (FCE) | -S/.38,307 | S/.27,446 | S/.70,557 | S/.94,383 | S/.69,829 |
| Préstamo recibido | S/.35,000 | | | | S/.0 |
| Amortización | | -S/.11,667 | -S/.11,667 | -S/.11,667 | |
| Gastos financieros | | -S/.8,896 | -S/.5,396 | -S/.1,896 | |
| Escudo fiscal | | S/.2,624 | S/.1,592 | S/.559 | |
| Flujo Caja Financiero (FCF) | -S/.3,307 | S/.9,507 | S/.55,087 | S/.81,379 | S/.69,829 |
| FCE | -S/.38,307 | S/.27,446 | S/.70,557 | S/.164,212 | |
| FCF | -S/.3,307 | S/.9,507 | S/.55,087 | S/.151,209 | |

Fuente: elaboración propia

Cuadro 27

VAN, TIR y B/C de Inversiones Bora. (soles)

| | |
|---------------------------------|------------------|
| | |
| VAN Económico | S/.89,396 |
| Tasa de descuento (CAPM) | 34.14% |
| TIR Económica | 131% |
| Índice B/C | 3.33 |
| | |
| | |
| VAN Financiero | 116,570 |
| Tasa de descuento (WACC) | 25.16% |
| TIR Financiero | 551% |
| Índice B/C | 36.25 |

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES:

- a. El estudio nos indica que hay varias necesidades que pueden ser cubiertas, como son la necesidad de prevenir enfermedades, necesidad de estética personal y la necesidad de comodidad de los pies.
- b. En cuanto al plan de operaciones la fuente de aprovisionamiento están constituidas en la ciudad de Iquitos, Lima y en la ciudad Trujillo.

La venta se realizará vía delivery.
- c. El plan de recursos humanos se han representado en la estructura orgánica simple, diseñada para una micro empresa, con funciones de planeamiento, organización y control. Los colaboradores gozarán de todos los beneficios que otorgan las micros y pequeñas empresas.
- d. Los precios se han establecido por debajo de la competencia, los costos por cada una y los gastos de apoyo, el local será alquilado. El capital de trabajo es corto, por lo que se buscará financiamiento en las entidades financieras.
- e. En cuanto al plan económico y financiero demuestran la rentabilidad del proyecto ya que arroja una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 131% y un Valor Actual Neto (VAN) del S/.89,396.00 y un Índice Beneficio Costo (B/C) de S/.3.33.

BIBLIOGRAFÍA:

- ACCEP. (04 de Enero de 2013). Se abrirán 13 centros comerciales este año.
Obtenido de <http://peru21.pe/impresas/se-abriran-13centroscomerciales-este-ano2110838>
- Barclay, P. (18 de Setiembre de 2008). Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Recuperado el 7 de Enero de 2014, de Normas Legales: http://www.ausa.com.pe/images/uploads/normas/R%20%20124_2008_CFD_INDECOPI.pdf
- Calua, J. (26 de Abril de 2014). Importación de calzado chino y su incidencia en la producción de las empresas que participaron en el programa "Compras a MYPERÚ". (F. Dávila Salas, & D. Miñano Mantilla, Entrevistadores)
- CAPECHI. (2010). Cámara de Comercio Peruano Chino. Recuperado el 5 de Enero de 2014, de Resumen ejecutivo: Tratado de Libre Comercio entre Perú y China: http://www.capechi.org.pe/pdfs/Informes_Finales_TLC_PeruChina.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2007. Censos Nacionales 2007: XII de Población y VI de Vivienda. Lima, Perú.
Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). 2015 IV Censo Nacional Económico por departamento. Lima, Perú.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática -INEI, (2018) Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIUU, Disponible en: www.inei.gob.pe
- Latín American Consensus Forecasts (Setiembre 2018)
- MINCETUR. (25 de Febrero de 2010). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado el 5 de Enero de 2014, de Tratado de Libre Comercio Perú - China: http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=39&Itemid=56

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2010). Informe sectorial de la Industria del Calzado. <http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Calzado3.pdf>.

[www. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.gob.pe](http://www.SuperintendenciaNacionaldeAdministraciónTributaria.gob.pe)

[www. Centro de Comercio Exterior \(CCEX\) de la Cámara de Comercio de Lima](http://www.CentrodeComercioExterior(CCEX)deLaCámaradeComerciodeLima)

[www. Ministerio de](http://www.Ministerio.de)

Producción.gob.pe

ANEXOS:

Anexo 01

Empresa comercializadora de Zapatos: Priscilla



Fuente: elaboración propia

Anexo 02

Empresa comercializadora de Zapatos: Alexander



Fuente: elaboración propia