



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA  
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**ARMARIO CIRCULAR PARA MUJERES**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de  
Negocios**

**TANIA IVON CHUQUIHUACCHA MENDOZA  
(0000-0001-9184-5858)**

**ITALA LIZBETH PEREZ CABRERA  
(0000-0002-4610-162X)**

**Ica-Perú  
2022**

**Dedicatoria**

*A DÍOS,  
Nuestros Padres,  
Hijos y Familiares.*

## **Índice General**

### **Resumen ejecutivo**

### **Introducción**

### **Capítulo 1 Identificación del problema u oportunidad**

- 1.1. Selección del problema o necesidad a resolver.....13
- 1.2. Validación del problema.....20
- 1.3. Descripción del cliente.....27

### **Capítulo 2 Diseño del producto o servicio innovador**

- 2.1. Aplicación de la metodología Design Thinking .....28
- 2.2 Características del producto o servicio innovador validado.....47

### **Capítulo 3 Elaboración del modelo de negocio**

- 3.1. Definición de la propuesta de valor de negocio.....48
- 3.2. Elaboración del lienzo modelo de negocio.....52
- 3.3. Descripción del prototipo de lanzamiento.....61

### **Capítulo 4 Validación del modelo de negocio**

- 4.1. Aplicación de la metodología Lean Startup.....70
- 4.2. Descripción del modelo de negocio validado.....75

### **Capítulo 5 Análisis de rentabilidad**

- 5.1. Determinación del punto de equilibrio.....97
- 5.2. Determinación de las necesidades de inversión.....98
- 5.3. Evaluación económica y financiera.....112

### **Conclusiones y recomendaciones.....116**

### **Referencias bibliográficas.....117**

### **ANEXOS .....118**

## Índice de Tablas

Tabla N° 1 – Matriz de Vester .....	17
Tabla N° 2 – Guion de entrevista.....	20
Tabla N° 3 – Priorización de preguntas y respuestas.....	21
Tabla N° 4 – Hipótesis Problema .....	22
Tabla N° 5 – Hipótesis Cliente .....	23
Tabla N° 6 – Hipótesis Solución.....	24
Tabla N° 7 – Criterios de Priorización.....	26
Tabla N° 8 – Primera pregunta - género .....	29
Tabla N° 9 – Segunda pregunta - preferencias .....	30
Tabla N° 10 – Tercera pregunta - frecuencia.....	31
Tabla N° 11 – Cuarta pregunta – Inversión en compra .....	32
Tabla N° 12 – Quinta pregunta – Preferencias .....	33
Tabla N° 13 – Sexta pregunta – Tema Online .....	34
Tabla N° 14 – Séptima pregunta – Tallas .....	35
Tabla N° 15 – Gastos Fijos al Mes .....	97
Tabla N° 16 – Punto de Equilibrio Mensual.....	97
Tabla N° 17 – Inversión Total .....	98
Tabla N° 18 – Partes de la Inversión .....	98
Tabla N° 19 – Inversión Tangible.....	99
Tabla N° 20 – Inversión Intangible.....	100
Tabla N° 21 – Gastos Administrativos .....	101
Tabla N° 22 – Gastos Administrativos al año.....	102
Tabla N° 23 – Gastos de Ventas .....	103
Tabla N° 24 – Presupuesto Operativo.....	104

Tabla N° 25 – Presupuesto de Marketing y Ventas .....	105
Tabla N° 26 – Demanda.....	105
Tabla N° 27 – Fechas Festivas.....	106
Tabla N° 28 – Ingresos Netos .....	106
Tabla N° 29 – Ingresos Brutos.....	107
Tabla N° 30 – Precio de las cajas.....	107
Tabla N° 31 – Tasa de Crecimiento.....	107
Tabla N° 32 – Costo Variable de Producción .....	108
Tabla N° 33 – Promedio de costos variables .....	109
Tabla N° 34 – Costos Fijos .....	109
Tabla N° 35 – Costos Variables por Servicios .....	110
Tabla N° 36 – Costos de Ventas .....	110
Tabla N° 37 – Costo de ventas del primer año .....	111
Tabla N° 38 – Estado de Resultados Integrales .....	112
Tabla N° 39 – Estado de Situación Financiera .....	113
Tabla N° 40 – WACC y COK .....	113
Tabla N° 41 – Flujo de caja proyectado.....	114
Tabla N° 42 – VAN .....	114
Tabla N° 43 – TIR .....	115
Tabla N° 44 – Beneficio / Costo.....	115
Tabla N° 45 – Tamaño de muestra .....	118
Tabla N° 46 – Cantidad de mujeres .....	118
Tabla N° 47 – Mercado Potencial.....	119
Tabla N° 48 – Mercado Disponible .....	119
Tabla N° 49 – Mercado Efectivo .....	120
Tabla N° 50 – Mercado Objetivo.....	120
Tabla N° 51 – Pregunta sobre el precio .....	121

Tabla N° 52 – Planilla de Eco Moda .....	122
Tabla N° 53 – Préstamo Bancario.....	123
Tabla N° 54 – Ratios Financieros .....	124
Tabla N° 55 – Presupuesto operativo.....	125
Tabla N° 56 – Liquidación IGV.....	126

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 1 – Lluvia de Ideas .....	16
Gráfico N° 2 – Plano Cartesiano de la Matriz de Vester .....	18
Gráfico N° 3 – Árbol de Problemas .....	19
Gráfico N° 4 – Primera pregunta - género .....	29
Gráfico N°5 – Segunda pregunta – preferencias.....	30
Gráfico N°6 – Tercera pregunta - frecuencia.....	31
Gráfico N°7 – Cuarta pregunta – Inversión en compra .....	32
Gráfico N° 8 – Quinta pregunta – Preferencias .....	33
Gráfico N°9 – Sexta pregunta – Tema Online .....	34
Gráfico N°10 – Séptima pregunta – Tallas .....	35
Gráfico N°11 – Mapa de Empatía.....	36
Gráfico N° 12 – Ideación .....	38
Gráfico N° 13 – Armario Circular .....	39
Gráfico N° 14 – Prendas de Material Orgánico .....	40
Gráfico N° 15 – Alquiler por Temporada .....	41
Gráfico N° 16 – Aplicativo para Prendas .....	41
Gráfico N° 17 – Posibles Soluciones .....	42
Gráfico N° 18 – Inicio del Prototipo.....	43
Gráfico N° 19 – Nosotros. Eco Moda.....	44
Gráfico N° 20 – Consultas sobre Eco Moda.....	45
Gráfico N° 21 – Manera de Contacto .....	46
Gráfico N° 22 – Lienzo de Clientes .....	49
Gráfico N° 23 – Lienzo de la Propuesta de Valor .....	51
Gráfico N°24 – Lienzo Canvas .....	53
Gráfico N° 25 – Descripción de la Plataforma .....	61

Gráfico N° 26 – Catalogo de Prendas .....	62
Gráfico N° 27 – Información de Eco Moda.....	63
Gráfico N° 28 – Información de Eco Moda.....	66
Gráfico N° 29 – Referente al alquiler .....	67
Gráfico N° 30 – Prendas de alquiler .....	68
Gráfico N° 31 – Producto Mínimo Viable.....	71
Gráfico N° 32 – Satisfacción del Servicio .....	73
Gráfico N° 33 – Recomendación del Servicio.....	73
Gráfico N° 34 – Mejoras de la Plataforma.....	74
Gráfico N° 35 – Satisfacción del servicio.....	74
Gráfico N° 36 – Prototipo Final de la Plataforma .....	76
Gráfico N° 37 – Medios de pago de eco moda .....	77
Gráfico N° 38 – Acerca de Eco Moda .....	78
Gráfico N° 39 – Cajas de alquiler.....	79
Gráfico N° 40 – Catálogo de Prendas .....	81
Gráfico N° 41 – Preguntas Frecuentes.....	82
Gráfico N° 42 – Testimonios.....	83
Gráfico N° 43 – Equipo de Gestión.....	84
Gráfico N° 44 – Inventario .....	86
Gráfico N° 45 – Manera de Contacto .....	87
Gráfico N° 46 – Línea de Vestidos.....	88
Gráfico N° 47 – Línea de Blusas .....	89
Gráfico N° 48 – Línea de Faldas y Shorts .....	90
Gráfico N° 49 – Línea de Pantalones.....	91
Gráfico N° 50 – Línea de Enterizos.....	92
Gráfico N° 51 – Línea de Sacos.....	93
Gráfico N° 52 – Modo de Limpieza .....	94



Gráfico N° 53 – Requerimiento de Blusas.....	94
Gráfico N° 54 – Requerimiento de Faldas.....	94
Gráfico N° 55 – Requerimiento de Pantalones.....	95
Gráfico N° 56 – Requerimiento de Shorts.....	95
Gráfico N° 57 – Requerimiento de Enterizos.....	95
Gráfico N° 58 – Requerimiento de Vestidos.....	96
Gráfico N° 59 – Requerimiento de Sacos.....	96

## Resumen Ejecutivo

“ECO MODA” es una empresa que se dedica al alquiler de prendas de vestir para damas por medio de una plataforma virtual (Página Web), tenemos como aliados estratégicos a proveedores de la ciudad de Lima para la fabricación de ropa como blusas, pantalones, enterizos, blazer y demás, la finalidad de la producción recae sobre su posterior alquiler, de esta manera estamos reduciendo la frecuencia de compra de las usuarias con la finalidad de reducir el incremento de la huella de carbono en el sector textil y también evitar que haya acumulación de prendas sin usar en el armario de las mujeres.

El perfil a quien se dirige “ECO MODA” son mujeres del Distrito Iqueño, que pertenezcan al NSE A y B y que estén en una edad de 18 a 45 años, nos enfocamos en este segmento ya que la mayoría se enfoca en realizar compras online y la frecuencia de compra es bastante alta, contamos con diferentes competidores directos e indirectos, pero no hay una propuesta de valor como el alquiler de prendas de manera mensual, por ende, detectamos una oportunidad para ingresar al mercado.

La plataforma web, será diseñada y creada por un proveedor externo (ARPYNET), este mismo hará las actualizaciones de manera mensual para así brindar una mejor experiencia al consumidor, se sabe que la industria textil está avanzando considerablemente y es bueno para la economía SÍ, pero tiene sus desventajas al momento de la fabricación, ya que tiene un alto grado de contaminación, siendo la segunda industria más contaminante del Mundo, por ello el alquiler de prendas es una propuesta con la finalidad de crear conciencia y reducir el incremento de fabricación.

Para la puesta en marcha se necesita invertir un total de S/ 186,816.41 soles, de los cuales el 37% será por aporte de una entidad financiera y el 63% lo aportaran las socias, analizando los indicadores de rentabilidad se obtuvo un VANF de S/ 122,242.11 soles y una TIRF de 46%, como se ven los resultados son positivos, esto indica que el presente proyecto es viable y a su vez rentable para su ejecución.

## Introducción

Vivimos en un mundo cambiante, a menudo salen empresas ligadas a cubrir o satisfacer una necesidad en común, emplean estrategias ofensivas y defensivas para generar mayores ingresos y posicionamiento, se enfocan también en el aspecto tecnológico, adaptándose a los nuevos cambios que esto conlleva.

Tal es el caso de “ECO MODA” que se enfoca en la creación de una plataforma web para alquiler de prendas de manera mensual, para este proyecto se tuvieron en cuenta cinco capítulos, los cuales se detallan a continuación:

**El capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad,** se relaciona con la problemática general que se tiene para tratar una posible solución, se realiza la creación de la lluvia de ideas, se valida mediante entrevistas y se define el tipo de cliente al cual nos dirigimos.

**El capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador,** Se aplica la Metodología Design Thinking, detallando cinco aspectos claves que servirán para conocer al consumidor y prototipar la solución ideal, finalizando con las características del servicio.

**El capítulo III: Elaboración del modelo de negocio,** Aquí detallamos dos lienzos, enfocados en segmento de clientes y propuesta de valor, definimos igual el Lienzo Canvas con sus 9 bloques y mediante el BALSAMIQ, prototipamos la solución de dicho problema central.

**El capítulo IV: Validación del modelo de negocio,** Aplicamos la Metodología Lean Startup, creada por Eric Ries, con el proceso de creación. Evaluación y testeado, acabando con la propuesta final del prototipo, teniendo en cuenta el Producto Mínimo Viable.

**El capítulo V: Análisis de Rentabilidad**, Analizamos las fuentes de ingresos, egresos, financiamiento e indicadores de rentabilidad para saber si el proyecto resulta rentable.

## Capítulo 1

### Identificación del problema u oportunidad

#### 1.1. Selección del problema o necesidad a resolver

##### Antecedentes:

Refiriéndonos a moda, es un pilar fundamental en la historia del feminismo, se dice que forma parte de una herramienta para luchar por la igualdad, sin duda estos factores no son del todo favorables, esta industria de la moda es la segunda industria que más contaminación genera a nivel mundial, seguida del petróleo, la UNCTAD, es su reciente investigación sobre la producción de prendas (vestidos), indica que cada año se utiliza alrededor de 93,000 millones de metros cúbicos de agua en esta producción, cantidad necesaria para satisfacer la necesidad básica de alrededor de cinco millones de personas.(news. 2019)

La producción de ropa en los últimos años se ha visto duplicada, tomando como referencia el año 2000 hasta 2015, según un estudio de The Prize, acerca de la reducción de contaminación en el sector de la moda, lo que más está generando preocupación es el tiempo de uso de las prendas, existe una demanda creciente por comprar cada vez más ropa, pero el uso que se brinda es de corto tiempo, si antes una prenda la usaban entre 3 a 4 meses, estos tiempos se han reducido en un 36%, generando acumulación y contaminación a su vez.

El Perú no es ajeno a esta problemática, los residuos sólidos que se generan están alrededor de los tres millones de toneladas al año, y se prevé que esto se duplique en 15 a 20 años, algunas empresas vienen adoptando medidas para controlar esta problemática y brindar algunas soluciones, el caso de Latam Airlines Perú, que creo un programa “Segundo Vuelo” de responsabilidad social, con la finalidad de promover el reciclaje Textil en territorio peruano, consiste en la donación de sacos, faldas, pantalones, entre otras prendas de sus colaboradores que no usen a la Asociación SISAN (artesanas), para que puedan convertirlas en artículos que revaloricen la industria, entre lo que producen están las carteras, estuches, neceseres y demás productos, gracias a ello 26 toneladas de CO2 no fueron emitidas al planeta, gracias al programa de Latam.

Sabiendo las oportunidades de mejora, es fundamental tomar iniciativas que ayuden a concientizar esta problemática, una de ellas es la moda sostenible por medio del armario circular, la propuesta se centra en renovar la ropa que las damas tienen en su armario, “alquilar en vez de comprar y acumular”, los consumidores en la actualidad se enfocan no tanto en la economía, también se interesan por la sostenibilidad, queriendo lucir las últimas tendencias en cuanto a moda y buscar precios accesibles.

### **Lluvia de Ideas:**

Lluvia de ideas, es una herramienta que se trabaja en equipo ya que potencia la creatividad para lograr encontrar soluciones a situaciones concretas. Esta técnica fue planteada por el estadounidense Alex Kaickney Osborn (publicista, escritor, periodista y empresario) en el año 1948 en su libro *Your Creative Power* (Tu poder creativo) en un capítulo titulado “como organizar a un equipo para crear ideas”.

Como problemática central es el incremento huella de carbono en la fabricación de prendas, entre las ideas definidas están:

#### ➤ **Alquiler de ropas:**

Vivimos ante una tendencia que el consumidor no llena sus armarios de ropa barata que quizá la use una o dos veces y luego lo deje olvidado; por tal razón con el objetivo de poder reducir el impacto de la industria de la moda, ya que esta es la segunda más contaminante del mundo ¿por qué comprar ropa cuando puedes alquilarla? Otorga la posibilidad de mediante catálogos mensuales puedas cambiar de prendas, estrenar nuevas prendas, pero a su vez reducir la huella de carbono de tu ropero.

#### ➤ **Armario Circular:**

Resaltando que el auge de los nuevos consumidores, están situados en la generación millennials, quienes ya no están interesados en “poseer” si no en “disfrutar” de prendas. Con este armario circular queremos ayudar a las clientas a renovar sus armarios mes a mes, sin necesidad que hagan grandes gastos y se sobre endeuden con

tarjetas de crédito, acumulando ropa. Se propone usando un aplicativo que permita bajo una suscripción mensual disfrutar de diferentes prendas cada 30 días.

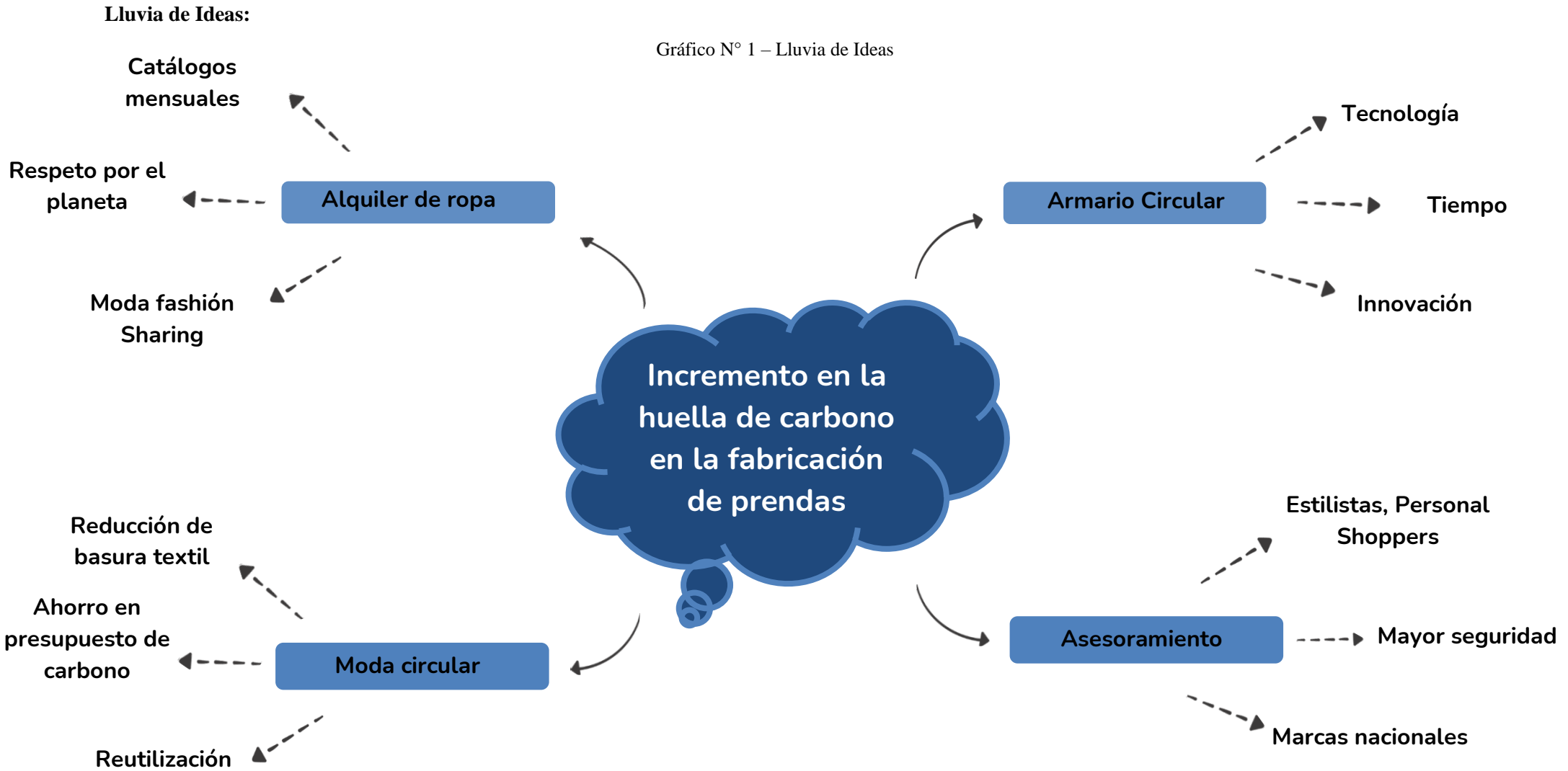
➤ **Asesoramiento:**

Por si necesitas ayuda a la hora de decidir los looks, unos equipos de estilistas te asesoran en las tallas para que cuando se reciba la prenda no haya sorpresas. Al brindar un servicio on-line se evita que la clienta tenga que exponerse al coronavirus yendo a una tienda física y también de esta manera ofreciendo marcas nacionales ayudamos a la creación de empleo en nuestro país.

➤ **Moda circular:**

Uno de los propósitos fundamentales de la moda circular es el de alargar el ciclo vital de las prendas y reducir la producción de ropa, antes de pensar en su reposición o “regreso al ciclo”. También la de aportar a la educación del consumidor en el cuidado, lavado y todo lo que contribuye en la prolongación de su vida útil.

Gráfico N° 1 – Lluvia de Ideas





## Matriz de Vester:

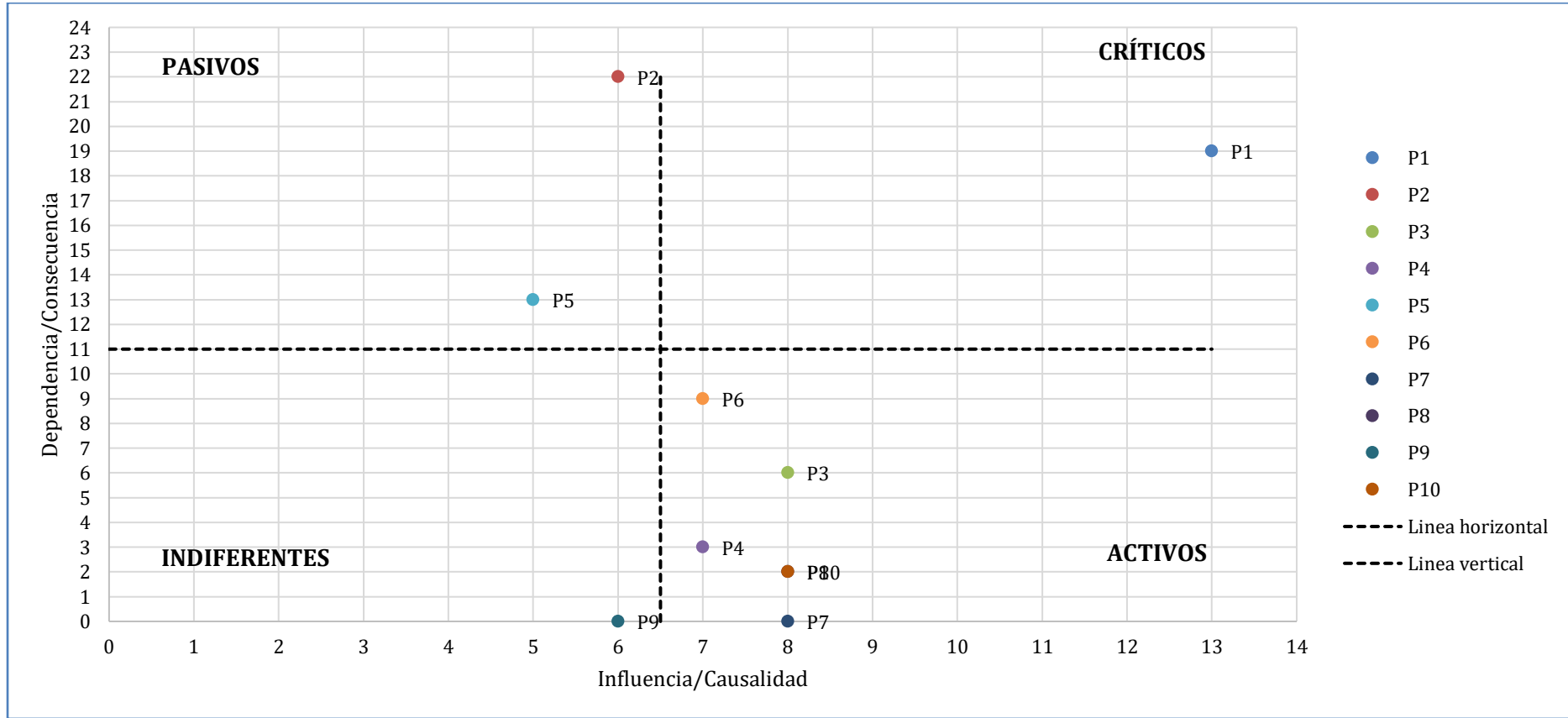
Tabla N° 1 – Matriz de Vester

Situación problemática												
La industria de la moda es la segunda más contaminante a nivel mundial												
Código	Datos	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	INFLUENCIA
P1	Incremento de la huella de carbono en la fabricación de prendas	0	3	1	3	2	3	0	1	0	0	13
P2	Acumulación de prendas en nuestro armario	2	0	1	0	1	2	0	0	0	0	6
P3	Cambios de tendencias de moda por estaciones del año	3	3	0	0	1	0	0	0	0	1	8
P4	Falta de difusión sobre la contaminación textil	3	3	1	0	0	0	0	0	0	0	7
P5	Ritmo acelerado en cambio de tendencias de moda incentivan compras compulsivas	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	5
P6	Poder adquisitivo alto para adquirir prendas de moda	3	2	0	0	2	0	0	0	0	0	7
P7	Sobreendeudamiento en tarjetas de créditos por adquirir prendas de moda	3	3	0	0	2	0	0	0	0	0	8
P8	Comunicación comercial	0	3	1	0	2	1	0	0	0	1	8
P9	La depresión y los problemas de ansiedad, entre las causas a las compras compulsivas	2	1	0	0	2	1	0	0	0	0	6
P10	Accesibilidad e Incremento del comercio electrónico	2	2	1	0	1	1	0	1	0	0	8
<b>DEPENDENCIA</b>		<b>19</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>76</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Plano Cartesiano:

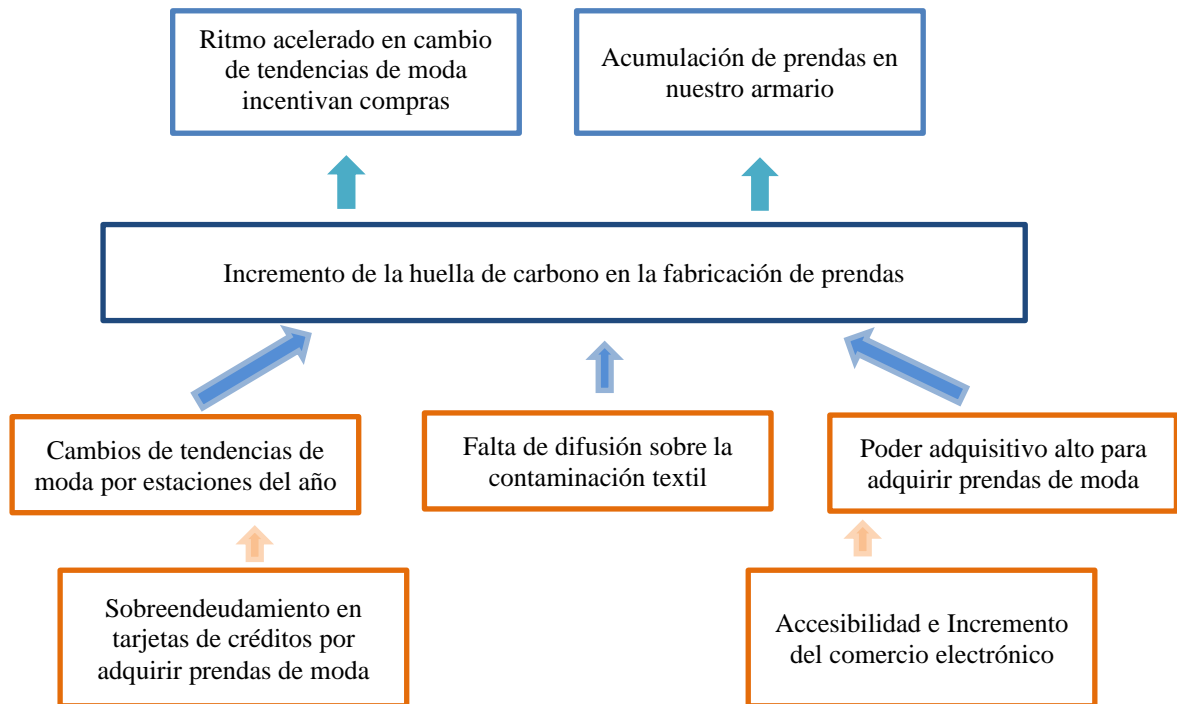
Gráfico N° 2 – Plano Cartesiano de la Matriz de Vester



Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Árbol de Problemas:

Gráfico N° 3 – Árbol de Problemas



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Para precisar el árbol de problemas, lo primero es identificar como problemas raíces las problemáticas P3, P4, P6, P7, P8 y P10, como problema central la problemática P1, y como problemas efectos las problemáticas P2 y P5.

## 1.2. Validación del problema

Respecto a la validación de la problemática, se planteó una entrevista a 10 mujeres del Distrito Iqueño, con la finalidad de recabar información acerca del problema central, se formularon un total de 6 preguntas específicas.

### Preguntas de entrevistas

1. En su armario ¿Tiene prendas que sólo lo uso una o dos veces?
2. ¿Sabía usted que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo?
3. Sabe, ¿Qué es la moda sostenible?
4. Teniendo conocimiento de que la ropa ya producida es la que menos contamina ¿Estarías dispuesta a alquilar prendas?
5. Actualmente ¿conoce de alguna página web o App que le brinde este servicio?
6. ¿Estaría dispuesta a ahorrar dinero consumiendo ropa de calidad en rotación?

### Entrevista realizada

Tabla N° 2 – Guion de entrevista

<b>Guión:</b>
<p>Datos: _____</p> <p>Hola que tal, somos dos integrantes de la escuela “Zegel Ipae”, en esta oportunidad venimos realizando una investigación acerca de un proyecto de alquiler de prendas, podría usted responder algunas preguntas de esta entrevista sobre el proyecto que estamos formulando el cual es un armario circular para reducir la contaminación en el medio ambiente y priorizar la moda sostenible en las mujeres del Distrito Iqueño, sus respuestas serán fundamentales para la toma de decisiones.</p> <p>¡Gracias de antemano!</p> <p>A que se dedica en su día a día (dejar que el entrevistado fluya en su respuesta), En su armario ¿Tiene prendas que sólo lo uso una o dos veces?, Si menciono la palabra si o siempre ¿Sabía usted que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo?, Sabe, ¿Qué es la moda sostenible?, Teniendo conocimiento de que la ropa ya producida es la que menos contamina ¿Estarías dispuesta a alquilar prendas?, Actualmente ¿conoce de alguna página web o App que le brinde este servicio? (explayar), ¿Estaría dispuesta a ahorrar dinero consumiendo ropa de calidad en rotación (explayar), Qué piensa acerca de algunas soluciones como estas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.</li> <li>2. Plataforma virtual que permita la recolección de prendas que no usen las mujeres a cambio de accesorios.</li> <li>3. Colocación de prendas de vestir de clientes para su posterior alquiler.</li> <li>4. Plataforma virtual sobre asesoramiento en moda y vestir.</li> </ol> <p>¿Qué piensa de una plataforma web que ayude a reducir los problemas de contaminación por la industria textil y priorizar la moda sostenible?</p>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Priorización de Preguntas y Respuestas:

Tabla N° 3 – Priorización de preguntas y respuestas

Preguntas	Respuestas
En su armario ¿Tiene prendas que sólo lo uso una o dos veces?	De los 10 entrevistados, el 90% como mínimo tiene prendas en su armario que solo utilizo de 1 a 2 veces y el 10% no.
¿Sabía usted que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo?	Entre las respuestas más repetidas fueron: no tenía idea, desconocía sobre ello.
Sabe, ¿Qué es la moda sostenible?	El 80% de personas menciono no tener conocimiento sobre el tema.
Teniendo conocimiento de que la ropa ya producida es la que menos contamina ¿Estarías dispuesta a alquilar prendas?	El 100% de entrevistados (10) considera que es mejor dar a conocer la moda sostenible y reducir la contaminación ambiental.
Actualmente ¿conoce de alguna página web o App que le brinde este servicio?	El 85% indico que no conocían ninguna plataforma.
¿Estaría dispuesta a ahorrar dinero consumiendo ropa de calidad en rotación?	El 60% de personas indico que sí, siempre y cuando sea prendas de calidad con un precio de alquiler considerable.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Hipótesis Problema

Como principal problemática se tiene el incremento de la huella de carbono en la fabricación de prendas, en esta hipótesis se tiene reseña el Lienzo Canvas, teniendo en cuenta la entrevista realizada a las mujeres, con una probabilidad de éxito del 80%, parte mayor de entrevistadas menciono que la contaminación del medio ambiente en el mundo textil está cada vez en aumento y no hay muchas soluciones en este contexto.

Tabla N° 4 – Hipótesis Problema

<b>Problema</b>	Incremento de la huella de carbono en la fabricación de prendas
<b>Hipótesis</b>	Las mujeres por lo general son impulsivas al momento de realizar compras, compran por gustos, moda o de manera innecesaria, llegando así a tener variedad de ropa y generando acumulación.
<b>Validación</b>	Propuesta de valor, perfil de cliente
<b>Método</b>	Entrevista
<b>Métrica</b>	Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.
<b>Criterio de éxito</b>	60% de aceptación
<b>Resultado</b>	80% como resultado
<b>Resultado</b>	Las mujeres si sabe n que la producción y acumulación de prendas afecta al planeta.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Hipótesis cliente

Se tiene como problema la acumulación de prendas en el armario de las mujeres, se valida mediante la propuesta de valor, para ello se realizaron entrevistas y el método de la observación, el éxito como mínimo que se requería era del 50%, y el 80% de personas entrevistadas indicaron que existen empresas que se dedican a producir prendas hechas de material reciclado, las personas sienten que el incremento de la contaminación de la industria textil es muy importante, por eso implementar la moda sostenible sería una buena opción.

Tabla N° 5 – Hipótesis Cliente

<b>Problema</b>	Acumulación de prendas en nuestro armario
<b>Hipótesis</b>	Propuesta de valor
<b>Validación</b>	Entrevista / Observación
<b>Método</b>	Cantidad de personas que requieran utilizar, Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.
<b>Métrica</b>	50% de aceptación
<b>Criterio de éxito</b>	80% como resultado
<b>Resultado</b>	Existen empresas que se dedican a producir prendas hechas de material reciclado las mujeres saben que el incremento de la contaminación de la industria textil es muy importante, por eso implementar la moda sostenible sería una buena opción.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Hipótesis solución

La hipótesis planteada es crear una tienda virtual de alquiler de prendas que ayude a contrarrestar el incremento o acumulación de prendas en el armario, contrarrestar el incremento de la huella de carbono en la fabricación de prendas, para ello se toma el valor que percibirá el cliente y el perfil, logrando tener un resultado de 80% como aceptación, el aprendizaje es que sería de mucha ayuda, optimizaría la reducción de la huella de carbono en la fabricación de prendas, indicaron que sería muy bueno contar con esta plataforma.

Tabla N° 6 – Hipótesis Solución

<b>Problema</b>	Las personas que tienen prendas sin utilizar o que solo utilizaron de 1 a 2 veces tendrían un Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web, donde podrán alquilar prendas por un periodo determinado y brindar las suyas también.
<b>Hipótesis</b>	Valor percibido, perfil del cliente
<b>Validación</b>	Entrevistas
<b>Método</b>	Teniendo conocimiento de que la ropa ya producida es la que menos contamina ¿Estarías dispuesta a alquilar prendas?
<b>Métrica</b>	65% de aceptación
<b>Criterio de éxito</b>	80% como resultado
<b>Resultado</b>	El 80% de mujeres menciona que sería bueno optimizar la reducción de la huella de carbono en la fabricación de prendas, indicaron que sería muy bueno contar con esta plataforma.

Fuente: Elaboración Propia (2022)



**Priorización de Hipótesis:**

Para priorizar las alternativas de solución sobre la problemática, se plantaron 4 posibles soluciones, considerando ideas en la industria de la moda, para ello se presenta a continuación los pasos para la priorización de hipótesis.

**Problema General:**

“INCREMENTO DE LA HUELLA DE CARBONO EN LA FABRICACIÓN DE PRENDAS”

**Hipótesis (Alternativas de Solución):**

H1: Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.

H2: Colocación de prendas de vestir de clientes para su posterior alquiler.

H3: Plataforma virtual que permita la recolección de prendas que no usen las mujeres a cambio de accesorios.

H4: Plataforma virtual sobre asesoramiento en moda y vestir.

Las calificaciones tomadas en cuenta son:

- 1 : Malo
- 2: Regular
- 3: Bueno
- 4: Excelente

### Priorización de las Hipótesis:

Como principal Hipótesis se tiene la H1: Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web., con una valoración de 4.80 sobre las demás hipótesis, esto indica que se podría contrarrestar la problemática general enfocándonos en crear soluciones viables y de impacto.

Tabla N° 7 – Criterios de Priorización

Hipótesis (Alternativa de solución)	Ponderación	¿El cliente accedería?	PP	¿Cómo empresa se tienen los recursos?	PP	¿Se pueden realizar operaciones?	PP	¿Se cuenta con financiamiento?	PP	¿Se podrá desarrollar ?	PP	TOTALES
<b>Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.</b>	<b>0.30</b>	<b>4</b>	<b>1.2</b>	<b>4</b>	<b>1.2</b>	<b>4</b>	<b>1.2</b>	<b>2</b>	<b>0.6</b>	<b>2</b>	<b>0.6</b>	<b>4.80</b>
Colocación de prendas de vestir de clientes para su posterior alquiler.	0.25	4	1	3	0.75	2	0.5	3	0.75	2	0.5	3.50
Plataforma virtual que permita la recolección de prendas que no usen las mujeres a cambio de accesorios.	0.20	4	0.8	4	0.8	3	0.6	2	0.4	3	0.6	3.20
Plataforma virtual sobre asesoramiento en moda y vestir.	0.25	2	0.5	3	0.75	1	0.25	3	0.75	2	0.5	2.75
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.5</b>		<b>3.5</b>		<b>2.55</b>		<b>2.5</b>		<b>2.2</b>	

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### 1.3. Descripción del cliente

#### Características Demográficas

Esta variable es la ciencia de estudiar las características, estructura y el tamaño de la población.

Enfocándonos en:

- **Edad:** De 18 a 45 años
- **Sexo:** Femenino
- **Nivel Socioeconómico:** A, B
- **Residencia:** Ica
- **Ocupación:** Estudiantes, emprendedoras, trabajadoras dependientes e independientes, amas de casa, etc.
- **Estado Civil:** Solteras, casadas, etc.

#### Características Psicográficas

Esta variable se enfoca en la personalidad, estilo de vida, intereses, para conocer con bastante precisión los hábitos de los consumidores.

Enfocándonos en:

- **Estilo de vida:** Modernas, abiertas al cambio constante.
- **Intereses:** relacionadas con la moda y tendencia, impredecibles, innovadoras.
- **Personalidad:** Extrovertidas, aficionadas por la moda, etc.

#### Características Conductuales:

Enfocándonos en el comportamiento de las mujeres y sus hábitos:

- **Expectativas:** Mujeres que buscan realización personal, superación y calidad.
- **Valores:** Responsables, Con virtudes, Honestidad.

## **Capítulo 2**

### **Diseño del producto o servicio innovador**

Para este punto se utilizó la Metodología Design Thinking, esta herramienta es fundamental ya que permite tener información de primera mano de los usuarios, para ello se realizaron encuestas para Empatizar y luego formular ideas y posibles soluciones de la problemática.

#### **2.1. Aplicación de la metodología Design Thinking**

La finalidad es saber cómo es nuestro cliente, definir que necesidades tienen, cuáles son los problemas que tiene en el día a día y plantear algunas soluciones que sirvan de ayuda e impacto.

Para el presente proyecto se empieza con el proceso de Empatizar, para ello formulamos algunas interrogantes por medio de una encuesta que se realizó a 30 personas del distrito de Ica (mujeres).

#### **Empatía:**

Como muestra se tuvo a 30 mujeres, incluidas las 10 que fueron entrevistadas, se definieron entre 8 a 9 interrogantes de respuesta cerradas, usualmente este proceso de Empatizar es para conocer a detalle características similares entre los usuarios (mujeres), conocer sus preferencias, hábitos de compra, entre otras cualidades que sirvan de sustento para validar la problemática.

A continuación, se presentan las preguntas e interpretación de cada una.

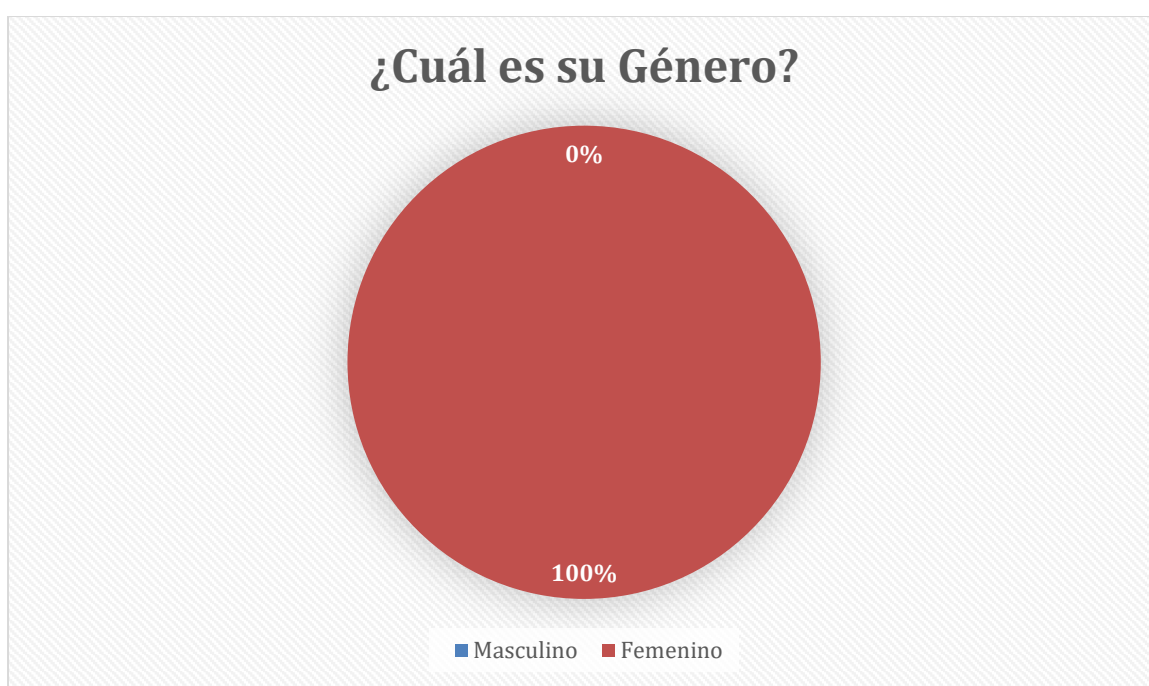
#### **Pregunta N° 1 – Referente al Género:**

Tabla N° 8 – Primera pregunta - género

¿Cuál es su Género?		
Alternativa	Porcentaje	Respuestas
Masculino	0%	0
Femenino	100%	30
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N° 4 – Primera pregunta - género



Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Interpretación:

De las 30 personas entrevistadas o encuestadas, observamos que el 100% pertenecen al género femenino, representado por 30 mujeres.

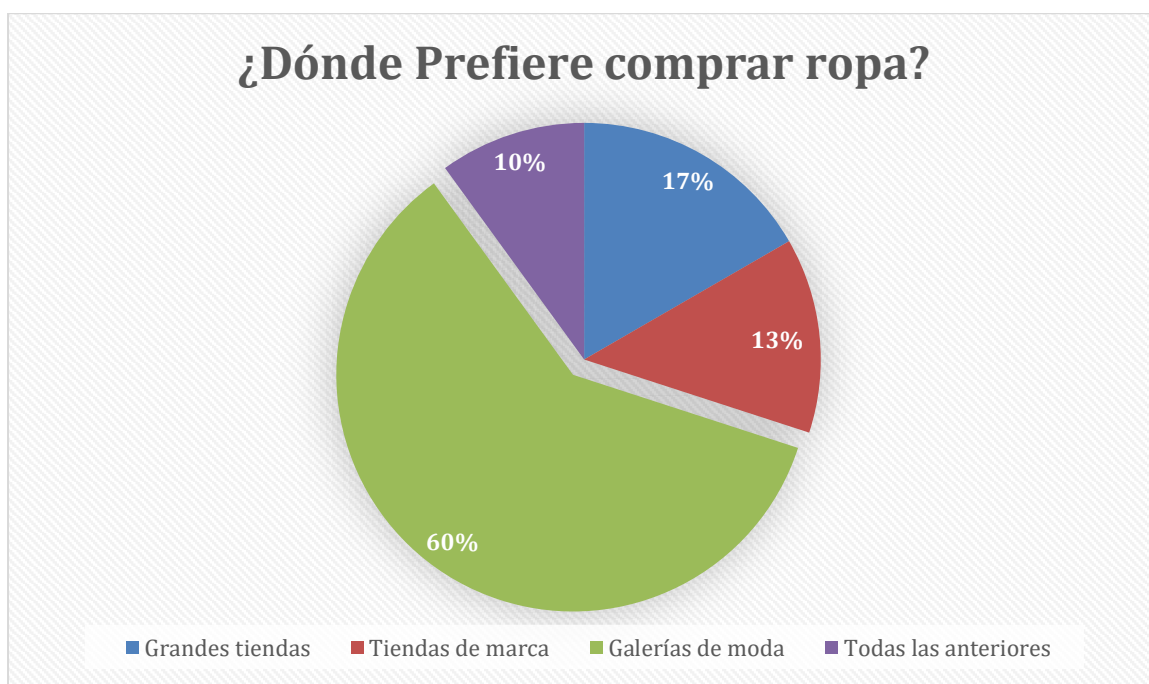
### Pregunta N° 2 – Preferencias:

Tabla N° 9 – Segunda pregunta - preferencias

¿Dónde Prefiere comprar ropa?		
Alternativa	Porcentaje	Respuestas
Grandes tiendas	17%	5
Tiendas de marca	13%	4
Galerías de moda	60%	18
Todas las anteriores	10%	3
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N°5 – Segunda pregunta – preferencias



Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Interpretación:

De las 30 personas entrevistadas o encuestadas, observamos que el 60% de mujeres prefiere comprar ropa en galerías de moda, el 17% en grandes tiendas, el 13% compra en Tiendas de marca, esto demuestra que gran parte del total, un 90% tiene determinado el lugar específico donde compra ropa.

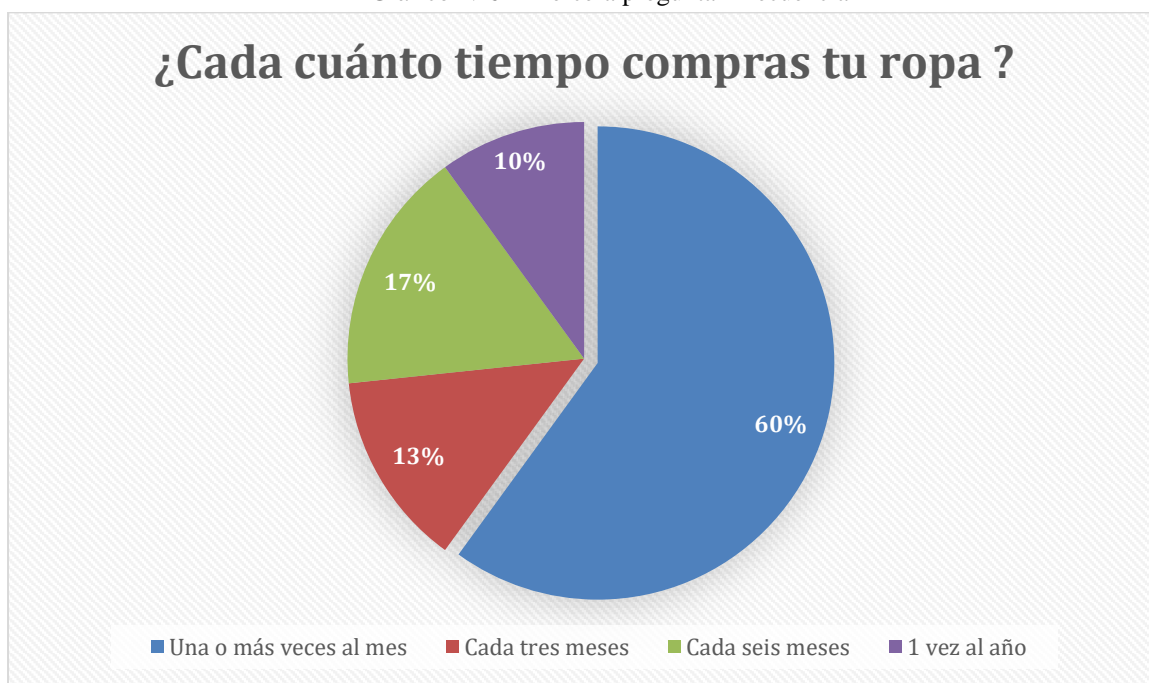
### Pregunta N° 3 – Frecuencia para comprar ropa:

Tabla N° 10 – Tercera pregunta - frecuencia

¿Cada cuánto tiempo compras tu ropa?		
Alternativa	Porcentaje	Respuestas
Una o más veces al mes	60%	18
Cada tres meses	13%	4
Cada seis meses	17%	5
1 vez al año	10%	3
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N°6 – Tercera pregunta - frecuencia



Fuente: Elaboración Propia (2022)

#### Interpretación:

De las 30 personas entrevistadas o encuestadas, observamos que el 60% de mujeres compra una o más veces al mes ropa, el 17% lo hace cada seis meses, el 13% compra ropa cada tres meses, esto demuestra que gran parte del total, un 90% tiene tendencia a comprar ropa en un periodo de tiempo no mayor de seis meses.

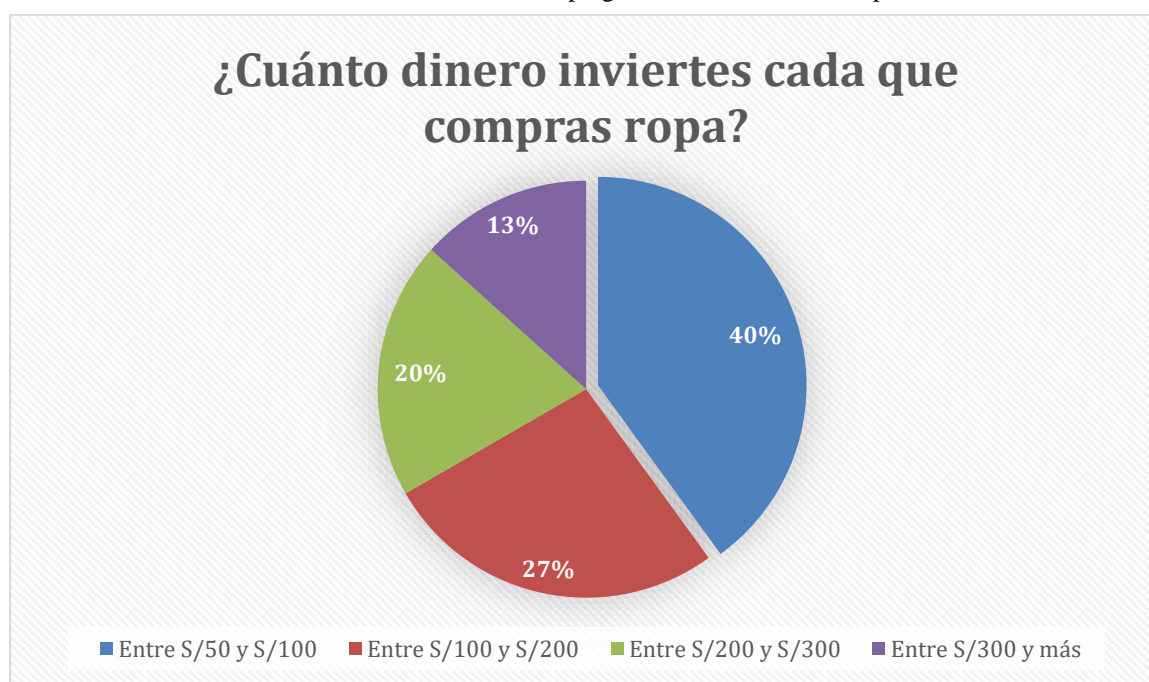
## Pregunta N° 4 – Inversión en compra de ropa:

Tabla N° 11 – Cuarta pregunta – Inversión en compra

¿Cuánto dinero inviertes cada que compras ropa?		
Alternativa	Porcentaje	Respuestas
Entre S/50 y S/100	40%	12
Entre S/100 y S/200	27%	8
Entre S/200 y S/300	20%	6
Entre S/300 y más	13%	4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N°7 – Cuarta pregunta – Inversión en compra



Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Interpretación:

De las 30 personas entrevistadas o encuestadas, observamos que el 40% de mujeres invierte entre s/50 y s/100 soles en cada compra de ropa, el 27% invierte entre s/100 y s/200 soles, mientras que el 20% invierte entre s/200 y s/300 soles en cada compra de ropa, esto demuestra que gran parte del total, un 87% invierte en cada compra de ropa entre s/50 y s/300 soles.



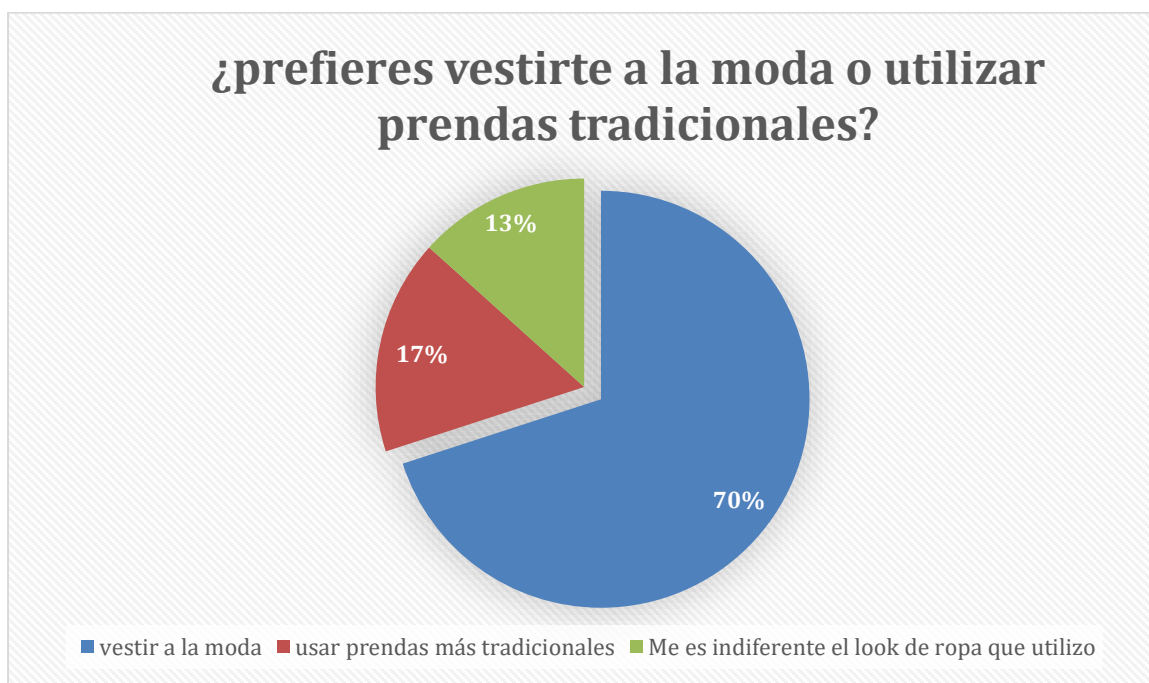
## Pregunta N° 5 – Preferencias al vestir:

Tabla N° 12 – Quinta pregunta – Preferencias

¿Prefieres vestirme a la moda o utilizar prendas tradicionales?		
Alternativa	Porcentaje	Respuestas
Prefiero vestir a la moda	70%	21
Prefiero usar prendas más tradicionales	17%	5
Me es indiferente el look de ropa que utilizo	13%	4
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N° 8 – Quinta pregunta – Preferencias



Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Interpretación:

De las 30 personas entrevistadas o encuestadas, observamos que el 70% de mujeres tiene como preferencia vestir a la moda, el 17% prefiere usar prendas más tradicionales, mientras el 13% le es indiferente el look de ropa que utiliza.

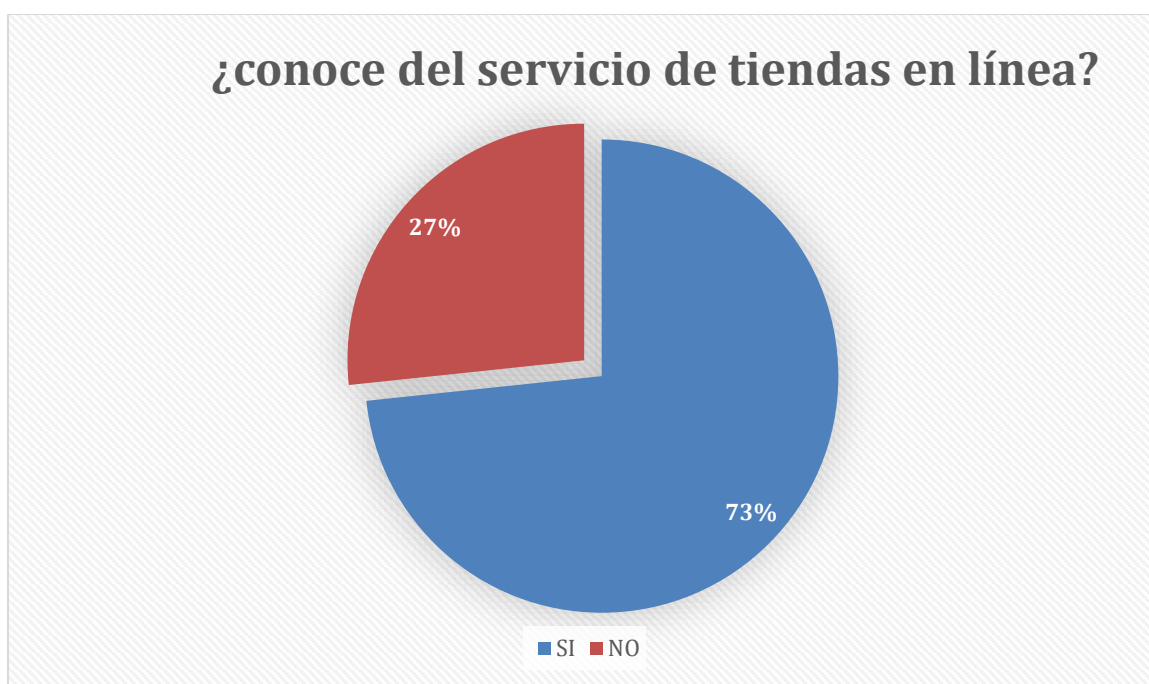
### Pregunta N° 6 – Conocimiento servicios de tiendas en línea:

Tabla N° 13 – Sexta pregunta – Tema Online

¿Conoce del servicio de tiendas en línea?		
Alternativa	Porcentaje	Respuestas
Si	73%	22
No	27%	8
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N°9 – Sexta pregunta – Tema Online



Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Interpretación:

De las 30 personas entrevistadas o encuestadas, observamos que el 73% de mujeres Si conoce de un servicio de tiendas en línea, mientras el 27% no conoce de dicho servicio en línea.

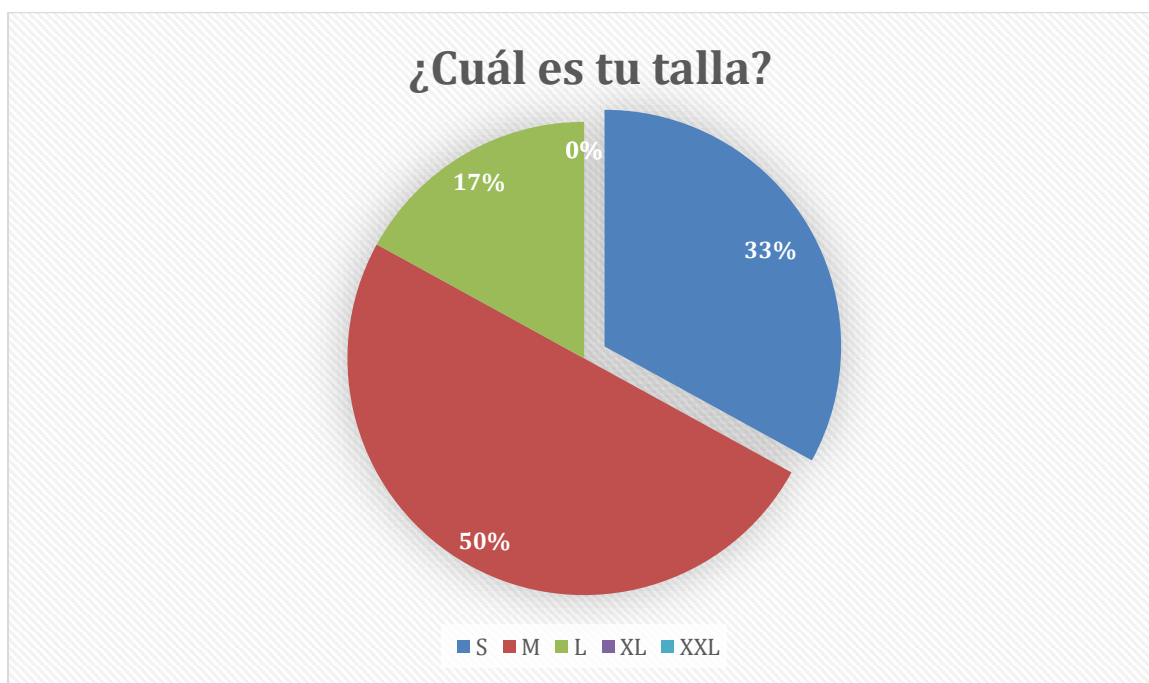
## Pregunta N° 7 – Talla de Ropa:

Tabla N° 10 – Séptima pregunta – Tallas

¿Cuál es tu talla?		
Alternativa	Porcentaje	Respuestas
S	33%	10
M	50%	15
L	17%	5
XL	0%	0
XXL	0%	0
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N°10 – Séptima pregunta – Tallas

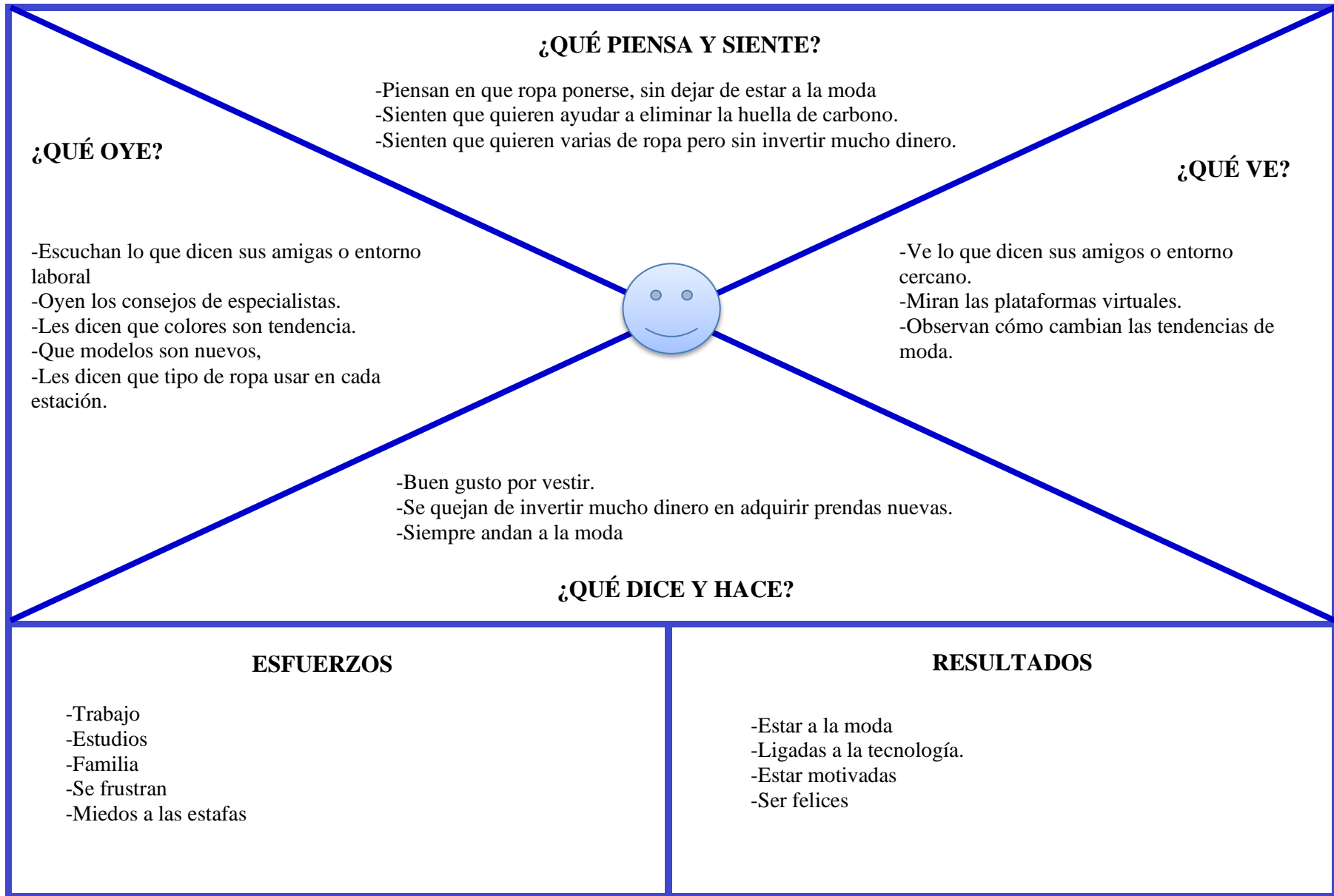


Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Interpretación:

De las 30 personas entrevistadas o encuestadas, observamos que el 33% de mujeres es de talla S, mientras el 50% es de talla M.

Gráfico N°11 – Mapa de Empatía



**Definir:**

Habiendo terminado con el proceso de Empatizar por medio de encuestas, consideramos a continuación algunas características o similitudes que tienen las usuarias en común, estas inquietudes guardan relación con la problemática general que es el **“incremento de la huella de carbono en fabricación de prendas”** para ello tomamos en cuenta las técnicas de investigación utilizadas, las entrevistas realizadas a 10 personas y luego las entrevistas con una muestra de 30 personas (incluidas las 10 entrevistadas).

**Necesidades de las Mujeres Encuestadas:**

Habiendo terminado con el proceso de Empatizar por medio de encuestas, consideramos a continuación las necesidades por parte de las usuarias:

- ❖ Compran prendas de vestir en galerías de moda.
- ❖ La frecuencia de compra es de como mínimo dos veces al mes.
- ❖ Invierten una cantidad de dinero elevada para adquirir prendas de vestir.
- ❖ La mayoría de mujeres prefiere usar prendas que estén a la moda.
- ❖ Tienen conocimiento de las compras online.
- ❖ Las prendas que compran las utilizan por un tiempo corto.
- ❖ Tienen a tener acumulación de prendas en su armario.
- ❖ Tienen indecisión al momento de escoger una prenda.

**Análisis de encuestas y entrevistas**

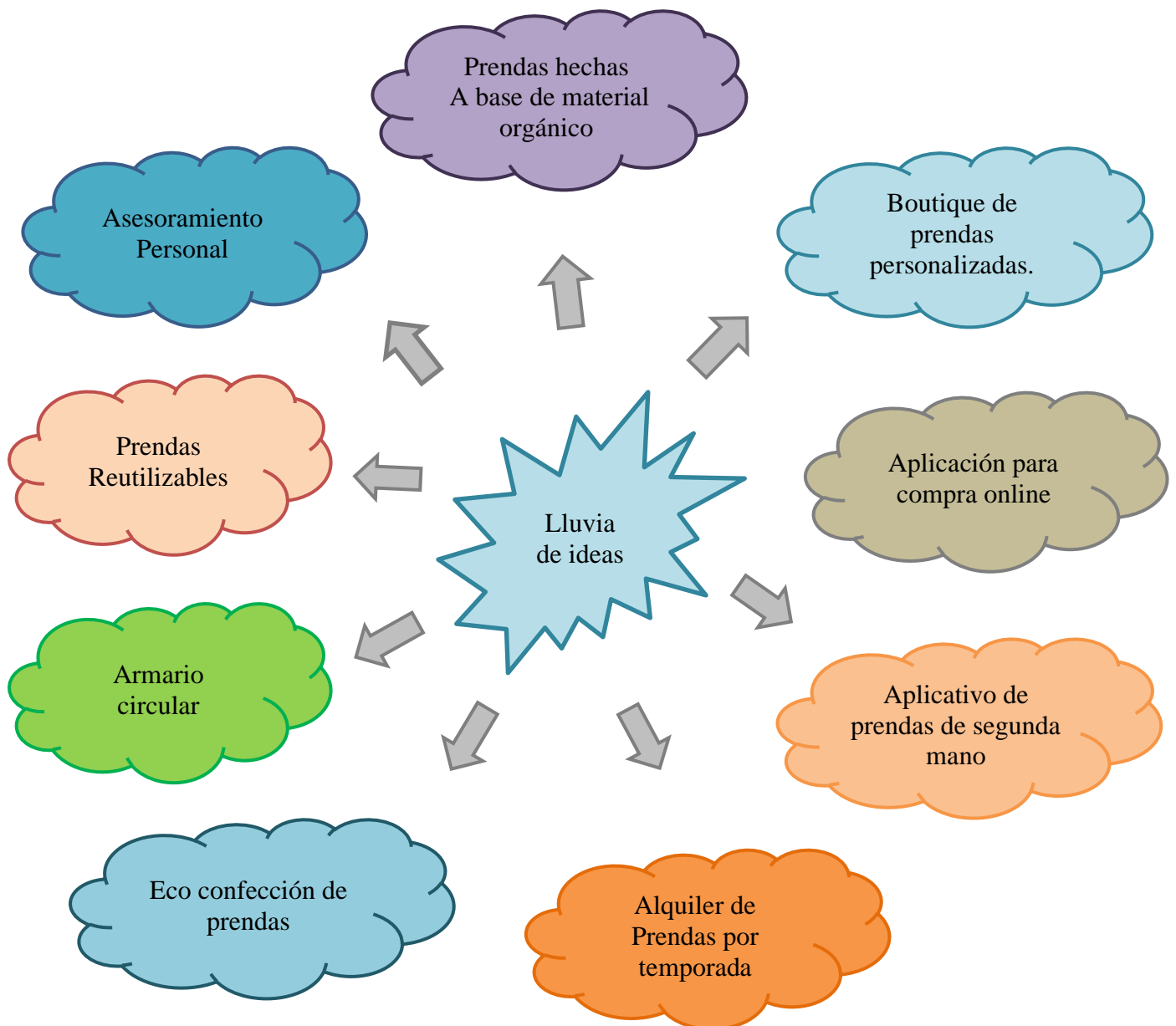
En esta técnica nos permite identificar a las personas que tienen prendas en su armario que solo han utilizado 1 a 2 veces o muchas veces ninguno. La mayoría de personas entrevistadas comentan que frecuentemente compran prendas en ocasiones especiales, cuando tienen acumulación de prendas la dejan en el armario sin brindarle una solución alguna.

Sabiendo que existe una acumulación de prendas en el armario de las usuarias y que la compra de ropa es continua, es ahí donde se genera el incremento de la huella de carbono. Para tal fin es que llegamos al siguiente punto que es la **IDEACIÓN**.

### Ideación:

El método a utilizar fue la lluvia de ideas, teniendo posibles soluciones para la problemática general (**incremento de la huella de carbono por la fabricación de prendas y acumulación de prendas en el armario**), estas soluciones se dan en base al problema general y también sobre las características que tienen las usuarias en común, por ello planteamos diferentes ideas que ayuden a contrarrestar esta problemática.

Gráfico N° 12 – Ideación



Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Posibles Soluciones

Definiendo las posibles soluciones, se seleccionaron soluciones que puedan reducir este problema central, entre las posibles soluciones se tienen:

### ❖ Armario Circular:

La creación de un armario circular, con este armario circular queremos ayudar a las clientas a renovar sus armarios mes a mes, sin necesidad que hagan grandes gastos y se sobre endeuden con tarjetas de crédito, acumulando ropa. Se propone usando un aplicativo que permita bajo una suscripción mensual disfrutar de diferentes prendas cada 30 días.

La función principal es conectar con mujeres que tienen prendas en su armario que solo han utilizado 1 a 2 veces o prendas sin utilizar, teniendo opción los clientes en poner sus prendas en alquiler y suscribirse para alquilar nuestras prendas por tiempo ilimitado. Se busca reducir el incremento de la huella de carbono en la industria textil.

Gráfico N° 13 – Armario Circular



Fuente: Google Imagen (2022)

### ❖ **Prendas a base de Material Orgánico:**

Una de las modas que actualmente empresas están poniendo en marcha, la moda sostenible se basa en confeccionar ropa con material orgánico, prendas libres de químicos que contribuyen al cuidado del medio ambiente, es una idea novedosa, atractiva para muchas personas, pero como sabemos esta moda se está empleando más en países desarrollados, y el Perú es un país con características diferentes, usualmente las mujeres prefieren prendas de algodón convencional y que es más usual para la fabricación textil.

Gráfico N° 14 – Prendas de Material Orgánico



Fuente: Google Imagen (2022)

### ❖ **Alquiler de Prendas por Temporada:**

Esta idea la vienen realizando diferentes empresas y es una de las tendencias que está de moda actualmente, es claro una idea novedosa que engloba aspectos positivos para el crecimiento empresarial, el alquiler por temporadas es en base a la moda por estación, de alguna manera se relaciona de manera directa con el armario circular, pero las prendas por temporada pueden ser de manera presencial y virtual a la vez.



Gráfico N° 15 – Alquiler por Temporada

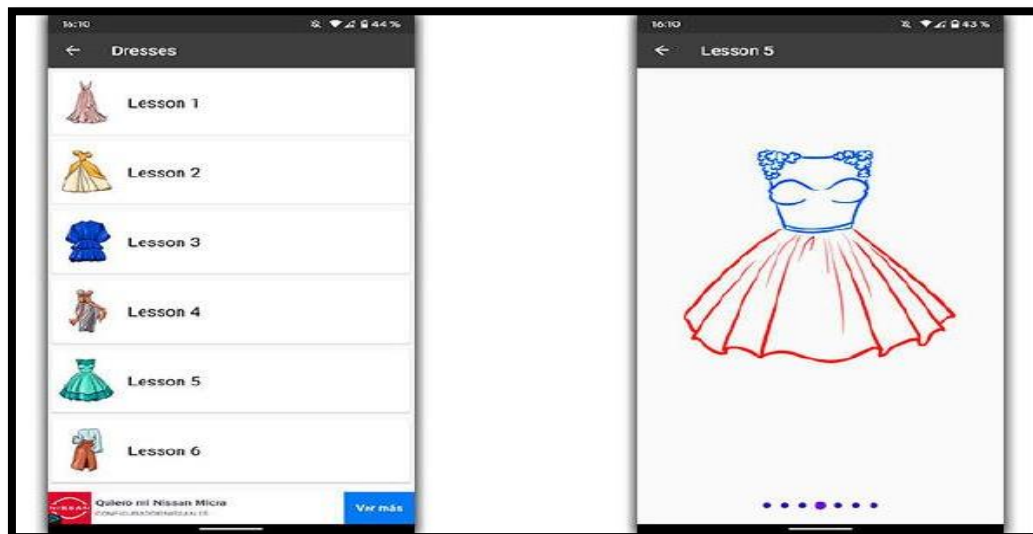


Fuente: Google Imagen (2022)

### ❖ **Aplicativo de Prendas de segunda mano:**

Esta idea la relacionamos con la tecnología, por medio de un aplicativo se puede conectar con diferentes clientes a fin de hacer intercambios de prendas entre usuarios, alquiler, ventas y demás operaciones en común, se considera una idea innovadora pero también a su vez resulta un poco riesgosa, motivo de que muchas personas no puedan relacionarse bien con el aplicativo o tengan un temor al momento de interactuar con otros usuarios.

Gráfico N° 16 – Aplicativo para Prendas



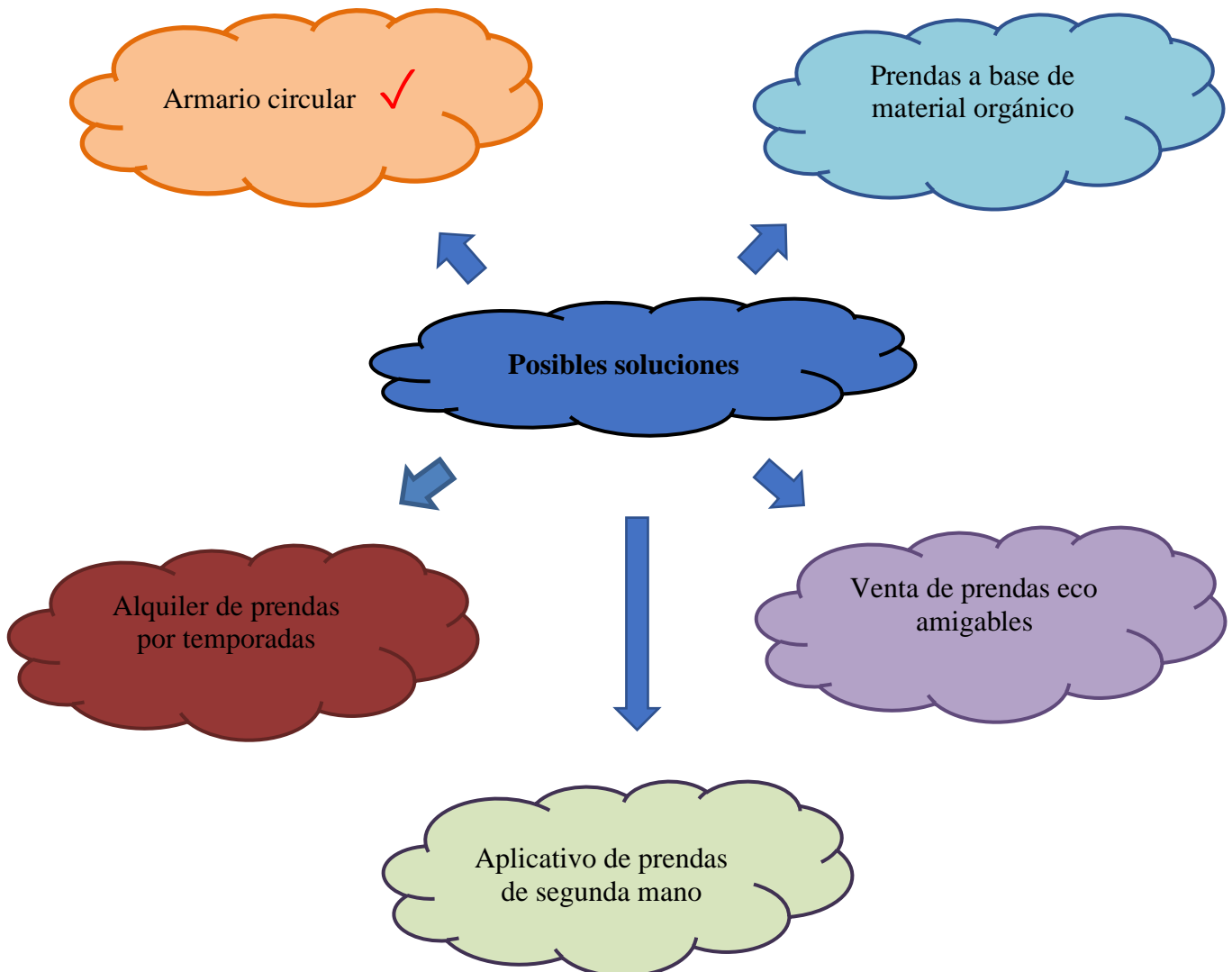
Fuente: Google Imagen (2022)

## Soluciones:

Definimos algunas soluciones para el problema central, al analizarlas definimos que la posible solución será el armario circular, ya que por medio de esta idea ayudamos a las clientas a renovar su armario mes a mes sin tener que hacer grandes gastos, ni deudas, por otro lado, ayudamos a reducir la contaminación ambiental generada por la industria textil.

En el mapa se observa las posibles soluciones, la solución elegida es la que está marcada con un aspa siendo esa la solución elegida.

Gráfico N° 17 – Posibles Soluciones



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Prototipo:**

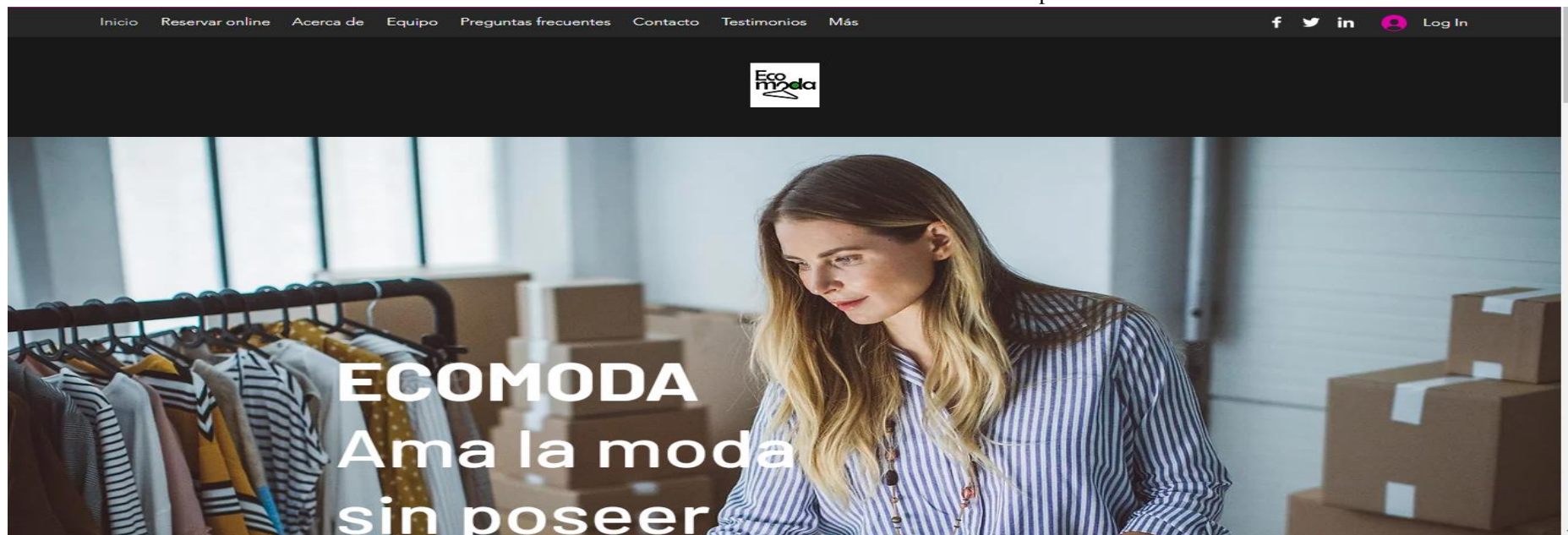
El prototipo tiene como función presentar como sería la plataforma virtual, para ello recurrimos a la página de WIX y realizar una posible tienda virtual de alquiler de prendas.

<https://taniachm4.wixsite.com/website>

**Inicio:**

Empezamos con un nombre referencial “Eco Moda” para que el usuario comience se familiarizarse con el nombre siendo la moda ecológica su amiga e incentivar la moda sostenible.

Gráfico N° 18 – Inicio del Prototipo

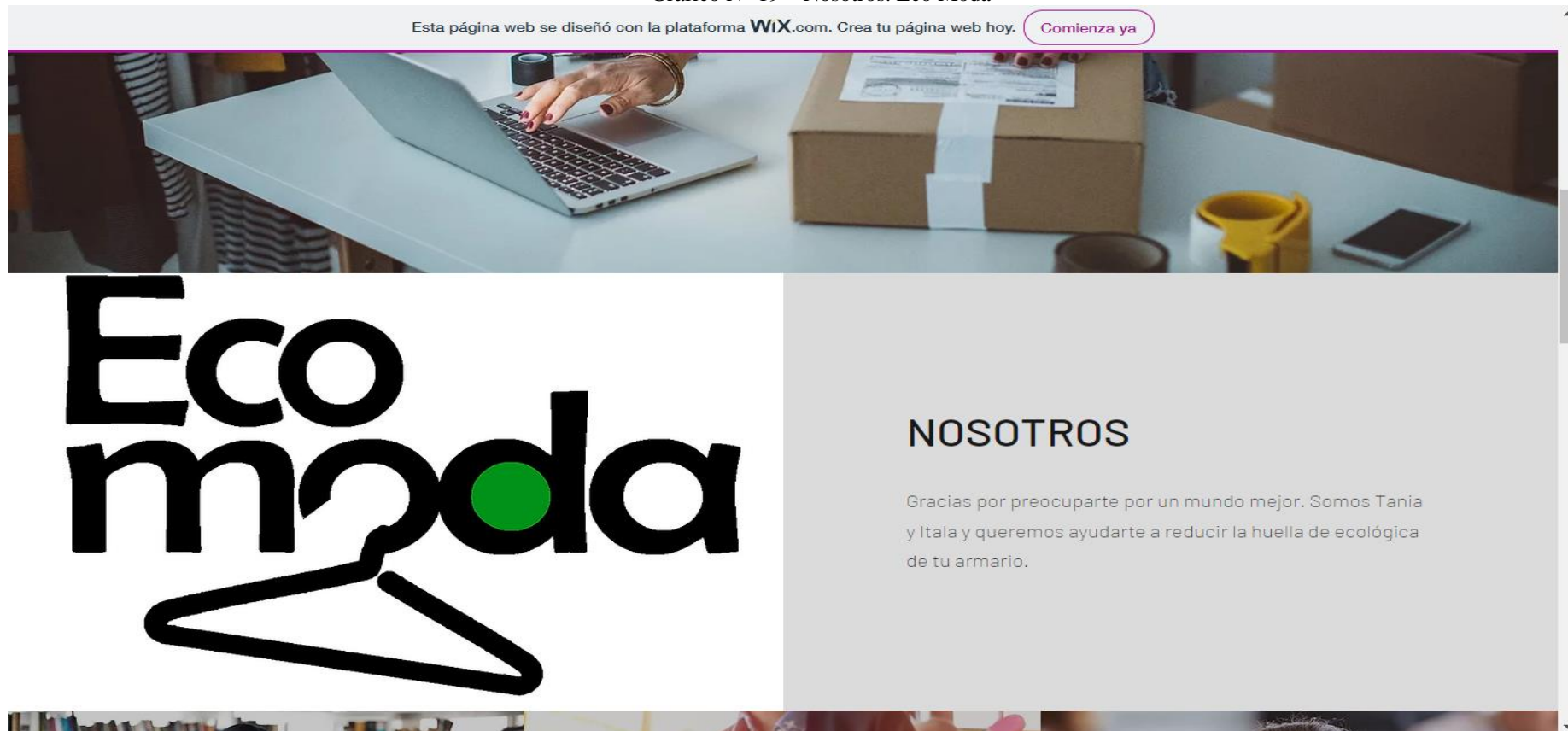


Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Nosotros:

La sección NOSOTROS, es para que las usuarias sepan un poco más acerca de la empresa, dándole click podrán conocer más a detalle la visión y misión empresarial.

Gráfico N° 19 – Nosotros. Eco Moda

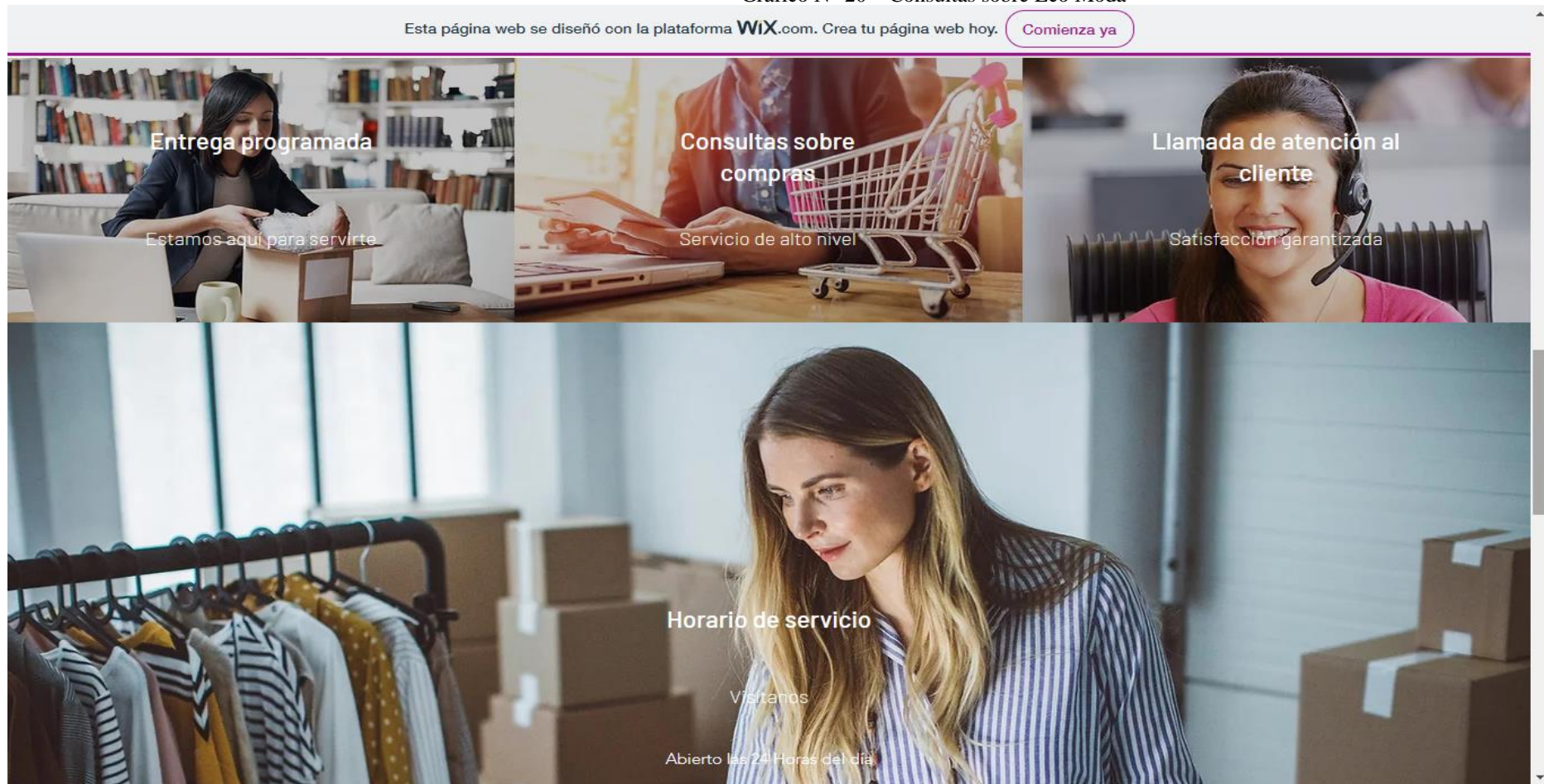


Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Consultas:

En la sección CONSULTAS, las usuarias pueden saber la entrega de sus productos, consultas sobre compras y contacto de comunicación con un personal de venta.

Gráfico N° 20 – Consultas sobre Eco Moda



Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Manera de Contacto:

En la sección CONTACTANOS, las usuarias pueden dejar sus datos personales a fin de que se suscriban y generen pedidos de los productos.

Gráfico N° 21 – Manera de Contacto

Esta página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

# Contáctanos

Nombre \*

Ingresar tu nombre

Email \*

Ingresar tu email

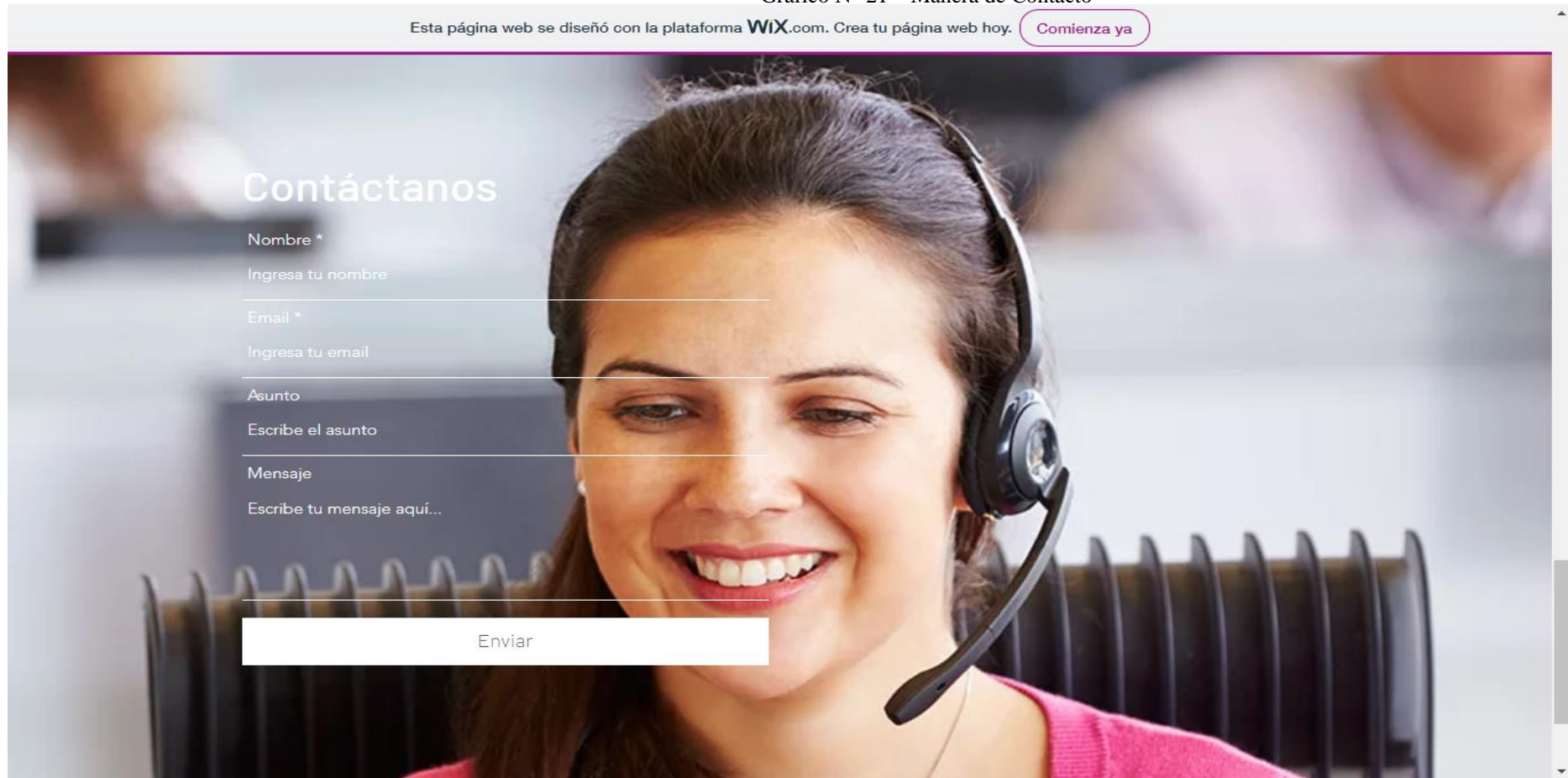
Asunto

Escribe el asunto

Mensaje

Escribe tu mensaje aquí...

Enviar



Fuente: Elaboración Propia (2022)

## 2.2 Características del producto o servicio innovador validado

Terminando con el proceso del Design Thinking, se valida el prototipo que viene siendo una presentación inicial, a continuación presentamos las características que tendrá la Página WEB “ECO MODA”.

- ❖ Diseños impactantes y de calidad para las usuarias, es decir, una plataforma virtual tiene que atraer y tener convencimiento de compra.
- ❖ Opiniones de los clientes, vivimos en una era digital donde el crecimiento de las redes sociales y plataformas virtuales está en aumento y las opiniones que tengan los usuarios es de vital importancia, veremos si les gustan los productos y también saber sus quejas y tomar mejores decisiones.
- ❖ La búsqueda avanzada es otra particularidad que la plataforma debe contar, debemos especificar las búsquedas por cada tipo de prenda que sea de su agrado.
- ❖ Información sobre tallas.
- ❖ Web de confidencialidad para temas de pagos.
- ❖ Especificación en tiempos de envío.
- ❖ La página siempre tiene que tener actualizaciones detalladas.
- ❖ Validez para la realización de compras.
- ❖ Usabilidad.
- ❖ Descripciones a detalle del servicio.

## Capítulo 3

### Elaboración del modelo de negocio

#### 3.1. Definición de la propuesta de valor de negocio

##### Segmento de clientes

Para realizar el lienzo de propuesta de valor empezamos a realizar segmento de clientes en la que trataremos 3 puntos, entre ellos trabajos del cliente, frustraciones y alegrías.

##### ❖ **Trabajos del cliente:**

Actividades laborales que realizan los clientes englobando una tarea específica con esto los clientes quieren alcanzar un estado emocional equitativo, sentirse bien y obtener estabilidad laboral.

##### ❖ **Frustraciones:**

Es todo lo que le molesta durante y después de realizar alguna actividad a nuestros clientes, la falta de tiempo en terminar o realizar alguna tarea pendiente creando estrés, frustración como consecuencia, en este punto logramos identificar algunas de las posibles frustraciones o molestias del cliente.

##### ❖ **Alegrías:**

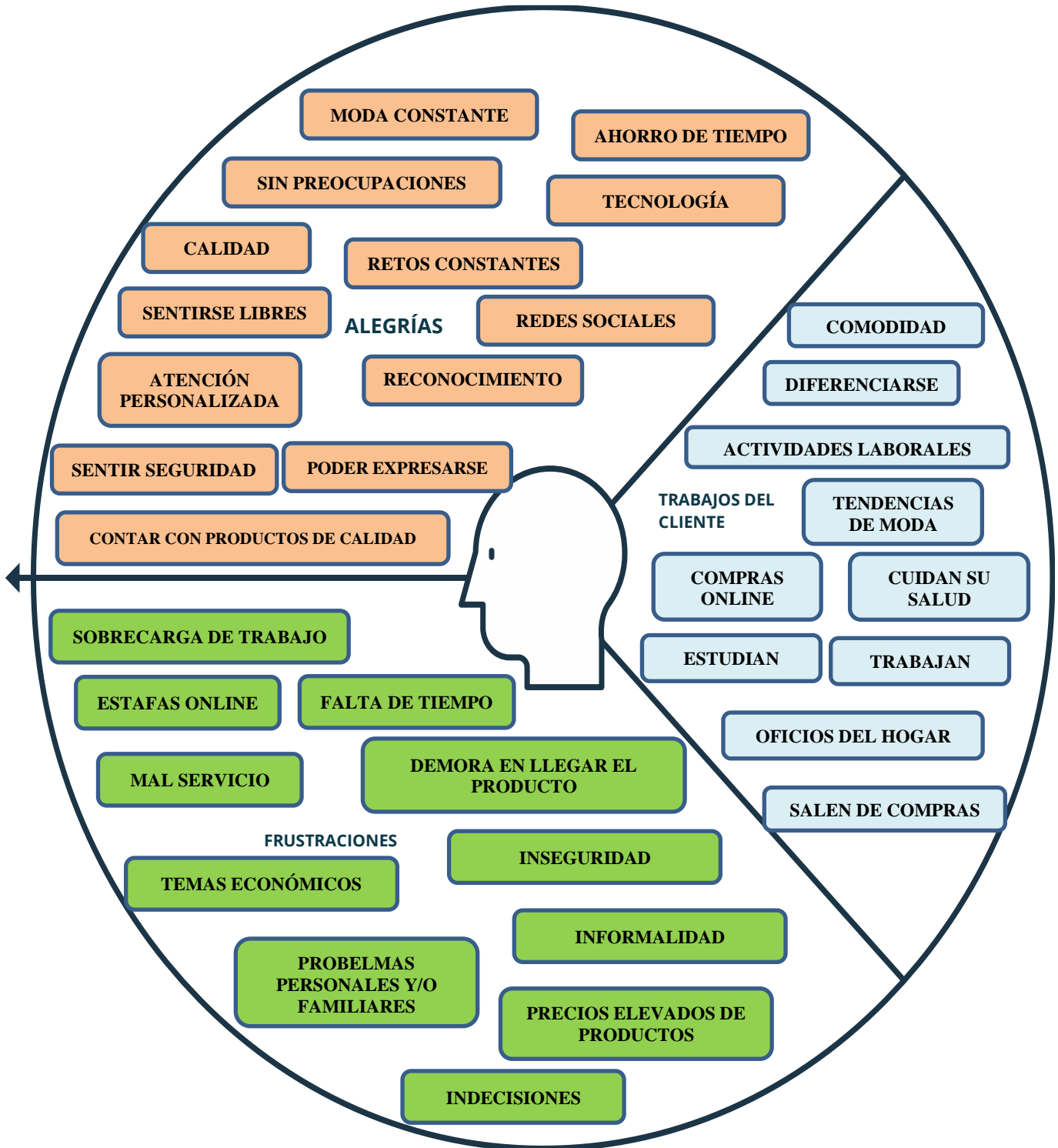
Es la satisfacción de resultados y beneficios que obtiene el cliente de un servicio o producto en este caso armario circular brinda alquiler de prendas creando una moda sostenible generando diversidad en moda ya que es un pilar fundamental en la historia del feminismo forma parte de una herramienta para luchar por la igualdad, superando las expectativas de los clientes generando alegrías deseadas.



**Lienzo de clientes**

A continuación se presenta el Lienzo referido a clientes.

Gráfico N° 22 – Lienzo de Clientes



Fuente: Elaboración Propia (2022)

## **Propuesta de valor**

Ya realizado el segmento de clientes procedemos a realizar la propuesta de valor realizando el mapa compuesto por creadores de alegrías, aliviadores de frustraciones y productos y servicios

### **❖ Creadores de alegrías:**

“Armario Circular” contaremos con un equipo de especialistas para el asesoramiento en tallas y moda brindando una atención personalizada con variedades de prendas nacionales y de tendencia también contaremos con las entregas a domicilio de las prendas elegidas, de esta manera queremos generar alegría y satisfacción por un buen servicio y atención.

### **❖ Aliviadores de frustraciones:**

Brindaremos un servicio de calidad generando una fidelización con nuestros clientes, en la plataforma de alquiler de prendas “ARMARIO CIRCULAR” brindaremos prendas de buena calidad y exclusivas, nos enfocamos en ahorrar tiempo al cliente en ir de compras por horas y brindándoles diversas prendas por tiempos limitados evitando la acumulación innecesaria de prendas que muchas veces no son utilizadas por más de dos ocasiones, generando satisfacción en nuestros clientes en el alquiler de sus prendas.

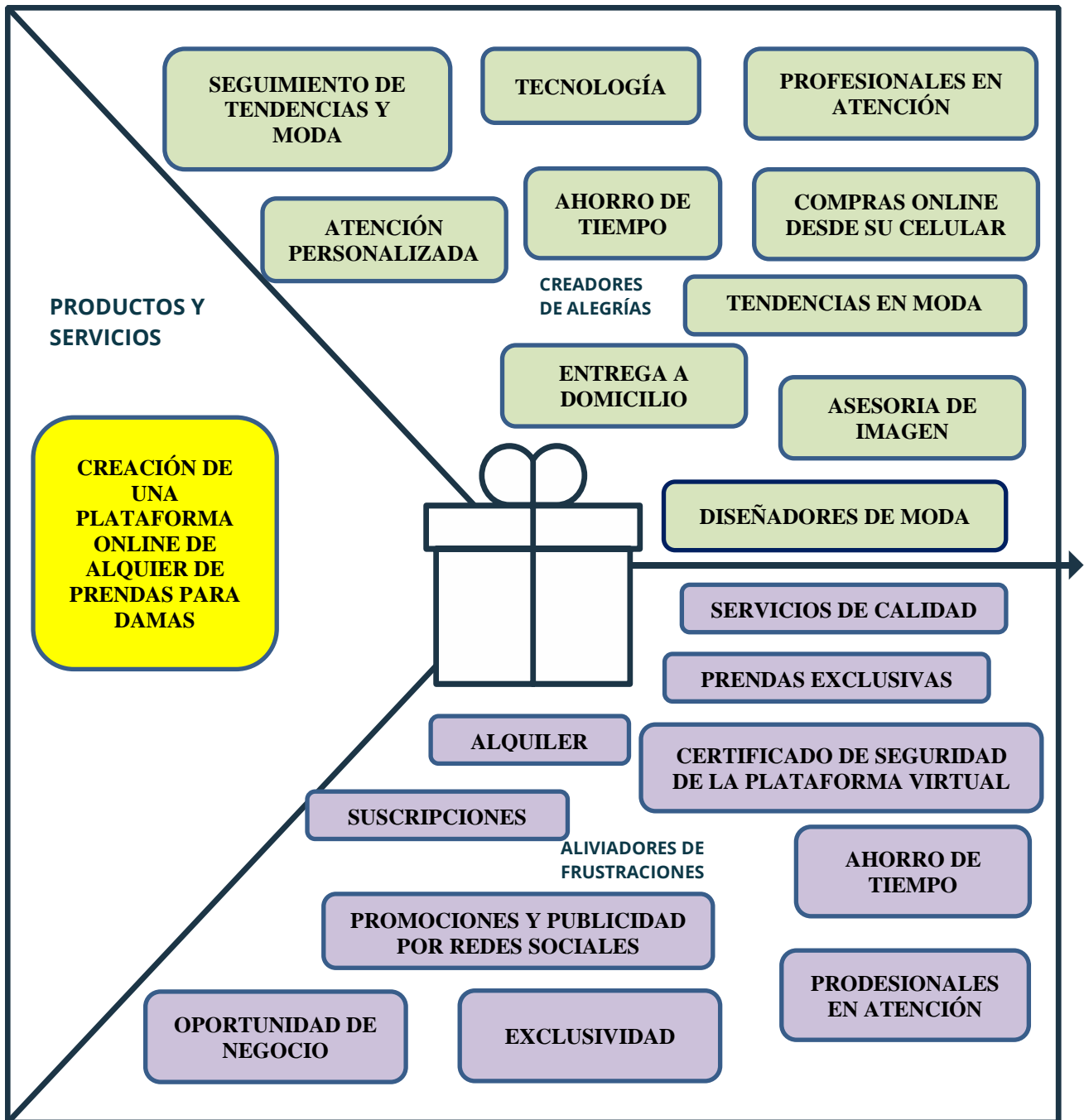
### **❖ Productos y servicios:**

Creación de una plataforma online para alquiler de prendas de forma sostenible enfocado en las damas uno de los propósitos fundamentales es alargar el ciclo de vida de cada prenda y evitar la acumulación de prendas en el armario otro propósito es contrarrestar la huella de carbono por la fabricación de prendas en la industria textil ya que es la segunda industria a nivel mundial en generar más contaminación por la fabricación de prendas.

**Lienzo de Propuesta de valor.**

A continuación, se presenta el Lienzo referido a clientes.

Gráfico N° 23 – Lienzo de la Propuesta de Valor



Fuente: Elaboración Propia (2022)

### **3.2. Elaboración del lienzo modelo de negocio**

Una idea de negocio parte a raíz de una necesidad por satisfacer, el lienzo Canvas en sus 9 bloques plasma los elementos que conforman esta idea de manera estratégica, el creador Alexander Osterwalder define que es una herramienta que se relacionan con la creación de valor hacia el cliente y el planeamiento de actividades para llegar a ellas, por ello es de vital importancia realizar el modelo Canvas, ya que se podrá visualizar las estrategias y procesos del modelo empresarial.

Esta herramienta la relacionan muchos autores como el cerebro humano, ya que la parte derecha del lienzo está enfocada y relacionada de manera directa con las emociones y valor que se le da al usuario mediante la propuesta de valor, por el contrario la parte izquierda se relaciona con la lógica y eficiencia que tiene la empresa.

Se presenta a continuación el lienzo Canvas de la empresa.

Lienzo Canvas:

Gráfico N°24 – Lienzo Canvas  
The Business Model Canvas



Fuente: Elaboración Propia (2022)

## **Segmento de Clientes:**

Osterwalder (2011) indica que los clientes con el centro o la razón de toda empresa y modelo de negocio, ninguna empresa puede estar por periodos largos de tiempo si no tiene clientes fidelizados y rentables, por ende para tener una cartera de clientes se tiene que saber a detalle sus necesidades, compartimentos y hábitos.

Para esta propuesta se está tomando como clientes a mujeres con un rango de edad de 18 a 45 años correspondientes al NSE A y B del Distrito Iqueño.

### **➤ Público Objetivo:**

- Mujeres amantes de la moda.
- Residentes en la Ciudad de Ica.
- Edad de 18 a 45 años.
- Nivel Socioeconómico A y B.

### **➤ ¿Qué tipo de necesidad tienen?:**

El público objetivo al cual nos dirigimos tiene la necesidad del vestir, estar a la moda constantemente, innovando en sus prendas del día a día, buscan la realización profesional y personal.

### **➤ Relación**

Las mujeres buscan una atención personalizada, son exigentes al momento de realizar una compra, son conscientes acerca de los productos menos contaminantes, nos enfocamos en este público objetivo a fin de superar sus expectativas con una propuesta de idea innovadora y novedosa en la actualidad.

## **Propuesta de Valor:**

En este punto se define la propuesta de valor del servicio o producto que se ofrece al cliente, que necesidades del mercado son las que se pueden satisfacer o superar, definimos las ventajas que el producto ofrece, que beneficio adquiere el usuario, para ello respondemos las siguientes interrogantes.

### **➤ ¿Qué hace especial esta idea?:**

Lo hace especial el querer contribuir al cuidado del medio ambiente, la industria textil es la segunda más contaminante del mundo, lo especial de esta idea es contrarrestar la producción de prendas de vestir, cambiar esa manera de compra por el alquiler mensual.

### **➤ ¿Cuál es el valor que hace única la propuesta?:**

El alquiler de prendas aleatoriamente mediante suscripciones, es una propuesta novedosa ligada a la tecnología, alquilar prendas de manera mensual en base a sus gustos y preferencias, dejando de lado la acumulación de prendas en el armario.

### **➤ ¿En que nos diferenciamos?:**

Nos diferenciamos de cualquier tienda o boutique de ropa para damas respecto a que no vendemos directamente las prendas, más bien estas son alquiladas de manera mensual por las mujeres, no contamos con una tienda física como cualquier negocio, desde la comodidad de su casa las personas pueden acceder al servicio que ofrecemos mediante una página web y un catálogo virtual.

### Actividades Claves:

Osterwalder define a las actividades como las acciones imprescindibles que la empresa debe realizar para que pueda funcionar el servicio, estas actividades dependen mucho del tipo de negocio y tienen diferentes divisiones, para la propuesta empresarial se tienen las siguientes categorías:

- **Adquisición de Prendas:** Al enfocarnos en alquiler de prendas para damas se tiene que tener un inventario de prendas que serán repartidas de manera mensual, prendas de calidad y diseños personalizados.
  
- **Desarrollo de plataforma:** Una de las variables importantes del servicio es la creación de la plataforma o página web donde el cliente podrá visualizar el catalogo y suscribirse, por ende tener un proveedor encargado del mantenimiento y la creación de la plataforma es fundamental.
  
- **Repartición:** El servicio que se brinda es de manera online, el cliente accede y espera sus productos, la empresa realizara el reparto por delivery hasta el domicilio del cliente.
  
- **Control:** Se tendrá una base de datos de los clientes, para ello se tiene que gestionar debidamente para tener un monitorio constante y saber la frecuencia de compra.

### Socios Claves:

Las alianzas que se tengan con los socios son fundamentales para materializar y optimizar el servicio, son importantes ya que podrían ayudar a reducir riesgos y contribuir con el funcionamiento.

- **Arpynet:** Empresa encargado de la creación de página web, se establece una relación cliente – proveedor garantizando la fiabilidad de ambas partes.



- **Netexa:** Empresa encargada de la confección de prendas personalizadas y con diseños exclusivos.
- **Internet:** Tener diferentes proveedores de internet es un factor ideal para la empresa, ya que se podrían realizar de manera eficiente los procesos.

### **Recursos Claves:**

Los recursos como su nombre lo dice son claves para el funcionamiento de la empresa, estos recursos permitirán crear y fortalecer la propuesta de valor y crear relaciones con los usuarios, entre los recursos que se tienen están:

- **Físicos:**

- Local para la gestión.
- Mobiliarios.

- **Intelectuales**

- Habilidad para la gestión de ventas.
- Habilidades en atención al cliente.
- Habilidad en coordinaciones y optimización del tiempo.
- Habilidades para estrategias de marketing.

- **Humanos**

- Administrador para la gestión de la empresa.
- Community Manager para el manejo de las plataformas virtuales
- Diseñadores.
- Call Center.
- Personal de reparto.

### **Canales:**

Este bloque hace referencia a como la empresa tendrá contacto con el cliente, es palabras concretas como la propuesta de valor llegara hacia el usuario, los canales son el medio de acceso el producto o servicio, para ello la empresa hará envíos a domicilio de las prendas.

- **Canal Virtual:** Se tendrá una página web y redes sociales donde las clientas puedan realizar sus compras de alquiler, dentro de este canal se tiene también al canal corto ya que no contamos con intermediarios en la entrega de los productos.

### **Relación con el cliente:**

Este bloque indica la forma en que la empresa se relacionara con las clientas, es una manera como captar y fidelizar.

- **Atención Virtual:** La atención que se realizará será de manera virtual mediante la página web y redes sociales de la empresa, se tendrá una asistencia personalizada ya que contamos con un community manager y un call center.
- **Recomendaciones:** En la página web habrá una sección de recomendaciones, lugar diseñado por el diseñador para saber los gustos y preferencias del cliente.
- **Promociones:** Una de las variables a tomar en cuenta, las promociones son vitales para la captación y fidelización.

### **Estructura de costos:**

- **Costos de Inversión:**
  - Acondicionamiento del local de gestión.
  - Creación de la plataforma virtual.
  - Compra de muebles.

- Compra de software.

➤ **Costos Fijos:**

- Pago de planilla.
- Pago de alquiler.

➤ **Costos Variables:**

- Pago de servicios.
- Mantenimiento.

**Fuente de Ingresos:**

- Ingreso por alquiler de prendas.



### 3.3. Descripción del prototipo de lanzamiento

El lanzamiento del prototipo será un portal web ECOMODA que sirva como intermediario entre los clientes que estén interesados en adquirir nuestras prendas y nuestros asesores que les ofrezcan y asesoren con las prendas de acuerdo a sus necesidades requeridas.

#### Descripción de la plataforma

En la imagen Número 1: Se puede apreciar que la página web ECOMODA empieza con una portada que te brinda opciones básicas como: Inicio de Sesión, sobre nosotros, ¿Por qué alquilar? , como funciona, ver prendas de segunda mano, acceder al catálogo de prendas y 2 botones para comunicarse por mensajes de manera directa con nuestros asesores ya sea en línea o por WhatsApp.

Gráfico N° 25 – Descripción de la Plataforma



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Continuamos con la imagen Número 2: Se puede visualizar las prendas del catálogo actualizado, aquí se puede filtrar las prendas según: tipo de prendas, estado, marca, temporada, y talla.

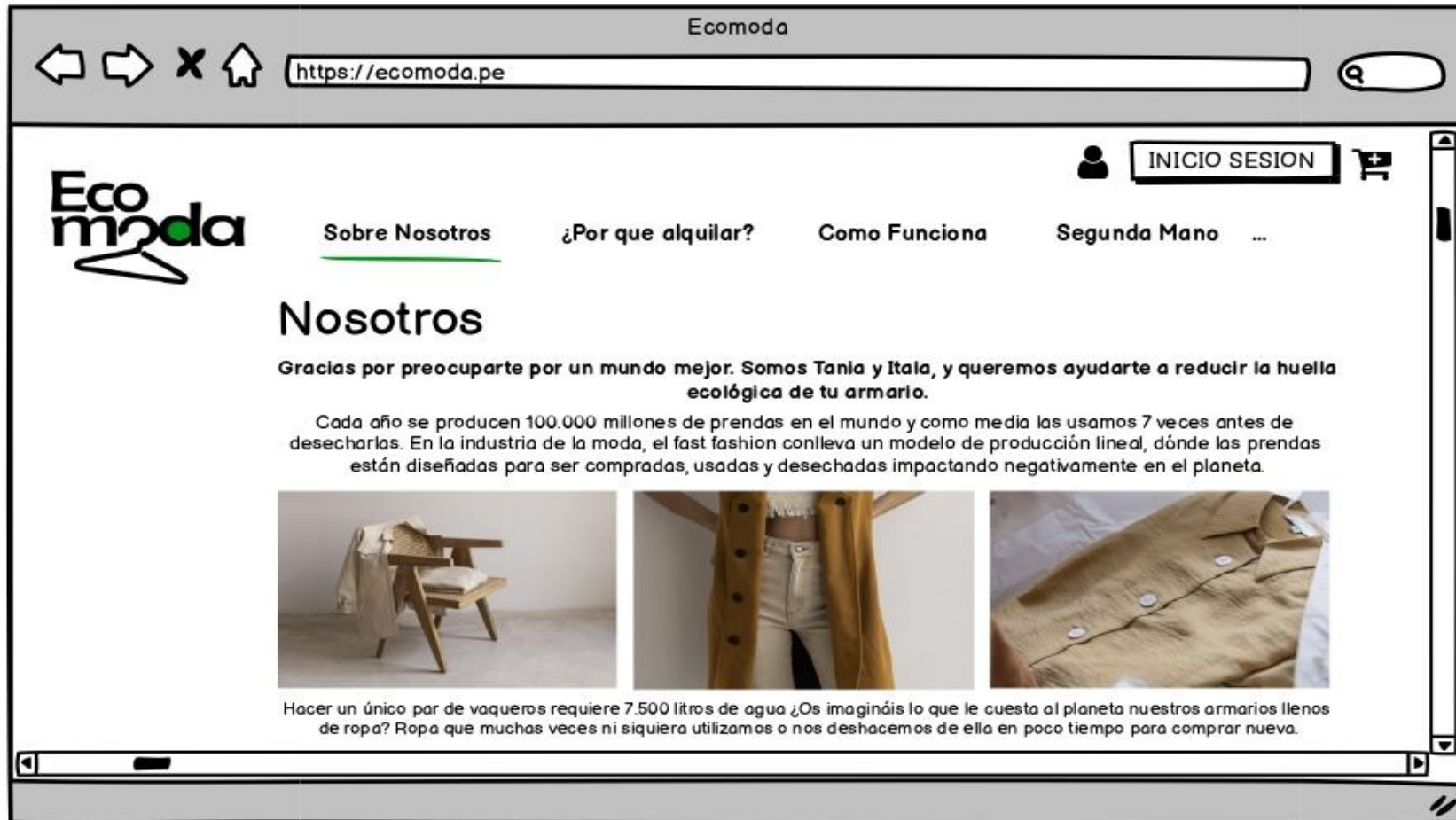
Gráfico N° 26 – Catalogo de Prendas



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Continuamos con la imagen Número 3, 4 y 5: Se puede observar Sobre nosotros, nuestros valores, imagen de nosotras que somos parte de este equipo.

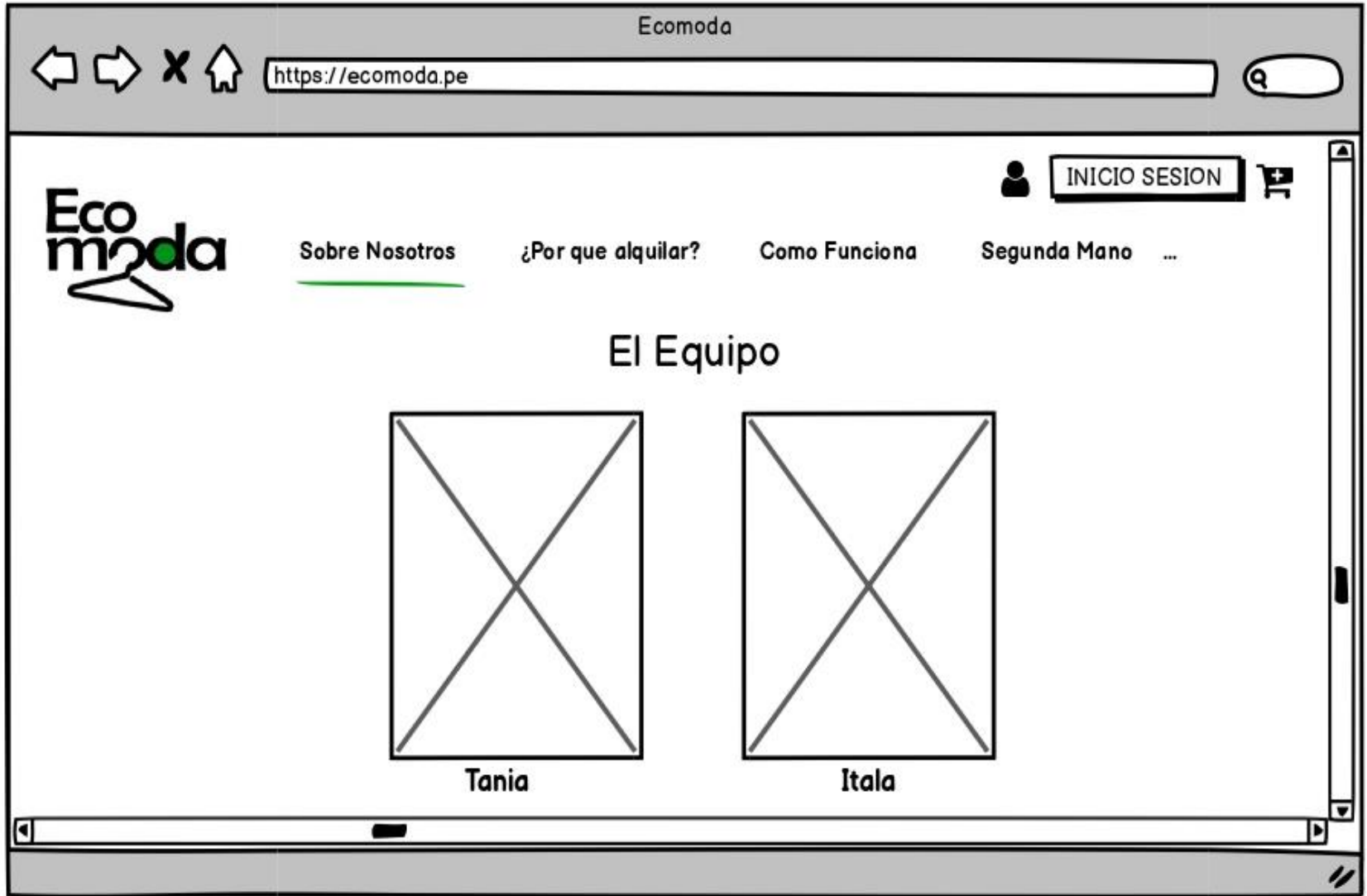
Gráfico N° 27 – Información de Eco Moda



Fuente: Elaboración Propia (2022)

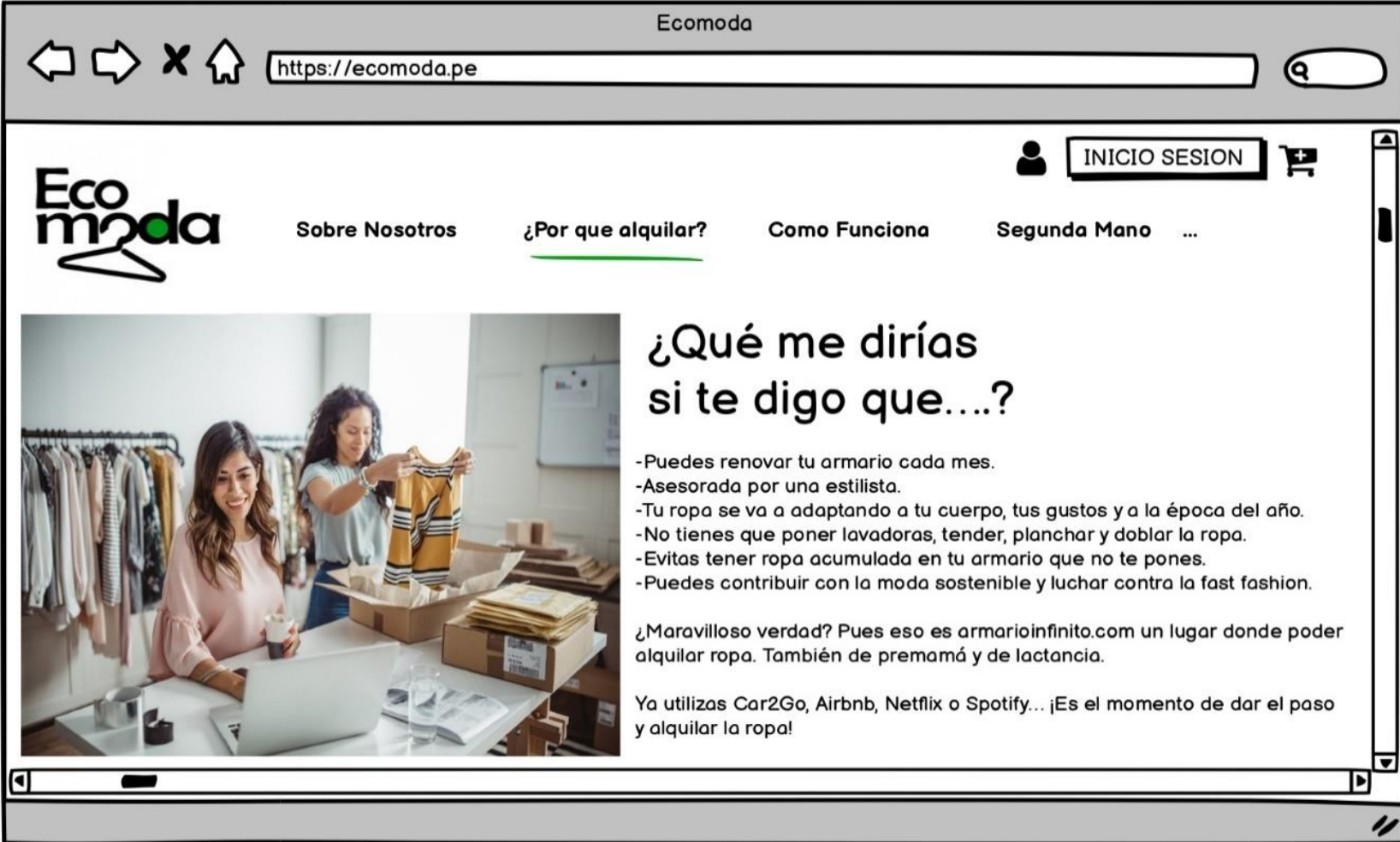






Continuamos con la imagen Número 6: En la cual sustentamos e informamos porque deberías tomar decisión a alquilar nuestras prendas.

Gráfico N° 28 – Información de Eco Moda



The screenshot shows the Eco Moda website interface. At the top, there is a browser address bar with the URL "https://ecomoda.pe" and navigation icons. The website header includes the Eco Moda logo, a navigation menu with items like "Sobre Nosotros", "¿Por que alquilar?", "Como Funciona", and "Segunda Mano", and a login button labeled "INICIO SESION".

The main content area features a large image of two women in a clothing store, one sitting at a desk with a laptop and the other standing and holding up a piece of clothing. To the right of the image is a text block with the heading "¿Qué me dirías si te digo que...?" followed by a list of benefits of renting clothing:

- Puedes renovar tu armario cada mes.
- Asesorada por una estilista.
- Tu ropa se va a adaptando a tu cuerpo, tus gustos y a la época del año.
- No tienes que poner lavadoras, tender, planchar y doblar la ropa.
- Evitas tener ropa acumulada en tu armario que no te pones.
- Puedes contribuir con la moda sostenible y luchar contra la fast fashion.

Below the list, there is a paragraph: "¿Maravilloso verdad? Pues eso es armarioinfinito.com un lugar donde poder alquilar ropa. También de premamá y de lactancia."

At the bottom of the text block, it says: "Ya utilizas Car2Go, Airbnb, Netflix o Spotify... ¡Es el momento de dar el paso y alquilar la ropa!"

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Continuamos con la imagen Número 7: Explicamos el proceso de alquiler de nuestras prendas en 3 simples pasos.

Gráfico N° 29 – Referente al alquiler

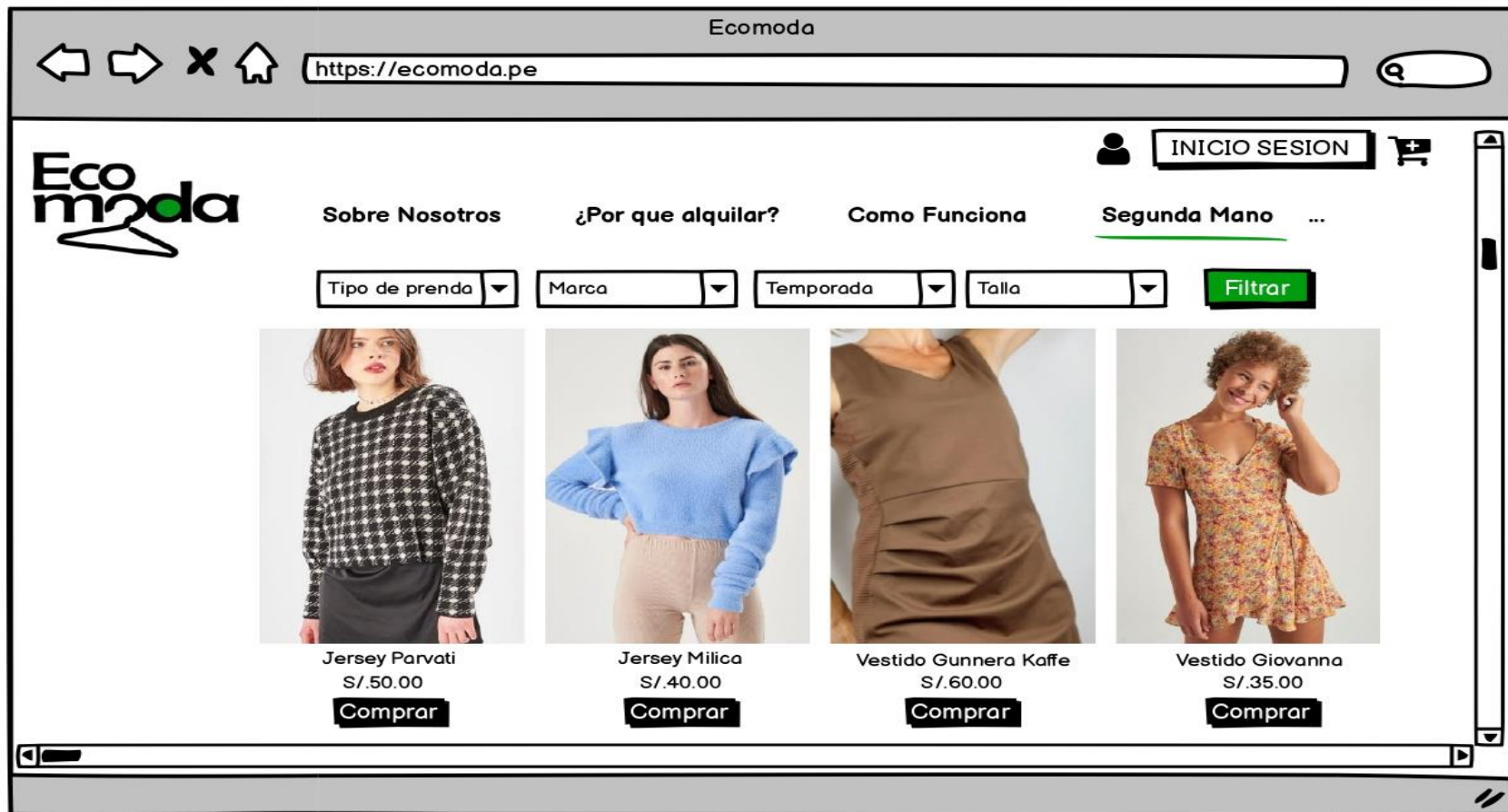
The image shows a browser window for the website 'Ecomoda'. The address bar displays 'https://ecomoda.pe'. The website header includes the 'Ecomoda' logo, navigation links for 'Sobre Nosotros', '¿Por que alquilar?', 'Como Funciona' (underlined), and 'Segunda Mano', along with 'INICIO SESION' and a shopping cart icon. The main content area is titled '¿Cómo funciona?' and features three columns illustrating the rental process:

- Selecciona tu prenda:** Explora nuestro catálogo de prendas de diseñadores ; y añade al carrito de compra aquellas que te enamoren.
- Págala a plazos:** Tú podrás decidir en cuantos plazos pagar la prenda que hayas elegido
- Devuélvela o Cómprala:** Cuando termine el periodo que seleccionaste, podrás decidir devolverla o comprarla pagando lo restante.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Continuamos con la imagen Número 8 y 9: Observamos a detalle las prendas a alquilar, con sus respectivos precios y haciendo click en la prenda determinada se observa descripción más detallada de la prenda.

Gráfico N° 30 – Prendas de alquiler



Fuente: Elaboración Propia (2022)

The screenshot shows a web browser window with the address bar containing "https://ecomoda.pe". The page features the Ecomoda logo on the left. The main content area displays a product image of a woman wearing a black and white checkered sweater. To the right of the image, the product name "Jersey Parvati" is shown, along with the price "S/.50.00" and the "AMERICAN EXPRESS" logo. Below the price, there is a description: "Jersey muy ponible y calentito. Está en perfecto estado y no hace peeling. Talla S." and the composition: "Composición: 10% Lana, 90% Acrílico". A warning section titled "AVISO" states: "Todos los pedidos de Ecodicta son preparados bajo estrictas medidas sanitarias y cuidado de prendas". The availability is listed as "Disponibilidad: 1 disponibles". At the bottom of the product information, there is a black button with the text "Añadir al carrito".

Ecomoda

https://ecomoda.pe

Ecomoda

Jersey Parvati

S/.50.00

AMERICAN EXPRESS

Jersey muy ponible y calentito. Está en perfecto estado y no hace peeling. Talla S.

Composición:

10% Lana  
90% Acrílico

**AVISO**

Todos los pedidos de Ecodicta son preparados bajo estrictas medidas sanitarias y cuidado de prendas

**Disponibilidad: 1 disponibles**

**Añadir al carrito**

## **Capítulo 4**

### **Validación del modelo de negocio**

#### **4.1. Aplicación de la metodología Lean Startup**

Fue desarrollada por Eric Ries en 2008 esta metodología tiene como objetivo reducir el tiempo y el coste a la hora de crear una empresa, servicio o producto.

##### **Primera fase: Crear**

En esta fase tenemos la hipótesis donde daremos a conocer nuestro servicio para estudiar la reacción de los clientes, asimismo damos a conocer al producto mínimo viable.

##### **Hipótesis**

Eco moda consta de crear una tienda virtual de alquiler de prendas, brindando atención personalizada contando con un staff de profesionales en moda de esa manera ayudamos a contrarrestar la acumulación de prendas en el armario como también el incremento de la huella de carbono en la fabricación de prendas.

**PRODUCTO MINIMO VIABLE**

Gráfico N° 31 – Producto Mínimo Viable

<p><b>¿Para quién?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres modernas, y sofisticadas</li> <li>Trabajadoras y estudiantes</li> <li>Profesionales</li> <li>Ligadas a las compras online</li> <li>Con experiencia laboral</li> <li>Perfil tecnológico medio - alto</li> </ul>	<p><b>Debe Tener</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Confidencialidad</li> <li>Catalogo virtual</li> <li>Plataforma digital</li> <li>Consultas con un especialista</li> <li>Alquiler de prendas.</li> <li>Atención personalizada</li> </ul>	<p><b>Debería tener</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso a información de la empresa</li> <li>Diseño del sitio web</li> <li>Contar con certificado de seguridad</li> <li>Tener recomendaciones de artículos</li> <li>Pagos en línea</li> </ul>	<p><b>Podría tener</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mensajería interna</li> <li>Entregas a domicilio</li> <li>Variedades de prendas</li> <li>Aplicativo Móvil</li> <li>Redes sociales para ventas.</li> </ul>
<p><b>Backlog</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción de prendas en el armario</li> <li>Variedad de prendas al alquilar, cambiar la manera tradicional de compra</li> </ul>	<p><b>Alternativas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.</li> <li>Colocación de prendas de vestir de clientes para su posterior alquiler.</li> <li>Plataforma virtual que permita la recolección de prendas que no usen las mujeres a cambio de accesorios.</li> <li>Plataforma virtual sobre asesoramiento en moda y vestir.</li> </ul>		

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## **Segunda fase: Medir**

En esta fase validamos la hipótesis comprobando si nuestro prototipo requiere de modificaciones, cambios, o más información para poder tener más acogida con nuestros usuarios.

Procedemos a realizar una encuesta para conocer cuál es la impresión de nuestros usuarios, si harían cambios o que modificarían en nuestro prototipo de esta manera poder obtenemos información para posibles mejoras.

### **Encuesta**

Porque en “Eco Moda” siempre pensamos en ti, buscamos mejorar para un mejor servicio ayúdanos respondiendo las siguientes preguntas.

#### **¿Qué satisfecho estas con nuestro servicio?**

- Satisfecho
- Muy satisfecho
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

#### **¿Recomendarías nuestro servicio?**

- Si
- No

#### **¿En qué podemos mejorar?**

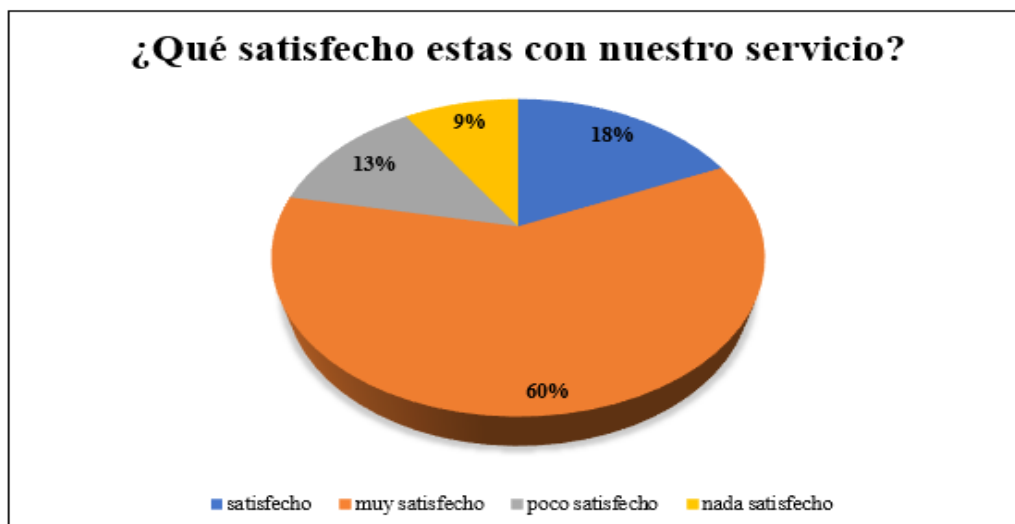
- modelo de página web
- Catalogo virtual

#### **¿Te parece interesante el prototipo de nuestro servicio?**

- Muy interesante
- Poco interesante



Gráfico N° 32 – Satisfacción del Servicio



Fuente: Elaboración Propia (2022)

En esta pregunta planteamos opciones para que nuestros clientes nos indiquen que tan satisfechos se encuentran con el servicio, el gráfico nos indica que el 60% se encuentra muy satisfecho, el 18% satisfecho el 13% poco satisfecho y finalmente el 9% nada satisfecho, con estos resultados llegamos a la conclusión de buscar mejorar constantemente para que nuestros tengan un mejor servicio.

Gráfico N° 33 – Recomendación del Servicio



Fuente: Elaboración Propia (2022)

En esta pregunta visualizamos que el 85% de personas encuestadas recomendarían nuestros servicios mientras que el 15% de encuestados no lo harían, de esta manera comprobamos que nuestros usuarios si recomendarían nuestro servicio.

Gráfico N° 34 – Mejoras de la Plataforma



Fuente: Elaboración Propia (2022)

En esta pregunta como logramos visualizar el 65% de personas encuestadas indico que podemos mejorar en el catálogo virtual quizá incorporando un chat Bot para que de esa manera nuestros clientes tengan una respuesta instantánea a sus dudas mientras que el 35% indico que deberíamos mejorar en el modelo de página virtual.

Gráfico N° 35 – Satisfacción del servicio



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Esta pregunta fue para conocer si nuestros clientes se sienten satisfechos con nuestro prototipo y el 75% de personas encuestadas indicaron que les parece muy interesante el prototipo de nuestro servicio mientras que el 25% indicó que le parece poco interesante en este punto logramos identificar que el prototipo necesita mejoras.

### **Tercera fase: Aprender**

En esta fase identificamos lo aprendido para poder mejorar constantemente nuestro servicio para poder tener nuestro producto mínimo viable final para dar a conocerlo y lograr una buena aceptación en el mercado creando fidelización hacia nuestro servicio.

### **Aprendizaje**

Lo aprendido se plantea a base de personas encuestadas en este caso son 15 personas, lo cual indica en los resultados de las encuestas que el 60% de personas encuestadas se encuentran satisfechas con nuestro servicio, sin embargo logramos identificar que debemos mejorar constantemente el catálogo virtual de nuestra página implementando un chat Bot para que los clientes puedan hacer sus consultas o resolver sus dudas y puedan interactuar con nuestros especialistas en moda, mejorando también en la modelo de página web haciendo lo más llamativo en color e imágenes.

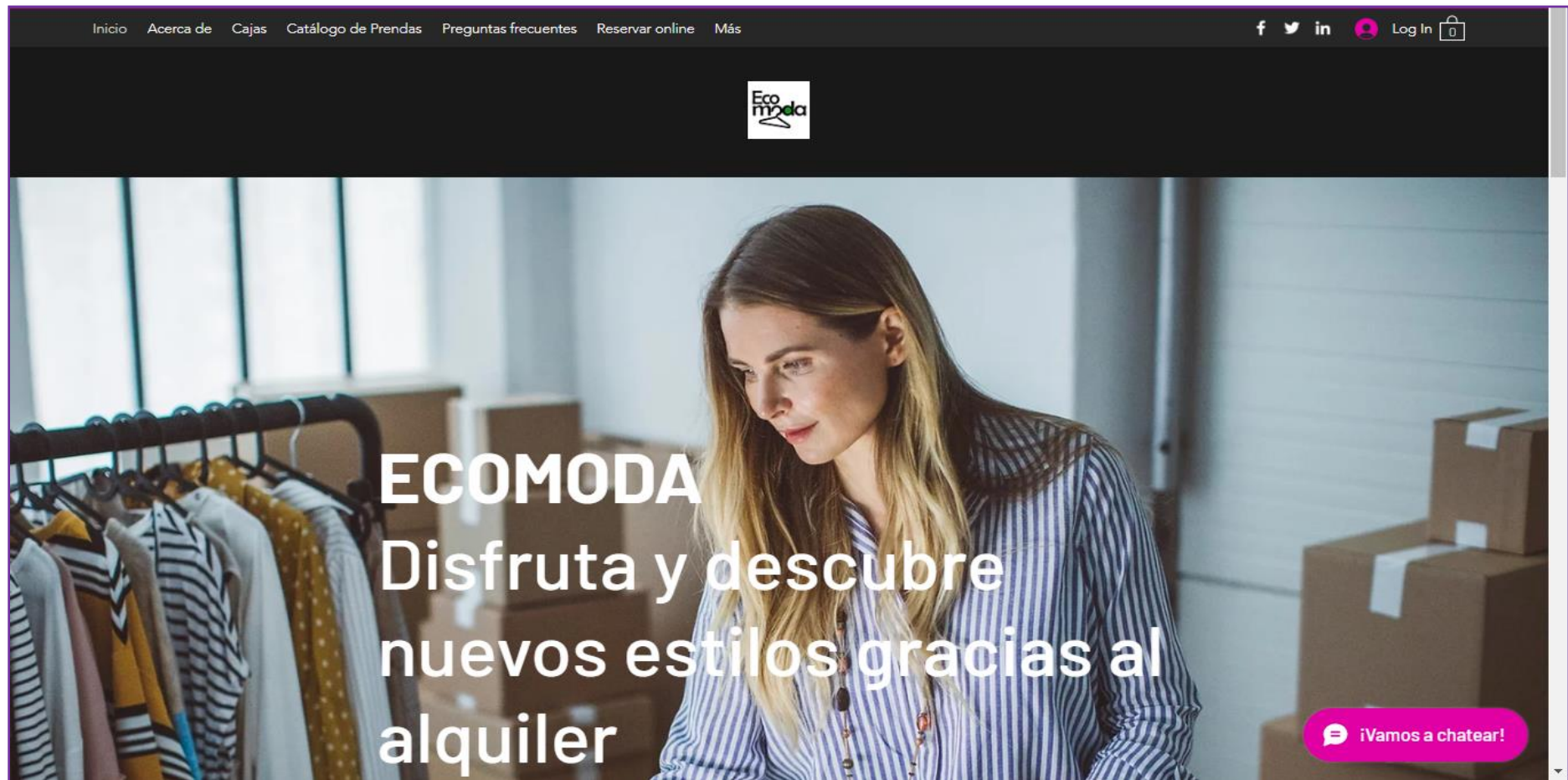
## **4.2. Descripción del modelo de negocio validado**

De acuerdo al proceso de la metodología Lean Startup, se recabó información acerca de algunas mejoras que podría tener la plataforma virtual “ECO MODA”, a continuación se muestra el prototipo de versión final, señalando las principales características.

<https://taniachm4.wixsite.com/website>

**Portada de Página:** La portada de página contiene el Menú de opciones para las usuarias, quienes somos, que ofrecemos, preguntas y también accesos directos a redes sociales de la empresa, considerando que se tiene un chat Bot en la parte inferior para comunicación entre empresa y cliente.

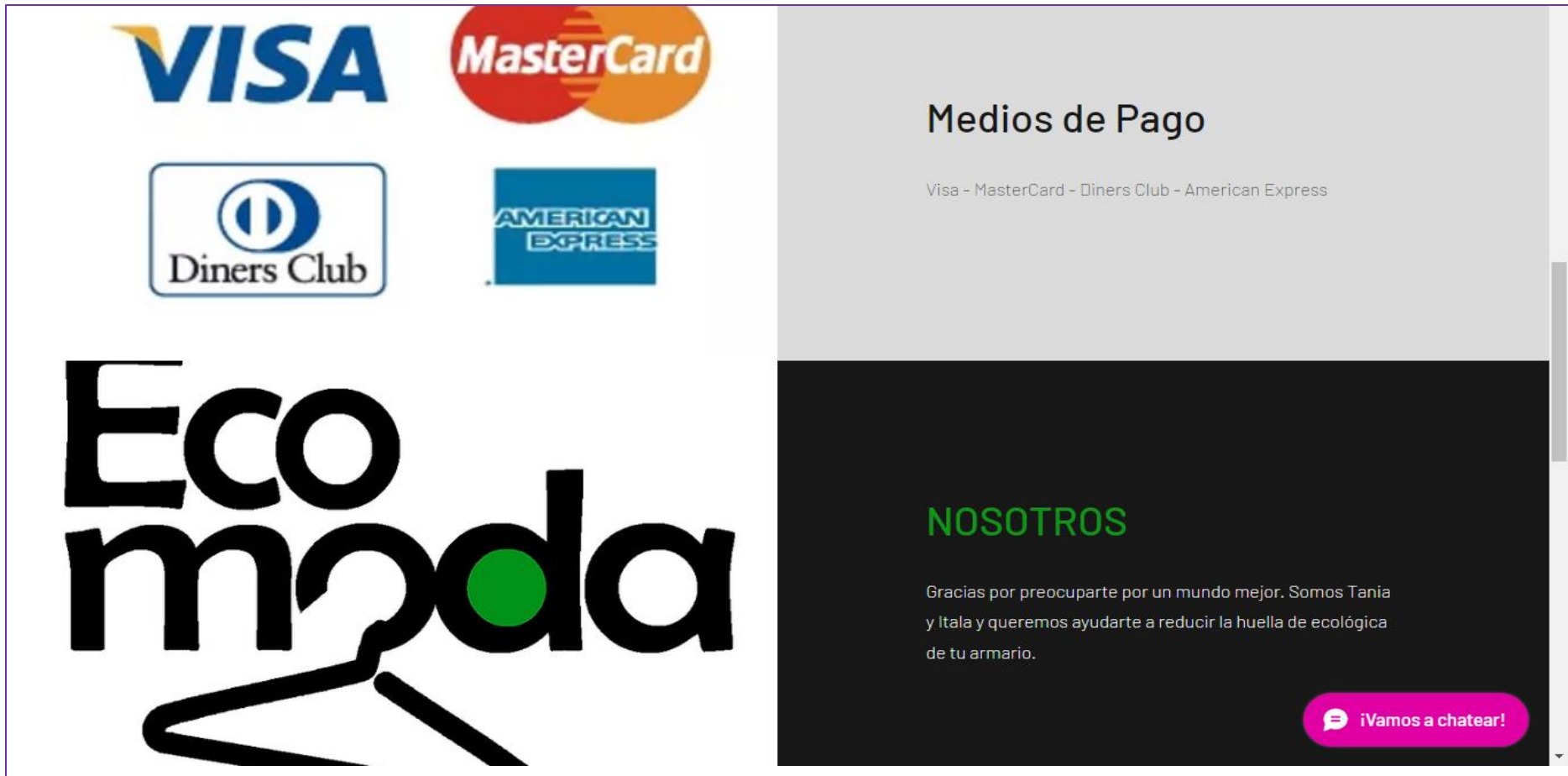
Gráfico N° 36 – Prototipo Final de la Plataforma



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Medios de Pago y Descripción:** Deslizando a la parte inferior se visualiza los medios de pago que tiene la plataforma y también una breve descripción de ECOMODA.

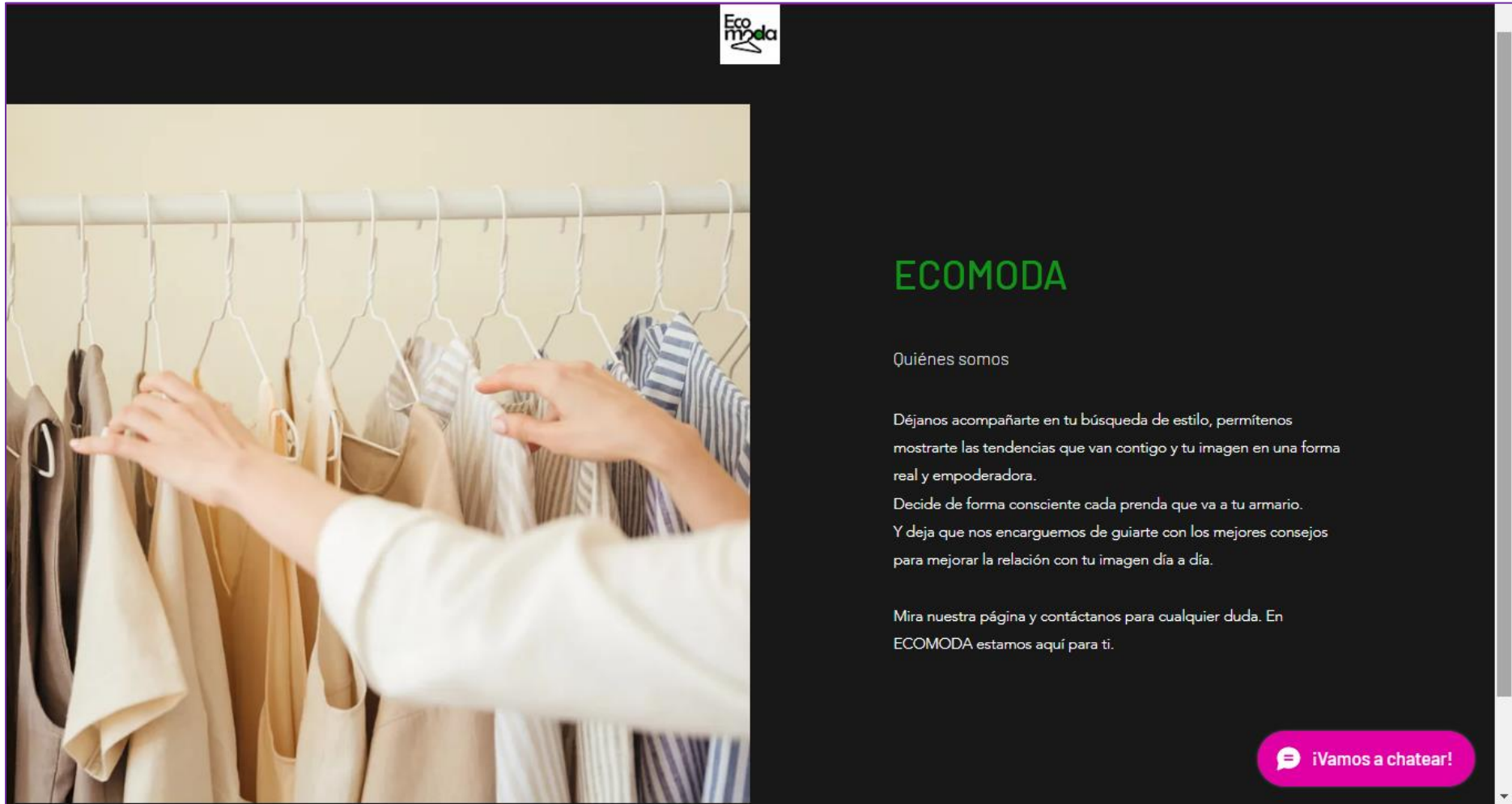
Gráfico N° 37 – Medios de pago de eco moda



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Acerca De:** Si le damos click al Menú de opciones en la opción “Acerca de”, nos re direcciona a una pestaña donde se detalla la razón de “ECO MODA”, es prácticamente una Bienvenida Cordial para las usuarias.

Gráfico N° 38 – Acerca de Eco Moda



**ECOMODA**

Quiénes somos

Déjanos acompañarte en tu búsqueda de estilo, permítenos mostrarte las tendencias que van contigo y tu imagen en una forma real y empoderadora.

Decide de forma consciente cada prenda que va a tu armario. Y deja que nos encarguemos de guiarte con los mejores consejos para mejorar la relación con tu imagen día a día.

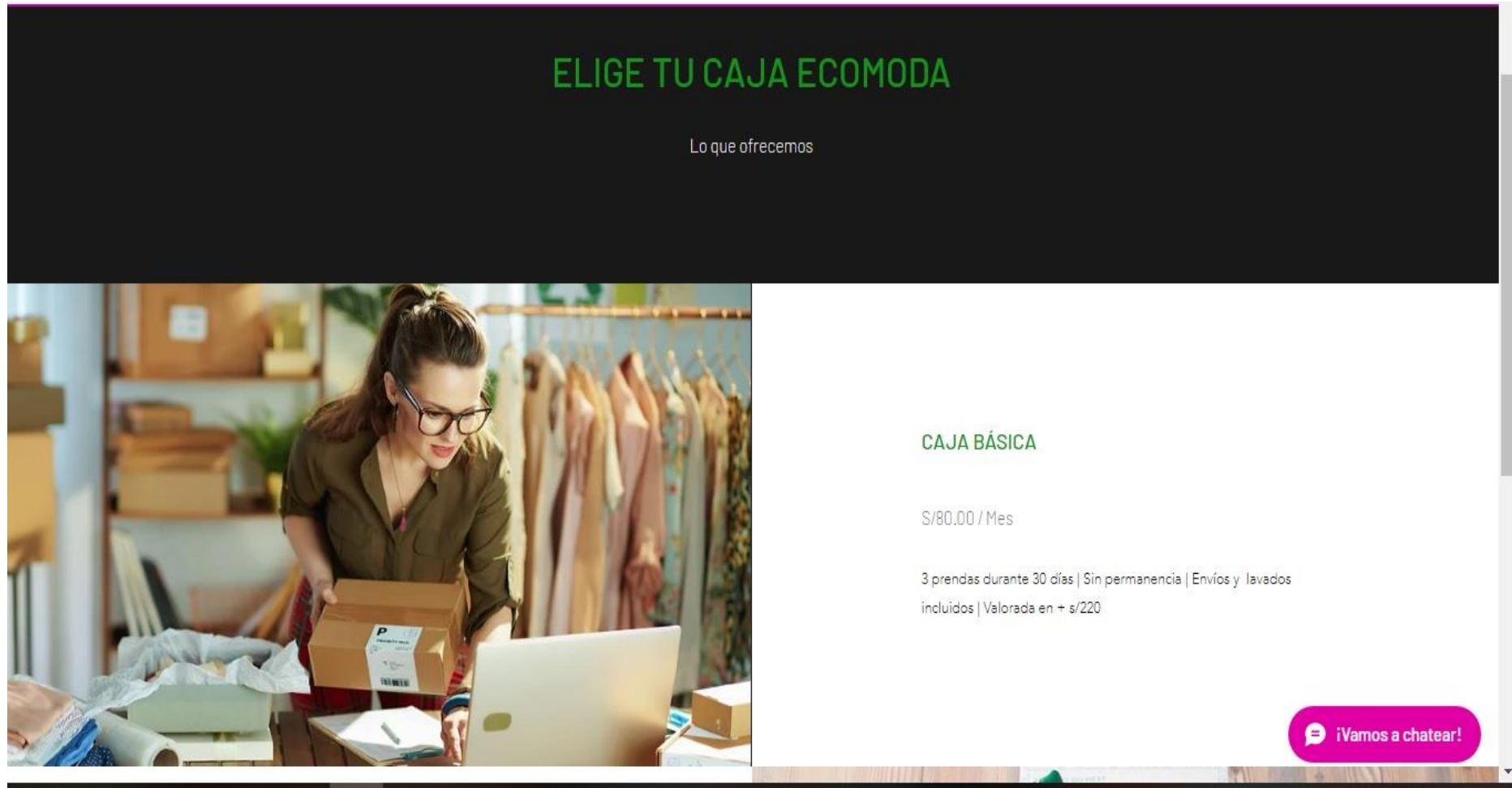
Mira nuestra página y contáctanos para cualquier duda. En ECOMODA estamos aquí para ti.

¡Vamos a chatear!

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Cajas:** En la opción cajas permite saber al cliente el tipo de cajas con prendas que se alquilan, las cajas serán entregadas cada 30 días, contando con una Caja Básica y una Caja Pro.

Gráfico N° 39 – Cajas de alquiler



**ELIGE TU CAJA ECOMODA**

Lo que ofrecemos

**CAJA BÁSICA**

S/80.00 / Mes

3 prendas durante 30 días | Sin permanencia | Envíos y lavados incluidos | Valorada en + s/220

[¡Vamos a chatear!](#)

Fuente: Elaboración Propia (2022)



Incluidos | Valorada en + s/220

### CAJA PRO ECOMODA

S/120.00 / Mes

5 prendas durante 30 días | Pagos mensuales | Envíos y lavado incluidos | Valorada en +s/300



©2022 por ECOMODA. Creada con Wix.com



[iVamos a chatear!](#)



**Catálogo de Prendas:** En la Opción catálogo, las usuarias pueden visualizar las prendas que “ECO MODA” ofrece en alquiler.

Gráfico N° 40 – Catálogo de Prendas

The screenshot displays a grid of clothing items for rent. Each item is shown with a photograph, a status label in a pink box, the item name, and its price. The items are:

- Chompa tejida:** Exclusivo, priced at ~~S/.50.00~~ S/.37.50.
- Falda jeans Juvenil:** Exclusivo, Agotado.
- Vestido Tattiane:** Recién Llegado, priced at S/.30.00.
- Blusa algodón:** Más visto, Agotado.
- jeans para mujer:** Nuevo, priced at S/.35.00.
- Jeans Mujer Pant:** Más visto, priced at S/.35.00.
- short verano cortos:** Nuevo, priced at S/.45.00.
- polo verano mujer:** Nuevo, priced at ~~S/.30.00~~ S/.22.50.
- Blazer berni:** Exclusivo.
- Chompa para mujer ROSS:** Nuevo.
- BLUSA MUJER PINK:** Oferta.
- vestido casual white:** Popular.

In the bottom right corner, there is a pink chat button with a speech bubble icon and the text "¡Vamos a chatear!".

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Preguntas Frecuentes:** En la Opción Preguntas, relacionamos algunas interrogantes de las usuarias respecto al alquiler y devolución de prendas.

Gráfico N° 41 – Preguntas Frecuentes

**Centro de ayuda**

Tú preguntas, nosotros respondemos

¿Qué pasa con las prendas que se devuelven?

Nos encargamos de darles una segunda vida a través de nuestro servicio de alquiler y en nuestras liquidaciones privadas con clientas

¿En qué consiste este nuevo servicio?

Con este servicio podrás acceder a prendas exclusivas y pagar solo durante el periodo de tiempo que quieras disfrutarlas. Luego tú decides si quieres devolverlas o comprarlas a un precio reducido

¡Vamos a chatear!

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Testimonios:** En la Opción Más, tenemos los Testimonios de algunos clientes que dejan sus comentarios acerca del servicio de alquiler.

Gráfico N° 42 – Testimonios

The screenshot shows the 'Testimonios' page of the Eco moda website. The navigation menu at the top includes 'Inicio', 'Acerca de', 'Cajas', 'Catálogo de Prendas', 'Preguntas frecuentes', 'Reservar online', and 'Más'. The 'Más' menu is open, showing 'Testimonios', 'Equipo', 'Contacto', and 'Inventario'. The 'Eco moda' logo is visible. The main heading is 'Testimonios' in green, with the subtitle 'Opinión de nuestros clientes'. Three testimonials are displayed:

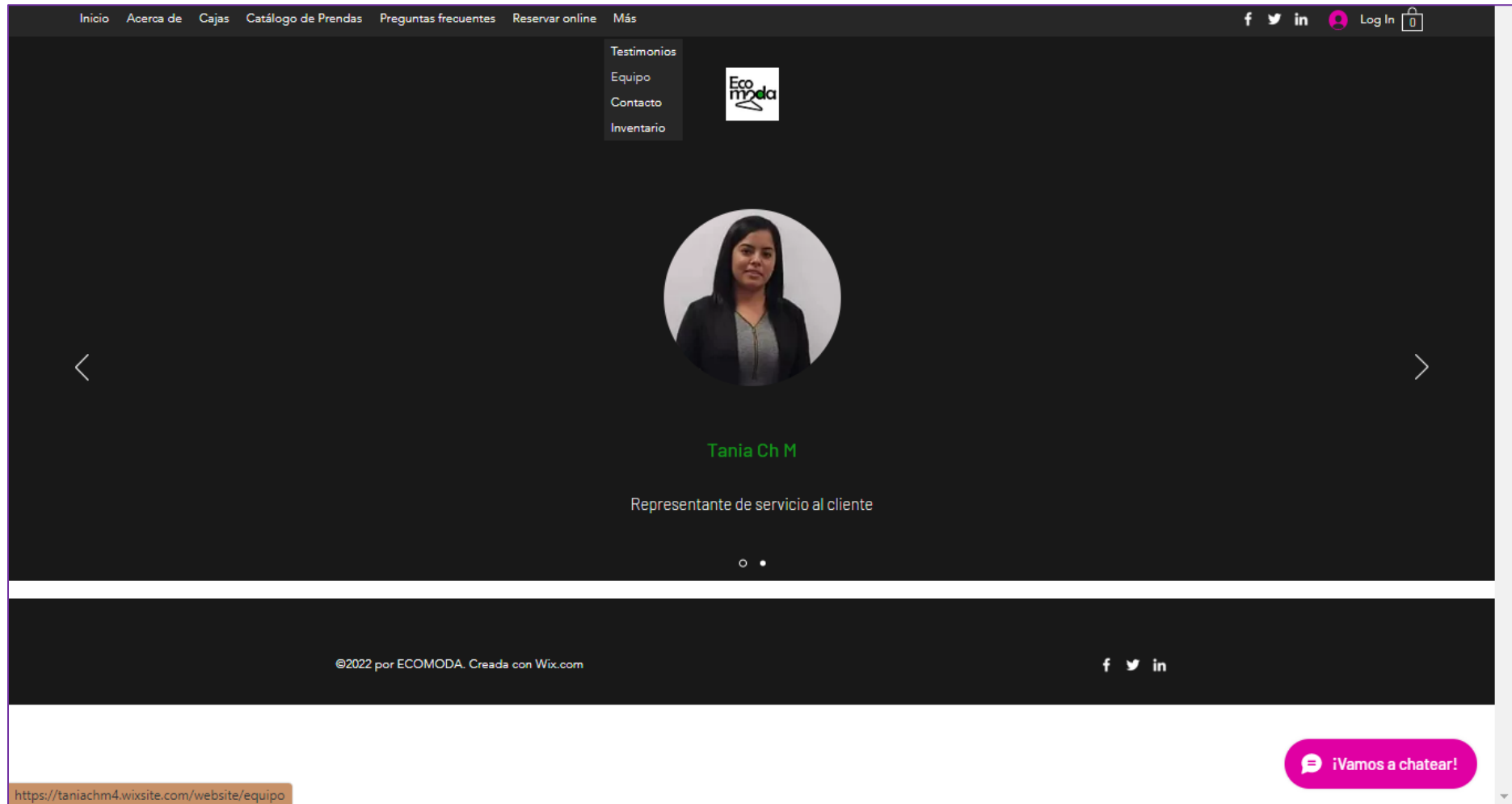
- Testimonial 1: "Empresas como la vuestra es la que necesita el mundo" by Norma Morales G.
- Testimonial 2: "Mi armario ahora es mucho mas divertido y sostenible." by Rosario Santos C.
- Testimonial 3: "Me hacen arriesgar, probar nuevos estilos, conocer marcas étnicas y sostenible e intentar aportar mi granito de arena a ser más ecológica." by Kathy Rodríguez.

A chat button with the text '¡Vamos a chatear!' is located in the bottom right corner.

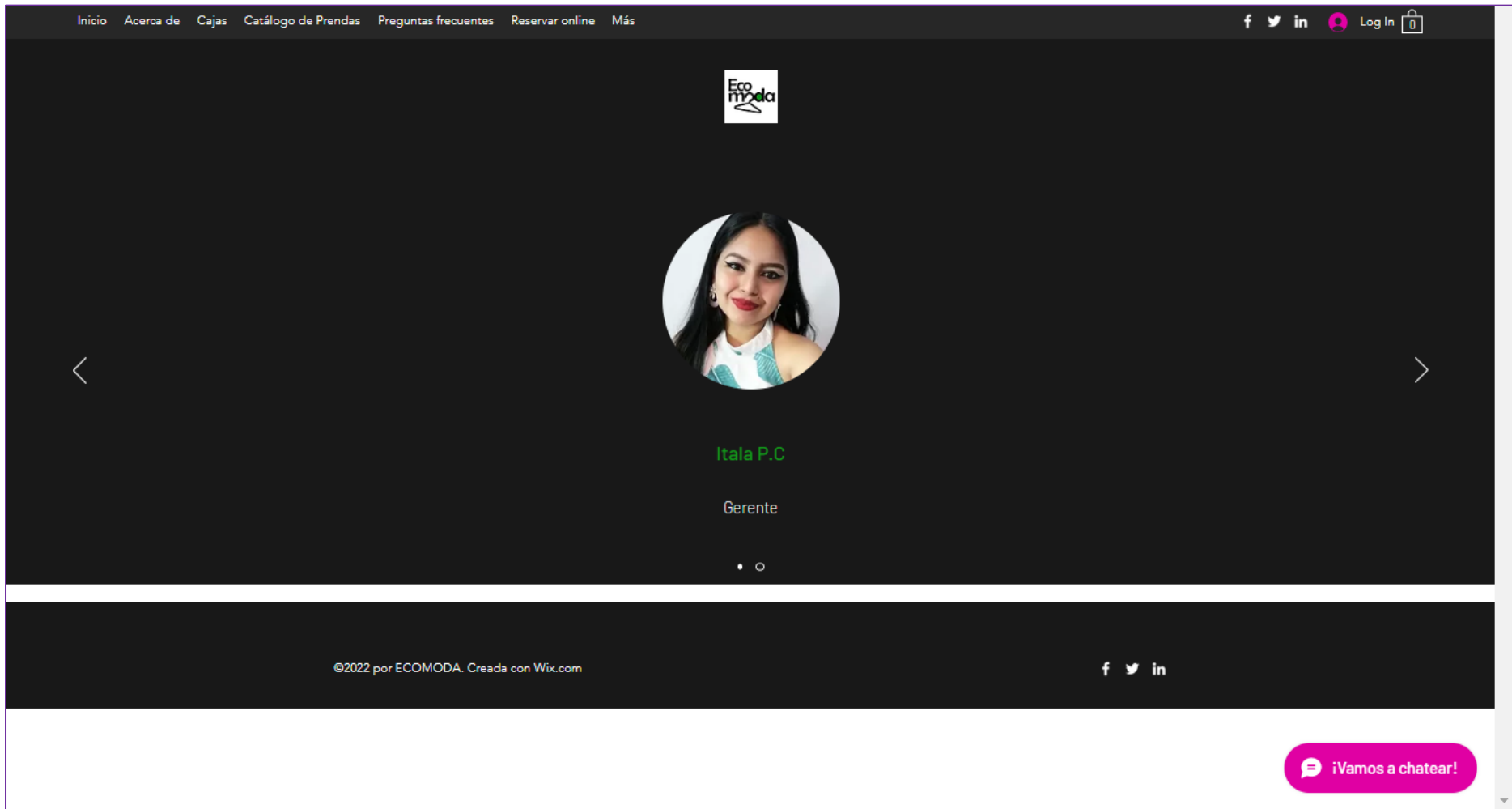
Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Equipo:** En esta opción los usuarios podrán ver a las personas que lideran “ECO MODA”, siempre velando por realizar una buena atención y gestión a nivel interno y externo.

Gráfico N° 43 – Equipo de Gestión



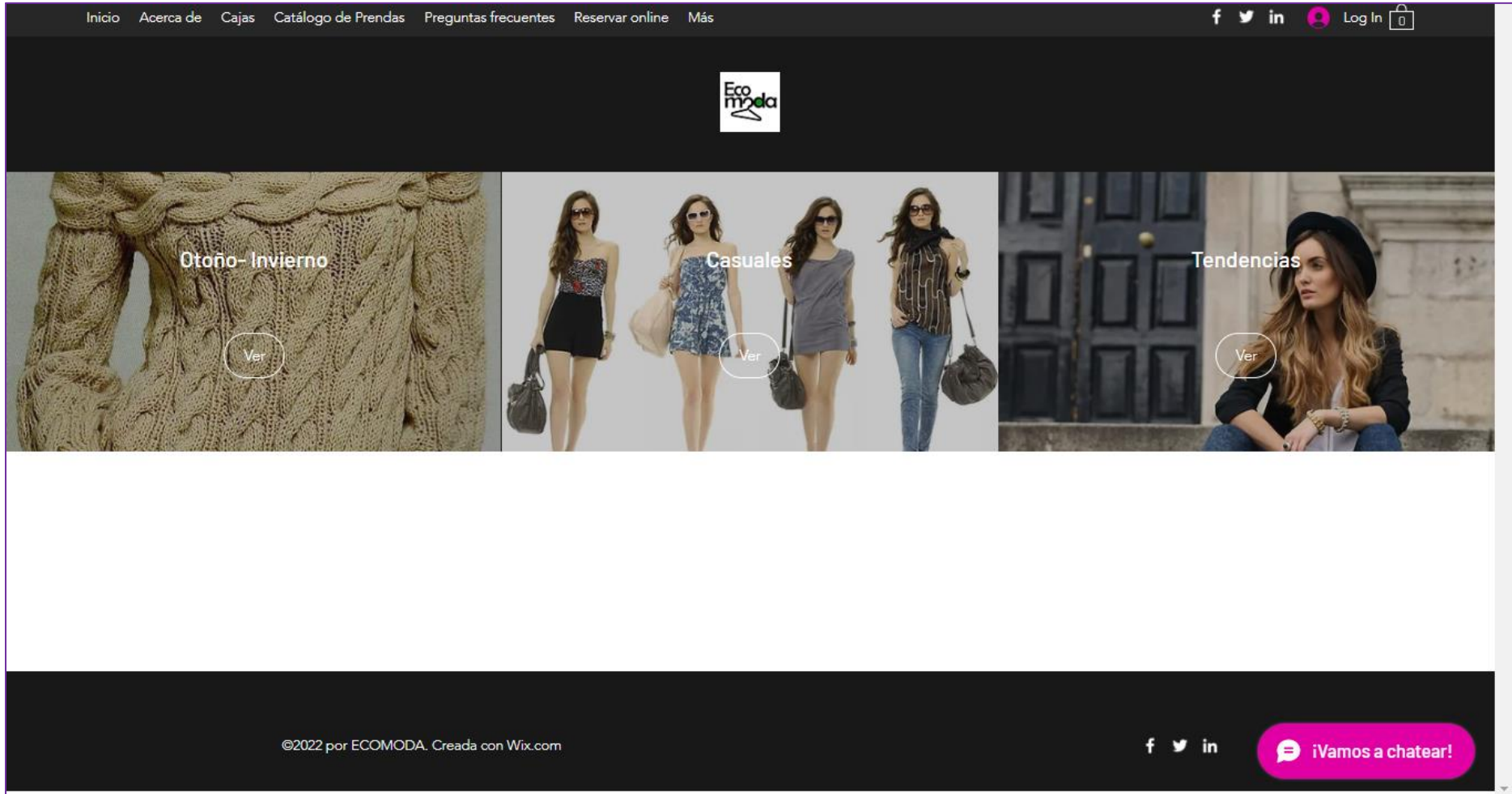
Fuente: Elaboración Propia (2022)



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Inventario:** En esta opción podrán visualizar las tendencias de acuerdo al gusto de cada clienta.

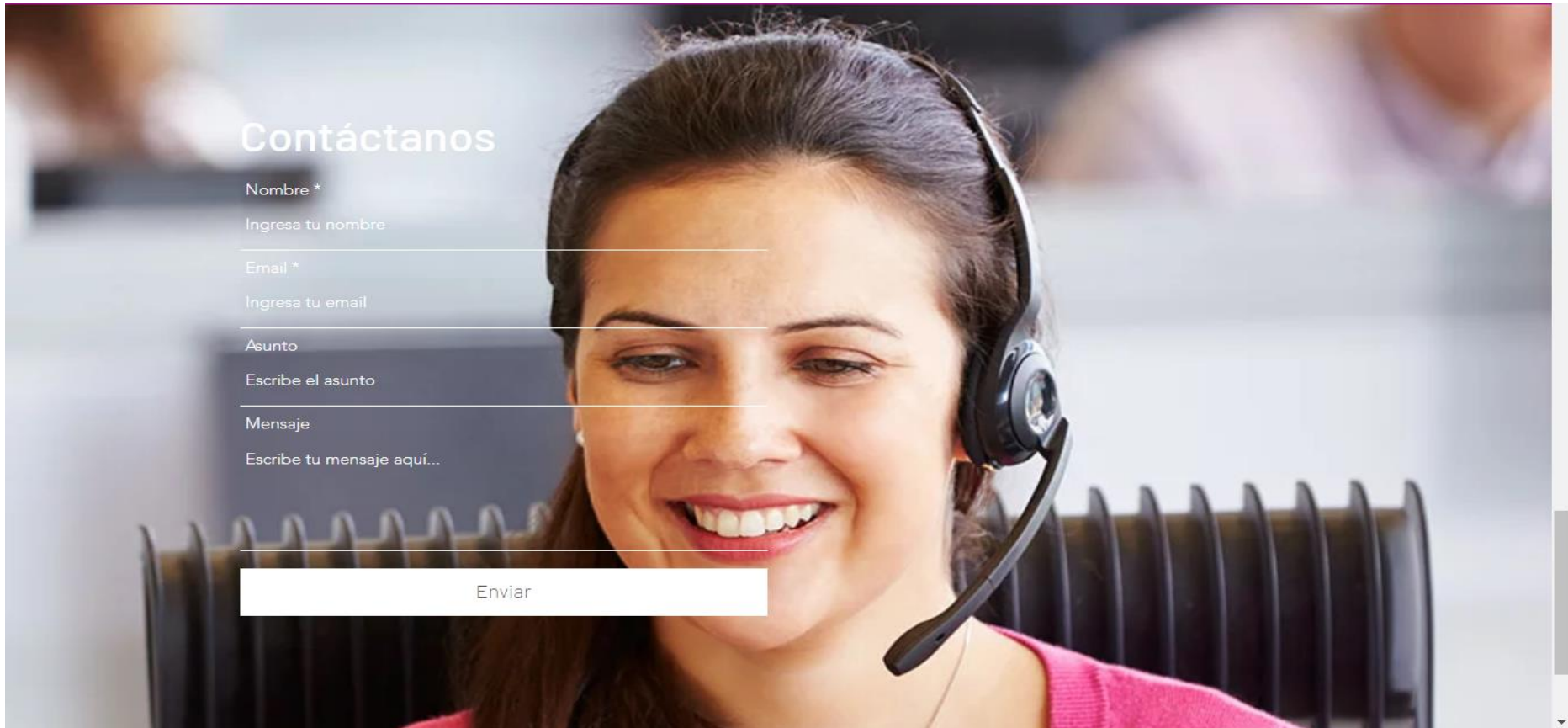
Gráfico N° 44 – Inventario



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Contáctanos:** En esta opción podrán registrarse para acceder a los servicios de “ECO MODA”.

Gráfico N° 45 – Manera de Contacto



**Contáctanos**

Nombre \*

Ingresá tu nombre

Email \*

Ingresá tu email

Asunto

Escribe el asunto

Mensaje

Escribe tu mensaje aquí...

Enviar

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Línea de productos a alquilar:** A continuación mostramos los productos que “ECO MODA”, ofrecerá a cada clienta por el alquiler de cajas con prendas.

**Vestidos Casuales:**

Gráfico N° 46 – Línea de Vestidos



Fuente: Elaboración Propia (2022)



**Blusas:**

Gráfico N° 47 – Línea de Blusas



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Faldas y Shorts:**

Gráfico N° 48 – Línea de Faldas y Shorts



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Pantalones:**

Gráfico N° 49 – Línea de Pantalones



Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Enterizos:**

Gráfico N° 50 – Línea de Enterizos



Fuente: Elaboración Propia (2022)

Sacos:

Gráfico N° 51 – Línea de Sacos










Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Requerimientos de las Prendas:

En este punto abarcamos los requerimientos de prendas que el proveedor producirá para su posterior alquiler, entre las cuales están:

### ❖ Modo de Limpieza de Prendas:


Gráfico N° 52 – Modo de Limpieza

						
LAVADO	BLANQUEO	SECADO MÁQUINA	SECADO NATURAL	PLANCHADO	LIMP. SECO PROFESIONAL	LIMP. HUMEDO PROFESIONAL

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ Requerimientos de Blusas:

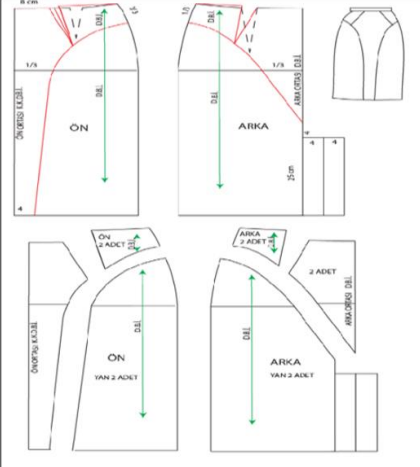
Gráfico N° 53 – Requerimiento de Blusas

Blusas formales para diferentes ocasiones	
	<p><b>Material</b></p> <p><b>Material Principal:</b> Un 30% algodón tiene que contener y el 70% en seda o poliéster</p> <p><b>Hombros:</b> tiene que contener algodón reforzado, para que sea resistente al lavado y al momento de plancharse.</p> <p><b>Accesorios:</b> tejido, botones</p>
	<p><b>Requisitos generales</b></p> <p><b>Blusa:</b> Encaje, escotadas, off shoulder (hombros abiertos), cuello en V, románticas, líneas verticales, a cuadros, corte princesa, cuello redondo, holgadas, de manga larga, corta o <math>\frac{3}{4}</math> y de alto corto o largo.</p> <p><b>Tallas:</b> XS, S, M, XL</p> <p><b>Colores:</b> Modelos sobrios, dos modelos en blanco y los otros en base a la moda</p> <p><b>Tipo:</b> Blusa manga corta y manga larga.</p>
	<p><b>Empaque</b></p> <p>Deben tener la marca en los empaques del proveedor</p>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ Requerimientos de Faldas:

Gráfico N° 54 – Requerimiento de Faldas

Faldas formales para diferentes ocasiones	
	<p><b>Material</b></p> <p><b>Material Principal:</b> Un 25% algodón y el 75% en poliéster.</p> <p><b>Caída:</b> Forrada con hilos al terminar</p>
	<p><b>Requisitos generales</b></p> <p><b>Falda:</b> Largas o cortas plisadas, pliegues, circular, drapeada con efecto arrugado, en línea A, faldas largas y ajustadas, las minis faldas, faldas tubo y las gitanas.</p> <p><b>Tallas:</b> S, M, XL</p> <p><b>Colores:</b> Colores sobrios, con diseños exclusivos de la boutique</p>
	<p><b>Empaque</b></p> <p>Deben tener la marca en los empaques del proveedor</p>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ❖ Requerimientos de Pantalones:

Gráfico N° 55 – Requerimiento de Pantalones

Blusas formales para diferentes ocasiones	
<b>Material</b>	<b>Material Principal:</b> Un 90% algodón y el 10 % en seda.
<b>Requisitos generales</b>	<b>Blusa:</b> Recto, guacho, pescador, pitillo, con botones, campana, vaquero, cullotte, bombacho, pesquero y capri. <b>Tallas:</b> XS, S, M, XL <b>Colores:</b> Modelos sobrios, dos modelos en blanco y los otros en base a la moda <b>Tipo:</b> Blusa manga corta y manga larga.
<b>Empaque</b>	Deben tener la marca en los empaques del proveedor.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ❖ Requerimientos de Shorts:

Gráfico N° 56 – Requerimiento de Shorts

Shorts para diferentes ocasiones	
<b>Material</b>	<b>Material Principal:</b> Un 25% algodón y el 75 % en poliéster. <b>Accesorios:</b> tejido, botones
<b>Requisitos generales</b>	<b>Blusa:</b> Básico, bermudas, mom, tiro alto, tipo falda, y cortos con tejidos frescos <b>Tallas:</b> XS, S, M, XL <b>Colores:</b> Modelos sobrios, y en base a la moda <b>Tipo:</b> Blusa manga corta y manga larga.
<b>Empaque</b>	Deben tener la marca en los empaques del proveedor.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ❖ Requerimiento de Enterizos

Gráfico N° 57 – Requerimiento de Enterizos

Enterizos para diferentes ocasiones	
<b>Material</b>	<b>Material Principal:</b> Tela fina con caída, algodón y en poliéster. <b>Otros Materiales:</b> Hilos de color a la prenda, <b>Diseño:</b> Elegante y a la moda.
<b>Requisitos generales</b>	<b>Enterizos:</b> Largos y cortos <b>Tallas:</b> S, M, XL <b>Colores:</b> Colores en base a la moda actual, con diseños a la estación.
<b>Empaque</b>	Deben tener la marca en los empaques del proveedor.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Requerimiento de Vestidos**

Gráfico N° 58 – Requerimiento de Vestidos

Vestidos para diferentes ocasiones	
	<b>Material</b> <b>Material Principal:</b> Tela fina con caída, seda y algodón <b>Otros Materiales:</b> Hilos de color a la prenda, adornos, brillantes. <b>Diseño:</b> Elegante y a la moda.
	<b>Requisitos generales</b> <b>Vestidos:</b> Corte recto, corte imperio, cintura alta, canesú, ablusado, de cierre asimétrico, tubo, largos, pierna abierta, escotados, en tiras, mangas holgadas, túnica, etc. <b>Tallas:</b> S, M, XL <b>Colores:</b> Colores en base a la moda actual, con diseños a la estación y formales.
	<b>Empaque</b> Deben tener la marca en los empaques del proveedor.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Requerimientos de Sacos:**

Gráfico N° 59 – Requerimiento de Sacos

Sacos para diferentes ocasiones	
	<b>Material</b> <b>Material Principal:</b> Tela fina, seda y algodón <b>Otros Materiales:</b> Hilos de color de la prenda. <b>Diseño:</b> Elegante y a la moda.
	<b>Requisitos generales</b> <b>Blazer:</b> Típico de botones, simples de un solo color, tradicional, estampados, largos, cortos, mangas remangadas, etc. <b>Tallas:</b> S, M, XL <b>Colores:</b> Colores en base a la moda actual, con diseños a la estación.
	<b>Empaque</b> Deben tener la marca en los empaques del proveedor.

Fuente: Elaboración Propia (2022)



## Capítulo 5

### Análisis de rentabilidad

#### 5.1. Determinación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos muestra la cantidad de productos o servicios que “ECO MODA” debe vender para cubrir sus costos y gastos de manera mensual, para ese cálculo tuvimos en cuenta datos como:

Hacemos mención que el detalle de gastos administrativos y ventas se planteara en el punto 5.2 (necesidades de Inversión)

- ❖ Gastos Administrativos
- ❖ Gastos de Ventas

Tabla N° 15 – Gastos Fijos al Mes

GASTO ADMINISTRATIVO	6955.83
GASTO DE VENTAS	839.93
<b>TOTAL DE GASTOS FIJOS AL MES</b>	<b>7795.76</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Hallando el cálculo, teniendo en cuenta la participación de cada caja de productos a entregar, podemos observar que el punto de equilibrio mensual es de 120 unidades y en soles de S/ 12,102.87. Ambos datos son menores a la demanda estimada que se encuentra en el Anexo N° 1.

Tabla N° 16 – Punto de Equilibrio Mensual

PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPLE								
SERVICIO	% Part.	CVU	P.V.U	P,V.U - C.V.U.	MC prom pond	P.E en unid.	P.E por servicio	P.E en soles
Caja Básica (3 prendas)	65.00%	S/. 35.77	S/. 90.00	S/. 54.23	S/. 35.25	<b>120.43</b>	S/. 78.28	S/. 7,044.95
Caja Pro (5 prendas)	35.00%	S/. 35.77	S/. 120.00	S/. 84.23	S/. 29.48		S/. 42.15	S/. 5,057.92
					Suma			<b>S/. 12,102.87</b>

<b>P.E. unidades:</b>	120
<b>P.E. Soles:</b>	S/ 12,102.87

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## 5.2. Determinación de las necesidades de inversión

### ❖ Inversión Total:

Para la puesta en marcha del presente proyecto, se necesita una inversión de S/ 186,816.41 soles, las cuales están representadas por la Inversión tangible, intangible, gastos y costos.

Tabla N° 17 – Inversión Total

DESCRIPCIÓN	S/.
Inversión tangible	S/. 17,280.00
Inversión intangible	S/. 4,704.49
Gastos administrativos	S/. 47,126.61
Gastos de ventas	S/. 15,143.55
Costos	S/. 102,561.76
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>S/. 186,816.41</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Para el financiamiento de la inversión, se hará por medio de un préstamo bancario de S/ 70,000.00 soles a una entidad financiera y lo restante será aporte de las socias: Chuquihuaccha Mendoza, Tania y Pérez Cabrera, Itala.

Tabla N° 18 – Partes de la Inversión

CAPITAL SOCIA 1	S/. 58,408.20	63%
CAPITAL SOCIA 2	S/. 58,408.20	
BANCO	S/. 70,000.00	37%
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL</b>	<b>S/. 186,816.41</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ Inversión Tangible:

Al ser una empresa dedicada al alquiler de prendas, es necesario contar con algunos enseres ligados a almacén y equipos para gestionar las operaciones, la inversión tangible asciende a la suma de S/ 17,280.00 soles.

Tabla N° 19 – Inversión Tangible

INVERSIÓN TANGIBLE								DEPRECIACIÓN	
Descripción	Q	Valor sin IGV unit	IGV unitario	Valor venta unit	Valor venta total	IGV total	Precio de Venta	Anual	Mensual
<b>EQUIPOS TECNOLÓGICOS (20%)</b>								20%	
Laptop	3	S/. 2,373	S/. 427	S/. 2,800	S/. 7,119	S/. 1,281	S/. 8,400	S/. 1,424	S/. 119
Lavadora	1	S/. 1,610	S/. 290	S/. 1,900	S/. 1,610	S/. 290	S/. 1,900	S/. 322	S/. 27
Máquina de coser	2	S/. 153	S/. 27	S/. 180	S/. 305	S/. 55	S/. 360	S/. 61	S/. 5
Plancha	2	S/. 64	S/. 11	S/. 75	S/. 127	S/. 23	S/. 150	S/. 25	S/. 2
Impresora	1	S/. 551	S/. 99	S/. 650	S/. 551	S/. 99	S/. 650	S/. 110	S/. 9
Lectora de código de barras	2	S/. 21	S/. 4	S/. 25	S/. 42	S/. 8	S/. 50	S/. 8	S/. 1
Celular	2	S/. 932	S/. 168	S/. 1,100	S/. 1,864	S/. 336	S/. 2,200	S/. 373	S/. 31
Teléfono	1	S/. 169	S/. 31	S/. 200	S/. 169	S/. 31	S/. 200	S/. 34	S/. 3
<b>Total equipos</b>					<b>S/. 11,788</b>	<b>S/. 2,122</b>	<b>S/. 13,910</b>	<b>S/. 2,358</b>	<b>S/. 196</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES (10 %)</b>								S/. 0	
Escritorios	2	S/. 127	S/. 23	S/. 150	S/. 254	S/. 46	S/. 300	S/. 25	S/. 2
Sillas	4	S/. 136	S/. 24	S/. 160	S/. 542	S/. 98	S/. 640	S/. 54	S/. 5
Percheros	12	S/. 68	S/. 12	S/. 80	S/. 814	S/. 146	S/. 960	S/. 81	S/. 7
Colgadores	10	S/. 34	S/. 6	S/. 40	S/. 339	S/. 61	S/. 400	S/. 34	S/. 3
Mostrador	1	S/. 85	S/. 15	S/. 100	S/. 85	S/. 15	S/. 100	S/. 8	S/. 1
Anaqueles	5	S/. 25	S/. 5	S/. 30	S/. 127	S/. 23	S/. 150	S/. 13	S/. 1
Espejos	1	S/. 34	S/. 6	S/. 40	S/. 34	S/. 6	S/. 40	S/. 3	S/. 0
Parantes	4	S/. 30	S/. 5	S/. 35	S/. 119	S/. 21	S/. 140	S/. 12	S/. 1
Planchador	2	S/. 42	S/. 8	S/. 50	S/. 85	S/. 15	S/. 100	S/. 8	S/. 1
Estantería modular	2	S/. 42	S/. 8	S/. 50	S/. 85	S/. 15	S/. 100	S/. 8	S/. 1
Maniqués	5	S/. 51	S/. 9	S/. 60	S/. 254	S/. 46	S/. 300	S/. 25	S/. 2
Archiveros	2	S/. 59	S/. 11	S/. 70	S/. 119	S/. 21	S/. 140	S/. 12	S/. 1
<b>Total muebles y enseres:</b>		<b>S/. 733</b>			<b>S/. 2,856</b>	<b>S/. 514</b>	<b>S/. 3,370</b>	<b>S/. 286</b>	<b>S/. 24</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN TANGIBLE</b>							<b>S/. 17,280</b>	<b>S/. 2,643</b>	<b>S/. 220</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Inversión Intangible:**

Para temas de constitución la inversión necesaria es de S/ 4,704 soles, abarcando estudios de proyecto, tramites e infraestructura.

Tabla N° 20 – Inversión Intangible

<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>							
<b>Descripción</b>	<b>Q</b>	<b>Valor sin IGV unit</b>			<b>Valor venta total</b>	<b>IGV total</b>	<b>Precio de Venta</b>
<b>CONSTITUCIÓN</b>							
Estudio del proyecto	1	S/. 1,695			S/. 1,695	S/. 305	S/. 2,000
Búsqueda de nombre	1	S/. 4			S/. 4	S/. 1	S/. 5
Reserva de nombre	1	S/. 25			S/. 25	S/. 5	S/. 30
Minuta de Constitución	1	S/. 254			S/. 254	S/. 46	S/. 300
Licencia municipal y defensa civil	1	S/. 339			S/. 339	S/. 61	S/. 400
Indecopi	1	S/. 500			S/. 500	S/. 0	S/. 500
Otros	1	S/. 169			S/. 169	S/. 0	S/. 169
<b>Total Constitución legal</b>						<b>S/. 417</b>	<b>S/. 3,404</b>
<b>Descripción</b>	<b>Q</b>	<b>Valor sin IGV unit</b>			<b>Valor venta total</b>	<b>IGV total</b>	<b>Precio de Venta</b>
<b>INFRAESTRUCTURA LOCAL</b>							
Otros	1	S/. 424	S/. 76	S/. 500	S/. 424	S/. 76	S/. 500
Acondicionamiento	1	S/. 678	S/. 122	S/. 800	S/. 678	S/. 122	S/. 800
<b>Total infraestructura local</b>						<b>S/. 1,102</b>	<b>S/. 1,300</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE</b>							<b>S/. 4,704</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Gastos Administrativos:**

Entre los gastos administrativos estamos considerando los útiles de oficina, programas de oficina y útiles de limpieza, todo ello hace un gasto total de S/ 2,140.00 soles

Tabla N° 21 – Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS								GASTO POR TIEMPO	
Descripción	Q	Valor sin IGV unit	IGV unitario	Valor venta unit	Valor venta total	IGV total	Precio de Venta	Frecuencia	Monto anual
<b>ÚTILES DE OFICINA</b>									
Lapiceros x caja	1	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00	Trimestral	S/. 40.00
Hojas Bond	1	S/. 12.71	S/. 2.29	S/. 15.00	S/. 12.71	S/. 2.29	S/. 15.00	Trimestral	S/. 60.00
Porta papeles	2	S/. 1.69	S/. 0.31	S/. 2.00	S/. 3.39	S/. 0.61	S/. 4.00	Trimestral	S/. 16.00
Folder	2	S/. 2.12	S/. 0.38	S/. 2.50	S/. 4.24	S/. 0.76	S/. 5.00	mensual	S/. 30.00
Otros	1	S/. 50.85	S/. 9.15	S/. 60.00	S/. 50.85	S/. 9.15	S/. 60.00	bimestral	S/. 360.00
<b>Total útiles de oficina</b>					<b>S/. 79.66</b>	<b>S/. 14.34</b>	<b>S/. 94.00</b>		<b>S/. 506.00</b>
<b>PROGRAMAS DE OFICINA</b>									
Licencias Microsoft Office	1	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00	anual	
Antivirus	1	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00	S/. 169.49	S/. 30.51	S/. 200.00	anual	
<b>Total programas de oficina</b>					<b>S/. 593.22</b>	<b>S/. 106.78</b>	<b>S/. 700.00</b>		<b>S/. 700.00</b>
<b>ÚTILES DE LIMPIEZA</b>									
Tachos de basura	1	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00	6 meses	S/. 20.00
escoba	1	S/. 5.93	S/. 1.07	S/. 7.00	S/. 5.93	S/. 1.07	S/. 7.00	6 meses	S/. 14.00
Desinfectantes	5	S/. 8.47	S/. 1.53	S/. 10.00	S/. 42.37	S/. 7.63	S/. 50.00	2 meses	S/. 300.00
Otros	1	S/. 42.37	S/. 7.63	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 7.63	S/. 50.00	mensual	S/. 600.00
<b>Total útiles de limpieza</b>					<b>S/. 99.15</b>	<b>S/. 17.85</b>	<b>S/. 117.00</b>		<b>S/. 934.00</b>
<b>TOTAL GASTO ADMINISTRATIVOS POR AÑO</b>									<b>S/. 2,140.00</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

La siguiente tabla muestra los gastos administrativos de manera general, aquí se detalla la planilla administrativa y pago de servicios, en total el gasto administrativo anual total es de S/ 84,253 soles.

De igual forma los datos de la planilla estarán en el Anexo N° de manera detallada.

Tabla N° 22 – Gastos Administrativos al año

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Útiles de oficina	S/. 506.00	S/. 42.17
Programas de oficina	S/. 700.00	S/. 58.33
Útiles de limpieza	S/. 934.00	S/. 77.83
Contador	S/. 6,000.00	S/. 500.00
Depreciación	S/. 2,643.22	S/. 220.27
<b>SUBTOTAL</b>	<b>S/. 10,783.22</b>	<b>S/. 898.60</b>
Alquiler local	S/. 12,000.00	S/. 1,000.00
Planilla (administrador)	S/. 43,930.00	S/. 3,660.83
Planilla (repartidor Full Time)	S/. 15,180.00	S/. 1,265.00
Planilla (repartidor Part Time)	S/. 7,680.00	S/. 640.00
Pago de servicios	S/. 4,680.00	S/. 390.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/. 94,253</b>	<b>S/. 6,956</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Gastos de Ventas:**

Referente a los gastos de ventas, estamos haciendo referencia a la creación de las plataformas digitales y la página web, campañas de activación, la inversión total es de S/ 20,183 soles.

Tabla N° 23 – Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS								GASTO POR TIEMPO	
Descripción	Q	Valor sin IGV unit	IGV unitario	Valor venta unit	Valor venta total	IGV total	Precio de Venta	Frecuencia	Monto anual
Creación y manejo de Fan Page/ página web	12	S/. 466	S/. 84	S/. 550	S/. 5,593	S/. 1,007	S/. 6,600	anual	S/. 6,600
Hosting de Página Web	12	S/. 56	S/. 10	S/. 66	S/. 669	S/. 120	S/. 790	anual	S/. 790
Papelería Gráfica (Flyers, Brochure, Hojas Membretadas)	12	S/. 30	S/. 5	S/. 35	S/. 356	S/. 64	S/. 420	anual	S/. 420
Campaña BTL - Volanteo y Activación	12	S/. 153	S/. 27	S/. 180	S/. 1,831	S/. 329	S/. 2,160	anual	S/. 2,160
Dominio de página web	1	S/. 93	S/. 17	S/. 61	S/. 93	S/. 17	S/. 110	anual	S/. 110
							<b>GASTO DE VENTAS ANUAL</b>		<b>S/. 10,079</b>
Creación y manejo de Fan Page/ página web					S/. 8,474	S/. 1,525	S/. 9,999	PRE OPERATIVO	S/. 9,999
Papelería Gráfica (Flyers, Brochure, Hojas Membretadas)					S/. 89	S/. 16	S/. 105	PRE OPERATIVO	S/. 105
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS POR AÑO</b>									<b>S/. 20,183</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Presupuesto Operativo:**

Esta inversión es referente a la creación de la página web y las campañas de volanteo antes de iniciar operaciones, el total del presupuesto es de S/ 11,154 soles.

Tabla N° 24 – Presupuesto Operativo

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL PRE OPERATIVO
Página WEB - Creación y Mantenimiento	S/. 3,333	S/. 3,333	S/. 3,333	S/. 9,999
Dominio de Página	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Hosting Ilimitado Multidominio	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Papelería Gráfica (Flyers, Brochure, Hojas Membretadas)	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 105
Campaña BTL - Volanteo y Activación	S/. 350	S/. 350	S/. 350	S/. 1,050
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/. 3,718</b>	<b>S/. 3,718</b>	<b>S/. 3,718</b>	<b>S/. 11,154</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Presupuesto de Marketing y Ventas:**

La siguiente tabla hace mención acerca de los gastos para mantenimiento de la página web y los gastos relacionados a publicidad y promoción, el plan anual de marketing es de S/ 10,078 soles y mensual de S/ 840 soles.



Tabla N° 25 – Presupuesto de Marketing y Ventas

<b>PRESUPUESTO DE MARKETING Y VENTAS</b>													
<b>CONCEPTO</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>TOTAL DEL AÑO 2022</b>
Página WEB - Creación y Mantenimiento	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	S/. 550	<b>S/. 6,600</b>
Dominio de Página	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 110	S/. 0	<b>S/. 110</b>
Hosting Ilimitado Multidominio	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	S/. 66	<b>S/. 790</b>
Papelería Gráfica (Flyers, Brochure, Hojas Membretadas)	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	S/. 35	<b>S/. 420</b>
Campaña BTL - Volanteo y Activación	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	S/. 180	<b>S/. 2,160</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 940</b>	<b>S/. 831</b>	<b>S/. 10,079</b>
<b>TOTAL PLAN DE MARKETING</b>			<b>S/. 10,079</b>										
<b>COSTO MENSUAL PUESTA EN MARCHA</b>			<b>S/. 840</b>										

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Demanda:**

Para los ingresos se tiene primero la demanda del primer año, teniendo el mes de enero ventas por la cantidad de 213 cajas, divididas entre cajas básicas y cajas Pro, de ahí la demanda crecerá en meses donde haya un mayor número de suscripciones y teniendo en cuenta fechas festivas que se mostraran en la siguiente tabla.

Tabla N° 26 – Demanda

<b>INGRESOS</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>TOTAL</b>
Caja Básica (3 prendas)	138	145	157	166	179	193	210	231	259	285	314	358	<b>2635</b>
Caja Pro (5 prendas)	75	79	85	90	97	105	114	125	140	154	169	193	<b>1426</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>213</b>	<b>224</b>	<b>242</b>	<b>256</b>	<b>276</b>	<b>298</b>	<b>324</b>	<b>356</b>	<b>399</b>	<b>439</b>	<b>483</b>	<b>551</b>	<b>4061</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Fechas Festivas :**

A continuación se muestran las fechas festivas donde la cantidad de ventas aumentaran de manera regular.

Tabla N° 27 – Fechas Festivas

<b>EVENTOS</b>	<b>MESES</b>
Día del amor y de la amistad (San Valentín)	FEBRERO
Día de la mujer	MARZO
Día de la madre	MAYO
Llegada del Invierno	JUNIO
Fiestas Patrias	JULIO
Día del Shopping y llegada de la primavera	SEPTIEMBRE
Fiestas Navideñas – Año Nuevo y llegada del verano	DICIEMBRE

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Ingresos Netos sin IGV :**

Los ingresos netos el primer año ascienden a S/ 345,992 soles.

Tabla N° 28 – Ingresos Netos

<b>SERVICIOS</b>	<b>ENE</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAY</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OCT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>	<b>TOTAL</b>
Caja Básica (3 prendas)	S/. 10,525	S/. 11,059	S/. 11,975	S/. 12,661	S/. 13,653	S/. 14,720	S/. 16,017	S/. 17,619	S/. 19,754	S/. 21,737	S/. 23,949	S/. 27,305	<b>S/. 200,975</b>
Caja Pro (5 prendas)	S/. 7,627	S/. 8,034	S/. 8,644	S/. 9,153	S/. 9,864	S/. 10,678	S/. 11,593	S/. 12,712	S/. 14,237	S/. 15,661	S/. 17,186	S/. 19,627	<b>S/. 145,017</b>
<b>TOTAL INGRESO POR MES</b>	<b>S/. 18,153</b>	<b>S/. 19,093</b>	<b>S/. 20,619</b>	<b>S/. 21,814</b>	<b>S/. 23,517</b>	<b>S/. 25,398</b>	<b>S/. 27,610</b>	<b>S/. 30,331</b>	<b>S/. 33,992</b>	<b>S/. 37,398</b>	<b>S/. 41,136</b>	<b>S/. 46,932</b>	<b>S/. 345,992</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ Ingresos Brutos con IGV :

Los ingresos brutos el primer año ascienden a S/ 408,270 soles.

Tabla N° 29 – Ingresos Brutos

SERVICIOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Caja Básica (3 prendas)	S/. 12,420	S/. 13,050	S/. 14,130	S/. 14,940	S/. 16,110	S/. 17,370	S/. 18,900	S/. 20,790	S/. 23,310	S/. 25,650	S/. 28,260	S/. 32,220	<b>S/. 237,150</b>
Caja Pro (5 prendas)	S/. 9,000	S/. 9,480	S/. 10,200	S/. 10,800	S/. 11,640	S/. 12,600	S/. 13,680	S/. 15,000	S/. 16,800	S/. 18,480	S/. 20,280	S/. 23,160	<b>S/. 171,120</b>
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>S/. 21,420</b>	<b>S/. 22,530</b>	<b>S/. 24,330</b>	<b>S/. 25,740</b>	<b>S/. 27,750</b>	<b>S/. 29,970</b>	<b>S/. 32,580</b>	<b>S/. 35,790</b>	<b>S/. 40,110</b>	<b>S/. 44,130</b>	<b>S/. 48,540</b>	<b>S/. 55,380</b>	<b>S/. 408,270</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ Precio de las Cajas:

El precio que se tendrá para las cajas con prendas a alquilar serán de S/ 90.00 soles la caja básica y S/ 120.00 soles la Caja Pro.

Tabla N° 30 – Precio de las cajas

DATO	PRECIO	Valor de Venta
Caja Básica (3 prendas)	S/. 90.00	S/. 76.27
Caja Pro (5 prendas)	S/. 120.00	S/. 101.69

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ Tasa de Crecimiento :

El crecimiento de ventas se hará por medio del sector poblacional los dos primeros años (1.6%) y de ahí se aumentara a una tasa de 2.5% teniendo como referencia la tasa de crecimiento del sector texto, que en los últimos años abarca un crecimiento mayor del 15%.

Tabla N° 31 – Tasa de Crecimiento

Tasa de Crecimiento de Ventas				
2023	2024	2025	2026	2027
1.6%	1.6%	2.5%	2.5%	3.0%

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **Costos y CIF:**

Referente a los costos tenemos los costos de producción de las prendas a alquilar, como sabemos tendremos un proveedor encargado de la fabricación de prendas para su posterior alquiler por medio de la plataforma “ECO MODA”

Tabla N° 32 – Costo Variable de Producción

<b>COSTO VARIABLE</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>BLUSA</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>SHORT</b>
COSTO	S/. 28.00	COSTO	S/. 20.00
ETIQUETA	S/. 0.77	ETIQUETA	S/. 0.77
EMPAQUE	S/. 1.45	EMPAQUE	S/. 1.45
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 30.22</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 22.22</b>

<b>PRODUCTO</b>	<b>POLOS</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>ENTERIZO</b>
costo	S/. 21.00	costo	S/. 40.00
etiqueta	S/. 0.77	etiqueta	S/. 0.77
empaque	S/. 1.45	empaque	S/. 1.45
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 23.22</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 42.22</b>

<b>PRODUCTO</b>	<b>PANTALON</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CASACA</b>
costo	S/. 35.00	costo	S/. 44.00
etiqueta	S/. 0.77	etiqueta	S/. 0.77
empaque	S/. 1.45	empaque	S/. 1.45
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 37.22</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 46.22</b>

<b>PRODUCTO</b>	<b>BLAZER</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>VESTIDO CORTO</b>
costo	S/. 40.00	costo	S/. 30.00
etiqueta	S/. 0.77	etiqueta	S/. 0.77
empaque	S/. 1.45	empaque	S/. 1.45
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 42.22</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 32.22</b>

<b>PRODUCTO</b>	<b>FALDA</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>VESTIDO LARGO</b>
costo	S/. 25.00	costo	S/. 36.00
etiqueta	S/. 0.77	etiqueta	S/. 0.77
empaque	S/. 1.45	empaque	S/. 1.45
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 27.22</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 38.22</b>

<b>PRODUCTO</b>	<b>VESTIDO DE FIESTA</b>
costo	S/. 50.00
etiqueta	S/. 0.77
empaque	S/. 1.45
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>S/. 52.22</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Promedio de Prendas (Costo Variable)

El promedio que se tiene para la producción de prendas es de S/ 35.77 por unidad.

Tabla N° 33 – Promedio de costos variables

<b>PROMEDIO</b>	
Blusa	S/. 30.22
Polos	S/. 23.22
Pantalón	S/. 37.22
Blazer	S/. 42.22
Falda	S/. 27.22
Short	S/. 22.22
Enterizo	S/. 42.22
Casaca	S/. 46.22
Vestido corto	S/. 32.22
Vestido largo	S/. 38.22
Vestido de fiesta	S/. 52.22
<b>PROMEDIO</b>	<b>S/. 35.77</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Costos Fijos

Entre los costos fijos tenemos la planilla ligada a ventas y el pago de servicios, estos gastos están relacionados con la producción y ventas.

Tabla N° 34 – Costos Fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>	
<b>Planilla</b>	<b>S/. 4,600.00</b>
Community Manager	S/. 2,000.00
Personal Shopper	S/. 1,300.00
Personal Shopper	S/. 1,300.00
<b>Pago de servicios</b>	<b>S/. 390.00</b>
Agua (área adm)	S/. 20.00
Luz (área adm)	S/. 150.00
Teléfono e internet	S/. 220.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 4,990.00</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Costos Variables por Servicios:

El total de los costos variables por servicios ascienden a S/ 205,123.51 soles y por mes el costo asciende a S/ 17,093.63 soles.

Tabla N° 35 – Costos Variables por Servicios

<b>COSTOS VARIABLES POR SERVICIO</b>				
<b>Costos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Anual</b>
Community Manager	1	S/. 2,000.00	12.00	S/. 24,000.00
Personal Shopper	1	S/. 1,300.00	12.00	S/. 15,600.00
Personal Shopper	1	S/. 1,300.00	12.00	S/. 15,600.00
Agua (área adm)	1	S/. 20.00	12.00	S/. 240.00
Luz (área adm)	1	S/. 150.00	12.00	S/. 1,800.00
Teléfono e internet	1	S/. 220.00	12.00	S/. 2,640.00
<b>Total insumos por servicio</b>		<b>S/. 4,990.00</b>	<b>72.00</b>	<b>S/. 59,880.00</b>
Promedio de Prendas	1	S/. 12,103.63	4061	S/. 145,243.51
<b>Total mano de obra por servicio</b>		<b>S/. 12,103.63</b>	<b>4061</b>	<b>S/. 145,243.51</b>
<b>Total servicio</b>		<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>	<b>S/. 0.00</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES POR SERVICIO</b>		<b>S/. 17,093.63</b>	<b>4133.00</b>	<b>S/. 205,123.51</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla N° 36 – Costos de Ventas

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>COSTOS DE VENTAS</b>
Planilla	S/. 4,600.00
Servicios de luz y agua	S/. 170.00
Servicio de internet	S/. 220.00
Promedio de Prendas	S/. 12,103.63
<b>Total CV</b>	<b>S/. 17,093.63</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Egresos del Primer año:**

El costo ligado a la producción asciende a S/ 145,244 soles el primer año, acá se tiene en cuenta la demanda anual y el costo promedio de las prendas (S/ 35.77)

Tabla N° 37 – Costo de ventas del primer año

SERVICIOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Caja Básica (3 prendas)	S/. 4,936	S/. 5,186	S/. 5,615	S/. 5,937	S/. 6,402	S/. 6,903	S/. 7,511	S/. 8,262	S/. 9,263	S/. 10,193	S/. 11,230	S/. 12,804	<b>S/. 94,242</b>
Caja Pro (5 prendas)	S/. 2,682	S/. 2,825	S/. 3,040	S/. 3,219	S/. 3,469	S/. 3,755	S/. 4,077	S/. 4,471	S/. 5,007	S/. 5,508	S/. 6,044	S/. 6,903	<b>S/. 51,002</b>
<b>TOTAL INGRESO</b>	<b>S/. 7,618</b>	<b>S/. 8,011</b>	<b>S/. 8,655</b>	<b>S/. 9,156</b>	<b>S/. 9,871</b>	<b>S/. 10,658</b>	<b>S/. 11,588</b>	<b>S/. 12,733</b>	<b>S/. 14,270</b>	<b>S/. 15,701</b>	<b>S/. 17,275</b>	<b>S/. 19,707</b>	<b>S/. 145,244</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### 5.3. Evaluación económica y financiera

Para la evaluación financiera se tendrá en cuenta estados financieros e indicadores de rentabilidad, con la finalidad de saber si el proyecto será rentable.

#### ❖ Estado de Resultados:

El estado de resultados de la empresa “ECO MODA” hace referencia a los ingresos y salida de dinero en un periodo de tiempo determinado, como se logra evidenciar el primer año se tiene una Utilidad neta Positiva de S/ 71,114 soles y para los siguientes año la utilidad sigue siendo favorable obteniendo resultados mayores.

Tabla N° 38 – Estado de Resultados Integrales

TIEMPO	2023	2024	2025	2026	2027
Ingresos por ventas	S/. 345,992	S/. 357,221	S/. 371,679	S/. 386,723	S/. 404,308
(-) costos de ventas	S/. 205,124	S/. 208,405	S/. 213,616	S/. 218,956	S/. 225,525
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/. 140,868</b>	<b>S/. 148,815</b>	<b>S/. 158,063</b>	<b>S/. 167,767</b>	<b>S/. 178,783</b>
(-)Gastos administrativos	-S/. 41,970	-S/. 41,970	-S/. 41,970	-S/. 41,970	-S/. 41,970
(-)Gastos de ventas	-S/. 10,079	-S/. 10,079	-S/. 10,079	-S/. 10,079	-S/. 10,079
(-)Depreciación	-S/. 2,643	-S/. 2,643	-S/. 2,643	-S/. 2,643	-S/. 2,643
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>S/. 86,176</b>	<b>S/. 94,123</b>	<b>S/. 103,371</b>	<b>S/. 113,074</b>	<b>S/. 124,091</b>
(-) Gastos financieros	-S/. 7,160	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>S/. 79,016</b>	<b>S/. 94,123</b>	<b>S/. 103,371</b>	<b>S/. 113,074</b>	<b>S/. 124,091</b>
(-) Impuesto a la Renta	-S/. 7,902	-S/. 9,412	-S/. 10,337	-S/. 11,307	-S/. 12,409
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>S/. 71,114</b>	<b>S/. 84,711</b>	<b>S/. 93,034</b>	<b>S/. 101,767</b>	<b>S/. 111,682</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)



### ❖ Estado de Situación Financiera:

El estado de situación financiera de la empresa “ECO MODA” refleja el inicio de operaciones, permite saber cómo está el financiamiento al inicio y permite visualizar los activos que posee dicha empresa.

Tabla N° 39 – Estado de Situación Financiera

<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Efectivo y Equivalente de Efectivo	S/. 164,832	Deuda al Corto Plazo	S/. 70,000
Existencias	S/. 0		
Gastos pagados por anticipados	S/. 0		
		<b>Total pasivo corriente</b>	<b>S/. 70,000</b>
		<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
<b>Total Activo corriente</b>	<b>S/. 164,832</b>	Deuda a Largo Plazo	S/. 0
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
Maquinaria y equipo	S/. 17,280	<b>Total pasivo no corriente</b>	S/. 0
Activos intangibles	S/. 4,704	<b>TOTAL PASIVO</b>	S/. 70,000
		<b>PATRIMONIO</b>	
		Capital Social	S/. 116,816
<b>Total Activo no corriente</b>	<b>S/. 21,984</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>S/. 116,816</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/. 186,816</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>S/. 186,816</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ WACC y COK:

Para el cálculo del WACC y COK se utilizaron datos del financiamiento, tanto del préstamo bancario como la rentabilidad mínima a ganar por parte del accionista, de esta manera se obtiene un WACC de 17.37% y con COK de 17%.

Tabla N° 40 – WACC y COK

<b>We</b>	Aporte accionistas	63%
<b>Ks</b>	Rentabilidad exigida	17.00%
<b>Wd</b>	Banco	37%
<b>Kd= i*(1-t)</b>	Costo de la deuda	20.00%
<b>t</b>	Impuesto	10.00%
<b>WACC</b>	$wd*ke*(1-t)+we*ks$	17.37%

<b>COK</b>	17.00%
------------	--------

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ Flujo de Caja proyectado:

El flujo de caja permite visualizar en tiempo real los ingresos y salida de dinero que la empresa ha realizado en un periodo de tiempo, dichos flujos que son económicos y financieros se utilizan para hallar indicadores que muestren la rentabilidad y ver si el presente proyecto resulta viable y rentable para su ejecución.

Tabla N° 41 – Flujo de caja proyectado

	AÑO 0	2023	2024	2025	2026	2027
Ingreso por ventas		S/. 408,270	S/. 421,135	S/. 438,196	S/. 455,948	S/. 476,698
<b>TOTAL INGRESOS</b>		S/. 408,270	S/. 421,135	S/. 438,196	S/. 455,948	S/. 476,698
(-) Inversión total						
ACTIVO FIJO	-S/. 17,280					
ACTIVO INTANGIBLE	-S/. 4,704					
CAPITAL DE TRABAJO	-S/. 164,832					
Valor residual						S/. 3,795
(-) Costos de ventas		-S/. 205,124	-S/. 208,405	-S/. 213,616	-S/. 218,956	-S/. 225,525
(-)Gastos administrativos		-S/. 41,970	-S/. 41,970	-S/. 41,970	-S/. 41,970	-S/. 41,970
(-) Gastos de ventas		-S/. 10,079	-S/. 10,079	-S/. 10,079	-S/. 10,079	-S/. 10,079
Crédito fiscal		-S/. 59,118	-S/. 63,915	-S/. 66,517	-S/. 69,225	-S/. 72,390
(-)Impuesto a la renta		-S/. 7,902	-S/. 9,412	-S/. 10,337	-S/. 11,307	-S/. 12,409
<b>TOTAL EGRESOS</b>	-S/. 186,816	-S/. 324,192	-S/. 333,781	-S/. 342,519	-S/. 351,537	-S/. 358,578
<b>FLUJO NETO ECONÓMICO</b>	<b>-S/. 186,816</b>	<b>S/. 84,078</b>	<b>S/. 87,354</b>	<b>S/. 95,677</b>	<b>S/. 104,410</b>	<b>S/. 118,120</b>
(+) Préstamo	S/. 70,000					
(-)Intereses de préstamo		-S/. 7,160	S/. 0	S/. 0	S/. 0	
(-)Amortización del préstamos		-S/. 70,000	S/. 0	S/. 0	S/. 0	
<b>FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>-S/. 116,816</b>	<b>S/. 6,918</b>	<b>S/. 87,354</b>	<b>S/. 95,677</b>	<b>S/. 104,410</b>	<b>S/. 118,120</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ VAN:

El van permite saber si el proyecto es rentable, trae los flujos de dinero del futuro a valor presente, al visualizar ambos datos del VANE y VANF, siendo mayores que cero indican que el proyecto recupera la inversión y genera rentabilidad.

Tabla N° 42 – VAN

<b>VANE</b>	<b>S/. 115,421.57</b>		<b>VANF</b>	<b>S/. 122,242.11</b>
-------------	-----------------------	--	-------------	-----------------------

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **TIR:**

La TIR, de igual forma es un indicador que reafirma la rentabilidad, a nivel económico la TIRE es de 41% y en lo financiero es de 46%, ambos datos son mayores que el WACC y el COK (17.37% Y 17%), lo cual indica que el presente proyecto es reafirmado como rentable.

Tabla N° 43 – TIR

<b>TIRE</b>	<b>41%</b>		<b>TIRF</b>	<b>46%</b>
-------------	------------	--	-------------	------------

Fuente: Elaboración Propia (2022)

❖ **BENEFICIO / COSTO:**

En el benéfico costo el resultado es positivo, con un total de 1.09, por cada sol de inversión se genera una ganancia de 0.09 soles.

Tabla N° 44 – Beneficio / Costo

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Val. Presente</b>	<b>COK</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	S/. 0	S/. 408,270	S/. 421,135	S/. 438,196	S/. 455,948	S/. 476,698	S/. 1,390,934	17.00%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	S/. 186,816	S/. 324,192	S/. 333,781	S/. 342,519	S/. 351,537	S/. 358,578	S/. 1,272,744	
						<b>Ratio B/C</b>	<b>1.09</b>	

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## **Conclusiones y recomendaciones**

**Primera:** El mundo ligado a la tecnología es muy cambiante, para el presente proyecto denominado “Armario Circular” se concluye que existe una demanda por satisfacer para esta propuesta, los datos obtenidos en las entrevistas indican que hay personas que en la actualidad tienen acumulación de prendas, que en su mayoría realizan compras pero el uso de las prendas no es muy frecuente, parte de encuestadas dijeron que DEFINITAMENTE SI accederían a alquilar prendas, con una aceptación del 85%, por ello es recomendable la apertura de esta plataforma, que ayudara con la acumulación y contaminación, así las mujeres podrán cambiar de manera periódica su forma de vestir y reduciendo gastos.

**Segunda:** Se recomienda que el presente proyecto “ECO MODA” sea puesto en marcha, sin duda es una propuesta novedosa e innovadora a emplear en el Distrito Iqueño, generaríamos oportunidades de trabajo y crearemos conciencia acerca de la contaminación, respecto al nivel financiero obtuvimos resultados positivos con un VANF de S/ 122,242.11 soles y una TIRF del 46%, los cuales respaldan la Inversión realizada.

## **Referencias bibliográficas**

## ANEXOS

### ANEXO N° 1 – ANÁLISIS DE LA DEMANDA

#### ❖ TAMAÑO DE MUESTRA:

Para la determinación del tamaño de muestra, utilizamos los datos del Mercado Potencial referido solo a mujeres, teniendo una muestra de 370.

Tabla N° 45 – Tamaño de muestra

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	
$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N-1) + Z^2 \sigma^2}$	
-Nivel de confianza (Z) 95%	1.96%
Margen de error (E) 5%	0.05
Desviación Estándar ( $\sigma$ ) 0.5	0.5
Población (N)	4472 personas
Muestra	370 personas

Fuente: Elaboración Propia (2022)

#### ❖ MERCADO POTENCIAL:

El número de personas mujeres de 18 a 45 años del Distrito Iqueño asciende a 42231, cabe mencionar que según el INEI, el porcentaje de mujeres es de 52% y de hombres de 48%.

En lo que basa a NSE, el APEIM indica que el Nivel Socioeconómico A y B de Ica es de 11.3%.

Tabla N° 46 – Cantidad de mujeres

18	19	20 - 24	25-29	30-34	35-39	40-44	45	TOTAL PERSONAS	MUJERES (52%)	HOMBRES (48%)
7534	7250	13390	12654	11856	10958	10025	7547	81214	42231	38983

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Teniendo datos de personas y NSE, podemos calcular el Mercado Potencial, con un total de mujeres de 4772.

Tabla N° 47 – Mercado Potencial

UBICACIÓN GEOGRAFICA	TOTAL
	PERSONAS
Edad (18 a 45 años)	42231
Segmento A-B	11.30%
Personas del NSE A-B	4772

Fuente: Elaboración Propia (2022)

#### ❖ MERCADO DISPONIBLE:

Para el mercado disponible se utilizaron los resultados obtenidos en la encuesta, la primera pregunta tuvo una probabilidad positiva del 92% y la segunda pregunta ligada al tema online con una aceptación del 88%, para saber la cantidad que conforma el mercado Disponible, se multiplico el mercado potencial por dichas probabilidades ( $4772 \times 82\% \times 88\%$ ), obteniendo un total de 3863 personas.

Tabla N° 48 – Mercado Disponible

Pregunta	Alternativa	%	Probabilidad de éxito y fracaso	P	TOTAL MERCADO DISPONIBLE
¿Tienes prendas de vestir acumuladas en tu armario que no utilizas a menudo?	Si	92.00%	P	92.00%	3863
	No	8.00%	Q	8.00%	
Pregunta	Alternativa	%	Probabilidad de éxito y fracaso	P	
¿Utilizas las plataformas digitales para realizar compras online de un producto (ropa o accesorios)?	Si	88.00%	P	88.00%	
	No	12.00%	Q	12.00%	

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ MERCADO EFECTIVO:

Para el mercado efectivo se utilizaron los resultados obtenidos en la encuesta, con una interrogante que tuvo una probabilidad positiva del 85%, en esta pregunta es para saber si las personas accederían a suscribirse a la página y alquilar las prendas que la empresa ofrece, para el cálculo se tuvo en cuenta el Mercado Disponible (3863x85%), obteniendo un total de 3284 personas.

Tabla N° 49 – Mercado Efectivo

Pregunta	Alternativa	%	Probabilidad de éxito y fracaso	P	TOTAL MERCADO EFECTIVO
Respecto al armario circular ¿Ud. se suscribiría a la plataforma "ECO MODA" para recibir prendas de ropa de manera mensual mediante una suscripción?	<b>Definitivamente SI</b>	<b>85.00%</b>	<b>Q</b>	<b>85.00%</b>	<b>3284</b>
	SI	3.00%	<b>P</b>	<b>15.00%</b>	
	No Se	4.00%			
	No	5.00%			
	Definitivamente NO	3.00%			
	TOTAL	100.00%			

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### ❖ MERCADO OBJETIVO:

El mercado objetivo es la participación de la empresa, con una tasa del 6.5%, se calculó por medio de la multiplicación entre el Mercado efectivo y la tasa (3284x6.5%), con un resultado de 213 personas, que serían las ventas del primer mes de enero.

Tabla N° 50 – Mercado Objetivo

MERCADO EFECTIVO	PARTICIPACIÓN	TOTAL
Participación	6.5%	213

Fuente: Elaboración Propia (2022)



❖ **INTERROGANTE DEL PRECIO:**

A continuación se presenta las interrogantes respecto al precio de cada caja a comercializar, para la primer caja básica, la mayoría de respuestas se centraron en pagar entre S/ 80 y 100 soles y para la Caja Pro pagar entre S/ S/ 110 y 130 soles.

Tabla N° 51 – Pregunta sobre el precio

Pregunta	Alternativa	%
¿Cuánto pagaría una caja básica que contenga 4 prendas?	Entre 40 y 60 soles	15.00%
	Entre 60 y 80 soles	25.00%
	<b>Entre 80 y 100 soles</b>	<b>49.00%</b>
	Entre 100 y 120 soles	8.00%
	Más de 120 soles	3.00%
	TOTAL	100.00%

Pregunta	Alternativa	%
¿Cuánto pagaría por una caja pro que contenga 6 prendas?	Entre 70 y 90 soles	15.00%
	Entre 90 y 110 soles	25.00%
	<b>Entre 110 y 130 soles</b>	<b>49.00%</b>
	Entre 130 y 150 soles	8.00%
	Más de 150 soles	3.00%
	TOTAL	100.00%

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ANEXO N° 2 – PLANILLA DE LA EMPRESA

### ❖ PLANILLA

Se presenta la planilla de la empresa, que cuenta con un total de 6 trabajadores, pagando beneficios de acuerdo a ley, de manera mensual la planilla equivale a S/ 8,497.50 soles de al año es de S/ 101,970.00 soles.

Tabla N° 52 – Planilla de Eco Moda

<b>PLANILLA GENERAL</b>							
<b>N°</b>	<b>CARGOS</b>	<b>SUELDO BASE</b>	<b>SIS</b>	<b>SUB TOTAL</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>SUB TOTAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
1	Administrador	S/3,500.00	S/15.00	S/3,515.00	S/145.83	S/3,660.83	S/43,930.00
1	Community Manager	S/2,000.00	S/15.00	S/2,015.00	S/83.33	S/2,098.33	S/25,180.00
1	Personal Shopper	S/1,300.00	S/15.00	S/1,315.00	S/54.17	S/1,369.17	S/16,430.00
1	Personal Shopper	S/1,300.00	S/15.00	S/1,315.00	S/54.17	S/1,369.17	S/16,430.00
1	Reparto Full Time	S/1,200.00	S/15.00	S/1,215.00	S/50.00	S/1,265.00	S/15,180.00
1	Reparto Part Time	S/600.00	S/15.00	S/615.00	S/25.00	S/640.00	S/7,680.00
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>S/9,300.00</b>		<b>S/8,160.00</b>		<b>S/8,497.50</b>	<b>S/101,970.00</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ANEXO N° 3 – PRÉSTAMO BANCARIO

Tabla N° 53 – Préstamo Bancario

<b>Monto:</b>	S/. 70,000.00
<b>TCEA:</b>	20.00%
<b>TEM:</b>	1.531%
<b>Tiempo (años):</b>	1
<b>Cuotas mensuales:</b>	12
<b>Renta</b>	S/. 6,429.98

N° Pago	Saldo Inicial	Interés S.I * i	Amortización Cuota - interés	Cuota	Saldo Final S.I - amort	AÑO
0	S/. 70,000.00				S/. 70,000.00	1er año
1	S/. 70,000.00	S/. 1,071.66	S/. 5,358.31	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 64,641.69	
2	S/. 64,641.69	S/. 989.63	S/. 5,440.35	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 59,201.34	
3	S/. 59,201.34	S/. 906.34	S/. 5,523.64	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 53,677.70	
4	S/. 53,677.70	S/. 821.78	S/. 5,608.20	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 48,069.50	
5	S/. 48,069.50	S/. 735.92	S/. 5,694.06	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 42,375.44	
6	S/. 42,375.44	S/. 648.75	S/. 5,781.23	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 36,594.21	
7	S/. 36,594.21	S/. 560.24	S/. 5,869.74	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 30,724.47	
8	S/. 30,724.47	S/. 470.38	S/. 5,959.60	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 24,764.87	
9	S/. 24,764.87	S/. 379.14	S/. 6,050.84	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 18,714.03	
10	S/. 18,714.03	S/. 286.50	S/. 6,143.48	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 12,570.55	
11	S/. 12,570.55	S/. 192.45	S/. 6,237.53	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 6,333.02	
12	S/. 6,333.02	S/. 96.96	S/. 6,333.02	<b>S/. 6,429.98</b>	S/. 0.00	S/. 70,000.00
		<b>S/. 7,159.73</b>	<b>S/. 70,000.00</b>	<b>S/. 77,159.73</b>		

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ANEXO N° 4 – RATIOS

Tabla N° 54 – Ratios Financieros

<b>ROE</b>	Utilidad neta	S/. 71,114.37	<b>61%</b>
	Patrimonio	S/. 116,816.41	

<b>ROA</b>	Utilidad operativa	S/. 86,175.69	<b>46%</b>
	Activo total	S/. 186,816.41	

<b>ROI</b>	Utilidad neta	S/. 71,114.37	<b>38%</b>
	Activo total	S/. 186,816.41	

<b>MARGEN BRUTO SOBRE VENTAS</b>	Utilidad bruta	S/. 140,868.01	<b>41%</b>
	Ventas netas	S/. 345,991.53	

<b>MARGEN NETO SOBRE VENTAS</b>	Utilidad neta	S/. 71,114.37	<b>21%</b>
	Ventas netas	S/. 345,991.53	

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ANEXO N° 5 – PRESUPUESTO OPERATIVO

Tabla N° 55 – Presupuesto operativo

	MES 0	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
<b>INGRESOS</b>		S/. 18,153	S/. 19,093	S/. 20,619	S/. 21,814	S/. 23,517	S/. 25,398	S/. 27,610	S/. 30,331	S/. 33,992	S/. 37,398	S/. 41,136	S/. 46,932	S/. 345,992
COSTOS VARIABLES		S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 17,094	S/. 205,124
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>S/. 1,059</b>	<b>S/. 2,000</b>	<b>S/. 3,525</b>	<b>S/. 4,720</b>	<b>S/. 6,423</b>	<b>S/. 8,305</b>	<b>S/. 10,517</b>	<b>S/. 13,237</b>	<b>S/. 16,898</b>	<b>S/. 20,305</b>	<b>S/. 24,042</b>	<b>S/. 29,839</b>	<b>S/. 140,868</b>
GASTOS ADM		S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 3,498	S/. 41,970
Planilla		S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 5,566	S/. 66,790
Alquiler		-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 1,000	-S/. 12,000
Contador		-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 500	-S/. 6,000
Gastos de oficina		-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 42	-S/. 506
Provisión para programas de oficina		-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 58	-S/. 700
Útiles de limpieza		-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 78	-S/. 934
Pago de servicios		-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 390	-S/. 4,680
Inversión	-S/. 116,816.41	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
GASTO VENTAS		-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 840	-S/. 10,079
<b>U. OPERATIVA</b>		<b>S/. 3,716</b>	<b>S/. 4,657</b>	<b>S/. 6,183</b>	<b>S/. 7,378</b>	<b>S/. 9,081</b>	<b>S/. 10,962</b>	<b>S/. 13,174</b>	<b>S/. 15,894</b>	<b>S/. 19,555</b>	<b>S/. 22,962</b>	<b>S/. 26,700</b>	<b>S/. 32,496</b>	<b>S/. 172,759</b>
CUOTA PRÉSTAMO		-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 6,430	-S/. 77,160
<b>U. ANTES DE IR</b>		<b>-S/. 2,713</b>	<b>-S/. 1,773</b>	<b>-S/. 247</b>	<b>S/. 948</b>	<b>S/. 2,651</b>	<b>S/. 4,532</b>	<b>S/. 6,744</b>	<b>S/. 9,464</b>	<b>S/. 13,125</b>	<b>S/. 16,532</b>	<b>S/. 20,270</b>	<b>S/. 26,066</b>	<b>S/. 95,599</b>
PAGO A CUENTA LR		S/. 0	-S/. 182	-S/. 191	-S/. 206	-S/. 218	-S/. 235	-S/. 254	-S/. 276	-S/. 303	-S/. 340	-S/. 374	-S/. 411	-S/. 2,991
<b>U. NETA</b>		<b>-S/. 2,713</b>	<b>-S/. 1,954</b>	<b>-S/. 438</b>	<b>S/. 741</b>	<b>S/. 2,433</b>	<b>S/. 4,297</b>	<b>S/. 6,490</b>	<b>S/. 9,188</b>	<b>S/. 12,822</b>	<b>S/. 16,192</b>	<b>S/. 19,896</b>	<b>S/. 25,655</b>	<b>S/. 92,609</b>
Saldos acumulados		-S/. 2,713	-S/. 4,668	-S/. 5,106	-S/. 4,365	-S/. 1,932	S/. 2,365	S/. 8,855	S/. 18,044	S/. 30,866	S/. 47,058	S/. 66,954	S/. 92,609	

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## ANEXO N° 7 – LIQUIDACIÓN IGV

Tabla N° 56 – Liquidación IGV

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
<b>COMPRAS</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>
Equipos	S/. 11,788.14	S/. 2,121.86								
Muebles y enseres	S/. 2,855.93	S/. 514.07								
Infraestructura local	S/. 1,101.69	S/. 198.31								
Útiles de oficina	S/. 428.81	S/. 77.19	S/. 428.81	S/. 77.19	S/. 428.81	S/. 77.19	S/. 428.81	S/. 77.19	S/. 428.81	S/. 77.19
Programas de oficina	S/. 593.22	S/. 106.78	S/. 593.22	S/. 106.78	S/. 593.22	S/. 106.78	S/. 593.22	S/. 106.78	S/. 593.22	S/. 106.78
Útiles de limpieza	S/. 791.53	S/. 142.47	S/. 791.53	S/. 142.47	S/. 791.53	S/. 142.47	S/. 791.53	S/. 142.47	S/. 791.53	S/. 142.47
	<b>S/. 17,559.32</b>	<b>S/. 3,160.68</b>	<b>S/. 1,813.56</b>	<b>S/. 326.44</b>	<b>S/. 1,813.56</b>	<b>S/. 326.44</b>	<b>S/. 1,813.56</b>	<b>S/. 326.44</b>	<b>S/. 1,813.56</b>	<b>S/. 326.44</b>
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
<b>VENTAS</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>	<b>BASE IMPONIBLE</b>	<b>I.G.V.</b>
<b>FACTURACIÓN POR SERVICIOS</b>	S/. 345,991.53	S/. 62,278.47	S/. 356,894.16	S/. 64,240.95	S/. 371,352.40	S/. 66,843.43	S/. 386,396.36	S/. 69,551.34	S/. 403,981.75	S/. 72,716.72
	<b>S/. 345,991.53</b>	<b>S/. 62,278.47</b>	<b>S/. 356,894.16</b>	<b>S/. 64,240.95</b>	<b>S/. 371,352.40</b>	<b>S/. 66,843.43</b>	<b>S/. 386,396.36</b>	<b>S/. 69,551.34</b>	<b>S/. 403,981.75</b>	<b>S/. 72,716.72</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

<b>I.G.V. VENTAS - I.G.V. COMPRAS (por pagar)</b>	<b>-S/. 59,117.80</b>	<b>-S/. 63,914.51</b>	<b>-S/. 66,516.99</b>	<b>S/. -69,224.90</b>	<b>S/. -72,390.27</b>
INGRESO BRUTO	408,270.00	421,135.11	438,195.83	455,947.70	476,698.47
INGRESO NETO	345,991.53	357,220.60	371,678.84	386,722.80	404,308.19

Fuente: Elaboración Propia (2022)

