

# ARMARIO CIRCULAR PARA MUJERES

**2%**  
Textos sospechosos

**2% Similitudes**  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas  
< 1% Idiomas no reconocidos

<b>Nombre del documento:</b> ARMARIO CIRCULAR PARA MUJERES.docx <b>ID del documento:</b> 47ec601f186567997ae2c9ba285175c0545c3895 <b>Tamaño del documento original:</b> 17,54 MB	<b>Depositante:</b> JERSON SANCHEZ RAMOS <b>Fecha de depósito:</b> 20/3/2024 <b>Tipo de carga:</b> interface <b>fecha de fin de análisis:</b> 20/3/2024	<b>Número de palabras:</b> 17.334 <b>Número de caracteres:</b> 110.623
--	--	---

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes de similitudes

### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGURAS...</b> #4c5bf2 El documento proviene de mi grupo 7 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (94 palabras)
2	<b>G09 - Gimnasio.docx   G09 - Gimnasio</b> #34e335 El documento proviene de mi grupo 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (53 palabras)
3	<b>G12 - GOOD LIFE.docx   G12 - GOOD LIFE</b> #be4d66 El documento proviene de mi grupo 7 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (79 palabras)
4	<b>EF Tienda iPhone.docx   EF Tienda iPhone</b> #795fd5 El documento proviene de mi grupo 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (66 palabras)
5	<b>PLAN DE NEGOCIOS MANTEQUILLA CONDIMENTADA.pdf   PLAN DE NEG...</b> #8c1e9c El documento proviene de mi grupo 6 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (73 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>Documento de otro usuario</b> #9b26ae El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (17 palabras)
2	<b>PROYECTO DE INNOVACIÓN - CUNIA, ROSILLO.docx   PROYECTO DE INN...</b> #61fe14 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
3	<b>Documento de otro usuario</b> #9fc65b El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	<b>IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENT...</b> #bd6a62 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
5	<b>www.eluniversal.com.co   Fashion sharing, la nueva tendencia de alquilar ropa   ...</b> <a href="https://www.eluniversal.com.co/viernes/fashion-sharing-la-nueva-tendencia-de-alquilar-ropa-BD188...">https://www.eluniversal.com.co/viernes/fashion-sharing-la-nueva-tendencia-de-alquilar-ropa-BD188...</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)

**Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)** Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	<a href="https://taniachm4.wixsite.com/website">https://taniachm4.wixsite.com/website</a>
---	---

# Puntos de interés



**PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGURAS PERUANAS .docx** | PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGUR...

El documento proviene de mi grupo

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

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

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

Ica, 2022

Dedicatoria

A DÍOS,  
Nuestros Padres,  
Hijos y Familiares.

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.

## ÍNDICE GENERAL



### G12 - GOOD LIFE.docx | G12 - GOOD LIFE

El documento proviene de mi grupo

Resumen ejecutivo

Introducción



### PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGURAS PERUANAS .docx | PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGUR...

El documento proviene de mi grupo

Capítulo 1 Identificación del problema u oportunidad

1.1. Selección del problema o necesidad a resolver

.....12

1.2. Validación del problema.....19

1.3. Descripción del cliente.....26



### PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGURAS PERUANAS .docx | PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGUR...

El documento proviene de mi grupo

Capítulo 2 Diseño del producto o servicio innovador

2.1. Aplicación de la metodología Design Thinking.....27

2.2 Características del producto o servicio innovador validado.....46

Capítulo 3 Elaboración del modelo de negocio



### PLAN DE NEGOCIOS MANTEQUILLA CONDIMENTADA.pdf | PLAN DE NEGOCIOS MANTEQUILLA CONDIMENTADA

El documento proviene de mi grupo

3.1. Definición de la propuesta de valor de

negocio.....47

3.2. Elaboración del lienzo modelo de negocio.....51

3.3. Descripción del prototipo de lanzamiento.....59

Capítulo



### EF Tienda iPhone.docx | EF Tienda iPhone

El documento proviene de mi grupo

4 Validación del modelo de negocio

4.1. Aplicación de la metodología Lean

Startup.....68

4.2. Descripción del modelo de negocio validado.....73

Capítulo 5 Análisis de rentabilidad

5.1. Determinación del punto de equilibrio.....95

5.2. Determinación de las necesidades de inversión.....96

5.3. Evaluación económica y financiera.....110

Conclusiones y recomendaciones.....114

Referencias bibliográficas.....115

ANEXOS .....116

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 – Matriz de Vester 16

Tabla N° 2 – Guion de entrevista 19

Tabla N° 3 – Priorización de preguntas y respuestas 20

Tabla N° 4 – Hipótesis Problema 21

Tabla N° 5 – Hipótesis Cliente 22

Tabla N° 6 – Hipótesis Solución 23

Tabla N° 7 – Criterios de Priorización 25

Tabla N° 8 – Primera pregunta - género 28

Tabla N° 9 – Segunda pregunta - preferencias 29

Tabla N° 10 – Tercera pregunta - frecuencia 30

Tabla N° 11 – Cuarta pregunta – Inversión en compra 31

Tabla N° 12 – Quinta pregunta – Preferencias 32

Tabla N° 13 – Sexta pregunta – Tema Online 33

Tabla N° 14 – Séptima pregunta – Tallas 34

Tabla N° 15 – Gastos Fijos al Mes 95

Tabla N° 16 – Punto de Equilibrio Mensual 95

Tabla N° 17 – Inversión Total 96

Tabla N° 18 – Partes de la Inversión	96
Tabla N° 19 – Inversión Tangible	97
Tabla N° 20 – Inversión Intangible	98
Tabla N° 21 – Gastos Administrativos	99
Tabla N° 22 – Gastos Administrativos al año	100
Tabla N° 23 – Gastos de Ventas	101
Tabla N° 24 – Presupuesto Operativo	102
Tabla N° 25 – Presupuesto de Marketing y Ventas	103
Tabla N° 26 – Demanda	103
Tabla N° 27 – Fechas Festivas	104
Tabla N° 28 – Ingresos Netos	104
Tabla N° 29 – Ingresos Brutos	105
Tabla N° 30 – Precio de las cajas	105
Tabla N° 31 – Tasa de Crecimiento	105
Tabla N° 32 – Costo Variable de Producción	106
Tabla N° 33 – Promedio de costos variables	107
Tabla N° 34 – Costos Fijos	107
Tabla N° 35 – Costos Variables por Servicios	108
Tabla N° 36 – Costos de Ventas	108
Tabla N° 37 – Costo de ventas del primer año	109
Tabla N° 38 – Estado de Resultados Integrales	110
Tabla N° 39 – Estado de Situación Financiera	111
Tabla N° 40 – WACC y COK	111
Tabla N° 41 – Flujo de caja proyectado	112
Tabla N° 42 – VAN	112
Tabla N° 43 – TIR	113
Tabla N° 44 – Beneficio / Costo	113
Tabla N° 45 – Tamaño de muestra	116
Tabla N° 46 – Cantidad de mujeres	116
Tabla N° 47 – Mercado Potencial	117
Tabla N° 48 – Mercado Disponible	117
Tabla N° 49 – Mercado Efectivo	117
Tabla N° 50 – Mercado Objetivo	117
Tabla N° 51 – Pregunta sobre el precio	117
Tabla N° 52 – Planilla de Eco Moda	117
Tabla N° 53 – Préstamo Bancario	117
Tabla N° 54 – Ratios Financieros	117
Tabla N° 55 – Presupuesto operativo	117
Tabla N° 56 – Liquidación IGV	117

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 – Lluvia de Ideas	15
--------------------------------	----

Gráfico N° 2 – Plano Cartesiano de la Matriz de Vester	17
Gráfico N° 3 – Árbol de Problemas	18
Gráfico N° 4 – Primera pregunta - género	28
Gráfico N°5 – Segunda pregunta – preferencias	29
Gráfico N°6 – Tercera pregunta - frecuencia	30
Gráfico N°7 – Cuarta pregunta – Inversión en compra	31
Gráfico N° 8 – Quinta pregunta – Preferencias	32
Gráfico N°9 – Sexta pregunta – Tema Online	33
Gráfico N°10 – Séptima pregunta – Tallas	34
Gráfico N°11 – Mapa de Empatía	35
Gráfico N° 12 – Ideación	37
Gráfico N° 13 – Armario Circular	38
Gráfico N° 14 – Prendas de Material Orgánico	39
Gráfico N° 15 – Alquiler por Temporada	40
Gráfico N° 16 – Aplicativo para Prendas	40
Gráfico N° 17 – Posibles Soluciones	41
Gráfico N° 18 – Inicio del Prototipo	42
Gráfico N° 19 – Nosotros. Eco Moda	43
Gráfico N° 20 – Consultas sobre Eco Moda	44
Gráfico N° 21 – Manera de Contacto	45
Gráfico N° 22 – Lienzo de Clientes	48
Gráfico N° 23 – Lienzo de la Propuesta de Valor	50
Gráfico N°24 – Lienzo Canvas	52
Gráfico N° 25 – Descripción de la Plataforma	59
Gráfico N° 26 – Catalogo de Prendas	60
Gráfico N° 27 – Información de Eco Moda	61
Gráfico N° 28 – Información de Eco Moda	64
Gráfico N° 29 – Referente al alquiler	65
Gráfico N° 30 – Prendas de alquiler	66
Gráfico N° 31 – Producto Mínimo Viable	69
Gráfico N° 32 – Satisfacción del Servicio	71
Gráfico N° 33 – Recomendación del Servicio	71
Gráfico N° 34 – Mejoras de la Plataforma	72
Gráfico N° 35 – Satisfacción del servicio	72
Gráfico N° 36 – Prototipo Final de la Plataforma	74
Gráfico N° 37 – Medios de pago de eco moda	75
Gráfico N° 38 – Acerca de Eco Moda	76
Gráfico N° 39 – Cajas de alquiler	77
Gráfico N° 40 – Catálogo de Prendas	79
Gráfico N° 41 – Preguntas Frecuentes	80
Gráfico N° 42 – Testimonios	81
Gráfico N° 43 – Equipo de Gestión	82
Gráfico N° 44 – Inventario	84
Gráfico N° 45 – Manera de Contacto	85
Gráfico N° 46 – Línea de Vestidos	86
Gráfico N° 47 – Línea de Blusas	87
Gráfico N° 48 – Línea de Faldas y Shorts	88
Gráfico N° 49 – Línea de Pantalones	89
Gráfico N° 50 – Línea de Enterizos	90
Gráfico N° 51 – Línea de Sacos	91
Gráfico N° 52 – Modo de Limpieza	92
Gráfico N° 53 – Requerimiento de Blusas	92
Gráfico N° 54 – Requerimiento de Faldas	92
Gráfico N° 55 – Requerimiento de Pantalones	93
Gráfico N° 56 – Requerimiento de Shorts	93
Gráfico N° 57 – Requerimiento de Enterizos	93
Gráfico N° 58 – Requerimiento de Vestidos	94
Gráfico N° 59 – Requerimiento de Sacos	94

## 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 testeo, 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.

**PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGURAS PERUANAS .docx** | PRENDAS DE VESTIR EN TENDENCIA PARA TODOS LOS TIPOS DE FIGUR...

El documento proviene de mi grupo

### 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 (artesanías), 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 millennial,



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 clientatenga 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.

Reutilización  
Tecnología  
Innovación  
Tiempo  
Mayor seguridad  
Marcas nacionales

Lluvia de Ideas:  
Gráfico N° 1 – Lluvia de Ideas  
Catálogos mensuales

Respeto por el planeta

Alquiler de ropa  
Armario Circular

Moda fashion Sharing

Incremento en la huella de carbono en la fabricación de prendas

Reducción de basura textil  
Estilistas, Personal Shoppers

Ahorro en presupuesto de carbono

Asesoramiento

Moda circular

Matriz de Vester:

Tabla N° 1 – Matriz de Vester

Fuente: Elaboración Propia (2022)



**www.bioguia.com** | Fast fashion: ¿Sabías que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo? | Bioguia

[https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo\\_101572966.html#:~:text=Sucede que la producci3n de ropa y calzado,moda es la s...](https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo_101572966.html#:~:text=Sucede que la producci3n de ropa y calzado,moda es la s...)

La industria de la moda es la segunda más contaminante



**www.welife.es** | Moda sostenible: las diez marcas españolas que lograrán conquistarte

<https://www.welife.es/planeta/marcas-moda-sostenible-en-espana/>

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

DEPENDENCIA

19  
22  
6  
3  
13  
9  
0  
2  
0  
2  
76

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Árbol de Problemas:

Falta de difusión sobre la contaminación textil

Gráfico N° 3 – Árbol de Problemas

Acumulación de prendas en nuestro armario

Ritmo acelerado en cambio de tendencias de moda incentivan compras compulsivas

Incremento de la huella de carbono en la fabricación de prendas

Poder adquisitivo alto para adquirir prendas de moda

Cambios de tendencias de moda por estaciones del año

Accesibilidad e Incremento del comercio electrónico

Sobreendeudamiento en tarjetas de créditos por adquirir prendas de moda

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



[www.bioguia.com](https://www.bioguia.com) | Fast fashion: ¿Sabías que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo? | Bioguia

[https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo\\_101572966.html#:~:text=Sucede que la producción de ropa y calzado,moda es la s...](https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo_101572966.html#:~:text=Sucede que la producción de ropa y calzado,moda es la s...)

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

Guión:

Datos: \_\_\_\_\_

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.

¡Gracias de antemano!

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



[www.bioguia.com](https://www.bioguia.com) | Fast fashion: ¿Sabías que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo? | Bioguia

[https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo\\_101572966.html#:~:text=Sucede que la producción de ropa y calzado,moda es la s...](https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo_101572966.html#:~:text=Sucede%20que%20la%20producci%C3%B3n%20de%20ropa%20y%20calzado,moda%20es%20la%20s...)

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:

1. Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.
1. Plataforma virtual que permita la recolección de prendas que no usen las mujeres a cambio de accesorios.
1. Colocación de prendas de vestir de clientes para su posterior alquiler.
1. Plataforma virtual sobre asesoramiento en moda y vestir.

¿Qué piensa de una plataforma web que ayude a reducir los problemas de contaminación por la industria textil y priorizar la moda sostenible?

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



[www.bioguia.com](https://www.bioguia.com) | Fast fashion: ¿Sabías que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo? | Bioguia

[https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo\\_101572966.html#:~:text=Sucede que la producción de ropa y calzado,moda es la s...](https://www.bioguia.com/ambiente/fast-fashion-sabias-que-la-industria-de-la-moda-es-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo_101572966.html#:~:text=Sucede%20que%20la%20producci%C3%B3n%20de%20ropa%20y%20calzado,moda%20es%20la%20s...)

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

Problema
Incremento de la huella de carbono en la fabricación de prendas
Hipótesis
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.
Validación
Propuesta de valor, perfil de cliente
Método
Entrevista
Métrica
Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.
Criterio de éxito
60% de aceptación
Resultado
80% como resultado
Resultado
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

Problema
Acumulación de prendas en nuestro armario
Hipótesis
Propuesta de valor
Validación
Entrevista / Observación
Método
Cantidad de personas que requieran utilizar, Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.
Métrica
50% de aceptación
Criterio de éxito
80% como resultado
Resultado
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

Problema

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.

#### Hipótesis

Valor percibido, perfil del cliente

#### Validación

Entrevistas

#### Método

Teniendo conocimiento de que la ropa ya producida es la que menos contamina ¿Estarías dispuesta a alquilar prendas?

#### Métrica

65% de aceptación

#### Criterio de éxito

80% como resultado

#### Resultado

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

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

0.30

4

1.2

4

1.2

4  
1.2  
2  
0.6  
2  
0.6  
4.80

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

TOTALFuente: Elaboración Propia (2022)

1.00  
3.5  
3.5  
2.55  
2.5  
2.2

### 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
----------	------	----

Total	100%	30
-------	------	----

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

¿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

Total  
100%  
30

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:Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla N° 10 – Tercera pregunta - frecuencia

Fuente: Elaboración Propia (2022)

¿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

Total  
100%  
30

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

¿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

Total  
100%  
30

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 vestirte 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

Total  
100% 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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

¿Conoce del servicio de tiendas en línea?

Alternativa	Porcentaje	Respuestas
-------------	------------	------------

Si	73%	22
----	-----	----

No	27%	8
----	-----	---

Total	100%	30
-------	------	----

## 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
----	----	---

0

XXL

0%

0

TotalFuente: Elaboración Propia (2022)

100%

30

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.

ESFUERZOS

-Estar a la moda

-Ligadas a la tecnología.

-Estar motivadas

-Ser felices

-Trabajo

-Estudios

-Familia

-Se frustran

-Miedos a las estafas

-Ve lo que dicen sus amigos o entorno cercano.

-Miran las plataformas virtuales.

-Observan cómo cambian las tendencias de moda.

-Buen gusto por vestir.

-Se quejan de invertir mucho dinero en adquirir prendas nuevas.

-Siempre andan a la moda

-Escuchan lo que dicen sus amigos o entorno laboral

-Oyen los consejos de especialistas.

-Les dicen que colores son tendencia.

-Que modelos son nuevos,

-Les dicen que tipo de ropa usar en cada estación.

-Piensan en que ropa ponerse, sin dejar de estar a la moda

-Sienten que quieren ayudar a eliminar la huella de carbono.

-Sienten que quieren varias de ropa pero sin invertir mucho dinero.

RESULTADOS

¿QUÉ DICE Y HACE?

¿QUÉ VE?

¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?

¿QUÉ OYE?

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

Prendas hechas  
A base de material orgánico

Asesoramiento Personal  
Boutique de prendas personalizadas.

Prendas Reutilizables

Lluvia de ideas  
Aplicación para compra online

Armario circular

Aplicativo de prendas de segunda mano

Eco confección de prendas

Alquiler de Prendas por temporada

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 CircularFuente: 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.

Fuente: Google Imagen (2022)

Gráfico N° 14 – Prendas de Material Orgánico

· 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.

Fuente: Google Imagen (2022)

## Gráfico N° 15 – Alquiler por Temporada

· 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.

Fuente: Google Imagen (2022)

Gráfico N° 16 – Aplicativo para Prendas

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



[www.bolsasocial.com](https://www.bolsasocial.com) | Ecodicta, el alquiler como alternativa al modelo "usar y tirar" de la moda - La Bolsa Social La Bolsa Social

<https://www.bolsasocial.com/blog/ecodicta-el-alquiler-como-alternativa-al-fast-fashion/#:~:text=Con el valor de compartir como motor, ECODICTA,días. Esta suscripción incluye lavados, seguros y envíos.>

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

Armario circular ✓

Prendas a base de material orgánico

Posibles soluciones

Venta de prendas eco amigables

Alquiler de prendas por temporadas

Aplicativo de prendas de segunda mano

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 a 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.

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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)  
Gráfico N° 21 – Manera de Contacto

## 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 usabilidad 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

 **PLAN DE NEGOCIOS MANTEQUILLA CONDIMENTADA.pdf** | PLAN DE NEGOCIOS MANTEQUILLA CONDIMENTADA  
El documento proviene de mi grupo

### 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

INDECISIONES  
PROBLEMAS PERSONALES Y/O FAMILIARES  
PRECIOS ELEVADOS DE PRODUCTOS  
INFORMALIDAD  
COMPRAS ONLINE  
INSEGURIDAD  
TEMAS ECONÓMICOS  
MAL SERVICIO  
DEMORA EN LLEGAR EL PRODUCTO  
ESTAFAS ONLINE  
FALTA DE TIEMPO  
CONTAR CON PRODUCTOS DE CALIDAD  
AHORRO DE TIEMPO  
MODA CONSTANTE  
TECNOLOGÍA  
SIN PREOCUPACIONES  
REDES SOCIALES  
RETOS CONSTANTES  
CALIDAD  
COMODIDAD  
OFICIOS DEL HOGAR  
SALEN DE COMPRAS  
DIFERENCIARSE  
TENDENCIAS DE MODA  
TRABAJOS DEL CLIENTE  
ACTIVIDADES LABORALES  
CUIDAN SU SALUD  
TRABAJAN  
ESTUDIAN  
RECONOCIMIENTOS  
SENTIRSE LIBRES  
ATENCIÓN PERSONALIZADA  
SENTIR SEGURIDAD  
PODER EXPRESARSE  
ALEGRÍAS  
SOBRECARGA DE TRABAJO  
FRUSTRACIONES

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)

EXCLUSIVIDAD  
OPORTUNIDAD DE NEGOCIO  
PROMOCIONES Y PUBLICIDAD POR REDES SOCIALES

SUSCRIPCIONES  
PROFESIONALES EN ATENCIÓN  
ALIVIADORES DE FRUSTRACIONES  
AHORRO DE TIEMPO  
CERTIFICADO DE SEGURIDAD DE LA PLATAFORMA VIRTUAL  
ALQUILER  
PRENDAS EXCLUSIVAS  
SERVICIOS DE CALIDAD  
PRODUCTOS Y SERVICIOS  
SEGUIMIENTO DE TENDENCIAS Y MODA  
TECNOLOGÍA  
PROFESIONALES EN ATENCIÓN  
ATENCIÓN PERSONALIZADA  
AHORRO DE TIEMPO  
COMPRAS ONLINE DESDE SU CELULAR  
CREADORES DE ALEGRÍAS  
TENDENCIAS EN MODA

ENTREGA A DOMICILIO  
ASESORIA DE IMAGEN  
DISEÑADORES DE MODA  
CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA ONLINE DE ALQUIER DE PRENDAS PARA DAMAS

### 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

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 catálogo 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 llegará hacia el usuario, los canales son el medio de acceso al 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 relacionará 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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N° 25 – Descripción de la Plataforma

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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N° 26 – Catalogo de Prendas

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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N° 27 – Información de Eco Moda

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N° 29 – Referente al alquiler

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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Gráfico N° 30 – Prendas de alquiler

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Capítulo 4

18

G09 - Gimnasio.docx | G09 - Gimnasio

El documento proviene de mi grupo

### 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

¿Para quién?

Mujeres modernas, y sofisticadas

Trabajadoras y estudiantes

Profesionales

Ligadas a las compras online

Con experiencia laboral

Perfil tecnológico medio - alto

Debe Tener  
Atención personalizada  
Alquiler de prendas.  
Consultas con un especialista  
Plataforma digital  
Catalogo virtual  
Confidencialidad

Debería tener Gráfico N° 31 – Producto Mínimo Viable

Acceso a información de la empresa

Diseño del sitio web

Contar con certificado de seguridad

Tener recomendaciones de artículos

Pagos en línea

Podría tener Redes sociales para ventas.  
Aplicativo Móvil  
Variedades de prendas  
Entregas a domicilio  
Mensajería interna

Backlog  
Reducción de prendas en el armario

Variedad de prendas al alquilar, cambiar la manera tradicional de compra

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Alternativas Plataforma virtual sobre asesoramiento en moda y vestir.  
Plataforma virtual que permita la recolección de prendas que no usen las mujeres a cambio de accesorios.  
Colocación de prendas de vestir de clientes para su posterior alquiler.  
Armario circular (alquiler de prendas de forma sostenible) mediante una plataforma web.

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 obtener 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 grafico 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% indico 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 catalogo 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 recabo información acerca de algunas mejorar 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: Deslizándose 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

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Fuente: Elaboración Propia (2022)

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

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

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

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 cliente.

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Línea de productos a alquilar: A continuación mostramos los productos que "ECO MODA", ofrecerá a cada cliente por el alquiler de cajas con prendas.  
Vestidos Casuales: Gráfico N° 46 – Línea de Vestidos

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Blusas: Fuente: Elaboración Propia (2022)  
Gráfico N° 47 – Línea de Blusas

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

· Requerimientos de Blusas:  
Gráfico N° 53 – Requerimiento de Blusas

Fuente: Elaboración Propia (2022)

· Requerimientos de Faldas:  
Fuente: Elaboración Propia (2022)  
Gráfico N° 54 – Requerimiento de Faldas

· Requerimientos de Pantalones:  
Gráfico N° 55 – Requerimiento de Pantalones

Fuente: Elaboración Propia (2022)

· Requerimientos de Shorts:  
Fuente: Elaboración Propia (2022)  
Gráfico N° 56 – Requerimiento de Shorts

· Requerimiento de Enterizos  
Gráfico N° 57 – Requerimiento de Enterizos

Fuente: Elaboración Propia (2022)

· Requerimiento de Vestidos  
Gráfico N° 58 – Requerimiento de Vestidos

Fuente: Elaboración Propia (2022)

· Requerimientos de Sacos:  
Gráfico N° 59 – Requerimiento de Sacos

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

GASTO ADMINISTRATIVO  
6955,83

GASTO DE VENTAS  
839,93

TOTAL DE GASTOS FIJOS AL MES  
7795,76

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

120.43

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

S/. 64.73

S/. 12,102.87

P.E. unidades:  
120

P.E. Soles:  
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

TOTAL INVERSIÓN Fuente: Elaboración Propia (2022)

S/. 186,816.41

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: Chuqui huaccha 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%

TOTAL CAPITAL SOCIAL  
S/. 186,816.41  
100%

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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

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

EQUIPOS TECNOLÓGICOS (20%)

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

Total equipos

S/. 11,788  
S/. 2,122  
S/. 13,910  
S/. 2,358  
S/. 196

MUEBLES Y ENSERES (10 %)

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

Maniquies

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

Total muebles y enseres:

S/. 733

S/. 2,856  
S/. 514  
S/. 3,370  
S/. 286  
S/. 24

TOTAL DE INVERSIÓN TANGIBLE

S/. 17,280  
S/. 2,643  
S/. 220

· 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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

INVERSIÓN INTANGIBLE

Descripción  
Q  
Valor sin IGV unit

Valor venta total  
IGV total  
Precio de Venta

CONSTITUCIÓN

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

Total Constitución legal

S/. 417

S/. 3,404

Descripción

Q

Valor sin IGV unit

Valor venta total

IGV total

Precio de Venta

INFRAESTRUCTURA LOCAL

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

Total infraestructura local

S/. 1,102  
S/. 198  
S/. 1,300

TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE

S/. 4,704

· 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

UTILES DE OFICINA

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

Total útiles de oficina

S/. 79.66

S/. 14.34

S/. 94.00

S/. 506.00

PROGRAMAS DE OFICINA

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

Total programas de oficina

S/. 593.22

S/. 106.78

S/. 700.00

S/. 700.00

ÚTILES DE LIMPIEZA

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

Total útiles de limpieza

S/. 99.15

S/. 17.85

S/. 117.00

S/. 934.00

TOTAL GASTO ADMINISTRATIVOS POR AÑO

S/. 2,140.00

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

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción

Anual

Mensual

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

SUBTOTAL

S/. 10,783.22

S/. 898.60

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

TOTAL ANUAL

S/. 94,253

S/. 6,956

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

GASTO DE VENTAS ANUAL

S/. 10,079

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

TOTAL GASTO DE VENTAS POR AÑO

S/. 20,183

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
TOTAL MENSUAL
S/. 3,718
S/. 3,718
S/. 3,718
S/. 11,154

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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla N° 25 – Presupuesto de Marketing y Ventas

PRESUPUESTO DE MARKETING Y VENTAS
CONCEPTO
ENE
FEB
MAR
ABR
MAY
JUN
JUL
AGO
SET
OCT
NOV
DIC
TOTAL DEL

Página WEB - Creación y Mantenimiento

S/. 550  
S/. 6,600

Dominio de Página

S/. 0  
S/. 110  
S/. 0  
S/. 110

Hosting Ilimitado Multidominio

S/. 66  
S/. 790

Papelería Gráfica (Flyers,  
Brochure, Hojas Membretadas)

S/. 35  
S/. 420

Campaña BTL - Volanteo y  
Activación

S/. 180  
S/. 2,160

TOTAL MENSUAL

S/. 831  
S/. 831  
S/. 831  
S/. 831  
S/. 831  
S/. 831

S/. 831  
S/. 831  
S/. 831  
S/. 831  
S/. 940  
S/. 831  
S/. 10,079

TOTAL PLAN DE MARKETING  
S/. 10,079

COSTO MENSUAL PUESTA EN MARCHA  
S/. 840

· 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

INGRESOS

ENE  
FEB  
MAR  
ABR  
MAY  
JUN  
JUL  
AGO  
SET  
OCT  
NOV  
DIC  
TOTAL

Caja Básica (3 prendas)

138  
145  
157  
166  
179  
193  
210  
231  
259  
285  
314  
358  
2635

Caja Pro (5 prendas)

75  
79  
85  
90  
97  
105  
114  
125  
140  
154  
169  
193  
1426

TOTAL INGRESOS

213  
224  
242  
256  
276  
298  
324  
356  
399  
439  
483  
551  
4061

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

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

SERVICIOS  
ENE  
FEB  
MAR  
ABR  
MAY  
JUN  
JUL  
AGO  
SET  
OCT  
NOV  
DIC  
TOTAL

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  
S/. 200,975

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  
S/. 145,017

TOTAL INGRESO POR MES

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

· Ingresos Brutos con IGV :

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

Tabla N° 29 – Ingresos Brutos

Fuente: Elaboración Propia (2022)

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  
S/. 237,150

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  
S/. 171,120

TOTAL INGRESO

S/. 21,420  
S/. 22,530  
S/. 24,330  
S/. 25,740  
S/. 27,750  
S/. 29,970  
S/. 32,580  
S/. 35,790  
S/. 40,110  
S/. 44,130  
S/. 48,540  
S/. 55,380  
S/. 408,270

· 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) Fuente: Elaboración Propia (2022)

S/. 120.00  
S/. 101.69

· 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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tasa de Crecimiento de Ventas

2023  
2024  
2025  
2026  
2027

1.6%  
1.6%  
2.5%  
2.5%  
3.0%

· 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

COSTO VARIABLE

PRODUCTO  
BLUSA

PRODUCTO  
SHORT

COSTO  
S/. 28.00

COSTO  
S/. 20.00

ETIQUETA  
S/. 0.77

ETIQUETA  
S/. 0.77

EMPAQUE  
S/. 1.45

EMPAQUE  
S/. 1.45

COSTO TOTAL  
S/. 30.22

COSTO TOTAL  
S/. 22.22

PRODUCTO  
POLOS

PRODUCTO  
ENTERIZO

costo  
S/. 21.00

costo  
S/. 40.00

etiqueta  
S/. 0.77

etiqueta  
S/. 0.77

empaque  
S/. 1.45

empaque  
S/. 1.45

COSTO TOTAL  
S/. 23.22

COSTO TOTAL  
S/. 42.22

PRODUCTO  
PANTALON

PRODUCTO  
CASACA

costo  
S/. 35.00

costo  
S/. 44.00

etiqueta  
S/. 0.77

etiqueta  
S/. 0.77

empaque  
S/. 1.45

empaque  
S/. 1.45

COSTO TOTAL  
S/. 37.22

COSTO TOTAL  
S/. 46.22

PRODUCTO  
BLAZER

PRODUCTO  
VESTIDO CORTO

costo  
S/. 40.00

costo  
S/. 30.00

etiqueta  
S/. 0.77

etiqueta  
S/. 0.77

empaque  
S/. 1.45

empaque  
S/. 1.45

COSTO TOTAL  
S/. 42.22

COSTO TOTAL  
S/. 32.22

PRODUCTO  
FALDA

PRODUCTO  
VESTIDO LARGO

costo  
S/. 25.00

costo  
S/. 36.00

etiqueta  
S/. 0.77

etiqueta  
S/. 0.77

empaque  
S/. 1.45

empaque  
S/. 1.45

COSTO TOTAL  
S/. 27.22

COSTO TOTAL  
S/. 38.22

PRODUCTO  
VESTIDO DE FIESTA

costo  
S/. 50.00

etiqueta  
S/. 0.77

empaque  
S/. 1.45

Fuente: Elaboración Propia (2022)

COSTO TOTAL  
S/. 52.22

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

PROMEDIO

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

PROMEDIO  
S/. 35.77

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

COSTOS FIJOS

Planilla  
S/. 4,600.00

Community Manager  
S/. 2,000.00

Personal Shopper  
S/. 1,300.00

Personal Shopper  
S/. 1,300.00

Pago de servicios  
S/. 390.00

Agua (área adm)  
S/. 20.00

Luz (área adm)  
S/. 150.00

Teléfono e internet  
S/. 220.00

TOTAL  
S/. 4,990.00

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

COSTOS VARIABLES POR SERVICIO

Costos  
Cantidad  
Mensual  
Cantidad  
Anual

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

Total insumos por servicio

S/. 4,990.00  
72.00  
S/. 59,880.00

Promedio de Prendas  
1  
S/. 12,103.63  
4061  
S/. 145,243.51

Total mano de obra por servicio

S/. 12,103.63  
4061  
S/. 145,243.51

Total servicio

S/. 0.00  
S/. 0.00  
S/. 0.00

TOTAL COSTOS VARIABLES POR SERVICIO

S/. 17,093.63  
4133.00  
S/. 205,123.51

Fuente: Elaboración Propia (2022)

Tabla N° 36 – Costos de Ventas

COSTOS VARIABLES  
COSTOS DE VENTAS

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

Total CV  
S/. 17,093.63

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

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  
S/. 94,242

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  
S/. 51,002

TOTAL INGRESO

S/. 7,618  
S/. 8,011  
S/. 8,655

S/. 9,156  
S/. 9,871  
S/. 10,658  
S/. 11,588  
S/. 12,733  
S/. 14,270  
S/. 15,701  
S/. 17,275  
S/. 19,707  
S/. 145,244

### 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

#### UTILIDAD BRUTA

S/. 140,868  
S/. 148,815  
S/. 158,063  
S/. 167,767  
S/. 178,783

#### (-)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

#### UTILIDAD OPERATIVA

S/. 86,176  
S/. 94,123  
S/. 103,371  
S/. 113,074  
S/. 124,091

#### (-) Gastos financieros

-S/. 7,160  
S/. 0

S/. 0  
S/. 0  
S/. 0

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS

S/. 79,016  
S/. 94,123  
S/. 103,371  
S/. 113,074  
S/. 124,091

(-) Impuesto a la Renta

-S/. 7,902  
-S/. 9,412  
-S/. 10,337  
-S/. 11,307  
-S/. 12,409

UTILIDAD NETA

S/. 71,114  
S/. 84,711  
S/. 93,034  
S/. 101,767  
S/. 111,682

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

ACTIVO CORRIENTE  
PASIVO CORRIENTE

Efectivo y Equivalente de Efectivo

S/. 164,832  
Deuda al Corto Plazo  
S/. 70,000

Existencias  
S/. 0

Gastos pagados por anticipados

S/. 0

Total pasivo corriente  
S/. 70,000

PASIVO NO CORRIENTE

Total Activo corriente  
S/. 164,832  
Deuda a Largo Plazo  
S/. 0

ACTIVOS NO CORRIENTES

Maquinaria y equipo  
S/. 17,280  
Total pasivo no corriente  
S/. 0

Activos intangibles  
S/. 4,704  
TOTAL PASIVO  
S/. 70,000

#### PATRIMONIO

Capital Social  
S/. 116,816

Total Activo no corriente  
S/. 21,984  
Total Patrimonio  
S/. 116,816

TOTAL ACTIVO  
S/. 186,816  
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO  
S/. 186,816

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

We  
Aporte accionistas  
63%

Ks  
Rentabilidad exigida  
17.00%

Wd  
Banco  
37%

$Kd = i \cdot (1 - t)$   
Costo de la deuda  
20.00%

t  
Impuesto  
10.00%

WACC  
 $w_d \cdot k_e \cdot (1 - t) + w_e \cdot k_s$   
17.37%

COK  
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

TOTAL INGRESOS

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

TOTAL EGRESOS

-S/. 186,816  
-S/. 324,192  
-S/. 333,781  
-S/. 342,519  
-S/. 351,537  
-S/. 358,578

FLUJO NETO ECONÓMICO

-S/. 186,816  
S/. 84,078  
S/. 87,354  
S/. 95,677  
S/. 104,410  
S/. 118,120

(+) 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

FLUJO NETO FINANCIERO

-S/. 116,816  
S/. 6,918  
S/. 87,354  
S/. 95,677  
S/. 104,410  
S/. 118,120

· 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

VANE  
S/. 115,421.57

VANF  
S/. 122,242.11

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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

TIRE  
41%

TIRF  
46%

· 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

 19 **JUGUERIA EXOTICA CON TEMATICA EN EL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA-2 (1).docx** | JUGUERIA EXOTICA CON TEMATICA EN EL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA-2 (1)  
El documento proviene de mi grupo

Año 0

Año 1

Año 2

Año 3

Año 4

Año 5

Val. Presente  
COK

TOTAL INGRESOS

S/. 0  
S/. 408,270  
S/. 421,135  
S/. 438,196  
S/. 455,948  
S/. 476,698  
S/. 1,390,934  
17.00%

TOTAL EGRESOS

S/. 186,816  
S/. 324,192  
S/. 333,781  
S/. 342,519  
S/. 351,537  
S/. 358,578  
S/. 1,272,744

Ratio B/C  
1.09

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, generaremos 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

-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

Fuente: Elaboración Propia (2022)

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

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?

Definitivamente SI  
85.00%  
Q  
85.00%  
3284

SI  
3.00%  
P  
15.00%

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%

Entre 80 y 100 soles  
49.00%

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%
Entre 110 y 130 soles 49.00%
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.

Fuente: Elaboración Propia (2022)

PLANILLA GENERALTabla N° 52 – Planilla de Eco Moda

N°  
CARGOS  
SUELDO BASE  
SIS  
SUB TOTAL  
VACACIONES  
SUB TOTAL  
SUELDO ANUAL

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

TOTAL  
6  
S/9,300.00

S/8,160.00

S/8,497.50  
S/101,970.00

### ANEXO N° 3 – PRÉSTAMO BANCARIO

#### Tabla N° 53 – Préstamo Bancario

Monto:  
S/. 70,000.00

TCEA:  
20.00%

TEM:  
1.531%

Tiempo (años):  
1

Cuotas  
mensuales:  
12

Renta  
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  
S/. 6,429.98  
S/. 64,641.69

2  
S/. 64,641.69  
S/. 989.63  
S/. 5,440.35  
S/. 6,429.98  
S/. 59,201.34

3  
S/. 59,201.34  
S/. 906.34  
S/. 5,523.64  
S/. 6,429.98  
S/. 53,677.70

4  
S/. 53,677.70  
S/. 821.78  
S/. 5,608.20  
S/. 6,429.98  
S/. 48,069.50

5  
S/. 48,069.50  
S/. 735.92  
S/. 5,694.06  
S/. 6,429.98  
S/. 42,375.44

6  
S/. 42,375.44  
S/. 648.75  
S/. 5,781.23  
S/. 6,429.98  
S/. 36,594.21

7  
S/. 36,594.21  
S/. 560.24  
S/. 5,869.74  
S/. 6,429.98  
S/. 30,724.47

8  
S/. 30,724.47  
S/. 470.38  
S/. 5,959.60  
S/. 6,429.98  
S/. 24,764.87

9  
S/. 24,764.87  
S/. 379.14  
S/. 6,050.84  
S/. 6,429.98  
S/. 18,714.03

10  
S/. 18,714.03  
S/. 286.50  
S/. 6,143.48  
S/. 6,429.98  
S/. 12,570.55

11  
S/. 12,570.55  
S/. 192.45  
S/. 6,237.53  
S/. 6,429.98  
S/. 6,333.02

12  
S/. 6,333.02  
S/. 96.96  
S/. 6,333.02  
S/. 6,429.98  
S/. 0.00  
S/. 70,000.00

S/. 7,159.73  
S/. 70,000.00  
S/. 77,159.73

Fuente: Elaboración Propia (2022)

#### ANEXO N° 4 - RATIOS

##### Tabla N° 54 - Ratios Financieros

ROE  
Utilidad neta  
S/. 71,114.37  
61%

Patrimonio  
S/. 116,816.41

ROA  
Utilidad operativa  
S/. 86,175.69  
46%

Activo total  
S/. 186,816.41

ROI  
Utilidad neta  
S/. 71,114.37  
38%

Activo total  
S/. 186,816.41

MARGEN BRUTO  
SOBRE VENTAS  
Utilidad bruta  
S/. 140,868.01  
41%

Ventas netas  
S/. 345,991.53

MARGEN NETO SOBRE VENTAS  
Utilidad neta  
S/. 71,114.37  
21%

Ventas netas  
S/. 345,991.53

Fuente: Elaboración Propia (2022)

ANEXO N° 5 - PRESUPUESTO OPERATIVO  
Tabla N° 55 - Presupuesto operativo

Fuente: Elaboración Propia (2022)

MES 0  
ENE  
FEB  
MAR  
ABR  
MAY  
JUN  
JUL  
AGO  
SET  
OCT  
NOV  
DIC  
TOTAL

INGRESOS

S/. 18,153  
S/. 19,093  
S/. 20,619  
S/. 21,814  
S/. 23,517



-S/. 1,000  
-S/. 12,000

Contador

-S/. 500  
-S/. 6,000

Gastos de oficina

-S/. 42  
-S/. 506

Provisión para programas de oficina

-S/. 58  
-S/. 700

Útiles de limpieza

-S/. 78  
-S/. 934

Pago de servicios

-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/. 10,079

U. OPERATIVA

S/. 3,716  
S/. 4,657  
S/. 6,183  
S/. 7,378  
S/. 9,081  
S/. 10,962  
S/. 13,174  
S/. 15,894  
S/. 19,555  
S/. 22,962  
S/. 26,700  
S/. 32,496  
S/. 172,759

CUOTA PRÉSTAMO

-S/. 6,430  
-S/. 77,160

U. ANTES DE IR

-S/. 2,713  
-S/. 1,773  
-S/. 247  
S/. 948  
S/. 2,651  
S/. 4,532  
S/. 6,744  
S/. 9,464  
S/. 13,125  
S/. 16,532  
S/. 20,270  
S/. 26,066  
S/. 95,599

PAGO A CUENTA I.R

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

U. NETA

-S/. 2,713  
-S/. 1,954  
-S/. 438  
S/. 741  
S/. 2,433  
S/. 4,297  
S/. 6,490  
S/. 9,188  
S/. 12,822  
S/. 16,192  
S/. 19,896  
S/. 25,655  
S/. 92,609

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

ANEXO N° 7 – LIQUIDACIÓN IGV  
Tabla N° 56 – Liquidación IGV

Fuente: Elaboración Propia (2022)

AÑO 1  
AÑO 2  
AÑO 3  
AÑO 4  
AÑO 5

COMPRAS  
BASE  
IMPONIBLE  
I.G.V.  
BASE  
IMPONIBLE  
I.G.V.  
BASE  
IMPONIBLE  
I.G.V.  
BASE  
IMPONIBLE  
I.G.V.  
BASE  
IMPONIBLE  
I.G.V.

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

S/. 17,559.32  
S/. 3,160.68  
S/. 1,813.56  
S/. 326.44  
S/. 1,813.56  
S/. 326.44  
S/. 1,813.56  
S/. 326.44  
S/. 1,813.56  
S/. 326.44



AÑO 1

AÑO 2

AÑO 3

AÑO 4

AÑO 5

VENTAS

BASE

IMPONIBLE

I.G.V.

FACTURACIÓN POR

SERVICIOS

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

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

I.G.V. VENTAS -  
I.G.V. COMPRAS (por pagar)  
-S/. 59,117.80  
-S/. 63,914.51  
-S/. 66,516.99  
S/. -69,224.90  
S/. -72,390.27

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)

P1  
13 19 P2  
6 22 P3  
8 6 P4  
7 3 P5  
5 13 P6  
7 9 P7  
8 0 P8  
8 2 P9  
6 0 P10  
8 2 #REF!  
#REF! 1 #REF!  
#REF! 1 #REF!  
#REF! 1 Linea horizontal 0 13 11 11 Linea vertical 6.5 6.5 0 22 Influencia/Causalidad

Dependencia/Consecuencia

¿Cuál es su Género?

Ventas  
Masculino Femenino 0 30

¿Dónde Prefiere comprar ropa?

Ventas  
Grandes tiendas Tiendas de marca Galerías de moda Todas las anteriores 5 4 18 3

¿Cada cuánto tiempo compras tu ropa ?

Ventas  
Una o más veces al mes Cada tres meses Cada seis meses 1 vez al año 18 4 5 3

¿Cuánto dinero inviertes cada que compras ropa?

Ventas  
Entre S/50 y S/100 Entre S/100 y S/200 Entre S/200 y S/300 Entre S/300 y más 12 8 6 4

¿prefieres vestirme a la moda o utilizar prendas tradicionales?

Ventas  
vestir a la moda usar prendas más tradicionales Me es indiferente el look de ropa que utilizo 21 5 4

¿conoce del servicio de tiendas en línea?

Ventas  
SI NO 22 8

¿Cuál es tu talla?

Ventas  
S M L XL XXL 0.33 0.5 0.17 0 0

 **21** Documento de otro usuario  
El documento proviene de otro grupo

image1.png

 **22** JUGUERIA EXOTICA CON TEMATICA EN EL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA-2 (1).docx | JUGUERIA EXOTICA CON TEMATICA EN EL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA-2 (1)  
El documento proviene de mi grupo

image2.png

 **23** G09 - Gimnasio.docx | G09 - Gimnasio  
El documento proviene de mi grupo

image3.png

image4.png

image5.png

image6.png

image7.jpeg

image8.jpeg

image9.jpeg

image10.jpeg

image11.png

image12.png

image13.png

image14.png

image15.emf

image16.emf

image17.png

image18.jpeg

image19.jpeg

image20.jpeg

image21.jpeg

image22.jpeg

image23.jpeg



**G09 - Gimnasio.docx** | G09 - Gimnasio

El documento proviene de mi grupo

image24.png

image25.png

image26.png

image27.png

image28.png

image29.png

image30.png

image31.jpg

image32.jpg

image33.png

image34.png

image35.png

image36.png

image37.png

image38.png

image39.png

image40.png

image41.png

image42.png

image43.png

image44.png

image45.png

image46.png

image47.png

image48.png

image49.png

image50.png

image51.png

image52.png

image53.png

image54.png