



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

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN DE PRENDAS DE  
VESTIR A BASE DE LA TELA DE BAMBÚ EN LA CIUDAD DE  
IQUITOS**

**Plan de negocio para obtener el título de Profesional Técnico en Administración de Negocios**

**REYNALDO SINTI AHUANARI**

**JHON WILLY PIZANGO OCHOA**

**Iquitos-Perú  
2022**

## **Dedicatoria**

*Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios, porque ha estado conmigo en cada paso del camino, cuidándome y dándome fuerzas para seguir adelante, a mis padres, pilares fundamentales de mi vida. Sin ellos, nunca hubiera podido lograr lo que he logrado hasta ahora. Su insaciable perseverancia y lucha los convirtió en un gran ejemplo. Su proyecto es este proyecto, sin ellos no existiría.*

**Jhon Willy**

*A Dios porque de él y para él son todos mis logros, por cambiar el rumbo de mi camino y guiarme hacia mis objetivos.*

*A mis padres porque siempre confiaron en mí en que me formarían profesionalmente, siempre me brindaron su apoyo incondicional.*

*A la familia Sinti porque creyeron en mí y me apoyaron cuando los necesitaba.*

**Reynaldo Sinti**

## Índice General

<b>Resumen ejecutivo.....</b>	<b>8</b>
<b>Introducción .....</b>	<b>11</b>
<b>Capítulo I: Plan de negocio.....</b>	<b>12</b>
<b>Formulación de la idea de negocio.....</b>	<b>12</b>
<b>Análisis de la Oportunidad.....</b>	<b>14</b>
<b>Presentación de la idea de negocio .....</b>	<b>17</b>
<b>Capítulo II: Plan estratégico y Plan organizacional.....</b>	<b>18</b>
<b>Formulación de la idea de negocio .....</b>	<b>18</b>
<b>Descripción de la empresa.....</b>	<b>22</b>
<i>Datos de la empresa .....</i>	<i>22</i>
<b>Direccionamiento estratégico .....</b>	<b>23</b>
<i>Visión .....</i>	<i>23</i>
<i>Misión .....</i>	<i>23</i>
<i>Valores .....</i>	<i>23</i>
<i>Objetivos.....</i>	<i>24</i>
<b>Matriz FODA – FODA cruzado .....</b>	<b>25</b>
<b>Capítulo III: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo .....</b>	<b>27</b>
<b>Análisis del Entorno Objetivo .....</b>	<b>27</b>
<i>Factores Económicos.....</i>	<i>27</i>
<i>Factores Socioeconómicos.....</i>	<i>27</i>
<i>Factores Políticos y Legales .....</i>	<i>27</i>
<i>Factores Tecnológicos .....</i>	<i>31</i>
<i>Factores Ambientales .....</i>	<i>31</i>
<b>Análisis de los principales actores .....</b>	<b>32</b>
<i>Perfil de los clientes o consumidores.....</i>	<i>32</i>
<i>Perfil de los competidores .....</i>	<i>36</i>
<i>Perfil de los proveedores .....</i>	<i>38</i>
<i>Determinación del tamaño del mercado.....</i>	<i>39</i>
<b>Capítulo IV: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo .....</b>	<b>52</b>
<b>Producto:.....</b>	<b>52</b>
<b>Precio.....</b>	<b>55</b>
<b>Plaza.....</b>	<b>57</b>
<b>Promoción .....</b>	<b>58</b>

Persona .....	59
Marketing Mix.....	60
<i>Programa de acciones tácticas</i> .....	61
<i>Programa y pronóstico de ventas</i> .....	62
Capítulo V: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo .....	63
Producción de bienes y servicios.....	63
Los procesos de producción.....	79
Plan de Calidad.....	82
Logística de entrada .....	84
<i>Compras</i> .....	84
<i>Almacenamiento</i> .....	85
Logística de Salida .....	86
<i>Productos terminados</i> .....	86
<i>Despacho y distribución</i> .....	87
Capítulo VI: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo .....	90
Estructura de la organización .....	90
Plan de gestión del talento.....	92
<i>Organigrama</i> .....	92
<i>Principales Funciones que se Requieren en el Negocio</i> .....	93
<i>Políticas y Estrategias para la Administración del Talento</i> .....	99
<i>La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones</i> .....	109
<i>Aspectos Legales y Tributarios</i> .....	110
Capítulo VII: Plan Financiero.....	118
Plan de Inversiones .....	118
Capital de Trabajo.....	120
Análisis de Costos: determinar los Costos del Negocio. ....	121
Análisis Financiero.....	122
<i>Balance General</i> .....	122
<i>Estado de Ganancias y Pérdidas</i> .....	123
<i>Ratios Financieros</i> .....	124
Plan Financiero .....	125
<i>Presupuesto Operativo</i> .....	125
<i>Presupuesto Financiero</i> .....	126
Evaluación Financiera .....	129
<i>Flujo de Caja Proyectado</i> .....	129
<i>Análisis de Sensibilidad</i> .....	130

<b>Definición de los Indicadores de Desempeño .....</b>	<b>132</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>134</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>137</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>139</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>140</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1 Temperatura máxima y mínima promedio en Iquitos.....	15
Tabla 2 Canvas .....	17
Tabla 3 Matriz FODA.....	25
Tabla 4 Matriz FODA cruzado .....	26
Tabla 5 Perfil de los clientes o consumidores .....	32
Tabla 6 Loreto: superficie y población 2020.....	33
Tabla 7 Perú: Población estimada y proyectada, 1995, 2020, 2030 y año en que se alcanzará la población máxima.....	34
Tabla 8 Ingresos y gastos Perú Urbano 2021 .....	36
Tabla 9 Competidores directos .....	36
Tabla 10 productos sustitutos.....	37
Tabla 11 Poder de negociación de los proveedores.....	39
Tabla 12 segmentación de mercado .....	40
Tabla 13 tallas de prendas hombres y mujeres .....	53
Tabla 14 Costo de playera manga corta para hombre y mujer: .....	55
Tabla 15 Costo de playera manga larga para hombre y mujer: .....	56
Tabla 16 Costo de sudadera deportiva para hombre y mujer: .....	56
Tabla 17 Costo de bividi para hombre y mujer: .....	57
Tabla 18 cronograma de promoción.....	58
Tabla 19 Programa de acciones tácticas.....	61
Tabla 20 Programa y pronóstico de venta .....	62
Tabla 21 Almacenamiento de la materia prima.....	85
Tabla 22 Estructura de compensación y banda salarial para un operario: .....	105
Tabla 23 Planilla .....	109
Tabla 24 Distribución del Impuesto .....	116
Tabla 25 Inversión Inicial .....	118
Tabla 26 Capital de Trabajo.....	120
Tabla 27 Costos de Producción.....	121
Tabla 28 Balance General.....	122
Tabla 29 Estado de Ganancias y Pérdidas.....	123
Tabla 30 Presupuesto Operativo .....	125
Tabla 31 Flujo de Caja.....	129
Tabla 32 Medición de Valores de los Indicadores de Desempeño. ....	133

## Índice de Figuras

Figura 1 Género .....	44
Figura 2 Edad.....	44
Figura 3 ¿En qué distrito vives?.....	45
Figura 4 ¿En cuál tienda compras tu ropa de vestir? .....	46
Figura 5 ¿Cuántas prendas de vestir adquieres por cada compra?.....	46
Figura 6 ¿Con cuanta frecuencia compra usted prendas de vestir? .....	47
Figura 7 ¿Cuál es el material de la prenda que sueles comprar con mayor frecuencia? .....	47
Figura 8 ¿Cuál es el monto que suele gastar cada vez que compras tus prendas de vestir .....	48
Figura 9 : ¿Comprarías prendas de vestir hechas de material ecológico?.....	48
Figura 10 ¿Comprarías prendas de vestir a base de fibra de bambú? .....	49
Figura 11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por prendas de vestir a base de fibra de bambú? .....	49
Figura 12 ¿A qué sector te gustaría que se venda los productos de tela de bambú? .....	50
Figura 13 ¿Que tan dispuesto estas para comprar este producto?.....	50
Figura 14 ¿Con cuanta frecuencia compraría usted este tipo de producto? .....	51
Figura 15 El flujo de las operaciones se detalla en el siguiente diagrama .....	79
Figura 16 diagrama de flujo sobre del proceso de producción .....	80
Figura 17 Diagrama de flujo del proceso de venta en la tienda. ....	80
Figura 18 Para pedidos virtual: .....	88
Figura 19 Para compras en tienda física:.....	88
Figura 20 Organigrama.....	92

## Resumen ejecutivo

Nuestro negocio que llevara como nombre de razón social es Bambó S.A.C. Es un negocio que se encargara de la fabricación y comercialización de prendas de vestir a base de la tela de bambú la cual es una tela súper ecológica antibacterial que ayuda a preservar al cuidado del medio ambiente y al cuidado de la piel.

La idea de este negocio de diseñar y fabricar prendas de vestir a base de bambú nace al darnos cuenta de que podemos usar el bambú como otra opción más para las confecciones de prendas de vestir. Con esto estaríamos contribuyendo con el tema del cuidado ambiental; ya que el bambú es una planta eco amigable con el medio ambiente y que presenta propiedades que ayudan a reducir el dióxido de carbono y no necesita mucha agua para su crecimiento y es muy resistente.

Vimos la necesidad de poder crear este producto en la ciudad de Iquitos ya que no existe este producto en esta localidad, además otro factor que tomamos en cuenta es que en la ciudad hay mayormente temporadas donde el clima es súper caluroso y las personas mayormente sudan más y necesita vestirse de prendas frescas y que les haga sentir bien y cómodas.

Si bien nuestras prendas tienen muy buenas propiedades para la salud de la piel, nuestras telas están hechas de fibras naturales, en este caso de bambú, te protegen de los rayos UV, lo que ayuda a proteger a la piel por el fuerte sol que mayormente se da en la ciudad, y además es un agente antibacteriano que permite eliminar el mal olor al sudar. También piensan en adultos y niños que tienen problemas en la piel o son alérgicos a otro tipo de materiales que provocan cicatrices. Nuestra tela de bambú es antibacteriana y evita que las bacterias crezcan dentro de la tela y dañen la piel y además esto vuelve más resistente a la prenda.

Algunos de nuestros tipos de prendas que confeccionarán y venderán son las playeras manga cortas, las playeras manga largas y sudaderas, estos diseños se harán tanto para hombres

como para mujeres en rango de edad desde los 18 años hasta los 50 años que pertenezcan al nivel socioeconómico A, B y C.

Como empresa tenemos como visión de “Ser una marca reconocida en el rubro textil a nivel regional, ofreciendo una alternativa de ropa de vestir de la mejor calidad, buscando la comodidad, versatilidad y estilo de nuestros clientes internos y externos dentro los 5 primeros años”. Y como misión “Ser una de las empresas pioneras en el mercado Loreto en comercializar prendas de vestir ecológicas y ser reconocida por la alta calidad en sus diseños y acabados; así también generar mayor rentabilidad”. Como empresa también tenemos objetivos que nos permite dar dirección a nuestra empresa.

Como objetivo general tenemos: Posicionar nuestro negocio en el mercado mediante diferentes estrategias e innovación en un plazo de 3 años. Y nuestros Objetivo específicos: 1) Evaluar y decidir en diferentes fuentes financieros que sean la mejor opción para la marcha de nuestro negocio en un tiempo de 1 mes. 2) Desarrollar estrategias de planeación estratégica para brindar un buen producto a nuestros clientes dentro de 6 meses. 3) Mostrar a la población en general las diferentes cualidades y beneficios que ofrecerá nuestro producto por diferentes medios en el primer año de las operaciones.

En la ciudad de Iquitos existe una población aproximada de 413,556 habitantes y de acuerdo con nuestro estudio de mercado tendremos una demanda estimada de 66,206 habitantes en el primer año de nuestras operaciones, y esto es también de acuerdo a nuestra segmentación demográfica que son hombres y mujeres desde los 18 años a los 50 años de nivel socioeconómico A, B y C. Se contará con proveedores de china que serán los principales que nos exporten la tela de bambú ya que mayormente en dicha nación abundan este tipo de materiales y a un bajo costo.

La forma de distribución que se utilizara es directa es decir se fabricaran las prendas y se venderán directamente al consumidor final. Los productos se ofrecerán mediante una tienda

virtual y tienda física. El 20% de los consumidores peruanos incrementaron sus compras vía online durante el confinamiento y esto origina que la población se siga acostumbrando a las compras por internet. En cuanto a sus rutinas de consumo, las categorías más buscadas por los peruanos son tecnología, ropa, calzado, artículos del hogar y cuidado personal.

Con relación a los medios de pago, el 40% de los consumidores peruanos prefiere pagar ahora con tarjetas de crédito y apps móviles en lugar de efectivo y da cuenta de un hábito que continuará creciendo, pues un 48% de ellos afirma que luego del aislamiento seguirá usando alternativas de pagos electrónicos. La modalidad de tienda virtual nos ahorraría diferentes costos. Los productos serán promocionados por medio de las redes sociales o plataformas digitales ya que por diferentes estudios se comprobó que las personas suelen pasar más tiempo en internet por diferentes factores.

Como empresa se tendrá un equipo preparado y capacitado para las diferentes funciones que se realizará dentro de la empresa poniendo optimización y eficiencia en el desarrollo de la producción. Para el reclutamiento de estos colaboradores pasaran por diferentes exámenes para tener el mejor equipo de trabajo.

Para este proyecto se necesita una inversión total de s/ 49,395.00 para poner en marcha el proyecto presentado de la cual s/ 32,223.00 serán prestados al banco que equivale un 65% de la inversión y s/ 17,172 serán puestos por los propietarios que equivale el 35% de la inversión total, dando así el 100% de la inversión total.

## Introducción

La idea de este proyecto es crear una nueva generación de ropa en la ciudad de Iquitos bajo la influencia de patógenos bacterianos dispersos en climas cálidos y el medio ambiente. Por eso, las prendas confeccionadas te harán sentir fresco y libre. Debido a la estructura molecular del 40% de la fibra de bambú, tiene una gran cantidad de microespacios, alta capacidad de absorción y ventilación, y puede absorber el sudor humano y evaporarlo casi instantáneamente. Por otro lado, el 60% de algodón le da suavidad a la tela y complementa prendas cómodas, frescas y de excelente durabilidad.

Desafortunadamente, en nuestro país no es económico obtener este tipo de masa porque requiere tecnología avanzada. Por ello, importamos tejidos de países del este como China, que es uno de los principales proveedores de este tejido. Líneas de bambú en todo el mundo porque disfrutan de un gran rendimiento de esta planta y tecnología de punta. Luego de importar la misma, la tela se transforma de acuerdo con los gustos de los consumidores potenciales obtenidos en la encuesta realizada para la elaboración de camisetas casuales con diferentes diseños entre urbanos y ecológicos.

## Capítulo I: Plan de negocio

### Formulación de la idea de negocio

La preocupación mundial desde ya hace algunos años, es de que podemos hacer para contribuir con la conservación del ambiente y la naturaleza, existen muestras que en los últimos años, debido a la contaminación o polución se han deteriorado la capa de ozono, en el año 2010 se registró la rarefacción (reducción) más alta de la capa de ozono, llegando a provocar altos niveles de radiación ultravioleta, por lo que produjo enfermedades relacionadas con la piel en el ser humano y la migración de las especies animales a otros hábitat. (Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos, 2020)

Por otro lado, otro de los problemas relacionados a la contaminación ambiental, es la tala indiscriminada de árboles, este mismo provoca cambios en el hábitat de los animales, de la población de flora y la población en general, pues el mismo provoca estos otros factores: Incendios forestales que, además de destruir los bosques y la biodiversidad, liberan enormes cantidades de CO<sub>2</sub> a la atmósfera; Enfermedades que afectan a los árboles; Parásitos. El desarrollo de las tierras agrícolas es la principal causa de la deforestación. La población mundial sigue creciendo, y los humanos necesitan cada vez más espacio para proveerse de recursos alimentarios.

Las tres principales consecuencias de la deforestación son:

- Pérdida de biodiversidad: como los bosques son el hábitat natural de muchas especies, su destrucción tiene un impacto directo en la supervivencia de la biodiversidad mundial.
- Degradación de los suelos: los bosques hacen que los suelos sean más ricos en materia orgánica y, por tanto, más resistentes a la meteorización y a la erosión.

- Calentamiento global: los árboles absorben el CO<sub>2</sub> a lo largo de su vida y así mitigan el efecto invernadero. (CLIMATE CONSULTING, 2022).

En un artículo publicado en noviembre del 2018 por el Diario Gestión, se nos muestran cifras alarmantes en cuanto a la deforestación. Perú perdió 6.1 millones de hectáreas de bosques primarios o selva virgen amazónica, un tercio de ellas desde el 2001, según un informe del Proyecto de Monitoreo de la Amazonía Andina (MAAP). En Loreto, la región más grande de Perú, la deforestación se concentra alrededor de su capital Iquitos, la ciudad más grande de la Amazonía peruana, así como en torno a la carretera que va a la ciudad de Nauta. El informe estimó que la Amazonía peruana tenía originalmente 73.1 millones de hectáreas, pero un 8% de esa extensión ha sido deforestada en las últimas décadas. (DIARIO GESTIÓN, 2018)

Por lo que, con la finalidad de poder contribuir, y buscar de alguna forma la degradación de la naturaleza, por medio de la quema de árboles, deforestación, etc. Se propone la creación de una empresa que utilice esos recursos que son poco utilizables para la creación de prendas de vestir ecológicas. La idea de este negocio de diseñar y fabricar prendas de vestir a base de bambú nace al darnos cuenta de que podemos usar el bambú como otra opción más para las confecciones de prendas de vestir.

Con esto estaríamos contribuyendo con el tema del cuidado ambiental; ya que el bambú es una planta eco amigable con el medio ambiente y que presenta propiedades que ayudan a reducir el dióxido de carbono y no necesita mucha agua para su crecimiento y es muy resistente. Está comprobado por diferentes fuentes que al hacer prendas de bambú presentan las características de ser más resistente, es antibacterial, es suave y fresco y además te protege de la luz UV como también elimina los malos olores del sudor gracias a sus propiedades antibacterial.

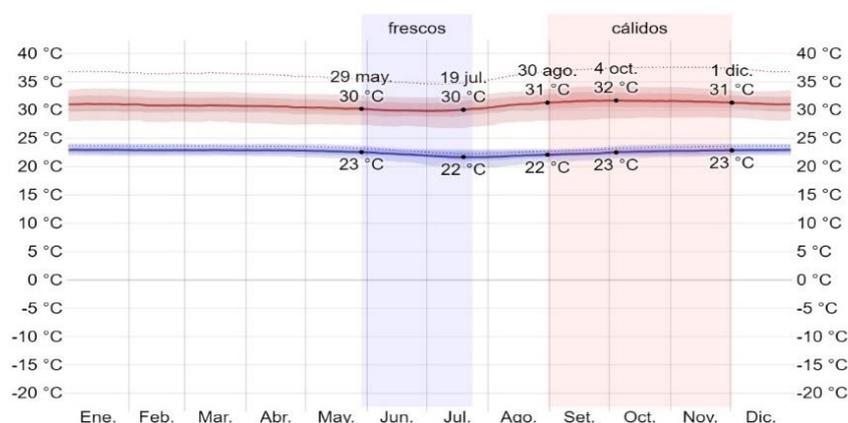
Vimos la necesidad de poder crear este producto en la ciudad de Iquitos ya que no existe este producto en esta localidad, además otro factor que tomamos en cuenta es que en la ciudad hay mayormente temporadas donde el clima es súper caluroso y las personas mayormente sudan más y necesitan vestirse de prendas frescas y que les haga sentir bien y cómodas. Las opciones que tienen para vestirse de un material fresco por ahora es el algodón y otras telas más que no cuentan con las propiedades que tendría las prendas de bambú ya mencionadas anteriormente.

Al crear prendas con tela de bambú estaríamos ofreciendo un producto innovador, de calidad, resistente y eco amigable con el medio ambiente, ahora que existen más personas jóvenes y activistas que están interesados por este tipo de propuestas ambientalistas, de la cual podríamos considerarlo como una moda ecológica. Cubriríamos la necesidad de que las personas al llevar puesta una prenda de vestir hecha mayormente de bambú, se sentirán frescas, cómodas, protegidas y sin miedo a los malos olores provocados por el sudor. Finalmente, podemos decir que el bambú es mucho mejor que el algodón.

### **Análisis de la Oportunidad**

Unos de los factores que podemos analizar y tomarlo como una oportunidad para nuestro negocio es el clima que se presenta en la región Loreto, en este caso en la ciudad de Iquitos. El clima que presenta Loreto es cálido, pero en la ciudad de Iquitos las temperaturas son variadas donde existe mayormente durante el día el calor y pocas veces existe el frío. La temporada calurosa dura 3.5 meses, del 30 de agosto al 1 de diciembre, y la temperatura máxima promedio diaria es más de 31 °C. El mes más cálido del año en Iquitos es noviembre, con una temperatura máxima promedio de 31 °C y mínima de 23 °C. La temporada fresca dura 1.8 meses, del 29 de mayo al 24 de julio, y la temperatura máxima promedio diaria es menos de 30 °C. El mes más frío del año en Iquitos es Julio, con una temperatura mínima promedio de 22 °C y máxima de 30 °C.

Tabla 1 Temperatura máxima y mínima promedio en Iquitos



Fuente: (Weather Spark, 2022)

Viendo y analizando la temperatura que maneja la ciudad, donde la población mayormente sufre del calor podemos ofrecerle un producto que les mantenga fresco y al cuidado de su piel vistiéndolos prendas ecológicas hechas mayormente de bambú. Esto es recomendable por sus características particulares que presenta esta tela innovadora y ecológica. Con esto podrían salir a cualquier lugar sin la preocupación de la incomodidad al llevar largo tiempo la misma prenda.

En la región Loreto-ciudad Iquitos, también existe otro problema más grave, que son las enfermedades de la piel provocadas por el contacto externo y por el sol de la cual se incrementan cada año en la región Loreto. Estas enfermedades son aumentadas por bacterias que se pegan a la piel y que pueden ser muy dañinas. Muchas son las enfermedades de la piel que presentan los pacientes que acuden diariamente al Hospital Regional de Loreto “Felipe Santiago Arriola Iglesias”, entre las que podemos destacar están la sarna, el prurito intenso por enfermedades crónicas, la dermatitis atópica, alergias, impétigo, urticarias, pénfigo, psoriasis, piojos, lepra, vitíligo, alopecias o caída del cabello y enfermedades producidas por el sol, etc., según nos dio a conocer el doctor Hugo Zamora Perea, cuya especialidad es la dermatología, el mismo que atiende hasta 20 pacientes por día en el Hospital Regional de

Loreto “Felipe Santiago Arriola Iglesias”. “señala que como todos sabemos nuestra piel es la primera que se expone en contacto con el medio externo y que nos conviene cuidarla, pues es la única que tenemos; agrega, además, que, si queremos una buena piel, requerimos consultas frecuentes con el especialista para prevenir enfermedades como el terrible cáncer a la piel que cada año va en aumento en nuestra región, según las estadísticas.” (El doctor Hugo Zamora Perea, especialista en dermatología del hospital regional de Loreto “Felipe Santiago Arriola Iglesias”). (DIARIO LA REGIÓN, 2021).

Analizando esta problemática que sucede en nuestra región, podemos proponer una solución para el cuidado de la piel aparte de medicamentos u otros tratamientos. Una propuesta diferente a lo normal que es nuestro producto de prendas de vestir como polos o manga larga hechas mayormente de bambú, esta propuesta es muy buena ya que el producto presenta características muy favorables para el cuidado (antibacterial) de la piel que se lo puedo usar diariamente y en todo momento, porque al usarlo te protege de bacterias y de los rayos UV que son factores claves para estas enfermedades; son muy cómodas, frescas, y duraderas. Con esta propuesta estaríamos contribuyendo a la ayuda del cuidado de la piel y el cuidado del medio ambiente.

## Presentación de la idea de negocio

Tabla 2 Canvas

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	OFERTAS DE VALOR	RELACIÓN CON	SEGMENTO DE
Proveedores: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zhejiang jointex fabric Co, Ltd. (Jiangsu, China).</li> <li>• Hangzhou Textile Co., Ltd. (Jiangsu, China).</li> <li>• Zouping Bole Textiles Co., Ltd.</li> </ul>	* Compra de materia prima. * Diseño y confección de prendas. * Almacenamiento de la mercancía. * Venta de los productos. * Atención al cliente.	Prendas de vestir con propiedades hipo alérgica, antibacterial, regular la temperatura del cuerpo y aporta con la protección de rayos UV	* Promociones y descuentos en fechas especiales.  * Atención personal a los clientes.  * Activaciones publicitarias.	* Geográfico: Distritos, Iquitos, Belén, San Juan y Punchana  *Demográfico: Varones y mujeres entre las edades de 18 – 50 años de edad  *NSE: Familias de nivel socioeconómico A, B y C
Intermediarios: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiendas comerciales de Ropa</li> <li>• Supermercados</li> <li>• Alibaba</li> </ul>	<b>RECURSOS CLAVES</b> * Mano de obra. * Maquinaria y equipo. * Capital económico. * Local (confecciones y ventas). materia prima (tela fibra de bambú).		<b>CANALES</b> <u>Canal de Comunicación:</u> *Redes sociales (Facebook, Instagram). * Páginas web.  <u>Canal de Distribución:</u> * Venta Directa.	
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>			<b>NOTA DE INGRESO</b>	
* Planilla de trabajadores. * Materia prima y otros materiales. * Gastos de marketing y publicidad. * Pago de impuestos. * Servicios generales.			*Venta de prendas de vestir hechas con tela de bambú. <b>Medio de Pago:</b> *Pago efectivo. * Pago con tarjeta de débito y crédito. * Transferencia y transferencias inmediatas (Yape, Plin)	

Fuente: Elaboración propia

## Capítulo II: Plan estratégico y Plan organizacional

### Formulación de la idea de negocio

Hoy en día podemos darnos cuenta de que podemos usar la tela hecha de bambú como otra opción mucho mejor para las confecciones de prendas de vestir. «Hipo alergénico» no es solo una tendencia de moda. Si eres de las personas que cuida su salud, lo más recomendable es que busques telas amigables con tu piel. Dado que la ropa de bambú no provoca reacciones alérgicas, elegir este tejido es una forma de evitar la irritación de la piel y, por lo tanto, sentirse más cómodo. Con esto también estaríamos contribuyendo con el tema del cuidado ambiental, ya que el bambú es una planta eco amigable con el medio ambiente y que presenta propiedades que ayudan a reducir el dióxido de carbono ya que produce un 35% más de oxígeno que otros árboles.

El motivo de la idea de negocio surge a causa de que las telas de algodón o de otro material causan dermatitis, esto se puede definir como manifestaciones cutáneas causadas por el uso de ropa u otros tejidos que entran en contacto con la piel. Aunque todas las fibras potencialmente podrían causar dermatitis de contacto alérgica e irritante, es raro que provoquen dermatitis de contacto alérgica.

Las reacciones alérgicas de la piel a la ropa suelen ser el resultado de las resinas de acabado de formaldehído, tintes, colas, aditivos químicos, utilizados en el procesamiento de la tela o la ropa. Se han notificado casos de dermatitis alérgica por contacto con los siguientes aditivos para tejidos:

- Resinas de formaldehído utilizadas en tejidos para hacerlos resistentes a las arrugas.
- Parafenilendiamina (PPD) utilizada en tintes textiles y para pieles.

- Colorantes de dispersión a base de lazo y antraquinona. Estos tintes se adhieren de manera suelta a la estructura de la tela y se pueden frotar fácilmente sobre la piel. Rara vez se usan en textiles hoy en día.
- Retardantes de llama [tris (2,3-dibromopropil) fosfato y 2,3 dibromocresilglicidiléter].
- Otros alérgenos de contacto que pueden incorporarse a la tela de la ropa y causar dermatitis de contacto son los aceleradores de cromo, cobalto, látex y caucho.
- Los sujetadores metálicos y elásticos en la ropa también pueden causar dermatitis de contacto donde están en contacto con la piel.
- Los cierres metálicos con tachuelas en los jeans azules son una causa común de dermatitis por níquel.

En lo que respecta a la industria textil, las telas de bambú tienen grandes ventajas sobre otros textiles. La ropa hecha de bambú es muy suave al tacto, igual que otros productos que se fabrican con esta fibra. La razón detrás de la suavidad de la fibra de bambú es la pectina. El componente natural que proporciona toda la suavidad que caracteriza la fibra de bambú textil. Son libres de lanolina, a diferencia de otras telas que se producen con base en fibra animal.

Las telas hechas de bambú tienen una estructura de micro agujeros que favorecen la transpiración y ayudan a regular la temperatura corporal. Una de las principales diferencias entre la fibra de algodón y de bambú es que esta última es más absorbente. Otra de las características del bambú es que bloquea los rayos UV de forma natural, hasta 98 %. Además de las ventajas que mencionamos antes, este material tiene aún más beneficios que se pueden aprovechar en los textiles.

En una prenda hecha con bambú no crecerán los microbios, puesto que en la planta existe una sustancia natural llamada «kun» que la protege de las plagas y hongos. Esta característica

se mantiene en los textiles de bambú, evitando así los malos olores y el desgaste temprano de la tela.

El bambú, en el Perú representa un recurso abundante y diverso, cuenta con un gran potencial para el desarrollo de medios de vida más sostenibles para las poblaciones vulnerables en la Amazonía y zona costera de nuestro territorio. Este recurso natural versátil se usa en el sector mobiliario y artesanía, como material de construcción para viviendas e infraestructura productiva, en la elaboración de tableros de madera, laminados, pisos como parquet machihembrado, en la industria papelera, para la producción de carbón vegetal, en la industria alimenticia y farmacéutica, en la elaboración de instrumentos musicales, en el sector textil, entre otros. Asimismo, el bambú como recurso forestal cumple un rol ecológico muy importante ofreciendo servicios eco-sistémicos como: la protección de las riberas de ríos y quebradas, regulación hídrica de las microcuencas, disminuye el riesgo de deslizamientos y huacos debido a su red de rizomas, protege al suelo de la erosión y recicla nutrientes alberga flora y fauna local, captura y almacena dióxido de carbono y contribuye a la belleza paisajista. Perú puede ser uno de los países Andinos con mayor riqueza en diversidad de bambúes. (Directorio del Sector Bambú en el Perú, 2019)

#### Proceso de producción de la tela de Bambú

Para obtener la fibra de bambú, existen dos tipos de procesos. Nosotros nos enfocaremos en el proceso que no usa aditivos químicos, el cual empleará nuestro proveedor de fibra bajo una alianza estratégica que se basa en obtener un producto natural y ecológico. A continuación una breve descripción del proceso:

➤ Compra de materia prima: se trabajará de la mano de los agricultores para incentivar el cultivo del bambú y tejedoras de la zona que nos proveerán el hilado listo para transformarlo en tela.

- Se cortan los tallos en pedazos más pequeños, luego pasan por la máquina

descortezadora, la cual posee unas paletas que rotan para obtener la fibra.

- El lavado se realiza con una solución que no contamina el medio ambiente (agua y enzimas naturales). Esta solución rompe las fibras de bambú, mediante la extracción de la pulpa.
- El proceso de secado requiere de un espacio amplio donde la fibra de bambú pueda recibir los rayos solares (es secada como hojas tipo pergamino, en fardos). Se estima un kilogramo por metro lineal. Luego de esta etapa, se clasifica de acuerdo con ciertas características, como calidad.
- Una vez secas (después de horas expuestas a los rayos solares) pasan a ser cepilladas para eliminar las impurezas que pudieron quedar de los procesos anteriores. Luego, están listas para ser molidas y obtener la fibra.
- Posteriormente, se obtiene el hilo (hilado en anillos) para empezar a tejer.
- Para la obtención de colores, primero se blanquea o decolora en base a ozono; luego, se tiñe con colorantes naturales como la granada, el índigo vegetal y la cúrcuma.
- De este modo confirmamos que el procedimiento de la obtención de la fibra cumpla los estándares solicitados para ser un producto natural.

- Otra opción es obtener la viscosa de bambú mediante la hidrólisis, alcalinización y blanqueo multifase de las hojas y tallos. Se debe mencionar que este proceso es contaminante, debido a los productos químicos utilizados.
- Producción: el proceso de confección de prendas comienza con el arrendamiento de maquinarias para transformar los conos de hilo a tela, luego nuestro proveedor asignado transformará la tela en la prenda final de acuerdo al estándar establecido, que incluye la ausencia de restos de hilo, cantidad de tallas exactas y diseños idénticos según modelos entregados. (Repositorio Academico Universidad Peruana de Ciencias , 2016)

### **Descripción de la empresa**

#### *Datos de la empresa*

**Nombre de la empresa:** Bambó

**Razón social:** Bambó S.A.C

**Logo:**



Fuente: Elaboración propia

**Eslogan:** “Moda Ecológica”

### **Direccionamiento estratégico**

#### ***Visión***

Ser una marca reconocida en el rubro textil a nivel regional, ofreciendo una alternativa de ropa de vestir de la mejor calidad, buscando la comodidad, versatilidad y estilo de nuestros clientes internos y externos dentro los 5 primeros años.

#### ***Misión***

Ser una de las empresas pioneras en el mercado Loreto en comercializar prendas de vestir ecológicas y ser reconocida por la alta calidad en sus diseños y acabados; así también generar mayor rentabilidad.

#### ***Valores***

- **Respeto:** en nuestra organización se practicarán diferentes valores, pero el respeto es el más importante para nosotros, si respetamos a los compañeros y a nuestro puesto de trabajo el clima laboral será de lo mejor.
- **Honestidad:** buscamos diferenciar en lo que está bien o mal y actuar con base en valores inclinados por un bien común, buscando aprender de nuestros errores.

- **Puntualidad:** no solo exigiremos llegar a la hora de entrada a nuestros empleados, sino que como empresa cumpliremos con los plazos de entrega de nuestro producto a nuestros clientes, como también los pagos en la fecha exacta a nuestros trabajadores.
- **Responsabilidad:** cumpliremos con nuestras obligaciones como empresa y tendremos cuidado al tomar nuevas decisiones, buscando el bienestar de la organización.
- **Trabajo en equipo:** buscamos integrar a todos los colaboradores a sentirse en una convivencia de armonía, en donde se trabaje con tranquilidad y responsablemente buscando el objetivo común.

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

- Posicionar nuestro negocio en su mercado objetivo, mediante diferentes estrategias e innovación, en el largo Plazo.

### **Objetivo específico:**

- Obtener la mejor opción de financiamiento que nos ayude en la puesta en marcha de nuestro negocio en un corto plazo.
- Por medio de la planeación estratégica, desarrollar diseños innovadores para alcanzar a satisfacer a nuestros clientes en un mediano plazo.
- Lograr mostrar a la mayor población loretana las diferentes cualidades y beneficios que ofrecerá nuestro producto, por diferentes medios digitales y tradicionales en un corto plazo.

## Matriz FODA – FODA cruzado

Tabla 3 Matriz FODA

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (F1) Publicidad por diferentes medios digitales.</li> <li>• (F2) Confección de las prendas con máquinas modernas.</li> <li>• (F3) Proveedores de confianza que brindan materia prima de calidad.</li> <li>• (F4) Ventas por tiendas físicas y digitales.</li> <li>• (F5) Contar con capital humano eficientes.</li> </ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (O1) Inaplicación del IGV en Loreto.</li> <li>• (O2) Programas de apoyo para el emprendimiento por parte del gobierno.</li> <li>• (O3) Avances tecnológicos en maquinarias y equipos.</li> <li>• (O4) Creación de la marca Loreto.</li> <li>• (O5) Crecimiento del PBI en un 3,6% a los finales del 2022.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (D1) Somos nuevos en el mercado y sin experiencia.</li> <li>• (D2) Contar con poco financiamiento para algunas operaciones.</li> <li>• (D3) No tener el local de venta en el sitio estratégico</li> <li>• (D4) Falta de asociados para nuestro negocio.</li> <li>• (D5) Espacio reducido para el trabajo de confección de las prendas.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (A1) Existen marcas potenciales del mismo rubro.</li> <li>• (A2) Posibles imitadores de nuestro producto.</li> <li>• (A3) Incremento del sueldo mínimo que nos afecta ya que somos nuevo en el mercado.</li> <li>• (A4) Posibles apariciones de nuevas enfermedades mortales que causen pandemia o epidemia.</li> <li>• Aumento del precio de la materia prima y maquinarias por la crisis nacional y mundial.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Matriz FODA cruzado

	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>(F1) Publicidad por diferentes medios digitales.  (F2) Confección de las prendas con máquinas modernas.  (F3) Proveedores de confianza que brindan materia prima de calidad.  (F4) Ventas por tiendas físicas y digitales.  (F5) Contar con capital humano eficientes.</p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>(D1) Somos nuevos en el mercado y sin experiencia.  (D2) Contar con poco financiamiento para algunas operaciones.  (D3) No tener el local de venta en el sitio estratégico.  (D4) Falta de asociados para nuestro negocio.  (D5) Espacio reducido para el trabajo de confección de las prendas.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>(O1) Inaplicación del IGV en Loreto.  (O2) Programas de apoyo para el emprendimiento por parte del gobierno.  (O3) Avances tecnológicos en maquinarias y equipos.  (O4) Creación de la marca Loreto.  (O5) Crecimiento del PBI en un 3,6% a los finales del 2022.</p>	<p><b>Estrategias F_O</b></p> <p>Realizar publicidad de nuestro negocio en diferentes redes sociales acompañado de la marca Loreto. (F1; O4)  Estar en búsqueda constante de nuevos proveedores que nos ofrezcan materia prima de buena calidad a un precio más accesible. (F3; O4).</p>	<p><b>Estrategias D_O</b></p> <p>Capacitarnos para nuestro emprendimiento con programas del estado. (D1; O2).  Acordar acuerdos con nuestros socios proveedores para las importaciones de materiales a un precio cómodo. (D2; D4, O4).</p>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>(A1) Existen marcas potenciales del mismo rubro.  (A2) Posibles imitadores de nuestro producto.  (A3) Incremento del sueldo mínimo que nos afecta ya que somos nuevo en el mercado.  (A4) Posibles apariciones de nuevas enfermedades mortales que causen pandemia o epidemia.</p>	<p><b>Estrategias F_A</b></p> <p>En caso de posibles pandemias usar nuestra tienda virtual para las ventas de nuestro producto. (F4; A4).  Usar nuestros recursos eficientes y maquinaria moderna para producir producto de calidad y diferenciarnos de la competencia. (F2; F5; A2).</p>	<p><b>Estrategias D_A</b></p> <p>Buscar socios estratégicos que nos ayuden a mejorar nuestro producto para diferenciarnos y competir con las demás marcas. (D4; A1; A2).  Hacer un plan estratégico para mantener las ventas en tiempos crisis o pandemias. (D3; A4).</p>

Fuente: Elaboración propia.

## Capítulo III: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo

### Análisis del Entorno Objetivo

#### *Factores Económicos*

Loreto se encuentra entre los departamentos más pobres y con peores indicadores sociales del Perú. El desarrollo enfrenta allí un sinnúmero de barreras, pero no todas son igualmente limitantes y tampoco hay recursos para atender todos los problemas a la vez. La investigación, que se fundamenta en análisis de bases de datos nacionales e internacionales, e incluye factores cuantitativos y cualitativos derivados de las visitas de campo, identifica a la conectividad de transporte, los problemas de coordinación asociados al autodescubrimiento, y la energía eléctrica, como las restricciones más vinculantes para el desarrollo de Loreto. Este informe es el segundo de una investigación más amplia – mejoras en la provisión de estos tres factores tendrán un mayor impacto sobre el desarrollo sostenible de la región que mejoras en la educación y los niveles de capital humano, el acceso a financiamiento, y otros sospechosos habituales. (HARVARD KENNEDY SCHOOL, 2022)

#### *Factores Socioeconómicos*

- El producto está dirigido para los sectores socioeconómicos A, B y C.
- Personas que buscan el bienestar de su salud.
- Personas que cuidan el medio ambiente y que les guste la moda ecológica.

#### *Factores Políticos y Legales*

Según el Informe de Actualización de Proyecciones Macroeconómicas (IAPM) del Marco Macroeconómico Multianual (MMM) 2022-2025, en 2022, el PBI crecería 3,6% asociado a la mayor apertura de las actividades económicas más afectadas por el COVID-19, la recuperación de la demanda interna asociada a la continuidad del impulso de la inversión

pública y gasto privado, y la dinámica favorable de las exportaciones, en un contexto de mayor oferta minera y altos precios de las materias primas. Esta recuperación de la economía en 2022 será fundamental para la generación de empleo e ingresos.

Asimismo, el informe considera que el gasto público, principalmente, la inversión pública contribuirá a sostener el crecimiento en 2022. Se prevé que la inversión pública aumente en 11% gracias a que en este año se ejecutará un presupuesto histórico alrededor de S/ 58 mil millones muy por encima de años previos, y se viene implementando una serie de medidas que elevarán la ejecución de las inversiones. Asimismo, la continuidad de proyectos importantes como los relacionados al Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad (PNIC) y a la reconstrucción.

En cuanto a la inversión privada el informe destaca que impulsará la economía el desarrollo de un conjunto de proyectos de infraestructura y vivienda formal, así como el aumento de las inversiones mineras ante la construcción de las últimas etapas de Quellaveco y la Ampliación de Toromocho. “Estas mayores inversiones favorecerán a la generación de empleo, ingresos y consumo de las familias. Además, las exportaciones se mantendrán dinámicas por el inicio de producción de nuevos proyectos mineros, mayores envíos agroindustriales y altos precios de las materias primas”, destaca el informe.

Para el periodo 2023 y 2025, el PBI alcanzaría una tasa de crecimiento promedio de 3,3%, favorecido por la recuperación progresiva de la demanda interna, sobre todo de la inversión privada que crecería en promedio 2,8%, principalmente, por el impulso de la inversión en infraestructura, en la que se destaca la actualización del Plan Nacional de Infraestructura (PNIC) y la ejecución de obras priorizadas bajo el esquema de Asociaciones Público-Privadas (APP); y la mayor inversión minera, en línea con el inicio de construcción de nuevos proyectos.

Además, las exportaciones continuarán dinámicas por el inicio de producción de nuevos proyectos mineros como Yanacocha Sulfuros y Corani, y mayores envíos de agroexportación, en un contexto en el que los socios comerciales de Perú continuarán retornando a su senda de crecimiento previa a la crisis, lo que permitirá impulsar la demanda de nuestros productos de exportación. Asimismo, continuará la recuperación progresiva de los sectores económicos más afectados por la pandemia asociados al turismo -como restaurantes, hoteles y transporte-, en un escenario de retorno gradual a la normalidad e impulso de medidas para su reactivación.

Cabe mencionar que el Gobierno dará un nuevo impulso a la competitividad y productividad de la economía a través de la actualización del Plan Nacional de Competitividad y Productividad, promoción de la diversificación productiva mediante las mesas ejecutivas, impulso de la Política Nacional de Inclusión Financiera y avanzar con el proceso de adhesión del Perú a la OCDE.

### **Finanzas públicas**

En 2022, se prevé que el déficit fiscal y la deuda pública se ubiquen en 2,5% del PBI y 34,7% del PBI, respectivamente. El gasto no financiero del gobierno general será equivalente a 22,1% del PBI y estará orientado a brindar soporte en un contexto de incertidumbre por la emergencia sanitaria y tensiones geopolíticas, y se destinará a fortalecer sectores prioritarios y estratégicos e impulsar la actividad económica a través de la inversión pública.

Mientras que, los ingresos del gobierno general crecerían 1,5% en términos reales (21,0% del PBI), menor al crecimiento económico esperado debido al efecto base del 2021 por el pago de impuestos extraordinarios provenientes del sector minero, sin los cuales los ingresos fiscales crecerían 4,5% real.

Para los siguientes años, se continuará con un proceso de retorno gradual al cumplimiento de las reglas fiscales de mediano plazo, bajo el marco de un manejo responsable de las finanzas públicas, por lo cual se remitió el Proyecto de Ley N° 1763/2021-PE al Congreso de la República. se propone establecer que el déficit fiscal no debe ser mayor a 2,4% del PBI en 2023; a 2,0% del PBI en 2024; a 1,5% del PBI en 2025; y a 1,0% del PBI de 2026 en adelante. Además, se plantea que la deuda pública no debe ser mayor a 38% del PBI y que en un horizonte máximo de 10 años debe ubicarse por debajo del 30,0% del PBI.

De esta manera, bajo el cumplimiento conjunto de las reglas fiscales, la deuda pública seguirá una trayectoria decreciente bajo la consolidación fiscal prevista, hasta ubicarse en 33,2% del PBI en 2026, 30,8% del PBI en el año 2030, 26,6% del PBI en 2040 y 24,1% del PBI en 2050, con lo que continuará posicionándose como una de las más bajas de la región y entre economías emergentes.

Esto es clave para mantener una baja percepción de riesgo, acceso a los mercados de capitales en condiciones favorables, y maximizar el espacio presupuestal para dedicar gasto público a usos productivos en beneficio del país. Además, para los siguientes años, los ingresos fiscales y el gasto público serán consistentes con la recuperación de la economía, precios de exportación que se irán modulando (pero aún en niveles elevados) y medidas fiscales favorables.

Los ingresos fiscales crecerían en promedio 2,6% real entre 2023 y 2025, alcanzando un 20,7% del PBI para este último año, consistente con una economía que crezca en promedio 3,3% real anual y precios de exportación que registrarían una normalización a la baja. Por su parte, el gasto público crecerá de manera ordenada en función a las reglas fiscales y los ingresos disponibles, a un ritmo promedio de S/ 8,5 mil millones por año a partir de 2023 (promedio 2009-2019: S/ 8,2 mil millones).

Cabe señalar que dichas proyecciones no son fijas y se encuentran sujetas a la evolución de los ingresos fiscales, de modo que las acciones que se tomen para expandir la recaudación tributaria financiarían un mayor gasto. Por ello, será importante que en los siguientes años se continúen los esfuerzos por incrementar los ingresos permanentes y dotar de mayor eficiencia al gasto público, bajo una gestión que priorice la disciplina fiscal. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2022)

### ***Factores Tecnológicos***

En la actualidad la tecnología tiene un papel muy importante en nuestras vidas. Muchas personas y empresas la utilizan para informarse para poder reducir tiempo y recursos o estar al tanto de los avances tecnológicos. La tecnología la utilizaremos como un beneficio para hacer conocer nuestro producto innovador al mercado y de esa manera poder ingresar al mercado y competir con otras marcas dentro del rubro. Por otro lado, ya que nuestro producto es innovador por la razón que son prendas de vestir eco-amigables. Nuestro proyecto podría llamar la atención de industrias tecnológicas peruanas para formar una alianza estratégica por el hecho de tener un enfoque basándose en la sostenibilidad tecnológica.

### ***Factores Ambientales***

Después de la industria del petróleo, la industria textil es la segunda más contaminante del planeta, la empresa textil es la responsable de aproximadamente el 20% de la contaminación mundial de agua potable. El lavado de materiales sintéticos genera cada año unos 0.5 millones de toneladas de microfibras que acaban en los océanos.

Nosotros como empresa y ciudadano estamos comprometidos en el cuidado y conservación del medio ambiente. Por esta razón el producto que ofreceremos es ecológico, ya que nuestra materia prima es la fibra de bambú, el cual es una planta que no requiere materiales tóxicos y

productos con químicos peligrosos para la elaboración de nuestro producto. En cuestión del recurso natural “agua” no necesita en una cantidad grande como necesita otras prendas de vestir, por lo tanto, nuestro producto innovador en el mercado loretoño ahorra recursos naturales.

## **Análisis de los principales actores**

### ***Perfil de los clientes o consumidores***

*Tabla 5 Perfil de los clientes o consumidores*

<b>C. GEOGRÁFICO</b>	<b>C. DEMOGRÁFICO</b>	<b>C. PSICOGRÁFICO</b>	<b>C. CONDUCTUAL</b>
<u>Variable:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudad: Iquitos.</li> <li>• T. Población: 413,556</li> <li>• Clima: tropical entre 21° y 33°.</li> <li>• Densidad: 1258 hab/km<sup>2</sup></li> </ul> <u>Fuente:</u> INEI Diario La Región.	<u>Variable:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad: 18 a 50 años.</li> <li>• Género: Masculino y Femenino.</li> <li>• Educación: Secundaria completa, Técnico y Universitario.</li> <li>• Ingresos: s/1050 a s/12,000.</li> <li>• Generación: X, Y, Z.</li> </ul> <u>Fuentes:</u> IPSOS Diario Gestión.	<u>Variable:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo de vida: sofisticada, progresistas y modernas.</li> <li>• Clase social: A, B, C.</li> </ul> <u>Fuentes:</u> Arellano APIM	<u>Variable:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposición: De alta demanda</li> <li>• Beneficios buscados: Cumplidos en base a la necesidad de salud.</li> </ul> <u>Fuentes:</u> Manez

Fuente: Elaboración propia

## **Tamaño y crecimiento de la población**

### **Población peruana y su crecimiento**

En el año 2020, en la región de América, el Perú es el 7mo país más poblado, de acuerdo con las últimas estimaciones y proyecciones de población, el Perú al 30 de junio de año 2020 alcanza los 32 millones 625 mil 948 habitantes y se prevé que empiece a decrecer en aproximadamente 41 años. Del total de la población peruana, 16 millones 190 mil 895 corresponde a población masculina y 16 millones 435 mil 53 a población femenina, correspondiendo una relación de masculinidad de 99 hombres por cada 100 mujeres.

Asimismo, se estima que durante este año nacerán 567 mil 512 personas y fallecerán 192 mil

215, que equivale a un incremento natural (vegetativo) de 11,5 por cada mil habitantes. El saldo neto migratorio arroja una ganancia de 57 mil 446 personas, por lo que finalmente en dicho año la población aumentará en 432 mil 743 personas, que representa una tasa de crecimiento total de 15 por cada mil personas.

## **LORETO**

El departamento de Loreto ocupa una superficie de 368 852 km<sup>2</sup>, que representa el 28,7 por ciento del territorio nacional; ubicándose en el primer lugar dentro del ranking de extensión por departamentos. Está ubicado en el extremo nor-oriental del Perú y posee

3891 km<sup>2</sup> de fronteras internacionales con tres países: al nor-oeste con Ecuador, al nor-este con Colombia y al este con Brasil; esta extensión representa el 38 por ciento del total de fronteras que tiene nuestro país y es una de las zonas de mayor vulnerabilidad geopolítica.

De acuerdo con las proyecciones realizadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), para el año 2020 Loreto contaría con una población proyectada de 1 027 559 habitantes, la cual representaría el 3,1 por ciento de la población total nacional proyectada. Las provincias más pobladas serían Maynas y Alto Amazonas con 550 551 y 149 892 habitantes, respectivamente. Por sexo, los hombres representarían el 51,7 por ciento y las mujeres el 48,3 por ciento de la población departamental. La tasa de crecimiento anual de la población en el 2020 habría sido de 1,2 por ciento.

*Tabla 6 Loreto: superficie y población 2020*

Provincia	Superficie (km <sup>2</sup> )	Población
Maynas	73 932	550 551
Alto Amazonas	18 764	149 892
Loreto	67 434	71 904
Requena	49 478	64 459
Ucayali	29 293	62 477
Datém del Marañón	46 610	59 870
Mariscal Ramón Castilla	37 413	59 232
Putumayo	45 928	9 174
<b>Total</b>	<b>368 852</b>	<b>1 027 559</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Tabla 7 Perú: Población estimada y proyectada, 1995, 2020, 2030 y año en que se alcanzará la población máxima

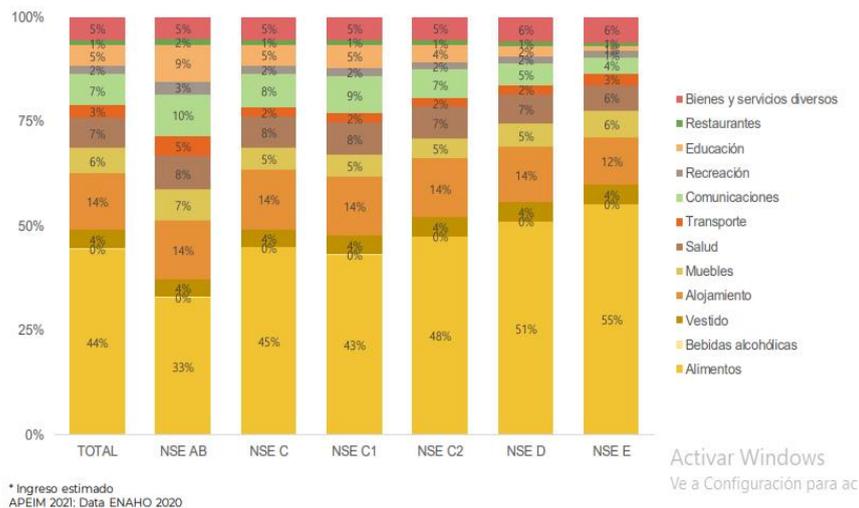
Departamento	Población			Población máxima	
	1995	2020	2030	Año	Población
<b>Total</b>	<b>24 242 600</b>	<b>32 625 948</b>	<b>35 792 079</b>	<b>2061</b>	<b>39 793 386</b>
Amazonas	375 202	426 806	428 576	2026	430 305
Áncash	1 036 065	1 180 638	1 216 561	2030	1 216 561
Apurímac	416 711	430 736	414 184	2020	430 736
Arequipa	1 006 567	1 497 438	1 755 684	2030	1 755 684
Ayacucho	550 262	668 213	661 885	2021	670 579
Cajamarca	1 368 052	1 453 711	1 417 012	2021	1 455 245
Prov. Const. del Callao	704 064	1 129 854	1 319 706	2030	1 319 706
Cusco	1 127 101	1 357 075	1 439 741	2030	1 439 741
Huancavelica	425 733	365 317	290 010	2004	471 337
Huánuco	719 741	760 267	715 363	2006	787 626
Ica	620 601	975 182	1 189 708	2030	1 189 708
Junín	1 159 999	1 361 467	1 388 418	2030	1 388 418
La Libertad	1 386 270	2 016 771	2 277 363	2030	2 277 363
Lambayeque	1 013 016	1 310 785	1 419 648	2030	1 419 648
Lima	7 001 163	10 628 470	12 214 119	2030	12 214 119
Loreto	789 261	1 027 559	1 087 623	2030	1 087 623

Fuente: (SENSOR, 2021)

## HÁBITOS DE CONSUMO

En estos últimos tiempos en el Perú se dio a conocer por diferentes estudios que se incrementó un cierto porcentaje de compras vía online, esto debido a la coyuntura se dio a nivel mundial. Esto puede ser muy bueno ya que se utilizarían mayormente tiendas y pagos virtuales, lo que generaría reducción de costos en diferentes factores. El 20% de los consumidores peruanos incrementaron sus compras vía online durante el confinamiento, según los resultados arrojados por un estudio realizado por el portal Linio y la firma de investigación Kantar.

En rutinas las más por los son



cuanto a sus de consumo, categorías buscadas peruanos tecnología,

ropa, calzado, artículos del hogar y cuidado personal, mientras que lo que los usuarios declaran haber comprado más es Belleza, Artículos Infantiles y Calzado. Con relación a los medios de pago, el 40% de los consumidores peruanos prefiere pagar ahora con tarjetas de crédito y apps móviles en lugar de efectivo y da cuenta de un hábito que continuará creciendo, pues un 48% de ellos afirma que luego del aislamiento seguirá usando alternativas de pagos electrónicas.

Fuente: (ANDINA , 2020)

**NIVELES DE INGRESO**

Tabla 8 Ingresos y gastos Perú Urbano 2021

Fuente: APEIM 2021: Data ENAHO 2020

### Perfil de los competidores

#### Competidores directos/Actuales

Son aquellos negocios que estén pensando en sacar o que ya estén ofreciendo un producto con la misma característica que la de nuestro proyecto de negocio y satisfagan la misma necesidad.

Tabla 9 Competidores directos

Promedios	TOTAL	NSE AB	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
GRUPO 1: Alimentos dentro del hogar	S/1,026	S/1,502	S/1,171	S/1,223	S/1,104	S/896	S/688
GRUPO 2: Bebidas alcohólicas y estupefacientes	S/4	S/16	S/3	S/3	S/2	S/2	S/1
GRUPO 3: Vestido y calzado	S/99	S/192	S/113	S/122	S/101	S/77	S/55
GRUPO 4: Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	S/318	S/649	S/374	S/410	S/328	S/238	S/144
GRUPO 5: Muebles, enseres y mantenimiento de la vivienda	S/134	S/335	S/130	S/141	S/115	S/94	S/79
GRUPO 6: Salud	S/171	S/362	S/198	S/218	S/174	S/126	S/76
GRUPO 7: Transporte	S/68	S/229	S/57	S/68	S/44	S/38	S/34
GRUPO 8: Comunicaciones	S/171	S/463	S/210	S/247	S/161	S/90	S/49
GRUPO 9: Recreación y cultura, otros bienes y servicios	S/50	S/137	S/55	S/62	S/45	S/30	S/18
GRUPO 10: Educación	S/110	S/395	S/124	S/151	S/90	S/42	S/16
GRUPO 11: Restaurantes y hoteles, alimentos fuera del hogar	S/31	S/69	S/36	S/37	S/34	S/24	S/13
GRUPO 12: Bienes y servicios diversos, cuidado personal	S/124	S/238	S/138	S/150	S/123	S/97	S/71

Promedio del gasto familiar mensual	S/2,307	S/4,586	S/2,608	S/2,831	S/2,319	S/1,754	S/1,244
Promedio del ingreso familiar mensual	S/2,900	S/6,823	S/3,174	S/3,545	S/2,693	S/2,025	S/1,367

\* Ingreso estimado  
APEIM 2021: Data ENAHO 2020

EMPRESAS	FORTALEZA	DEBILIDAD	Poder de negociación
----------	-----------	-----------	----------------------

SYDNEY <a href="https://sydney.pe/">https://sydney.pe/</a>	Prendas de vestir 100% algodón y de muy buena calidad. Tienen variedad de productos.	la marca no es muy reconocida tanto local y nacionalmente.	BAJO
ANNTARAH <a href="https://anntarah.com/">https://anntarah.com/</a>	Sus prendas de vestir son de materiales orgánicos, como alpaca y algodón orgánico. Tienen años en el mercado nacional.	Su marca no está reconocida y no tiene expansión en el mercado.	BAJO
WISQA <a href="https://www.wisqaperu.com.pe/">https://www.wisqaperu.com.pe/</a>	Prendas hechas con fibras naturales. Productos de calidad y sostenible.	Pocos puntos de ventas y no cuenta con información en su tienda virtual	BAJO

Fuente: Elaboración propia

### Productos sustitutos

En este punto, se montó una empresa para vender productos de la misma línea que nosotros, pero la única diferencia es que ellos ofrecen productos diferentes a los nuestros, y los clientes encuentran uno en un lugar y en otra tienda. Es para brindar un producto alternativo. Que ya no tienes que buscar.

*Tabla 10 productos sustitutos*

Empresa competidor	Producto/servicio sustituto	fortaleza	debilidad
la casa de polo	Prendas de vestir como polos a base de poliéster.	Local propio y bien ubicado y con años de experiencia en el mercado.	No es muy reconocido por la población.

Texas.	Polos deportivos y casuales a base de nylon o elastano.	Local propio y en una ubicación estratégica.	Tarda en el tiempo de entrega de los pedidos, local muy reducido.
Tienda “La número 1”	Prendas de vestir de diferentes tipos de telas y diseños.	Reconocido por la población loretana y buen posicionamiento.	Pocos diseños en sus ropas y una atención al cliente regular.
Tienda “TOPITOP”	Prendas de vestir de diferentes tipos de telas y diseños.	Marca reconocida y de prestigio.	Un solo punto de venta en la localidad.

Fuente: Elaboración propia

## Perfil de los proveedores

### Poder de negociación con los proveedores

Poder de negociación de los proveedores para así poner su capacidad de la empresa bajo presión. Todo pedido de mercadería que realiza la empresa es mediante manera directa con los proveedores ya que se puede visualizar los modelos que nos pretenden vender, y una vez realizado la negociación y al acuerdo se firman letras de crédito por un mes o mes y medio, entre los proveedores tenemos:

NOMBRE DE LA EMPRESA/ OFRECE	Poder de negociación
Zouping Bole Textiles Co., Ltd./ Telas de fibra de bambú, telas de spandex. <a href="https://es.made-in-china.com/co_bole-textiles/">https://es.made-in-china.com/co_bole-textiles/</a>	bajo
Alibaba/ Telas de fibra de bambú. <a href="https://spanish.alibaba.com/p-detail/T-shirts-60840085928.html?spm=a2700.pccps_detail.normal_offer.d_image.457c16fcJyUgDu&amp;s=p">https://spanish.alibaba.com/p-detail/T-shirts-60840085928.html?spm=a2700.pccps_detail.normal_offer.d_image.457c16fcJyUgDu&amp;s=p</a>	alto

		<i>Tabla 11 Poder de</i>
Sumalla Perú/ maquinarias, equipos y repuestos textiles. <a href="https://www.sumallaperu.com/">https://www.sumallaperu.com/</a>	bajo	

*negociación de los proveedores*

Fuente: Elaboración propia

### ***Determinación del tamaño del mercado***

Para determinar el Mercado meta, al que nos dirigimos, es necesario un estudio de mercado, para determinar sus gustos y preferencias, por lo que buscamos establecer la oportunidad de ofrecer prendas de vestir, que aporten en la conservación del medio ambiente, por lo que se determine segmentar de la siguiente manera:

### **Segmentación del mercado objetivo**

La segmentación del mercado es donde dividimos el mercado en segmentos o grupos identificados y significativos. Entender a nuestros consumidores es parte de nuestro objetivo de plan de nuestra estrategia para el nuestro negocio pueda tener rentabilidad en el mercado, ya que es un requisito conocer los deseos y necesidades que van de la mano con su decisión

de compra, entender lo que desea adquirir. Ofrecer una prenda de vestir que satisface sus necesidades y así alcanzar el objetivo del marketing.

El segmento que adquirimos son padres de familia con hijos de 18 a 65 años de edad que radican en la ciudad de Iquitos con NSE A, B, C ya que nuestros clientes conocen moda, tendencias, calidad y estilo.

- o **Segmentación Geográfica:** Iquitos Metropolitano (Iquitos, Punchana, Belén, San Juan).
- o **Segmentación Demográfica:** Varones y mujeres de entre 18 y 50 años de edad
- o **Segmentación Psicográfica:** NSE A, B y C con ingresos de 1,050 a 12,000 soles.
- o **Segmentación Conductual:** Dirigido a personas y padres de familia, con sentido de conservación en el medio ambiente.

*Tabla 12 segmentación de mercado*

SEGMENTACIÓN	DETERMINACIÓN		DISTRITOS	VALOR	TOTAL
GEOGRAFICO	IQUITOS METROPOLITANO		IQUITOS	146,853	413,556
			BELÉN	64,488	
			PUNCHANA	75,210	
			SAN JUAN	127,005	
DEMOGRAFICO	VARONES Y MUJERES 18 - 50 AÑOS DE EDAD		IQUITOS	70,963	189,159
			BELÉN	28,815	
			PUNCHANA	33,303	
			SAN JUAN	56,078	
NSE	NSE AB	5.8%	IQUITOS	24,837	66,206
	NSE C	29.2%	BELÉN	10,085	
			PUNCHANA	11,656	
TOTAL NSE	35%	SAN JUAN	19,627		
TOTAL PUBLICO OBJETIVO					

Fuente: Elaboración propia

### **Determinación del tamaño de la muestra.**

- Tamaño de la población: 66,206
- Nivel de confianza (%): 95
- Margen de error (%): 5
- Probabilidad de Éxito: 50%
- Probabilidad de Fracaso: 50%

### **Formula Finita del tamaño de la Muestra.**

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$\frac{1.96^2 * 66,206 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (66,206 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 382$$

### **Cuestionario:**

El propósito de la siguiente encuesta es determinar la posibilidad de producir y comercializar prendas de vestir hechas a base de tela de fibra de bambú. Sus respuestas serán valiosas para tomar decisiones por lo que exhortamos objetividad en sus respuestas.

- 1) Género:
  - a) F
  - b) M
- 2) Edad:
  - a) 18 – 38
  - b) 39 – 59
  - c) 60 – 65
- 3) ¿En qué distrito vives?

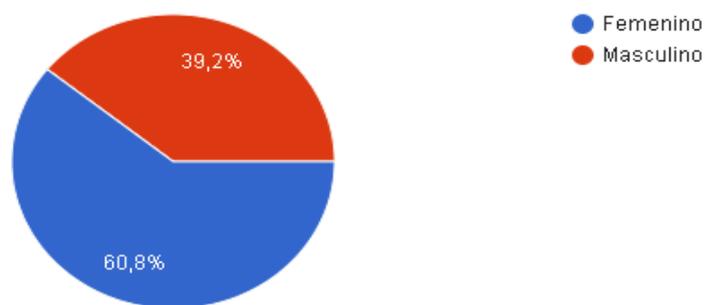
- a) San Juan Bautista
  - b) Belén
  - c) Iquitos
  - d) Punchana
  - e) Otros
- 4) ¿En cuál tienda compras tu ropa de vestir?
- a) La N° Uno.
  - b) Saga Falabella
  - c) Multimodas
  - d) Topitop
  - e) La Fabrica
  - f) Tiendas virtuales
  - g) Otros
- 5) ¿Cuántas prendas de vestir adquieres por cada compra?
- a) 1 prenda
  - b) 2 prendas
  - c) 3 prendas
  - d) 4 prendas
  - e) 5 a más prendas
- 6) ¿Con cuanta frecuencia compra usted prendas de vestir?
- a) Mensual
  - b) Cada 2 meses
  - c) Cada 3 meses
  - d) Cada 6 meses
  - e) Anual
- 7) ¿Cuál es el material de la prenda que sueles comprar con mayor frecuencia?
- a) Algodón
  - b) Sintética
  - c) Polar
  - d) Tela de Fibra de bambú
  - e) Otros
  - f) No tomo en cuenta el material

- 8) ¿Cuál es el monto promedio que suele gastar cada vez que compras tus prendas de vestir?
- a) S/. 50.00 – S/. 100.00
  - b) S/. 101.00 – S/. 200.00
  - c) S/. 201.00 – S/. 300.00
- 9) ¿Compraría prendas de vestir hechas de material ecológico?
- a) Si
  - b) No
- 10) ¿Compraría prendas de vestir a base de fibra de bambú?
- a) Si
  - b) No
  - c) Quizás
- 11) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por prendas de vestir a base de fibra de bambú?
- a) Menos de S/. 50.00
  - b) Entre S/. 51.00 – S/. 80.00
  - c) Entre S/. 81.00 – S/. 100.00
  - d) Mayor a S/. 100.00
- 12) ¿A qué sector te gustaría que se venda los productos a base de tela de bambú?
- a) Niños/Niñas
  - b) Damas
  - c) Caballeros
  - d) Todos
- 13) ¿Qué tan dispuesto estas para comprar este producto? Donde 1 es el menor puntaje y 5 el mayor puntaje
- a) 1
  - b) 2
  - c) 3
  - d) 4
  - e) 5

14) ¿Con cuanta frecuencia compraría usted este tipo de producto?

- a) Mensual
- b) Bimestral
- c) Trimestral

385 respuestas



- d) Semestral
- e) Anual

### **Resultados de la Encuesta.**

*Figura 1 Género*

Fuente: Elaboración propia

De los 385 encuestados el 60,8% son del género masculino y el 39,2% son del género femenino.

*Figura 2 Edad*

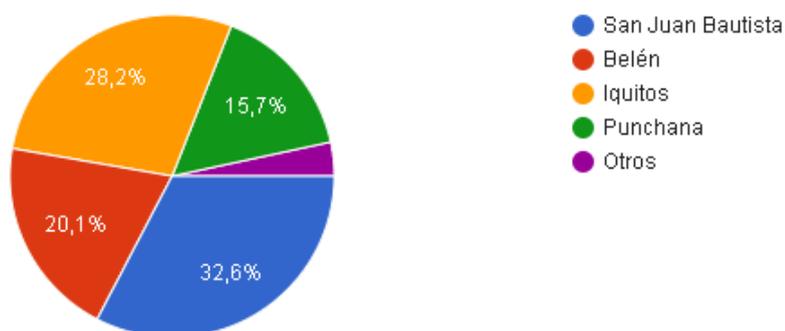
Fuente: Elaboración propia

De las 385 personas encuestadas, el 60,8% son mujeres y el 39,2% son hombres.

De las 383 personas que respondieron la pregunta de su edad, el 57,4% tienen entre 18-38 años, el 38,9% entre 39-59 años y el 3,7% tienen entre 60-65 años de edad.

*Figura 3 ¿En qué distrito vives?*

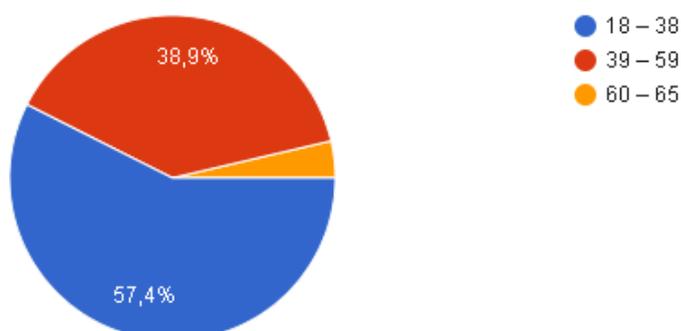
383 respuestas



Fuente: Elaboración propia

De las 383 personas que respondieron dicha pregunta el 32,6% indicaron que viven en el distrito de San Juan Bautista, el 28,2% viven en el distrito de Iquitos, el 20,1% viven en el distrito de Belén, el 15,7% en el distrito de Punchana y el 2,4% indicaron que viven en otro

383 respuestas



distrito.

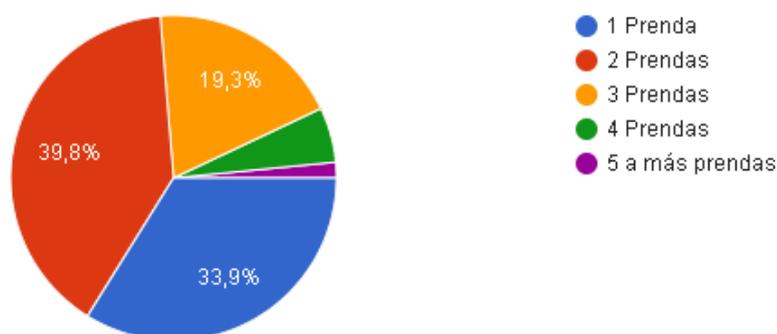
Figura 4 ¿En cuál tienda compras tu ropa de vestir?

Fuente: Elaboración propia

De las 382 personas que respondieron la encuesta, el 25,1% compran su prenda de vestir en la tienda Topi Top, el 24,9% compran sus prendas de vestir en otras tiendas, el 20,7% compran sus ropas de vestir en la tienda N° Uno, el 12% compran sus ropas de vestir en la tienda la Fabrica, el 11,8% compran sus prendas de vestir en la tienda Saga Falabella, el 3,2% compran sus prendas de vestir en la tienda Multimodas y el 2,3% compran en tienda virtual.

Figura 5 ¿Cuántas prendas de vestir adquieres por cada compra?

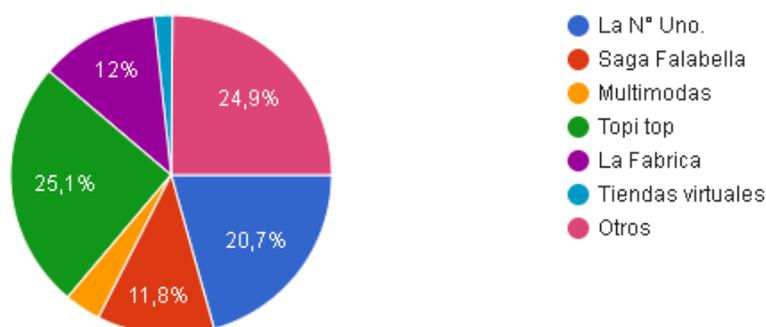
384 respuestas



Fuente: Elaboración propia

De las 384 personas que respondieron dicha pregunta de la encuesta, el 39,8% adquiere 2

382 respuestas



prenda de vestir por cada compra, el 33,9% adquiere 1 prenda de vestir por cada compra, el 19,3% adquiere 3 prenda de vestir por cada compra, el 5% adquiere 4 prenda de vestir por cada compra y el 2% adquiere de 5 prendas de vestir a más por cada compra.

Figura 6 ¿Con cuanta frecuencia compra usted prendas de vestir?

Fuente: Elaboración propia.

De las 380 personas que respondieron la pregunta de la encuesta, el 53,9% compra ropa de

384 respuestas



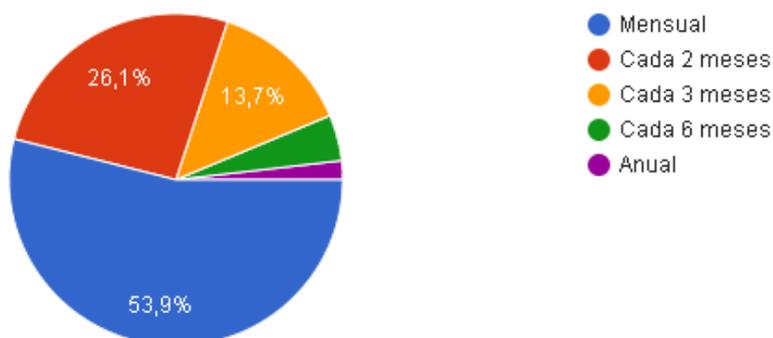
vestir cada mes, el 26,1% compra sus prendas de vestir pasando dos meses, el 13,7% compra sus prendas de vestir pasando 3 meses, el 5% compra sus prendas de vestir pasando cada 6 meses y el 1,3% compra sus prendas de vestir anualmente.

Figura 7 ¿Cuál es el material de la prenda que sueles comprar con mayor frecuencia?

Fuente: Elaboración propia

De las 384 personas que respondieron dicha pregunta de la encuesta, concluyó que el 78,9% compran sus prendas de vestir de material algodón, el 13% indicaron que compran sus

380 respuestas



prendas de vestir sin tomar en cuenta el material, el 3,1% indicaron que compran sus prendas de vestir de otro material, el 3% indicaron que compran sus prendas de vestir de material

sintético, el 2% de las personas indicaron que compran sus prendas de vestir de materia polar.

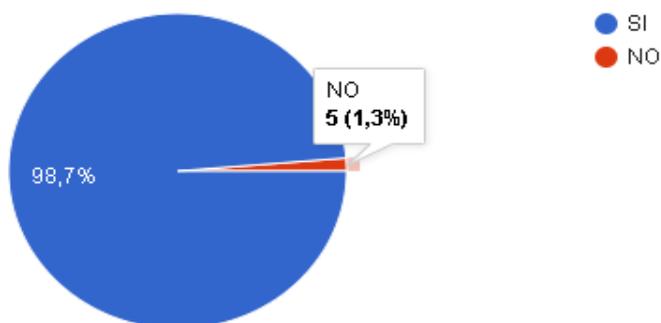
*Figura 8 ¿Cuál es el monto que suele gastar cada vez que compras tus prendas de vestir*

fuelle: Elaboración propia

De las 385 personas encuestadas, el 52,2% indicaron que el monto promedio que gastan por cada vez que salen a comprar sus prendas de vestir es de S/. 50.00 – S/.100.00, el 43,4% indicaron que el monto promedio que gastan por cada vez que salen a comprar sus prendas de vestir es de S/. 101.00 – S/.200.00 y el 4,4% indicaron que el monto promedio que gastan por cada vez que salen a comprar sus prendas de vestir es de S/. 201.00 – S/.300.00.

*Figura 9 : ¿Comprarías prendas de vestir hechas de material ecológico?*

379 respuestas



Fuelle: Elaboración propia

De las 379 personas que respondieron esta pregunta de la encuesta, el 98,7% si compran

385 respuestas



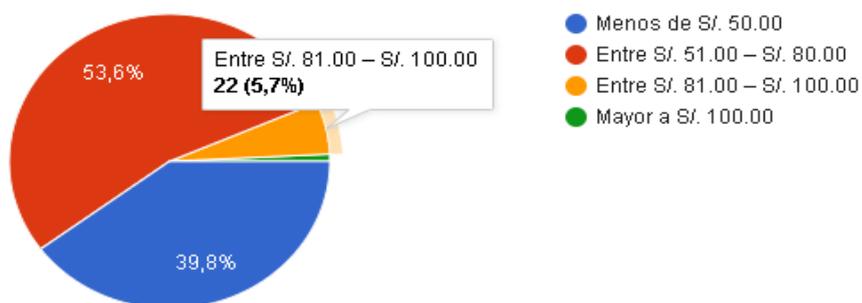
prendas de vestir hechas de materiales ecológicos y el 1,3% indicaron que no compran prendas de vestir hechas de material ecológico.

Figura 10 ¿Compraría prendas de vestir a base de fibra de bambú?

Fuente: Elaboración propia

De las 384 de las personas que participaron en la pregunta de la encuesta, el 97,4% indicaron que si comprarían prendas de vestir hechas de fibra de bambú y el 2,6% indicaron que no

384 respuestas



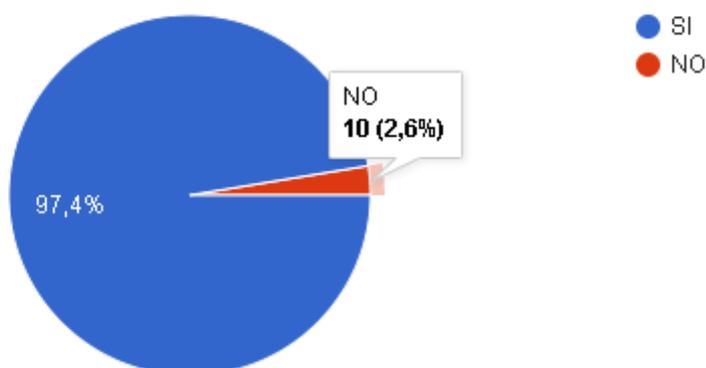
comprarían sus prendas de vestir hechas a base de fibra de bambú.

Figura 11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por prendas de vestir a base de fibra de bambú?

Fuente: Elaboración propia

De las 384 personas que respondieron a esta pregunta de la encuesta, el 53,6% indicaron que están dispuestos a pagar entre S/. 51.00 – S/. 80.00 por una prenda de vestir a base de fibra

384 respuestas



de bambú, el 39,8% indicaron que están dispuestos a pagar menos de S/. 50.00 por una prenda de vestir a base de fibra de bambú, el 5,7% indicaron que están dispuestos a pagar

entre S/.8.00 – S/. 100.00 por una prenda de vestir a base de fibra de bambú y el 0,9% indicaron que están dispuestos a pagar mayor a S/. 100.00.

*Figura 12 ¿A qué sector te gustaría que se venda los productos de tela de bambú?*

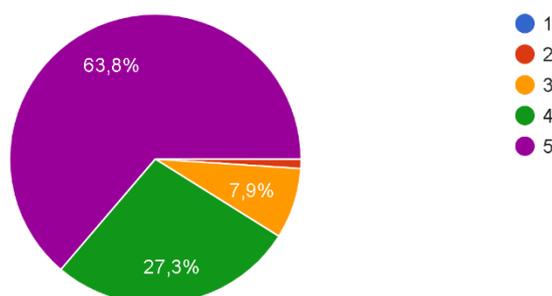
Fuente: Elaboración propia

De las 383 personas que respondieron esta pregunta de la encuesta, el 50,9% indicaron que le gustaría que las prendas de vestir estén dirigidas a todos los sectores, el 20,1% indicaron que le gustaría que las prendas de vestir estén dirigidas al sector caballeros, el 16,2% indicaron que le gustaría que las prendas de vestir estén dirigidas al sector damas y el 12,8% indicaron que le gustaría que las prendas de vestir estén dirigidas al sector niños/niñas.

*Figura 13 ¿Que tan dispuesto estas para comprar este producto?*

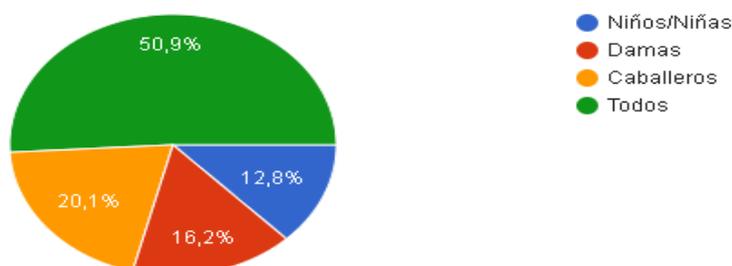
En una escala del 1 al 5 ¿ Que tan dispuesto estas para comprar este producto?. Donde 1 es el meno y 5 el mayor puntaje

381 respuestas



Del total de encuestados el 63,8% esta dispuesto a comprar el producto en la escala de 5, el

383 respuestas

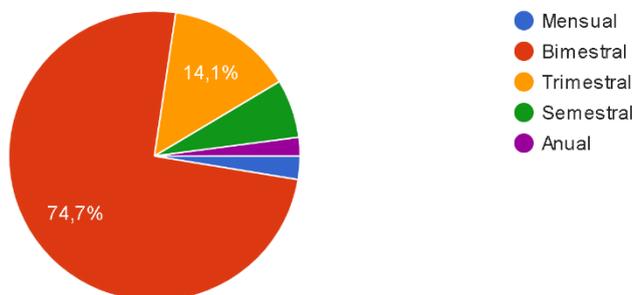


27,3% en una escala de 4, el 7,9% esta dispuesto en una escala de 3 y el restante de porcentaje en una escala de 2.

Figura 14 ¿Con cuanta frecuencia compraría usted este tipo de producto?

¿ Con Cuanta Frecuencia compraría usted este tipo de producto?

384 respuestas



El 74,7% de las personas encuestadas compraría bimestral el producto, el 14,1% compraría trimestral este tipo de producto.

#### **Aceptación del cliente:**

Como podemos darnos cuenta en los resultados de la encuesta realizada sobre la aceptación de nuestro producto a ofrecer, tiene una buena acogida a nivel local, ya que es una tela única en el mercado, con propiedades beneficiosas a nuestra piel. El 97.4% indica que si compraría las prendas de vestir, con un precio de 51 a 80 soles por cada prenda indicó el 53.6% y que nuestro segmento sea variado con un 50.9%.

## Capítulo IV: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo

### **Producto:**

Los productos que ofrece la empresa están elaborados con bambú, un material ecológico, ecológico y de gran durabilidad. Lo fabricamos y lo vendemos directamente. Si bien nuestros productos tienen muy buenas propiedades para la salud de la piel, nuestras telas están hechas de fibras naturales que te protegen de los rayos UV, lo que ayuda a proteger el medio ambiente, y además es un agente antibacteriano que protege más la piel. Nuestros productos están sujetos a estándares de control de calidad para obtener mejores y más duraderos productos.

Nuestra ropa ecológica viene en una variedad de diseños, modelos y tamaños para adaptarse a los gustos de los consumidores locales. Elimina los malos olores provocados por la sudoración, convirtiéndolo en un producto fresco y comfortable. También piensan en adultos y niños que tienen problemas en la piel o son alérgicos a otro tipo de sustancias que provocan cicatrices. Nuestra tela de bambú es antibacteriana y evita que las bacterias crezcan dentro de la tela y dañen la piel. Además, por ser un material orgánico, estamos trabajando para proteger el medio ambiente. Algunos de nuestros productos serán:

### **Hombre**

- Playera cuello redondo negro, blanco, verde, gris para hombre.
- Playera manga larga cuello redondo negro, blanco, verde, gris para hombre.
- Playera cuello V negro, blanco, verde, gris para hombre.
- Playera manga larga cuello V negro, blanco, verde, gris para hombre.
- Sudadera deportiva, blanco, negro, naranja, verde para hombre.
- Bividi cuello redondo negro, blanco, verde, gris para hombre.

## Mujer

- Playera cuello redondo negro, blanco, verde, gris, rosado para mujer.
- Playera manga larga cuello redondo negro, blanco, verde, gris, rosado para mujer.
- Playera cuello V negro, blanco, verde, gris, rosado para mujer.
- Playera manga larga cuello V negro, blanco, verde, gris, rosado para mujer.
- Sudadera deportiva, blanco, negro, naranja, verde para mujer.
- Bividi cuello redondo negro, blanco, verde, rosado para mujer.

*Tabla 13 tallas de prendas hombres y mujeres*

<b>TALLAS DE PRENDAS HOMBRES Y MUJERES</b>		
<b>PRENDAS</b>	<b>TALLAS HOMBRE</b>	<b>TALLAS MUJER</b>
Playera cuello redondo negro, blanco, verde, gris.	S, M, L.	S, M, L
Playera manga larga cuello redondo negro, blanco, verde, gris	S, M, L.	S, M, L.
Playera cuello V negro, blanco, verde, gris.	S, M, L.	S, M.
Playera manga larga cuello V negro, blanco, verde, gris	S, M, L.	S, M.
Sudadera deportiva, blanco, negro, naranja, verde.	S, M, L.	S, M.
Bividi cuello redondo negro, blanco, verde	S, M.	S, M.

Fuente: Elaboración propia

Estos son algunos diseños que serían nuestros productos:

Playera cuello redondo Negra  
hombre

Playera manga larga  
Gris hombre



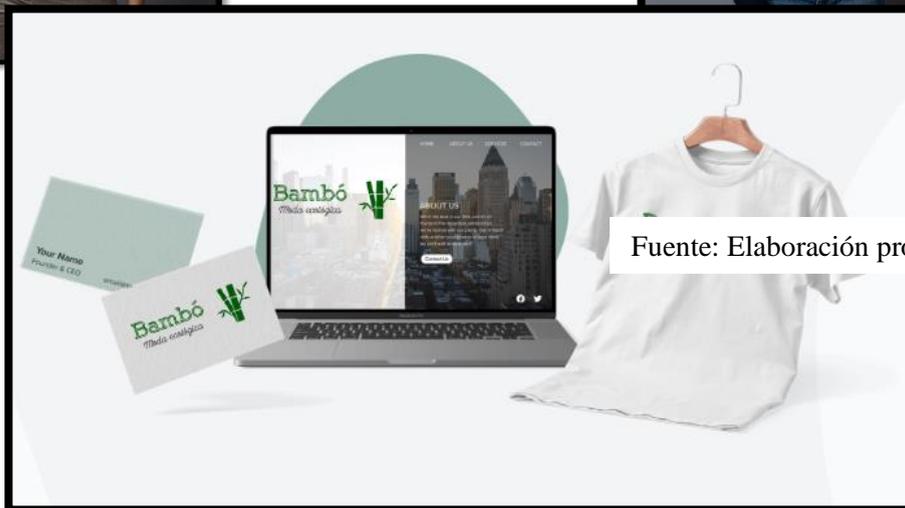
Fuente: Elaboración propia

Fuente: Elaboración propia  
Playera cuello redondo blanco  
mujer



Fuente: Elaboración propia

Playera manga larga azul



Fuente: Elaboración propia

## Precio

Los precios están influenciados por factores ambientales internos y externos. Los costos del producto establecen límites de precios más bajos. La percepción del consumidor sobre el valor de un producto también establece un límite superior. Las empresas también deben considerar otros factores, como los precios de la competencia, para encontrar el mejor precio entre estos dos valores extremos. (KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary;2001).

Análisis Comparativo	
Precio Sugerido	S/ 85.00
Costo	S/ 29.00
Margen de Ganancia	S/ 56.00

En nuestro caso, se ha establecido una estrategia de diferenciación de precios. Esto permite fijar precios por encima de la media del mercado. Esto es especialmente cierto para la ropa de algodón y acrílico. Nuestra estrategia se basa en que en el mercado local existen pocos competidores en prendas a base de fibras que no sean de algodón. Los productos que ofrecemos son de alta calidad y tienen acceso al nivel socioeconómico que buscamos.

En este punto, anticipamos los costos potenciales asociados con la refinación de cada prenda que vendemos. Por cada prenda, recibirás una oferta de precio y su tasa de retorno.

*Tabla 14 Costo de playera manga corta para hombre y mujer:*

Player Manga Larga			
N°	MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.
1	tela de bambú	300gr	S/6.00
2	hilo	4 unidades	S/1.00
3	Empaque	1 unidad	S/5.00
4	Etiqueta	1 unidad	S/2.00
5	MO	1 unidad	S/5.00
6	Costo de Envió	1 unidad	S/10
TOTAL			S/ 29.00

Fuente: Elaboración propia

Para nuestra “playera manga corte de hombre y mujer” por unidad tendrá un costo de s/29.00, el precio sugerido es de s/85.00 de la cual tendrá un margen de ganancia de s/56.00

*Tabla 15 Costo de playera manga larga para hombre y mujer:*

Player Manga Corta			
N°	MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.
1	tela de bambú	250 gr	S/ 5.50
2	hilo	1 unidades	S/ 1.00
3	Empaque	1 unidad	S/ 5.00
4	Etiqueta	1 unidad	S/ 2.00
5	MO	1 unidad	S/ 5.00
6	Costo de Envió	1 unidad	S/ 10.00
TOTAL			S/ 28.50

Análisis Comparativo	
Precio Sugerido	S/ 80.00
Costo	S/ 28.50
Margen de Ganancia	S/ 51.50

Fuente: Elaboración propia

Para nuestra “playera manga larga de hombre y mujer” por unidad tendrá un costo de s/28.50, el precio sugerido es de s/80.00 de la cual tendrá un margen de ganancia de s/51.50

Fuente: Elaboración propia

*Tabla 16 Costo de sudadera deportiva para hombre y mujer:*

sudadera deportiva			
N°	MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.
1	tela de bambú	500 gr	S/11.10

2	cierre	3	S/6.00
3	Empaque	1 unidad	S/5.00
4	Hilo	1 unidad	S/1.00
5	Etiqueta	1 unidad	S/2.00
6	MO	1 unidad	S/5.00
7	Costo de Envió	1 unidad	10
<b>TOTAL</b>			<b>S/40.10</b>

<b>Análisis Comparativo</b>	
Precio Sugerido	S/100.00
Costo	S/40.10
Margen de Ganancia	<b>S/59.90</b>

Fuente: Elaboración propia

Para nuestra “Sudadera deportiva de hombre y mujer” por unidad tendrá un costo de s/40.10, el precio sugerido es de s/100.00 de la cual tendrá un margen de ganancia de s/59.90.

*Tabla 17 Costo de bividi para hombre y mujer:*

N°	Bividi		
	MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNIT.
1	tela de bambú	200gr	S/5.00
2	Empaque	1 unidad	5
3	MO	1 unidad	S/5.00
4	Etiqueta	1 unidad	S/2.00
6	Costo de Envió	1 unidad	10
<b>TOTAL</b>			<b>S/27.00</b>

<b>Análisis Comparativo</b>	
Precio Sugerido	S/58.00
Costo	S/27.00
Margen de Ganancia	<b>S/31.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Para nuestra prenda “Bividi de hombre y mujer” por unidad tendrá un costo de s/27.00, el precio sugerido es de s/58.00 de la cual tendrá un margen de ganancia de s/31.00.

**Plaza**

Las empresas utilizan canales de venta directos cuando deciden entregar un producto al consumidor final sin intermediario. Sin intermediarios, las empresas deben realizar todas las tareas de comercialización, almacenamiento, transporte y comercialización de los productos. Sin embargo, las empresas que venden servicios inevitablemente necesitan utilizar canales de venta directos. (Economipedia, 2021)

BAMBÓ venderá de manera online, por redes sociales y tienda física:



Fuente: Elaboración propia

## Promoción

La publicidad digital es una de las fuentes más utilizadas por las empresas para promocionarse y ofrecer productos y servicios en el mercado porque es más fácil interactuar directamente con su público objetivo.

Nuestros anuncios están en línea hoy en las redes sociales más populares como Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp. Estas plataformas son gratuitas, por lo que además de relaciones más rápidas con los clientes, puede ahorrar dinero.

*Tabla 18 cronograma de promoción*

MES	TIPO DE PROMOCIÓN	Costo	DESCRIPCIÓN
FEBRERO	Exhibición en puntos de venta.	S/. 1,000	Se exhibirá una semana los productos que ofrecemos en puntos estratégicos.
MAYO	Sorteo.	S/. 800	Una polera personalizada referente al Día de la Madre.
JUNIO	Sorteo.	S/. 800	Una polera personalizada referente al Día de la Padre.
JULIO	Volantes.	S/. 1,000	Afuera e nuestra tienda física se regalará los volantes con las prendas que ofrecemos y sus beneficios a nuestra salud.
DICIEMBRE	Sorteo.	S/. 1,200	Canasta navideña con productos de primera necesidad y una polera.
Total		S/. 4,800	

Fuente: Elaboración propia

MES	Costo Publicidad RRSS
ENERO	S/400.00
FEBRERO	S/400.00
MARZO	S/400.00
ABRIL	S/400.00
MAYO	S/400.00
JUNIO	S/400.00
JULIO	S/400.00
AGOSTO	S/400.00
SETIEMBRE	S/400.00
OCTUBRE	S/400.00
NOVIEMBRE	S/400.00
DICIEMBRE	S/400.00
TOTAL	S/4,800.00

Item	Descripción	Costo
1	Promociones Anual	S/. 4,800
2	Publicidad Anual	S/. 4,800
		S/. 9,600

## Persona

Nuestro producto está dirigido para las personas del sector económico A, B y C, que busquen su bienestar y cuiden su salud, ayuden a la preservación del medio ambiente y reduzcan la contaminación, ya que nuestro producto será netamente ecológico.

**Marketing Mix**

## Programa de acciones tácticas

Tabla 19 Programa de acciones tácticas

Actividades	Abril			Mayo			Junio			Agosto			Setiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre		
Recopilación de información																								
Encuesta virtual																								
Definición del plan de desarrollo																								
Estimación de recursos																								
Asignación de actividades																								
Diseño de tienda física.																								
Compra de equipos.																								
Proceso de recepción, selección y contratación del personal																								
Diseño e implementación del servicio al cliente.																								
Contratación de proveedores																								
Pruebas de aceptación.																								
Publicación del proyecto.																								
Desarrollo del plan de marketing																								

Fuente: Elaboración propia

**Programa y pronóstico de ventas**

Tabla 20 Programa y pronóstico de venta

PRONOSTICO DE LAS VENTAS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda estimada (Segmentación)		66,206	66,868	67,537	68,212	68,894
Crecimiento Poblacional anual INEI		1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%
Participación estimada del mercado		97.40%	97.40%	97.40%	97.40%	97.40%
<b>DEMANDA DEL PRODUCTO</b>		<b>10,747</b>	<b>10,855</b>	<b>10,963</b>	<b>11,073</b>	<b>11,184</b>
N° Veces minimo cliente compra el producto		6	6	6	6	6
	% Participación	DEMANDAS EN EL MERCADO				
Playera manga corta	25%	2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
Playera manga larga	25%	2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
Sudadera Deportiva	25%	2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
Bividi para hombre y mujer	25%	2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
	Precio Unitario	VENTA ESTIMADA TOTAL DEL MERCADO				
Playera manga corta	S/80	S/214,949	S/217,098	S/219,269	S/221,462	S/223,677
Playera manga larga	S/85	S/228,383	S/230,667	S/232,974	S/235,303	S/237,656
Sudadera Deportiva	S/100	S/268,686	S/271,373	S/274,087	S/276,827	S/279,596
Bividi para hombre y mujer	S/58	S/155,838	S/157,396	S/158,970	S/160,560	S/162,166
<b>PROMEDIO DE VENTA EN EL MERCADO</b>		<b>S/867,856</b>	<b>S/876,534</b>	<b>S/885,300</b>	<b>S/894,153</b>	<b>S/903,094</b>
<b>% PARTICIPACIÓN CLIENTES SIN PREFERENCIAS</b>		<b>24.9%</b>	<b>24.9%</b>	<b>24.9%</b>	<b>24.9%</b>	<b>24.9%</b>
Venta Estimada Anual		S/216,096	S/218,257	S/220,440	S/222,644	S/224,870

Fuente: Elaboración Propia.

## Capítulo V: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo

### Producción de bienes y servicios

- Comprender y analizar los procesos operativos tanto en la tienda comercial como en la tienda virtual, donde se realizará una relación diferente con los clientes, brindándoles una mejor calidad de servicio.
- Desarrollar estándares de calidad para garantizar la eficiencia y eficacia de las operaciones de la tienda.
- Desarrollar un plan de atención inmediata a sugerencias, reclamos o cualquier inconveniente a través de canales virtuales y presenciales.
- Mejorar constantemente nuestra plataforma virtual, actualizando constantemente nuestras plataformas para una mejor experiencia del cliente.
- Seleccionar cuidadosamente a nuestro personal para las diferentes áreas de trabajo.
- Desarrollar un sistema completo para crear un buen ambiente de trabajo y motivación para los empleados.
- Mantener a nuestra fuerza de trabajo constantemente capacitada e informada sobre la moda ecológica y las propiedades de nuestras prendas de bambú.

Tabla 21 *PLAYERA MANGA LARGA HOMBRE - TALLA S,M,L*

PLAYERA MANGA LARGA HOMBRE - TALLA S					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA LARGA HOMBRE - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA LARGA HOMBRE - TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10
SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

Tabla 22 Playera Manga Larga Mujer - Talla S, M Y L

PLAYERA MANGA LARGA MUJER - TALLA S					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA LARGA MUJER - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA LARGA MUJER - TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

*Tabla 23 Playera Manga Corta Hombre - Talla S, M Y L*

PLAYERA MANGA CORTA HOMBRE - TALLA S					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA CORTA HOMBRE - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA CORTA HOMBRE - TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

Tabla 24 Playera Manga Corta Mujer - Talla S, M Y L

PLAYERA MANGA CORTA MUJER - TALLA S					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA CORTA MUJER - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

PLAYERA MANGA CORTA MUJER - TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

*Tabla 25 Sudadera Deportiva Hombre - Talla M Y L*

SUDADERA DEPORTIVA HOMBRE - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

SUDADERA DEPORTIVA HOMBRE- TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

Tabla 26 Sudadera Deportiva Mujer - Talla S,M Y L

SUDADERA DEPORTIVA MUJER - TALLA S					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

SUDADERA DEPORTIVA MUJER - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

SUDADERA DEPORTIVA MUJER - TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

Tabla 27 Bividi Para Hombre - Talla S, M Y L

BIVIDI PARA HOMBRE - TALLA S					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

BIVIDI PARA HOMBRE - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

BIVIDI PARA HOMBRE - TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

Tabla 28 Bividi Para Mujer - Talla S, M Y L

BIVIDI PARA MUJER - TALLA S					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

BIVIDI PARA MUJER - TALLA M					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

BIVIDI PARA MUJER - TALLA L					
ANUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	112	113	114	115	116
Playera manga larga	112	113	114	115	116
Sudadera Deportiva	112	113	114	115	116
Bividi para hombre y mujer	112	113	114	115	116

MENSUAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	9	9	10	10	10
Playera manga larga	9	9	10	10	10
Sudadera Deportiva	9	9	10	10	10
Bividi para hombre y mujer	9	9	10	10	10

SEMANAL					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	2	2	2	2	2
Playera manga larga	2	2	2	2	2
Sudadera Deportiva	2	2	2	2	2
Bividi para hombre y mujer	2	2	2	2	2

DIARIO					
Producto	2024	2025	2026	2027	2028
Playera manga corta	0	0	0	0	0
Playera manga larga	0	0	0	0	0
Sudadera Deportiva	0	0	0	0	0
Bividi para hombre y mujer	0	0	0	0	0

## Los procesos de producción

Figura 15 El flujo de las operaciones se detalla en el siguiente diagrama



- **Investigación ecológica:** Donde nos encargaremos de investigar tendencias en telas ecológicas e innovadoras para la elaboración de un mejor producto ecológico de calidad.
- **Pedidos de mercadería:** Se hará contacto con los proveedores para que nos envíen las telas y algunas herramientas que hemos seleccionado en sus catálogos.
- **Abastecimiento:** Se recibirá la mercancía, colocaremos las telas (materia prima) en forma estratégica en el almacén y mantendremos un control adecuado.
- **Control de calidad:** Antes de proceder con la confección de nuestras prendas, se procederá a chequear todas las telas (hechas de fibra de bambú) enviados. Cabe indicar que el proveedor tiene su propio control de calidad, sin embargo, para garantizar que no exista algún defecto también revisamos las telas. Finalmente pasara al área de confección.
- **Confección de las prendas:** Una vez que las telas pasaron por un control de calidad pasaran al área de costura donde se confeccionaran las prendas con los diseños propuestos.
- **Abastecer la tienda:** cuando las prendas estén confeccionadas en su totalidad se les llevará a la tienda física para su exhibición de la misma. También se le actualizara las prendas elaboradas en nuestra tienda virtual.
- **Preparación de pedido:** cuando el cliente compre nuestro producto se lo prepara con una adecuada atención y acorde sus gustos que el cliente desee.
- **Entrega del producto:** Nos encargaremos que nuestras prendas y accesorios cumplan con las necesidades de nuestros clientes y estén satisfechos con su compra.

Figura 16 diagrama de flujo sobre del proceso de producción

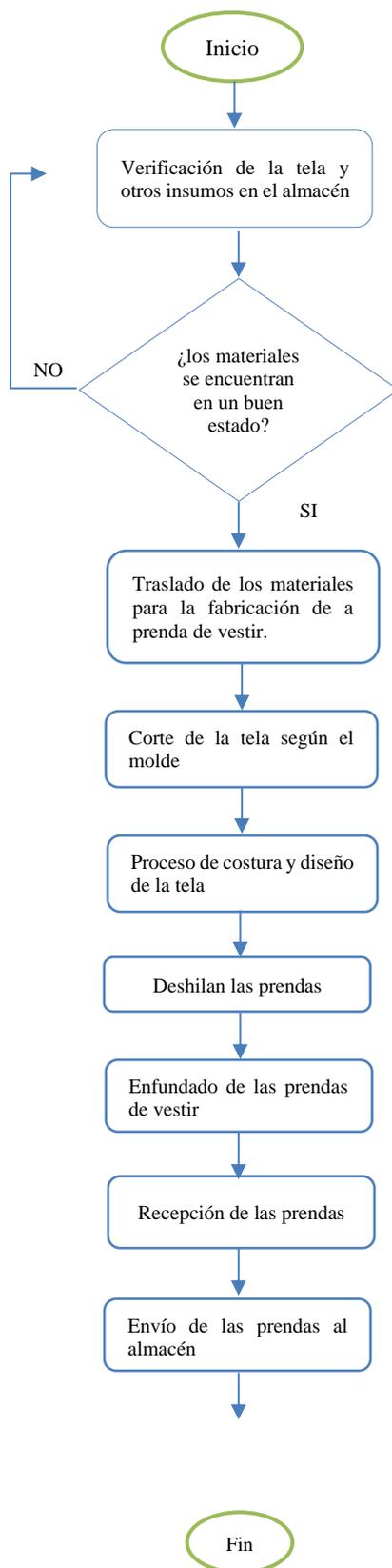
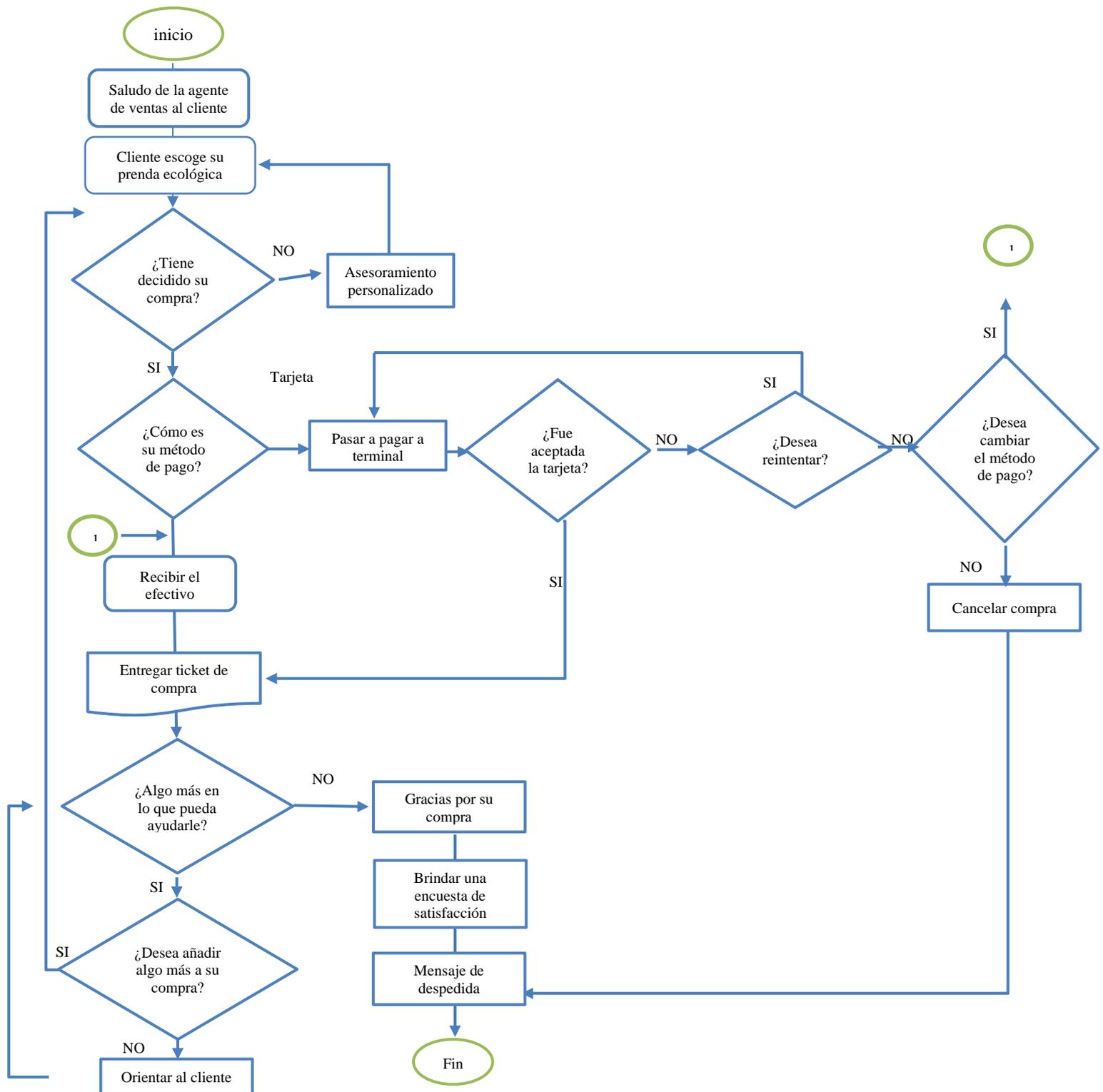


Figura 17 Diagrama de flujo del proceso de venta en la tienda.



## **Especificaciones y requerimientos.**

Para validar y asegurar brindar un servicio de calidad que genere una experiencia única para los clientes, Bambó tomará en cuenta las siguientes políticas.

### **Selección de proveedores**

Una herramienta importante para poder entregar un buen producto son los proveedores, por lo que se debe tener el debido reconocimiento de quienes serán proveedores de nuestras telas y otros bienes de la calidad adecuada y que cumpla con todos los requisitos necesarios. Asimismo, luego de confirmar que esto se cumple, los proveedores seleccionados deben contar con telas capaces de cubrir esta necesidad de nuestros clientes.

### **Compras en línea**

Para que nuestros clientes se sientan seguros al realizar sus compras online, estableceremos medidas de seguridad y protección de sus datos personales para evitar robos o fraudes, y que los clientes sientan que somos un compromiso serio y oficial.

### **Ambientación en la tienda**

Dado que nuestra empresa comercial se trata de algo ecológico, buscaremos equipar nuestras instalaciones con diseños y colores llamativos, temáticos y ecológicos. Use diseños de moda destinados al público en general. El mismo traerá ecodiseño e información a nuestro canal de tienda virtual.

### **Plan de Calidad**

Buscaremos evaluar la calidad de nuestro servicio al cliente y productos cuando los clientes los compren y visiten nuestras tiendas, físicas y virtuales. Buscaremos sus propias cualificaciones para nosotros como empresa., para eso utilizaremos algunas herramientas que nos ayudan con ello:

### **Net Promoter Score (NPS)**

EL Net Promoter Score (NPS) Esto nos ayudará a medir la lealtad y satisfacción de los clientes preguntándoles al final de una compra y nuestra visita a la tienda y la forma de atención, con esto veremos ¿Están dispuestos a presentar nuestros productos de ropa ecológica a sus amigos y familiares a través de boca a boca, trayendo los mejores resultados? Vamos a medirlo de la siguiente manera con la pregunta:

- ✓ Considerando su experiencia en nuestra tienda, ¿Qué tan probable es que recomiende nuestras prendas ecológicas a su familiar y amigos?
- ✓ De acuerdo a su visita a nuestra tienda, ¿Qué tan buena fue nuestra atención y/o servicio?
- ✓ De acuerdo a las diferentes respuestas y calificaciones, los encuestados se dividirán en tres categorías:

**Detractores:** Serán los clientes que nos pusieron su calificación de 0 a 6. Significando que estos clientes no son leales, ni promotores y capaz de compartir su mala experiencia de boca a boca.

**Posible solución:** Se buscar estrategias para tratar de ganarnos la confianza de esos clientes y que se conviertan en clientes leales y potenciales.

**Pasivos:** Son los clientes que nos calificaran entre 7 y 8, esto quiere decir que están entre los detractores y promotores. Nuestro NPS caerá entre 100 y 100 será dependiendo de la percepción de nuestros clientes de la tienda y la lealtad.

**Posible solución:** Investigaremos mediante encuestas que es lo que nos falta para que se sientan conforme con nuestro producto y servicio de atención y poder mejorarlo.

**Promotores:** estos son los clientes que nos calificarán de 9 a 10 y serán los clientes más leales y potenciales. Ellos nos ayudarán a recomendar nuestra tienda y el producto que ofrecemos y la calidad que posee y lo ecológico que son nuestras prendas. El NPS nos

permitirá saber dónde estaremos parados y como mejorar como empresa. Cada vez que lo implementaremos será añadiendo una pregunta después de la pregunta NPS.

### **Reviews de los clientes.**

Sabemos que es importante tener en cuenta los comentarios o reviews de los clientes que puedas recibir a través de tu tienda virtual (portales y redes sociales), ya que se estima que el 90% de los compradores aprecian las reseñas del producto en su descripción.

Nos aseguraremos de tener reseñas positivas y recomendaciones en línea en nuestra tienda en línea para que los clientes potenciales las lean. Si tenemos comentarios positivos o negativos de los clientes sobre ropa ecológica, atención al cliente, etc., les pediremos que escriban una reseña en nuestros medios digitales. Si están contentos y satisfechos, estarán encantados de recomendarnos a sus familiares y amigos.

### **Logística de entrada**

#### ***Compras***

En cuanto a nuestra gestión de compras, tendremos como objetivo comprar la materia prima (tela de bambú) a un precio más bajo, negociando así con los posibles proveedores que tengamos, pero también buscaremos que nuestra adquisición de materia prima para abastecernos tenga la calidad y durabilidad que nuestra demanda de los clientes por sus productos. Nuestros proveedores de la tela de bambú que tenemos son:

- Zouping Bole Textiles Co
- Alibaba

Los objetivos específicos para esta gestión de compras son:

- Buscar precios justos para la obtención de la materia prima sin perder la calidad que lo caracteriza.
- Buscar nuevos proveedores que presenten la calidad de sus materias para negociar precios.

- Mantener el continuo abastecimiento.

Se evaluarán diversas propuestas de costos relacionadas con las materias primas, luego de decidir quién nos suministrará, pasaremos a un proceso de envío que se encargará de la entrega del hilo de nuestro bambú a nuestro almacén, para pasar a una etapa posterior para fabricar nuestros productos.

### ***Almacenamiento.***

Nos esforzaremos por cumplir con todas las medidas para almacenar, proteger y conservar nuestros bienes durante el tiempo que sea necesario. Se utilizarán normas de seguridad y mantenimiento para almacenar adecuadamente estos bienes, que son telas de bambú, en base a los cuidados necesarios.

De forma similar, encontraremos la forma de almacenar al completo las prendas terminadas para llevarlas a la tienda física más tarde o incluso venderlas a través de la tienda virtual.

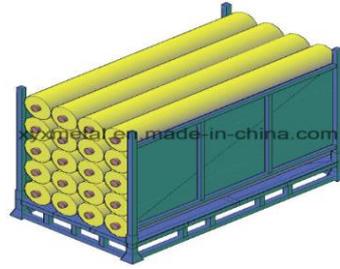
*Tabla 29 Almacenamiento de la materia prima*

N°	Para este tipo de tejidos se deben de almacenar con las siguientes normas:
1	Mantener la materia prima (tela de bambú), protegida de luz solar, en un lugar seco, limpio y de forma ordenada.
2	Mantenerlas en sus bolsas de plástico en los que llegan hasta que estos sean utilizados para la producción.
3	Mantenerlas en andamios que estén fuera del alcance del suelo.
4	Evitar mezclarlas en diferentes modelos o colores para tener un mejor control y que sean fácil de encontrarlas.

Fuente: Elaboración propia.

almacén

almacén



Fuente: Manufactura, proveedores y productos de china.

## **Logística de Salida**

### ***Productos terminados***

En el producto terminado, presentaremos nuestro producto, el modelo de empaque que deberá entregar al cliente final. Después de preparar y fabricar nuestros productos, estos van a un área de almacenamiento de productos terminados para luego ser enviados a una tienda física o vendidos a través de una tienda virtual. La presentación final de nuestros productos tendrá un propósito ecológico, ya que nuestra ropa tiene un propósito ecológico, nuestros empaques también serán ecológicos gracias a los materiales biodegradables y tendrán un diseño elegante y llamativo.

Detalles del producto terminado:

- La prenda tendrá diferentes diseños como ya mencionamos antes y serán de un material ecológico.
- El empaque en donde se irán las prendas será de un material biodegradable, ya que hoy en día está muy de moda.
- Los empaques llevarán nuestro logo de empresa y por pedidos en internet los empaques llevarán el nombre del cliente y con un mensaje de agradecimiento.
- En las prendas llevarán pequeñas etiquetas de las indicaciones de lavados y alguna información relevante del producto.

### **Modelos de diseños de nuestro producto terminado**

## Empaques del producto



Fuente: Alibaba.



Fuente: Pinterest.

## Etiqueta



Fuente: Pinterest.



Fuente: Pinterest.

## Bolsas



Fuente: Yooistanbul.

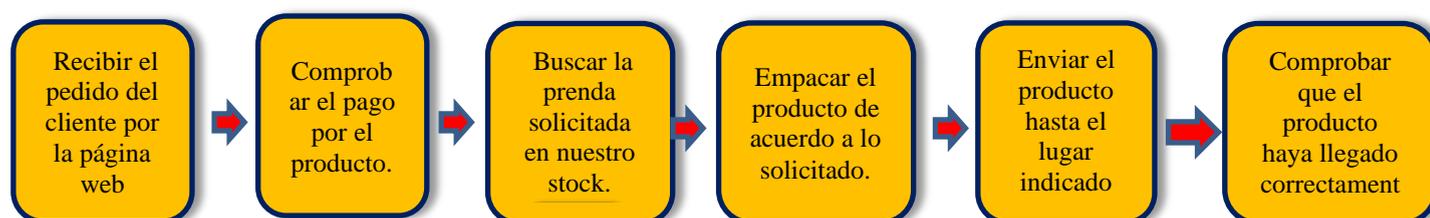


Fuente: Colprinter.

## *Despacho y distribución.*

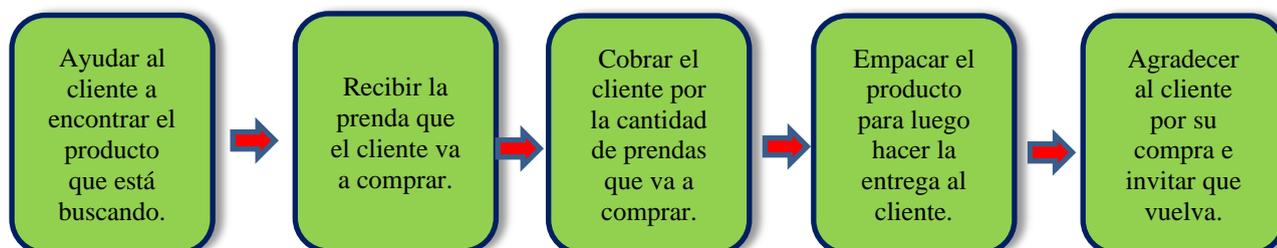
En cuanto al proceso de envío y distribución, muestra todas las actividades que se inician con la recepción de un pedido, ya sea a través de una tienda física o una tienda virtual, y culminan cuando el producto es enviado o entregado, aceptado y facturado por el cliente. Para este punto contaremos con algunos procedimientos de despacho y distribución de nuestro producto.

*Figura 18 Para pedidos virtual:*



Fuente: Elaboración propia.

*Figura 19 Para compras en tienda física:*



Fuente: Elaboración propia.

## **Distribución**

Utilizamos canales de venta directos para entregar nuestros productos a los usuarios finales sin intermediarios. Sin intermediarios, tenemos que hacernos cargo de todas las tareas de

comercialización, almacenamiento, transporte y comercialización del producto. Este es el punto de distribución mencionado anteriormente en la sección "Plaza".

Como ya se mencionó, vendemos directamente a través de internet, redes sociales y tiendas físicas. Algunas de los canales virtuales se utilizarán son.

- Página web
- WhatsApp
- Instagram
- Facebook.



Los productos textiles terminados son tan delicados como las prendas hechas con telas de bambú, por lo que el almacenamiento de estas prendas es importante para garantizar que este producto llegue al cliente final en buenas condiciones, es un proceso.

Una de las formas más recomendables para almacenar las prendas es mediante el picking de la ropa colgada ya que muestra una mejor organización que además se podrá manejar una gestión eficiente de inventario y el stock de productos dentro del almacén.

Nº	<b>Para las prendas terminadas se deben cumplir con las siguientes normas:</b>
1	Almacenarlas de una forma de picking de ropa colgada y con sus respectivas bolsas para protegerlas del polvo o alguna otra suciedad.

2	Mantenerlas en forma ordenada por colores, diseños, y colores.
3	Mantenerlas en un lugar fresco y seco, fuera del alcance de la luz solar.
4	Contar con suficientes percheros para la colocación de las prendas.

Fuente: Elaboración propia.

### Almacenamiento de las prendas



## Capítulo VI: Análisis del Entorno y Plan de Mercadeo

### Estructura de la organización

La estructura organizativa que usaremos como empresa es la estructura "FUNCIONAL", ya que algunas cosas como las decisiones requerirán la aprobación del gerente general, pero la mayoría de las decisiones las dará cada persona a cargo del área encargada.

Esta forma de organización se remonta a 1920, cuando Henry Ford y más tarde Frederick Taylor desarrollaron teorías de división del trabajo y administración de empresas. Si este tipo de estructura ha sido útil durante mucho tiempo en términos de eficiencia en los procesos involucrados en la producción en masa de bienes, ahora se considera un modelo eficaz de gestión de proyectos. Una organización funcional se adapta mejor a la producción de bienes y servicios estandarizados en grandes cantidades y a bajo costo. Las organizaciones funcionales, por otro lado, tienen la capacidad de desarrollar mejoras de eficiencia para integrar verticalmente sus operaciones, de modo que los productos se puedan entregar y vender rápidamente a bajo costo. (esan.edu.pe).(ESAN BUSINESS, 2017)

Escogimos la organización funcional por las siguientes características:

- Autoridad funcional o dividida. Es una autoridad que se sustenta en el conocimiento. Ningún superior tiene autoridad total sobre los subordinados, sino autoridad parcial y relativa.
- Línea directa de comunicación. Directa y sin intermediarios, busca la mayor rapidez posible en la comunicación entre los diferentes niveles.
- Descentralización de las decisiones. Las decisiones se delegan a los órganos o cargos especializados.
- Énfasis en la especialización. Especialización de todos los órganos a cargo.

Ventajas de organización funcional:

- Máxima especialización.
- Mejor suspensión técnica.

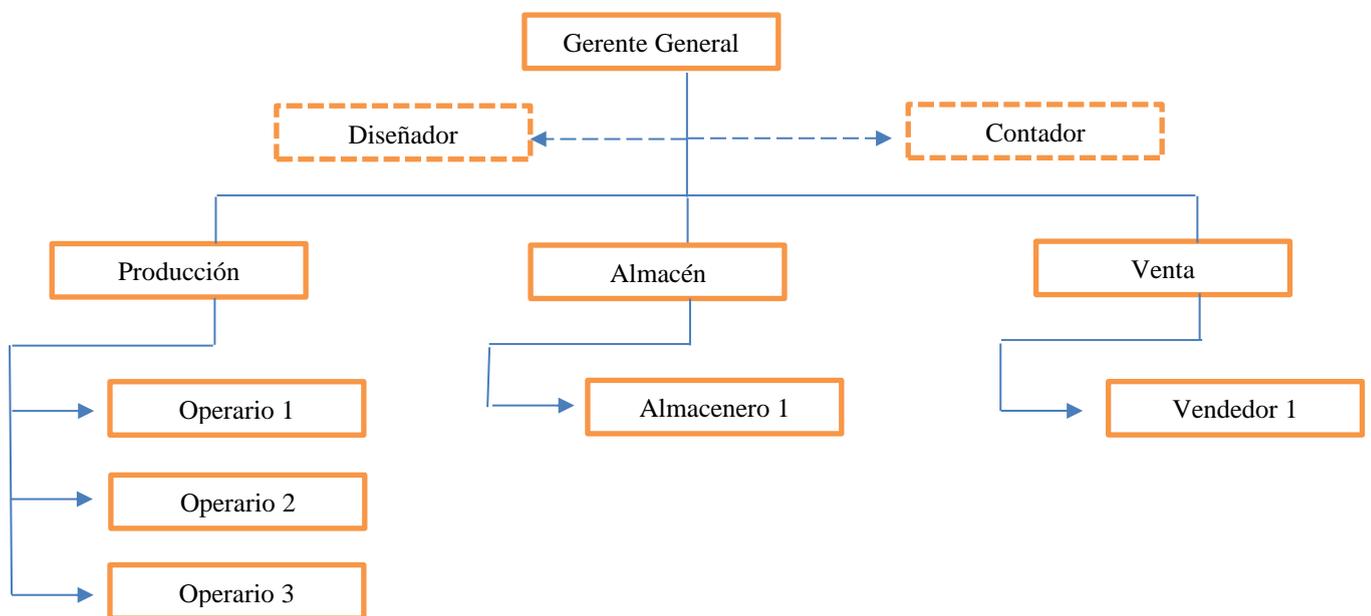
- Comunicación directa más rápida.
- Cada órgano realiza únicamente su actividad específica.

Fuente: (SCIELO, 2007)

## Plan de gestión del talento

### Organigrama

Figura 20 Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

***Principales Funciones que se Requieren en el Negocio***

Descripción del cargo	
<b>Denominación del cargo</b>	Gerente general
<b>Número de personas en el cargo</b>	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir y representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa, la ejecución de las funciones administrativas y técnicas, la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales de la Empresa.</li> <li>• Evaluar de manera constante los costos de lo producido y ofertado al medio, apoyándose en análisis de sensibilidad.</li> <li>• Elaborar plan de mercadeo para los vendedores. Controlar la administración del mercadeo.</li> <li>• Tomará decisiones importantes en asuntos vitales para la organización con el fin de mejorar el rumbo de la empresa.</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación</b>	Titulado en Administrador, conocimientos en finanzas, logística, mercadeo y recursos humanos. etc.).
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Tres (3) años de experiencia en cargos administrativos.
<b>Otros requisitos</b>	Excelente calidad de personas y trato amable de todos los empleados y trato interpersonal, certificado del instituto de Gerentes Profesionales Certificados (no obligatorio).

Fuente: Elaboración propia

Descripción del cargo	
<b>Denominación del cargo</b>	Contador externo
<b>Número de personas en el cargo</b>	Uno (1)
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar los estados financieros.</li> <li>• Realizar auditorías financieras.</li> <li>• Proporcionar asesoría financiera.</li> <li>• Elaborar informes financieros y tributarios.</li> <li>• Realizar presupuestos financieros.</li> <li>• Analizar registros contables.</li> <li>• Preparar los presupuestos de una empresa.</li> <li>• Encargarse de la nómina.</li> <li>• Elaborar declaraciones de impuestos.</li> <li>• Registrar los ingresos y egresos de la empresa, entre otros.</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación</b>	Titulado en contabilidad, conocimientos en finanzas, derecho, fiscal y auditoría. Buen manejo de la computación y tecnología etc.).
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Dos (2) años de experiencia en cargo similar.
<b>Otros requisitos</b>	Excelente calidad de personas y trato amable de todos los empleados

Fuente: Elaboración propia

<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	Operario
<b>Número de personas en el cargo</b>	Tres (3)
<b>Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienen que pensar qué tipo de ropa van a crear, colores, formas, tallas una vez realizada esta selección.</li> <li>• Producir la ropa</li> <li>• Llevar un control del inventario de materiales, en el caso de que hubiera escasez de algún material, deberá ser comunicado a sus superiores, estos ya se encargarían de comprarlos.</li> <li>• Diseñar bocetos para visualizar las ideas,</li> <li>• Sacar los patrones para conseguir que todos los complementos salgan iguales</li> <li>• Pensar el corte que van a tener de acabado sus prendas.</li> <li>• Tienen que preparar la zona de costura y una vez preparada, trabajar en la costura, una vez finalizado la costura de las piezas, deben limpiarlas y plancharlas. Y se finaliza metiéndolas en cajas.</li> </ul>	
<b>Requisitos de Educación</b>	Estudiantes tecnológicos o técnico profesional en diseño y confección de la moda y/o carreras afines. Preferiblemente capacitación en modistería y confección
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Seis (6) meses de experiencia en cargo similar.
<b>Otros requisitos</b>	Excelente calidad de personas y trato amable de todos los empleados

Fuente: Elaboración propia

<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	Ventas
<b>Número de personas en el cargo</b>	Dos (2)
<b>Funciones</b>	
Los vendedores serán los encargados de ofrecer las prendas de vestir ya sea en nuestra tienda física o virtual, dando una excelente atención Cliente.	
<b>Requisitos de Educación</b>	Estudiante de la carrera de marketing, administración.
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Seis (6) meses de experiencia en cargo similar.
<b>Otros requisitos</b>	Excelente calidad de personas y trato amable de todos los empleados

Fuente: Elaboración propia

<b>Descripción del cargo</b>	
<b>Denominación del cargo</b>	Almacenero
<b>Número de personas en el cargo</b>	Uno (1)
<b>Funciones</b>	
Los almaceneros se encargarán en la organización de la materia prima importadas y demás materiales a utilizar en la elaboración de las prendas de vestir.	
<b>Requisitos de Educación</b>	Secundaria completa
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Seis (6) meses de experiencia en cargo similar en el tipo de producto.
<b>Otros requisitos</b>	Excelente calidad de personas y trato amable de todos los empleados

Fuente: Elaboración propia

- **Jefe de producción**

Es la persona encargada de revisar los modelos y la calidad de prendas que ingresan a la línea. Supervisar y controlar el cumplimiento de los programas de producción del Sector y tomar acciones necesarias para garantizarlo. Evaluar los indicadores de Costura: reprocesos, eficiencia, nivel de segundas y plantear ajustes de ser necesario. Analizar balances y resultados de eficiencia y tomar acciones para su mejora. Revisar el rol de personal. Revisar y declarar la proyección de producción diaria.

- **Operarios**

Son personas que llevan a cabo diferentes tareas en una empresa textil. Controlan la maquinaria utilizada en las diferentes etapas de producción. Mueven material de una etapa de procesamiento. A otro para garantizar un producto acabado de calidad.

- **Almacén**

Responsable de recoger y recibir todos los artículos enviados por el proveedor y de recibir cada prenda en el almacén de la tienda. Asisten a cursos de capacitación dos veces al año para mejorar el desempeño en campo y profundizar su conocimiento del proceso logístico. Use ropa quirúrgica, pantalones de camisa de manga larga, chalecos, zapatos de seguridad, guantes de seguridad, gorros y máscaras.

- **Supervisor de ventas**

Es la persona que tiene como función principal planificar, organizar y controlar al equipo de vendedores sin salirse de un presupuesto establecido para generar los logros requeridos como lo es el consumo masivo de productos, definiendo campañas publicitarias y de promoción. Se requiere que tenga formación específica en ventas, comercial y gestión de equipos. Que tenga capacidad para administrar, formar y motivar a un equipo de personal de ventas. Conocer el proceso de venta.

- **Vendedores**

Ella es la encargada de proveer y vender ropa y brindar asesoría y notificación a los clientes sobre nuestros productos y sus beneficios. A través de videos de especialistas en ventas, se capacitará para mejorar el rendimiento y descubrir nuevas estrategias de ventas. Viste uniforme de la empresa, polo con cuello camisero, pantalón, sombrero y cubre boca.

### *Políticas y Estrategias para la Administración del Talento*

#### **Atracción y Selección del Talento**

Este proceso, como su nombre lo indica, cumple una de las funciones clave de la organización y atrae y selecciona talento. Las personas competitivas que satisfacen las necesidades de una empresa obtienen beneficios, crecen y mejoran para alcanzar sus objetivos.

Estos son algunos puntos relevantes para la atracción y selección de talento:

- a) **Competencias laborales:** Requerimos que los candidatos en puestos específicos tengan los conocimientos, habilidades y actitudes que nos complementen. Por ejemplo, toma de decisiones, facilidad para resolver problemas y comunicación efectiva.

Competencias que serán buscadas para diferentes puestos:

- **Intelectuales:** Que sea una persona creativa, muy atenta y capaz de aportar soluciones a los problemas para que pueda tomar decisiones acertadas a la hora de elegir a una persona entre otras.
- **Personales:** que contribuya activamente con sus habilidades, talentos y conocimientos. Tienen un reino emocional y ético, y pueden adaptarse al cambio.
- **Interpersonales:** que sea capaz de laborar en equipo y con una buena armonía para solucionar conflictos y que tenga la capacidad y habilidades de liderazgo.

- **Organizacionales:** Pueda gestionar los recursos, datos o información recibidos para una mejor toma de decisiones.
- **Tecnológicas:** que sea innovador y pueda crear nuevos procedimientos, procesos o métodos para reclutar o seleccionar personas, o brindar soluciones a problemas de manera práctica. También debe estar familiarizado con las computadoras e identificar nuevas tecnologías que puedan ayudarnos.
- **Empresariales o para la generación de empresa:** No solo puede asumir la responsabilidad de la empresa y tomar la iniciativa, sino que también puede identificar nuevos talentos que traerán grandes ganancias a la empresa.

b) **Construcción de perfiles por competencias para el puesto:**

Nuestra empresa necesita aclarar todas las cualidades que deben tener los solicitantes de empleo, las habilidades que deben tener su educación y experiencia, para que puedan desempeñar un papel adecuado en la empresa.

- **Análisis de flujo de trabajo y diseño del puesto:** Es recomendable formular adecuadamente el trabajo requerido para explicar las cualidades y habilidades de la mano de obra que realmente se necesitan y enriquecen a la empresa.

c) **Descripción del puesto.** El papel que desempeña un empleado dentro de la empresa, sus deberes y responsabilidades están estrictamente definidos. Los tipos de salarios que tienen, las reglas que tiene la empresa y las ganancias que tienen, son, después de todo, todo lo que un empleado necesita saber sobre su trabajo.

Proceso para la descripción del puesto:

- **Elaborar una correcta descripción de puesto:**

Es importante llevar a cabo este proceso. Esto aclara la posición desde el principio. ¿Cuáles serán sus deberes e intereses? Esto nos sirve para lo siguiente:

**Para la selección de personal:** En otras palabras, saber seleccionar al candidato adecuado de acuerdo con los requisitos especificados en la descripción del puesto. Porque si no selecciona a las personas adecuadas, su empresa puede sufrir pérdidas.

**Administración de compensaciones:** Con la descripción correcta del puesto, también es posible aclarar qué y cómo puede ser recompensado de acuerdo con el esfuerzo de cada trabajador para lograr las metas propuestas.

- **Cumplimiento de la ley.** La descripción del trabajo también ayuda a decirle al solicitante de empleo la verdad de que se cumplirán todos los beneficios recibidos bajo la ley y se cumplirá el contrato.

d) **Reclutamiento:** Utilizaremos una variedad de técnicas para atraer candidatos competentes y potencialmente competentes y ocupar su puesto dentro de la organización. La contratación puede realizarse de diferentes formas, tanto por la propia empresa como por otras fuentes externas.

Paso para el reclutamiento:

- **Publicar ofertas de trabajo en páginas confiables y reconocidas:** Cada vez que haya una vacante en la empresa, se publicará en un sitio de confianza reconocido por muchos profesionales como LinkedIn, CompuTrabajo, Boomerang y otros. Esto da a los candidatos profesionales una sensación de confianza al solicitar un puesto.

e) **Selección de personal:** Se pasará hacer la selección de los candidatos que se encuentren preparados para el puesto, de las cuales ya pasaron por diferentes pruebas como entrevistas, diferentes test, para poder descubrir al colaborador preparado que logren sumar en el cumplimiento de las metas de la compañía.

Factores para la selección de personal:

- **Entrevista:** se debería de entrevistar al postulante para saber un poco más sobre él y nos dé a conocer sus capacidades.

- **Pruebas o exámenes de conocimiento o capacidad:** se realizan test de entendimiento o capacidad para medir el grado en el cual está, ver las capacidades que muestra y que lo hace competente y ver si se adecua al pues se solicita.
- **Exámenes psicométricos:** esta clase de test se realizan para medir su sabiduría emocional, para establecer su personalidad o forma de actuar frente a determinadas situaciones.
- **Exámenes de personalidad:** se hace este examen para evaluar sus reacciones, su comportamiento usual, y ver su valoración como persona.
- **Técnicas de simulación:** se otorgan situaciones para ver si el postulante es capaz de ofrecer resoluciones o ver cómo actúa, su forma de reaccionar frente a una situación que puede ser real.

#### Competencias Laboradas Mas Buscadas Hoy En Dia

- Iniciativa
- Creatividad
- Escucha activa y comunicación efectiva e innovación
- Flexibilidad al cambio
- Aprendizaje continuo
- Pasión

#### Gestión del Desarrollo

Este proceso es otro papel fundamental para la organización, debido a que por medio de este proceso se familiariza a los ayudantes con los otros miembros de la organización, haciéndoles entrar además en confianza y que se logren sentir cómodos en su centro de trabajo.

El sistema que se maneja en este proceso es de la siguiente forma:

- a) **Capacitación:** conformar a los ayudantes referente a su trabajo, enseñarles nuevos valores, nuevos conocimientos para de esta forma puede desempeñarse no solo en un área, si no en diferentes superficies que tienen la

posibilidad de ser más complicadas; enseñarles o mostrarle además que es lo cual en realidad hace o a que se dedica la compañía para que en ese sentido además ayude a la compañía a llegar a sus fines planteadas. Tenemos la posibilidad de además conseguir un óptimo clima gremial y que los trabajadores se sientan práctico con la compañía. Dichos tipos de capacitaciones los asumirá nosotros mismos como organización en asunto si hay cualquier precio.

b) **Inducción:** se va a enseñar a los ayudantes como es el sistema de trabajo de la organización, que es lo cual debería o no de hacer. Hay 2 tipos de inducción:

Inducción general e inducción específica. La inducción general trata de exponer la imagen general de la organización, su política y métodos; en lo que la inducción específica trata de que un preeminente ya capacidad, muestre al nuevo colaborador cuales y como realizara sus funcionalidades de trabajo al usar y las medidas de estabilidad que debería de considerar.

c) **Evaluación de desempeño:** esto nos ayudará a evaluar el funcionamiento de cada personal del trabajo por medio de diferentes procedimientos como la evaluación participativa por fines y la evaluación 360°. Si el trabajador tiene un óptimo funcionamiento y aporta mucho para la organización se le va a poder ofrecer una recompensa como bonificaciones, ofertas, entre otros, debido a que esto va a hacer que el trabajador se sienta motivado y con triunfos de continuar haciendo un trabajo. Por el otro lado si el trabajador no aporta nada o no entiende nada se le puede apoyar dándole asesoría, avisándole que está realizando mal, que es lo cual debería mejorar, sin embargo, si luego de aquello sigue o causa inconveniente a la organización puede llegar hasta un despido.

**Proceso de evaluación de desempeño:** Hacer saber a los candidatos del puesto, cuáles van a ser las evaluaciones que se tomarán para medir su funcionamiento en la compañía.

- **Metodología de evolución:** Vamos dictaminar para cada puesto de trabajo que metodología vamos a utilizar: 90, 180, 270 o 360 grados. La siguiente

gráfica muestra visualmente la correspondencia entre el número de grados y el papel del evaluador:



Fuente: hrider.net.

- 90° si a una persona solo le evaluará su superior inmediato.
- 180° si además le evaluarán sus colegas.
- 270° si además le evaluarán sus subalternos.
- 360° si además de todos los anteriores le evaluarán también sus clientes, internos o externos.

En efecto, la evaluación de 360° es la más completa y real que tenemos la posibilidad de hacer pues es la que nos da una perspectiva más completa sobre una persona, empero como se puede intuir además es la más complicada técnicamente de hacer. Una persona evaluada por el procedimiento 360° puede solicitar de por lo menos 8 encuestas (autoevaluación, 1 líder, 2 compañeros, 2 subalternos, 2 clientes) si multiplicamos por el número de individuos el volumen de información a gestionar podría ser destacable.

Fuente: (HRider , 2015)

### **Compensaciones y Beneficios**

Esta es una de las principales funciones de la gestión del talento humano, ya que vela por el bienestar económico de los colaboradores, donde se debe considerar un salario razonable para los colaboradores para poder brindar los servicios de su especialización a la organización.

Su estructura está conformada de la siguiente manera:

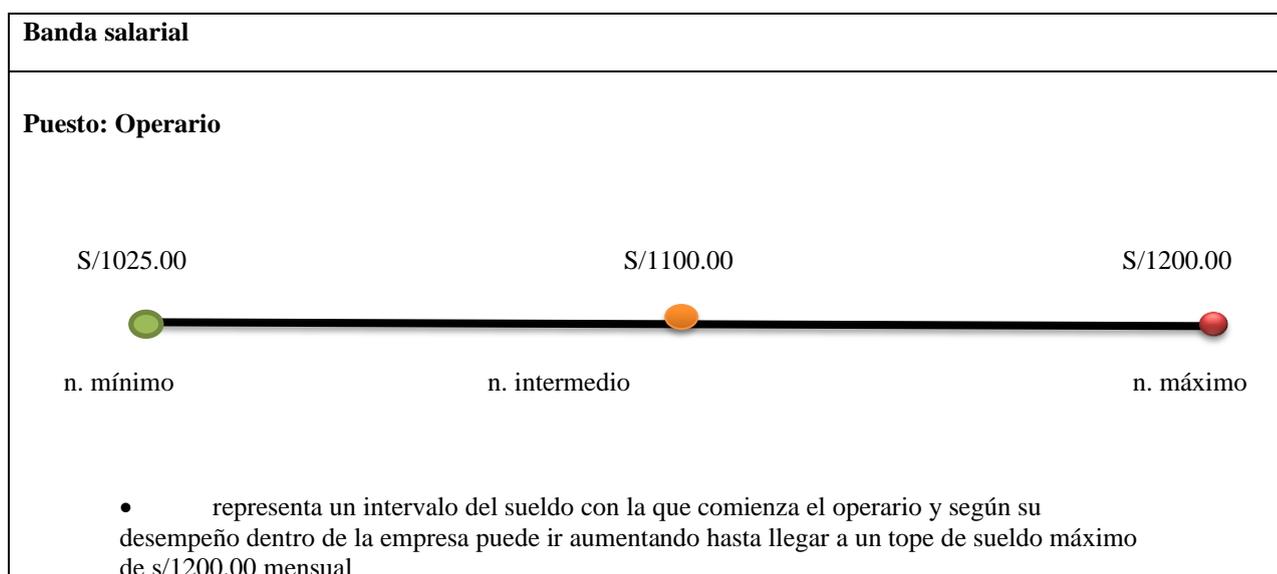
**a) Compensación directa:** básicamente será el salario fijo que devengarán los colaboradores de nuestra empresa, además se le suma una remuneración (retribuciones) por el desempeño laboral del trabajador.

**b) Compensación indirecta:** Se refiere a los beneficios sociales legítimos que la empresa proporcionará a los empleados. Se pueden otorgar bajo dos categorías, beneficios sociales legales donde se muestren aguinaldos, Essalud, vacaciones, etc. y beneficios de empresa, como bonos de cumpleaños, movilidad, alimentación, etc.

*Tabla 30 Estructura de compensación y banda salarial para un operario:*

Compensación directa	Compensación indirecta
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ofrecerá un sueldo de s/1025.00 mensual (sueldo mínimo).</li> <li>• Se le otorgara un bono en su sueldo solo si cumple con una meta trazada por la propia empresa.</li> <li>• Cada año se le premiara a quien se desempeñó muy bien en su trabajo y apporto mucho para la empresa.</li> </ul>	<b>Beneficios sociales legales</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gratificación por fiestas patrias de s/512.00 como parte de incentivo.</li> <li>• Seguro de EsSalud de s/92.25, ya que eso se le descuenta un 9% de su sueldo. Esto sirve en caso que se tenga un accidente.</li> <li>• Vacaciones por 30 días después de un año de servicio.</li> </ul>
	<b>Beneficios sociales de empresa.</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Días libres por cumpleaños, obsequiando también algún regalo por parte de la empresa.</li> <li>• Escolaridad de s/250.00 para aquellos que tengan hijos.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

## Cultura y Clima Laboral

Este es uno de los procesos importantes de la gestión del talento humano, es donde la empresa utiliza o diseña estrategias para que los empleados tengan un buen ambiente laboral donde puedan trabajar de manera activa y feliz, logrando buenos resultados para la organización.

- a) **Cultura organizacional:** Para nosotros es fundamental mantener una cultura coherente dentro de la organización, como valores, hábitos y creencias, en la que todos los integrantes de nuestra empresa puedan convivir, de la mejor manera se noten el trato amable y la estrecha amistad., como cultura permite que las personas encajen en la empresa.
- b) **Clima laboral:** Es el entorno en el que nuestros colaboradores realizan su día a día dentro de la empresa, tratando a sus superiores, como jefes, a sus colaboradores y entre personas ajenas a la empresa. Es muy importante crear un buen ambiente de trabajo y medirlo, porque puede generar cambios positivos en nuestra empresa y para los propios empleados.

Acciones que se tomaran para mejorar el clima laboral.

- **Hablar de lo negativo.** Cualquier queja por parte de nuestros empleados que exista en nuestra empresa debe expresarse libremente para encontrar una solución al problema más adelante.
  
- **Entregar retroalimentación a tiempo:** Los errores que puedan presentarse deben ser informados inmediatamente al responsable del área o al jefe directo para su corrección.
  
- **Reconocer los méritos de los colaboradores:** Si un colaborador, ya sean ayudantes u otros colaboradores, se esfuerza cada día en lo que hace y da lo mejor de sí para lograr una meta o meta y si además aporta mucho a la empresa al seguir participando en las metas de la empresa, la empresa, este esfuerzo valdrá la pena, este éxito lo logra tanto para él como para la empresa. Estos premios se otorgarán al final de cada año.
  
- **Entrevistas personales con cada trabajador:** Se realizarán entrevistas personales con cada empleado interno para discutir, y así saber cómo ese empleado se sentirá realmente valorado por la empresa. Según las respuestas, mejorará como empresa hacia nuestros empleados y se sentirán cómodos.
  
- **Pequeños compartir por cumpleaños:** compartir un poco cada vez que el trabajador celebre un cumpleaños, con compañeros de su ramo de trabajo y también darle un regalo de la empresa y si es posible un día libre.
  
- **Fomentar la comunicación:** Mantener el contacto entre todos, incluidos los responsables del sector transporte y los trabajadores o viceversa. Esto permitirá la conexión entre ellos y saber lo que está pasando en la empresa. Otra forma podría ser encontrar un lugar aleatorio en el espacio de trabajo para una reunión, para motivar o discutir cosas que incomodan a las personas.
  
- **Recolectar comentarios de los trabajadores:** Mensualmente se elaborarán mini-encuestas para conocer la opinión de cada trabajador sobre el clima laboral y también para saber en qué podemos mejorar para lograr una

cultura positiva y un buen clima laboral y todos se sientan felices de trabajar con la empresa

**La Planilla de la Empresa o Presupuesto de las Remuneraciones**

Tabla 31 Planilla

APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO U OCUPACIÓN	ASIGNACIÓN FAMILIAR	INGRESOS DEL TRABAJADOR				TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA	RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR							REMUNERACIÓN NETA	APORTACION DEL EMPLEADOR	
			SUELDO BÁSICO	VACACIONES	ASIGNACIÓN FAMILIAR	OTROS		SNP/AFP	ONP/SNP	SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP				TOTAL DESCUENTO		ESSALUD	TOTAL APORTES
										AFP	APORTE OBLIGATORIO	COMISIÓN % SOBRE R.A.	PRIMA DE SEGURO				
PERSONA 1	Gerente Propietario	NO	2,000.00				2,000.00	AFP	-	INTEGRA	200.00	20.00	30.00	250.00	1,750.00	180.00	180.00
PERSONA 2	Vendedor 1	NO	1,025.00				1,025.00	AFP	-	INTEGRA	102.50	10.25	15.38	128.13	896.88	92.25	92.25
PERSONA 3	Operario 1	NO	1,025.00				1,025.00	AFP	-	INTEGRA	102.50	10.25	15.38	128.13	896.88	92.25	92.25
PERSONA 4	Operario 2	NO	1,025.00				1,025.00	AFP	-	INTEGRA	102.50	10.25	15.38	128.13	896.88	92.25	92.25
PERSONA 5	Operario 3	NO	1,025.00				1,025.00	AFP	-	INTEGRA	102.50	10.25	15.38	128.13	896.88	92.25	92.25
PERSONA 6	Almacenero 1	NO	1,025.00				1,025.00	AFP		INTEGRA	102.50	10.25	15.38	128.13	896.88	92.25	92.25
PERSONA 7	Contador Externo		600.00				600.00							-	600.00		
PERSONA 8	Diseñador Externo		600.00				600.00								500.00		
			8,325.00	-	-	-	8,325.00	-	-	-	712.50	71.25	106.88	890.63	7,334.38	641.25	641.25

Fuente: Elaboración propia

## *Aspectos Legales y Tributarios*

Para constituir una empresa se deben tener en cuenta algunos aspectos muy importantes en el proceso legal y en relación al impuesto a la renta se señalan los siguientes aspectos:

### MECANISMOS DE CONSTITUCIÓN

A continuación, detallamos los pasos para la formalización de una empresa:

- **Paso 1. Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en Registros Públicos.**

Primero necesitamos un nombre para la empresa que queremos crear, no pueden ser los nombres de empresas ya creadas, tenemos que ir al registro público, en este caso SUNARP y verificar que no existe un nombre o razón en el mercado igual a lo que queremos para nuestro negocio. Tendremos que llenar los formularios respectivos y luego tenemos que hacer la reserva del NOMBRE DE LA EMPRESA.

- **Paso 2. Elaboración de la minuta.**

La minuta es un documento en el que los socios de la sociedad expresan su voluntad de constituir la empresa y donde se expresan todos los acuerdos respectivos.

La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar y/o añadir a ésta.

Los elementos fundamentales de una minuta son:

- Los generales de ley de cada socio (sus datos personales, nombres, edades, documentos de identificación, etc.).
- El giro de la sociedad.
- El tipo de empresa o sociedad (**E.I.R.L**, S.R.L, S.A, etc.).
- El tiempo de duración de la sociedad (plazo fijo o indeterminado).
- La fecha en la que se va dar inicio a las actividades comerciales.
- El lugar donde va a funcionar la sociedad (domicilio comercial).
- La denominación o razón social de la sociedad.

- El lugar en donde van a funcionar las agencias o sucursales (si es que las hubieran).
- La persona que va a administrar o representar la sociedad.
- Los aportes de cada socio. Los cuales pueden ser:
  - ✓ **Bienes dinerarios:** dinero y sus medios sustitutos tales como cheques, pagarés, letras de cambio, etc.
  - ✓ **Bienes no dinerarios:** inmuebles o muebles tales como escritorios, mesas, sillas, etc.

### • Paso 3. Elevar minuta a escritura pública.

Una vez redactada la minuta, debemos llevarla a una notaría para que un notario público la revise y la eleve a escritura pública.

Por lo general, los documentos que debemos llevar junto con la minuta son:

- ✓ La constancia o el comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- ✓ Un inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- ✓ El certificado de búsqueda Mercantil emitido por la Oficina de Registros Públicos de la inexistencia de una razón social igual o similar.

Cuando se incrementa el minuto, no se puede cambiar. Finalmente se crea la protocolización, declaración de sociedad o constitución de sociedad, que es el documento que acredita que el acta es legal, la cual debe ser firmada y sellada por el notario.

### • Paso 4. Inscribir Escritura Pública en Registros Públicos.

Cuando hemos obtenido la Escritura Pública, debemos llevarla a la Oficina de Registros Públicos en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir la organización en los Registros Públicos.

La Persona Jurídica existe a partir de su inscripción en los Registros Públicos.

**• Paso 5. Obtención del número de RUC.**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es lo cual identifica a una persona o compañía frente a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) para el pago de los impuestos.

Todo individuo Natural o Jurídica está impuesta a inscribirse en el RUC, de lo opuesto va a ser sancionada según el Código Tributario, igual que los inscritos en el RUC que no presenten el testimonio.

**• Paso 6. Elegir régimen tributario.**

En la misma SUNAT, a la vez que tramitamos la obtención del RUC, debemos decidir a qué régimen tributario nos vamos a admitir para el pago de los impuestos, así sea al Régimen Único Simplificado (RUS), al Régimen especial de Impuesto a la Renta (RER), al Régimen Mype Tributario (RMT) o al Sistema Gral. Cuando contamos con nuestro número de RUC y hemos escogido un régimen tributario, tenemos la posibilidad de imprimir los comprobantes de pago (boleta y/o factura) que iremos a usar.

**• Paso 7. Comprar y legalizar libros contables.**

En este paso compramos los libros contables necesarios dependiendo del sistema tributario al cual nos hayamos acogido y, luego, los llevamos a una notaría para que sean legalizados por un notario público.

**• Paso 8. Inscribir trabajadores en EsSalud.**

En este paso registramos a nuestros propios trabajadores frente al Seguro Social de Salud (EsSalud) por medio de un formulario que tenemos la posibilidad de obtener en la misma SUNAT. Este registro les posibilita a los trabajadores entrar a las prestaciones que da esa entidad.

**• Paso 9. Solicitud de Licencia Municipal.**

En este paso acudimos a la municipalidad del distrito en donde estará ubicada físicamente nuestra compañía, y tramitamos la obtención de la licencia de manejo. Por lo general, los documentos que debemos presentar son:

- Una fotocopia del RUC.
- El certificado de Zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.).
- Un croquis de la ubicación de la empresa.
- Una copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
- Una copia de la Escritura Pública.
- El recibo de pago por derecho de licencia.
- El formulario de solicitud.

**• Paso 10. Defensa Civil****INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA CIVIL**

El **Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci)** es un organismo público, dependiente del Ministerio de Defensa, cuya tarea es intentar una óptima contestación de la sociedad en caso de desastres, supervisar la atención de los individuos dañados por los mismos, coordinar con las entidades causantes las actividades requeridas para atender la emergencia, rehabilitar las zonas dañadas, y coordinar con los gobiernos regionales y locales la evaluación de perjuicios y las necesidades en caso de desastre.

El **Indeci** fue desarrollado (creado) mediante Ley N° 29664 del 19 de febrero de 2011, con la cual se formó el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres (Sinagerd) como un sistema descentralizado, con el fin de detectar y minimizar los peligros asociados a los desastres.

**IMPUESTO A LA RENTA****Régimen Especial de Renta**

El **RER** está dirigido a las personas Naturales e personas Jurídicas que realicen ocupaciones de Negocio e Industria entendiéndose por tales, a la comercialización de los bienes que adquieran, hagan o manufacturen, así como la de esos recursos naturales que extraigan, integrados la cría y el cultivo y ocupaciones de servicios.

### **OBLIGACIONES.**

- Llevar libros contables, un Registro de Compras y un Registro de Ventas de acuerdo con las normas vigentes sobre la materia.
- Emitir comprobantes de pago en las ventas o servicios y solicitarlos en las compras que realice. Puede emitir los siguientes comprobantes de pago: Facturas, boletas de venta, tickets, liquidaciones de compra, notas de crédito, notas de débito, guías de remisión, entre otros.
- Presentar la declaración pago mensual y la declaración jurada anual del Impuesto a la Renta en la forma, plazo y lugar que la SUNAT establezca.
- Efectuar las retenciones a sus trabajadores (dependientes e independientes) y otras acciones que señale la ley.

### **DECLARACION Y PAGO DEL IMPUESTO.**

La declaración y el pago del Impuesto a la Renta deberán ser efectuados en los 3 primeros meses del año siguiente, usando el Programa de testimonio Telemática (PDT) que aprueba la SUNAT por medio de Resolución de Superintendencia.

Los pagos a cuenta mensuales tienen la posibilidad de desarrollarse usando el Programa de declaración Telemática (PDT) que, por igual aprueba la SUNAT por medio de Resolución de

Superintendencia a señalar que este sistema comprende el cumplimiento de 2 impuestos, el impuesto a la Renta y el Impuesto Gral. a las Ventas.

### **Requisitos:**

Los requisitos para acogerse al Régimen Especial del Impuesto a la Renta son:

- Deberá tener Ingresos Netos NO superiores a S/. 525,000.00 nuevos soles anuales.
- NO tener más de ocho (10) trabajadores por turno.
- NO desarrollar sus actividades en más de dos (2) locales y que NO superen en conjunto los 200 m<sup>2</sup>.
- El valor de los activos destinados a la actividad, con excepción de los predios.
- Su consumo de servicio telefónico mensual NO exceda el 5% del total de ingresos.
- El precio unitario de venta de los bienes, en la realización de actividades de comercio y/o industria, NO supere los S/. 3,000 nuevos soles.
- Su consumo total de energía eléctrica mensual NO exceda de 2,000 kilovatios por hora.
- La incorporación al Régimen Especial del Impuesto a la Renta– RER es anual. Si inicia operaciones durante el año, sólo debe de efectuar la declaración y pago correspondiente al periodo del año en que empezó sus operaciones, hasta la fecha de vencimiento correspondiente (según el último dígito de su número RUC).

### **IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS**

Este impuesto grava la transferencia de bienes y la prestación de servicios en el territorio, entre otras ocupaciones, con una tasa del 18% (incluye 2% por el Impuesto de Promoción Municipal) que se aplica sobre el costo de comercialización del bien o servicio, sea cual fuera la actividad a que se dediquen.

$$\text{IGV} = \text{Valor de Venta} \times 18\%$$

$$\text{Valor de Venta} + \text{IGV} = \text{Precio de Venta.}$$

Los contribuyentes de este régimen permanecen forzados a proclamar y costear mensualmente no únicamente el Impuesto a la Renta, sino además el Impuesto Gral. a las Ventas, Tienen que hacer las próximas retenciones:

*Tabla 32 Distribución del Impuesto*

<b>Tributo</b>	<b>Tasa</b>	<b>Medios para la declaración y pago</b>
Impuesto a la Renta por 5ta categoría.	Según el procedimiento establecido por la Ley.	PDT – Remuneraciones
Aportes a la Oficina Nacional de Pensiones (ONP) o AFP.	ONP 13% AFP 10% Aporte obligatorio, 0.23% de comisión y 1.74% según aseguradoras.	
Impuesto a la Renta 2da categoría.	5% Tasa efectiva	PDT – Retenciones

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)

### **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada EIRL**

La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L) es una persona jurídica de derecho privado, conformada por voluntad unipersonal, con patrimonio propio diferente al de su titular, que se constituye para el desarrollo único de ocupaciones económicas de pequeña compañía.

El patrimonio de la compañía está construido al principio por los bienes que aporta quien la constituye. El costo asignado a este patrimonio inicial constituye el capital de la compañía, el cual tendrá que estar íntegramente pagado. Cada individuo natural va a poder ser titular de una o más Organizaciones (empresas) Particulares de Responsabilidad limitadas.

**CARACTERÍSTICAS:**

- Constituida por un titular (Dueño Único).
- El patrimonio de esta empresa es distinto al patrimonio de su Titular
  - Se constituye para el desarrollo de actividades económicas de cualquier tipo, sin ningún tipo de restricción.
- Esta empresa es ideal para aquellas personas que no deseen tener socios.
  - El capital de esta empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la misma.
  - El capital de la empresa está constituido por los bienes que aporta mediante una declaración jurada de la lista de bienes detalla, o también se puede aportar dinero en efectivo, dicho dinero se acredita mediante una declaración jurada.
  - La responsabilidad de la empresa está limitada a su patrimonio. El titular o dueño de la empresa no responde personalmente por las obligaciones de la empresa.
  - Las acciones legales contra las infracciones del gerente prescriben a los dos años a partir de la comisión del acto que les dio lugar.

## Capítulo VII: Plan Financiero

### Plan de Inversiones

Tabla 33 Inversión Inicial

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>			
<b>INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>			
<b>Maquinaria y Equipo</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Monto (S/.)</b>
Maquina de Coser Recta	3	S/ 1,500.00	S/ 4,500.00
Remalladora	2	S/ 1,700.00	S/ 3,400.00
Recubridora	1	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00
Cortadora de tela	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Piqueteros	12	S/ 2.00	S/ 24.00
Tijeras	5	S/ 25.00	S/ 125.00
Computadora para el Diseño	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Computadoras	2	S/ 1,800.00	S/ 3,600.00
Impresoram epson	1	S/ 1,079.00	S/ 1,079.00
Teléfono	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Pistola Etiquetar	2	S/ 79.90	S/ 159.80
<b>Subtotal de Maquinaria y Equipo</b>			<b>S/ 18,537.80</b>
<b>Muebles y Enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Monto (S/.)</b>
Mesa de Trabajo rectangular 100cm x 200cm	2	S/300.00	S/ 600.00
sillas con espaldas	6	S/50.00	S/ 300.00
silla ergonomicas	2	S/250.00	S/ 500.00
Estante	5	S/150.00	S/ 750.00
Escritorio	2	S/250.00	S/ 500.00
colgadores de ropa	2	S/100.00	S/ 200.00
Maniquí de caballeros	6	S/165.00	S/ 990.00
Maniqui de damas	6	S/165.00	S/ 990.00
Maniquí de niño	4	S/160.00	S/ 640.00
Maniquí de niña	4	S/160.00	S/ 640.00
Extintor	2	S/65.00	S/ 130.00
Iluminación	10	S/25.00	S/ 250.00
<b>Subtotal de Muebles y Enseres</b>			<b>S/ 6,490.00</b>
<b>TOTAL TANGIBLE</b>			<b>S/ 25,027.80</b>
<b>INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Monto (S/.)</b>
Búsqueda y reserva de nombre	1	S/30.00	S/ 30.00
Acto Constitutivo (Minuta)	1	S/250.00	S/ 250.00
Escritura Pública	1	S/250.00	S/ 250.00
Inscripción en registros públicos	1	S/1,200.00	S/ 1,200.00
Registro de marca de INDECOPI	1	S/535.00	S/ 535.00
Licencia de Funcionamiento	1	S/400.00	S/ 400.00
Defensa Civil	1	S/230.00	S/ 230.00
Diseño de la página web	1	S/1,800.00	S/ 1,800.00
Acondicionamiento del local	1	S/2,500.00	S/ 2,500.00
<b>TOTAL INTANGIBLE</b>			<b>S/ 7,195.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

INVERSIÓN TOTAL	Total S/.	%
Tangible	S/ 25,028	51%
Intangible	S/ 7,195	15%
Capital de Trabajo	S/ 17,172	35%
Total	S/ 49,395	100%

Fuente: Elaboración propia.

FINANCIAMIENTO	Total S/.	%
Préstamo Bancario	32,223	65%
Aporte de propietario	17,172	35%
Total	49,395	100%

Fuente: Elaboración propia.

## Capital de Trabajo

*Tabla 34 Capital de Trabajo*

Capital de Trabajo	Cantidad	Total
Adelanto y garantía del alquiler	1	S/ 1,000.00
Gastos administrativos y de ventas	Un mes	S/ 900.00
Materia prima (costo de ventas)	Un mes	S/ 6,946.74
Mano de Obra	Un mes	S/ 8,325.00
<b>Subtotal</b>		<b>S/ 17,171.74</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Análisis de Costos: determinar los Costos del Negocio.**

*Tabla 35 Costos de Producción*

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Unidades demandas por producto		<b>UNIDADES DEMANDADAS EN EL MERCADO</b>				
Playera manga corta		2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
Playera manga larga		2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
Sudadera Deportiva		2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
Bividi para hombre y mujer		2,687	2,714	2,741	2,768	2,796
<b>Total de Unidades Demandadas</b>		<b>10,747</b>	<b>10,855</b>	<b>10,963</b>	<b>11,073</b>	<b>11,184</b>
<b>Costo Unitario</b>	<b>S/.Costo</b>	<b>Costo Total del Mercado</b>				
Playera manga corta	S/28.50	S/ 76,576	S/ 77,341	S/ 78,115	S/ 78,896	S/ 79,685
Playera manga larga	S/29.00	S/ 77,919	S/ 78,698	S/ 79,485	S/ 80,280	S/ 81,083
Sudadera Deportiva	S/27.00	S/ 72,545	S/ 73,271	S/ 74,003	S/ 74,743	S/ 75,491
Bividi para hombre y mujer	S/40.10	S/ 107,743	S/ 108,821	S/ 109,909	S/ 111,008	S/ 112,118
<b>Costo Total del mercado</b>		<b>S/ 334,783</b>	<b>S/ 338,131</b>	<b>S/ 341,512</b>	<b>S/ 344,927</b>	<b>S/ 348,376</b>
<b>% PARTICIPACIÓN CLIENTES TIENDA VIRTUAL</b>		24.9%	24.9%	24.9%	24.9%	24.9%
<b>Costo Estimado Anual</b>		<b>S/ 83,360.91</b>	<b>S/ 84,194.52</b>	<b>S/ 85,036.47</b>	<b>S/ 85,886.83</b>	<b>S/ 86,745.70</b>

Fuente: Elaboración propia.

## Análisis Financiero

### *Balance General*

*Tabla 36 Balance General*

<b>Balance General Inicial</b>	<b>AÑO 1</b>
Caja Bancos	218,257
Inventarios	84,195
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>302,452</b>
Pasivo corriente	113,100
Pasivo No Corriente	25,778
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>138,878</b>
Patrimonio	102,981
Capital	48,695
Utilidades retenidas	9,694
Resultado del ejercicio	3,474
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>164,843</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>302,452</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Estado de Ganancias y Pérdidas**

Tabla 37 Estado de Ganancias y Pérdidas

<b>Estado de Ganancias y Perdidas</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos por ventas	216,096	218,257	220,440	222,644	224,870
Costo ventas (Producción)	-83,361	-84,195	-85,036	-85,887	-86,746
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>132,735</b>	<b>134,063</b>	<b>135,403</b>	<b>136,757</b>	<b>138,125</b>
Gastos administrativos (Sueldos y pagos de servicios)	-109,500	-109,500	-109,500	-109,500	-109,500
Gastos comerciales (promoción y publicidad)	-9,600	-9,600	-9,600	-9,600	-9,600
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>13,635</b>	<b>14,963</b>	<b>16,303</b>	<b>17,657</b>	<b>19,025</b>
Amortización de la Deuda	-6444.56	-6444.56	-6444.56	-6444.56	-6444.56
Gastos financieros	-9,116	-7,109	-5,102	-3,094	-1,087
Depreciación	-3,172	-3,172	-3,172	-3,172	-849
<b>Margen antes de tributos</b>	<b>(5,098)</b>	<b>(1,763)</b>	<b>1,585</b>	<b>4,946</b>	<b>10,644</b>
Impuesto a la renta mensual 1.5% - Anual 18%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%
Impuesto a la renta - Monto	918	-317	285	890	1,916
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-6,015</b>	<b>-1,446</b>	<b>1,299</b>	<b>4,056</b>	<b>8,728</b>

Fuente: Elaboración propia.

## Ratios Financieros

### ANALISIS DE RATIOS

#### RATIOS DE LIQUIDEZ

	<u>2022</u>	-	<u>2023</u>	-	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Liquidez General						
<u>Activos Corrientes</u>	<u>302,452</u>		<u>302,452</u>		2.54	2.54
Pasivos Corrientes	113,100		113,100			

Interpretación: La empresa posee una mínima liquidez. Por cada S/. 1 de deuda la empresa cuenta con S/. 2.54 en el 2023 para cubrir sus obligaciones financieras. Mientras en el 2022 el resultado proyecta a S/2.54

#### RATIOS DE RENTABILIDAD

	<u>2022</u>	-	<u>2023</u>	-	<u>2022</u>	<u>2023</u>
<b>MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</b>						
<u>Ventas - Costos Ventas</u>	<u>132,735</u>		<u>134,063</u>		61%	61%
Ventas	216,096		218,257			

Interpretación: En el análisis del margen bruto, se puede apreciar una variación positiva con respecto a nivel bruto de la rentabilidad de las ventas con un resultado de 61% para el año 2022, el cual proyecta una constante también de 61% para el 2023.

	<u>2022</u>	-	<u>2023</u>	-	<u>2022</u>	<u>2023</u>
<b>MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA</b>						
<u>Utilidad Operativa</u>	<u>19,635</u>		<u>20,963</u>		6%	7%
Ventas	216,096		218,257			

Interpretación: El análisis del margen operativo comparado a nivel bruto de la rentabilidad de las ventas tuvo un resultado de 7% para el año 2022 y se proyecta para el 2023 incrementar a 8%.

	<u>2022</u>	-	<u>2023</u>	-	<u>2022</u>	<u>2023</u>
<b>MARGEN DE UTILIDAD NETA</b>						
<u>Utilidad Neta</u>	<u>1,065</u>		<u>3,474</u>		-2.8%	-0.7%
Ventas	216,096		218,257			

Interpretación: Se percibió una variación a nivel bruto de la rentabilidad de las ventas para el 2022 el resultado de -2.8%, el cual proyecta un incremento de -0.7% para el 2023.

## Plan Financiero

### Presupuesto Operativo

Tabla 38 Presupuesto Operativo

Presupuesto Operativo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gerente Propietario</b>	1	1	1	1	1
<b>Sueldo mensual</b>	<b>S/. 2,000.00</b>				
<b>Vendedor</b>	1	1	1	1	1
<b>Salario Mensual</b>	<b>S/. 1,025.00</b>				
<b>Operarios</b>	3	3	3	3	3
<b>Salario Mensual</b>	<b>S/. 3,075.00</b>				
<b>Almacenero</b>	1	1	1	1	1
<b>Salario mensual</b>	<b>S/. 1,025.00</b>				
<b>Contador Externo</b>	1	1	1	1	1
<b>Salario Mensual</b>	<b>S/. 600.00</b>				
<b>Diseñador Externo</b>	1	1	1	1	1
<b>Salario Mensual</b>	<b>S/. 500.00</b>				
<b>Remuneraciones del personal Mensual</b>	<b>S/. 8,225.00</b>				
<b>Remuneraciones del personal Anual</b>	<b>S/. 98,700.00</b>				
<b>Gastos de Oficina</b>					
Servicios públicos	S/. 600.00				
Utiles oficina Mensual	S/. 300.00				
<b>TOTAL MENSUAL GASTOS DE OFICINA</b>	<b>S/. 900.00</b>				
<b>TOTAL ANUAL GASTOS DE OFICINA</b>	<b>S/. 10,800.00</b>				
<b>TOTAL ANUAL PPTO OPERATIVO</b>	<b>S/. 109,500.00</b>				
<b>GASTOS COMERCIALES</b>					
Publicidad	S/. 4,800.00				
Promociones	S/. 4,800.00				
Otros	S/. 0.00				
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/. 9,600.00</b>				

Fuente: Elaboración propia

## Presupuesto Financiero

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para que esta lleve a cabo un proyecto, adquiera bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos con sus proveedores.

**Detalles de la operación financiera**

TASA EFECTIVA ANUAL TEA <b>36.0%</b> <i>*Fijate del tipo de tasa</i>	TIPO DE CUOTA <input type="radio"/> Cuotas Decrecientes	FORMA DE PAGO <input type="radio"/> Mensual	NÚMERO DE CUOTAS <b>60</b>	IMPORTE A EVALUAR <b>32,223</b>
--	--	--	-------------------------------	------------------------------------

**Comisiones y gastos**

S. desgravamen (x periodo)	<b>0.010%</b>
Otros Cargos (Portes)	-
ITF (Perú)	<b>0.005%</b>

**Detalles del Financiamiento**

Tasa Efectiva Anual (TEA)	<b>36.00%</b>
Tasa Efectiva Mensual	<b>2.60%</b>
Total costo Efectivo Anual	<b>36.15%</b>

Cuota	Deuda	Factor (Cuotas Crecientes)	Amortización	Interés	S. Desgravam en 0.01%	Otros Cargos Portes	Cuota por Financiamiento	I.T.F. 0.005%	Cuota Total a Pagar
0	32,223								-
1	31,686	-	537.05	836.34	3.17	-	1,376.55	0.07	1,376.62
2	31,149	-	537.05	822.40	3.11	-	1,362.56	0.07	1,362.63
3	30,612	-	537.05	808.46	3.06	-	1,348.57	0.07	1,348.63
4	30,075	-	537.05	794.52	3.01	-	1,334.57	0.07	1,334.64
5	29,538	-	537.05	780.58	2.95	-	1,320.58	0.07	1,320.65
6	29,001	-	537.05	766.64	2.90	-	1,306.59	0.07	1,306.65
7	28,463	-	537.05	752.70	2.85	-	1,292.60	0.06	1,292.66
8	27,926	-	537.05	738.76	2.79	-	1,278.60	0.06	1,278.67
9	27,389	-	537.05	724.83	2.74	-	1,264.61	0.06	1,264.67
10	26,852	-	537.05	710.89	2.69	-	1,250.62	0.06	1,250.68
11	26,315	-	537.05	696.95	2.63	-	1,236.63	0.06	1,236.69
12	25,778	-	537.05	683.01	2.58	-	1,222.63	0.06	1,222.69
13	25,241	-	537.05	669.07	2.52	-	1,208.64	0.06	1,208.70
14	24,704	-	537.05	655.13	2.47	-	1,194.65	0.06	1,194.71
15	24,167	-	537.05	641.19	2.42	-	1,180.66	0.06	1,180.71

16	23,630	-	537.05	627.25	2.36	-	1,166.66	0.06	1,166.72
17	23,093	-	537.05	613.31	2.31	-	1,152.67	0.06	1,152.73
18	22,556	-	537.05	599.38	2.26	-	1,138.68	0.06	1,138.73
19	22,019	-	537.05	585.44	2.20	-	1,124.68	0.06	1,124.74
20	21,482	-	537.05	571.50	2.15	-	1,110.69	0.06	1,110.75
21	20,945	-	537.05	557.56	2.09	-	1,096.70	0.05	1,096.75
22	20,408	-	537.05	543.62	2.04	-	1,082.71	0.05	1,082.76
23	19,871	-	537.05	529.68	1.99	-	1,068.71	0.05	1,068.77
24	19,334	-	537.05	515.74	1.93	-	1,054.72	0.05	1,054.77
25	18,797	-	537.05	501.80	1.88	-	1,040.73	0.05	1,040.78
26	18,260	-	537.05	487.86	1.83	-	1,026.74	0.05	1,026.79
27	17,723	-	537.05	473.92	1.77	-	1,012.74	0.05	1,012.79
28	17,185	-	537.05	459.99	1.72	-	998.75	0.05	998.80
29	16,648	-	537.05	446.05	1.66	-	984.76	0.05	984.81
30	16,111	-	537.05	432.11	1.61	-	970.77	0.05	970.81
31	15,574	-	537.05	418.17	1.56	-	956.77	0.05	956.82
32	15,037	-	537.05	404.23	1.50	-	942.78	0.05	942.83
33	14,500	-	537.05	390.29	1.45	-	928.79	0.05	928.83
34	13,963	-	537.05	376.35	1.40	-	914.79	0.05	914.84
35	13,426	-	537.05	362.41	1.34	-	900.80	0.05	900.85
36	12,889	-	537.05	348.47	1.29	-	886.81	0.04	886.85
37	12,352	-	537.05	334.53	1.24	-	872.82	0.04	872.86
38	11,815	-	537.05	320.60	1.18	-	858.82	0.04	858.87
39	11,278	-	537.05	306.66	1.13	-	844.83	0.04	844.87
40	10,741	-	537.05	292.72	1.07	-	830.84	0.04	830.88
41	10,204	-	537.05	278.78	1.02	-	816.85	0.04	816.89
42	9,667	-	537.05	264.84	0.97	-	802.85	0.04	802.89
43	9,130	-	537.05	250.90	0.91	-	788.86	0.04	788.90
44	8,593	-	537.05	236.96	0.86	-	774.87	0.04	774.91
45	8,056	-	537.05	223.02	0.81	-	760.88	0.04	760.91
46	7,519	-	537.05	209.08	0.75	-	746.88	0.04	746.92
47	6,982	-	537.05	195.15	0.70	-	732.89	0.04	732.93
48	6,445	-	537.05	181.21	0.64	-	718.90	0.04	718.93
49	5,908	-	537.05	167.27	0.59	-	704.90	0.04	704.94

50	5,370	-	537.05	153.33	0.54	-	690.91	0.03	690.95
51	4,833	-	537.05	139.39	0.48	-	676.92	0.03	676.95
52	4,296	-	537.05	125.45	0.43	-	662.93	0.03	662.96
53	3,759	-	537.05	111.51	0.38	-	648.93	0.03	648.97
54	3,222	-	537.05	97.57	0.32	-	634.94	0.03	634.97
55	2,685	-	537.05	83.63	0.27	-	620.95	0.03	620.98
56	2,148	-	537.05	69.69	0.21	-	606.96	0.03	606.99
57	1,611	-	537.05	55.76	0.16	-	592.96	0.03	592.99
58	1,074	-	537.05	41.82	0.11	-	578.97	0.03	579.00
59	537	-	537.05	27.88	0.05	-	564.98	0.03	565.01
60	0	-	537.05	13.94	0.00	-	550.99	0.03	551.01

Fuente: Elaboración propia

## Evaluación Financiera

### Flujo de Caja Proyectado

Tabla 39 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas		216,096	218,257	220,440	222,644	224,870
Inversión inicial	S/. 49,395					
Activo fijo						
Capital de trabajo						
Costo de producción		(83,361)	(84,195)	(85,036)	(85,887)	(86,746)
Gastos administrativos (Sueldos y pagos de servicios)		(109,500)	(109,500)	(109,500)	(109,500)	(109,500)
Gastos comerciales ( promoción y publicidad )		(9,600)	(9,600)	(9,600)	(9,600)	(9,600)
Pago impuestos		918	(317)	285	890	1,916
<b>Flujo Caja Económico (FCE)</b>	<b>49,395</b>	<b>14,553</b>	<b>14,645</b>	<b>16,588</b>	<b>18,547</b>	<b>20,941</b>
Préstamo recibido	(32,223)					
Amortización		(6,445)	(6,445)	(6,445)	(6,445)	(6,445)
Gastos financieros		(9,116)	(7,109)	(5,102)	(3,094)	(1,087)
<b>Flujo Caja Financiero (FCF)</b>	<b>S/ 17,171.74</b>	<b>(1,008)</b>	<b>1,092</b>	<b>5,042</b>	<b>9,008</b>	<b>13,409</b>

Fuente: Elaboración propia

## *Análisis de Sensibilidad*

### **VAN (Valor Actual Neto)**

El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).

El VAN sirve para generar dos tipos de decisiones: en primer lugar, ver si las inversiones son efectuales y, en segundo lugar, ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos.

Los criterios de decisión van a ser los siguientes:

- **VAN > 0** : el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.
- **VAN = 0** : el proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.
- **VAN < 0** : el proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

VAN FINANCIERO	S/. 2,779
----------------	-----------

VAN ECONOMICO	S/. 50,387
---------------	------------

### **La Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

El criterio de selección será el siguiente donde “k” es la tasa de descuento de flujos elegida para el cálculo del VAN:

- **Si  $TIR > k$ , el proyecto de inversión será aceptado.** En este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.
- **Si  $TIR = k$ , estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero.** En esta situación, la inversión podrá llevarse a cabo si mejora la posición competitiva de la empresa y no hay alternativas más favorables.
- **Si  $TIR < k$ , el proyecto debe rechazarse.** No se alcanza la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión.

TIR FINANCIERO	12%
----------------	-----

TIR ECONOMICO	86%
---------------	-----

### **Beneficio costo (B/C)**

Es una herramienta financiera que compara el costo de un producto versus el beneficio que esta entrega para evaluar de forma efectiva la mejor decisión a tomar en términos de compra.

- $B/C > 1$  indica que los beneficios superan los costes, por con siguiente el proyecto debe ser considerado.
- $B/C=1$  Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- $B/C < 1$ , muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

Índice B/C Económico	3.93
----------------------	------

Índice B/C Financiero	1.16
-----------------------	------

El Resultado como beneficio costo económico nos indica que por cada S/.1 sol invertido en este plan de negocio, da un resultado de S/. 3.93, por lo que se obtiene un beneficio/costo de S/.2.93, la inversión se recupera y se genera S/. 1.00 de ganancia

Por otro lado, en relación con el resultado financiero, si nos indica que por cada S/. 1 invertido se obtiene un beneficio de S/. 1.16, se recupera S/. 1.00 y se genera como ganancia S/.0.16

### **Definición de los Indicadores de Desempeño**

Para poder medir el nivel en el que se encuentra el progreso de la empresa, se necesitan crear mecanismos que permitan medir su rendimiento, estos mismos ligados a los aspectos que se consideran más importantes en la empresa, para tal hecho se muestran cuales serán esos indicadores de medición y con cuanta frecuencia se deberán medir.

Se clasificará en 3 Aspectos:

- Rendimiento de la Utilidad; Este se medirá a través de la presentación de los estados financieros, el cual se solicitará su presentación por lo menos cada 6 meses para control interno.
- Efectividad de los Procedimientos; Esto se medirá a través del establecimiento de metas por cada operador, el seguimiento de los procedimientos establecidos y el control semanal de los resultados.
- Nivel de Satisfacción del Cliente; De manera mensual se realizarán encuestas para medir el nivel de satisfacción del cliente, a través de la formulación de un cuestionario con máximo 2 preguntas.

### **Calculo para medir el Nivel de los Indicadores de Desempeño.**

➤ **Rendimiento de la Utilidad:**

= Costos Totales / Ingresos por Ventas

➤ **Efectividad de los Procedimientos**

= Unidades producidas / Unidades Esperadas

➤ **Nivel de Satisfacción del Cliente**

= **Clientes Satisfechos / Total de clientes Encuestados**

*Tabla 40 Medición de Valores de los Indicadores de Desempeño.*

Ítem	Indicador de Desempeño (KPI)	Frecuencia de la Medición	Unidad medida	Satisfactorio	Regular	Malo
1	Rendimiento de la Utilidad	Semestral	%	>80%	70% - 50%	<50%
2	Efectividad de los procedimientos	Semanal	%	>80%	70% - 50%	<50%
3	Nivel de Satisfacción del cliente	Mensual	%	>80%	70% - 50%	<50%

## Conclusiones

- Capítulo I: La preocupación mundial desde hace algunos años es qué podemos hacer para contribuir a la conservación del medio ambiente y la naturaleza, hay indicios de que en los últimos años por la emisión de gases tóxicos se está degradando la capa de ozono que disminuyó, el 2010 fue el más alto año del agotamiento de la capa de ozono, provocando altos niveles de radiación ultravioleta, provocando enfermedades de la piel en los humanos y la migración de especies animales a otros hábitats. Los incendios forestales, además de destruir bosques y biodiversidad, también liberan grandes cantidades de CO<sub>2</sub> a la atmósfera; Enfermedades que afectan a las plantas; parásitos Son muchas las enfermedades de la piel que presentan los pacientes que visitan diariamente el Hospital Regional de Loreto, entre las que podemos mencionar sarna, picazón intensa por enfermedades crónicas, dermatitis atópica, alergias, impétigo, urticaria, pénfigo, psoriasis, piojos, lepra, vitíligo, alopecia o alopecias y enfermedades del sol, etc., según el Dr. Hugo Zamora Perea, médico dermatólogo, atendiendo hasta 20 pacientes por día en el Hospital Regional. A todo esto, con el tema de las fuertes temperaturas, nosotros con nuestra innovación buscaremos reducir el daño a la población, cuidando su piel.
- Capítulo II: El bambú como recurso forestal cumple un rol ecológico muy importante ofreciendo servicios eco-sistémicos como: la protección de las riberas de ríos y quebradas, regulación hídrica de las microcuencas, disminuye el riesgo de deslizamientos y huaycos debido a su red de rizomas, protege al suelo de la erosión y recicla nutriente alberga flora y fauna local, captura y almaceno dióxido de carbono y contribuye a la belleza paisajista. Como empresa queremos convertirnos en una marca reconocida en la industria textil a nivel nacional e internacional, brindando una alternativa a las prendas de la más alta calidad, buscando comodidad, versatilidad. También ser uno de los pioneros en el mercado

loretano en la comercialización de ropa ecológica y reconocida por la alta calidad de los diseños y acabados.

- Capítulo III: nuestro proyecto está dirigido para los sectores socioeconómicos A, B y C. Personas que buscan el bienestar de su salud. Personas que cuidan el medio ambiente y que les guste la moda ecológica. Seremos los pioneros en la ciudad en ofrecer un producto innovador y al mismo tiempo que les protegerá la piel por sus diferentes propiedades.
- Capítulo IV: Si bien nuestros productos tienen muy buenas propiedades para la salud de la piel, ya que nuestras telas están hechas de fibras naturales que te protegen de los rayos UV, lo que ayuda a proteger el medio ambiente, y además es un agente antibacteriano que protege más la piel. Además, presentaremos diferentes modelos para venderlos. Nuestra estrategia se basa en que en el mercado local existen pocos competidores en prendas a base de fibras que no sean de algodón.

Los productos que ofreceremos serán de calidad con un valor que concuerde con el precio y tendrán acceso al nivel socioeconómico al que estamos planteando como objetivo. Como ya se mencionó nuestro canal de distribución será manera directa, es decir seremos fabricantes y venderemos directamente al consumidor o cliente final. Estas prendas ecológicas se ofrecerán mayormente por los medios digitales ya esto nos ayuda a llegar más a nuestro público objetivo, ya que según estudios las personas suelen pasar más tiempo navegando por internet.

Contaremos con trabajadores capacitados acorde a cada área que se requiera para el buen manejo eficiente de nuestros recursos y el buen desempeño de la producción de nuestro producto. Finalmente se hace mención que tendremos un pronóstico de ventas de los 5 primeros años de la cual en el primer año tendremos una venta estimada de s/203,179.00.

- Capítulo V: En cuanto a nuestra producción para un buen desempeño, se manejarán diferentes normas que permitan el buen cuidado y trato hacia nuestros clientes y

trabajadores. En nuestra producción se llevarán a cabo diferentes flujos de procesos operativos, desde una adecuada investigación para la adquisición de telas ecológicas y que además estas sean de calidad, hasta la entrega de nuestro producto terminado al consumidor final. Al llevar una estrategia adecuada para poder negociar con los proveedores se puede llegar a buenos acuerdos para la obtención de nuestros materiales, como un precio adecuado y cómodo para la tela de bambú en buenas cantidades.

Como sabemos un adecuado proceso para el buen desempeño de producción viene desde un adecuado proceso de comparas de las materias primas, un buen almacenamiento, una buena producción, un proceso de estándares de calidad, hasta una buena distribución, esto para que los productos lleguen en óptimas condiciones al cliente.

- Capítulo VI: se demostró que una estructura adecuada para la organización es la de la funcional, ya que esto permite que los responsables de cada área tomen decisiones propias de acuerdo a sus criterios. En nuestro organigrama se mostró que tendremos diferentes puestos de trabajos necesarios de acuerdo a nuestras operaciones. Es importante realizar un adecuado reclutamiento de personas con perfil para los puestos de trabajos ya que éste nos permitirá tener más eficiencia dentro del trabajo.

Un adecuado plan de clima laboral y compensaciones ayudan a que los trabajadores elaboren sus funciones más motivados y comprometidos con la empresa. Es fundamental desde el principio formar nuestra empresa formalmente con todos los requisitos que mandan la ley, cumplir con normas que se nos establezcan, para en un futuro no tener problemas legales y manejar las cosas en orden.

## Recomendaciones

- Capítulo I: se recomienda que se siga indagando sobre los daños de las fuertes temperaturas, al mismo tiempo mejorar nuestro producto para el bienestar de la población, aumentando nuestra línea y gama de producto y satisfacer las necesidades del cliente.
- Capítulo II: buscar preservar el medio ambiente, como empresa debe de estar comprometido con la naturaleza, la RSE (responsabilidad social empresarial) debe de ser un pilar fundamental para ellos. Se recomienda realizar actividades relacionado a la siembra y preservación de la flora y fauna.
- Capítulo III: dentro de los diferentes factores que pueda existir en nuestro proyecto, se debe seguir buscando mejorar cada día nuestro producto ya que es muy bueno para la salud.
- Capítulo IV: Luego de haber concluido con este capítulo podemos dar algunas recomendaciones:
  - ✓ Utilizar la siguiente investigación para promocionar más nuestros productos por todos los medios para que sea más conocido y que la población se entere las características y beneficios que posee este tipo de tela(bambú).
  - ✓ Incentivar y promocionar este tipo de industria textil ecológica a nivel regional y nacional, para ayudar en buena parte al cuidado del medio ambiente.
- Capítulo V: Luego de haber concluido con este capítulo podemos dar algunas recomendaciones:
  - ✓ Investigar más herramientas que nos ayuden al proceso de calidad para que nos productos salgan en óptimas condiciones.

- ✓ Buscar más proveedores para poder negociar y tener varias alternativas y poder escoger la adecuada para la compra de nuestros materiales.
  
- Capítulo VI: Luego de haber concluido con este capítulo podemos dar algunas recomendaciones:
  - ✓ Solicitar que propongan normas y reglamentos que permitan el desarrollo y fortalecimiento de este tipo de industria textil ecológica y por qué no formar alianzas estratégicas con diferentes países para impulsar este tipo de industria.
  - ✓ Investigar e implementar nuevos métodos para un adecuado manejo de clima laboral o herramientas modernos que nos ayuden a que nuestros colaboradores se fidelicen con nuestra empresa y se sientan muy a gusto trabajar con nosotros.

## Bibliografía

- Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. (2020). *epa.gov*. Obtenido de <https://www.epa.gov/sites/default/files/documents/ozono.pdf>
- ANDINA . (05 de Setiembre de 2020). <https://andina.pe/agencia/noticia-el-20-los-consumidores-peruanos-aumentaron-sus-compras-online-durante-confinamiento-812658.aspx>. Obtenido de <https://andina.pe>
- CLIMATE CONSULTING. (2022). *climate.selectra.com*. Obtenido de <https://climate.selectra.com/es/que-es/deforestacion>
- DIARIO GESTIÓN. (Noviembre de 2018). *gestión.pe*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/peru-perdido-2-millones-hectareas-selva-virgen-2001-247430-noticia/#:~:text=en%20aislamiento%20voluntario,-.En%20Loreto%2C%20la%20regi%C3%B3n%20m%C3%A1s%20grande%20de%20Per%C3%BA%2C%20la%20deforestaci%C3%B3n,cerca%20de%20la%20lo>
- DIARIO LA REGIÓN. (2021). *diariolaregion.com*. Obtenido de <https://diariolaregion.com/web/enfermedades-a-la-piel-en-loreto-cada-ano-aumentan/>
- Directorio del Sector Bambú en el Perú. (Febrero de 2019). [https://www.usmp.edu.pe/centro\\_bambu\\_peru/pdf/DIRECTORIO\\_SECTOR\\_%20BAMBU-2019.pdf](https://www.usmp.edu.pe/centro_bambu_peru/pdf/DIRECTORIO_SECTOR_%20BAMBU-2019.pdf). Obtenido de <https://www.usmp.edu.pe>
- Economipedia. (Abril de 2021). <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-canales-de-distribucion.html>. Obtenido de <https://economipedia.com>
- ESAN BUSINESS. (17 de MARZO de 2017). <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-estructura-organizacional-funcional>. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe>
- HARVARD KENNEDY SCHOOL. (13 de ABRIL de 2022). <https://growthlab.cid.harvard.edu/publications/diagnostico-de-crecimiento-de-loreto-principales-restricciones-al-desarrollo>. Obtenido de <https://growthlab.cid.harvard.edu>
- HRider . (23 de FEBRERO de 2015). <https://www.hrider.net/cms/blog/1902/1/el-proceso-de-evaluacion-de-desempeno-i-diseno.html>. Obtenido de <https://www.hrider.net>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (30 de ABRIL de 2022). <https://www.gob.pe/institucion/mef/noticias/603578-la-economia-peruana-creceria-3-6-en-2022-y-se-continuará-con-el-manejo-fiscal-prudente-y-responsable>. Obtenido de <https://www.gob.pe>
- Repositorio Academico Universidad Peruana de Ciencias . (Enero de 2016). [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/618276/TARAZONA\\_YL.pdf?sequence=1](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/618276/TARAZONA_YL.pdf?sequence=1) . Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe>
- SCIELO. (OCTUBRE de 2007). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352007001000010#:~:text=Es%20el%20tipo%20de%20estructura,b%C3%A1sica%20de%20divisi%C3%B3n%20por%20departamentos](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007001000010#:~:text=Es%20el%20tipo%20de%20estructura,b%C3%A1sica%20de%20divisi%C3%B3n%20por%20departamentos). Obtenido de <http://scielo.sld.cu>
- SENSOR. (2021). <https://sensor.pe/estado-de-la-poblacion-peruana-2020/>. Obtenido de <https://sensor.pe>
- Weather Spark. (2022). *es.weatherspark.com*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/s/24250/3/Tiempo-promedio-en-el-invierno-en-Iquitos-Per%C3%BA#Figures-Temperature>
- Westreicher, G. (05 de DICIEMBRE de 2018). <https://economipedia.com/definiciones/escudo-fiscal.html> . Obtenido de <https://economipedia.com>

## **Anexos**