



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS: "CARTERA LONCHERA"

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:

BACALLA MOSCAYZA, KATHERINE
FLORES CAYO, INGRID LAURA
GARAY GOMEZ, VANESSA
QUIÑONES LEON, LUCIA

LIMA,
2019

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: _16_/_08_/2019

TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:	"PLAN DE NEGOCIOS: "CARTERA LONCHERA"
COMENTARIO/ SUGERENCIAS/ RECOMENDACIONES/ OBSERVACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuar el plan financiero de acuerdo con la estructura propuesta • corregir el análisis de costo, ya que en su lugar están presentando un presupuesto de costos • Utilizar tasa de descuento mensual para la determinación del VAN y la TIR, ya que los cálculos proyectados desde el inicio son a 12 meses. Utilizar el modelo sugerido en clase para determinar las proyecciones y los estados financieros • Interpretar los indicadores de rentabilidad hallados.

RESULTADO DEL TRABAJO FINAL					
*CODCAR	CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	**NOTA FINAL
	100017642	BACALLA MOSCAYZA, KATHERINE JHUDITH			16
	100021471	FLORES CAYO, INGRID LAURA			14
	100019074	GARAY GOMEZ, LIZ VANESSA			16
	100022844	QUIÑONES LEON, MARÍA LUCIA			16

**Nota final del curso aprobatoria (Excluir a quienes hayan desaprobado el curso)

Leyenda:

NOTA	CALIFICACION
13-15	Aprobado
16-18	Aprobado – Muy Buena
19-20	Aprobado – Sobresaliente

CODCAR	CARRERA
ISE	Ingeniería de Sistemas Empresariales
ISIG	Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión - CPE
IEN	Ingeniería Económica y de Negocios
ANI	Administración de Negocios Internacionales
MYA	Marketing y Administración
ADM	Administración de Empresas
ADMC	Administración de Empresas - CPE



Profesor del curso
Mg. Alvarez Pejerrey José Antonio

*Este documento debe ser enviado por correo electrónico a smezab@cientifica.edu.pe

AGRADECIMIENTO:

Primero darle a gracias a Dios por acompañarnos en cada día de nuestras vidas.

Gracias a las personas que, de alguna manera u otra, han aportado conocimientos en este proceso profesional.

Y una especial gratitud al profesor José Álvarez Pejerrey por su paciencia, dedicación motivación, criterio y aliento. Ha hecho que el proyecto sea fácil.

RECONOCIMIENTO:

A la universidad Científica del Sur, por
brindarnos la oportunidad de
desarrollar capacidades, competencias
y optar el Grado de Egresado de la
carrera profesional de Administración
de Empresas.

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo, es el análisis de una propuesta de negocio en el cual hemos evaluado diferentes áreas para poder identificar si es rentable, “CARTERAS LONCHERAS MYSELF”, nace de una idea diferente para la venta de carteras para damas con un estilo único. Lo que busca nuestra empresa al producir estas carteras loncheras, es dar una opción diferente a nuestros clientes, ofreciéndoles dos productos en uno solo como las carteras loncheras, diferentes colores y modelos, el cual ayuda a la comodidad de la mujer emprendedora. La presentación innovadora del producto constará fabricación y comercialización de las carteras, el cual el cliente tendrá la opción de elegir de acuerdo con sus gustos en colores y diseños variados. El proyecto proporcionará a los consumidores un ambiente cómodo y de fácil acceso para que puedan adquirir nuestro producto.

Contribución a la economía del país:

- ✓ Mediante la realización de este proyecto buscamos cooperar con el crecimiento del producto bruto interno (PBI) y el sector manufactura.
- ✓ Contribuimos con la mejora del nivel de empleo formal.
- ✓ A través de nuestros pagos de impuestos contribuiremos con la realización de obras públicas en el país.

Las presentaciones de nuestro producto son exclusivas. En el punto N°1 del trabajo podemos detallar el resumen ejecutivo, y en el punto N°2 descripción de la empresa, en el capítulo 3 describimos el análisis del entorno, en el punto N° 4 desarrollamos el sondeo del mercado. En el punto N°5 describimos análisis de la industria. En el punto N°6 plan estratégico de la empresa, en el N°7 desarrollamos nuestro plan de marketing, y el punto N°

8 plan de operaciones que comprende el diseño, proceso del servicio y el cálculo de la materia prima. Y en el punto N°9 detallamos nuestro diseño de estructura y plan de recursos humanos. En el punto N°10 Se desarrolla el plan financiero, y se detalla los presupuestos de venta e ingresos, costos, inversiones y el análisis económico financiero.

Nombre Comercial:

Carteras Loncheras Myself S.R.L.

Tipo de Organización

Nuestra organización será una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L), ya que el capital invertido para la empresa es dividido en 4 participaciones iguales. Por otro lado, al pertenecer a una Sociedad de Responsabilidad Limitada la ley establece que la constitución de reserva legal será de carácter voluntario y no obligatorio, lo que nos permitirá hacer uso de nuestro capital al integro.

Régimen Tributario

Estamos acogidas al Régimen Especial de la renta de tercera categoría pagando una tasa de 1.5% de sus ingresos netos mensuales. Siempre en cuando nuestras ventas sean hasta 150 UIT y además cuente como máximo con 10 trabajadores teniendo todos los beneficios según lo estipule la ley de Mypes. En este tipo de sociedad tendremos las siguientes obligaciones tributarias: Emitir boletas, facturas, ticket, liquidación de compra y otros documentos complementarios de pago. A su vez el SRL nos solicita llevar: un registro de ventas, un registro de compras y planilla de trabajadores.

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Descripción del Producto y del Negocio

CARTERTAS LONCHERAS MYSELF, será una empresa manufacturera dedicada a la producción y comercialización de carteras loncheras de diferentes colores y diseños. Lo que se busca es brindar al cliente comodidad teniendo nuestro producto como mejor alternativa con nuestros diseños innovadores y una experiencia de compra única. Nuestra empresa estará ubicada en la Av. Nicolas Ayllon 15004 en el distrito de Santa Anita.



Para una empresa en marcha

La empresa Cartera Lonchera Myself SRL se fundará para enero del 2020, conformado por cuatro accionistas: Vanessa Garay, Ingrid Flores, Katherine Bacaya y Lucia Quiñones. La razón de fundar este negocio fue por la necesidad que estamos pasando las mujeres de hoy en día que trabajamos, estudiamos y realizamos diferentes actividades, donde necesitamos una cartera que nos permita llevar nuestras pertenencias personales y nuestro almuerzo. El producto que se venderá es carteras-loncheras fabricadas con cuero sintético a precios accesibles. Dirigido a mujeres desde 18 a 35 años.

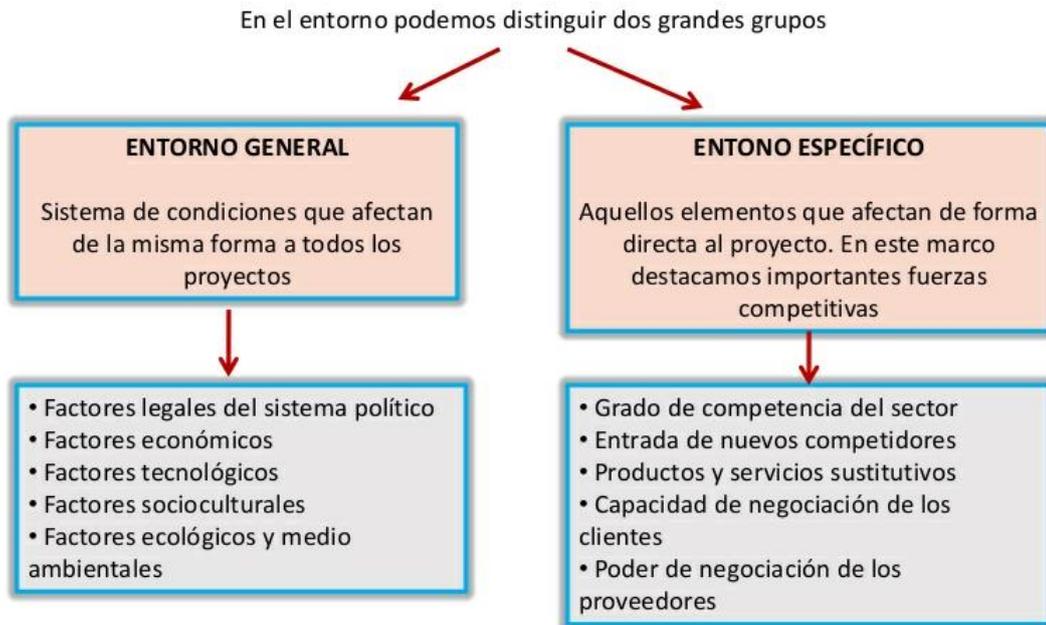
Para una nueva iniciativa empresarial

En este punto se busca analizar la diferenciación del producto que nos permitirá captar clientes ya que es un producto novedoso que presenta las siguientes características:

- ✓ Comodidad.
- ✓ Calidad.
- ✓ Diseñada para doble uso.
- ✓ Garantía.
- ✓ Precio accesible.
- ✓ Estilo moderno y novedoso.
- ✓ Cartera diferenciada de la competencia.

3. ANALISIS DEL ENTORNO

El entorno de nuestro proyecto puede verse afectados por elementos externos que puedan influir sobre él; fuerzas personas y organismos que afectan, directa o indirectamente a los resultados.



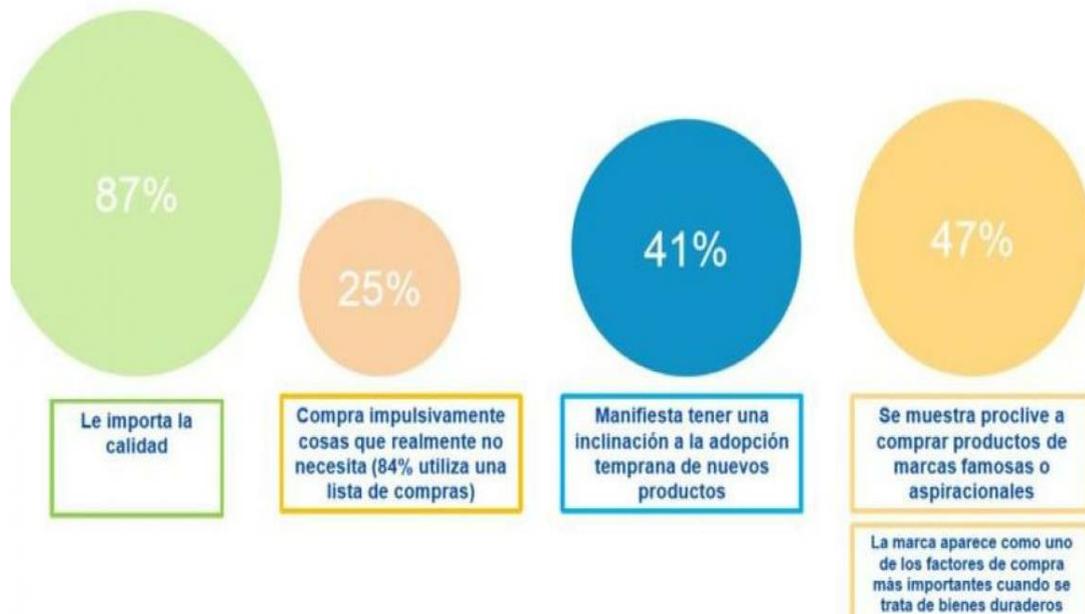
Análisis del Sector

Sector Manufactura

La industria manufacturera en el Perú ha experimentado un considerable crecimiento este año en el mes de marzo 2019 a un 3.7 %. De acuerdo a la información brindada por el diario portal Agencia Andina, la industria manufacturera aporta el 16.5% al PBI nacional y emplea más de 1.5 millones de trabajadores.

4. SONDEO MERCADO

Características del consumidor peruano:



FACTORES DE SEGMENTACIÓN	
GEOGRÁFICO	Distrito de Santa Anita
DEMOGRÁFICO	Edad: 18 a 35 años. Sexo: Mujeres – Adolescentes. Sueldo: Promedio básico S/ 930 mensual
PSICOLÓGICO	Personalidad: Activas que trabajen, estudien. Estilo de percepción: Que gusten las cosas prácticas y cómodos.
ESTILO DE VIDA	Clase social: B-C Alimentación saludable
USO DEL PRODUCTO	Llevar objetos personales y refrigerio.
BENEFICIOS DEL PRODUCTO	Comodidad para llevar el almuerzo y accesorios personales en una cartera que cuenta con dos compartimientos.

Sondeo de mercado a nivel local

Consideramos realizar una encuesta que nos permita saber las preferencias y opiniones de nuestros posibles clientes.

CARTERA LONCHERA

Tema	Nivel de respuesta				
	Muy Poco	Poco	Regular	Bueno	Muy Bueno
¿El producto nuevo cubriría tus necesidades?					X
El cuero sintético es resistente al agua, ¿considerarías que es un buen material para el producto?					X
¿Consideras el producto novedoso?					X
¿Conoces algún otro producto similar con las mismas características?				X	
¿Recomendarías el producto a tus amigas?					X
¿Te gustaría encontrar nuestros productos?				X	

Estudio de mercados internacionales

Por el momento no consideramos realizar ventas internacionales, ya que nuestro objetivo principal es posesionarnos principalmente en el Perú.

5. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

No contamos con competidores directos porque somos los únicos que ofrecemos estos productos (cartera-lonchera), sin embargo, hay productos sustitutos que vendrían a ser competidores indirectos como, por ejemplo: Crepier, Aldo, Tizza, etc. Que venden solo carteras de un solo uso.

6. PLAN DE ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

Análisis Interno	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • PRODUCTO INNOVADOR Y ORIGINAL. • MODELOS EXCLUSIVOS DE BUENA CALIDAD. • TRABAJO EN EQUIPO DE TODAS LAS ÁREAS DE LA EMPRESA. • DIFERENTES DISEÑOS Y ESTILOS DE CARTERA. 	<ul style="list-style-type: none"> • FALTA DE MAQUINARIA. • FALTA DE EXPERIENCIA DE TRABAJADORES. • FALTA DE RECURSOS FINANCIEROS. • FALTA DE CAPACITACIÓN.
Análisis Externo	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • OFRECER PROMOCIONES Y DESCUENTOS AL ALCANCE DEL BOLSILLO. • FALTA DE ORIGINALIDAD EN LA COMPETENCIA. • COSTOS ALTOS EN EL MERCADO. • PLAZO DE ENTREGA RÁPIDO. 	<ul style="list-style-type: none"> • POCO RECONOCIMIENTO EN EL MERCADO POR SER NUEVA MARCA. • MARCAS YA EXISTENTES QUE SON RECONOCIDAS. • PROBLEMAS CON PROVEEDORES. • ADAPTARSE AL NUEVO PRODUCTO.

Visión

Ser una empresa reconocida por nuestros clientes a nivel nacional, buscando la excelencia e innovación en los productos.

Misión

Satisfacer las necesidades y gustos de los clientes con la elaboración y comercialización de las carteras loncheras de cuero sintético de diferentes diseños y colores a precios accesibles, además de generar plazas de trabajo a personas de escasos recursos que tengan la habilidad de elaborar carteras.

Objetivos estratégicos

Para nuestra idea de negocio que consiste en la fabricación y comercialización de cartera/lonchera tiene como objetivos estratégicos:

- Posicionarse como la marca líder en los próximos 5 años. Como empresa innovadora en diseños, comodidad y calidad.
- Contar con personal calificado en cada puesto de la empresa; para el desarrollo de las actividades.
- Participar en ferias nacionales; para dar a conocer nuestra cartera/lonchera.
- Obtener una rentabilidad de 20% durante los próximos 5 años.

Estrategia de Negocio

¿Cómo vamos a actuar para alcanzar los objetivos propuestos y cómo vamos a responder a la competencia?.

Nuestra estrategia es la de enfoque en diferenciación es decir estamos orientados a un segmento específico que son: mujeres entre las edades de 18 y 35 años del segmento B-C que trabajan o estudian y tienen la necesidad llevar sus alimentos de una manera más fácil y cómoda. Es por ello que nuestra cartera presenta estos atributos y debemos mantener el diseño ya que es un modelo único y la competencia no lo posee.

Fuentes generadoras de ventajas competitiva

Creación de valor:

- Nuestro producto es innovador (cartera/lonchera); ya que no existe en el mercado.
- Material de cuero (poliuretano).
- Contamos con personal capacitado en la fabricación de las carteras.

PLAN DE MARKETING

Nuestro público objetivo son todas las mujeres entre las edades de 18 y 35 años de los segmentos en crecimiento que son B y C; mujeres que trabajan y estudian; lo que se busca es lograr el posicionamiento de la marca y/o producto en el mercado a un corto plazo.

¿Cuáles son las características del producto que le agregan valor al cliente?

- Cartera/lonchera modelo único recién puesto en el mercado.
- Producto de calidad a base de cuero.
- Comodidad y fácil de transportar sus alimentos y accesorios personales.
- Precio accesible.

¿Cuál es el perfil del cliente objetivo?

Demográficas:

Género: mujer.

Edad: 18 a 35 años.

Ocupación: Profesionales y técnicos, oficinistas, estudiantes, etc.

Ingresos: s/ 930.00 -1,500.00.

Psicográficas:

Clase social: nivel socioeconómico B y C.

Estilos de vida: mujeres modernas, multifacéticas.

Personalidad: sociables, sofisticadas.

Conductuales:

Beneficios: calidad, comodidad y durabilidad.

Situación de compra: ocasión ordinaria.

¿Características de los competidores?

Los posibles competidores al cual nos enfrentamos aún no han diseñado este nuevo modelo de cartera/lonchera; es por eso que no son competidores directos, sino que sus modelos de carteras son las normales. (Diseño básico).

Estos posibles competidores que son Crepier, Platanitos, entre otras marcas están ubicados dentro del mall, centros comerciales, galerías o ferias. Por ende tiene mayor acogida; ya que cuentan con experiencia y posicionamiento en el mercado creemos que nuestro modelo innovador saldrá a flote y será uno de los más demandados.

¿Qué segmento del mercado se desea atender?

El segmento a dirigir son B y C

Distribución de zonas.



DISTRIBUCIÓN DE ZONAS APEIM POR NSE 2018 - LIMA METROPOLITANA

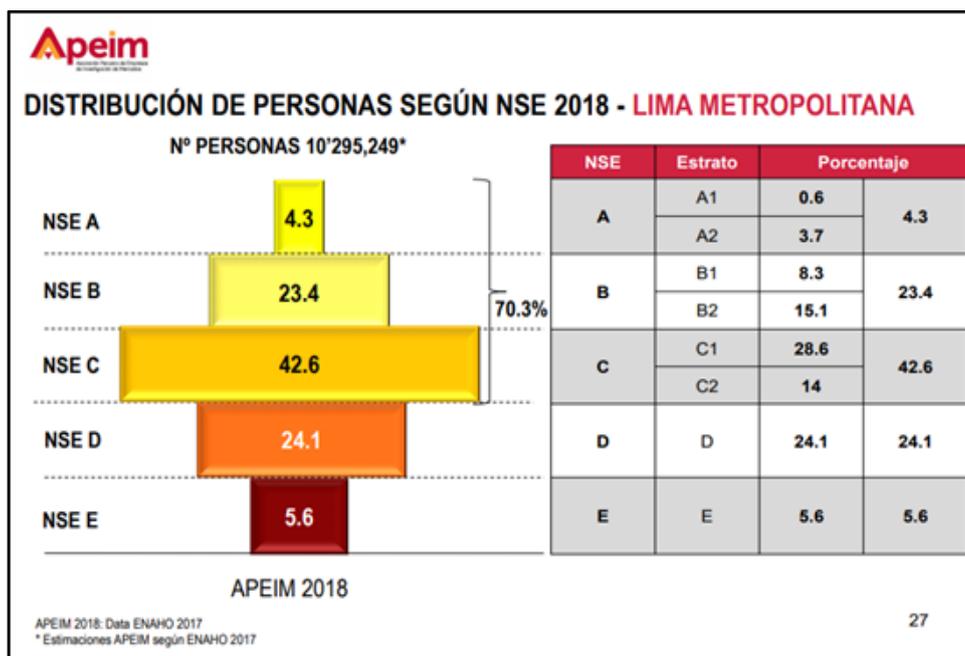
(%) VERTICALES

ZONA	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
Total	100	100	100	100	100
Zona 1 (Puente Piedra, Comas, Carabaylo)	0.0	6.1	8.7	14.8	13.2
Zona 2 (Independencia, Los Olivos, San Martín de Porras)	4.7	11.5	11.9	7.8	3.5
Zona 3 (San Juan de Lurigancho)	2.1	7.0	9.7	11.0	13.7
Zona 4 (Cercado, Rimac, Breña, La Victoria)	8.2	17.9	16.2	15.4	9.1
Zona 5 (Ate, Chaclacayo, Lurigancho, Santa Anita, San Luis, El Agustino)	2.4	5.1	12.3	15.4	17.9
Zona 6 (Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel)	19.8	15.4	3.7	1.0	1.8
Zona 7 (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina)	55.6	15.0	2.5	1.3	1.2
Zona 8 (Surquillo, Barranco, Chorrillos, San Juan de Miraflores)	3.5	10.0	9.2	6.0	4.6
Zona 9 (Villa El Salvador, Villa María del Triunfo, Lurín, Pachacamac)	.8	3.4	13.0	15.2	15.8
Zona 10 (Callao, Bellavista, La Perla, La Punta, Carmen de la Legua, Ventanilla)	2.8	8.2	11.3	10.3	15.6
Otros	0.0	0.5	1.4	1.9	3.4
Muestra	229	1085	1646	861	237
Error (%)*	6.48	2.97	2.42	3.34	6.37

APEIM 2018: Data ENAHO 2017
* Estimaciones APEIM según ENAHO 2017

15

Distribución de personas



Población Femenina

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA FEMENINA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2007-2017
(Miles de personas)

Ámbito geográfico	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	6 555.8	6 662.4	6 811.7	6 995.0	7 062.7	7 137.5	7 224.9	7 204.7	7 210.1	7 439.6	7 636.7
Área de residencia											
Urbana	4 758.9	4 867.3	4 988.0	5 214.8	5 316.3	5 441.0	5 538.6	5 545.9	5 568.5	5 834.3	6 034.6
Rural	1 796.9	1 795.1	1 823.7	1 780.2	1 746.4	1 696.5	1 686.3	1 658.7	1 641.6	1 605.3	1 602.1
Región natural											
Costa	3 527.1	3 568.5	3 679.5	3 811.6	3 837.3	3 943.3	3 941.9	3 933.8	3 920.3	4 128.2	4 280.4
Sierra	2 283.7	2 356.8	2 381.7	2 405.2	2 429.4	2 389.8	2 477.3	2 460.5	2 480.5	2 477.1	2 491.0
Selva	745.0	737.1	750.5	778.3	796.0	804.4	805.7	810.4	809.3	834.3	865.2
Departamento											
La Libertad	359.3	361.1	392.5	399.5	395.5	418.1	411.1	415.3	411.9	430.1	433.8
Lambayeque	269.2	271.7	288.4	291.6	288.7	282.7	294.9	281.3	276.6	296.5	291.8
Provincia de Lima 1/	1 875.0	1 926.5	1 945.2	2 021.2	2 074.2	2 134.0	2 100.9	2 108.2	2 133.7	2 215.2	2 350.1
Región Lima 2/	189.9	190.8	199.2	195.5	215.9	215.6	201.1	197.2	197.6	220.2	219.6
Loreto	190.3	177.5	177.0	183.4	183.9	201.5	206.7	196.6	198.1	196.4	205.7
Madre de Dios	21.7	23.1	23.0	25.2	23.2	26.3	26.7	26.8	26.7	26.0	28.8

FUENTE :INEI

Ingreso Promedio Mensual Femenina

INGRESO PROMEDIO MENSUAL PROVENIENTE DEL TRABAJO DE LA POBLACIÓN OCUPADA FEMENINA, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, 2007 - 2017											
(Soles corrientes)											
Ámbito geográfico	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	652.3	673.2	740.0	737.0	818.6	903.2	935.5	984.7	1 052.7	1 100.6	1 107.3
Area de residencia											
Urbana	741.3	755.7	832.3	820.2	900.3	1 001.7	1 033.5	1 089.6	1 161.2	1 216.9	1 218.5
Rural	240.8	283.1	304.9	329.1	392.1	389.8	401.0	414.2	433.4	424.1	441.6
Región natural											
Costa	774.1	790.6	865.3	842.5	931.8	1 038.0	1 077.3	1 133.4	1 230.4	1 291.0	1 298.3
Sierra	424.6	450.6	504.4	542.0	613.6	649.5	683.8	733.2	742.2	766.2	763.4
Selva	531.8	585.0	631.2	639.2	700.0	801.9	800.3	792.0	868.1	869.6	898.4
Departamento											
Amazonas	454.1	531.5	524.6	597.1	573.4	707.6	709.3	678.9	737.6	812.7	754.2
Ancash	495.8	484.7	555.3	596.9	676.0	764.9	730.3	788.8	768.4	810.2	805.4
Apurímac	384.6	427.8	437.4	554.9	451.9	554.9	635.0	709.9	735.2	653.9	762.2
Arequipa	626.0	669.4	772.0	770.3	928.5	930.1	986.6	968.5	1 006.4	1 093.8	1 103.2
Ayacucho	384.0	425.0	459.4	471.3	551.3	585.9	634.9	593.3	661.7	771.1	789.2
Cajamarca	324.0	355.1	396.2	440.4	567.1	550.7	608.2	559.8	587.4	546.4	598.5
Callao	737.0	812.1	923.0	855.7	838.6	950.8	1 070.4	1 224.8	1 204.8	1 231.6	1 252.1
Cusco	503.7	485.0	583.5	590.1	686.7	776.0	775.8	910.0	905.5	922.1	850.7
Huancavelica	295.9	340.5	393.7	423.5	472.6	420.0	470.7	490.5	533.9	548.1	550.8
Huánuco	384.0	394.4	428.5	477.4	588.5	686.2	749.2	708.3	764.8	728.4	705.6
Ica	583.6	604.2	685.3	699.5	793.9	741.3	812.5	887.5	1 001.8	1 042.3	1 051.7
Junín	536.2	554.3	610.9	597.2	633.0	658.5	715.4	755.4	855.0	844.8	835.2
La Libertad	836.2	536.1	646.1	568.9	657.6	645.5	761.0	841.9	922.1	879.4	891.6
Lambayeque	415.3	409.8	443.1	486.0	519.1	612.1	597.5	653.5	731.9	774.3	816.5
Provincia de Lima 1/	904.1	972.2	1 050.4	1 014.2	1 123.3	1 262.1	1 308.3	1 367.6	1 492.2	1 604.3	1 581.1
Región Lima 2/	741.3	635.9	638.6	721.7	718.2	860.5	797.5	851.1	937.5	958.2	936.3

FUENTE :INEI

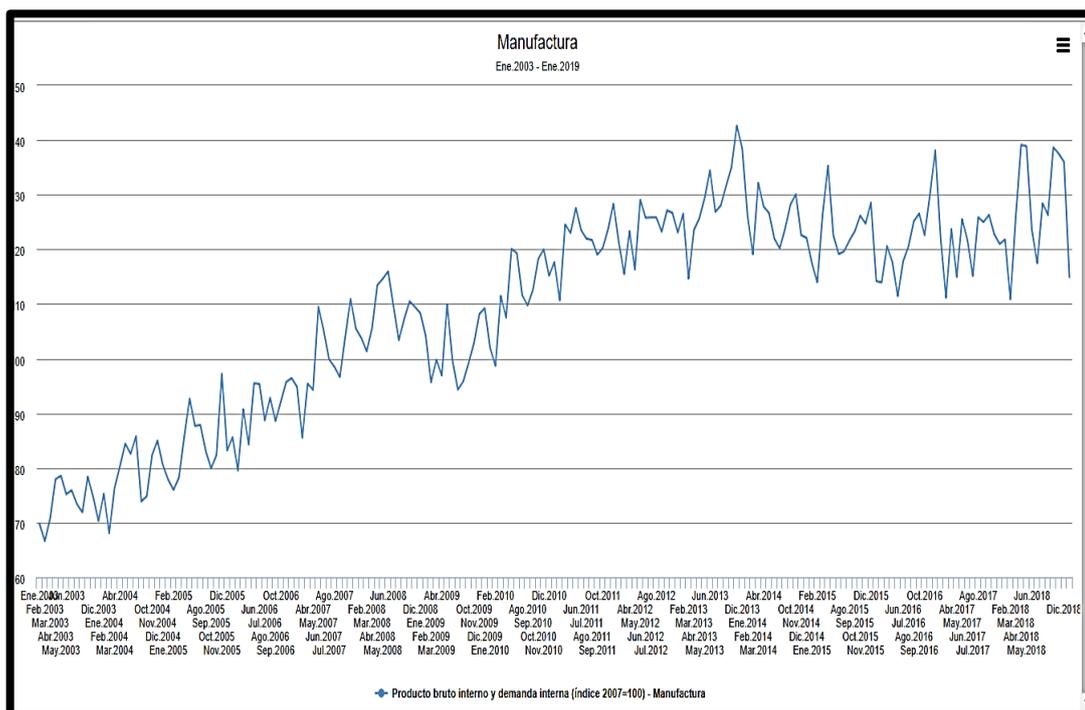
Objetivos de marketing

Estos objetivos se establecen de acuerdo a la capacidad de producción y la demanda.

La mezcla de marketing

ANÁLISIS DEL SECTOR: El sector Manufactura

Según último informe del BCRP. La entidad mantuvo su proyección de crecimiento de la economía peruana para este año 2019 del 4%; los cuales será impulsada por el sector pesca (30%), construcción (6%), agropecuario (6%) y Manufactura (5.6%).



PBI POR SECTORES ECONÓMICOS (Variaciones porcentuales reales)								
	2016	2017	2018		RI Set.18		RI Jun.18	
			I Trim.	II Trim.	2018*	2019*	2018*	2019*
Agropecuario	2,7	2,6	5,7	10,2	6,0	4,0	4,8	4,0
Pesca	-10,1	4,7	6,1	29,2	30,0	-4,2	30,0	-4,2
Minería e hidrocarburos	16,3	3,4	0,4	-0,7	-1,1	4,6	0,1	4,0
Minería metálica	21,2	4,5	1,6	-2,2	-1,1	5,0	0,5	3,5
Hidrocarburos	-5,1	-2,4	-5,9	8,6	-0,4	2,2	-2,0	7,6
Manufactura	-1,4	-0,2	0,5	10,8	5,6	3,6	5,1	3,8
Recursos primarios	-0,6	1,9	0,5	21,3	10,7	4,1	9,9	4,1
Manufactura no primaria	-1,6	-0,9	0,6	6,5	3,8	3,4	3,5	3,8
Electricidad y agua	7,3	1,1	2,0	4,6	3,4	4,0	3,3	4,0
Construcción	-3,0	2,1	4,6	7,4	6,0	7,0	7,5	8,0
Comercio	1,8	1,0	2,7	3,2	3,3	3,1	3,7	3,8
Servicios	4,0	3,3	4,2	5,1	4,5	3,9	4,1	4,2
PRODUCTO BRUTO INTERNO	<u>4,0</u>	<u>2,5</u>	<u>3,1</u>	<u>5,4</u>	4,0	4,0	4,0	4,2
Nota:								
PBI primario	10,0	3,1	1,7	5,9	2,6	4,2	2,9	3,8
PBI no primario	2,5	2,3	3,5	5,2	4,3	4,0	4,3	4,3

Descripción del producto o servicio

La cartera /lonchera esta hecha de un material de cuero poliuretano; es un cuero compacto, rígido y flexible por ello resulta tan resistente y duro.

Además un “plus” que lo hace más apropiado es que es muy suave al tacto.

Tiene diferentes compartimientos.

Tendremos cartera/loncheras de distintos colores.

Es cómoda y amplia ya que tiene dos entradas una para los alimentos y otra para los accesorios personales.

La cartera lonchera estará bajo una supervisión de calidad para que sean productos duraderos en el tiempo.

Este producto contará con garantía durante los 3 primeros meses después de realizada la compra.

Se brindará asesoría a los clientes para su uso y moda.

Estrategia de Precio

Teniendo en cuenta el análisis respecto a la calidad de nuestras carteras/loncheras, el diseño único, el segmento, el NSE, la competencia, el mercado y de los costos de producción; hemos optado por elegir el precio de s/150.00

La venta será por docenas para los mayoristas.

Materiales	Precio
Cuero poliuretano 1 metro	S/ 48.00
Hilo encerado carrete	s/ 7.00
Hebillas	s/ 0.30
Neopreno 50 cm	s/9.90
Satén 50 cm	s/9.90
Remaches y broches	s/ 0.20
Total	s/75.30

Se busca una ganancia de 100% por lo cual el precio de venta seria s/ 150.00

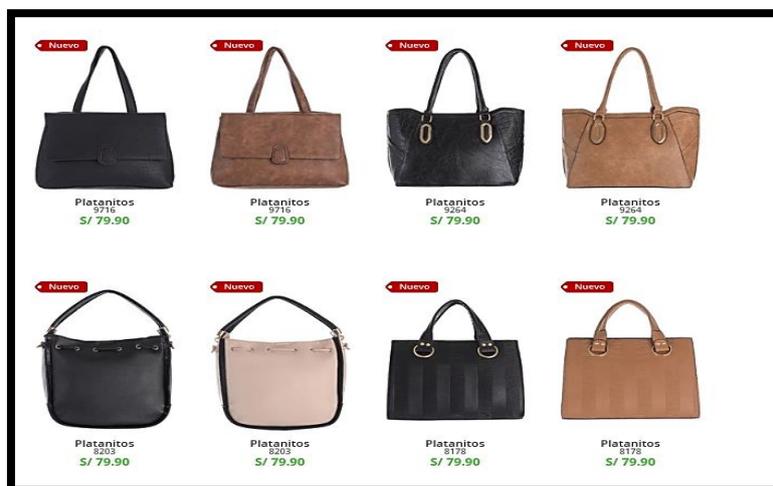
Apeim
Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados

INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2018 - LIMA METROPOLITANA

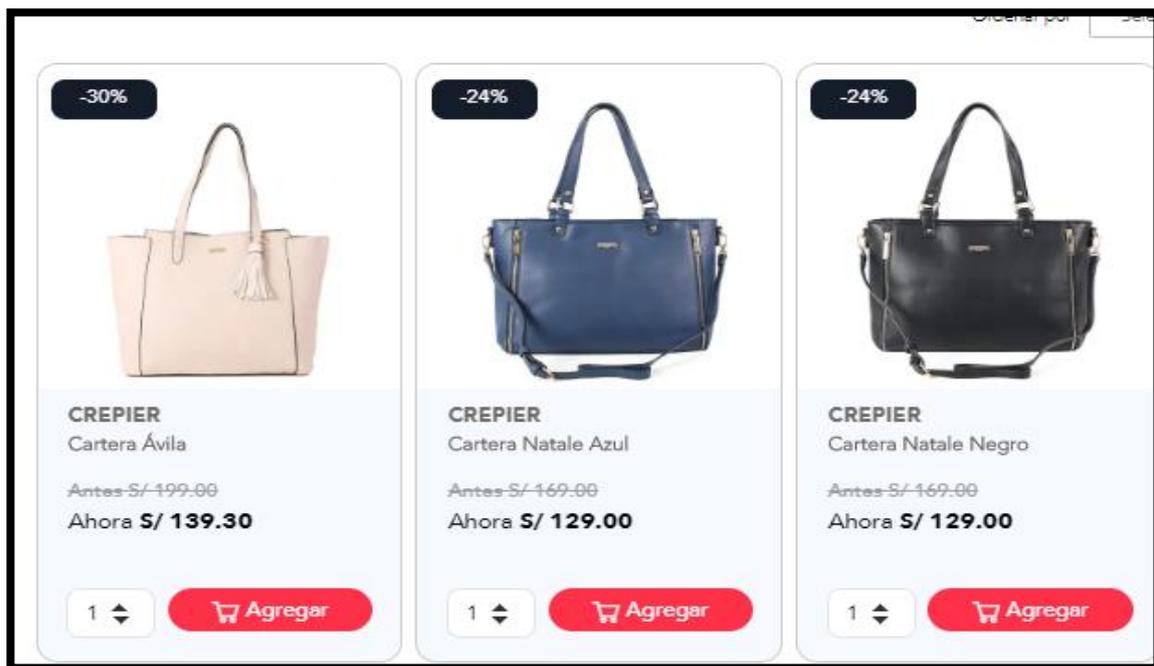
PROMEDIOS	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – gasto promedio	S/. 1,239	S/. 1,529	S/. 1,448	S/. 1,268	S/. 1,300	S/. 1,200	S/. 1,046	S/. 807
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 182	S/. 377	S/. 258	S/. 163	S/. 171	S/. 147	S/. 123	S/. 102
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – gasto promedio	S/. 472	S/. 1,177	S/. 688	S/. 416	S/. 439	S/. 367	S/. 297	S/. 203
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – gasto promedio	S/. 185	S/. 885	S/. 265	S/. 132	S/. 142	S/. 112	S/. 93	S/. 75
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 249	S/. 671	S/. 357	S/. 220	S/. 230	S/. 198	S/. 150	S/. 103
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – gasto promedio	S/. 388	S/. 1,358	S/. 689	S/. 299	S/. 340	S/. 214	S/. 143	S/. 81
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – gasto promedio	S/. 483	S/. 1,427	S/. 814	S/. 403	S/. 444	S/. 319	S/. 212	S/. 137
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – gasto promedio	S/. 215	S/. 484	S/. 287	S/. 200	S/. 213	S/. 174	S/. 143	S/. 121
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 3,412	S/. 7,908	S/. 4,807	S/. 3,100	S/. 3,278	S/. 2,732	S/. 2,208	S/. 1,627
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*	S/. 4,744	S/. 13,105	S/. 7,104	S/. 4,059	S/. 4,310	S/. 3,540	S/. 2,760	S/. 1,987

Competencia precio

Platanitos



Crepier



Estrategia de distribución o plaza

Nuestras carteras/loncheras serán fabricadas y distribuidas desde nuestra planta que estará ubicada en Santa Anita en un local de 70 m²; en el primer piso que es la casa de uno de los administradores.

Se adoptará un canal de distribución selectivo; es decir que nuestras carteras pasaran de la fábrica al mayorista y este al consumidor final o también directamente al consumidor final.

Habrá personal capacitado para la venta de nuestras carteras/loncheras.

Mediante publicidad a través de las redes sociales llegaremos a nuestros clientes.



Estrategia de promoción

Se utilizarán las redes sociales, se lanzarán spots publicitarios y/o videos virales que se pueda distribuir en la plataforma de youtube; contaremos con catálogos de nuestros productos.

Se lanzarán liquidaciones de 30% de descuento para mercadería ambigua que no haya salido de almacén.

Participar y comercializar nuestras carteras en eventos o ferias del rubro donde se den a conocer a través de operaciones de bajo costo.

Contaremos con vendedores capacitados que sepan y conozcan el producto y saque a flote los atributos de este.

El objetivo es aumentar las ventas y posicionar nuestro producto.

Estrategia de servicio al cliente o post venta

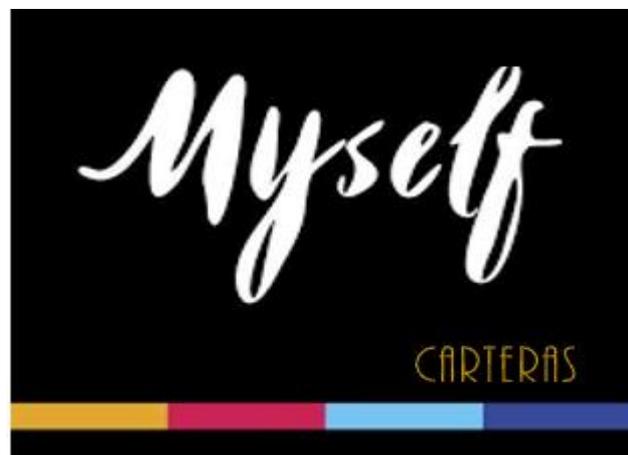
Se brindará garantía a las carteras/loncheras por los primeros 3 meses; ante cualquier falla que está presente, desgarradura, rotura, problemas con el cierre, descosadura, etc.

Al momento de la entrega del producto este estará cubierto por un bolso de tela simple que dará una mejor imagen de nuestro producto.

Se brindará a nuestras clientas asesoría de imagen de acuerdo a la ocupación.

Estrategia de posicionamiento

Nuestra estrategia de posicionamiento se basará en que nuestras carteras/loncheras son un producto innovador; y nuestra imagen tendrá un recordatorio en nuestras clientas.



PLAN DE OPERACIONES

Objetivos de Operaciones

El área de operaciones cumple un papel importante en toda empresa, ya que es el área que centra los procesos para un sistema productivo, pues:

“La producción se lleva a cabo por medio de la ejecución de un conjunto de operaciones integradas en proceso. Por este motivo a la dirección de la producción se la denomina en muchas ocasiones, dirección de operaciones, es corriente referirse a las operaciones como la actividad propia de la operación”. (Cuatrecasas, 2011, pág. 13).

Actividades previas al inicio de la producción.

Ficha técnica del producto

Como materia principal usaremos el cuero de poliuretano; este se posiciona como uno de los materiales sintéticos más sostenibles y saludables, ya que tiene un aspecto bastante similar al cuero.

El PU (tapiz de resistencia) está conformado de material derivado de la fabricación de cuero animal. La textura del cuero de poliuretano naturalmente es blanda y resistente. No se agrieta ante la exposición solar. Algunos cueros similares, si pueden presentar ciertas rajaduras. Es por ello que el cuero PU se utiliza en tapicería de automóviles y del hogar.

Este material es mucho más respetuoso con el medio ambiente. A diferencia del cuero genuino proveniente de animales. Este insumo no necesita de procesos de curtido de cuero con métodos de sales cromo, amoníaco y otras

sustancias químicas. La exposición de estas sustancias no solo afecta al medio ambiente, también pueden afectar a la salud humana. Muchos especialistas de la medicina indican que dichas sustancias pueden provocar enfermedades cardiovasculares y respiratorias.

Asimismo, las carteras de cuero PU presentan un aspecto cuidado y agradable al tacto, son flexibles y resistentes.

Las carteras se fabricarán en diferentes colores, tamaños y diseños.

Como empresa concientizada con el medio ambiente, estamos proponiendo que la presentación de nuestro producto sea en bolsas ecológicas. De esta manera los clientes verán que la organización no solo vende productos novedosos y de vanguardia; si no que es una empresa con responsabilidad social.

Descripción de materiales

- **Materiales sintéticos (poliuretano):** El cuero sintético de poliuretano es flexible, y tiene una alta resistencia a los rayos solares que el cuero tradicional, por lo que no se grieta fácilmente.
- **Funda de satén:** Es un tejido muy popular, que está compuesta de seda o rayón. La tela satinada tiene un brillo muy especial que hace que el material sea de primera clase.
- **Funda de Neopreno:** La flexibilidad y durabilidad, hacen que este insumo sea ideal para la confección de todo tipo de fundas.

- Remaches – Hebillas: Accesorios metálicos.

La distribución y entrega del producto será en una bolsa ecológica. Como empresa con responsabilidad social corporativa apostamos en concientizar al consumidor sobre la importancia de la protección ambiental. Si cuidamos del medio ambiente y del producto a comercializar.

Instalación (ubicación del taller).

La locación de nuestro taller será en Santa Anita. En un local de 70 m². Que permita tener el espacio suficiente para el almacenamiento de la materia prima, fabricación, empaquetado y distribución.

Características del local

Elegimos el distrito de Santa Anita, por la carretera ya que hace parte del eje transversal más importante del Perú.

Máquinas y equipos

MAQUINA	CARACTERISTICA	FUNCIÓN
MAQUINA CORTADORA CIRCULAR	TAMAÑO DE DISCO: 4 pulgadas CAPACIDAD DE CORTE: 25 mm VELOCIDAD: 660/790 rpm MOTOR: Eléctrico de alto desempeño	-Cortar los moldes de manera rectos o con curvas graduales. -Corte de pliegos de tela con anchuras de hasta el 40% del diámetro del disco.
MAQUINA PLANA	PUNTADA POR MINUTO: 2500 ppm LARGO DE PUNTADA: 6.0 mm ALTURA DE PIE: 29mm TIPO DE AGUJA: DPX17/14/20 TIPO DE MATERIAL: Mediano Pesado PESO NETO: 24 Kg	- Coser, afinar las orillas cortando todos los hilos sobresalientes de las telas. Coser, unir las piezas. Afinar las esquinas de las carteras. -Bordar los diseños.

MAQUINA BORDADORA	VELOCIDAD DE BORDADO: 1.200 ppm CAMPO DE BORDADO PLANO: 52 x 36 cm BATIDOR TUBULAR: 41,2 cm x 37,5 cm CAPACIDAD DE MEMORIA: 2.000.000 puntadas.	-Bordado profesional con un rendimiento óptimo. - Incluye laser para centrar el diseño en la parte deseada, lámpara LED para ayudar en el enhebrado, sensor de rotura de hilo con parada automática.
-------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

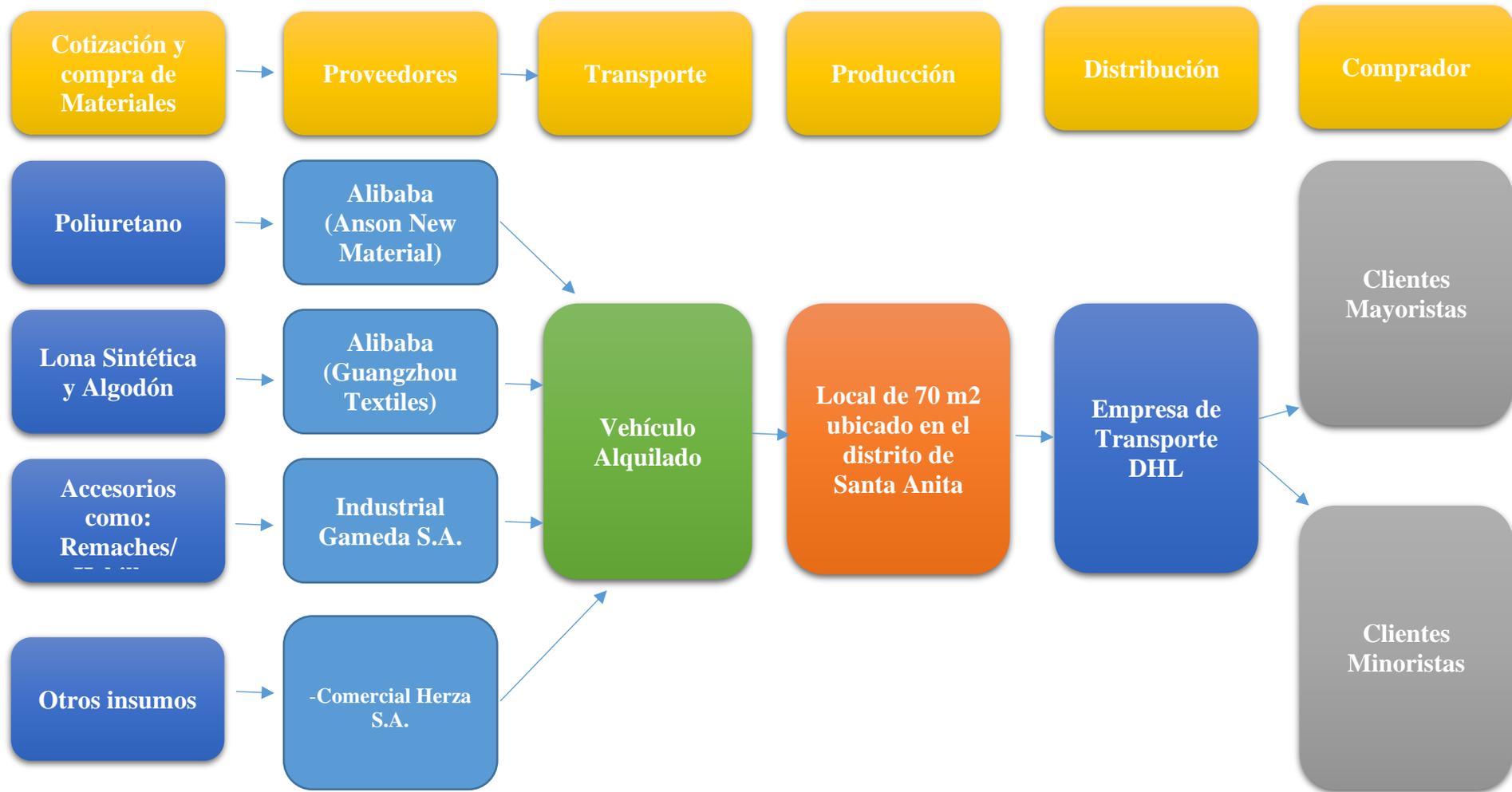
Descripción: Cadena de suministros

El proceso empieza con la cotización y compra del insumo principal como: poliuretano. Éste se adquiere en Alibaba (Anson Newe Material), material de importación; el material se comprará por \$ 12.00 el metro (incluido el envío), con un tiempo de envío de 7 días hábiles. Los demás insumos como: cierres, hilos, hebillas, remaches, etc., se adquieren en empresas peruanas como: Comercial Herza S.A. e industrial Gameda S.A, ambas empresas son reconocidas en el mercado por la calidad de sus productos.

Para el transporte de los insumos mencionados, contaremos con un vehículo alquilado, que asistirá en todo el recorrido de la compra. Éstos serán llevados a nuestra planta de producción que esta ubicado en el distrito de Santa Anita. La distribución y comercialización de nuestro producto finalizado, contrataremos los servicios de la empresa DHL. La empresa que brinda el servicio de courier será la encargada del reparto a los clientes mayoristas y minoristas.

Anexo 1

CADENA DE SUMINISTROS



Descripción del proceso constructivo

El primer proceso se inicia con la compra de insumos. Materiales como: cuero sintético, accesorios, entre otros. El cuero sintético se obtendrá de la empresa china Anson New Material. El proveedor extranjero es una empresa con gran reconocimiento en el mercado por su trayectoria y calidad. Como otros insumos, se tiene a los proveedores: Comercial Herza e Industrial Gameda S.A. Ambas compañías son reconocidas a nivel nacional por la calidad y el buen precio.

Estos serán transportados a nuestro lugar de fabricación ubicado en el distrito de Santa Anita. Para la elaboración del producto contamos con herramientas de patronaje, costura, corte y bordado.

La confección de la cartera inicia con la elaboración de los moldes, seguido por la costura, bordado, detalle de cierre y remaches.

El control de calidad es un proceso importante que no se debe pasar por alto. Myself se enfoca en la calidad y comodidad de su producto. Por ello contamos con controles involucrados en la buena gestión de producción a base de pruebas y corrección de las mismas de manera regular. Como organización responsable y comprometida con el medio ambiente seguimos con los estándares de la Norma ISO 9001.

El empaque será monitoreado cuidadosamente y será distribuido por la empresa de Courier DHL.

DIAGRAMA BASICO DEL PROCESO PRODUCTIVO



DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSO HUMANO

Nuestra cultura organizacional basada en principios de calidad, responsabilidad corporativa y comprometida con el medio ambiente espera convertirse en una empresa atractiva para el talento humano.

Nuestra estructura organizacional establece un organigrama mediante procesos operativos, comercial, y administrativa.

Proceso operativo: conformado por 3 operarios, 1 diseñador y 1 empleado responsables de la producción de las carteras.

- Proceso comercial: Conformado por un administrador, que se encargará del área de ventas y las transacciones comerciales.
- Proceso administrativo:
 - Contará con un Administrador, que cumple con la responsabilidad de la buena gestión financiera y organizacional.
 - Contador general, encargado de la gestión de la información

financiera por medio de los registros contables.

- Jefe de Logística, debe gestionar las etapas del proceso de producción; desde el inicio de la confección, la materialización del producto, empaque y distribución en los diferentes puntos de venta.

ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL



Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal

POLITICA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Esta política tiene por objetivo definir los lineamientos para el reclutamiento y selección de personal, que permitan distinguir a las personas idóneas para cubrir los requerimientos de la empresa, y con esta base alcanzar los objetivos estratégicos a la vez que se asegura la igualdad de oportunidades dentro de la organización.

Este lineamiento aplica a todas las áreas que requieran personal, así como también a los postulantes que soliciten empleo.

Para asegurar el cumplimiento de esta Política, es importante tener en cuenta el compromiso de:

- Garantizar la igualdad de oportunidades, evitando cualquier tipo de discriminación o preferencia de raza, edad, género, ideología o institución educativa, durante el proceso de reclutamiento y selección, contratación y desarrollo del personal.
- Difundir las vacantes a través de diversos medios como son: bolsas de trabajo como aptitus, periódicos.
- Realizar únicamente dos tipos de contratación, temporal o bajo la modalidad de honorarios.
- Garantizar condiciones laborales dignas y adecuadas, comenzando con sueldos y prestaciones que van más allá de lo estipulado por la ley.
- Asegurar un proceso de inducción al puesto adecuado para el personal de nuevo ingreso o que cambie de puesto, tanto en los aspectos generales de la empresa, sus políticas y responsabilidades, como en lo que respecta a las actividades a desarrollar y los documentos de gestión que apliquen a su puesto.

Estrategias de selección y contratación de personal

Objetivo General:

El reclutamiento, selección y contratación de personal tienen como finalidad atraer y retener el talento humano.

Contar con un perfil profesional y un sistema de evaluación de desempeño por competencia ayudará a la retención de talento humano. La contratación y evaluación de desempeño se realizará con criterio de equidad, analizando los logros personales y profesionales del candidato.

Procesos:

1. El responsable del requerimiento de personal, deberá asegurarse que el puesto a cubrir debe estar dentro del margen del presupuesto.
2. El Administrador hará la postulación de la vacante, mediante las diferentes bolsas de trabajo.

3. El Administrado a base de los requerimientos formales deberá recibir a todos los postulantes, coordinando fechas de citaciones a evaluaciones. (Etapa de Pre Selección).
4. Prueba Psicológica: accederán a esta prueba todas las personas que hayan pasado la etapa de Pre-selección.
5. Posterior a la prueba psicológica, se procederá a la realización de la entrevista Personal una vez que el Administrador cuente con los resultados de las evaluaciones.
6. Se culminará el proceso cuando La Administración determine, quien de los postulantes es el idóneo a ocupar el cargo vacante.

Contratación:

1. Toda contratación de nuevo personal tendrá un periodo de prueba de 3 meses, de acuerdo a legislación laboral peruana. Antes de concluir el periodo de prueba, los jefes y/o supervisores deberán evaluar la permanencia del trabajador, realizando una retroalimentación. Este informe deberá ser entregado al Administrador para la renovación, así como también una copia al trabajador.

Estrategias de inducción. Capacitación y evaluación de personal

Aun no se implemente estas estrategias en la organización. Se espera contar con esta política para el próximo año.

Estrategias de motivación y desarrollo de personal

Aun no se implemente estas estrategias en la organización. Se espera contar con esta política para el próximo año.

Política de remuneración y compensación

Categoría	Rango de Categoría		Rango de Remuneración		
	Mínimo	Máximo	Mínimo	Media	Máximo
1	5 AÑOS DE EXP.	10 AÑOS DE EX	6000	7500	9000
2	2 AÑOS DE EXP.	4,5 AÑOS Y MEDIO DE EXP.	2500	4000	5500
3	1 AÑO DE EXP.	2 AÑOS	930	1500	2000

SUMARIO CATEGORIA:

1. UNIVERSITARIOS: JEFES
2. TECNICOS: ASISTENTES
3. OPERARIOS: POR EXPERIENCIA

PLAN FINANCIERO

Plan de Ventas de la nueva unidad de negocio

PERIODO MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CONCEPTO												
Volumen producción	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Precio venta	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
INGRESO TOTAL	45,000.00											
Volumen producción	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Precio venta												
INGRESO TOTAL	0.00											
Volumen producción												
Precio venta												
INGRESO TOTAL	0.00											
INGRESOS X VENTA	45,000.00											

Análisis de costos

PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
CONCEPTO												
COSTOS DE FABRICACION	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00	23,700.00
DEPREC. COSTOS DIR.	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45	52.45
COSTO DE VENTAS	23,752.45											
GASTOS DE VENTA	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00	1,240.00
GASTOS ADMIN.	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00	9,300.00
DEPREC. COSTOS IND.	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58	120.58
AMORTIZAC. INTANG.	1,125.32	1,144.54	1,164.09	1,183.98	1,204.21	1,224.78	1,245.70	1,266.98	1,288.63	1,310.64	1,333.03	1,355.80
GASTOS DE OPERACIÓN	11,785.90	11,805.12	11,824.68	11,844.56	11,864.79	11,885.36	11,906.28	11,927.56	11,949.21	11,971.22	11,993.61	12,016.39
TOTAL COSTOS	35,538.35	35,557.57	35,577.12	35,597.01	35,617.24	35,637.81	35,658.73	35,680.01	35,701.66	35,723.67	35,746.06	35,768.83

Punto de equilibrio de la nueva unidad de negocio

Punto de equilibrio Costo Fijo + Costo Variable = Q*P

Costo Fijo	S/	11,398.00	76.0
Costo Variable Un		79.00	0.5 x
Precio Venta		150	=
			1.0 x

Qq 160.5

Adquisiciones de materiales e insumos para la producción.

PRESUPUESTO DE COSTOS

Costos Fijos

Luz	S/	500.00
Agua	S/	120.00
Telefono	S/	129.00
Internet	S/	109.00
Diseñador	1 S/	1,400.00
Empleados de produci	3 S/	3,000.00
Contador	1 S/	1,200.00
Administrador	1 S/	1,500.00
Supervisor	1 S/	1,100.00
Jefe logística	1 S/	1,100.00
Redes sociales	S/	150.00
Catalogo	S/	330.00
Movilidad	S/	310.00
Mershandising	S/	250.00
Feria	S/	200.00

Total S/ 11,398.00

Costos variables

cuero poliuretano	S/	48.00	50 x 140 cm
hilos encerado	S/	7.00	1 carrete
neopreno 50 cm	S/	9.90	100 cm a s/ 19.81
satén	S/	9.90	100 cm
remaches y broches	S/	0.20	100 soles millar
hebillas	S/	0.30	150 soles millar
cierre	S/	3.70	

Costo Variable Unitario S/ 79.00

COSTO VARIABLE TOTAL S/ 23,700.00

Inversión Inicial

PRESUPUESTO DE INVERSIONES	
PERIODO	0
CONCEPTO	
A.- INVERSION FIJA	S/.13,134.29
A1.- INV.FIJA TANGIBLE	S/.9,187.62
Maquina Bordadora	S/.2,783.62
Maquina Cortadora	S/.260.00
Maquina costura plana	S/.3,250.00
Computadora	S/.1,499.00
Mesa para cortar el cuero (4)	S/.688.00
sillas (4)	S/.360.00
tijeras (4)	S/.60.00
agujas	S/.10.00
reglas	S/.6.00
Impresora	S/.250.00
molde de las carteras	S/.15.00
cinta metrica	S/.6.00
A2.- INV.FIJA INTANG,	S/.3,946.67
ESTUDIOS PRE Y FACTIB.	S/.1,000.00
Elaboracion de minuta para constituir empresa	S/.200.00
Inscripcion en SUNARP	S/.90.00
Escritura publica ante el notario	S/.150.00
Busqueda y reserva de nombre	S/.58.00
RUC- Sunat	S/.0.00
IMPREVISTOS (2% DE IFT)	S/.183.75
Registro del diseño industrial/ INDECOPI	S/.615.60
Publicidad	S/.1,240.00
Defensa civil	S/.71.00
Licencia de funcionamiento	S/.338.32
B.- CAPITAL DE TRABAJO	S/.36,358.00
CAJA MINIMA	S/.2,500.00
EXISTENCIAS	S/.23,700.00
DISPONIBLE	S/.9,300.00
OTROS GASTOS	S/.858.00
TOTAL INVERSION	S/.49,492.29

Capital de Trabajo

EL 70% SERA CAPITAL PROPIO = **S/.34,644.60**

Fuentes de Financiamiento

2.- FINANCIAMIENTO
 SE FINANCIA EL 30% DE LA INV.TOTAL = S/.14,847.69 Cuota S/1,378.96
 EL 70% SERA CAPITAL PROPIO = S/.34,644.60
 INTERES ANUAL = 0.2050
 TASA EQUIV. MENSUAL = 0.017083333
 Número de pagos
CUADRO DEL SERVICIO DE LA DEUDA

PERIODO MES	DEUDA	AMORTIZAC.	INTERES	T.PAGAR
0	S/.14,847.69			
1	S/. 13,722.37	S/. 1,125.32	S/. 253.65	S/. 1,378.96
2	S/. 12,577.83	S/. 1,144.54	S/. 234.42	S/. 1,378.96
3	S/. 11,413.74	S/. 1,164.09	S/. 214.87	S/. 1,378.96
4	S/. 10,229.76	S/. 1,183.98	S/. 194.98	S/. 1,378.96
5	S/. 9,025.56	S/. 1,204.21	S/. 174.76	S/. 1,378.96
6	S/. 7,800.78	S/. 1,224.78	S/. 154.19	S/. 1,378.96
7	S/. 6,555.08	S/. 1,245.70	S/. 133.26	S/. 1,378.96
8	S/. 5,288.10	S/. 1,266.98	S/. 111.98	S/. 1,378.96
9	S/. 3,999.47	S/. 1,288.63	S/. 90.34	S/. 1,378.96
10	S/. 2,688.83	S/. 1,310.64	S/. 68.32	S/. 1,378.96
11	S/. 1,355.80	S/. 1,333.03	S/. 45.93	S/. 1,378.96
12	S/. 0.00	S/. 1,355.80	S/. 23.16	S/. 1,378.96

Proyección de Flujo de Caja

PRESUPUESTO DE CAJA														
CONCEPTO	PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESO X VENTAS			45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00
COSTOS OPERATIVOS			35,200.87	35,220.10	35,239.65	35,259.53	35,279.76	35,300.33	35,321.26	35,342.54	35,364.18	35,386.19	35,408.58	35,431.36
INV. FIJA TANGIBLE	SI. 9,187.62													
INV. FIJA INTANGIBLE	SI. 3,946.67													
CAPITAL DE TRABAJO	SI. 36,358.00													
IMPTO. RTA. S/ FINANCI.			236.54	236.06	235.57	235.07	234.57	234.05	233.53	233.00	232.46	231.91	231.35	230.78
VALOR RESIDUAL														7,111.26
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-SI. 49,492.2924		9,562.59	9,543.84	9,524.78	9,505.39	9,485.67	9,465.61	9,445.21	9,424.46	9,403.36	9,381.90	9,360.07	2,226.61
PRESTAMO	SI. 14,847.69													
AMORTIZACION			1,125.32	1,144.54	1,164.09	1,183.98	1,204.21	1,224.78	1,245.70	1,266.98	1,288.63	1,310.64	1,333.03	1,355.80
INTERESES			253.65	234.42	214.87	194.98	174.76	154.19	133.26	111.98	90.34	68.32	45.93	23.16
ESCUDDO FISCAL			6.34	165.73	171.11	176.58	182.14	187.80	193.55	199.40	205.36	211.41	217.57	223.83
FLUJO CAJA FINANCIERO	-SI. 34,644.60		8,189.97	8,330.61	8,316.93	8,303.01	8,288.85	8,274.45	8,259.80	8,244.91	8,229.75	8,214.34	8,198.67	1,071.47
APORTE DE SOCIOS	0													
RESERVAS			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DIVIDENDOS			0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
FLUJO CAJA NETO	-SI. 34,644.60		8,189.97	8,330.61	8,316.93	8,303.01	8,288.85	8,274.45	8,259.80	8,244.91	8,229.75	8,214.34	8,198.67	1,071.47

Estado de Ganancias y Pérdidas

6.- ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

CONCEPTO	PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESO X VENTAS		45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00	45,000.00
COSTO DE VENTAS		23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45	23,752.45
UTILIDAD BRUTA		21,247.55											
GASTOS DE OPERACIÓN		11,785.90	11,805.12	11,824.68	11,844.56	11,864.79	11,885.36	11,906.28	11,927.56	11,949.21	11,971.22	11,993.61	12,016.39
UTILIDAD DE OPERACIÓN		9,461.65	9,442.43	9,422.88	9,402.99	9,382.76	9,362.19	9,341.27	9,319.99	9,298.34	9,276.33	9,253.94	9,231.17
GASTOS FINANCIEROS		253.65	234.42	214.87	194.98	174.76	154.19	133.26	111.98	90.34	68.32	45.93	23.16
UTILIDAD ANT.IMPTOS		9,208.01											
IMPTO. RENTA		230.20	230.20	230.20	230.20	230.20	230.20	230.20	230.20	230.20	230.20	230.20	230.20
UTIL.DES.IMPTOS		8,977.81											
RESERVAS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
DIVIDENDOS		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD NETA		8,977.81											
UTILIDAD ACUMULADA		8,977.81	17,955.61	26,933.42	35,911.22	44,889.03	53,866.84	62,844.64	71,822.45	80,800.25	89,778.06	98,755.87	107,733.67

Conclusiones y Recomendaciones

La realización del presente proyecto fortaleció nuestros conocimientos en: cadena de suministros, finanzas y gestión de producción. Consideramos que estas áreas son fundamentales para lograr el objetivo de plan de venta. Eventualmente se presentaron dificultades por la falta de experiencia y conocimiento en el rubro propuesto, pero aun así logramos estructurar un plan de negocios con todo lo aprendido en el transcurso de la carrera profesional.

No obstante, queda la satisfacción de concluir la meta propuesta y una invitación de arriesgarse a construir el proyecto. Estamos seguras que este producto tendría una buena aceptación de nuestro público objetivo.