



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

“PROYECTO PRODUCTIVO INNOVADOR FUSION SHOES SAC”

Trabajo de investigación para optar el Grado de Bachiller en:  
Administración de Empresas

Presentado por:  
Miluska Melissa Ospina Paucar (0000-0002-4864-3959)

Lima – Perú  
2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6**

**ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO**

Fecha: 28 / 07 / 2020

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Carlos Lenin Medina Sánchez

En el curso de:

Seminario de Tesis 1

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

Proyecto productivo innovador FUSION SHOES SAC

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
100071987	OSPINA PAUCAR MILUSKA MELISSA	miluskaospina_paucar@hotmail.com	941171341

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Empresas** en la carrera de **Administración de Empresas**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION
100071987	OSPINA PAUCAR MILUSKA MELISSA	Aprobado ( 15 )

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



MG. CARLOS LENIN MEDINA SÁNCHEZ

## Índice general

Índice general .....	III
Índice de Figura .....	VI
Índice de tabla .....	VIII
Resumen ejecutivo .....	IX
Introducción .....	1
CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA .....	2
1.1.Analisis del entorno.....	4
1.2 Sondeo de mercado.....	8
1.2.1 Sondeo de mercado local. ....	8
1.3. Análisis de la empresa .....	18
1.4. Plan estratégico de la empresa .....	20
1.4.1. Visión .....	20
1.4.2. Misión .....	20
1.4.3. Objetivos estratégicos .....	21
1.4.4. Estrategia del negocio .....	22
1.4.5. Fuentes generadores de la ventaja competitiva .....	24

1.5. Plan de marketing.....	24
1.5.1. Objetivo de marketing .....	25
1.5.2. Marketing mix.....	27
1.5.3. Descripción de producción o servicio .....	28
1.5.4. Estrategia de precio .....	29
1.5.5. Estrategia de distribución de la plaza .....	29
1.5.6. Estrategia de promoción.....	29
1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa .....	30
1.5.8. Estrategia de posicionamiento .....	30
1.6. Plan de Operaciones.....	32
1.6.1 Objetivo de operación .....	32
1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción .....	32
1.6.3. Proceso de producción del bien o servicio .....	32
1.7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos .....	33
1.7.1. Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal .....	37
1.7.3. Estrategia de motivación y desarrollo del personal. ....	39
1.7.4. Política de remuneración y compensación.....	39
1.8. Plan financiero .....	40
1.8.1. Historia financiera de la empresa .....	41
1.8.2. Datos supuestos y políticas económicas económicas y financieras.....	42

1.8.3. Plan de venta de la empresa.....	43
1.8.4. Análisis de costos.....	44
1.8.5. Punto de equilibrio de la empresa .....	44
1.8.6. Administración de materiales e insumos para la producción .....	45
1.8.7. Inversión inicial .....	46
1.8.8. Capital de trabajo .....	46
1.8.9. Fuente de financiamiento.....	47
1.8.10. Proyección de flujo de caja .....	48
1.8.11. Análisis de rentabilidad .....	48
1.8.12. Estado de ganancia y pérdidas proyectada de la empresa .....	49
1.8.13. Balance General proyectado de la empresa.....	50
1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa .....	50
1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa.....	51
Conclusión .....	53
Referencias .....	55

## Índice de Figura

Figura 1 Primera pregunta de encuesta .....	11
Figura 2 Pregunta 2 de encuesta .....	12
Figura 3 pregunta 2 de encuesta .....	12
Figura 4 grafico porcentual.....	13
Figura 5 grafico porcentual.....	14
Figura 6 Formato porcentual.....	15
Figura 7 Formato porcentual.....	15
Figura 8 grafico de respuesta porcentual.....	16
Figura 9 Respuesta porcentual .....	17
Figura 10 Respuesta porcentual .....	17
Figura 11 Estadística de crecimiento de manufactura portal BCRP .....	26
Figura 12 Estadística de manufactura .....	26
Figura 13 Diseño de Ballerina convertible en sandalia .....	28
Figura 14 aporte de los socios .....	40
Figura 15 inversión tangible .....	41
Figura 16 presupuesto económico .....	42
Figura 17 planes de venta del proyecto .....	43
Figura 18 cálculos de costo.....	44
Figura 19 determinaciones de punto de equilibrio .....	44
Figura 20 puntos de equilibrio.....	45
Figura 21 administraciones de materiales .....	45
Figura 22 resumen de la inversión .....	46

Figura 23 presupuesto de materia prima .....	46
Figura 24 flujos de caja .....	48
Figura 25 análisis de la rentabilidad .....	48
Figura 26 estado de ganancia y perdidas .....	49
Figura 27 balance general.....	50
Figura 28 análisis de sensibilidad .....	50
Figura 29 cálculos del valor actual.....	51
Figura 30 presupuesto de costo del equipo e inmueble.....	52

**Índice de tabla**

Tabla 1 Estimación de muestra .....	10
Tabla 2 Ficha técnica.....	11
Tabla 3 Primera pregunta de encuesta .....	11
Tabla 4 respuesta 2 de encuesta .....	12
Tabla 5 Alternativa tres de la encuesta .....	12
Tabla 6 Cuarta pregunta de encuesta .....	13
Tabla 7 Quinta pregunta de la encuesta .....	14
Tabla 8 Sexta pregunta de la encuesta.....	14
Tabla 9 Séptima pregunta de la encuesta .....	15
Tabla 10 Octava pregunta de la encuesta .....	16
Tabla 11 Novena pregunta de la encuesta .....	16
Tabla 12 Decima pregunta de la encuesta .....	17
Tabla 13 Sector económico .....	25
Tabla 14 Perfil de puesto administrativo.....	34
Tabla 15 Perfil del área de marketing y venta .....	35
Tabla 16 Perfil del área de producción .....	36



## Resumen ejecutivo

El presente proyecto es un proyecto innovador muy rentable para todas las empresas pequeñas, para que realizar un plan de negocio, con el propósito de tan solo contando con poco, recurso económico para poder invertir en una empresa industrial de calzados, donde es muy rentable porque cuenta con fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas muy bien realizado y definidos a través de previa evolución del mercado que realizamos para su implementación en la ciudad de lima en el distrito de san juan de Lurigancho .

Ya que con los avances tecnológicos las personas buscan innovaciones de productos con las herramientas necesarias donde satisfagan su necesidad y exigencia de una forma rápida y que sea accesible para las mujeres actuales que ahora se está viviendo, por esa razón todas las empresa siempre tienen que estar actualizados a los avances tecnologías para poder mejorar y hacer uso de las herramientas, por esa razón nos informamos de unos buenos fuentes de información como directas e indirectas.

El primer contacto fue con los talleres de calzados donde se dedican a producir y distribuir los calzados que existen aquí en lima, después nos contamos con las empresas grandes de calzados donde se dedica a producción y venta de diferente tipos de calzados.

## Introducción

La empresa de calzado FUSION SHOES S.A.C. se dedica a la producción y comercialización de ballerinas convertibles a sandalias, tras un estudio de mercado realizado a la población de san juan de Lurigancho porque en es una zona muy poblado de lima y tiene un alto índice de compradores donde buscan complacer su comodidad, elegancia y calidad del material del producto.

Ahora en estos tiempos las empresas ponen en prioridad al público consumir donde son muy exigible en elegir, en la compra de un calzado específico donde tenga un valor agregado ya sea el diseño donde, sea hecho exclusivamente para todos los clientes que les gusta la moda y accesible.

La elaboración se realizara de nuestro producto de materiales primas que nuestros proveedores nos entregara en la fecha establecido de acuerdo a la contara que se realiza donde serán elaborados con buenos materiales y buenos acabados. Contamos con 1 administrador, 1 asistente administrativo y 3 operarios de producción. Fusión Shoes Trabajara en la distribución de productos de ballerinas convertibles a sandalias y nuestro firme propósito es superar el éxito.

## CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

### JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO:

El metodo utilizado para emprender nuestro producto novedoso surgio de lluvias de ideas aportadas por los miembros del proyecto, donde fluyeron tres ideas de productos innovadores.

- a) La primera idea surgió crear lapiceros incluido lapiz labial.
- b) La segunda idea fue diseñar polos con estampados fosforescentes para niños y niñas.
- c) La tercera idea es producir y comercializar ballerinas convertibles en sandalias.

En el debate grupal optamos por la tercera idea como el producto innovador mas apropiada y moderno para las damas de hoy. El presente proyecto tiene como finalidad producir y comercializar ballerinas convertibles en sandalia que brinda comodidad elegancia y ademas de beneficio extra que ofrece nuestro producto, para no tener que cargar varios pares de calzados en el bolso sabiendo que las mujeres actuales son mas practicas y versatiles a la hora de desarrollar sus actividades diarias buscamos el ahorro economico para poder aprovechar el tiempo.

Razón social: Fusion Shoes S.A.C.

Nombre comercial: fusion shoes.

Base legal: ley general de sociedades 26887 se eligio este tipo de sociedad por las siguientes razones:

Por que es creado por reducido numero de personas (hasta 20) ,el capital se representara por acciones donde sera distribuido a los accionistas de acuerdo a su aporte, por el cual es una sociedad anonima cerrada (SAC) por el cual los accionistas no

I.  
tienen responsabilidad personal por los deudores o daño a terceros , que la empresa  
ocasiona durante su ciclo de vida, por el cual responde por su aportes,es representado  
por acciones.

Domicilio:Av. Proceres N°1125\_sjl

Telefono: (01)5073600

Gmail:ventasfs@fusionShoes.com.pe

Facebook:FusionShoes.

### **1.1. Análisis del entorno.**

A través de este análisis, analizaremos los variables PESTE nos ayuda a identificar los factores externos donde pueden afectar a nuestra empresa de calzados, también bien puede beneficiar para potencializar nuestra situación en el mercado para identificar las oportunidades que existen en el entorno empresarial.

#### **POLITICO:**

En la actualidad el estado peruano promueve el desarrollo y crecimiento de los MYPE como también ahora por la pandemia el estado promulgo el programa reactiva Perú donde es beneficiado todas las empresas grandes, medianas empresas, como también pequeñas empresas promulgado mediante el decreto legislativo 1457 el decreto supremo 124-2020-EF fijo los limites máximo de créditos. (oficial, 2020)

#### **SUNARP:**

Esta empresa nos brinda de ser el titular del nombre que nosotros hemos escogido para nuestras empresas de calzados, porque lo registramos como un nombre propio, donde ninguna persona usa ese nombre porque ya estamos inscrito y registrado. Una vez suscrita la minuta al registro público realizado por el notario de acuerdo a las especificaciones deberá ser registrado como persona jurídica.(SUNARP, 2020)

#### **SUNAT:**

Es de suma importancia sacar nuestro ruc como persona natural o jurídico donde con la finalidad de brindar información correcto, donde de esa forma conocer a qué tipo de régimen tributario puedo acogerme, cuáles son las infracciones y sanciones tributarias

que existen. El ruc contiene el nombre de la empresa, la actividad económica a la cual nos dedicaremos, por el cual también tiene que haber representante legal para que cumpla las obligaciones tributarias .para todo aquellos tramites ahora en estos tiempos se pude realizar través de un registro centralizado y computarizado. (SUNAT, 2020)

MUNICIPALIDAD.

En la actualidad todas la empresa cuando van iniciar sus actividades lo primero que deben de hacer, es sacar el permiso de la municipalidad para el funcionamiento de la empresa ya se de cualquier rubro empresarial comercial e industrial. En la municipalidad hay dos tipos de licencias donde nosotros nos acogeremos a la licencia que tiene una duración de menos a un año donde no nos obliga a realizar nuestras actividades al instantánea, también la renovación será automática siempre en cuando no nos cambios de la zona de donde sacamos el permiso. (MUNISJL, 2020)

INDECI:

En nuestro país según la normativa nos dicta que todos los locales deben de contar con ciertas especificaciones importantes los cuales son: Extintor de acuerdo a la dimensión del local, certificado de fumigación, botiquín de los primeros auxilios, autorización de anuncios propaganda funcionamientos. (INDECI, 2020)

ECONÓMICO:

Ahora en estos tiempos el Perú ha experimentado una economía muy buena de crecimiento económico en el sector industrial donde el PBI creció en el año 2019 en un 2.3% a diferencia del año 2014 donde el PBI alcanzó a un 0.54%. Actualmente el rubro industrial está en pleno crecimiento económico por realizar estrategias de relacionarse comercialmente como por ejemplo con Brasil, además recalamos que Perú tiene la economía potencial en manufacturas, actualmente Perú está entre 16 países que lideran el crecimiento manufacturero en el mundo. (Retail, 2017)

SOCIAL:

En la actualidad la gente se preocupan más de cómo se ven de acuerdo a la moda actual o la tendencia que existen en el mercado de acuerdo a la temporada o influencia de las tecnologías y herramientas que van apareciendo actualmente por el desarrollo tecnológico de la innovación industrial que ahora todas las empresas están en constante innovación donde favorece el crecimiento al sector industrial.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA:

El mercado de calzado en nuestro país de diferencia porque hay bastante competencia del mismo rubro con diferentes marcas como nacionales, extranjeros, como por ejemplo los productos chinos donde el precio de sus calzados son más cómodos a los del Perú lo que se vende. Entonces podemos decir que la competencia existe de acuerdo a las

temporadas donde la gente sigue a la última tendencia y existen en el mercado como también a las influencias de los medios de comunicación.

Según (PERU21, 2019) informaciones de las cifra que más de 9.7 millones de empresas en la economía peruana, el 7.3 millones de empresa son informales de los cuales solo el 2.4 millones son formales las cifras proviene de INEI donde podemos ver un alto índice de informalidad. “Dicha problemática conlleva a la pérdida total o parcial de las ventajas que ofrece la formalidad tales como el acceso al crédito, la protección judicial o la capacidad de acceder a mercados “manifiesta (Cesar Peñaranda\_2019).

#### ANALISIS INTERNO:

Nos encargamos de los documentos administrativos como legales, también atenderemos nuestras obligaciones de pago ante la SUNAT. En el área vamos organizar controlar y supervisar que nuestros objetivos se cumplan asimismo mediremos los gastos por producción o materia prima y todo gasto relacionado a nuestra empresa.

#### PRODUCCION:

Se encargara de la elaboración de las sandalias convertibles a ballerinas, asimismo el área va controlar que no ocurra ningún error a la hora de la elaboración del producto hasta su culminación, asimismo se encargara de la presentación de los calzados para su entrega.

#### ALMACEN:

El área se encargara del aplacamiento de nuestras materias primas los cuales son el cuero, cuerina, sierra, cajas, suelas y otros materiales. También se encargara del control del inventario agrupándolas por pares, tallas, colores, y diseños .también del calzado ya terminado se encargara de empaquetar y ensamblar para su previa venta.



## 1.2 Sondeo de mercado

### 1.2.1 Sondeo de mercado local.

Encuesta desarrollada en san juan de Lurigancho, género femenino entre las edades de 18 a 35 años de ocupación profesional.

1. ¿compras ballerinas?
  - a) Si
  - b) no
2. ¿Qué modelo de ballerinas usa?
  - a) Playeras
  - b) Casuales
3. ¿Te resulta cómodo usar ballerinas?
  - a) Si
  - b) no
4. ¿Con que frecuencia compras ballerinas?
  - a) Mensual
  - b) Trimestral
  - c) semestral
5. ¿Qué es lo más te importa al comprar una ballerina?
  - a) Moda
  - b) Precio
  - c) Comodidad
  - d) calidad

I.

6. ¿En verano usas ballerinas o sandalias?
  - a) Ballerinas
  - b) Sandalias
  - c) a y b
  
7. ¿Te gustaría usar un producto convertible de ballerinas a sandalia?
  - a) Si
  - b) no
  
8. ¿En general, ¿Qué tipo de material prefieres?
  - a) Gamuza
  - b) Cuero
  - c) Cuerina
  - d) tela
  
9. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ella?
  - a) s/40 – s/45
  - b) s/46– s/50
  - c) s/51 – s/55
  
10. ¿Qué medios de pagos utilizas con más frecuencia?
  - a) Tarjeta de crédito
  - b) Efectivo
  - c) Otros

Determinamos la muestra con la formula

$$n = \frac{Z^2 p * q * N}{Ne^2 + Z^2 p * q}$$

Tabla 1

*Estimación de muestra*

---

Z: Nivel de confianza 1.96 (tabla de distribución normal para el 95% de confiabilidad)

p: Probabilidad a favor (0.50)

q: Probabilidad en contra (0.50)

N: Universo (1105800) habitantes, Mujeres (18-30): 105860

e: Estimación 5%=0.05

n: Tamaño de la muestra (?)

---

Fuente: Elaboración Propia

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(1 - 0.50)(105860)}{(105860)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.50)(1 - 0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.50)(0.50)(105860)}{(105860)(0.0025) + (3.8416)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{101667.944}{264.65 + 0.9604}$$

$$n = \frac{101667.944}{265.6104}$$

tamaño de la muestra : 382.77 encuestado

Nivel de confiabilidad (95%): 363.63

Error de estimacion (5%) : 19.14

Tabla 2  
*Ficha técnica*

NOMBRE DEL PROYECTO	FUSION SHOES
DESCRIPCION	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE BALERI CONVERTIBLES EN SANDALIAS
LOCALIZACION	AV. PROCERES N°1125 – SJL
OBJETIVOS GENERALES	DAMAS DE 20 a 30 AÑOS DE EDAD
UNIVERSO	SJL: 1105800 HABITANTES, MUJERES (18-35): 105860
MUESTRA	382.77
ENTREVISTA	POR REDES
NIVEL DE CONFIANZA	95% = 0.95
ERROR MAXIMO	5% = 0.5

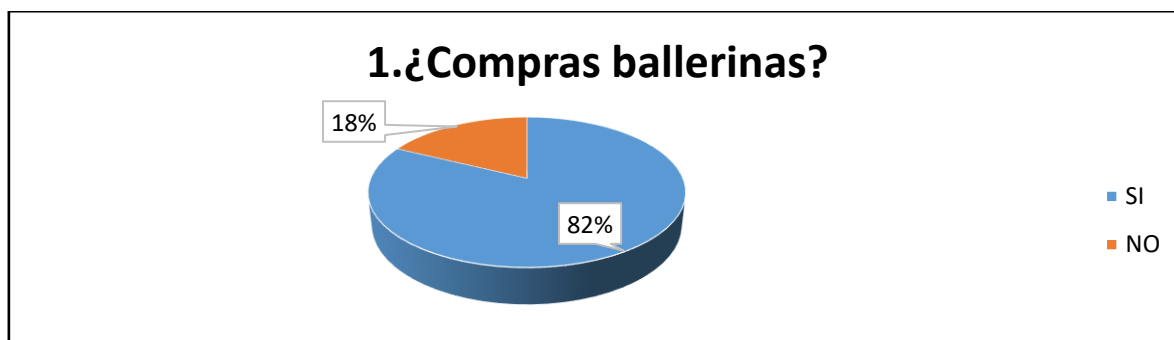
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3  
*Primera pregunta de encuesta*

1. ¿Compras ballerinas?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Si	315	82.25%
B. No	68	17.75%
TOTAL DE ENCUESTAS	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1  
*Primera pregunta de encuesta*



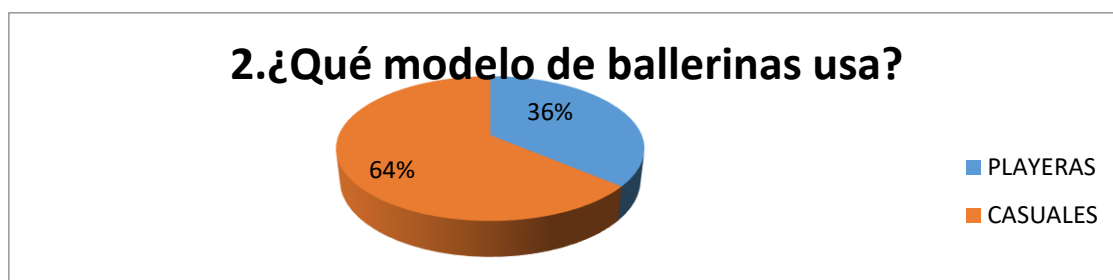
Fuente: Elaboración propia

Tabla 4  
*respuesta 2 de encuesta*

2. ¿Qué modelo de ballerinas usa?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Playeras	114	36.19%
B. Casuales	201	63.81%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 2  
*Pregunta 2 de encuesta*



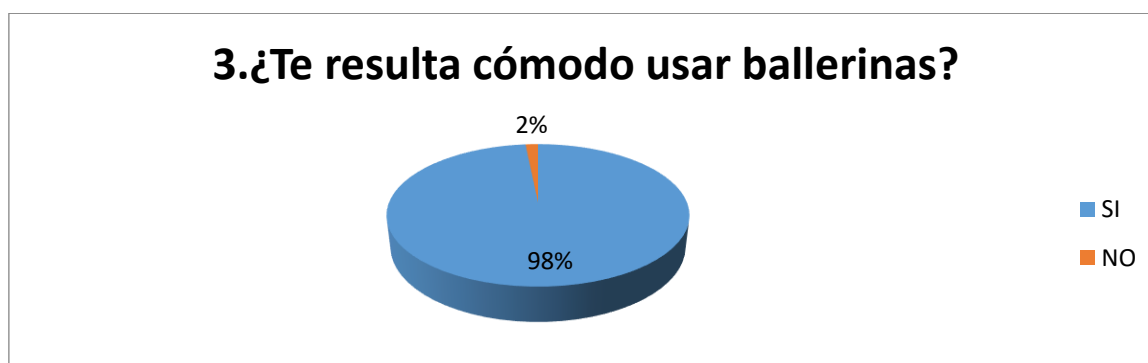
Fuente: Elaboración propia

Tabla 5  
*Alternativa tres de la encuesta*

3. ¿Te resulta cómodo usar ballerinas?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Si	310	98.41%
B. No	5	1.59%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 3  
*pregunta 2 de encuesta*



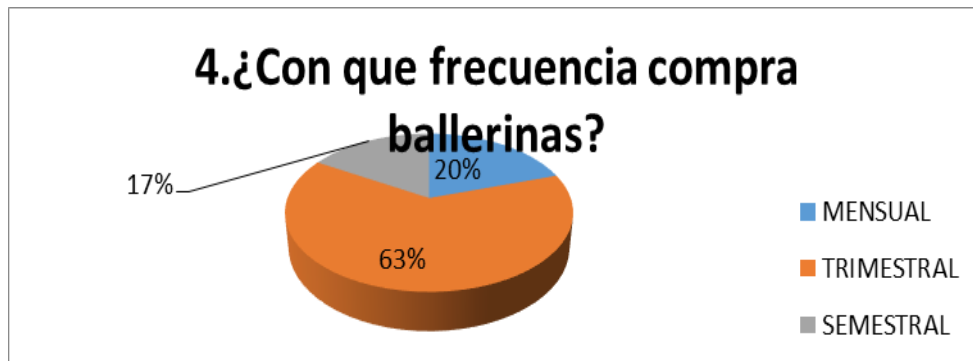
Fuente: Elaboración propia

Tabla 6  
Cuarta pregunta de encuesta

4. ¿Con que frecuencia compra ballerinas?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Mensual	63	20%
B. Trimestral	200	63.49%
C. Semestral	52	16.51%
TOTAL DE ENCUESTAS	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4  
grafico porcentual



Fuente: Elaboración propia

Tabla 7  
*Quinta pregunta de la encuesta*

5. ¿Qué es lo que más te impulsa a tomar la decisión de comprar una ballerina?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Moda	99	31.43%
B. Precio	63	20%
C. Comodidad	109	34.60%
D. Calidad	44	13.97%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 5  
*grafico porcentual*



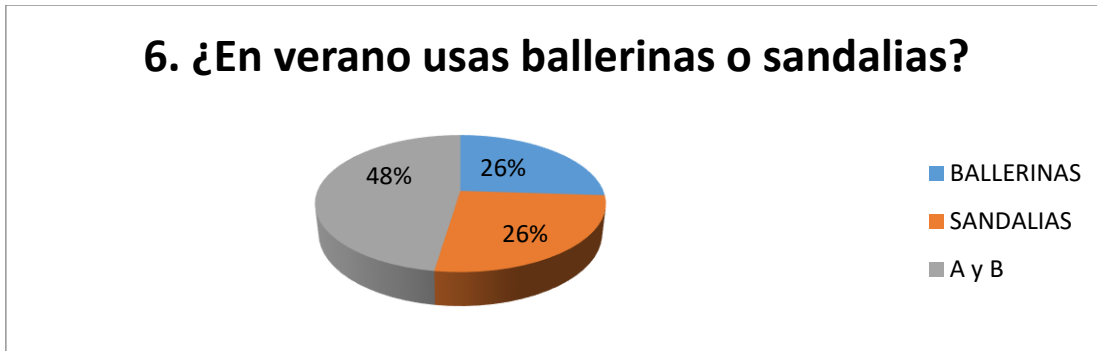
Fuente: Elaboración propia

Tabla 8  
*Sexta pregunta de la encuesta*

6. ¿En verano usas ballerinas o sandalias?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Ballerinas	82	26.03%
B. Sandalias	83	26.35%
C. A y B	150	47.62%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 6  
*Formato porcentual*



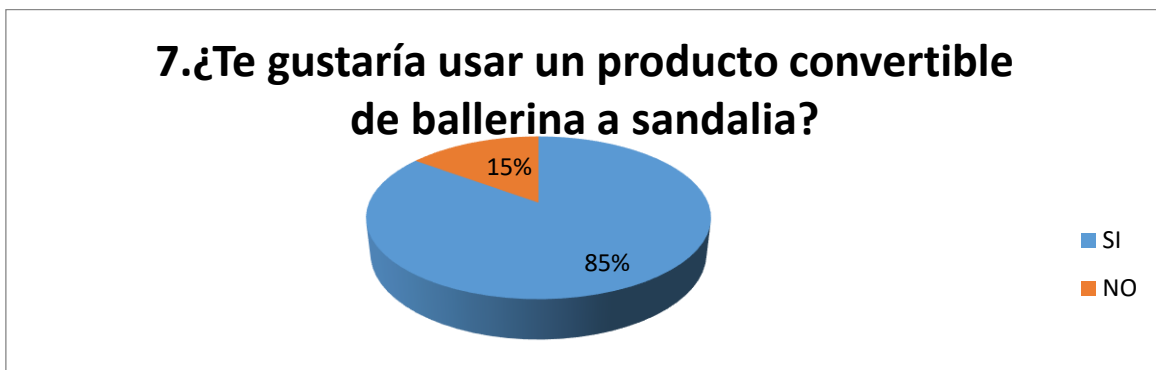
Fuente: Elaboración propia

Tabla 9  
*Séptima pregunta de la encuesta*

7. ¿Te gustaría usar un producto convertible de ballerina a sandalia?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Si	268	85.08%
B. No	47	14.92%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 7  
*Formato porcentual*



Fuente: Elaboración propia

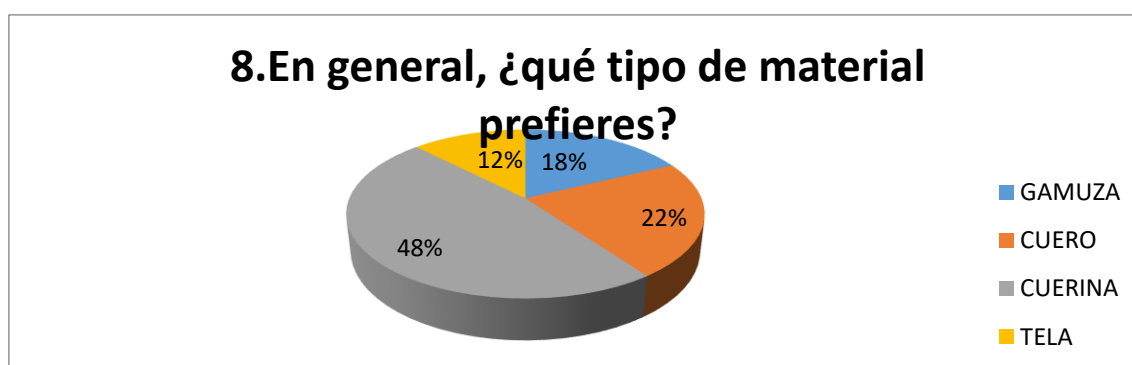


Tabla 10  
Octava pregunta de la encuesta

8. En general, ¿qué tipo de material prefieres?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Gamuza	56	17.78%
B. Cuero	70	22.22%
C. Cuerina	150	47.62%
D. Tela	39	12.38%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 8  
gráfico de respuesta porcentual



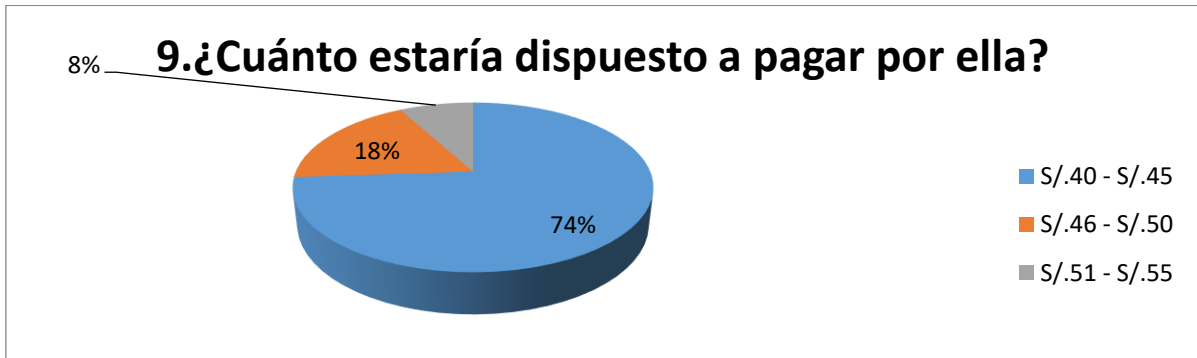
Fuente: Elaboración propia

Tabla 11  
Novena pregunta de la encuesta

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ella?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. S/.40 - S/.45	233	73.97%
B. S/.46 - S/.50	57	18.10%
C. S/.51 - S/.55	25	7.93%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 9  
*Respuesta porcentual*



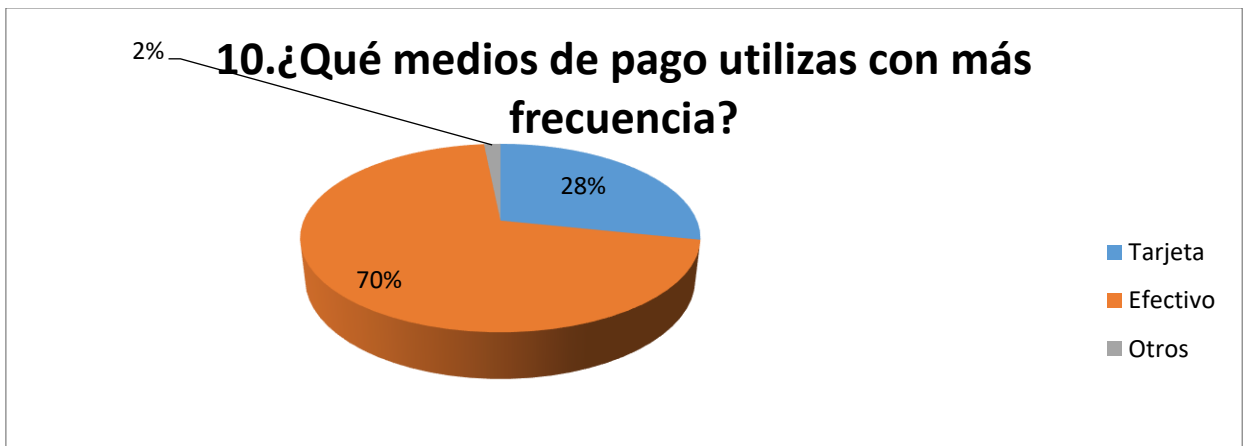
Fuente: Elaboración propia

Tabla 12  
*Decima pregunta de la encuesta*

10. ¿Qué medios de pago utilizas con más frecuencia?		
ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
A. Tarjeta	89	28.25%
B. Efectivo	221	70.16%
C. Otros	5	1.59%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 10  
*Respuesta porcentual*



Fuente: Elaboración propia

### 1.3. Análisis de la empresa

#### FORTALEZAS:

- Contamos con local propio.
- Contamos con una buena administración.
- Tener personas capacitadas, estándar de productividad y calidad en el área de producción.
- Tener buena calidad de materia prima.
- Producto innovador en el mercado.
- Contamos con maquinarias modernas.
- Tenemos precios accesibles por debajo de nuestros competidores.
- No ubicamos en un buen sector comercial geográfico.
- Contamos con manejo de diseño propios.
- Calidad y confiabilidad del producto.

#### DIBILIDADES.

- Tener maquinaria en constante mantenimiento.
- Tenemos una estrecha línea de productos.
- Nuestro producto no es apto para todo el público.
- No contamos con experiencia en el negocio.
- Baja nivel de ventas por temporadas en invierno.

#### OPORTUNIDADES.

- Que no existe competencia directa.
- Mercado exigente de moda y marca.
- Apoyo del estado a las pequeñas y microempresas.

I.

- Reducción de IGV.
- Que existe mayor demanda de nuestro producto en el mercado nacional.
- Contamos con proveedores fidelizados.
- Nuestro público objetivo responde a nuestro producto.
- Público objetivo gasta mucho dinero.

**AMENAZAS.**

- Situación política del país.
- Empresas que comercializan idéntico a nuestro producto que están posicionado.
- Ingresos de nuevos competidores.
- Créditos que favorecen a los pymes en el Perú.
- Nuevas empresas que ingresen al mercado.

## 1.4. Plan estratégico de la empresa

### 1.4.1. Visión

Ser reconocido como una empresa de producción y comercialización de ballerina convertibles a sandalia, garantizando calidad exclusividad y prestando atención las necesidades de nuestros clientes a nivel nacional.

### 1.4.2. Misión

Producimos y comercializamos ballerinas convertibles a sandalia para el cuidado comodidad y elegancia de la mujer actual de un productor de buena calidad.

POLITICA Y VALORES DE LA EMPRESA.

POLITICA INTERNA:

Nuestra política de nuestra empresa tiene todas las obligaciones de prestar a nuestros personales que laboran en nuestra empresa todo los beneficios tales como vacaciones e indemnizaciones, por el cual también reconoceremos sus horas extras y los demás prestaciones según la política interna donde también es de suma importancia lo valores para una buena clima laboral de todas las personas de fusión Shoes, según estudios estadísticos las personas es una de los factores importantes para toda las empresas.

### 1.4.3. Objetivos estratégicos

#### Objetivo General

- Abrir nuevos puntos de venta en diferentes distritos.
- Posicionarnos en la mente de nuestro posible clientes.
- Buscar proveedores nacionales, que nos garanticen calidad de materia prima a mejor precio.
- Adquirir contratos masivos de ventas de nuestros productos a empresas de prestigio.
- Posicionar nuestra marca a nivel nacional
- Contar con diversidad de productos nuevos y alternativos.
- Formar alianza estratégicas con centro comercial para aumentar las ventas.

#### Objetivo Específico.

- Incrementar la producción de ballerinas convertibles a sandalia.
- confeccionar diseños novedosos, donde nuestros clientes se sientan satisfechos por adquirir nuestro producto y donde pueden identificar con facilidad nuestra marca.
- Adquirir maquinarias especiales en la producción de ballerinas convertibles a sandalia.
- Evaluaremos nichos de mercados a nivel local, departamental, nacional para la expansión de nuestra empresa.

**1.4.4. Estrategia del negocio**

(FO)

- a) Contamos con administración especializado en la industria para un buen manejo con la competencia.
- b) Aprovechar nuestra calidad de fabricación para cubrir es carencia de innovación de la competencia.
- c) Mejorar nuestra calidad y diseño de producción para aprovechar el crecimiento manufacturero del país.
- d) Utilizaremos nuestro producto innovador para aprovechar al máximo la demanda de nuestro producto en el mercado.
- e) Utilizaremos nuestros precios accesibles para satisfacer de factores de moda.

(DO)

- a) Aumentar nuestra línea de producción para lanzar nuestros productos a un mercado exigente de moda y marca.
- b) Expandir nuestra línea de producción para aprovechar la carencia de innovación de nuestros competidores.
- c) Impulsar nuestra empresa para aprovechar el crecimiento manufacturero del país y lograr ser reconocidos.

(FA)

- a) Contamos con una buena administración para afrontar cualquier inestabilidad del país.
- b) Aprovechar nuestra buena imagen, calidad de la materia prima y fabricación para radicar a empresas que comercializan tipologías a nuestros productos y mantener nuestros clientes fieles.

I.

- c) Aprovechar la confiabilidad y calidad de nuestros productos para afrontar a la publicidad agresiva de la competencia.
- d) Aprovechar nuestra buena ubicación geográfica para derrumbar a los planes de distribución y créditos favorables de la competencia indirecta a nuestro público objetivo.

(DA)

- a) Aumentar nuestra estrecha línea de productos para combatir el ingreso de nueva empresa al mercado.
- b) Disminuir gastos de mantenimiento de maquinarias para prevenir cualquier eventualidad de la delincuencia en el país.
- c) Promocionar nuestros productos en ferias comerciales para combatir a empresas que comercializan tipologías de nuestro producto.



#### **1.4.5. Fuentes generadores de la ventaja competitiva**

Los posibles competidores al cual nos enfrentamos aún no han diseñado este nuevo modelo de ballerinas convertible en sandalia es por eso que no son competidores directos, sino que sus modelos de características son solo ballerina como también sandalias de diseños básicos. Estos posibles competidores son tanguéis, foresta, platanito, bata pasarela entre otras marcas están ubicados dentro del mall, centros comerciales, galerías o ferias por ello tiene mayor acogida; ya que cuenta con mayor experiencia en lo que es ventas, posicionamiento en el mercado por eso creemos que nuestro producto novedoso saldrá a flote y será demandado.

#### **1.5. Plan de marketing.**

El mercado objetivo de Fusión Shoes son las tiendas comerciales en la zona y otros. Son las personas que se preocupan por la comodidad de sus pies por el cual los lleva a comprar ballerinas y sandalias innovadoras y de buena calidad, el mayor consumidor de ballerinas y sandalias se encuentra en personas cuyas edades son de 15 a 35 años, reflejando esto su mayor preocupación por su estilo de vida. La comercialización de Fusión Shoes está orientado a la población con ingresos medios-alto ya que se trata de producto industrial de costo medio y podrá ser adquirido durante toda la época del año por lo tanto es un producto de fácil adquisición. Las diferencias de los consumidores han cambiado con el proceso del tiempo a mejorar sus ingresos y nivel de vida, a tendencia de compra ballerinas y sandalias innovadoras vienen en aumento. La gran parte de la zona del distrito se caracteriza por comprar calzado innovador y económico, al cual da

más importancia la calidad y sobre todo la importancia de los precios lo cual Fusión Shoes satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de segmentación del mercado, demográfica, geográfica por ultimo por segmentación psicorgánica donde evaluamos los tipos de clases sociales que les guste lucir nuestro producto.

Tabla 13  
*Sector económico*

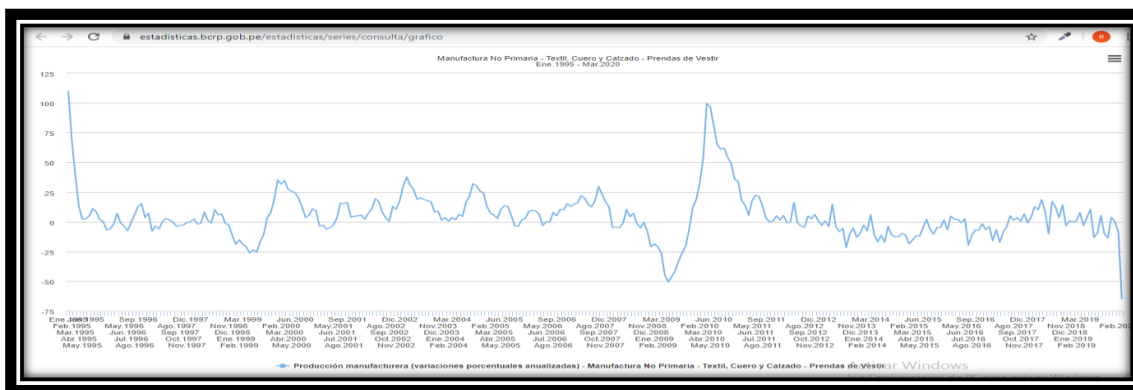
NIVEL SOCIO ECONOMICO					
TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
100%	0.0%	18.7%	41.7%	27.9%	11.7%

Fuente: Elaboración propia

#### **1.5.1. Objetivo de marketing**

Nuestro objetivo se establecen de acuerdo a la capacidad de producción y la demanda por realizar un análisis del sector de manufactura según el informe de BCP proyecta la economía del Perú asciende al 4% el año 2019 los cuales serán impulsado por sector pesquero con un 30%, construcción 6% y manufactura 5.6%.

Figura 11  
*Estadística de crecimiento de manufactura portal BCRP*



Fuente: fue elaborado por la página oficial de banco central de reserva del Perú, las estimaciones de la variación del crecimiento de manufactura.

Figura 12  
*Estadística de manufactura*



Fuente: la elaboración fue realizado en el portal del porcentaje en BCRP sobre cuanto creció anualmente la manufactura que no son primarias.

Objetivo largo plazo.

- a) Llegar a ser líder en nuestro rubro, generando posicionamiento en los próximos 10 años.
- b) Abrir locales en diferentes partes del país y expandir el negocio a nivel nacional.
- c) Contar con una diversidad de productos nuevos y alternativos.

Objetivo de mediano plazo.

- a) Contar con un rentabilidad económica del 25% de nuestras ventas en los próximos 5 años de comenzar nuestras actividades como empresa.

- b) Posicionarnos en el mercado local de forma satisfactoria y crear nuevos productos y opciones para el consumidor en los próximos 2 años.
- c) Ampliar en el tercer año la infraestructura de nuestras instalaciones.
- d) Aumentar nuestro punto de distribución.
- e) Contar con una cartera de clientes de 10,000 personas en los próximos 4 años.

Objetivo de corto plazo.

- a) En el primer trimestre ya contamos con una página web oficial y tener presente en páginas sociales como el Facebook con más de 2000 seguidores.
- b) Darle opciones de nuestros productos dependientes del gusto y necesidad del cliente.
- c) Posicionar la marca y ser reconocidos en el distrito que estamos localizados.
- d) Aumentar las ventas en un 10% en promedio de 6 meses de iniciar el negocio.
- e) Poseer alianzas comerciales con nuestros clientes para aumentar las ventas.
- f) Desarrollar un sistema posventa efectivo dirigido a nuestros clientes potenciales.

### **1.5.2. Marketing mix**

El público al que nos dirigimos es en especial a las damas versátiles en la moda con lo cual no solo comprar por necesidad sino también por placer de comprar marcas con posicionamiento bajo, medio en el mercado, pero no es la marca en si lo que su opción de compra sino que son los valores añadidos que ofrece el producto que destaca su decisión.

### 1.5.3. Descripción de producción o servicio

Fusión Shoes es una empresa que se encarga de imponer la moda a todos nuestros clientes para que ellos estén satisfecho de la exclusividad que tiene que se le brinda como la comodidad en sus pies y elegancia al momento de usarlo en compañía de sus amigos, colegas o familiares te permite usar depende en que lugar te encuentres o la ocasión utilizaras un producto de doble uso. Especializados el proceso de acuerdo al diseño que nuestra empresa lo agregara un agregado para aquellas mujeres modernas que existen en nuestro país. El producto que lanzaremos al mercado son ballerinas convertibles en sandalias donde tendrán un top de elegancia donde pueden encontrar de variedades de tallas, el calzado estará hecho de buen material, donde contaremos con varios colores, tamaño, textura, la suela es micro porosa ya que es más resistente y duradera, la calidad del material es el cuerina, los cierres son de plástico.

Figura 13  
*Diseño de Ballerina convertible en sandalia*



Fuente: Elaboración propia

#### **1.5.4. Estrategia de precio**

Es un innovador el diseño donde será lanzado usando una estrategia de diferenciación con precios superiores, ya que buscamos transmitir calidad e innovación de calzados de doble uso por el cual ofreceremos a un precio como y accesible que es a 35 soles de acuerdo al costo total. De acuerdo a la estrategia de encuesta que nosotros usamos para ver que nuestros clientes cuanto están dispuesto a pagar a un precio de 45 soles. También realizamos una breve evaluación de la competencia de los precios de las ballerina que son semejantes pero no iguales y es de un solo uso.

#### **1.5.5. Estrategia de distribución de la plaza**

Nuestra ballerina convertible en sandalia será fabricado y distribuida desde nuestro planta que estará ubicado en san juan de Lurigancho por avenida próceres de independencia; en el primer piso que es la casa de uno de los accionistas de la empresa " FUSION SHOES " se adoptara un canal de distribución selectivo; es decir que nuestros ballerinas pasaran de la fábrica al mayorista y este al consumidor final como también contaremos con nuestras tiendas propia en el mismo lugar donde producimos . Habrá personas capacitados para la venta de nuestros ballerinas. Mediante publicidad de las redes sociales que ahora son los más usados por todas las personas.

#### **1.5.6. Estrategia de promoción**

Se utilizara los redes sociales donde lanzaremos donde lanzaremos spots publicitarios y / o videos virales donde se publicaran en YouTube; también contaremos con catálogos de los diseños o innovadores de nuestros ballerinas. Se lanzara descuentos de acuerdo a mayor cantidad de demanda o compra por

mayor. Participaremos en eventos y ferias del rubro de calzados donde se dé a conocer. Contaremos con vendedoras especializadas y capacitadas donde saqueen a flote los atributos. Nuestro objetivo es aumentar las ventas y posicionar nuestro producto.

#### **1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa**

Se brindara garantías, calidad, comodidad, y durabilidad de nuestros ballerinas convertibles; ante cualquier desperfecto, problemas con el cierre. Al momento de la entrega del producto se entregara en una bolsa de tela simple que dará una mejor imagen de nuestro producto, se brindara a nuestros clientes asesoría de imagen de acuerdo a la ocasión o ropa que usara en ese día le brindara gratuitamente donde ellos se quien cómodas y de buena presencia de acuerdo al color de ballerina que usara; y nuestro imagen tendrá un recordatorio en nuestros clientes.

#### **1.5.8. Estrategia de posicionamiento**

La clave para dar a conocer la bondad de nuestro producto, será el marketing promocional, para lo cual se empleara página web Facebook Este medio es muy importante porque nos ayuda hacer conocidos como empresa de calzado, también existen como el instagram, YouTube, linkendin. Por el cual podemos ver los avances tecnológicos como nos puede ayudar para nuestras propagandas que nosotros podemos realizar, anterior mente a falta de la tecnología las personas no podían hacer saber sus servicios las empresas .nuestra empresa Fusión Shoes alcanza posesionar en clientes de una forma factible por los redes social de una forma sin ningún costo alguno que la empresa pueda incurrir a sus gastos admirativos. Por esa razón nosotros como buenos en

marketing nos aseguraremos de que las publicaciones nos encargaremos que sea seguro y confiable para todos nuestros clientes. Donde también realizaremos anuncios comerciales donde estarán presente en carteles o en vallas físicas también realizaremos ferias comerciales para ganar la popularidad , Fusión Shoes podrá establecer un puesto que permita exhibir nuestro productos facilitando la promoción comercial y negociando en un determinado mercado, crear una impresión memorable para los que asisten en la presentación al stand. Eventos, merchandising. Se mandara elaborar llaveros, lapiceros, caramelos como recordatorio de Fusión Shoes así como también eventos permitiendo desarrollar una ventaja competitiva duradera.



## **1.6. Plan de Operaciones**

### **1.6.1. Objetivo de operación**

Tener un producto de buena calidad y buen acabado que cumplirá con la expectativa de nuestros clientes. Entregar nuestro producto en el tiempo que se requiere. La entrega de la mercadería con las características que ofrece la empresa y respaldo de garantía

### **1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción**

Diseño y prueba del producto lo primero recibiremos el pedido de nuestros clientes de acuerdo a su requerimiento, el área del diseño realizara un prototipo por clientes, cortado el prototipo se llevara al área de confección y luego se asignara ala máquinas de coser de acuerdo a la costura que lleve el modelo, se sacara a uno dos pruebas para ver la calidad del producto, por último se programara lotes completos para su fabricación. Aspectos técnicos: tendremos tallas del 36 al 45 donde se venderán al por mayor y menor

### **1.6.3. Proceso de producción del bien o servicio**

En esta fase se realizara la discreción de las ballerinas convertibles en sandalia incorporado con cierre, con un buen material que será realizado de cuerina, lo primero que realizaremos.

- a) Selección de materia prima
- b) Almacenamiento de materia prima en el almacén
- c) Selección de hormas
- d) Corte de la materia prima

I.

- e) Corte de plantilla
- f) Luego pasara al área de producción con los materiales que se usara para confeccionar como por ejemplo cierre, hilo, terokal
- g) Luego se pasara a confeccionar
- h) Terminado la ballerina para al secado donde se le llevara al horno
- i) Por último se realizará algunos acabados

### **1.7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos**

Los recursos humanos de nuestra empresa es una herramienta muy importante para todas las empresas de diferentes rubros, en especial para la empresa industrial donde tenemos que preocuparnos por el personal que labora en la empresa, donde realizaremos un previo evolución a los perfiles que se requiere para el puesto empresarial.

Tabla 14  
*Perfil de puesto administrativo*

AREA	ADMINISTRACION
PUESTO	Administrador
GESTIONA	Logística, Recursos Humanos, Contabilidad
SALARIO	S/ 1500.00 Nuevos Soles
PERFIL	Administrador de Empresas
REQUISITOS	Título Técnico
EXPERIENCIA	Mínima de 1 año
EDAD	30 a 35 años
FUNCIONES	Supervisar y administrar las distintas actividades de la empresa Establecer y velar por el cumplimiento de la misión, visión, objetivos De la empresa Administrar óptimamente el recurso humano, materiales y financieros de la empresa Proponer medidas técnico administrativas para el mejoramiento de recursos existentes Verificar la contratación y renovación del personal a su cargo Administrar y coordinar los distintos pagos a realizar por la empresa

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15  
*Perfil del área de marketing y venta*

AREA	ADMINISTRACION
PUESTO	Asistente Administrador
GESTIONA	Marketing y Ventas
SALARIO	S/ 1100.00 Nuevos Soles
PERFIL	Estudios Técnicos de Administración y Marketing
REQUISITOS	Título Técnico
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año
EDAD	23 a 30
FUNCIONES	Controlar y Coordinar las distintas actividades de publicidad de la empresa Ejercer Liderazgo dinámico para ejecutar los planes y estrategias de ventas y marketing Crear negocios y alianzas con nuevas estrategias Ingresar las actividades de mercadotecnia de la empresa Contribuir activamente en la búsqueda de soluciones que se resu los problemas de los clientes Representar, atender, promover y desarrollar negocios para la m asignada en el mercado de ventas Captar Nuevos Clientes y establecer un nexo entre clientes y la empresa

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16  
 Perfil del área de producción

AREA	PRODUCCION
PUESTO	Dibujante Diseñador
REPORTA	Administrador
SALARIO	S/ 1200.00 soles
PERFIL	Dibujante diseñador de zapatos
REQUISITOS	Título Técnico
EXPERIENCIA	Mínimo 1 año
FUNCIONES	Diseñar diferentes tipos como sugiera administración Velar por la innovación del producto de la empresa Calidad diseño y corte
AREA 2	PRODUCCION
PUESTO	Operario de producción
SALARIO	S/. 850.00 nuevos soles
PERFIL	Conocimientos de zapatería y corte especial
REQUISITOS	Maestro De Zapatería
EXPERIENCIA	Más de 1 año
FUNCIONES	Corte de cuero según diseño para calzado Distribución de materiales para el armado de calzado
AREA 3	PRODUCCION
PUESTO	Maestro Zapatero
SALARIO	S/. 1000
PERFIL	confeccionista de calzado
REQUISITOS	confeccionista
EXPERIENCIA	más de 1 año
FUNCIONES	Revisar el diseño de la materia prima si está en buenas condicione: Revisar el corte de materia prima. Armado de ballerina convertible a sandalia.

Fuente: Elaboración propia

### **1.7.1. Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal**

Para cumplir con los objetivos que se necesita personal calificado de acuerdo a la necesidad y requiere la empresa para toda el área. Con el conocimiento del gerente general se asegura una excelente selección de personal, por ello la responsabilidad y funciones recae sobre el administrador quien se encarga de velar por la gestión del personal. La estrategia de reclutamiento que nosotros usaremos es los medios más usados por toda la empresa y son reconocidas en reclutamiento de personal, en el Perú los más usados por las empresas industria, les son el portal de búmeran y el portal de contrabajo. Pasos previos de la selección.

- a) Publicación de puesto en los portales de empleos.
- b) Recepción de documentación, según el perfil del puesto a incorporarse.
- c) Charla informativa donde se dará un breve informe de que es lo que busca la empresa de sus colaboradores, a cargo del gerente general.
- d) Examen de conocimientos para la evaluación de experiencia y grado de competencia para el puesto que buscamos.
- e) Entrevista personal con el gerente general

Pasos para selección de personal de acuerdo a su Conocimientos y destrezas.

- a) Recepción de documentación, según el perfil del puesto a incorporarse.
- b) Recolección de los currículos de los interesados a formar parte de nuestra compañía, verificaremos que cuenten con las cualidades y características que el puesto requerido amerite.

- c) Una vez revisado el currículum se pasará a la Charla informativa donde se dará un breve informe de que es lo que busca la empresa de sus colaboradores, a cargo de nuestro Administrador.
- d) En este punto, nuestro Administrador, extenderá a los postulantes, lo que la empresa busca en cada uno de ellos y extiende sus conocimientos para darles un alcance de la misión, visión y objetivos de la empresa.
- e) Examen de conocimientos para la evaluación de experiencia y grado de competencia para el puesto que buscamos.
- f) Terminado el examen de ingreso a los postulantes, se podrá verificar las capacidades y destrezas de los postulantes y quien de ellos cubre con el perfil del puesto que requerimos.
- g) Para finalizar el proceso habrá tenido que pasar por los filtros de nuestro proceso y nos aseguraremos que el seleccionado, cuente con las habilidades y destrezas que buscamos para poder incorporarlo a nuestro equipo de labores.

### **1.7.2 Estrategia de inducción capacitación y evaluación de personas**

Para este punto contamos con la herramienta de coach, quien es el empleado más antigua de la empresa, se encargara de entrenar al nuevo colaborador, procurando el mejor desempeño y aprendizaje posible.

- a) La capacitación es constante y personalizada en las áreas correspondientes y verificada por los entrenadores a cargo de cada área.
- b) La evaluación se realizara según los resultados establecidos para cada colaborador, dependerá de su mejora he inclusión a las reglas y objetivos de la empresa.

### **1.7.3 estraga de motivación y desarrollo del personal.**

- a) Dedicarles tiempo a nuestros colaboradores.
- b) Proporcionar información sobre la empresa.
- c) Fomentar la autonomía.
- d) Establecer alianzas con cada trabajadores celebrar el cumpleaños del colaborador.
- e) Utilizar el desempeño para discriminar la tarea realizada.

### **1.7.4. Política de remuneración y compensación**

La región laboral que se aplicara al personal que laboran en la empresa. Tendrá un incentivo habiendo superado las metas por mes, haciendo reconocimiento a su excelente labor .Los horarios de trabajo será los 8 horas diarias y el refrigerio es una hora, por último los sábados se trabajó de las 8 a 1 pm Fusión Shoes tendré una política de remuneración con un aspecto sumamente dedicada en la relación entre empresa y colaboradores por ello se contempla las necesidades de ambas partes (MTPE, 2020).



## 1.8. Plan financiero

Figura 14  
*aporte de los socios*

SOCIOS	VALOR	PORCENTAJE
Estela Espinoza, Willar	S/. 12,500.00	25%
Melgarejo Velásquez, Patricia	S/. 12,500.00	25%
Ospina Paucar, Miluska	S/. 12,500.00	25%
Rimarachin Carpio, Patricia	S/. 12,500.00	25%
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 50,000.00</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 1.8.1. Historia financiera de la empresa

Figura 15  
inversión tangible

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			
CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTO	PRECIO	COSTO TOTAL
2	COMPUTADORA	S/. 1,300.00	S/. 2,600.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	S/. 800.00	S/. 800.00
			S/. 3,400.00
CANTIDAD	MUEBLES Y ENSERES	PRECIO	COSTO TOTAL
1	Maquinas plana para acabo de calzado	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00
1	Maquina para cortar	S/. 3,450.00	S/. 3,450.00
1	Maquina de poste	S/. 4,200.00	S/. 4,200.00
1	Maquina recta	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00
3	Sillas GIRATORIA	S/. 70.00	S/. 210.00
2	Escritorio	S/. 170.00	S/. 340.00
1	Mesa para la recoleccion y terminado de calzado	S/. 200.00	S/. 200.00
4	Mostrador para zapatos	S/. 200.00	S/. 800.00
4	Espejos	S/. 15.00	S/. 60.00
4	Sillas para probador	S/. 120.00	S/. 480.00
1	Mesa mostrador	S/. 200.00	S/. 200.00
1	Caja registradora	S/. 100.00	S/. 100.00
2	Extintores	S/. 70.00	S/. 140.00
8	Señaleticas	S/. 7.00	S/. 56.00
4	Sillas	S/. 45.00	S/. 180.00
			S/. 15,466.00
	<b>Total inversión fija tangible</b>		<b>S/. 18,866.00</b>
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE			
CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTO	PRECIO	COSTO TOTAL
1	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	S/. 600.00	S/. 600.00
1	INSPECCION DE DEFENSA CIVIL	S/. 90.00	S/. 90.00
1	LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/. 150.00	S/. 150.00
1	<b>COMPRA Y LEGALIZACION DE LIBROS CONTABLES</b>		S/. -
1	PATENTE DE MARCA	S/. 500.00	S/. 500.00
1	PATENTE INDUSTRIAL	S/. 600.00	S/. 600.00
1	PAGINA WEB	S/. 100.00	S/. 100.00
1	OBRAS CIVILES	S/. 100.00	S/. 100.00
1	PLAN DE NEGOCIOS Y ESTUDIOS	S/. -	S/. -
			S/. 2,140.00
	<b>Total inversión fija intangible</b>		<b>S/. 2,140.00</b>
CAPITAL DE TRABAJO			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	GASTOS DE PRODUCCION	S/. 18,528.92	S/. 18,528.92
1	CAPITAL PARA RESERVA OPERATIVA	S/. 7,565.68	S/. 7,565.68
1	Caja chica 10%	S/. 2,899.40	S/. 2,899.40
	<b>TOTAL</b>		<b>S/. 28,994.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**1.8.2. Datos supuestos y políticas económicas económicas y financieras**

Figura 16  
*presupuesto económico*

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION								
GASTOS SALARIALES								
PLANILLA	REMUN.	CANT	REMUN. ANUAL	ESSALUD	VACACIONES	STRATIFICACIÓN	CTS	REMUN. TOTAL ANUAL
ADMINISTRADOR	S/. 1,500.00	1	S/. 18,000.00	S/. 1,620.00	S/. 1,500.00	S/. 3,270.00	S/. 1,750.00	S/. 26,140.00
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	S/. 1,100.00	1	S/. 13,200.00	S/. 1,188.00	S/. 1,100.00	S/. 2,398.00	S/. 1,283.33	S/. 19,169.33
DISEÑADOR Y CORTADOR	S/. 1,200.00	1	S/. 14,400.00	S/. 1,296.00	S/. 1,200.00	S/. 2,616.00	S/. 1,400.00	S/. 20,912.00
PRODUCCIONCORTE	S/. 950.00	1	S/. 11,400.00	S/. 1,026.00	S/. 950.00	S/. 2,071.00	S/. 1,108.33	S/. 16,555.33
MAESTRO ZAPATERO	S/. 1,000.00	1	S/. 12,000.00	S/. 1,080.00	S/. 1,000.00	S/. 2,180.00	S/. 1,166.67	S/. 17,426.67
			<b>S/. 69,000.00</b>	<b>S/. 6,210.00</b>	<b>S/. 5,750.00</b>	<b>S/. 12,535.00</b>	<b>S/. 6,708.33</b>	<b>S/. 100,203.33</b>

GASTOS VARIABLES ADMINISTRATIVOS								
MATERIA PRIMA	VALOR UNI.	CANT	2021	2022	2023	2024	2025	
TONNER O TINTA	S/. 25.00	1	S/. 254.24	S/. 266.95	S/. 280.30	S/. 294.31	S/. 309.03	S/. 309.03
HOJAS*MILLAR	S/. 16.00	3	S/. 488.14	S/. 512.54	S/. 538.17	S/. 565.08	S/. 593.33	S/. 593.33
ARCHIVADORES	S/. 3.00	2	S/. 61.02	S/. 64.07	S/. 67.27	S/. 70.63	S/. 74.17	S/. 74.17
LAPICEROS	S/. 0.50	4	S/. 20.34	S/. 21.36	S/. 22.42	S/. 23.54	S/. 24.72	S/. 24.72
CUADERNOS	S/. 2.00	4	S/. 81.36	S/. 85.42	S/. 89.69	S/. 94.18	S/. 98.89	S/. 98.89
RESALTADOR	S/. 1.00	8	S/. 81.36	S/. 85.42	S/. 89.69	S/. 94.18	S/. 98.89	S/. 98.89
LAPICES	S/. 0.80	8	S/. 65.08	S/. 68.34	S/. 71.76	S/. 75.34	S/. 79.11	S/. 79.11
BOLETAS Y FACTURAS	S/. 56.00	1	S/. 569.49	S/. 597.97	S/. 627.86	S/. 659.26	S/. 692.22	S/. 692.22
AMBIENTADOR	S/. 5.00	2	S/. 101.69	S/. 106.78	S/. 112.12	S/. 117.72	S/. 123.61	S/. 123.61
PAPEL HIGIENICO	S/. 0.80	24	S/. 195.25	S/. 205.02	S/. 215.27	S/. 226.03	S/. 237.33	S/. 237.33
BOLSA DE BASURA	S/. 8.00	24	S/. 1,952.54	S/. 2,050.17	S/. 2,152.68	S/. 2,260.31	S/. 2,373.33	S/. 2,373.33
DESINFECTANTES	S/. 10.00	4	S/. 406.78	S/. 427.12	S/. 448.47	S/. 470.90	S/. 494.44	S/. 494.44
IMPLEMETOS VARIOS	S/. 20.00	8	S/. 1,627.12	S/. 1,708.47	S/. 1,793.90	S/. 1,883.59	S/. 1,977.77	S/. 1,977.77
		Sin IGV	S/. 5,904.41	S/. 6,199.63	S/. 6,509.61	S/. 6,835.09	S/. 7,176.84	S/. 7,176.84

COSTOS FIJOS ADMINISTRATIVOS								
CONCEPTO	VALOR UNI.	CANT	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	
AGUA	S/. 30.00	1	S/. 305.08	S/. 320.34	S/. 336.36	S/. 353.17	S/. 370.83	S/. 370.83
LUZ	S/. 230.00	1	S/. 2,338.98	S/. 2,455.93	S/. 2,578.73	S/. 2,707.67	S/. 2,843.05	S/. 2,843.05
INTERNET+TELEFONO	S/. 99.00	1	S/. 1,006.78	S/. 1,057.12	S/. 1,109.97	S/. 1,165.47	S/. 1,223.75	S/. 1,223.75
ALQUILER	S/. 500.00	1	S/. 5,714.29	S/. 6,000.00	S/. 6,300.00	S/. 6,615.00	S/. 6,945.75	S/. 6,945.75
			<b>S/. 9,365.13</b>	<b>S/. 9,833.39</b>	<b>S/. 10,325.06</b>	<b>S/. 10,841.31</b>	<b>S/. 11,383.38</b>	<b>S/. 11,383.38</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>		Sin IGV	<b>S/. 115,472.87</b>	<b>S/. 116,236.35</b>	<b>S/. 117,038.00</b>	<b>S/. 117,879.73</b>	<b>S/. 118,763.55</b>	<b>S/. 118,763.55</b>

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES DE VENTA								
	VALOR UNIT.	ITEM	2021	2022	2023	2024	2025	
	S/. 200.00	PUBLICIDAD	S/. 2,033.90	S/. 2,135.59	S/. 2,242.37	S/. 2,354.49	S/. 2,472.22	S/. 2,472.22
	S/. 250.00	MERCHANDI	S/. 2,542.37	S/. 2,669.49	S/. 2,802.97	S/. 2,943.11	S/. 3,090.27	S/. 3,090.27
	S/. 200.00	PUBLICIDAD	S/. 2,033.90	S/. 2,135.59	S/. 2,242.37	S/. 2,354.49	S/. 2,472.22	S/. 2,472.22
			S/. 6,610.17	S/. 6,940.68	S/. 7,287.71	S/. 7,652.10	S/. 8,034.70	S/. 8,034.70
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		Sin IGV	<b>S/. 6,610.17</b>	<b>S/. 6,940.68</b>	<b>S/. 7,287.71</b>	<b>S/. 7,652.10</b>	<b>S/. 8,034.70</b>	<b>S/. 8,034.70</b>

Fuente: Elaboración propia

### 1.8.3. Plan de venta de la empresa

Figura 17  
 planes de venta del proyecto

PROYECCION DE VENTAS EN UNIDADES					
AÑO MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERO	553	580	609	640	672
FEBRERO	553	580	609	640	672
MARZO	553	580	609	640	672
ABRIL	553	580	609	640	672
MAYO	553	580	609	640	672
JUNIO	553	580	609	640	672
JULIO	553	580	609	640	672
AGOSTO	553	580	609	640	672
SEPTIEMBRE	553	580	609	640	672
OCTUBRE	553	580	609	640	672
NOVIEMBRE	553	580	609	640	672
DICIEMBRE	553	580	609	640	672
total	6,632	6,964	7,312	7,678	8,062
SOLES	S/. 232,137.48	S/. 243,744.36	S/. 255,931.57	S/. 268,728.15	S/. 282,164.56

Fuente: Elaboración propia

**1.8.4. Análisis de costos**

Figura 18  
*cálculos de costo*

Calculo del valor DE VENTAS						
CONCEPTO	CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES	553	6,632.50	6,964	7,312	7,678	8,062
BALERINAS	553	S/. 232,137.48	S/. 243,744.36	S/. 255,931.57	S/. 268,728.15	S/. 282,164.56
IGV		S/. 35,410.80	S/. 37,181.34	S/. 39,040.41	S/. 40,992.43	S/. 43,042.05

Fuente: Elaboración propia

**1.8.5. Punto de equilibrio de la empresa**

Figura 19  
*determinaciones de punto de equilibrio*

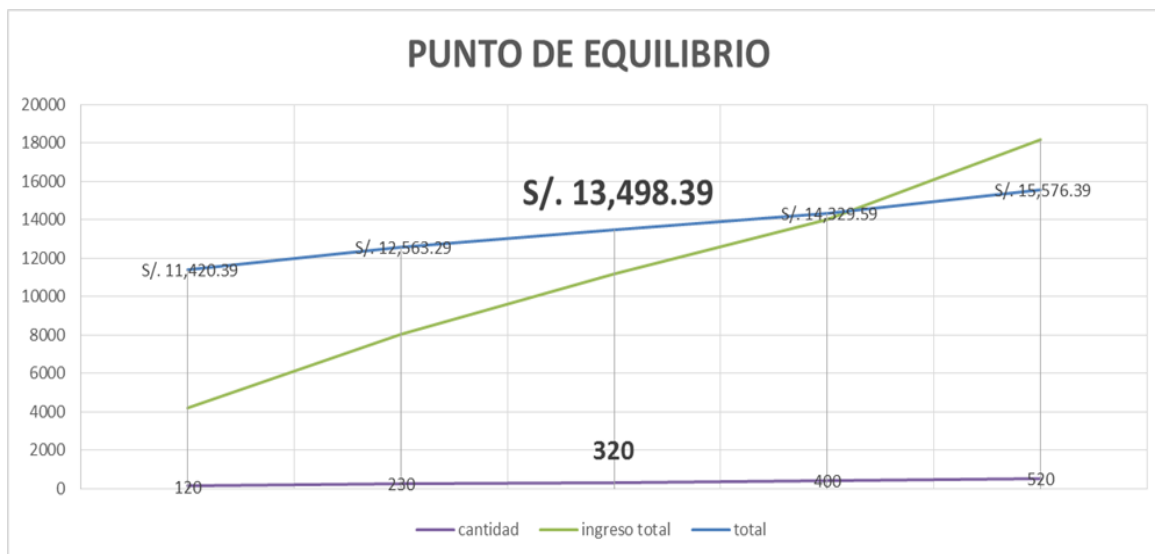
DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
CONCEPTO	POR PAR DE	BALLERINA CONB. A	SANDALIA
Precio de Venta	S/.	35.00	
Costo Variable Unitario	S/.	10.39	
Margen de Contribucion	S/.	24.61	
Proporcion de Ventas		100%	
Costos Fijos	S/.	10,173.59	
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES</b>		<b>413</b>	
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. X Precio)</b>	S/.	<b>14,468.73</b>	

POR PAR DE BALLERINA CONB. A SANDALIA			
Punto de Equilibrio =	$\frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Precio - Costo Variable Unitario}}$		$\text{PE} = \frac{10,173.59}{24.61}$
	<div style="border: 1px solid black; background-color: #d4edda; padding: 5px; display: inline-block;">MARGEN DE CONTRIBUCION</div>		$\text{PE} = \boxed{413.39}$

Fuente: Elaboración propia

Figura 20  
puntos de equilibrio



Fuente: Elaboración propia

### 1.8.6. Administración de materiales e insumos para la producción

Figura 21  
administraciones de materiales

CALCULO DEL FOB									
PRODUCTO	VALOR UNITARIO (S/.)			Años	Consumo percapita	Total demanda			
BALERINAS	S/.	35.00		2021	100%	6,632			
				2022	100%	6,964			
Tipo de cambio		1		2023	100%	7,312			
Tasa de crecimiento		5.0%		2024	100%	7,678			
				2025	100%	8,062			
Calculo del valor VARIABLE DE PRODUCCION									
CONCEPTO	CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5			
UNIDADES	553	6,632	6,964	7,312	7,678	8,062			
BALERINAS	553	S/.	68,911.67	S/.	72,357.25	S/.	75,975.12	S/.	79,773.87
IGV		S/.	10,511.95	S/.	11,037.55	S/.	11,589.42	S/.	12,168.90
							S/.	12,777.34	
COSTO DE MATERIAL				COSTO UNITARIO (UN PAR DE ZAPATOS)					
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	MONTO	MATERIA PRIMA	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	MONTO		
CUERO SINTETICO	1	m2	S/.	15.00	CUERO	0.1	m2	S/.	1.50
HILO	100	m	S/.	5.00	HILO	4	m	S/.	0.20
SUELA	100	unidades	S/.	150.00	SUELA	2	unidades	S/.	3.00
CIERRES	100	unidades	S/.	20.00	CIERRES	4	unidades	S/.	0.80
PEGAMENTO	2000	cm3	S/.	15.00	PEGAMENTO	12	cm3	S/.	0.09
FORRO INTERIOR	1	m2	S/.	12.00	FORRO INTERIOR	0.2	m2	S/.	2.40
PLANTILLA	100	unidades	S/.	120.00	PLANTILLA	2	unidades	S/.	2.40
<b>TOTAL</b>			<b>S/.</b>	<b>337.00</b>	<b>TOTAL</b>			<b>S/.</b>	<b>10.39</b>
MERCADO OBJETIVO			<b>105860</b>						
TASA DE USUARIOS			85%						
TASA DE COMPRAS MENSUAL			45%						
TASA DE PREFERENCIA			70%						
TASA DE ACEPTACION DE PRODUCTO			39%						
TASA DE PARTICIPACION DE MERCADO			5%						
<b>CLIENTES POTENCIALES ESPERADOS</b>			<b>553</b>						

Fuente: Elaboración propia

### 1.8.7. Inversión inicial

Figura 22  
*resumen de la inversión*

RESUMEN DE INVERSIONES	
INVERSIONES	MONTO
<b>1) Inversión fija</b>	S/. 21,006.00
Inversión fija tangible	S/. 18,866.00
Inversion fija Intangible	S/. 2,140.00
<b>2) Capital de trabajo</b>	S/. 28,994.00
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>S/. 50,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

### 1.8.8. Capital de trabajo

Figura 23  
*presupuesto de materia prima*

PRESUPUESTO DE PRODUCCION PROYECTADO					
	4				
COSTOS VARIABLES DE PRODUCCION	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
MATERIA PRIMA	S/. 58,399.72	S/. 61,319.71	S/. 64,385.69	S/. 67,604.98	S/. 70,985.22
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 58,399.72</b>	<b>S/. 61,319.71</b>	<b>S/. 64,385.69</b>	<b>S/. 67,604.98</b>	<b>S/. 70,985.22</b>
<b>IMPUESTOS</b>					
IGV	S/. 10,511.95	S/. 11,037.55	S/. 11,589.42	S/. 12,168.90	S/. 12,777.34
<b>TOTAL MATERIA PRIMA +IMPUESTOS</b>	<b>S/. 68,911.67</b>	<b>S/. 72,357.25</b>	<b>S/. 75,975.12</b>	<b>S/. 79,773.87</b>	<b>S/. 83,762.57</b>
<b>GASTOS VARIOS</b>					
OTROS GASTOS	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>S/. 58,399.72</b>	<b>S/. 61,319.71</b>	<b>S/. 64,385.69</b>	<b>S/. 67,604.98</b>	<b>S/. 70,985.22</b>

Fuente: Elaboración propia

### **1.8.9. Fuente de financiamiento**

Mi empresa iniciara con inversión propia de los accionistas por esa razón nuestra empresa no requiere en estos tiempos un financiamiento .en caso contario nuestra empresa cuando requiere de solvencia en un cierto año lo primero que tenemos que hacer es avaluar las tasas de interés que las empresas nos ofrece de acuerdo a la cantidad del dinero que nosotros requerimos.





Fuente: Elaboración propia

**1.8.12. Estado de ganancia y perdidas proyectada de la empresa**

Figura 26  
estado de ganancia y perdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS						
PARTIDAS	0	2021	2022	2023	2024	2025
(+) INGRESO	0	S/. 232,137.48	S/. 243,744.36	S/. 255,931.57	S/. 268,728.15	S/. 282,164.56
(-) COSTO DE PRODUCCION	0	S/. 58,399.72	S/. 61,319.71	S/. 64,385.69	S/. 67,604.98	S/. 70,985.22
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. 173,737.76</b>	<b>S/. 182,424.65</b>	<b>S/. 191,545.88</b>	<b>S/. 201,123.18</b>	<b>S/. 211,179.34</b>
(-) GASTOS OPERATIVOS	0	S/. 150,221.94	S/. 152,588.04	S/. 155,072.45	S/. 157,681.07	S/. 159,570.13
GASTOS ADMINISTRATIVOS	0	S/. 141,215.17	S/. 143,250.76	S/. 145,388.14	S/. 147,632.38	S/. 149,988.83
PLANILLA		S/. 100,203.33	S/. 100,203.33	S/. 100,203.33	S/. 100,203.33	S/. 100,203.33
COSTOS FIJOS ADMINISTRATIVOS		S/. 9,365.13	S/. 9,833.39	S/. 10,325.06	S/. 10,841.31	S/. 11,383.38
COSTOS VARIABLES ADMINISTRATIVOS		S/. 5,904.41	S/. 6,199.63	S/. 6,509.61	S/. 6,835.09	S/. 7,176.84
IGV (18%)	0	S/. 25,442.30	S/. 26,714.41	S/. 28,050.13	S/. 29,452.64	S/. 30,925.27
RENTA DE ALQUILER (5%)		S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
GASTOS DE VENTAS	0	S/. 6,610.17	S/. 6,940.68	S/. 7,287.71	S/. 7,652.10	S/. 8,034.70
DEPRECIACION	0	S/. 2,396.60	S/. 2,396.60	S/. 2,396.60	S/. 2,396.60	S/. 1,546.60
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>0</b>	<b>S/. 23,515.82</b>	<b>S/. 29,836.61</b>	<b>S/. 36,473.44</b>	<b>S/. 43,442.10</b>	<b>S/. 51,609.21</b>
(-) INTERESES	0	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO</b>	<b>0</b>	<b>S/. 23,515.82</b>	<b>S/. 29,836.61</b>	<b>S/. 36,473.44</b>	<b>S/. 43,442.10</b>	<b>S/. 51,609.21</b>
(-) IMPUESTO A LA RENTA (30%)	0	S/. 7,054.75	S/. 8,950.98	S/. 10,942.03	S/. 13,032.63	S/. 15,482.76
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>0</b>	<b>S/. 16,461.07</b>	<b>S/. 20,885.63</b>	<b>S/. 25,531.41</b>	<b>S/. 30,409.47</b>	<b>S/. 36,126.44</b>
<b>UTILIDAD ACUMULADA</b>	<b>0</b>	<b>S/. 16,461.07</b>	<b>S/. 37,346.70</b>	<b>S/. 62,878.11</b>	<b>S/. 93,287.58</b>	<b>S/. 129,414.02</b>

Fuente: Elaboración propia

**1.8.13. Balance General proyectado de la empresa**

Figura 27  
balance general

ESTADO DE BALANCE GENERAL PROYECTADO					
ACTIVO	2021	2022	2023	2024	2025
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
CAJAS Y BANCOS	S/. 80,648.72	S/. 107,099.30	S/. 138,354.07	S/. 174,653.25	S/. 216,249.06
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>S/. 80,648.72</b>	<b>S/. 107,099.30</b>	<b>S/. 138,354.07</b>	<b>S/. 174,653.25</b>	<b>S/. 216,249.06</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>					
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/. 18,866.00	S/. 16,469.40	S/. 14,072.80	S/. 11,676.20	S/. 9,279.60
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	S/. 2,140.00	S/. 2,140.00	S/. 2,140.00	S/. 2,140.00	S/. 2,140.00
DEPRECIACIÓN	S/. -2,396.60	S/. -2,396.60	S/. -2,396.60	S/. -2,396.60	S/. -1,546.60
AMORTIZACIÓN	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>S/. 18,609.40</b>	<b>S/. 16,212.80</b>	<b>S/. 13,816.20</b>	<b>S/. 11,419.60</b>	<b>S/. 9,873.00</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>S/. 99,258.12</b>	<b>S/. 123,312.10</b>	<b>S/. 152,170.27</b>	<b>S/. 186,072.85</b>	<b>S/. 226,122.06</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>PASIVO CORRIENTE</b>					
IMPUESTO A LA RENTA	S/. 7,054.75	S/. 8,950.98	S/. 10,942.03	S/. 13,032.63	S/. 15,482.76
IGV (18%)	S/. 25,442.30	S/. 26,714.41	S/. 28,050.13	S/. 29,452.64	S/. 30,925.27
RENTA POR ALQUILER (5%)	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>S/. 32,797.04</b>	<b>S/. 35,965.40</b>	<b>S/. 39,292.17</b>	<b>S/. 42,785.27</b>	<b>S/. 46,708.03</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>					
PRESTAMO	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>	<b>S/. -</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>S/. 32,797.04</b>	<b>S/. 35,965.40</b>	<b>S/. 39,292.17</b>	<b>S/. 42,785.27</b>	<b>S/. 46,708.03</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL	S/. 50,000.00	S/. 50,000.00	S/. 50,000.00	S/. 50,000.00	S/. 50,000.00
RESULTADOS ACUMULADOS	S/. 16,461.07	S/. 37,346.70	S/. 62,878.11	S/. 93,287.58	S/. 129,414.02
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>S/. 66,461.07</b>	<b>S/. 87,346.70</b>	<b>S/. 112,878.11</b>	<b>S/. 143,287.58</b>	<b>S/. 179,414.02</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>S/. 99,258.12</b>	<b>S/. 123,312.10</b>	<b>S/. 152,170.27</b>	<b>S/. 186,072.85</b>	<b>S/. 226,122.06</b>

Fuente: Elaboración propia

**1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa**

Figura 28  
análisis de sensibilidad

**DE TERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL (COK)**

**DETERMINACION DEL COK** (Costo del Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento **TMAR**, para el negocio).  
Hay varios metodos, para definir la tasa con que se aplicara la ecuacion de valor del VAN, para determina r la viabilidad del proyecto.  
Aplicamos este metodo que considera:

Inflación prom. Anual (se mantiene estable)	(f)	3.3%	lo primero que debe recuperar el inversionista es la inflacion (para mantener los rendimientos reales) rendimiento de la industria o sector es subjetivo, cada inversionista tiene diferente adversion al riesgo.
Tasa de rendimiento del mercado prom. Anual	(i)	7%	
Tasa de Riesgo del Inversionista	(i)	8%	

Entonces  $i = 15\%$

**Costo de Oportunidad del Capital (COK) o Tasa Mínima Aceptable de Rendim. (TMAR)** = **18.8%**

$$COK = TMAR = f + i + (f \times i)$$

finlacion promedio  
i: premio al riesgo del sector o mercado + riesgo adicional considerado por el empresario

ITEMS	ESCENARIOS		
	Pesimista	Moderado	Óptimista
Inflación prom. Anual (se mantiene estable) (f)	4%	2.5%	2%
Tasa de rendimiento del mercado prom. Anual	5%	10%	15%
Tasa de Riesgo del Inversionista	25%	15%	10.0%
	(i)	30%	25%
<b>Costo de Oportunidad del Capital (COK)</b>	<b>34.550%</b>	<b>28.125%</b>	<b>27.500%</b>

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA		ESTIMACIÓN	
<b>MERCADO POTENCIAL</b>		<b>93755</b>	
MERCADO DISPONIBLE - PREGUNTA 12	38%	35627	
MERCADO EFECTIVO - PREGUNTA 13	93%	33133	
MERCADO OBJETIVO - PREGUNTA 14	87%	28826	
<b>Estimación de Ventas Mensuales</b>	12	2402	

31%  
75%

Fuente: Elaboración propia

Figura 29  
cálculos del valor actual

CALCULO DE VAN Y TIR			
COK ANUAL (%)	18.795%		COK: Costo de Oportunidad del Capital (tasa de descuent
COK MENSUAL (%)	1.4%		VANE: Valor Actual Neto Economico
VANE	31,427		TIRE: Tasa Intema de Retomo Economico
TIRE	41.11%		
VANE: Para que el proyecto sea aceptable su resultado del VANE debe ser mayor a cero		TIR: Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. Debe ser mayor que el COK.	
		El calculo de nuestra Tasa Interna de Retomo (TIR) salio positivo, significa que nuestro proyecto ofrece un rendiminto del 41.11%, o que genera (aporta) una riqueza del 41.11% de su valor.	

Fuente: Elaboración propia

### 1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa

La empresa Fusión Shoes SAC en el área de oficina utilizaremos 2 computadoras, una impresora multifuncional, tres silla giratoria, dos escritorios y el área de producción u otras área de acabado de nuestros producto los equipos que usaremos son, una maquina plana de dos agujas para calzado, una máquina para cortar, una máquina de poste, una maquina recta, una mesa de recolector de acabado de calzados. Por ultimo también compraremos para el área de venta donde será en misma empresa los cuales son ,cuatro mostradores de calzados, cuatro espejos, cuatro sillas probadoras , una mesa mostrador, una caja registradora, dos extintores, ocho señaléticas, cuatro sillas.

Figura 30  
 presupuesto de costo del equipo e inmueble

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE			
CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTO	PRECIO	COSTO TOTAL
2	COMPUTADORA	S/. 1,300.00	S/. 2,600.00
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	S/. 800.00	S/. 800.00
			<b>S/. 3,400.00</b>
CANTIDAD	MUEBLES Y ENSERES	PRECIO	COSTO TOTAL
1	Maquinas plana para acabo de calzado	S/. 2,700.00	S/. 2,700.00
1	Maquina para cortar	S/. 3,450.00	S/. 3,450.00
1	Maquina de poste	S/. 4,200.00	S/. 4,200.00
1	Maquina recta	S/. 2,350.00	S/. 2,350.00
3	Sillas GIRATORIA	S/. 70.00	S/. 210.00
2	Escritorio	S/. 170.00	S/. 340.00
1	Mesa para la recoleccion y terminado de calzado	S/. 200.00	S/. 200.00
4	Mostrador para zapatos	S/. 200.00	S/. 800.00
4	Espejos	S/. 15.00	S/. 60.00
4	Sillas para probador	S/. 120.00	S/. 480.00
1	Mesa mostrador	S/. 200.00	S/. 200.00
1	Caja registradora	S/. 100.00	S/. 100.00
2	Extintores	S/. 70.00	S/. 140.00
8	Señaléticas	S/. 7.00	S/. 56.00
4	Sillas	S/. 45.00	S/. 180.00
			<b>S/. 15,466.00</b>
	<b>Total inversión fija tangible</b>		<b>S/. 18,866.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## Conclusión

Para concluir este trabajo de tesis, este breve resumen lo detallaremos las recomendaciones que nosotros como investigadores de del proyecto se puede realizar porque es un fuente muy bien realizado basándonos atreves de experiencia personal vivida donde existió barreras pero con perseverancia y lucha en la vida todo es posible cuando uno se propone en la vida metas que lograr .Es mediante el cual pudo plantear este plan del negocio industrial de calzados de ballerina convertibles en sandalias al mercado para la producción y comercialización de Fusión Shoes S.A.C estableciendo los lineamientos necesarios para que surja de manera correcta.

El plan del negocio se desarrolló de forma satisfactoria por que contaba con los recursos necesarios para poder elaborarlo como por ejemplo las personas que trabajan en la producción donde me informaron que tipo de materiales se usa para poder confeccionar una ballerina y de acuerdo a ello mi persona le dio el valor agregado a al producto por ello puedo afirmar que la experiencias en el área también es de suma importancia para una buena toma de dicciones al momento de confeccionar una ballerina convertible en sandalias.

Nuestro plan estratégico para la venta son las redes sociales que en la actualidad son lo más usados por los usuarios de nuestros clientes y otras personas. El enfoque será en la clase media baja donde realizamos una previa evolución del nicho del mercado de san juan de Lurigancho\_ lima .En el sector industrial nacional en la actualidad el gobierno ha favorecido a dicho crecimiento

También se logró determinar las características que debe tener, ballerina convertible en sandalias para comodidad del cliente, elegancias de la mujer actual.

I.

## Referencias

Diario Gestión (2020). Disponible en: <https://www.gestion.pe/> Consultado el 01 de abril del 2020.

Diario Oficial el peruano (2020). Disponible en: <https://elperuano.pe/noticia-reactiva-peru-y-faemype-232800-micro-y-pequenas-empresas-accedieron-a-creditos-garantias-99460.aspx>. Consultado el 01 de abril del 2020.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/>. Consultado el 01 de abril del 2020.

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2020). Disponible en: [www.sunat.gob.pe/](http://www.sunat.gob.pe/). Consultado el 01 de abril del 2020.

Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (2020). Disponible en: <https://www.sunarp.gob.pe/> Consultado el 01 de abril del 2020.

UNID (2017). Análisis financiero. Universidad Interamericana para el Desarrollo. Disponible en: [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/ADI/AF/AF/AF01/AF01Lectura.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ADI/AF/AF/AF01/AF01Lectura.pdf)