

“Año de la lucha contra la corrupción e impunidad”



INICIATIVA EMPRESARIAL

COMERCIALIZACIÓN Y DISEÑO DE “BUGGY BAGS”, UNA NUEVA FORMA DE TRANSPORTAR LAS COMPRAS DEL SUPERMERCADO AL HOGAR PARA JÓVENES Y ADULTOS DE LA REGIÓN JUNÍN CON UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO ASISTIENDO EL FRÍAJE EN LA ZONA DE CHANCAPALCA CON DONACIONES

Producto: “Buggy Bags”

Docente: Álvarez Huamán, José Antonio

Nombres	Código	Carrera	Semestre	Dirección	Celular
Ayala Ticse Jorge Fernando	72449635	Tecnología medica	VI	Prolongación Trujillo 1159	964640280
Balbín Medina Kenyi	74119288	Ing. Sistemas e informática	VIII	Villa Magisterial José Carlos Mariátegui Mz. B Lt.5 – el tambo	930304383
Barrenechea Navarro Valeria Paula	76271201	Ing. Empresarial	VIII	Av. Huancavelica 377 - Chilca	927681690
Osorio Vázquez Carlos	72306908	Ingeniería Empresarial	VIII	Jr. San José 445 - Huancayo	969661110
Ricaldi Canchanya Angie	74401090	Ingeniería Empresarial	VII	Mz. I Lte.39 Urbanización Los Eucaliptos - Portales	964141983

CARTAS DE COMPROMISOS

COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO 01

Por medio de la presente, yo: Jorge Fernando Ayala Ticse, identificado(a) con D.N.I. N° 72449635; estudiante de la facultad de Tecnología Médica, que estando a la fecha de presentación del plan de negocios titulado: **COMERCIALIZACIÓN Y DISEÑO DE “BUGGY BAGS”, UNA NUEVA FORMA DE TRANSPORTAR LAS COMPRAS DEL SUPERMERCADO AL HOGAR PARA JÓVENES Y ADULTOS DE LA REGIÓN JUNÍN CON UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO ASISTIENDO EL FRIAJE EN LA ZONA DE CHANCAPALCA CON DONACIONES.**

Me comprometo a presentar los avances e informe final en los plazos establecidos de conformidad al cronograma indicado; en caso de incumplimiento y/o abandono autorizo se me descalifique del equipo.

Para constancia del presente compromiso, firmo al pie de la presente.

Huancayo 10 de Octubre de 2019

Jorge Ayala Ticse 72449635

COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO 02

Por medio de la presente, yo: Kenyi Balvín Medina, identificado(a) con D.N.I. N° 74119288; estudiante de la facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática, que estando a la fecha de presentación del plan de negocios titulado: **COMERCIALIZACIÓN Y DISEÑO DE “BUGGY BAGS”, UNA NUEVA FORMA DE TRANSPORTAR LAS COMPRAS DEL SUPERMERCADO AL HOGAR PARA JÓVENES Y ADULTOS DE LA REGIÓN JUNÍN CON UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO ASISTIENDO EL FRIAJE EN LA ZONA DE CHANCAPALCA CON DONACIONES.**

Me comprometo a presentar los avances e informe final en los plazos establecidos de conformidad al cronograma indicado; en caso de incumplimiento y/o abandono autorizo se me descalifique del equipo.

Para constancia del presente compromiso, firmo al pie de la presente.

Huancayo 10 de Octubre de 2019

Kenyi Balvín Medina 74119288

COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO 03

Por medio de la presente, yo: Valeria Barrenechea Navarro, identificado(a) con D.N.I. N.º 76271201; estudiante de la facultad de Ingeniería Empresarial, que estando a la fecha de presentación del plan de negocios titulado: **COMERCIALIZACIÓN Y DISEÑO DE “BUGGY BAGS”, UNA NUEVA FORMA DE TRANSPORTAR LAS COMPRAS DEL SUPERMERCADO AL HOGAR PARA JÓVENES Y ADULTOS DE LA REGIÓN JUNÍN CON UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO ASISTIENDO EL FRIAJE EN LA ZONA DE CHANCAPALCA CON DONACIONES.**

Me comprometo a presentar los avances e informe final en los plazos establecidos de conformidad al cronograma indicado; en caso de incumplimiento y/o abandono autorizo se me descalifique del equipo.

Para constancia del presente compromiso, firmo al pie de la presente.

Huancayo 10 de Octubre de 2019

Valeria Barrenechea Navarro 76271201

COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO 04

Por medio de la presente, yo: Carlos Osorio Vásquez, identificado(a) con D.N.I. N.º 72306908; estudiante de la facultad de Ingeniería Empresarial, que estando a la fecha de presentación del plan de negocios titulado: COMERCIALIZACIÓN Y DISEÑO DE “BUGGY BAGS”, UNA NUEVA FORMA DE TRANSPORTAR LAS COMPRAS DEL SUPERMERCADO AL HOGAR PARA JÓVENES Y ADULTOS DE LA REGIÓN JUNÍN CON UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO ASISTIENDO EL FRIAJE EN LA ZONA DE CHANCAPALCA CON DONACIONES.

Me comprometo a presentar los avances e informe final en los plazos establecidos de conformidad al cronograma indicado; en caso de incumplimiento y/o abandono autorizo se me descalifique del equipo.

Para constancia del presente compromiso, firmo al pie de la presente.

Huancayo 10 de Octubre de 2019

Carlos Osorio Vásquez 72306908

COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO 05

Por medio de la presente, yo: Angie Ricaldi Canchanya, identificado(a) con N.º. D.N.I. 74401090, estudiante de la facultad de Ingeniería Empresarial, que estando a la fecha de presentación del plan de negocios titulado: COMERCIALIZACIÓN Y DISEÑO DE “BUGGY BAGS”, UNA NUEVA FORMA DE TRANSPORTAR LAS COMPRAS DEL SUPERMERCADO AL HOGAR PARA JÓVENES Y ADULTOS DE LA REGIÓN JUNÍN CON UN IMPACTO SOCIAL POSITIVO ASISTIENDO EL FRIAJE EN LA ZONA DE CHANCAPALCA CON DONACIONES.

Me comprometo a presentar los avances e informe final en los plazos establecidos de conformidad al cronograma indicado; en caso de incumplimiento y/o abandono autorizo se me descalifique del equipo.

Para constancia del presente compromiso, firmo al pie de la presente.

Huancayo 10 de Octubre de 2019

Angie Ricaldi Canchanya 74401090

RESUMEN EJECUTIVO

BUGGY BAGS, en el primer capítulo analizamos los aspectos generales y la descripción de nuestra idea de negocio, así mismo hemos analizado las características innovadoras del producto. En el capítulo dos analizamos nuestro mercado objetivo para poder analizar nuestra proyección de la demanda, finalmente aplicamos el marketing mix. En el capítulo tres, analizamos un estudio técnico y operativo, en donde vimos la localización y el tamaño de la planta. En el capítulo cuatro, describimos como formalizamos nuestra empresa y los requerimientos. El capítulo cinco se hizo el estudio económico del proyecto en donde describimos nuestros activos fijos tangibles e intangibles, los costos fijos y variables para poder obtener que Después de tener proyectado el flujo de caja económico en una proyección de 5 años, este nos ayudará a tener los indicadores de rentabilidad tales como el VANE y el TIRE, que en el caso de los Buggy Bags, tenemos un resultado de s/19 805 es decir nuestro producto generará valor y un TIRE de 160%. Asimismo, tenemos el beneficio costo, el cual nos arrojó s/1.32, es decir por cada s/.1 invertido se tiene de beneficio s/1.32.

Finalmente, en el capítulo 6 observamos el impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, el cual es “el proyecto se enfoca en tomar medidas para el cambio climático y sus efectos con una ponderación de 23 a nivel distrital, 55 provincial y 37 en la región Junín, ya que se cuenta con un ponderado de 70 para este, el proyecto Buggy Bags sustituirá las bolsas de plástico que las personas de la región Junín usan anualmente”.

EXECUTIVE SUMMARY

BUGGY BAGS, in the first chapter we analyze the general aspects and the description of our business idea, we have also analyzed the innovative characteristics of the product. In chapter two we analyze our target market to be able to analyze our demand projection, finally we apply the marketing mix. In chapter three, we analyzed a technical and operational study, where we saw the location and size of the plant. In chapter four, we describe how we formalize our company and the requirements. Chapter five made the economic study of the project where we describe our tangible and intangible fixed assets, fixed and variable costs to be able to obtain that After having projected the economic cash flow in a 5-year projection, this will help us to have Profitability indicators such as VANE and TIRE, which in the case of Buggy Bags, have a result of s / 19 805 that is, our product will generate value and an EIR of 160%. Likewise, we have the benefit cost, which gave us s / 1.32, that is, for every s / .1 invested, the benefit is s / 1.32.

Finally, in Chapter 6 we observe the positive impact on society and the environment, which is “the project focuses on taking measures for climate change and its effects with a weighting of 23 at the district, 55 provincial and 37 levels. the Junín region, since it has a weighted 70 for this, the Buggy Bags project will replace the plastic bags that people in the Junín region use annually”.

Índice

1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1. TÍTULO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL	1
1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA D NEGOCIO	1
1.3. CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS Y CREATIVAS DEL PRODUCTO	1
2. ESTUDIO DEL MERCADO.....	1
2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA	1
2.1.1. CARACTERÍSTICAS COMPARATIVAS DE LA COMPETENCIA	2
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	4
2.2.1. LA SEGMENTACIÓN	4
2.2.2. FICHA TECNICA ESTADÍSTICA.....	5
2.2.3. LA ENCUESTA.....	6
2.2.4. RESULTADO DE LA ENCUESTA U OTROS RESULTADOS	6
2.2.5. DETERMINACIÓN DE LOS MERCADOS.....	10
2.2.6. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	10
2.2.7. PROYECCIÓN DE LAS VENTAS A 5 AÑOS.....	10
2.3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	10
2.3.1. ESTRATÉGIAS GENÉRICAS	10
2.3.2. MARKETING MIX.....	11
2.3.3. CICLO DE VIDA ESTRATÉGICO.....	13
3. ESTUDIO TÉCNICO – OPERATIVO	15
3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	15
3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN	16
3.3. LOCALIZACIÓN	18
3.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN	18
3.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN	19
3.4. TAMAÑO DE PLANTA.....	19
3.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	20
3.6. REQUERIMIENTOS	21
3.6.2. REQUERIMIENTOS DE RRHH.....	21
3.6.3. REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIAS, EQUIPOS, MUEBLES Y HERRAMIENTAS.....	21
3.6.4. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS O MATERIA PRIMA.....	21

Estimado(a) junto con saludarle, recibo invitarle a responder el siguiente cuestionario. Sus respuestas serán de carácter confidencial y tiene como objetivo recoger su importante opinión sobre los nuevos productos “Buggy Bags”, el cual son unos carritos para hacer compras en los supermercados, tienen una capacidad de 20 kilogramos de soporte y son prácticos de llevar. Este documento deberá ser llamado con absoluta disposición y transparencia. 6

4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO/ LEGAL/ORGANIZACIONAL.....	21
3.7.	FILOSOFÍA EMPRESARIAL	21
3.7.1.	VISIÓN.....	21
3.7.2.	MISIÓN	22
3.7.3.	VALORES	22
3.7.4.	OBJETIVOS	22
3.8.	TIPO DE EMPRESA	23
3.8.1.	EMPRESA SEGÚN CONSTITUCIÓN LEGAL	23
3.8.2.	EMPRESA SEGÚN TAMAÑO.....	23
3.8.3.	EMPRESA SEGÚN EL SECTOR.....	23
3.8.4.	EMPRESA SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL	23
3.9.	PROCESO DE FORMALIZACIÓN.....	23
3.9.1.	FORMALIZACIÓN REGISTRAL.....	23
3.9.2.	FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA.....	23
3.9.3.	FORMALIZACIÓN LABORAL.....	27
3.9.4.	FORMALIZACIÓN MUNICIPAL.....	28
3.9.5.	FORMALIZACIÓN SECTORIAL.....	28
3.10.	PRESUPUESTO DE FORMALIZACIÓN.....	29
3.11.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL(ORGANIGRAMA)	31
4.	ESTUDIO ECONÓMICO	32
4.1.	CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL.....	32
4.1.1.	INTERPRETACIÓN DEL CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL.....	32
4.2.	DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN.....	33
4.2.1.	INTERPRETACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN Y LA AMORTIZACIÓN	33
4.3.	COSTOS FIJOS Y VARIABLES POR MES Y AÑO	34
4.3.1.	INTERPRETACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES	34
4.4.	PROYECCIÓN DE VENTAS MES Y AÑO	35
4.4.1.	INTERPRETACIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS	35
4.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO	36
4.5.1.	INTERPRETACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	36
4.6.	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO.....	37
4.6.1.	INTERPRETACIÓN DEL FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	37
4.7.	INDICADORES DE RENTABILIDAD	38
4.7.1.	INTERPRETACIÓN DE INDICADORES DE RENTABILIDAD.....	38
5.	ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL	39
5.1.	MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO	39

7.	CONCLUSIONES	41
8.	SUGERENCIAS	41
9.	ANEXOS.....	42
9.1.	FOTOS, COPIAS	42
9.2.	BUSSINES MODEL CANVAS.....	47
10.	BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características comparativas de la competencia	2
Tabla 2 Segmentación	4
Tabla 3 Proyección de demandas	10
Tabla 4 Ciclo de Vida.....	13
Tabla 5 DAP.....	18
Tabla 6 Macro Localización.....	18
Tabla 7 Micro Localización	19
Tabla 8Tamaño de planta	19
Tabla 9 Distribución de planta	20
Tabla 10 Requerimientos de RRHH.....	21
Tabla 11 Requerimientos de Maquinarias y Muebles	21
Tabla 12 Presupuesto de formalización.....	29
Tabla 13 Inversión inicial.....	32
Tabla 14 Depreciación - Amortización	33
Tabla 15Costos Fijos	34
Tabla 16 Costo de Producción.....	34
Tabla 17 Proyección de ventas	35
Tabla 18 Punto de Equilibrio.....	36
Tabla 19 Flujo de Caja Económico	37
Tabla 20 Indicadores de Rentabilidad	38
Tabla 21 Matriz de Impacto Social Positivo	¡Error! Marcador no definido.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. TÍTULO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

Comercialización y diseño de “Buggy Bags”, una nueva forma de transportar las compras del supermercado al hogar para jóvenes y adultos de Huancayo, con un impacto social positivo asistiendo el friaje en la zona de Chancapalca con donaciones.

1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA D NEGOCIO

La idea de negocio partió **LEY QUE REGULA EL PLÁSTICO DE UN SOLO USO Y LOS RECIPIENTES O ENVASES DESCARTABLES** Ley N° 30884, Diario Oficial del Bicentenario El Peruano, 22 de octubre de 1825. Conocida como “Ley del plástico”, en donde establece que este impuesto grava la adquisición -bajo cualquier título- de bolsas de plástico cuya finalidad sea cargar o llevar bienes de establecimientos comerciales o servicios. Por ello, ideamos “Buggy Bags” con el fin de facilitar el cargar las compras del hogar. Nuestro diseño innovador y ecológico, facilita que sea llevado en una cartera sin ocupar mucho espacio y cuando desee usarla se puedan **armar las llantas que ayudaran al transporte de las compras. Las características de nuestro producto serán las siguientes: Diversos colores, de alto será 1.20 m y de ancho 60 cm, tendrá dos ruedas plegables con una aza para poder llevarla. La empresa es consciente de las bajas temperaturas en la región de la sierra sobre los 3000 msnm, los cuales se pueden dar de un día para otro o en pocas horas** y los registros son debajo de sus valores normales. En la sierra norte y parte de la sierra central no desciende necesariamente a 0°C; sin embargo, hay afectación en la salud y cultivos. Los departamentos en los que es más frecuente e intenso son: Puno, Arequipa, Tacna, Moquegua, Cusco, Ayacucho, Huancavelica, Pasco, Junín y Apurímac.

En la Región Junín se encuentra, la provincia de Huancayo, en ella existe un distrito llamado Chancapalca, en donde el frío es intenso por su cercanía al nevado de Huaytapallana; por ello, la empresa donará ropa en buenas condiciones, la cual será recolectada por medio de donaciones o de la ropa que nosotros adquirimos, para así donar a los habitantes de esa zona.

Esta idea nace debido a los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU, en particular el objetivo 13, Adaptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

1.3. CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS Y CREATIVAS DEL PRODUCTO

Sustituimos: La bolsa de material de tela nueva por uno de tela reciclada (polyester).

Combinamos: La idea de reciclaje y la forma de trasladar las compras.

Adaptamos: Los Buggy Bags con colores personalizados a pedido del cliente.

Modificamos: La portabilidad poner en otro uso las bolsas con ruedas en los supermercados.

Eliminar: El hábito común del uso de bolsas de plásticos.

2. ESTUDIO DEL MERCADO

2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.1.1. CARACTERÍSTICAS COMPARATIVAS DE LA COMPETENCIA

Tabla 1 Características comparativas de la competencia

Items	Competidor A	Competidor B	Competidor C
Ubicación	Confecciones Espeza	Amazon	Linio
Horario	9:00am – 1:00pm 3:00pm – 7:00pm	24/7	24/7
Producto / servicio	Bolsas de tela confeccionadas al por mayor y menor, con un aproximado de soporte de 12kg	Carrito de compras a prueba de agua con dimensiones de 11x12x34. Con capacidad ideal para las compras	Carrito de mercado plegable de plástico, de medida de la bolsa 55x33x27, soporta 20kg y fácil de usar
Precios y Formas de Pago	20 soles /Efectivo	17.99 dólares /Pago por depósito	52.00 soles / Pago por depósito
Calidad del producto / servicio	Simplicidad en sus diseños/buen trato	Precio elevado siendo el modelo más simple de todos	Precio elevado para la calidad del producto
Calidad de la atención	Buena, ofreciendo opciones acorde al presupuesto.	A gusto del cliente, con variedad en sus productos	Trato serio y confiable

Publicidad y promoción	Recomendación	Anuncios publicitarios por redes sociales	Publicación en Linio
Capacidad de respuesta	Al momento	Al momento	Demora algunas horas
Canal de comercialización	Centro comercial	Ventas en línea - Amazon	Ventas en línea – Linio
Infraestructura	Tienda comercial	Tienda virtual	Tienda virtual

Fuente: Elaboración propias

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1. LA SEGMENTACIÓN

Ilustración 1 Segmentación

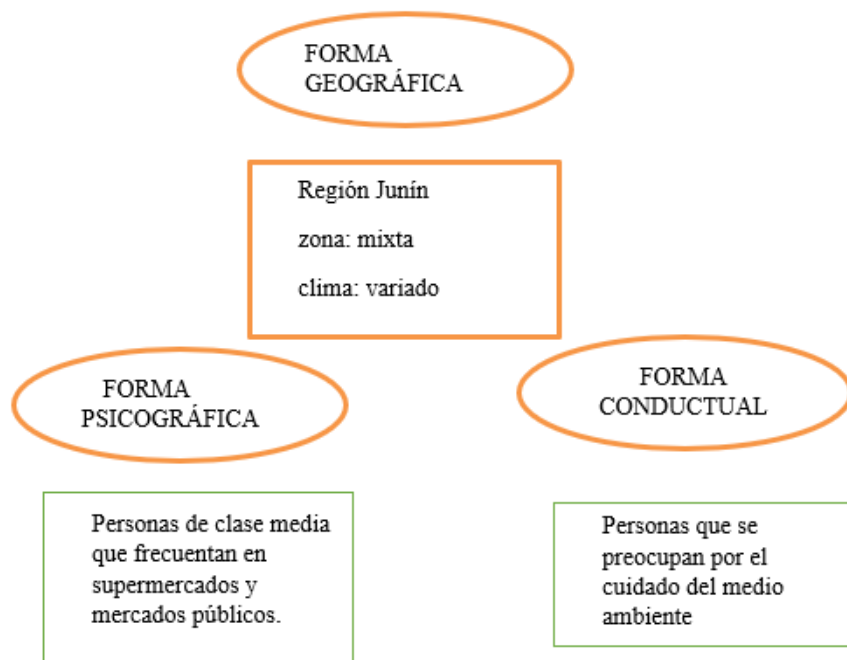


Tabla 2 Segmentación

FORMA	DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE	FUENTE
Geográfica	Habitantes del departamento de Junín	1 350 783	100%	Instituto Nacional de Estadísticas e Informática- INEI (2015)Huancayo Extraído de http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/
Psicográfica	Personas que frecuentan supermercados y mercados públicos	302 575	22.4%	Concurrencia en supermercados y mercados públicos extraídos de: * https://www.peru-retail.com/especial/real-plaza-fortalece-estrategia-expansion-crecer-region/ * http://oohpublicidad.com.pe/espacios-publicitarios/open-plaza-huancayo-patio-de-comidas * https://diariocorreo.pe/ * https://www.dehuancayo.com/

	Personas de clase media	99 849	33%	Arnaldo Aguirre(2013) Arellano Marketing. El 33% de la población pertenece a la clase media. Extraído de http://www.arellanomarketing.com/inicio20160705/segun-estudio-de-arellano-marketing-en-huancayo-33-de-la-poblacion-es-nueva-clase-media/ .
Conductual	Personas que se preocupan por el cuidado del medio ambiente	11 982	12%	Ipsos Public Affairs(2019)Preocupaciones en el Perú. Extraído de: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-02/las_preocupaciones_del_mundo_segun_ipsos_global_dvisor_.pdf
Fuente:Elaboración propia				

Segmentación final: **11 982** personas de clase social media que frecuentan supermercados y mercados públicos que tienen interés en cuidar el medio ambiente en la Provincia de Huancayo.

2.2.2. FICHA TECNICA ESTADÍSTICA

- **POBLACIÓN OBJETIVO**
Personas de clase media que frecuenta supermercados que tienen interés en cuidar el medio ambiente del departamento de Junín
- **MARCO MUESTRAL**
El marco muestral básico para la selección de la muestra es la provincia de Huancayo en este periodo del año 2019
- **COBERTURA GEOGRÁFICA**
La encuesta se realiza en el ámbito provincial en Huancayo
- **PERIODO DE ESTUDIO**
Septiembre y octubre del 2019
- **TAMAÑO MUESTRAL**
El tamaño de la muestra a nivel provincial es de 384 personas
- **NIVEL DE CONFIABILIDAD**
El 95% - error 5%
- **TEMA CULTURAL INVESTIGADO**
Cuestionario “Buggy Bags” (Persona de 14 y más años de edad)

2.2.3. LA ENCUESTA

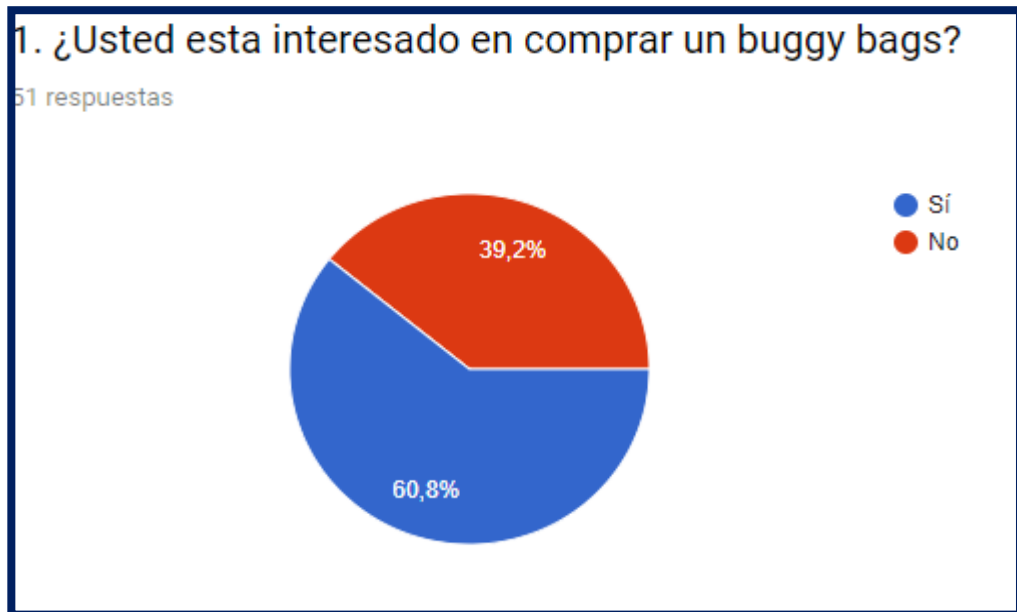
Estimado(a) junto con saludarle, recibo invitarle a responder el siguiente cuestionario. Sus respuestas serán de carácter confidencial y tiene como objetivo recoger su importante opinión sobre los nuevos productos “Buggy Bags”, el cual son unos carritos para hacer compras en los supermercados, tienen una capacidad de 20 kilogramos de soporte y son prácticos de llevar. Este documento deberá ser llamado con absoluta disposición y transparencia.

DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO

1. ¿Usted está interesado en comprar un Buggy bags?
2. ¿Con qué frecuencia adquiere sus carritos de compras? (anualmente)
3. ¿Usted en la actualidad cuánto dinero destina a la adquisición de carritos de compra?
4. ¿De qué capacidad le gustaría que fuera?
5. ¿De qué material le gustaría que fuera?
6. ¿Si tuviese la oportunidad de adquirir el producto, al año cuantos productos adquiriría? (anualmente)
7. Les recomendarías a tus amigos y/o familiares.

2.2.4. RESULTADO DE LA ENCUESTA U OTROS RESULTADOS

Ilustración 2 Pregunta 01



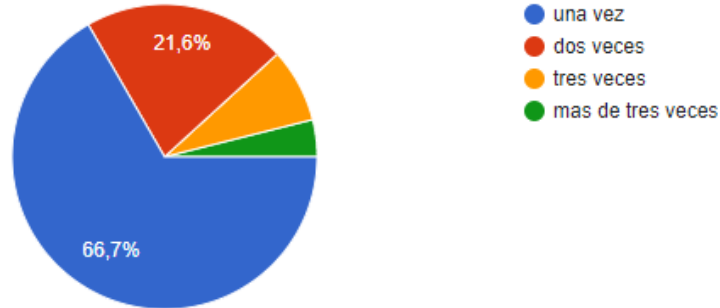
Fuente: Formularios Google.

El 60,8% de la muestra de personas (384) está interesada en comprar un Buggy Bags, el otro 39,2%, no.

Ilustración 3 Pregunta 02

2. ¿Con qué frecuencia adquiere sus carritos de compras? (anualmente)

51 respuestas



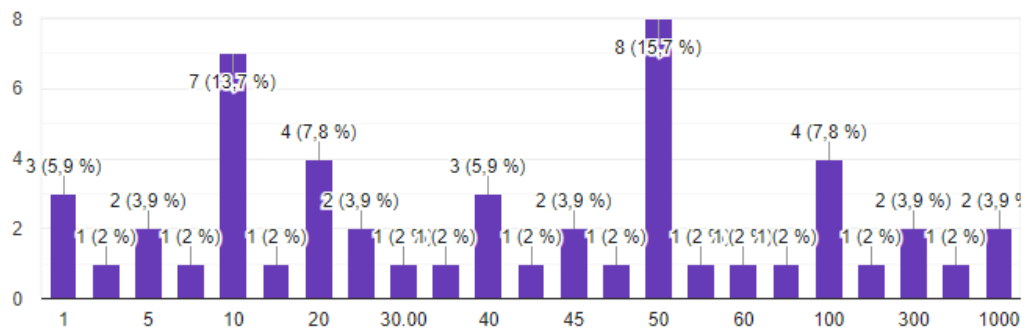
Fuente: Formularios Google.

El 66,7% de la muestra de personas (384) adquieren un carrito de compras una vez al año, mientras el 33,3% adquieren sus carritos de compras más de una vez al año.

Ilustración 4 Pregunta 03

3. ¿Usted en la actualidad cuánto dinero destina a la adquisición de carritos de compras?

51 respuestas



Fuente: Formularios Google.

El 15,7% de la muestra de personas (384) puede destinar S/50.00 a la compra de un Buggy Bags, mientras el resto destina otros precios

Ilustración 5 Pregunta 04



Fuente: Formularios Google.

El 35,3% de la muestra de personas (384) prefiere que la resistencia del Buggy Bags sea como mínimo 20kg, mientras el resto de personas prefiere que sea más resistente.

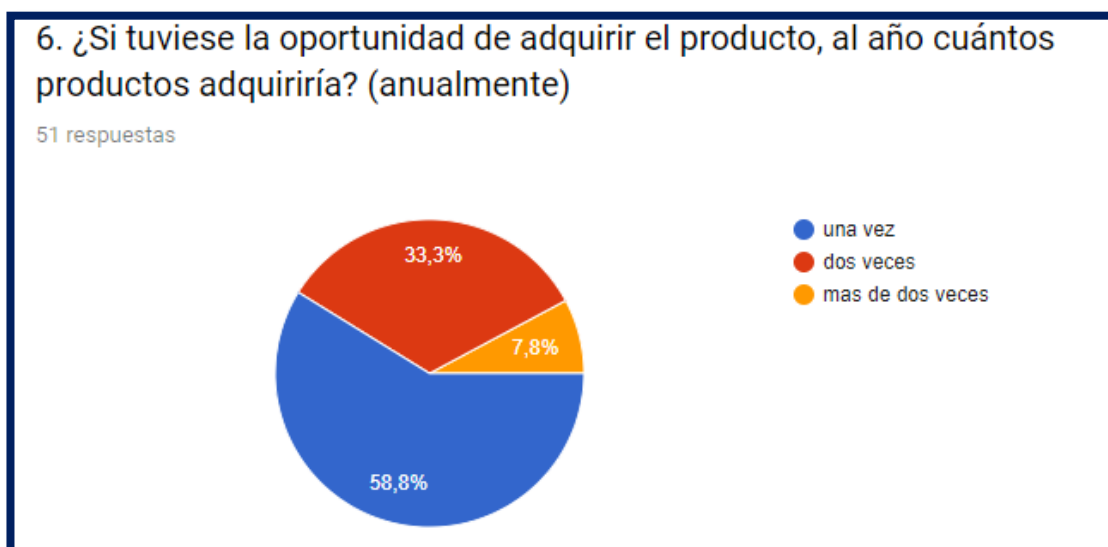
Ilustración 6 Pregunta 05



Fuente: Formularios Google.

El 64,7% de la muestra de personas (384) prefiere el poliéster como material para el Buggy Bags.

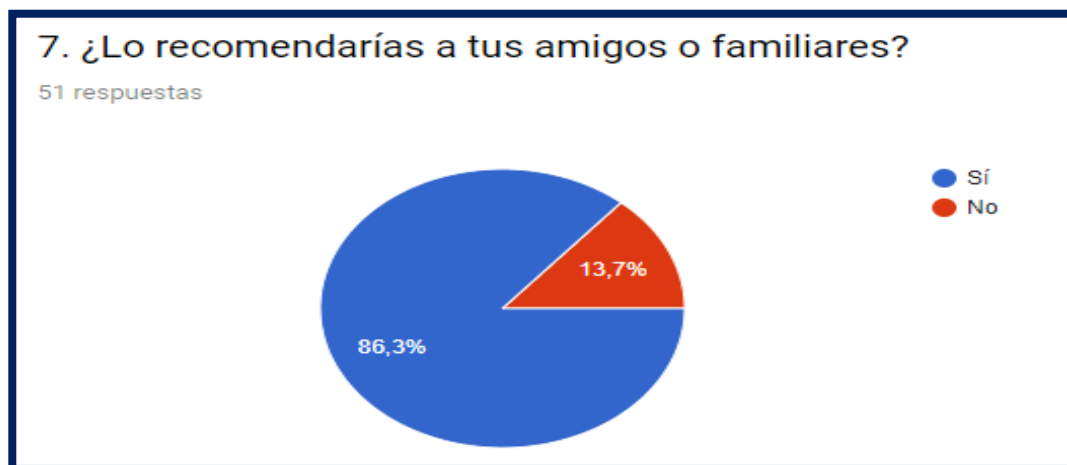
Ilustración 7 Pregunta 06



Fuente: Formularios Google.

El 58,8% de la muestra de personas (384) adquiriría un Buggy Bags al año.

Ilustración 8 Pregunta 07



Fuente: Formularios Google.

El 86,3% de la muestra de personas (384) si recomendaría el Buggy Bags a amigos y familiares.

2.2.5. DETERMINACIÓN DE LOS MERCADOS

2.2.5.1. MERCADO POTENCIAL

Según la segmentación que realizamos, son 11 982 personas de clase social media que frecuentan supermercados y mercados públicos que tienen interés en cuidar el medio ambiente en el Departamento de Junín; determinado como nuestro mercado potencial.

2.2.5.2. MERCADO DISPONIBLE

En la encuesta realizada a 384 personas, tuvimos un resultado del 60.8 % de personas que están interesados en comprar los Buggy Bags. En tanto nuestro mercado disponible es de 7285 personas que estarían interesados en comprar los Buggy Bags.

2.2.5.3. MERCADO OBJETIVO

En la encuesta realizada a 384 personas, tuvimos un resultado del 15.7 % de personas están dispuestos a pagar un precio de 50 soles por producto. En tanto nuestro mercado objetivo será de 1144 personas que si requieren y están dispuestos a comprar los Buggy Bags

2.2.6. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda aplicamos la fórmula, el cual tiene las siguientes variables: población, frecuencia de compra y cantidad de compra por vez. En tanto nuestra demanda es de 1144 Buggy Bags.

2.2.7. PROYECCIÓN DE LAS VENTAS A 5 AÑOS

Tabla 3 Proyección de demandas

PRODUCTO 1	buggy bags						
	UNID	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TASA DE CRECIMIENTO				1%	1%	1%	1%
MERCADO POTENCIAL	PERSONAS		11982	12107	12233	12360	12488
MERCADO DISPONIBLE	PERSONAS	61%	7285	7361	7437	7515	7593
MERCADO OBJETIVO	PERSONAS	16%	1144	1156	1168	1180	1192
FRECUENCIA DE COMPRA	VISITA	1	1	1	1	1	1
VOLUMEN DE COMPRA	UNIDADES	1	1	1	1	1	1
DEMANDA	UNIDADES		1144	1156	1168	1180	1192
PRECIO	SOLES	S/. 49.99	S/. 49.99	S/. 49.99	S/. 49.99	S/. 49.99	S/. 49.99
VENTAS	SOLES		S/. 57,175.46	S/. 57,770.08	S/. 58,370.89	S/. 58,977.95	S/. 59,591.32

Fuente: Elaboración propia

2.3. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

2.3.1. ESTRATEGIAS GENÉRICAS

Para nuestro producto Buggy Bags, tenemos como estrategia genérica la diferenciación, ya que es por lo que más nos vamos a caracterizar.

Buggy Bags tiene el objetivo de centrarse en los gustos del cliente mediante la mejora continua del producto y producir bolsos acordes a lo que nuestro grupo de clientes requiera con diseños coloridos y sofisticados. También diferenciarnos siendo poco convencionales presentando en

nuestro producto características como portabilidad, buena capacidad de carga, practicidad y confort de tal forma que pueda ser único en el mercado como una novedad.

2.3.2. MARKETING MIX

2.3.2.1. PRODUCTO

Practicidad: los Buggy bags es un producto practico elaborado con materiales resistentes y durables, este carro puede soportar una gran carga de peso sin dañarse o perder su forma. Las ruedas te permiten llevarlo por casi cualquier superficie y la bolsa impermeable es lavable.

Los bolsillos y compartimientos de la bolsa te permiten guardar tu billetera y celular mientras estás haciendo las compras. Además, podrás mantenerlo todo en perfecto orden mientras llevas las bolsas desde tu auto hasta la cocina.

2.3.2.2. PLAZA

El punto de venta será aledaño a centros comerciales como Plaza Vea, Metro y Tottus. Nuestra estrategia de distribución al inicio será exclusiva ya que sólo se venderán en los módulos establecidos. Como estrategia futura queremos tener una distribución intensiva, en el cuál nuestros productos se encuentren en más puntos de venta.

El módulo tiene el siguiente diseño:



2.3.2.3. PROMOCIÓN

- Publicidad: El concepto principal de nuestra campaña de publicidad es dar a conocer cuáles son las características innovadoras que tiene nuestra Buggy Bags.
- Medios de comunicación: Se realizará volantes para hacer conocer nuestro producto, también se hará afiches publicitarios.
- Publicidad por volantes: Los volantes por millar se presupuestan en 40 soles.

El millar de afiches se presupuesta con 180 soles.

Asimismo, emplearemos las redes sociales, ya que existe un gran incremento de personas que las utilizan, es por ello que se pagará por publicidad en Facebook para que se pueda llegar a más personas. Se pagará Facebook por la publicidad de nuestro producto.

- Promoción de ventas: Para la promoción de ventas, se sorteará Buggy Bags especiales con diseño personalizados a los clientes que participen. Para ello los clientes deben comprar un Buggy Bags y participan automáticamente del sorteo, asimismo los que den like y comparte nuestras redes sociales, participan en estos sorteos

El objetivo de esta promoción es incrementar las ventas de las Buggy Bags y la introducción al mercado, asimismo, que se haga más popular nuestro producto.

2.3.2.4. *PRECIO*

S/49,99

- Niveles de precio: Tendremos un precio promedio con respecto a nuestros competidores, el precio de nuestros Buggy Bags serán de 49.99 nuevos soles; el de los competidores están en 17.9 dólares y 52 soles.
- Plazo de pago: No tenemos plazo de pagos es decir el pago es a contra entrega.

2.3.3. CICLO DE VIDA ESTRATÉGICO

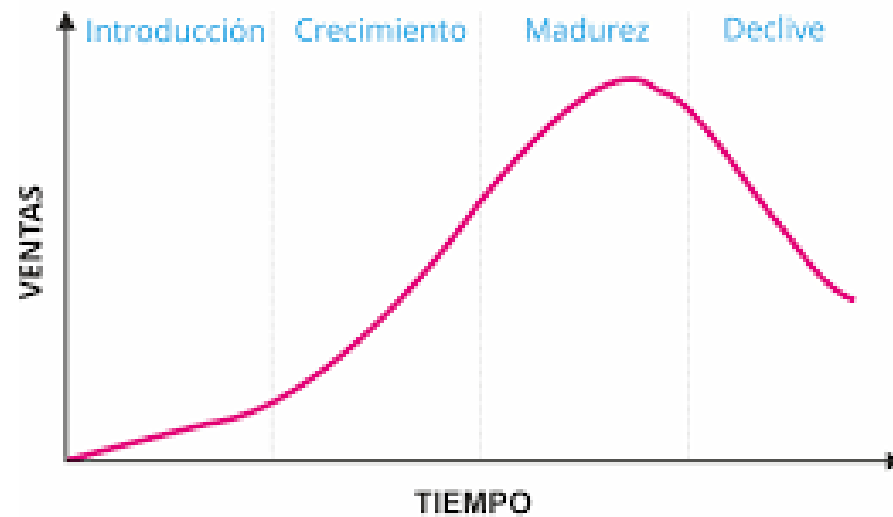
Tabla 4 Ciclo de Vida

PRODUCTO	Buggy Bags de un solo diseño de venta en la oficina.	Buggy Bags con más diseños creativos y personalizados al gusto del cliente	Buggy Bags con cierre estampados en alto relieve	Buggy Bags de dos tamaños, con 3 opciones de materiales (Poliéster)
PRECIO	S/ 49.9	S/ 49.9	S/ 49.9	S/ 49.9
PROMOCIÓN	Publicidad de lanzamiento a través de redes sociales solo para la provincia de Huancayo FB Ads You tube Ads WhatsApp Bussiness	Promociones compras uno y el segundo con el 20% de descuento. Se continúa con la publicidad, pero esta vez orientada a la promoción del producto para la Región Junín.	Promociones compras uno y el segundo con el 20% de descuento, con publicidad en redes sociales con personajes nacionales famosos (youtubers, cantantes, etc.) para la región Junín	Sorteo de Buggy Bags en fechas especiales como día de la madre. Promoción del 20% de descuento por el segundo producto, publicidad con personajes famosos.
PLAZA	Ventas en la oficina de atención	Puntos de venta en los principales centros comerciales de Huancayo	Puntos de venta en los principales centros comerciales de Huancayo y algunos minimarkets como intermediarios	Venta con envío a domicilio; puntos de venta en los principales centros comerciales de Huancayo y algunos minimarkets como intermediarios
PERIODO	INTRODUCCIÓN	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLINACIÓN
TIEMPO	1 año	2 años	1 año	1 año
ESTRATEGIA	Diferenciación	Diferenciación	Diferenciación	Diferenciación

DEMANDA	246 personas	501 personas	255 personas	258 personas
VENTAS	S/ 4,428.00	S/ 9,018.00	S/ 4,590.00	S/ 4,644.00

Fuente: Elaboración propia


CICLO DE VIDA DE UN PRODUCTO



3. ESTUDIO TÉCNICO – OPERATIVO

3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Ilustración 9 Ficha Técnica del Producto

Ficha técnica de Buggy Bags	
Dirección	Jr San José 445- A unas cuadras del Prque Túpaq
Tamaño	ancho: 19 cm largo: 27 cm alto: 45 cm
Colores	
Material	Polyster
Condiciones de elaboración del bien	*Los materiales empelados en la confección deben reunir las condiciones de durabilidad, resistencia y calidad
Formación, Capacitación	*El contrato con la confeccionista será basado en su experiencia y esto será respaldado con certificados o contratos anteriores

Advertencia	Revisar el tipo de compras que se va a colocar en los Buggy Bags, es recomendable evitar llevar objetos punzocortantes
Garantía	2 años
Diseños	Animal prints, abstractos y personalizado
Condiciones de entrega del bien	los módulos serán entregados sin envoltorio alguno
Horarios	de lunes a sábado de 10 am a 9 pm
Medio de pago	Efectivo
Medio de pedido	Por redes sociales, página web y en los puntos de venta en los principales supermercados de Hunacayo
Precio	S/ 49.90



Fuente: Elaboración propia

3.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN DIAGRAMA DE BLOQUES

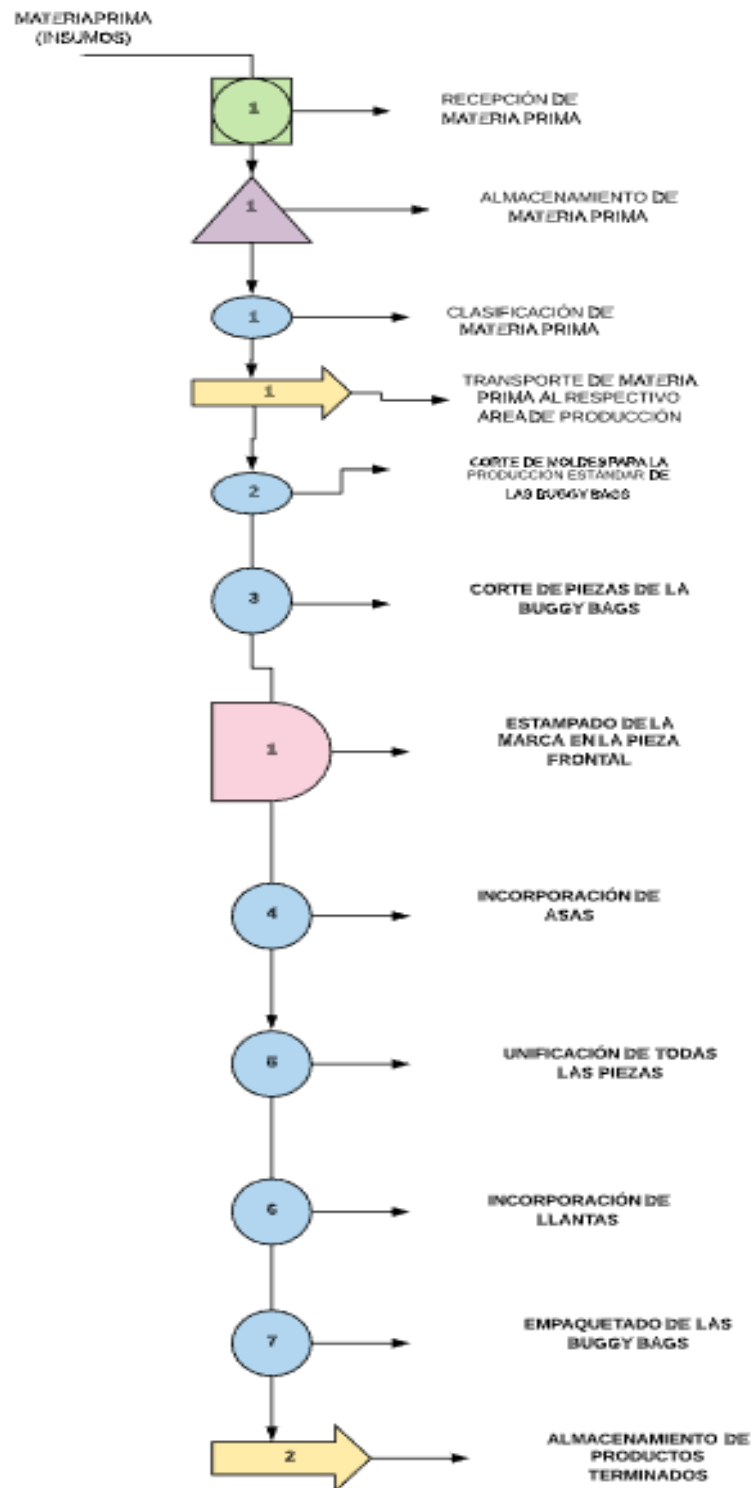
Ilustración 10 Diagrama de bloques



Fuente: Elaboración propia

DIAGRAMA DE OPERACIONES

Ilustración 11 Diagrama de operaciones



Fuente: Elaboración propia

DIAGRAMA ANALÍTICO DE PROCESOS

Tabla 5 DAP

DIAGRAMA DE ANÁLISIS DE PROCESO									
BUGGY BAG		Página		1					
Departamento	Proceso de Producción	Fecha		23/10/2019					
PRODUCTO	BUGGY BAG	Metodo de Trabajo		Comisionista					
Diagrama hecho por	Todos	Aprobado por							
ACTIVIDAD	C	D	T	SÍMBOLO					OBSERVACIONES
	u	m	min	○	□	▽	→	⊂	
Recepción de Materias Primas			5						
Almacenamiento de Materias Primas			10						
Clasificación de Materias primas			10						
Transporte de Materia Prima al respectivo area de producción			15						
Corte de Moldes para la producción estándar de las Buggy Bags.			20						
Corte de Piezas de las Buggy Bags			20						
Estampado de la marca en la pieza frontal			60						
Incorporación de asas			5						
Unificación de todas las piezas			15						
Incorporación de las llantas			10						
Empaquetado de las Buggy Bags			10						
Almacenamiento de Productos Terminados			15						
TOTAL				7	1	1	2	1	

Fuente: Elaboración propia

3.3. LOCALIZACIÓN

3.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Tabla 6 Macro Localización

FACTOR	PESO	HUANCAYO		CHILCA		TAMBO	
Costo de Terreno	0.12	10	1.2	7	0.84	9	1.08
Clima	0.05	10	0.5	8	0.4	9	0.45
MP Disponible	0.13	10	1.3	8	1.04	8	1.04
Costo de transporte	0.08	9	0.72	8	0.64	9	0.72
Seguridad en la zona	0.08	9	0.72	7	0.56	8	0.64
Servicios básicos disponibles	0.15	10	1.5	8	1.2	9	1.35
Costos de MP	0.17	10	1.7	7	1.19	9	1.53
Cultura	0.02	10	0.2	8	0.16	8	0.16
Costos Indirectos	0.08	10	0.8	8	0.64	8	0.64
Cercanía de mercado	0.12	10	1.2	8	0.96	9	1.08
TOTALES	1.00		9.84		7.63		8.69

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Tabla 7 Micro Localización

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN Y OFICINA DE ATENCIÓN							
FACTOR	PESO	Av. Ferrocarril 2260		Jr. San José 445		Real y atalaya	
		CALIF.	POND	CALIF.	POND	CALIF.	POND
m.p. disponible	30	8	2.4	5	1.5	5	1.5
cercanía al mercado	22	6	0.5	4	2	3	0.66
costo de insumos	20	3	0.6	5	1	2	0.4
m.o. disponible	28	8	2.24	6	1.68	4	1.12
TOTAL	100		5.74		6.18		3.68

Fuente: Elaboración propia

3.4. TAMAÑO DE PLANTA

Tabla 8 Tamaño de planta

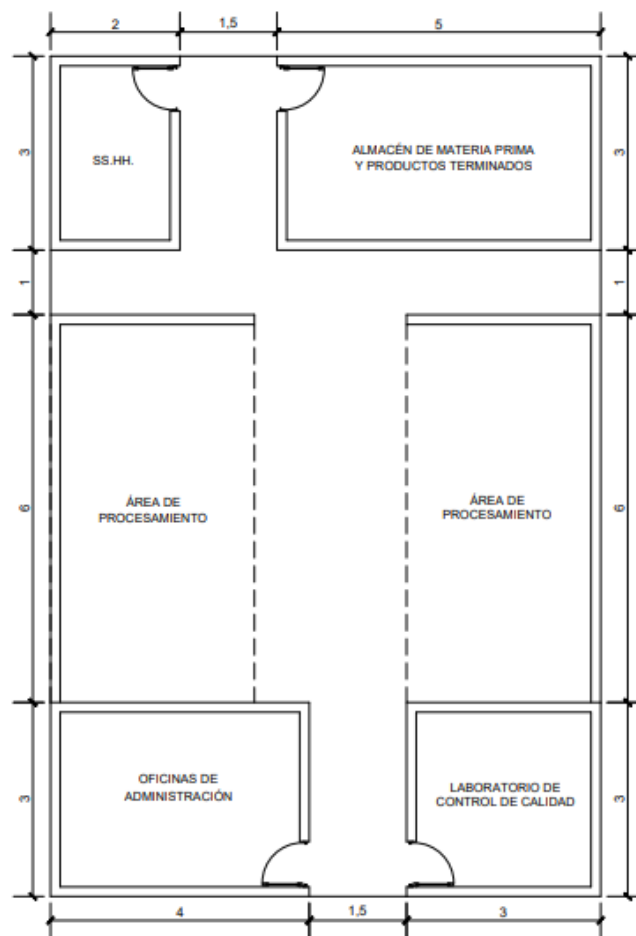
SECTORES	TAMAÑO (m ²)
Almacén de materia prima y productos terminados	15m ²
Área de desarrollo	36m ²
Oficinas de administración	12m ²
Laboratorio de control de calidad	9m ²
Servicios higiénicos	6m ²
TOTAL	78m²

Fuente: Elaboración propia

3.5. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

Tabla 9 Distribución de planta

SECCIÓN/ÁREA	ACTIVIDADES, MATERIALES Y/O EQUIPO
1 Almacén de materia prima y productos terminados	Esta área se destinará para el almacenamiento de la materia prima con el cual podremos realizar nuestro producto, así también se será para almacenar los productos ya terminados.
2 Área de procesamiento	En esta área es dónde se transformará la materia prima a nuestra necesidades, ya sea mediante el corte, impresión, elaboración de moldes, etc.
3 Oficinas de administración	Con las oficinas de administración controlaremos nuestra publicidad, así también el manejo de cuánto materia prima recolectamos, cuántos costes tenemos y cuánto de ganancia generaremos. Esta oficina es importante para el control de nuestra empresa
4 Laboratorio de control de calidad	En esta área seleccionaremos la materia prima teniendo en cuenta la calidad con la que llega, para así destinar parte de esta materia prima al distrito donde generaremos impacto social positivo asistiendo al friaje.
5 Servicios higiénicos	Área con ambientes adecuados para su uso tanto del personal administrativo como el laboral , así también contará con pequeños vestuarios.



Fuente: Elaboración propia

3.6. REQUERIMIENTOS

3.6.2. REQUERIMIENTOS DE RRHH

Tabla 10 Requerimientos de RRHH

DESCRIPCIÓN	SUELDO
Administrador	S/. 1.000.00
Costurera	S/. 460.00
Vendedor	S/. 400.00

Fuente: Elaboración propia

3.6.3. REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIAS, EQUIPOS, MUEBLES Y HERRAMIENTAS

Tabla 11 Requerimientos de Maquinarias y Muebles

DESCRIPCIÓN	Valor total
A.- MAQUINARIAS Y EQUIPOS MECÁNICOS	
Máquina de corte de tela	S/. 1,145.00
Máquina de cocer	S/. 419.60
Máquina remachadora	S/. 30.00
B.- MUEBLES Y HERRAMIENTAS	
Mesa de trabajo	S/. 280.00
sillas	S/. 80.00
escritorio y silla	S/. 600.00

Fuente: Elaboración propia

3.6.4. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS O MATERIA PRIMA

Ilustración 12 Requerimiento de insumos y materia prima

Descripción	U.M.	Cantidad	Proveedor	Costo x UM	Sub Total
tela poliester	metros cuadrados	769	gamarra("empresa")	S/. 0.99	S/. 760.86
cierre	unidades	95	marca Rey	S/. 0.25	S/. 23.75
broche	unidades	95	Hong Xuan colo plateado x	S/. -	S/. -
set de llantas (medidas)	unidades	95	de 4" marca Zhuhai New Power	S/. 2.87	S/. 272.65
par de asa	unidades	95	rollo de plástico de gamuza plana x 500 m /convertido para cada buggy bags	S/. 0.65	S/. 61.75
dedal	unidades	3	SODIAL Dedales de Costura-Linio	S/. 2.20	S/. 6.60
tijera	unidades	2	Fiskars 192980-1001 - Tijeras forjadas (8") Linio	S/. 18.00	S/. 36.00
hilo	carrete	1	Marca Río	S/. 4.00	S/. 4.00
tisa	unidades	5	Prym Tiza para sastres Blanco 50 X 50 mm	S/. 0.30	S/. 1.50
regla	paquete	1	Labellevie 10 Piezas Regla de Curva Francesa Herramienta de Coser Costura Medir Tela	S/. 8.00	S/. 8.00

Fuente: Elaboración propia

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO/ LEGAL/ORGANIZACIONAL

3.7. FILOSOFÍA EMPRESARIAL

3.7.1. VISIÓN

Ser una empresa de diseño, producción y comercialización de Buggy Bags, con productos diversificados y de alta calidad, que permita brindar diseños personalizados. Todo ello respaldado en una cultura de excelencia operativa, prontitud de respuesta, así

como un alto nivel de atención a nuestros clientes; por medio de personal capacitado y motivado que nos permita tener un crecimiento con rentabilidad sostenida.

3.7.2. MISIÓN

Somos una empresa textil con líneas de negocio diversificadas. Trabajamos para satisfacer los estándares de calidad de nuestros clientes, basados en capacidad innovadora, flexibilidad y vocación de servicio, a través de un producto diferenciado. Contamos con un equipo humano especializado, identificado y comprometido con la empresa, promoviendo el desarrollo de sus competencias. Orientamos nuestras operaciones a lograr una rentabilidad que permita un crecimiento sostenible. Promovemos un accionar con responsabilidad social y ambiental.

3.7.3. VALORES

Nuestra Organización sustenta su accionar en función a los siguientes valores:

- **Respeto**
Creamos un clima laboral adecuado basado en el respeto difundido en toda organización, a través de normas y políticas internas inherentes a la cultura organizacional de la empresa
- **Calidad**
Gestionamos la calidad de manera integral a nivel de producto, procesos y perfil de colaboradores.
- **Innovación**
Desarrollamos nuestros procesos de confección, venta y diseño, bajo un sistema de mejora e innovación continua.
- **Trabajo en Equipo**
Es un valor inherente a la cultura organizacional de la empresa con el objetivo de alcanzar nuestras metas de manera colectiva, asimismo aseguramos un clima laboral armonioso y cooperativo.
- **Responsabilidad Social**
Estamos comprometidos con el uso racional y responsable de los recursos, bajo el enfoque del cuidado del medio ambiente, con crecimiento económico y competitividad de nuestra empresa.

3.7.4. OBJETIVOS

Generar competencia en el sector textil dando muestra de nuestro producto

- Obtener ganancias estables en cada año de producción
- Simplificar cada gasto realizado sin bajar la calidad de nuestro producto
- Brindar un producto de calidad para que nuestros clientes quedan altamente satisfechos
- Ser ejemplo de una idea de negocio estable a corto y largo plazo

3.8. TIPO DE EMPRESA

3.8.1. EMPRESA SEGÚN CONSTITUCIÓN LEGAL

SOCIEDAD colectiva: ya que está integrada por 6 socios.

3.8.2. EMPRESA SEGÚN TAMAÑO

PEQUEÑA EMPRESA: Se tendrá alrededor de 8 empleados los cuales realizarán todos los procesos necesarios para que el producto llegue al cliente.

3.8.3. EMPRESA SEGÚN EL SECTOR

SECTOR SECUNDARIO: Se considera así ya que se procesa la tela polyester y el ensamblaje para finalmente tener la Buggy Bags.

3.8.4. EMPRESA SEGÚN EL ORIGEN DEL CAPITAL

EMPRESA PRIVADA: Todo el capital que se usará es dinero que los socios van a invertir para que se lleve a cabo.

3.9. PROCESO DE FORMALIZACIÓN

3.9.1. FORMALIZACIÓN REGISTRAL

Al momento de inscribir nuestra empresa **BUGGY BAGS** en Registros Públicos, necesitaremos Abogados, formularios, tasas, plazos, requisitos judiciales, certificados., para el desarrollo de esto cumplimos los siguientes pasos.

3.9.1.1. TIPO DE PERSONA JURÍDICA

S.A.C. Sociedad Anónima Cerrada, es aquella que está creada con un reducido número de personas que va de 2 a 20, quienes se conocen entre sí y pueden ser naturales o jurídicas, y cuyas acciones se encuentra bajo la titularidad de familiares.

Es la más recomendada para la constitución de una empresa familiar, ya sea chica o mediana., debido a que es una figura dinámica.

3.9.2. FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA

TIPO DE REGIMEN TRIBUTARIO

1. Búsqueda y reserva del nombre

Verificamos en la Sunarp que no existe la empresa **BUGGY BAGS S.A.C** al buscar los nombres existentes, por consiguiente, reservamos la razón social para que otra empresa no pueda inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

2. Elaboración de la minuta

La minuta es un documento en el cual tú y los otros miembros de la empresa, si los hay, manifiestan su voluntad de constituir la, y en donde señalan todos los acuerdos respectivos. La minuta consta del pacto social y los estatutos, además de los insertos que se puedan adjuntar a ésta. Es recomendable elaborar la minuta con la ayuda de un abogado de confianza, el cual podrá cobrar entre S/.200 y S/.300 por su servicio. En la minuta deben figurar:

- Tus datos generales y los de los miembros:

- AYALA TICSE JORGE
- BALBIN MEDINA KENYI
- BARRENECHEA NAVARRO VALERIA

- OSORIO VÁSQUEZ CARLOS
- RICALDI CANCHANYA ANGIE
- RODRIGUEZ DE LA TORRE MIN LU

- El giro de la empresa: Empresa dedicada a la producción y comercialización de BUGGY BAGS

- El tipo de empresa: Sociedad colectiva

- El tiempo de duración de la empresa: Si va a funcionar por un plazo fijo o indeterminado.

- La empresa iniciará el 1 de enero del 2020.

- Dónde va a funcionar: La producción y la comercialización se desarrollará en la región Junín.

- Quién va a administrar o representar a la empresa:

SOCIOS EN EQUIPO

- Los aportes de cada miembro:

AYALA TICSE JORGE	S/.1500
BALBIN MEDINA KENYI	S/.1500
BARRENECHEA NAVARRO VALERIA	S/.1500
RODRIGUEZ DE LA TORRE MIN LU	S/.1500
OSORIO VÁSQUEZ CARLOS	S/.1500
RICALDI CANCHANYA ANGIE	MAQUINARIA = S/

- **1 Cortadora de tela circular, varias medidas de cuchillas**

MANGO ANATOMICO

DATOS TECNICOS :

MODELO: RSD-125 de 5 pulgadas

Máxima Velocidad : 900 RPM

HZ: 50/60

WATTS: 350W

PROCEDENCIA: CHINA (Tecnología Japonesa)

PESO: 3.8 KG

DIMENSIONES DE PAQUETE: 65 X 38 X 38 cm

USOS: corte de todo tipo de telas

CORTADORA DE 4 PULGADOS RS-100

MODELO: RSD-100

Máxima Velocidad : 660 RPM

HZ: 50/60

WATTS: 300W

VOLTIOS 220V

PROCEDENCIA: CHINA (Tecnología Japonesa)

PESO: 3 KG

DIMENSIONES DE PAQUETE: 35 X 26 X 17 cm

USOS: corte de todo tipo de telas

CORTADORA 2.5 PULGADAS

MODELO: DY-70
Máxima Velocidad : 660 RPM
HZ: 50/60
WATTS: 170W
VOLTIOS 220V
PROCEDENCIA: TAIWAN (DISEÑO JAPONES)
PESO: 1.5 KG
DIMENSIONES DE PAQUETE: 35 X 32 X 53 cm TODA LA CAJA
USOS: corte de todo tipo de telas

- **2 Maquinaria Costura Recta Industrial Marca Siruba**

Maquina costura recta industrial. OFRECEMOS DESCUENTOS POR LA COMPRA DEL PRODUCTO
Marca Siruba Modelo: L720-M1
Viene con devanador incorporado, cabezal mueble y motor de 3/4, puntada 4, 6000 Revoluciones por minuto. las 24 horas, lubricación automática para todo tipo de tela, delgada, mediana o fina.
Precio: S/.1145
Incluye dos años de garantía, servicio técnico, enseñanza de manejo y mantenimiento.

- El capital social o patrimonio social de la empresa.

El capital inicial será de 7500 soles más maquinas.

3. Elevar la minuta a escritura pública

Consiste en acudir a una notaría y llevarle la minuta a un notario público para que la revise y la eleve a Escritura Pública. El precio de esto es S/.200 aproximadamente. Los documentos que debes llevar junto con la minuta son:

- Constancia o comprobante de depósito del capital social aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- Certificado de búsqueda y reserva del nombre emitido por la Sunarp.
- Una vez elevada la minuta, esta debe ser firmada y sellada por el notario.

4. Elevar la escritura pública en la Sunarp

Una vez que has obtenido la Escritura Pública, debes llevarla a la Sunarp, en donde se realizarán los trámites necesarios para inscribir a la empresa. El costo de estos trámites es de S/. 90.

Registro de marca

El producto de bolsas de supermercado de fácil despliegue y portabilidad que lleva como marca BUGGY BAGS lo cual hace que posteriormente se posicione en el mercado.

- 1) Presenta tres ejemplares del formato de solicitud correspondiente. Uno de ellos será tu cargo.

2) Indica cuál es el signo que pretendes registrar. Si éste posee elementos gráficos, se debes adjuntar su reproducción: Tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho y a colores.

3) Determina, expresamente, cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se deseas registrar.

4) Adjunta la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14.86% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT), que equivale a S/. 3586.8. Deberás cancelar el monto en la Caja del Indecopi.

5) Una vez presentada tu solicitud, el Indecopi tiene un plazo de 15 días hábiles para realizar su examen formal.

6) Aprobado el examen formal, deberás acercarte a las oficinas del diario oficial El Peruano y solicitar la divulgación de tú marca por única vez

Siguiendo estos pasos, tú marca estará protegida por diez años. La solicitud de renovación deberá ser presentada dentro de los seis meses anteriores o seis meses posteriores a la fecha del vencimiento del registro. Las peticiones introducidas fuera de dichos plazos no serán admitidas a trámite. El costo por los derechos de trámite para la renovación equivale al 8.71% de la UIT (S/. 3274.39) y se cancelará en la Caja del INDECOPI.

3.9.2.1. TIPO DE REGIMEN TRIBUTARIO

REGIMEN ESPECIAL DE LA RENTA RER

1. Quienes lo conformamos

Nosotros escogimos este régimen porque los conformamos nosotros personas naturales, obtenemos rentas de tercera categoría proveniente de nuestra producción y comercialización de BUGGY BAGS.

Cabe señalar que nosotros debemos contar con un ingreso neto que no supere los S/. 360,000.00 (Trescientos sesenta mil y 00/100 Nuevos Soles).

Por último, existen empresas que no pueden acogerse a este régimen por mandato expreso de la Ley, como, por ejemplo: Actividades de contratos de construcción, presenten servicio de transporte de carga de mercancías, siempre que los vehículos tengan una capacidad de carga mayor o igual a 2 TM, organicen cualquier tipo de espectáculo público, etc.

2. Las obligaciones que debemos tener como empresa:

a. Llevar libros contables (Registro de ventas e ingresos, Registro de compras y libro de inventario y balances). Además, los Registros de consignaciones y de planillas de pago, de corresponder.

b. Emitir comprobantes de pago en las ventas o servicios y solicitarlos en las compras que realice. Puede emitir los siguientes comprobantes de pago: Facturas, boletas de venta, tickets, liquidación de compra, notas de crédito, notas de débito, guías de remisión, entre otros.

c. Declarar y pagar sus obligaciones tributarias.

d. Efectuar las retenciones a sus trabajadores (dependientes e independientes) y otras acciones que señale la ley.

e. Comunicar la suspensión de actividades y mantener actualizado su RUC.

f. Efectuar la baja del RUC en caso de cierre o cese de actividades.

3. Como declaramos y pagamos el impuesto nosotros como empresa:

Cabe señalar que este régimen comprende el cumplimiento de dos impuestos, el impuesto a la Renta y el Impuesto General a las Ventas.

La declaración jurada mensual y el pago de los impuestos podrá realizarla utilizando el Programa de Declaración Telemática (PDT).

IMPUESTO A LA RENTA

A partir del año 2007, en el RER se aplican dos tasas:

- a. Cuando sus Rentas de Tercera Categoría provienen exclusivamente de actividades de comercio y/o industria, pagará el 1.5% de sus ingresos netos mensuales.
- b. Si sus Rentas de Tercera Categoría provienen exclusivamente de actividades de servicios, pagará el 2.5% de sus ingresos netos mensuales.
- c. Si sus Rentas de Tercera Categoría provienen de las actividades conjuntas señaladas en los párrafos anteriores, pagará el 2.5% de sus ingresos netos mensuales.

IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS

Este impuesto grava la transferencia de bienes y la prestación de servicios en el país, entre otras actividades, con una tasa del 19% (incluye 2% por el Impuesto de Promoción Municipal) que se aplica sobre el valor de venta del bien o servicio, sea cual fuera la actividad a que se dediquen.

$IGV = Valor\ de\ Venta \times 18\%$

$Valor\ de\ Venta + IGV = Precio\ de\ Venta$

Los contribuyentes de este régimen están obligados a declarar y pagar mensualmente no sólo el Impuesto a la Renta, sino también el Impuesto

3.9.3. FORMALIZACIÓN LABORAL

3.9.3.1. TIPO DE REGIMEN LABORAL

El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.

Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración.

No están incluidos en el ámbito de aplicación laboral los trabajadores sujetos al régimen laboral común, que cesen después de la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1086 y sean inmediatamente contratados por el mismo empleador, salvo que haya transcurrido un (1) año desde el cese.

Créase el Régimen Laboral Especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.

MICRO EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del SIS (SEGURO INTEGRAL DE SALUD)
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración)

3.9.4. FORMALIZACIÓN MUNICIPAL

- **Licencia Municipal del Funcionamiento**

Pasos para obtener el la Licencia Municipal de Funcionamiento

- El orientador informa, entrega requisitos y califica la solicitud para su pago respectivo.
- El administrador realiza los pagos en Caja de la Municipalidad.
- El administrador debe ingresar el expediente por trámite documentario.
- Emisión de la licencia de funcionamiento en un plazo máximo de 24 horas.

Requisitos

- ✓ Número de RUC y DNI de las personas jurídicas.
- ✓ DNI del representante legal en caso de personas jurídicas.
- ✓ Copia de la vigencia de poder del representante legal.

3.9.5. FORMALIZACIÓN SECTORIAL

Ilustración 13 Declaración Jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Valeria Barrenechea Navarro identificada con el DNI N° 76271201, representante legal de la empresa de

“BUGGY BAGS” con RUC N° 20208822129, y domicilio legal en Jr. Los Sauces # 208 – Distrito de El Tambo, con poderes inscritos en la Partida Electrónica N° 452225455.

Declaro bajo mi responsabilidad:

- Que, cuento con la Autorización Sectorial N° 524854, de fecha 20/02/20 emitida por el Ministerio de Producción.
- Que tengo conocimiento que en fiscalización posterior la Municipalidad verifica los datos consignados en la presente Declaración Jurada.

Huancayo, 01 de diciembre de 2019

NOMBRES Y APELLIDOS: Valeria Barrenechea Navarro

DNI N° 76271201

Fuente: Elaboración propia

3.10. PRESUPUESTO DE FORMALIZACIÓN

Tabla 12 Presupuesto de formalización

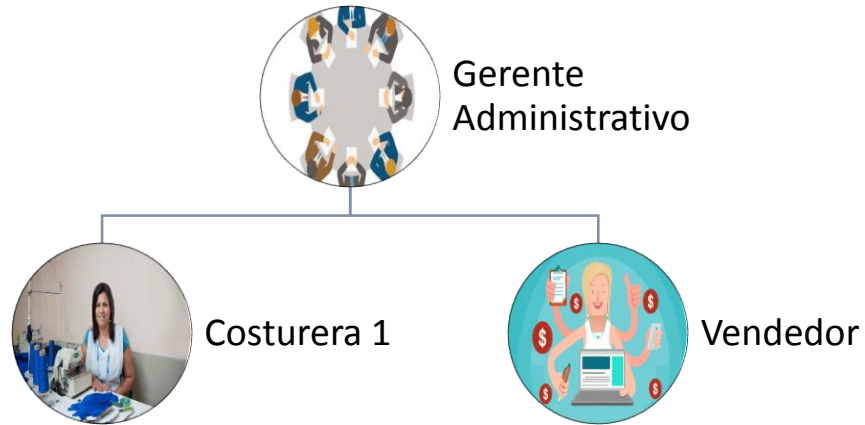
PASOS DE FORMALIZACIÓN	COSTOS S/.
PROCESO REGISTRAL-SUNARP /NOTARIA	
Búsqueda de Nombre	9.00
Reserva de Nombres	18.00
Minuta y Escritura Pública	140.00
Elevar Escritura Pública	
Nombramiento del representante Legal	22.00

Trámite Documentario	39.00
S/. 3.00 x Cada S/. 1,000 de capital	225.00
Copia Literal	4.00
PROCESO FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA	
Inscripción del RUC	Gratuito
Impresión de Comprobantes	80.00
Legalización de Libros Contables	12.00
PROCESO DE FORMALIZACION LABORAL	
Acogimiento a la Ley de la MIPYME	Gratuito
Contrato de Trabajadores	12.00
PROCESO DE FORMALIZACIÓN MUNICIPAL	
Licencia Inmediata	257.00
Licencia Básica	80.00
S/. 886.00	

Fuente: Elaboración propia

3.11. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL(ORGANIGRAMA)

Ilustración 14 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

4. ESTUDIO ECONÓMICO

4.1. CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL

Tabla 13 Inversión inicial

CONCEPTO	U.M.	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS				S/. 2,914.60
A.- MAQUINARIAS Y EQUIPOS				
Máquina de corte de tela	UND	1	S/. 1,145.00	S/. 1,145.00
Máquina de coser	UND	1	S/. 419.60	S/. 419.60
Máquina remachadora	UND	1	S/. 30.00	S/. 30.00
			SUB TOTAL	S/. 1,594.60
B.- MUEBLES Y HERRAMIENTAS				
Mesa de trabajo	UND	2	S/. 280.00	S/. 560.00
sillas	UND	2	S/. 80.00	S/. 160.00
escritorio y silla	UND	1	S/. 600.00	S/. 600.00
			SUB TOTAL	S/. 1,320.00
2. CAPITAL DE TRABAJO				
A.- COSTOS VARIABLES	MES	1	S/. 1,165.61	S/. 1,165.61
B.- GASTOS Y COSTOS FIJOS	MES	1	S/. 2,457.67	S/. 2,457.67
			SUB TOTAL	S/. 3,623.29
3. GASTOS PRE OPERATIVOS				
PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL	UND	1	S/. 120.00	S/. 120.00
FORMALIZACIÓN LICENCIAS Y PERMISOS	UND	1	S/. 886.00	S/. 886.00
			SUB TOTAL	S/. 1,006.00
TOTAL				S/. 7,543.89

Fuente: Elaboración propia

4.1.1. INTERPRETACIÓN DEL CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL

Para la inversión inicial tenemos la siguiente estructura:

- Activos fijos: En este segmento hemos considerados los costos de maquinaria de corte de tela, máquina de coser, máquina remachadora, mesa de trabajo, sillas y escritorio y silla. En total hace un monto de S/. 2914.6
- Capital de trabajo: aquí consideramos los costos fijos (S/.2457.67) y variables (S/.1165.61) hallados en cuadros anteriores
- Gastos pre operativos: aquí se adjuntan los costos pre operativos como los de la formalización de la empresa, el costo por el plan de iniciativa y publicidad de ingreso al mercado. En total hace un monto de S/.1006

El monto de los tres ítems es: S/.7543.89

4.2. DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN

Tabla 14 Depreciación - Amortización

DEPRECIACIÓN					
DESCRIPCIÓN	Valor total	% de Depreciación	Dep. Anual	Dep. Acumulada	Dep Mensual
A.- MAQUINARIAS Y EQUIPOS MECÁNICOS					
Máquina de corte de tela	S/. 1,145.00	10%	114.5	572.5	9.541666667
Máquina de cocer	S/. 419.60	10%	41.96	209.8	3.496666667
Máquina remachadora	S/. 30.00	10%	3	15	0.25
B.- MUEBLES Y HERRAMIENTAS					
Mesa de trabajo	S/. 280.00	10%	28	140	2.333333333
sillas	S/. 80.00	10%	8	40	0.666666667
escritorio y silla	S/. 600.00	10%	60	300	5
TOTAL	S/. 2,554.60			1277.3	21.28833333
VALOR DE RESCATE			1277.3		
AMORTIZACIÓN					
DESCRIPCIÓN	Valor total	% de Amortización	Amor. Anual	Amor. Acumulada	Amor. Mensual
GASTOS PRE OPERATIVOS	1006	10%	100.6	503	8.383333333

Fuente: Elaboración propia

4.2.1. INTERPRETACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN Y LA AMORTIZACIÓN

En la tabla siguiente se da a conocer las máquinas y muebles que se van a utilizar para la producción de Buggy Bags. Para hallar la depreciación se ha considerado el 10 % para las maquinarias y muebles. En tanto la depreciación será de s/21.288 al mes.

Con respecto a la amortización, el cuál va referido a los gastos pre operativos. Se ha considerado el 10 % del total de costo pre operativo, teniendo así un monto de s/.8.3833 al mes.

4.3. COSTOS FIJOS Y VARIABLES POR MES Y AÑO

Tabla 15 Costos Fijos

COSTOS FIJOS MENSUALES				
Descripción	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Alquiler de planta	mes	1	S/. 200.00	S/. 200.00
Sueldo Administrativo	mes	1	S/. 1,000	S/. 1,000.00
Sueldo de Atención al Cliente	mes	1	S/. 400	S/. 400.00
Sueldo de Producción	mes	1	S/. 460	S/. 460.00
Alquiler de módulo	mes	1	S/. 250.00	S/. 250.00
Mantenimiento y limpieza	mes	1	S/. 40.00	S/. 40.00
Útiles de oficina	mes	1	S/. 20.00	S/. 20.00
Electricidad	mes	1	S/. 50.00	S/. 50.00
Agua	mes	1	S/. 8.00	S/. 8.00
Depreciacion	mes	1	S/. 21.29	S/. 21.29
Amortizacion de intangibles	mes	1	S/. 8.38	S/. 8.38
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL				S/. 2,457.67

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Costo de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN					
buggy bags					
Descripción	U.M.	Cantidad	Proveedor	Costo x UM	Sub Total
tela poliester	ros cuadra	769	gamarra("empresa")	S/. 0.99	S/. 760.86
cierre	unidades	95	marca Rey	S/. 0.25	S/. 23.75
broche	unidades	95	Hong Xuan colo plateado x	S/. -	S/. -
set de llantas (medidas)	unidades	95	de 4" marca Zhuhai New Power	S/. 2.87	S/. 272.65
par de asa	unidades	95	rollo de plástico de gamuza plana x 500 m /convertido para cada buggy bags	S/. 0.65	S/. 61.75
dedal	unidades	3	SODIAL Dedales de Costura-Linio	S/. 2.20	S/. 6.60
tijera	unidades	2	Fiskars 192980-1001 - Tijeras forjadas (8") Linio	S/. 18.00	S/. 36.00
hilo	carrete	1	Marca Río	S/. 4.00	S/. 4.00
tisa	unidades	5	Prym Tiza para sastres Blanco 50 X 50 mm	S/. 0.30	S/. 1.50
regla	paquete	1	Labellevie 10 Piezas Regla de Curva Francesa Herramienta de Coser Costura Medir Tela	S/. 8.00	S/. 8.00
Total					S/. 1,165.61
			Valor Unitario		S/. 12.23
Lote de Producción		95			

Fuente: Elaboración propia

4.3.1. INTERPRETACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES

En las tablas mostradas se ha dado a conocer los costos necesarios para la fabricación de los Buggy Bags, estos costos se han dividido en fijos y variables y los montos fueron sacados por mes. Por otro lado, también tenemos el cuadro con los costos de producción, en el que se detalla la materia prima, insumos y herramientas para poder fabricar los Buggy Bags, el resultado de los costos de producción es el costo variable.

4.4. PROYECCIÓN DE VENTAS MES Y AÑO

Tabla 17 Proyección de ventas

En unidades													
%	25%	10%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	7%	7%	16%	100%
Visitas mensuales	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
buggy bags	286	114	57	57	57	57	57	57	57	80	80	183	1143.753792
En soles													
Visitas mensuales	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COSTOS FIJOS	S/. 7,373.02	S/. 2,949.21	S/. 1,474.60	S/. 1,474.60	S/. 1,474.60	S/. 1,474.60	S/. 1,474.60	S/. 1,474.60	S/. 1,474.60	S/. 2,064.44	S/. 2,064.44	S/. 4,718.73	S/. 29,492.06
COSTOS VARIABLES	S/. 3,496.84	S/. 1,398.74	S/. 699.37	S/. 699.37	S/. 699.37	S/. 699.37	S/. 699.37	S/. 699.37	S/. 699.37	S/. 979.12	S/. 979.12	S/. 2,237.98	S/. 13,987.37
TOTAL	S/. 10,869.86	S/. 4,347.94	S/. 2,173.97	S/. 2,173.97	S/. 2,173.97	S/. 2,173.97	S/. 2,173.97	S/. 2,173.97	S/. 2,173.97	S/. 3,043.56	S/. 3,043.56	S/. 6,956.71	S/. 43,479.43

Fuente: Elaboración propia

4.4.1. INTERPRETACIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS

El cuadro de proyección de ventas representa las cantidades de Buggy Bags que se proyecta ventar en cada mes, esto va sujeto a un porcentaje que se estima vender en cada mes, dependiendo de la temporada y el comportamiento del mercado. Asimismo, se tiene la proyección de ingresos por mes.

La proyección por año es de 1144 Buggy Bags, para enero se proyecta vender 286 unidades; febrero 114 unidades; de marzo a agosto se proyecta vender 57 unidades; octubre y noviembre se estima vender 80 unidades en cada mes y en diciembre 183 unidades.

4.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 18 Punto de Equilibrio

CONCEPTO	TOTAL	Buggy Bags
Precio de Venta		S/. 49.99
Costo Variable Unitario		12.22935749
Margen de Contribucion		37.75994625
Proporcion de Ventas	100%	100%
Costos Fijos	S/. 2,457.67	S/. 2,457.67
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES		65
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. X Precio)		S/. 3,253.64

Fuente: Elaboración propia

4.5.1. INTERPRETACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

En el cuadro de punto de equilibrio, se muestra el precio de venta, que en el caso del Buggy Bags es de s/49.9; nuestro margen de ganancia es del 31.5%.

Para obtener el punto de equilibrio es necesario datos como los costos fijos y variables; como resultado tenemos 65 Buggy Bags como mínimo para cubrir nuestros costos de producción, esto en términos monetarios es s/2457.67.

4.6. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

Tabla 19 Flujo de Caja Económico

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. BENEFICIOS						
INGRESOS POR VENTAS		S/. 57,175.46	S/. 57,770.08	S/. 58,370.89	S/. 58,977.95	S/. 59,591.32
TOTAL BENEFICIOS	S/. 0.00	S/. 57,175.46	S/. 57,770.08	S/. 58,370.89	S/. 58,977.95	S/. 59,591.32
B. COSTOS						
Costos Fijos		S/. 29,848.12	S/. 29,848.12	S/. 29,848.12	S/. 29,848.12	S/. 29,848.12
Costos Variables		S/. 13,987.37	S/. 13,987.37	S/. 13,987.37	S/. 13,987.37	S/. 13,987.37
Inversiones						
Activos Fijos	S/. 2,914.60					
Intangibles	S/. 1,006.00					
Capital de Trabajo	S/. 3,623.29					
TOTAL COSTOS	S/. 7,543.89	S/. 43,835.49	S/. 43,835.49	S/. 43,835.49	S/. 43,835.49	S/. 43,835.49
UTILIDAD BRUTA	-S/. 7,543.89	S/. 13,339.96	S/. 13,934.59	S/. 14,535.40	S/. 15,142.45	S/. 15,755.82
Impuesto a la renta 29.5%		S/. 3,935.29	S/. 4,110.70	S/. 4,287.94	S/. 4,467.02	S/. 4,647.97
UTILIDAD NETA	-S/. 7,543.89	S/. 9,404.67	S/. 9,823.88	S/. 10,247.45	S/. 10,675.43	S/. 11,107.86
UTILIDAD ACUMULADA	-S/. 7,543.89	S/. 1,860.79	S/. 11,684.67	S/. 21,932.12	S/. 32,607.55	S/. 43,715.41

Fuente: Elaboración propia

4.6.1. INTERPRETACIÓN DEL FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

En la tabla presentada de flujo de caja económico, se pueden observar los ingresos que se tendrán en cada año, asimismo incluye los costos variables y fijos, de manera que la diferencia de los ingresos y costos nos da la utilidad bruta, esta utilidad bruta estará sujeta a impuestos, una vez descontado eso nos muestra la utilidad neta y la proyección de estas en un periodo de 5 años.

4.7. INDICADORES DE RENTABILIDAD

Tabla 20 Indicadores de Rentabilidad

COK ANUAL (%)	35%	BENEFICIO	12999439%
COK MENSUAL (%)	2.5%	COSTO	10573670.5%
VANE	S/. 14,876.22	B/C	S/. 1.23
TIRE	126%	PR	0.7.18

Fuente: Elaboración propia

4.7.1. INTERPRETACIÓN DE INDICADORES DE RENTABILIDAD

*VANE: se determina a partir del flujo de caja económico y evalúa la rentabilidad del proyecto, en este caso obtuvimos un VANE de s/. 14 877, es decir se ganará s/. 14 877 más de lo que se esperaba ganar.

*TIRE: esta tasa representa a los méritos propio del proyecto de todos los ingresos generados durante la proyección, en este caso tenemos 126% , es la probabilidad de éxito

*B/C: Por cada s/.1 invertido se tiene un beneficio de s/.1.23

*PR: el periodo de recupero es de 7 meses con 18 días, es decir a partir de esa fecha el flujo de caja económico será positivo

5. ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO DEL PLAN DE INICIATIVA EMPRESARIAL

5.1. MATRIZ DE EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL POSITIVO

Tabla 21 Matriz de Impacto Social Positivo

N°	Variables de impacto social positivo (ODS)	Distrital	Provincial	Regional	Nacional	Mundial	Puntaje
3	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos para todas las edades	2	0	0	0	0	2
10	Reducir las desigualdades entre países y dentro de ellos	1	1	1	0	0	3
13	Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (tomando nota de los acuerdos adoptados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático)	2	1	1	0	0	4
17	Fortalecer los medios de ejecución y reavivar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	1	1	1	0	0	3
Total		6	3	3	0	0	12

Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACION DE LA MATRIZ PARA EL PIMPACTO SOCIAL POSITIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO

En el caso de la puntuación horizontal del cuál reflejará el impacto social positivo, se muestra una mayor puntuación en el objetivo número 13. En efecto es el objetivo del cuál nosotros trataremos de afrontar, ya que siendo conscientes de las bajas temperaturas en nuestra región y en particular el distrito de Chancapalca, buscaremos solución para asistir por medio de donaciones de ropa a las personas de dicho distrito.

En el caso de la puntuación vertical del cuál reflejará el alcance social positivo, se predilecta una mayor puntuación a nivel distrital, puesto que nos enfocaremos en asistir del friaje solo a las personas del distrito mencionado anteriormente. Cabe recalcar que la ropa la obtendremos mediante donaciones y recolección de ropa que nosotros mismo hagamos, siempre teniendo en cuenta el buen estado de cada prenda

6. CONCLUSIONES

El presente Proyecto de Inversión “COMERCIALIZACIÓN Y DISEÑO DE “BUGGY BAGS”, UNA NUEVA FORMA DE TRANSPORTAR LAS COMPRAS DEL SUPERMERCADO AL HOGAR” concluye dando respuesta a los resultados obtenidos.

El estudio de mercado nuestro segmento de mercado se determinó a través de la unidad en miles redondeando sería una población de 1144 personas esto es favorable ya que si existe el número suficiente de consumidores para el producto que va a elaborar nuestra empresa.

El proyecto es rentable ya que cada año se irán incrementando el margen de capacidad utilizada de la planta, así como también los volúmenes de producción y ventas y finalmente, las utilidades, las que habrán de aumentar a consecuencia de la disminución de los gastos financieros.

El Valor Actual Neto, VAN, es el principal indicador considerado por los especialistas al momento de realizar una evaluación financiera de los proyectos de inversión, ya que permite comparar los flujos de efectivo que se presentan en diferentes períodos de tiempo en uno solo, llevándolos todos al presente, actualizados o descontados a través de una tasa de descuento

7. SUGERENCIAS

El alumno a través de cada una de las etapas que configuran el presente proyecto de inversión y evaluación financiera se permite presentar, las siguientes recomendaciones para el éxito del mismo.

- ✚ A los inversionistas: Que lo lleven a la práctica, puesto que dicho proyecto, desde el punto de vista técnico y financiero, es viable, exitoso y no representa riesgo alguno para los interesados. En sus apartados correspondientes, se encuentran debidamente sustentados y analizadas las razones, que auguran el éxito del mismo.
- ✚ Recomendaciones Académicas: Darle un seguimiento posterior, con la finalidad de actualizar algunas variables que muestren información estadística más recientes, especialmente las macroeconómicas, utilizadas en el Marco de Referencia y Estudio de Mercado, con la finalidad de contar con la mayor información posible y poder efectuar un estudio y análisis con todo conocimiento y objetividad del Mercado y sus variable que nos interesan conocer y que serán la parte medular que darán vida al desarrollo e integración del proyecto en cuestión, permitiendo seleccionar la mejor alternativa al momento de la toma de decisiones.

En el área ambiental, que la empresa sea muy estricta ello, con la finalidad de no causar algún daño al medio ambiente o contaminar suelos y aguas.

8. ANEXOS

8.1. FOTOS, COPIAS

- Prototipo



- Escritura publica

PODER POR ESCRITURA PUBLICA

SEÑOR NOTARIO PUBLICO, SÍRVASE EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PUBLICAS, UNA DE PODER QUE OTORGAN IDENTIFICADA A FAVOR DE LA ABOGADA CON SUJECIÓN A LAS SIGUIENTES CONDICIONES Y CLAUSULAS:

PRIMERA: EN USO DE MI DERECHO OTORGO PODER AMPLIO Y SUFICIENTE A ABOGADO CON EL OBJETO DE QUE EN NOMBRE PUEDA TENER LAS FACULTADES GENERALES DE LA REPRESENTACION JUDICIAL CONTENIDAS EN EL ARTICULO 74 Y LAS ESPECIALES EN EL ARTICULO 75 DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL, PARA QUE PUEDA TENER LAS FACULTADES PARA INTERPONER DEMANDAS, RECONVENIR, CONTRADECIR, CONTESTAR DEMANDAS Y RECONVENCIONES, DESISTIRSE DEL PROCESO, Y DE LA PRETENSION, ALLANARSE A LA PRETENSION, CONCILIAR, CONCURRIR A AUDIENCIAS Y DILIGENCIAS JUDICIALES, PRESTAR DECLARACION DE PARTE, TRANSIGIR EN FORMA JUDICIAL O EXTRAJUDICIAL, RECONOCER, OPONERSE O TACHAR DOCUMENTOS, SOLICITAR MEDIDAS CAUTELARES, OTORGAR CONTRACAUTELA PERSONAL O REAL, PARTICIPAR EN CUALQUIER DILIGENCIA JUDICIAL E INTERPONER CUALQUIER RECURSO EN MI REPRESENTACIÓN, ASI COMO INTERPONER LOS RECURSOS IMPUGNATORIOS QUE SEAN NECESARIOS, SOLICITAR Y TRAMITAR LA EJECUCION DE LA SENTENCIA, INTERPONER DENUNCIAS ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES.

SEGUNDA: ESTE PODER ALCANZA INCLUSIVE PARA DISPONER O GRAVAR LOS BIENES DEL PODERDANTE.

TERCERO: ESTE PODER ALCANZA INCLUSIVE PARA PODER CONSIGNAR, RETIRAR Y COBRAR CUPONES O CONSIGNACIONES JUDICIALES.

CUARTA: REPRESENTARME ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES, YA SEAN POLICIALES, ADMINISTRATIVAS O JUDICIALES, EN DEFENSA DE MIS BIENES, DERECHOS E INTERESES.

QUINTA: PARA TODOS ESTOS EFECTOS EL PODER ES AMPLIO, EN TODO LO SEÑALADO EN EL PRESENTE DOCUMENTO, POR LO QUE NO PODRA SER TACHADO DE INSUFICIENTE.

USTED, SEÑOR NOTARIO, AGREGARA LA INTRODUCCION Y DEMAS CLAUSULAS DE LEY Y LA CONCLUSION DE LA ESCRITURA PUBLICA.

EN AREQUIPA, A LOS DEL MES DE DEL AÑO

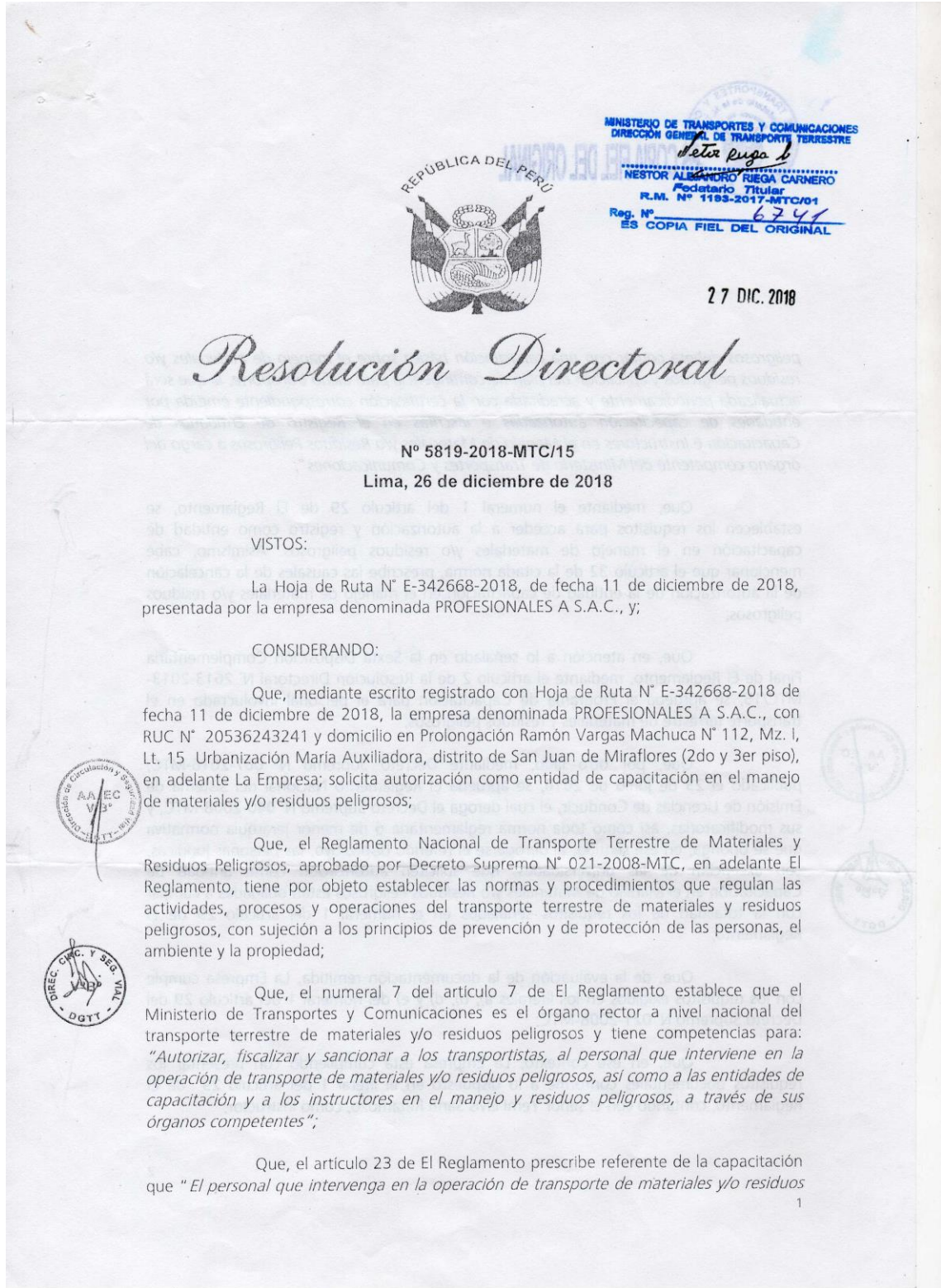
- Legalización Notarial

LEGALIZACIÓN NOTARIAL

En la ciudad de Ayacucho a los..... días del mes de..... del Dos Mil....., yo **ENRIQUE MAVILA ROSAS – ABOGADO NOTARIO DE AYACUCHO**, en la aplicación de los Arts. 112º al 116º de la Ley de Notariado – Decreto Ley Nº 26002, legalizo la Apertura del presente Libro denominado Número..... correspondiente a..... RUC:..... El mismo que consta de..... folios..... en cada uno de los cuales estampo mi sello notarial. Este libro queda registrado bajo el número en mi registro Cronológico de Legalización de Apertura de Libros, correspondiente al presente año, de todo lo que doy fe.



• Resolución Directorial



8.2. BUSSINES MODEL CANVAS

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDAD CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON EL CLIENTE	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>Inversionistas</p> <p>Centros de venta de ropa usada</p> <p>Proveedor de materia prima</p> <p>Plataformas virtuales publicitarias</p> <p>Supermercado (Plaza Vea)</p>	<p>Diseño y venta de los buggy bags</p>	<p>Ofrece un producto innovador y práctico para la persona que quiera hacer sus compras. Su diseño ergonómico reduce el esfuerzo del espacio que ocupa. Asimismo, ecológico</p>	<p>Servicio Personalizado (Diseño estético de la bolsa)</p> <p>Chats con los clientes</p> <p>Cumplir expectativas del cliente</p>	<p>Personas jóvenes y adultas comprometidas con el medio ambiente de la provincia de Huancayo que realizan actividades de compras en supermercados, que tienen dificultad por el volumen y peso.</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Materia Prima (Ropa Usada)</p> <p>Herramientas (web)</p> <p>Recursos Humanos</p>		<p>CANALES</p> <p>Redes Sociales (Ads)</p> <p>Plataforma propia</p> <p>Venta directa</p> <p>Banner</p>	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTE DE INGRESO		
<p>Construcción de la bolsa</p> <p>Pago por los Ads de redes sociales</p> <p>Personal a cargo</p>		<p>Pago en efectivo y transferencia bancaria.</p> <p>Pago por internet.</p>		

9. BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

(IPE), I. P. (s.f.).

BCRP. (s.f.). *Tasa de inflación* . Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/145-publicaciones/reporte-de-inflacion.html>

BIOBOX. (s.f.). *BIOBOX.PE*. Obtenido de <https://biobox.pe/product/pandu-cepillo-de-dientes/>

COMERCIO, E. (s.f.). Obtenido de • <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/transferencia-tecnologia-bjorn-lomborg-296010>

COMERCIO, E. (s.f.). *EL COMERCIO* . Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/crecimiento-pbi-4-viable-2019-noticia-587277>

DENTO. (s.f.). *Productos de limpieza personal* . Obtenido de <http://www.intradevco.com.pe/nuestras-marcas/cuidado-personal/dento/>

INEI. (s.f.). *TASA DE DESEMPLEO*. Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-de-empleo-trimestral-nacional.PDF>

ORAL-B. (s.f.). *Cepillos dentales*. Obtenido de <https://latam.oralb.com/es/productos/cepillos-dentales>

POBLACION ESTIMADA POR EDADES SEGUN PROVINCIA Y DISTRITO . (s.f.). Obtenido de <http://www.minsa.gob.pe/estadisticas/estadisticas/Poblacion/PoblacionMarcos.asp?12>

