

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA



**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA
FÁBRICA DE CONFECCIÓN TEXTIL DE PIJAMAS PARA MUJER Y
DISTRIBUIR MEDIANTE EL USO DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

Tesis para obtener el título profesional de Ingeniera Industrial

AUTORA:

Katia Isabel Uñapillco Orozco

ASESOR:

Eric Roberto Romero Del Águila

Lima, Abril, 2025

Informe de Similitud

Yo, Eric Roberto Romero Del Águila,

docente de la Facultad de ingeniería Industrial de la Pontificia

Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado

“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA FABRICA DE CONFECCION TEXTIL DE PIJAMAS PARA MUJER Y DISTRIBUIR MEDIANTE EL USO DE COMERCIO ELECTRÓNICO”

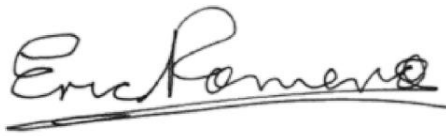
de la autora

Katia Isabel Uñapillco Orozco

dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 20%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 11/04/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 12 de abril del 2025

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: <u>Romero Del Aguila Eric Roberto</u>	
DNI: 10495408	Firma
ORCID: 0000-0003-2770-2013	

Resumen Ejecutivo

La presente investigación presenta como objetivo principal la viabilidad estratégica, técnica, legal, organizacional y económica – financiera del estudio de prefactibilidad en la implementación de una planta de confección textil en pijamas para mujer y su distribución a través del uso de comercio electrónico de un estudio de prefactibilidad en la implementación de una planta de confección textil en pijamas para mujer y su distribución a través del uso de comercio electrónico, el cual se encontrará comprendido en 6 capítulos.

En el primer capítulo se realizó el desarrollo estratégico que estará comprendido en el análisis macroentorno y microentorno. Para el estudio del macroentorno se evidenció un mercado favorable según el entorno económico, político, sociocultural y ecológico para la introducción del mercado de pijamas femeninas. Por otro lado, para el análisis microentorno, las 5 Fuerzas de Porter determinan el valor de diferenciación y el desarrollo de barreras de entrada en la comercialización del producto. Finalmente se desarrolló la misión, visión y análisis FODA en el planeamiento estratégico.

En el segundo capítulo, el estudio de mercado definió que el perfil del consumidor será la población de Lima Metropolitana con un rango de edad entre 18 a 25 años y cuyo NSE se ubica en el sector A y B. Asimismo, con un estilo de vida progresista e innovador hacia las nuevas marcas. Por otro lado, se aplicarán las estrategias de comercialización hacia los precios, promoción y publicidad que permitan lograr un mayor alcance al mercado potencial.

Para el estudio técnico, el análisis de la macrolocalización y microlocalización dieron como resultado que la ubicación óptima de la planta será en Lima Centro, específicamente en la Avenida Ancash. Por otro lado, la infraestructura del local alquilado abarcará una dimensión total de 2010 m² y se encontrará en una zona comercial de fácil acceso vial. La implementación y ejecución de las actividades preoperativas antes de la puesta en marcha del proyecto registrará 144 días hábiles de acuerdo con el Diagrama de Gantt.

En el estudio legal, el tipo de sociedad seleccionado para la organización será de una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) comprendida por una Junta de Accionistas y un Gerente General. Además, se describirá los pasos y procedimientos para la constitución de la empresa desde la búsqueda del nombre hasta la inscripción de la empresa en los Registros Públicos.

Con respecto al estudio organizacional, se definirá el organigrama de la empresa cuya distribución será de tipo horizontal. Del mismo modo, se definirán las funciones y requisitos del personal requerido en las actividades administrativas del proyecto. Por último se determinará la cantidad del personal requerido en el horizonte de tiempo y los servicios tercerizados.

Finalmente, para el desarrollo del estudio económico y financiero se requerirá una inversión de S/2 144 090. En lo que respecta a los indicadores financieros, se obtendrá los valores del VAN – E y VAN – F igual a S/1 869 163 y S/1 723 310 respectivamente. Asimismo, los valores del TIR – E y TIR – F serán equivalentes a 39,79% y 63,47% respectivamente. Por lo que se concluye que el proyecto resultará viable y aceptable en el horizonte de tiempo.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme salud, fortaleza y la seguridad necesarias para llevar a cabo esta tesis.

A mi familia, por su amor, comprensión y apoyo incondicional en cada etapa de este proceso.

A mi asesor de tesis, por su guía constante, su compromiso y por acompañarme en esta travesía. Su calidad como docente y su calidez humana han hecho que no solo sea un excelente profesor, sino también un amigo invaluable.



Índice General

Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	xiv
Índice de Anexos	xvi
Introducción	1
CAPÍTULO 1. Estudio Estratégico	5
1.1 Análisis Macroentorno	5
1.1.1 Entorno Político	5
1.1.2 Entorno Geográfico y Demográfico	6
1.1.3 Factor Sociocultural	8
1.1.4 Entorno Económico	9
1.1.5 Entorno Legal	11
1.1.6 Entorno Tecnológico	12
1.2 Análisis Microentorno	15
1.2.1 Rivalidad entre los Competidores	16
1.2.2 Poder Negociación de los Provisores	18
1.2.3 Poder de Negociación de Consumidores	19
1.2.4 Amenaza de Productos Sustitutos	20
1.2.5 Amenaza de Ingreso de Nuevos Competidores	22
1.3 Planeamiento Estratégico	22
1.3.1 Visión	23
1.3.2 Misión	23
1.3.3 Análisis FODA	23
1.3.4 Estrategia genérica	30
1.3.5 Objetivos Organizacionales	30
CAPÍTULO 2. Estudio de Mercado	31
2.1 Aspectos Generales	31
2.1.1 Mercado	31
2.1.2 Consumidor	32
2.1.3 Producto	33
2.2 Análisis de la demanda	36
2.2.1 Demanda Histórica	37
2.2.2 Demanda proyectada	38
2.3 Análisis de la oferta	39
2.3.1 Análisis de la competencia	39
2.3.2 Oferta Histórica	40

2.3.2 Oferta proyectada	42
2.4 Demanda del proyecto	43
2.4.1 Demanda Insatisfecha.....	43
2.4.2 Demanda para el Proyecto	43
2.5 Estrategias de Comercialización	44
2.5.1 Canales de distribución.....	44
2.5.2 Promoción y publicidad.....	45
2.5.3 Estrategia de Precios	47
CAPÍTULO 3. Estudio Técnico	49
3.1 Localización de la Planta.....	49
3.1.1 Macrolocalización	49
3.1.2 Microlocalización.....	52
3.2 Tamaño de planta	54
3.2.1 Factores restrictivos del tamaño.....	54
3.2.2 Criterios a utilizar en la definición de tamaño	57
3.2.3 Definición del tamaño inicial y su tendencia en el horizonte de tiempo	60
3.3 Proceso Productivo.....	61
3.3.1 Diagrama de flujo.....	61
3.3.2 Descripción del proceso.....	63
3.3.3 Programa de la producción	63
3.4 Características Físicas	63
3.4.1 Infraestructura	64
3.4.2 Maquinaria y equipos	64
3.4.3 Distribución de planta.....	67
3.5 Requerimientos del Proceso.....	69
3.5.1 Materia prima.....	69
3.5.2 Materiales	69
3.5.3 Mano de obra	70
3.5.4 Servicios de terceros.....	70
3.6 Evaluación de Impacto Ambiental	71
3.7 Cronograma de Implementación.....	71
CAPÍTULO 4. Estudio Legal.....	72
4.1 Tipo de Sociedad.....	72
4.2 Constitución de la empresa	72
4.3 Tributos.....	73
4.3.1 Tributos: Gobierno Central y Local	73
4.3.2 Beneficios sociales y compensación	73

4.4. Certificaciones y otros requisitos legales.....	75
CAPÍTULO 5. Estudio Organizacional.....	76
5.1 Organigrama	76
5.2 Funciones Principales.....	76
5.3 Requisitos del Personal.....	76
5.4 Requerimiento Personal.....	76
5.4 Servicio de Terceros.....	77
CAPÍTULO 6. Estudio Económico y Financiero.....	78
6.1 Inversiones.....	78
6.1.1 Inversión en Activos Tangibles.....	78
6.1.2 Inversión en Activos Intangibles.....	78
6.1.3 Capital de Trabajo.....	79
6.1.4 Inversión Total.....	80
6.2 Financiamiento.....	80
6.2.1 Alternativas de Financiamiento.....	80
6.2.2 Estructura de Capital.....	82
6.2.3 Costo de oportunidad del accionista.....	82
6.2.4 Costo ponderado de capital.....	83
6.3 Presupuestos.....	84
6.3.1 Presupuestos de Ingresos.....	84
6.3.2 Presupuestos de egresos.....	84
6.4 Estados Financieros y Proyectados.....	89
6.4.1 Estado de Resultados.....	89
6.4.2 Módulo de IGV.....	90
6.4.3 Flujo de Caja Económico y Financiero.....	91
6.5 Punto de equilibrio.....	92
6.6 Indicadores de rentabilidad.....	93
6.6.1 Valor Presente Neto (VAN).....	93
6.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	93
6.6.3 Análisis Beneficio - Costo (B/C).....	94
6.6.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	94
6.7 Análisis de sensibilidad.....	95
6.7.1 Ingresos.....	95
6.7.2 Egresos.....	96
CAPÍTULO 7: Conclusiones y Recomendaciones.....	98
7.1 Conclusiones.....	98
7.2 Recomendaciones.....	99

Bibliografia.....	100
Anexos.....	126



Índice de Tablas

Tabla 1 Oportunidades y Amenazas del Proyecto.....	23
Tabla 2 Debilidades y Fortalezas del Proyecto	26
Tabla 3 Matriz FODA.....	29
Tabla 4 Ficha Técnica de Pijama de Verano para Mujer.....	35
Tabla 5 Ficha Técnica de Pijama de Invierno para Mujer	36
Tabla 6 Demanda Histórica de Pijamas de Mujer (unidades)	38
Tabla 7 Proyección Demanda de Pijamas Mujer	39
Tabla 8 Cantidades Históricas de Pijamas de Mujer Fabricados en el Perú (unidades)	40
Tabla 9 Cantidad de Pijamas de Mujer Importadas al Perú (2018 – 2021)	41
Tabla 10 Cantidad de Pijamas de Mujer Exportadas al Perú (2018 – 2021).....	42
Tabla 11 Oferta Histórica de Pijamas de Mujer	42
Tabla 12 Proyección de la Oferta de Pijamas Mujer	43
Tabla 13 Demanda Insatisfecha (2023 – 2027).....	43
Tabla 14 Demanda del Proyecto (2023 – 2027).....	44
Tabla 15 Cronograma Anual de Promociones	46
Tabla 16 Precios de Venta del Pijama (2023 – 2027)	48
Tabla 17 Distribución de Pesos por Factores – Macro Localización	51
Tabla 18 Evaluación de Zonas de Lima por Ranking Factores – Macro Localización	51
Tabla 19 Asignación de Peso por Factor - Microlocalización	53
Tabla 20 Análisis de Distritos por Ranking Factores – Microlocalización.....	54
Tabla 21 Demanda de Pijamas Femeninas	55
Tabla 22 Tipos Tendedores Industriales.....	57
Tabla 23 Tipos Cortadores Industriales.....	57
Tabla 24 Tipos de Maquinaria Remalladora.....	58
Tabla 25 Tipos Máquina Recubridora	58
Tabla 26 Tipos de Lavadoras Industriales	58
Tabla 27 Tipos de Secadoras Industriales.....	59
Tabla 28 Tipos de Planchadoras Industriales.....	59
Tabla 29 Producción Anual del Proyecto (2023 – 2027).....	60
Tabla 30 Tiempo Ajustado por Área por Tipo de Prenda.....	61
Tabla 31 Programa de Producción (En unidades)	63
Tabla 32 Áreas de la Planta	64
Tabla 33 Cantidad de Máquinas por Año	65
Tabla 34 Máquinas para la Producción	65
Tabla 35 Equipos a emplear para la Producción	65

Tabla 36 Equipos de Oficina para la Producción.....	66
Tabla 37 Electrodomésticos para el Comedor de la Planta.....	66
Tabla 38 Muebles para el Personal de Planta.....	66
Tabla 39 Cantidad de Muebles / Enseres Requeridos	66
Tabla 40 Muebles para el Personal Administrativo.....	67
Tabla 41 Muebles de Comedor en la Planta	67
Tabla 42 Muebles y Enseres de Vestidor / Baño en la Planta.....	67
Tabla 43 Requerimiento Anual Mano de Obra	70
Tabla 44 Actividades de Implementación de la Empresa	71
Tabla 45 Número de Trabajadores por Posición.....	77
Tabla 46 Características de Servicios Tercerizados	77
Tabla 47 Resumen de Activos Tangibles.....	78
Tabla 48 Inversión Activos Intangibles.....	79
Tabla 49 Monto Total Capital de Trabajo.....	79
Tabla 50 Inversión Total.....	80
Tabla 51 Alternativas de Financiación Capital de Trabajo.....	80
Tabla 52 Alternativas de Financiación de los Activos Fijos Tangibles.....	81
Tabla 53 Estructura de Capital del Proyecto.....	82
Tabla 54 Parámetros del Beta Apalancado	82
Tabla 55 Parámetros del COK	83
Tabla 56 Parámetros del WACC.....	83
Tabla 57 Presupuesto de Ingresos	84
Tabla 58 Presupuesto Mano de Obra Directa	85
Tabla 59 Presupuesto Materia Prima.....	85
Tabla 60 Presupuesto de Materiales Indirectos.....	86
Tabla 61 Presupuesto de Mano de Obra Indirecta.....	86
Tabla 62 Presupuesto de Servicios.....	87
Tabla 63 Presupuesto en Costos Indirectos de Fabricación (CIF).....	87
Tabla 64 Presupuesto Costos de Ventas	88
Tabla 65 Gastos Administrativos	88
Tabla 66 Presupuesto Gasto de Ventas.....	89
Tabla 67 Presupuesto Gastos Financieros.....	89
Tabla 68 Estado Resultados	89
Tabla 69 Módulo de IGV.....	90
Tabla 70 Flujos Económicos y Financieros	91
Tabla 71 Punto Equilibrio del Proyecto.....	92
Tabla 72 Valor Actual Neto (VAN).....	93

Tabla 73 TIR – E y TIR - F.....	93
Tabla 74 Beneficio – Coste (B/C).....	94
Tabla 75 Periodo de Recupero Inversión Económica (PRI – E).....	94
Tabla 76 Plazo de Recupero de Inversión Financiera (PRI – F).....	95
Tabla 77 Análisis de Sensibilidad Precio.....	96
Tabla 78 Análisis de Sensibilidad de la Demanda	96
Tabla 79 Análisis de Sensibilidad de Materiales.....	97
Tabla A1 Evaluación de Enfrentamiento de los Componentes Externos	126
Tabla B1 Análisis Enfrentamiento Elementos Externos.....	127
Tabla C1 Enfrentamiento de los Factores Internos	128
Tabla D1 Tabla de Enfrentamiento de los componentes internos	129
Tabla F1 Información necesaria del paso 1 de la sistemática en la obtención pijamas de mujer	139
Tabla F2 Información necesaria del paso 2 de la sistemática en la obtención de pijamas mujer	139
Tabla F3 Información necesaria del paso 3 de la sistemática para la obtención de pijamas mujer	140
Tabla G1 Ecuaciones de la proyección de regresión.....	141
Tabla G2 Demanda Esperada en unidades Pijamas de Mujer.....	141
Tabla H1 Cantidad histórica de pijamas de mujer fabricados en el Perú.....	143
Tabla I1 Información para el cálculo de unidades importadas de pijamas mujer en Perú	144
Tabla J1 Información para el cálculo de unidades exportadas de pijamas mujer en Perú	145
Tabla K1 Ecuaciones de la proyección de Oferta	146
Tabla K2 Oferta proyectada de pijamas mujer.....	146
Tabla L1 Comparación de Precios y Marcas	148
Tabla O1 Lista de Proveedores de Telas	152
Tabla P1 Distancia desde el proveedor hacia avenidas industriales Cercado de Lima.....	154
Tabla R1 Prendas para producir por cada tipo (2023 -2027).....	156
Tabla R2 Información por tipo prenda para realizar la Confección	157
Tabla R3 Tiempo por Máquina para cada tipo de prenda.....	161
Tabla R4 Tiempo ajustado por Máquina para cada tipo de prenda	161
Tabla R5 Tiempo ajustado por Máquina del Área Tendido, Tizado y Corte de piezas	162
Tabla R6 Tiempo ajustado por Máquina del Área Tendido, Tizado y Corte por cantidad piezas	162
Tabla R7 Tiempo ajustado total por Área Tendido, Tizado y Corte cantidad piezas.....	162
Tabla R8 Tiempo ajustado por Área para cada tipo de prenda	163
Tabla R9 Cantidad de Máquinas o Puestos requeridos para la producción	164
Tabla S1 Cuadro de medida para el patrón de un pantalón de largo pijama	165
Tabla S2 Cuadro de medida para el patrón de una pantalón corto de pijama	166
Tabla S3 Cuadro de medida para el patrón de un polo de mujer manga larga pijama	167
Tabla S4 Cuadro de medida para el patrón de un polo mujer manga corte pijama	168

Tabla V1 Especificaciones de máquinas a emplear.....	175
Tabla W1 Especificaciones de maquinarias y equipos a emplear	176
Tabla X1 Especificaciones de Equipos de Oficina.....	177
Tabla Y1 Especificaciones de los electrodomésticos	178
Tabla Z1 Especificaciones de muebles para el uso del personal de planta	179
Tabla AA1 Especificaciones de muebles para el uso del personal administrativo.....	180
Tabla BB1 Especificaciones de muebles para el comedor y vestidor de la empresa	181
Tabla CC1 Especificaciones de elementos para el comedor y vestidor.....	182
Tabla DD1 Método de Guerchet del Área de Tizado, Corte y Tendido	183
Tabla DD2 Método de Guerchet del Área de Confección y Etiquetado.....	183
Tabla DD3 Método de Guerchet del Área de Lavado y Secado	183
Tabla DD4 Método de Guerchet del Área de Planchado y Embolsado.....	184
Tabla DD5 Método de Guerchet Área de Despacho de Productos Terminados	184
Tabla DD6 Método de Guerchet Área Vestidor y Baños	184
Tabla DD7 Método de Guerchet de Oficinas Administrativas	185
Tabla DD8 Método de Guerchet de Servicios Higiénicos Administrativos	185
Tabla DD9 Método de Guerchet de Comedor	185
Tabla DD10 Cálculo de espacio de almacenaje Materia Prima	186
Tabla DD11 Cálculo del Espacio de Almacenaje de Bienes Terminados	187
Tabla EE1 Materia Prima necesario para cada Tipo de Pijama	188
Tabla EE2 Detalles de Compra de Materia Prima.....	188
Tabla EE3 Cantidad de Materia Prima Anual.....	189
Tabla EE4 Cantidad de Insumos Anuales.....	189
Tabla EE5 Cantidad de veces que se tiende la tela para producción por tipo prenda anual	190
Tabla EE6 Largo de tela necesario por tipo de prenda	190
Tabla EE7 Largo de tela necesario por tipo de prenda	190
Tabla EE8 Material de Empaque requerido para cada tipo de pijama.....	191
Tabla EE9 Detalles de compra de material de empaque.....	191
Tabla EE10 Requerimiento de Material de Empaque	192
Tabla EE11 Cantidad de Material de Empaque Anual	192
Tabla EE12 Suministros necesarios para cada tipo de pijama	192
Tabla EE13 Detalles de Compra de Suministros	192
Tabla EE14 Requerimientos de Suministros.....	193
Tabla EE15 Cantidad Suministros por año	193
Tabla FF1 Matriz IRA.....	194
Tabla FF2 Presupuesto de Control de Impacto Ambiental	195
Tabla KK1 Inversión Maquinarias y Equipos.....	206

Tabla KK2 Inversión en Equipos y Muebles.....	206
Tabla KK3 Inversión activos para comedores y vestidores.....	206
Tabla KK4 Inversión de Edificaciones.....	207
Tabla LL1 Método de Déficit Acumulado Máximo.....	208
Tabla MM1 Calendario de pagos activos.....	209
Tabla MM2 Cronograma de pagos capital de trabajo.....	210
Tabla NN1 Demanda proyectada de las ventas totales con y sin IGV.....	211
Tabla OO1 Presupuesto MOD.....	212
Tabla PP1 Inventario y costos de los materiales directos.....	213
Tabla QQ1 Inventario y costos de los materiales hilos y elásticos.....	214
Tabla QQ2 Inventario y costo de materiales etiquetas y tizas.....	214
Tabla RR1 Consumo de Energía en el uso de máquinas (Kwh).....	215
Tabla RR2 Cantidad de operarios productivos y administrativos.....	215
Tabla RR3 Cantidad de horas trabajadas por los operarios (Horas).....	215
Tabla RR4 Consumo de Agua anual de los trabajadores (m ³ /h).....	216
Tabla RR5 Costo anual por Agua Potable.....	216
Tabla RR6 Consumo anual de lavadora (m ³).....	216
Tabla RR7 Presupuesto del servicio de luz.....	216
Tabla RR8 Presupuesto de servicio de agua.....	217
Tabla RR9 Presupuesto de requerimiento en Internet.....	217
Tabla SS1 Valor total de activos fijos (S/).....	218
Tabla SS2 Gastos de Depreciación.....	218
Tabla SS3 Amortización de Intangibles.....	219
Tabla TT1 Presupuesto de los colaboradores administrativos.....	220
Tabla TT2 Presupuesto de Materiales de Oficina.....	220
Tabla TT3 Presupuesto de Alquiler de Local.....	220
Tabla TT4 Presupuesto de Arbitrios Municipales.....	221
Tabla TT5 Presupuesto de Impacto Ambiental.....	221
Tabla UU1 Presupuesto del personal Área de Marketing.....	222
Tabla UU2 Registros de Gastos Publicidad.....	222
Tabla UU3 Presupuesto de Comisiones.....	222
Tabla VV2 Liquidación de Activos Fijos (S/).....	224

Índice de Figuras

Figura 1 Características de la Generación Y	7
Figura 2 La Población y Tasa de Crecimiento en el Perú	7
Figura 3 ¿Cómo se distribuye el consumo de familias peruanas?	9
Figura 4 Demanda Interna y PBI: 2021 - 2022	10
Figura 5 Porcentaje hogares con acceso a servicios y bienes TIC periodo 2009 – 2020.....	12
Fuente: Comex Perú (2020).....	12
Figura 6 Hogares con acceso a computadora e internet, según tamaño del hogar	13
Figura 7 Crecimiento del Consumo Online por Categoría (2019 – 2020).....	20
Figura 8 Matriz Interna - Externa.....	28
Figura 9 Peso de Principales tipos de prendas de mujer en Gasto de Hogares 2019.....	37
Figura 10 Adquisición en los hogares de ropa de mujer en meses de mayo y diciembre.....	37
Figura 11 Flujo Sistemático para la obtención de la demanda pijamas de mujer en el Perú	38
Figura 12 Producción de Confecciones por Producto	40
Figura 13 DOP del polo manga larga para pijama de mujer en invierno.....	62
Figura 14 Tabla de Relación Actividades.....	68
Figura 15 Diagrama Relacional de Actividades.....	68
Figura 16 Plano de la Empresa.....	69
Figura 17 Organigrama de Trabajo	76
Figura E2 Información del rango de edad de los encuestados	131
Figura E3 Información de lugar donde habitan en Lima Metropolitana.....	131
Figura E4 Información de la profesión de usuarios.....	132
Figura E5 Información del ingreso promedio mensual de encuestados.....	132
Figura E6 Información de compras de pijama por la web	133
Figura E7 Información de las razones de no comprar en tiendas virtuales según encuestados.....	133
Figura E8 Información del tiempo máximo de espera de entrega del producto.....	134
Figura E9 Información del tipo de pijama que usan los encuestados.....	134
Figura E10 Información de la cantidad de veces anuales que se adquiere pijama de mujer.....	135
Figura E11 Información de los medios de información preferidos por los encuestados	135
Figura E12 Información de cuánto pagarían encuestados por las pijamas algodón de dos piezas.....	136
Figura E13 Información de cuánto pagarían los encuestas por pijamas franelas de dos piezas.....	136
Figura E14 Información de atributos que valoran los encuestados al elegir una pijama	137
Figura E15 Información de los tipos de diseño preferibles por los encuestados.....	137
Figura E16 Información de los tipos de empaque preferibles por los encuestados.....	138
Figura E17 Información de fidelización que se valora más por los encuestados	138
Figura G1 Ecuación lineal de la demanda histórica en unidades por año.....	141

Figura K1 Ecuación lineal de la demanda histórica (En unidades)	146
Figura M1 Pijama Camila Avena.....	149
Figura M2 Pijama de Mujer	149
Figura M3 Pijama de mujer	150
Figura M4 Pijama de mujer	150
Figura N1 Precios de Venta de lugares industriales	151
Figura N2 Coste de Venta espacios industriales	151
Figura R1 Plano de Corte de la Pieza pantalón largo en tela.....	157
Figura R2 Plano de corte de la pieza pantalón corto en tela	158
Figura R3 Plano de corte de la pieza polo largo en tela.....	159
Figura R4 Plano de corte de la pieza polo corte en tela.....	159
Figura S1 Molde de pantalón largo de pijama	165
Figura S2 Molde de pantalón corto de pijama	166
Figura S3 Molde de polo manga larga de pijama de mujer	167
Figura S4 Molde de polo manga corte de pijama de mujer	168
Figura T1 DOP del polo manga corta para pijamas de mujer de verano	169
Figura T2 DOP del pantalón largo para pijama mujer invierno.....	170
Figura T3 DOP del pantalón corto para pijama mujer de verano.....	171
Figura GG1 Diagrama de Gantt de la empresa de pijamas.....	196

Índice de Anexos

Anexo A: Enfrentamiento de los Factores Externos.....	126
Anexo B: Evaluación de los Factores Externos	127
Anexo C: Enfrentamiento de los Factores Internos	128
Anexo D: Evaluación de Componentes Internos	129
Anexo E: Resultados de la Encuestas.....	130
Anexo F: Cálculos para la demanda en unidades de la Población Objetiva (2018 – 2021).....	139
Anexo G: Cálculos para hallar la demanda proyectada de pijamas mujer (2022 – 2026).....	141
Anexo H: Cálculos para la cantidad de unidades producidas de pijamas mujer (2018 – 2021).....	143
Anexo I: Cálculos para la cantidad de unidades importadas de pijamas en Perú (2018 – 2021)	144
Anexo J: Cálculo para la cantidad de exportación pijamas en el Perú (2018 – 2021).....	145
Anexo K: Cálculo para la obtención de oferta proyectada de pijamas mujer (2022 – 2026).....	146
Anexo L: Comparación de Precios y Marcas.....	147
Anexo M: Imágenes de Pijamas de marca de Internet.....	149
Anexo N: Precios de Espacios Industriales.....	151
Anexo O: Lista de Proveedores de Telas.....	152
Anexo P: Distancias entre proveedores de telas a las principales avenidas de Lima	153
Anexo Q: Descripción de alternativas tecnológicas por operación	155
Anexo R: Tiempo estándar por Operación / Máquina.....	156
Anexo S: Medidas de Patrón.....	165
Anexo T: Diagrama de operaciones para los polos y pantalones de pijamas.....	169
Anexo U: Explicación de los Procesos Productivos.....	172
Anexo V: Especificaciones de máquinas a emplear.....	174
Anexo W: Especificaciones de equipo a emplear	176
Anexo X: Especificaciones de Equipos de Oficina.....	177
Anexo Y: Especificaciones de Electrodomésticos	178
Anexo Z: Especificaciones de muebles para el uso del personal de planta	179
Anexo AA: Especificaciones de muebles para el uso del personal administrativo	180
Anexo BB: Especificaciones de muebles para el espacio comedor	181
Anexo CC: Especificaciones de muebles para el comedor y vestidor.....	182
Anexo DD: Método de Guerchet de la planta de pijamas femeninas	183
Anexo EE: Cálculos para el requerimiento de materiales directos por año	188
Anexo FF: Matriz IRA	194
Anexo GG: Diagrama de Gantt.....	196
Anexo HH: Elaboración de una Empresa	197
Anexo II: Funciones del Puesto de Trabajo	200

Anexo JJ: Perfiles del Puesto de Trabajo.....	203
Anexo KK: Inversión de Activos Tangibles	206
Anexo LL: Cálculo del Capital de Trabajo.....	208
Anexo MM: Programación de Pagos de la Inversión.....	209
Anexo NN: Demanda del proyecto y ventas totales.....	211
Anexo OO: Costo de planilla del personal.....	212
Anexo PP: Costo Inventario de los elementos directos	213
Anexo QQ: Costo de Inventario de los materiales indirectos	214
Anexo RR: Consumo anual de los servicios básicos.....	215
Anexo SS: Monto de Depreciación de Activos y Amortizaciones.....	218
Anexo TT: Gastos administrativos.....	220
Anexo UU: Gastos de Ventas	222
Anexo VV: Depreciación Activos Fijos	224



Introducción

Actualmente, debido a los cambios producidos por el virus del COVID-19, el internet se ha vuelto una herramienta indispensable en la vida de los seres humanos, muchas de las actividades diarias que se solía realizar presencialmente, ahora se realizan de manera remota. Entre ellas se puede mencionar: asistir a clases de la universidad o colegio a través de la plataforma zoom, pagar servicios de luz/agua mediante los bancos electrónicos, reunirse con familiares o amigos por videollamada sincrónicas.

Es por la coyuntura actual, que los usuarios tienden a quedarse en sus hogares todo el día por lo que conlleva en usar ropa más holgada y básica como buzos deportivos, pijamas y pantuflas. El presidente del Gremio de Indumentaria indicó lo siguiente: “Antes los clientes solicitaban casacas o vestuarios con lentejuelas, y en la actualidad, eso se está convirtiendo en indumentaria más casual, más simple. Se está utilizando la misma materia prima, pero los trajes son más casuales” (Aspillaga, 2020). Por lo que los pijamas por ser una prenda de vestir cómoda es una tendencia de moda. Además, la ropa femenina es la que más se venden en el mercado según un estudio realizado en *Kantar World panel* en el 2019 en el cual mencionó que el 45% del gasto involucrado en las familias peruanas para su indumentaria lo gastan en vestuario femenino; luego 26% para ropa de los niños, el 22% se gasta en prendas para hombres y por último un 7% se gasta en ropa para bebés.

Estos nuevos hábitos han generado que la inversión publicitaria digital crezca un 6% en el 2020. En relación con el informe de Inversión Publicitaria Digital de la empresa IAB PERÚ (*Interactive Advertising Bureau*) del mismo año. Por estos motivos, para que un negocio tenga mayor alcance y probabilidad de éxito es fundamental que se adapte a esta nueva modalidad y se encuentre disponible en internet. Debido a ello, la empresa tendría una mayor capacidad para competir con grandes empresas, la razón de ello se debe a que si un usuario necesite averiguar acerca de un bien, lo realizará mediante la búsqueda de medios digitales

(*Facebook, Instagram, WhatsApp, etc.*). Asimismo, tendría la oportunidad de ampliar su negocio, ya que las empresas que cuentan con una página web, por lo que tienen una exposición directa las 24 horas del día y eso permite que los productos y servicios que ofrecen tengan un mayor alcance hacia los clientes (López, 2020).

Por otro lado, el comercio electrónico o también conocido como *e-commerce*, es un sistema de venta universal abierto que permite consultar, comprar y pagar a través de un medio electrónico seguro y personalizado (Domingo, 2020). Desde el año 2020, el *e-commerce* viene siendo la industria con mayor crecimiento en el Perú según el CEO de *Diners Club Perú*. Además, indica lo siguiente “En nuestro caso el *e-commerce* se desarrolló un 46%, cuando la facturación total cayó un 20%. Eso significa que el comercio electrónico ha tenido un impacto muy importante” (Rosell, 2020). Por ese motivo, el presente estudio a desarrollar será de un análisis de prefactibilidad en la implementación de una fábrica de confección textil enfocado a pijamas para mujer y su distribución mediante el uso del comercio electrónico.

El objetivo general de esta tesis es determinar la viabilidad, logística, económico y financiero de una planta de confección textil en pijamas para mujer y su distribución mediante el uso del comercio electrónico. Entre los objetivos específicos se quiere manifestar la viabilidad económico-financiera de una fábrica de confecciones mediante el *e-commerce*. Además, se seleccionará las mejores estrategias para la fábrica de confección textil con base a la variación constante del macroentorno e identificar las necesidades y preferencias de los consumidores al adquirir pijamas femeninas. Por otro lado, se elaborará un proceso de confección que sea óptimo, viable y posible, y se identificará los procesos para la confección de pijamas femeninas que tienen un índice de riesgo ambiental alto. Se quiere plantear las estrategias necesarias para el impacto producido por el *ecommerce* en el Perú dado la coyuntura actual y definir las normas legales que afectan directamente a la fábrica para cumplir con las leyes del Estado Peruano. Por último, se va a determinar la localización óptima para la fábrica

de confecciones y realizar las capacitaciones necesarias en las áreas productivas y administrativas del proyecto. La presente tesis contiene 6 secciones los cuales se especificarán a continuación.

Se comienza el estudio con el análisis estratégico, en donde se analizarán los factores del macroentorno y del microentorno. En primer lugar, en el análisis macroentorno se explicará principalmente el factor sociocultural y político, en el microentorno se explicará las 5 fuerzas de Porter. Luego, se va a definir el planeamiento estratégico mediante las definiciones de la misión y visión de la fábrica de confección de pijamas para mujer. Por último, se realizará un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del negocio para examinar su situación actual en el planteamiento de la estrategia genérica.

Luego se procederá a continuar con el estudio de mercado que, definirá los aspectos globales como el mercado, cliente y producto. En la parte del mercado se presentará su segmentación y la elección del segmento objetivo. Luego, en el aspecto general del consumidor se va a describir el perfil del consumidor. Por último, en la parte del producto se va a detallar su calidad, sus características como el tipo de material, el estilo y el diseño. Además, en esta misma parte se procederá a presentar la marca con la cual se venderá el producto, su empaque, su etiquetado, el servicio que se ofrecerá al consumidor y los niveles del bien y/o servicio. Luego, se calculará la demanda y oferta para identificar la demanda requerida de pijamas femeninas. Para finalizar, se detalla las estrategias de comercialización comprendidos en las 4p's de marketing.

De ahí, se detallará en el análisis técnico la localización de la industria, en este caso de la fábrica textil para lo cual se define la macrolocalización y la microlocalización. Además, se va a identificar el tamaño de la empresa considerando la tecnología del proyecto. Posteriormente, se va a definir la secuencia productiva en la confección de pijamas para mujer, el cual consistirá en la elaboración de su esquema de flujo, descripción del diagrama operativo

y programa de fabricación. Por otro lado, se debe especificar las características físicas que consiste en describir el entorno físico de la empresa, la maquinaria y elementos fijos, y la distribución de planta. Del mismo modo, se especifica los requerimientos del proceso productivo, es decir, los materiales directos que se utilizarán en la confección de pijamas para mujer, los materiales, la mano de obra y los servicios respectivos. Se realizará una evaluación de impacto ambiental y se va a proponer un control operacional para aquellas actividades que tengan un índice de impacto del medio ambiente mayor a 30. Finalmente, se presentará las actividades de implementación de la empresa mediante el uso del Diagrama de Gantt.

Se continúa con el estudio legal donde se detalla la definición de persona jurídica en la organización. Se definirá las normas legales que afectan al proyecto en el aspecto de mercado, localización, estudio técnico, administración y financiero.

Para el estudio de la organización, se presentará el organigrama de la compañía, así como los cargos de trabajo, sus ocupaciones más importantes y se complementará con los requerimientos del personal y la tercerización de los servicios de la empresa.

Por último, en el análisis económico y financiero se procederá a calcular los montos preoperativos de la fábrica como el total de la inversión en los activos fijos e intangibles y la inversión en capital de trabajo, además se detalla el calendario de inversiones. Por otro lado, se definirá el financiamiento total de la fábrica en partes para los activos, capital de trabajo, así como la estructura del capital, costo de los accionistas (COK) y el costo promedio de capital (WACC). Del mismo modo, se presentarán los presupuestos proyectados, es decir los ingresos del proyecto, costo de producción, gastos de administración, gastos de ventas, gastos financieros, depreciación no productiva y amortización. Por último, se tendrá el punto de equilibrio y el estado de resultados proyectado para dar a conocer la evaluación económica-financiera mediante la evaluación de los indicadores económicos y financieros (VAN y TIR).

CAPÍTULO 1. Estudio Estratégico

El presente estudio estratégico realizará la investigación del mercado teniendo en cuenta el análisis del macroentorno y del microentorno. Asimismo, se elaborará la visión y la misión dentro de la organización. Por otro lado, se planteará el FODA, las estrategia genérica y las metas organizacionales de la empresa.

1.1 Análisis Macroentorno

Se implementarán los factores externos involucrados en los entornos geográficos y demográficos, sociocultural, económico, político, legal y tecnológico, los cuales se basarán en la herramienta de análisis PESTEL que es una técnica utilizada para evaluar el entorno en el que se desenvuelve una empresa o institución (Kotler, 2013).

1.1.1 Entorno Político

Los últimos acontecimientos generados en el país durante el periodo 2022 – 2024, ha causado que el Perú se encuentre políticamente inestable. En primer lugar, el golpe de estado fallido suscitado por el expresidente del Perú, Pedro Castillo Terrones, el 07 de diciembre del año 2022 ocasionó la realización de diversas protestas sociales y a su vez, su vacancia del cargo de Presidente Constitucional del Perú (RPP, 2023). En segundo lugar, el nuevo cargo asumido por Jefe de Estado por parte de la actual presidenta Dina Boluarte Zegarra, no ha sido recibida de buena manera ni por los miembros del partido político Perú Libre ni por las bancadas opositoras, ello motivó a que las marchas y protestas se incrementen, así como la renuncia de los diferentes ministerios. (Infobae, 2023)

Por lo que trajo como consecuencia que inversiones extranjeras no vean al Perú como un país altamente sostenible económicamente. Por otro lado, las últimas declaraciones del exministro de Economía, Alex Contreras, afirmando que, durante el periodo 2023, el Perú estuvo enfrentando una gran recesión económica el cual ha generado un impacto negativo en los diversos sectores, entre los más resaltantes el rubro textil y de confeccionamiento (El

Comercio, 2023). De acuerdo con el Presidente de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), Jesús Salazar, señala que dicho sector textil se ha visto afectado no solo por la pandemia del COVID – 19, sino también por los conflictos sociales en el interior del país; por esa razón, se propuso el “Plan Regional 2031”, cuyo propósito principal será la creación de diferentes mesas ejecutivas para incentivar las inversiones en las regiones del país con el fin de generar beneficios económicos a las medianas y pequeñas empresas (mypes); además, de evitar la gran centralización generada por las inversiones privadas del gobierno peruano. (Infobae, 2023)

Si bien el sector textil y de confeccionamiento se considera como la tercera actividad que genera mayor Producto Bruto Interno (PBI) en el país, se espera que para el periodo 2023 – 2026 las proyecciones macroeconómicas resulten favorables debido a la reactivación económica, esto a través del programa implementado por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) llamado “Plan Punche Perú 2”, el cual tiene como propósito el respaldo financiero hacia las mypes del sector textil a través de estímulos tributarios siempre y cuando se fomente nuevas oportunidades de trabajo y la adquisición de máquinas relacionado al confeccionamiento y elaboración en prendas, ropas y pijamas. (El Peruano, 2023)

1.1.2 Entorno Geográfico y Demográfico

Para este análisis, cabe resaltar que el segmento del mercado que será especialmente dirigido el producto es a la generación Y. Esta generación también conocido como los nativos digitales, es considerado para todas las personas nacidas entre 1982 y 1994 y en la cual, la tecnología forma parte de su día a día; es decir, todas sus actividades se realizan con el uso y acceso de la tecnología. Además, esta generación vive con la etiqueta de ser perezosa, narcisista y consentida, por lo que 3 de cada 5 personas de esa generación compran por internet y lo hacen para evitar colas y porque es más rápido (IPSOS, 2020). Como se muestra en la figura 1 se detalla otras características de la generación Y relacionadas al uso de los medios digitales.



Figura 1 Características de la Generación Y

Fuente: IPSOS Perú (2020)

Además, va dirigido a las mujeres peruanas lo cual alcanzaron a ser un 50,4% de la población en el país y la población en Lima es del 32,57% de la población en general (INEI, 2020). Como se observa en la figura 2, la muestra de los habitantes y variación incremental en el Perú desde 1950 hasta 2070 alcanzará un estimado de 39,5 millones de habitantes aproximadamente; no obstante, representará una reducción de la tasa de crecimiento estimada de 0,1%.

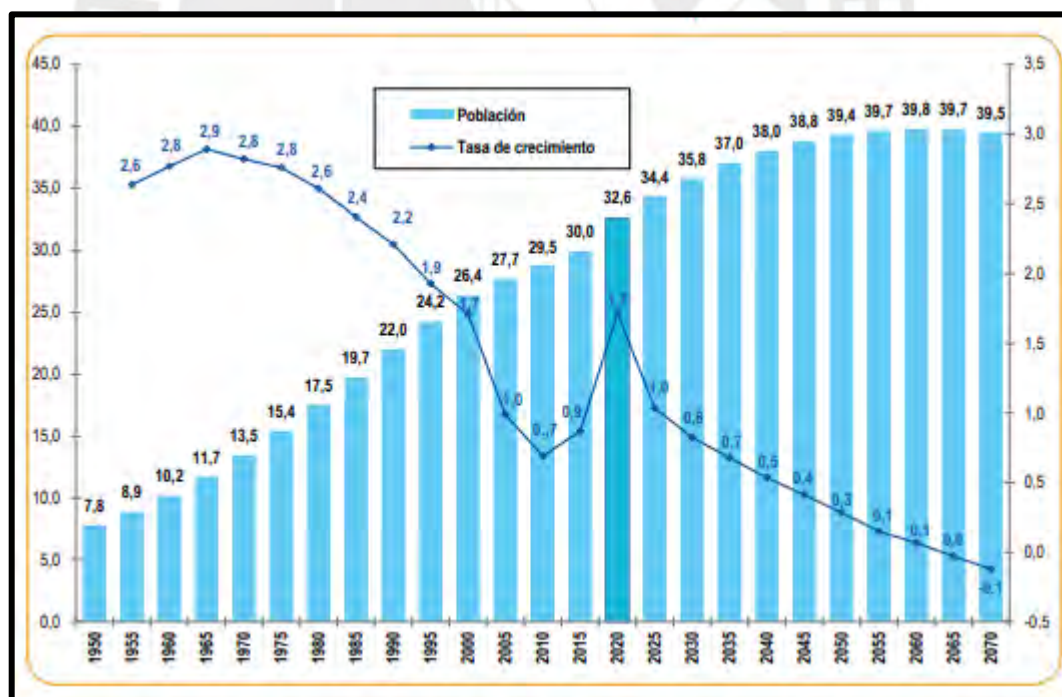


Figura 2 La Población y Tasa de Crecimiento en el Perú

Fuente: INEI (2020)

Asimismo, la capacidad total de la población peruana se encuentra en crecimiento desde los años 70, esto principalmente al descenso de la tasa de crecimiento. No obstante, en métodos

absolutos la cantidad poblacional va en crecimiento a causa del mayor porcentaje de población juvenil en la cual, la fecundidad resultará mayor y por la ola de inmigración venezolana. (INEI, 2020).

Se concluye que el factor geográfico y demográfico influye en el proyecto directamente debido se conoce a quienes estará dirigido el producto tanto a la población femenina de la generación Y. Esto influye en las definiciones estratégicas tomadas por la empresa, así como del perfil de consumidor final.

1.1.3 Factor Sociocultural

La pijama es una prenda de vestir que se usa de 7 a 8 horas diarias, más que la comodidad en su uso también es un asunto de estilo. La preferencia en lo que se refiere a estilos, diseños, detalles y colores han ido modificándose los últimos 3 años (2021 – 2024). Es por ello, las marcas especialistas en prendas interiores y de reposo han variado sus diseños al elaborar vestuarios de estilo *fashion*, enfocados para las mujeres obsesionadas por su imagen y su comodidad.

Un factor sociocultural importante para esta investigación a nivel de sociedad están las mujeres peruanas. Se anunció que el consumo estimado anual de las mujeres es de S/80 en ropa interior, pijamas y polos (Perú Retail, 2019). Sin embargo, un estudio de *Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur* (IPSOS) indicó que las mujeres peruanas buscan siempre calidad y precios bajos, y que el 18% de las mujeres peruanas en el 2019 ya había realizado una compra por medio del *e-commerce*.

Respecto a las clases sociales, el producto no va dirigido hacia alguna en particular. Los hogares peruanos después de la cuarentena aumentaron sus gastos en alimentos y bebidas no alcohólicas, y en bienes y servicios diversos. Por el lado de prendas de vestir y calzado ha disminuido un 30%. Además, se tiene que destacar que, a pesar de su disminución, del 2019 al 2020 se obtuvo un incremento del 52% en el interés para comprar de pijamas por internet

(Bitness, 2020). En la figura 3 se detallará cómo ha cambiado la distribución de los gastos en los hogares peruanos antes y durante de la cuarentena.

¿Cómo se distribuye el gasto de los hogares peruanos?			
Grupos de consumo	Antes de la cuarentena	Durante la cuarentena	Ajuste de los bolsillos en la cuarentena
Alimentos y Bebidas no Alcohólicas	27,1%	33,5%	▲ 23,3%
Bebidas Alcohólicas y Tabaco	1,3%	1,2%	▼ -4,6%
Prendas de Vestir y Calzado	5,6%	3,9%	▼ -30,0%
Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas	8,5%	10,1%	▲ 19,2%
Muebles, Artículos para el Hogar y la conserv.	5,0%	4,6%	▼ -7,7%
Salud	3,2%	3,8%	▲ 16,5%
Transportes	11,6%	8,4%	▼ -27,6%
Comunicaciones	3,0%	3,4%	▲ 15,2%
Recreación y Cultura	4,7%	4,0%	▼ -15,9%
Educación	9,9%	8,2%	▼ -17,4%
Restaurantes Y Hoteles	13,6%	10,8%	▼ -20,5%
Bienes y Servicios Diversos	6,5%	8,1%	▲ 25,4%

Figura 3 ¿Cómo se distribuye el consumo de familias peruanas?
Fuente: Consumer Truth (2020)

En conclusión, el proyecto se presentará para el público femenino de todas las clases sociales. Debido a ello, influirá en el momento de escoger los materiales que se usarán en el producto porque es un bien que será vendido a todos los estatus socioeconómicos.

1.1.4 Entorno Económico

El 2020 culminó con una caída del 11,5% de su Producto Bruto Interno (PBI), según información del Banco Central de Reserva del Perú (BCR). Además, según BBVA la inflación del 2020 cerró con un 2% en términos interanuales. De acuerdo con la figura 4, se muestra la demanda interna y el PBI desde el periodo 2021 con tendencia hacia el lapso 2022.

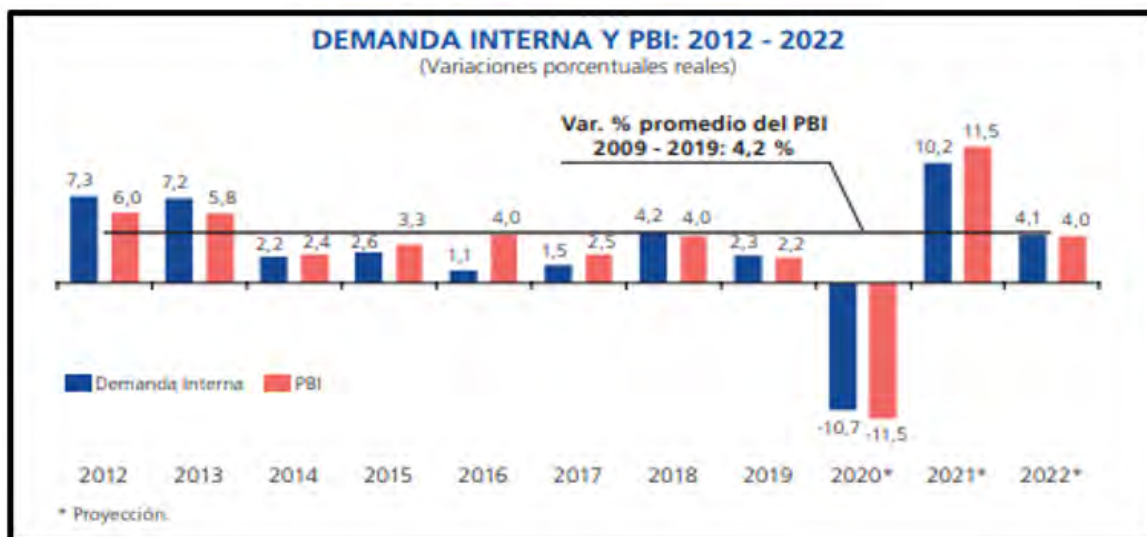


Figura 4 Demanda Interna y PBI: 2021 - 2022
Fuente: BCRP (2020)

El Informe Preelectoral Administración 2016-2021, publicado el 11 de enero del 2021 por la Presidencia del Consejo de ministros, indica que la economía peruana crecería en promedio 5,1% entre los años 2021 y 2026, según proyecciones del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). El crecimiento proyectado estaría sostenido por el fortalecimiento de la demanda interna asociado a una mayor acumulación de capital, el impulso a la competitividad y a la productividad de la economía. Asimismo, se contribuirá a este crecimiento una mayor demanda externa vinculada a la mejora del contexto internacional. Los analistas de *Focus Economics Consensus Forecast Latin Focus* anunciaron para el periodo 2020 un crecimiento favorable del Producto Bruto Interno (PBI) peruano a partir del 2021 hasta el año 2023. Además, manifestaron que el PBI peruano se expandirá 8,7% el 2021, 4,5% el 2022 y 4% el 2023. Por otro lado, el informe del Banco Central de Reserva (BCR) manifiesta que la proyección del índice de precio del consumidor indica que en el periodo del 2021, las proyecciones de inflación se ubican entre 2,0 y 2,2 por ciento; para el próximo año, entre 2,0 y 2,3 por ciento; y para 2023, estas se encuentran entre 2,0 y 2,5 por ciento.

En conclusión, respecto al factor económico se evidencia que la economía peruana crecería en promedio un 5,1% y el PBI tendrá una expansión hasta el 2023, por esa razón, resultará favorable y rentable la ejecución del proyecto.

1.1.5 Entorno Legal

Los reglamentos que regulan la venta mediante las tiendas *online* son las siguientes:

- **Ley 27291 – Manifestación de Voluntad (Vigente desde el 24 de junio del 2020)**

Esta ley indica que se concederá el uso del *ecommerce* para conocer la voluntad en acuerdos usando la firma digital en el Perú. En otras palabras, permitirá que se tengan acuerdos con los clientes a través de canales virtuales sin la necesidad de firmar un acuerdo físico.

- **Ley 29733 – Ley Protección de Datos Personales y su reglamento (Vigente desde el 02 de julio del 2011)**

Normativa que debe acatar la compañía que recibe, compila, utiliza, requiere, guarda o proporciona información sobre un usuario. Entre los principales, se encuentran los siguientes:

- Implementar políticas de privacidad y confidencialidad de datos personales
- Contener políticas de exigencia de derechos en ARCO (Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición) de información propia a los clientes de las páginas webs
- Normas de seguridad a ejecutar para los fines de tratamiento de información personal

- **Ley 29571 - Código de protección y defensa del consumidor (Vigente desde el 2 de setiembre del 2010)**

Comprende las responsabilidades y requerimientos legales que debe acatar el provisor en la relación de consumo referente a los bienes y/o servicios que dispone y distribuye a los clientes finales. (Berrocal, 2020)

En conclusión, al tener conocimientos de las leyes que afectan al negocio disminuye la probabilidad de multas por incumplimiento.

1.1.6 Entorno Tecnológico

Actualmente, el Perú registra un constante aumento de hogares que tienen disponibilidad a la web, a través de una computadora o dispositivo móvil. Esto es muy importante para la empresa debido a que solo a esas personas llegarán al producto final. A continuación, en la figura 5 se muestra el porcentaje de la cantidad de hogares en el Perú que tienen acceso a servicios y recursos Tecnológicos de Información y Comunicaciones (TIC).

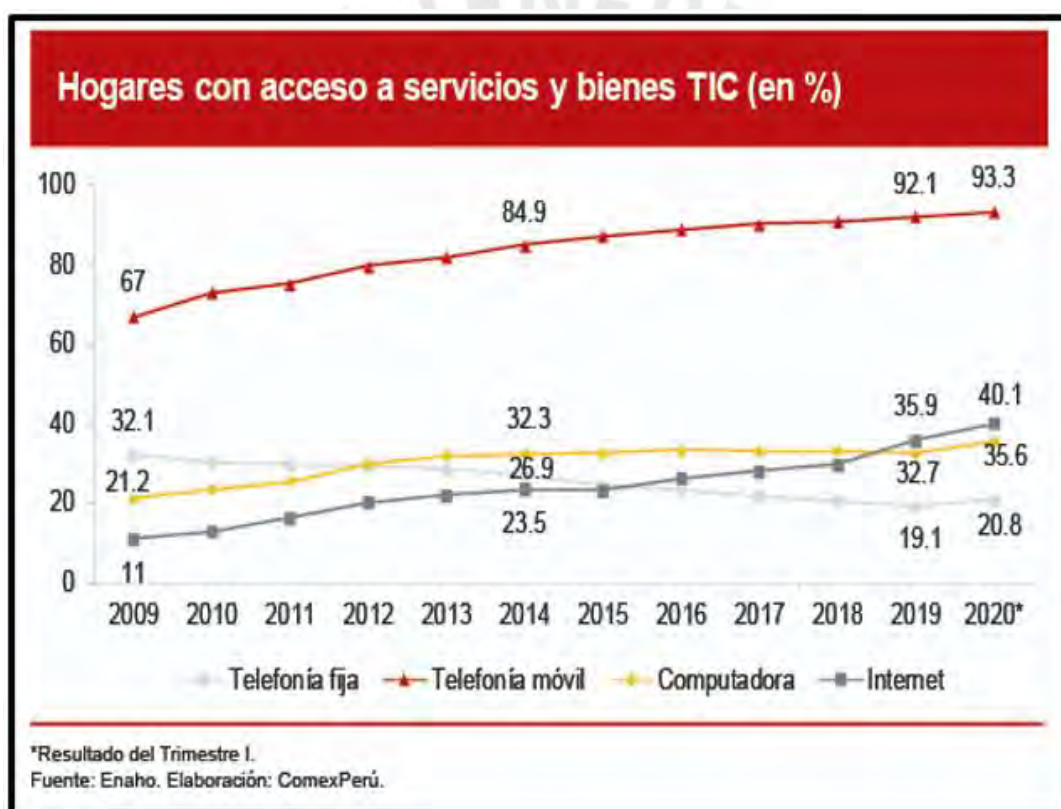


Figura 5 Porcentaje hogares con acceso a servicios y bienes TIC periodo 2009 – 2020
Fuente: Comex Perú (2020)

De la figura 5 mostrada se puede concluir que los hogares con acceso a los servicios y bienes TIC (en porcentaje) se vienen incrementando para los diferentes tipos de servicios, tales como: Telefonía Fija, Móvil, Computadora e Internet. Por otro lado, en la figura 6 se muestra con mayor detalle los hogares con computadora y acceso a internet versus la cantidad de

familias para el periodo 2020. Como se puede observar, hogares con cuatro miembros a más, el 54,3% y 56,4% presentan Internet y Computadora respectivamente. Mientras que hogares con un solo miembro, presentan el 6,1% y 4,9% de Internet y Computadora respectivamente.

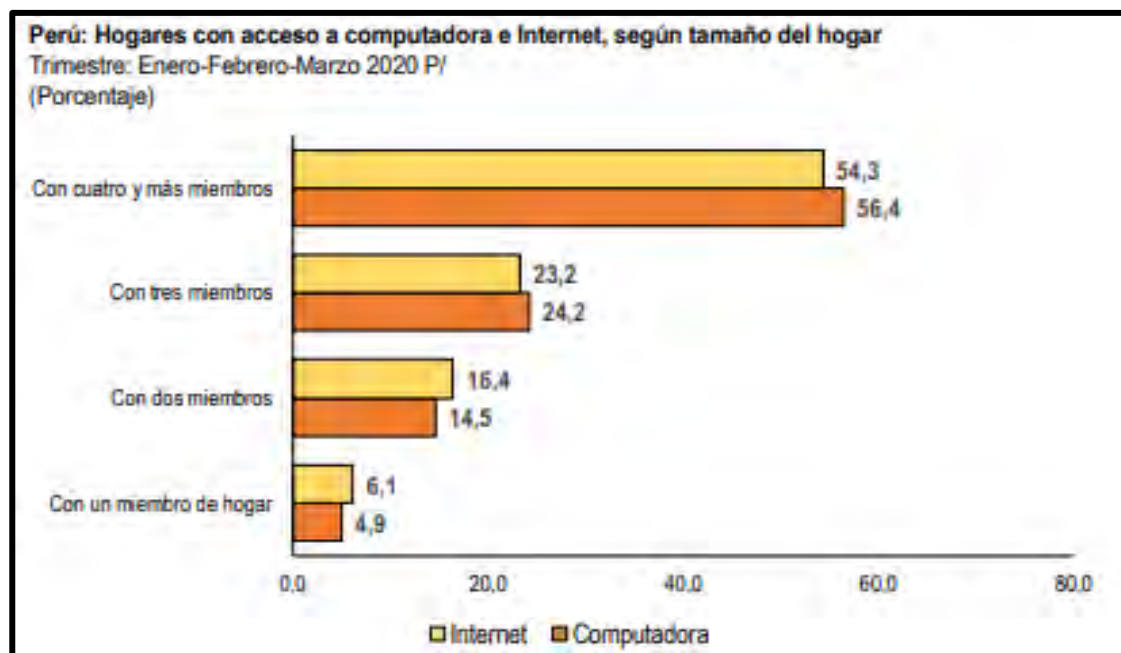


Figura 6 Hogares con acceso a computadora e internet, según tamaño del hogar

Fuente: INEI (2020)

En el sector del *e-commerce* se obtuvo mayores avances tecnológicos durante el transcurso del tiempo. A continuación, se muestra las tecnologías necesarias para el comercio electrónico. (América Retail, 2020)

- **Red 5G**

La mayoría de las empresas de telecomunicaciones pronostican la puesta en marcha y las ventajas con las que dispondrá dicha red. Dicha red informática 5G se encontrará diseñada con mayor rapidez que, traerá consigo un progreso en la navegación por la web, como resultado de ello, permitirá la ejecución de actividades en línea con mayor protección. Por esa razón, el comercio electrónico comprenderá un gran beneficio hacia la población de Lima Metropolitana.

- **Inteligencia Artificial**

Uno de los mayores privilegios del *e-commerce* será brindar la oportunidad de adjuntar información de los usuarios. Con ello, se estudiará el comportamiento de los clientes y de ello, se desarrollarán las estrategias de venta y pronósticos en base al estilo de vida de los clientes.

- **Comercio Social**

Los medios sociales han logrado ser una parte importante en las actividades diarias de los usuarios. Además, su configuración ha permitido su desarrollo en el *e-commerce*. Por lo que se espera que las compras lleven a los usuarios a compartir e intercambiar opiniones sobre determinados productos con su ambiente social más cercano.

- **Identificaciones digitales**

Es indispensable, tanto para los clientes como para las empresas disponer de un buen medio de protección. De esa manera, no solo se logrará un avance en las notificaciones de prevención utilizables para los clientes del *ecommerce*, sino que agilizarán con la reducción en las actividades de autenticidad.

Por otro lado, las compañías que se ubican dentro del entorno digital otorgan cierta relevancia a sus estadísticas, por lo que su propósito primordial será protegerlos. Así pues, este suceso trae como resultado un término conocido como ciberseguridad, lo que permitirá a las organizaciones a invertir en estrategias seguras para la protección de los datos confidenciales de los clientes.

- **Logística favorable al medio ambiente**

Se debe prevenir la contaminación y a su vez, aplicar controles operaciones para reducir el impacto ambiental. Por ello, se empleará materiales biodegradables para el embalaje de los bienes. Por lo que el *e-commerce* deberá perfeccionar para ajustarse a las nuevas exigencias referente a la protección del ecosistema. Del mismo modo, se estará

efectuando tanto con los propósitos de responsabilidad social, como de construir una marca para un buen prestigio.

Por otro lado, se mostrará el avance tecnológico que existe en el Perú en la industria textil. (Textiles Panamericanos, 2020)

- ✓ La excelente calidad de sus materiales.
- ✓ La creatividad de los confeccionistas que han desarrollado tanto en procesos como diseños artísticos.
- ✓ La actividad exportadora ha progresado, habiendo llegado a obtener cifras que superaron los 2,100 millones de dólares.

Asimismo, existen centros técnicos y universitarios que se dedican especialmente a capacitar y a enseñar técnicas necesarias para la industria textil. En el Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI) se dicta las carreras técnicas correspondiente a analista de calidad textil, la cual se obtienen las competencias necesarias para el control de calidad antes, durante y después del proceso de confección. Del mismo modo, se dicta la carrera técnica de químico en procesos textiles, el cual se especializa en los procesos involucrados en la lavandería industrial y estampado, que en los últimos años han tenido un desarrollo considerable debido a la innovación en el diseño, moda y manufactura flexible. Por otro lado, en el Perú ya existe una carrera especializada en el sector textil que se llama Ingeniería Textil y se dicta tanto en universidades públicas como privadas.

En síntesis, conocer el factor tecnológico apoya en la incrementación del rendimiento de las ventas en las tiendas *online*, a través de la automatización y optimización de las actividades personalizadas usando nuevas tecnologías.

1.2 Análisis Microentorno

Para el presente análisis, se describirán las cinco Fuerzas competitivas de Michael Porter (1979) que se plantearán como estrategias para la empresa de pijamas femeninas, entre

las más importantes: Rivalidad de Competidores, Poder Negociación de los Provisores, Poder de Negociación de Consumidores, Amenaza de Mercados Sustitutos y Amenaza de Mercados de la Competencia.

1.2.1 Rivalidad entre los Competidores

El rubro de vestuarios comprende uno de los mercados que genera mayor ganancia (Emprendedores TV, 2020). En la cual se recomienda como un buen proyecto el negocio de la comercialización de pijamas, esto debido a que son vestimentas necesarias para actividades de descanso y usos para el hogar, lo que resulta una necesidad diaria de los clientes. En el mercado peruano, se ubican grandes compañías enfocadas al rubro de la confección de pijamas, tanto de algodón como de franela, entre estas compañías se encuentran: *Pijama Club*, *Luxa Cotton* y *Pijamas Ángeles*. Además, del año 2019 al año 2020 se obtuvo un incremento del 52% en el interés al comprar de pijamas por internet lo cual favorece en considerar que en el nicho del mercado existe la diferenciación de pijamas, en calidad, tipo de material y precios. (Bitness, 2020)

Las leyes para crear un negocio *online* de ventas de pijamas comprenden en lo siguiente:

- Cumplimiento con la LSSI (Ley 34/2002 de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico)
- Ley de Ordenación del Comercio Minorista:
 - ❖ **Tiempo de entrega:** Si en el ciberespacio no se señala el plazo de envío del bien, la entrega se debe realizar dentro de un plazo máximo de 30 días.
 - ❖ **Derecho de renuncia:** El consumidor tendrá la decisión de renunciar al contrato durante un lapso de 14 días naturales sin señalar los motivos. Asimismo, se anularán sus derechos las condiciones que impongan al cliente una sanción por este hecho.

- ❖ **Pago con tarjeta:** Si el valor de un bien se hubiera descargado de forma engañosa usando el número de una tarjeta débito, el propietario tendrá el derecho de exigir la derogación del cargo.
- **Sustituciones:** De no encontrarse utilizable el producto o servicio acordado, en el momento que el adquirente del bien terminado hubiera sido comunicado sobre dicho evento, el responsable de la web deberá abastecer sin incremento del valor del bien o servicio de cualidades equivalentes.
- Defensa de los Consumidores:
 - ❖ Señalar específicamente el precio final del bien o servicio antes de que culmine la transacción y deberá ser aprobado por el consumidor.
 - ❖ El plazo de retorno tendrá un tiempo máximo de 14 días.
 - ❖ Disponer al usuario un formulario a fin de cancelar de manera confortable el pedido
 - ❖ El propietario de la tienda *online* será el encargado de los daños que sufra los bienes en el momento de su distribución hasta la entrega final al cliente.
- Información para abastecer
 - ❖ Su nombre, domicilio, dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que requiera determinar con él una comunicación directa y efectiva.
 - ❖ Inscripción en el Registro Mercantil o de aquella otra entidad pública.
 - ❖ En el caso de sus funciones se encontrarían firmes a un régimen de permiso administrativo preexistente, la información relativa a dicha autorización.
 - ❖ Si desarrolla una profesión regulada deberá señalar, entre otros: Colegio profesional, información del título académico y normas profesionales.
 - ❖ El número de reconocimiento fiscal que le corresponda.

- ❖ Si se hace referencia a precios, se brindará información precisa sobre el precio del bien o servicio, señalando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los costes de envío.
- ❖ Las normas de conducta a los que, se encuentre adherido y la forma de informarse electrónicamente.

Luego de mostrar las leyes necesarias para un negocio *online* se puede concluir que es fácil de gestionar, lo que se debe tener en cuenta es que se necesita conocimientos de la industria de la confección y de capital para invertir en el marketing digital para llevarlo a cabo. Debido a lo explicado anteriormente, se infiere que la rivalidad entre la competencia es alta y para que las organizaciones tengan éxito en la venta de pijamas deben ser altamente competitivas en el mercado.

1.2.2 Poder Negociación de los Provisores

En el Perú se registran un sinnúmero de fabricantes y abastecedores de telas de algodón, según la página del directorio de fábricas se obtiene una lista de 8 fabricantes de telas cuyas plantas industriales se encuentran en el Perú. Además, en la página de Gamarra (Gran centro comercial e Industrial del rubro textil, ubicado geográficamente en el distrito de La Victoria en Lima capital de Perú) se obtienen una lista de 5 contactos de proveedores distintos a los del directorio de fábrica. Asimismo, se encontraron 8 proveedores de tela de franela en la página de Gamarra. A continuación, se mostrará el nombre de los proveedores y algunas características:

- **Texflor:** Vende tela de algodón en el distrito de La Victoria.
- **Fosso & Company:** Vende tela de algodón en el distrito de La Victoria.
- **Cottage:** Vende tela de algodón en el distrito de La Victoria.
- **Fibra Ierisa S.A.:** Vende tela de franela en el distrito de La Victoria.
- **Bio Tex:** Vende tela de franela en el distrito de La Victoria.

- **Litex Perú:** Vende tela de franela en el distrito de La Victoria.
- **Textil Leonard:** Vende tela de franela en el distrito de La Victoria.
- **Picotex:** Vende tela de franela en el distrito de La Victoria.
- **Reltex textil S.A.C.:** vende tela de franela en el distrito de La Victoria.
- **Grupo textil Diaz:** Vende tela de franela y algodón en el distrito de La Victoria.
- **Textil San Ramon:** Vende tela de franela y algodón en el Cercado de Lima.
- **Textilandia:** Vende tela franela y algodón en el distrito de La Victoria.
- **Precotex Industrial:** Vende tela de franela y algodón en el distrito de Ate.
- **Tejidos San Jacinto S.A.:** Vende tela de franela y algodón en Santa Anita.

Al tener la opción de contar con varios proveedores de materia prima se puede obtener una mejora en la gestión de riesgos y mayor competitividad. Debido a la cantidad de proveedores que se tienen acceso a una negociación por sus materiales se infiere que el poder negociación de los proveedores es medio, debido a que se podrá negociar los precios de los insumos directos y posibilidad de ser abastecido por varios de los proveedores. Sin embargo, se debe tener en cuenta que cambiar de proveedor constantemente puede afectar la calidad de las prendas, por eso es recomendable no cambiarlos con mucha frecuencia.

1.2.3 Poder de Negociación de Consumidores

Dentro del rubro textil, existen tiendas bien posicionadas como *Clower underwear* la cual cuenta con compradores exclusivos debido al diseño de sus bienes. Por otro lado, los compradores de *ecommerce* de consumo de moda creció del año 2019 al 2020 un 4,5%. Se caracterizan por ser compradores que tienen una fidelidad por esos productos, debido a que comprar por internet no es tan confiable como por una tienda física. En la figura 7 se registra el incremento del consumo *online* por categoría del 2019 al 2020 referente a los electrodomésticos, tiendas por departamento, moda, comida rápida y restaurantes.



Figura 7 Crecimiento del Consumo Online por Categoría (2019 – 2020)

Fuente: Gerencia Business Intelligence de Niubiz (2020)

Se puede concluir que el poder negociación de los consumidores es alta ya que los compradores tomarán sus decisiones por la cantidad de tiendas que tomen en cuenta aspectos significativos como el precio, servicio, calidad y diseños.

1.2.4 Amenaza de Productos Sustitutos

Los bienes reemplazables de los pijamas femeninas serán los siguientes: Lencerías, camisones para dormir y batas de mujer, a continuación, se mostrarán algunas de sus características:

- **Lencería**

- ❖ **Material:** El algodón será el material ideal para el diseño de las ropas de mujer, el cual tendrá una fibra natural transpirable, que facilita la evaporación de la humedad. Esto se debe principalmente a la fibra, el cual comprenderá una mayor capacidad de absorción. Asimismo, evitará posibles infecciones e irritaciones manteniendo la zona íntima saludable, además es hipoalergénico, el cual será un material necesario en los vestuarios para aquellas mujeres que sufren infecciones vaginales. La ventaja de este

material será una mayor frescura y ventilación y a su vez, prevenir de heridas y laceraciones.

- ❖ **Tipo y tamaño:** Existen varios tipos de lencería como los de tipo “*body*”, el cual es prenda pegada al cuerpo que produce comodidad.
- **Camisones para dormir**
- ❖ **Material:** El algodón es el mejor material para un camisón es útil tanto en invierno como en verano. Absorbe la humedad, permite que la piel respire y el tejido es muy suave.
- ❖ **Tipo y tamaño:** Los camisones se venden tanto de manga corta como de manga larga y de largo hasta debajo de la rodilla.
- **Batas de mujer**
- ❖ **Material:** La bata de baño puede estar hecha de algodón, microfibra, lana o seda. El algodón es el material más recomendado, pues aporta suavidad, alta capacidad de absorción y calidez. Ayuda a retirar la humedad de la piel y proteger del frío al salir de la regadera; además mantiene la temperatura corporal durante el tiempo de actividad de la persona.
- ❖ **Tipo y tamaño:** Existen diferentes tipos de bata como kimono, de waffle (utilizadas en los SPA), con solapa y sin solapa, largas y cortas.
- ❖ **Gramaje:** Se refiere al peso de la bata; es decir, a la cantidad de hilo de algodón por metro cuadrado. A mayor gramaje, mayor calidad.
- ❖ **Diseño:** El diseño dependerá de las preferencias, existen batas de baño blancas que inspiran pureza, tranquilidad y limpieza o de colores llamativos, las cuales generan un *match* perfecto con el verano y la primavera.

Los sustitutos mencionados son fáciles de conseguir, por lo general se encuentran en tiendas de pijamas. Asimismo, se puede conseguir estos productos por internet como en las

páginas de *Clóver* o *Leonisa*. Para concluir, la amenaza de bienes sustituibles resultará alta debido a la rapidez con la cual se pueden acceder a diferentes tiendas *online* que venden productos similares. Además de la oferta de polos y buzos por la coyuntura actual del país.

1.2.5 Amenaza de Ingreso de Nuevos Competidores

Para considerar la instalación de una tienda *online* se necesitará seguir los siguientes pasos: (Emprenderalia Magazine, 2021)

- 1) Escoger el nombre y el dominio de la tienda online.
- 2) Selección de una buena empresa de *hosting*, el cual será un servicio de hospedaje para páginas web. Asimismo, el *hosting web* albergará los espacios web y correos electrónicos con la finalidad de que puedan ser visitados por los usuarios conectándose a través de diferentes dispositivos accesibles al internet. (Web Empresa, 2021)
- 3) Escoger una triangulación de envíos de garantías.
- 4) Uso de un buen sistema de gestión de contenidos para *e-commerce*.
- 5) Personalización de productos.
- 6) Agregación de todos los métodos de pago disponibles.
- 7) Creación de un blog que acompañe a la tienda.
- 8) Regula tu situación legal.
- 9) Creación de planes de publicidad *online*.
- 10) Desempeña el marketing *online*.

Los pasos anteriores mencionados consisten en la creación una tienda *online*, el cual será factible. Es por ello, que la amenaza en la entrada de mercados competidores resultará alta, por esa razón se tendrá que innovar constantemente en productos como en servicios.

1.3 Planeamiento Estratégico

Se detallará la visión y misión del negocio de pijamas femeninas. Asimismo, se describirá el FODA, las estrategias genéricas y por último las metas organizacionales.

1.3.1 Visión

En 5 años, ser una compañía líder en el Perú reconocida por la confección de pijamas de mujer de diseños innovadores implementando el comercio electrónico.

1.3.2 Misión

Diseñar y confeccionar pijamas de mujer de buena calidad, de acuerdo con las necesidades del cliente. Implementando la capacitación y el desarrollo de competencias constantes a nuestros colaboradores. Además, el ofrecimiento de una excelente experiencia con el uso del comercio electrónico.

1.3.3 Análisis FODA

Se definirá las estrategias internas de la organización, como las fortalezas y debilidades de la empresa, y externas, como las amenazas y oportunidades.

- **Matriz de Factores Externos:**

Se procederá a identificar las amenazas y oportunidades que influyen en el crecimiento y expansión de la fábrica. Como se observa en la tabla 1 se detallarán aquellos elementos involucrados en el exterior de la organización.

Tabla 1 Oportunidades y Amenazas del Proyecto

Oportunidades		Amenazas	
1	Gran demanda de pijamas por internet	1	Existencia de alta competencia en el mercado
2	Variedad de proveedores de materiales	2	Productos sustitutos
3	El uso de los empaques ecológicos como publicidad	3	Inestabilidad política
4	Acceso directo a los datos de los clientes vía internet	4	El impacto en las ventas por el regreso al trabajo presencial

En base a lo planteado, se justificará la designación de las oportunidades y amenazas.

- O1: A comparación con el año pasado, hubo muchos cambios en las ventas. Según la página de Bitness, del 2019 al 2020 se obtuvo un incremento de 52% en el interés de

comprar pijamas por internet. Es por ello, que se apuesta por la venta de pijamas en una tienda *online*.

- O2: En el mercado del Perú comprende diversos tipos de abastecedores y distribuidores de telas. El subsector de producción de telas de algodón es un 60% en el Perú. Por esa razón se tiene un alto nivel de negociación con los proveedores para escoger la mejor calidad, menor tiempo de entrega y los mejores precios.
- O3: El 20 de diciembre del 2018 se promulgó la normativa que regulariza el uso de plástico, además se dio a conocer que el plástico es un contaminante que afecta especialmente a los mares. Por este motivo el interés por los empaques ecológicos ha aumentado y se usa como medio de publicidad para dar a conocer a los clientes que es una empresa ecoamigable con el medio ambiente.
- O4: Al comprar en una página web, se pide registrar un usuario con su correo electrónico y sus datos personales. Por esta razón, se tiene acceso a los datos de los potenciales clientes para poder enviarles ofertas especiales por su fidelidad con la marca.
- A1: Existen tiendas como *In Bloom* o *Clover* que confeccionan y comercializan pijamas por internet las cuales ya tienen muchos años en el rubro y tienen clientes potenciales. Además, en el 2020 de acuerdo con el diario Gestión, el nuevo contexto de los confeccionistas es usar los mismos insumos de antes como cuando producían vestidos para ahora confeccionar prendas más casuales, como polos y pijamas.
- A2: Los productos sustitutos de los pijamas son especialmente las alternativas que se usan como reemplazo de la ropa de dormir, como camisones y mamelucos, los cuales no se confeccionarán en la empresa.
- A3: La inestabilidad política en el Perú comienza desde que el 11 de abril del 2021 se lleva a cabo la segunda vuelta electoral en la cual gana Pedro Castillo del partido Perú

Libre el cual asumió la presidencia del Perú el 28 de julio de 2021 en el Congreso de la República. Según el diario *BBC News* en el 2021, anuncia que el actual presidente tiene un partido de izquierda marxista. De manera similar, la actual presidenta del Perú tiene un perfil diferente a los presidentes anteriores ha causado una antipatía con el estado peruano, el cual ha sido rechazada por la población peruana.

- A4: A partir del 1 de abril el diario “El Peruano” declara que los trabajadores podrán retornar a su trabajo presencial si poseen las 3 dosis de la vacuna contra el covid-19, es por ello que al volver a realizar actividades presenciales la Cámara de Comercio de Lima detectó que las categorías preferidas en las ventas son las de Tecnología y Electrodomésticos (17,5%), en hogar (14,3%), moda (12,7%), viajes, (12,5%), deportes (10,3%), entretenimiento (10,1%), belleza y salud (8,1%), entre otras más. Por lo que deja de lado todo lo que es ropa de dormir, buzos, poleras, entre otros.

Se diseñará un esquema de enfrentamiento en el Anexo A y de ello, se hallará los valores ponderados requeridos para la realización de la tabla de evaluación factores externos. Por último, se desarrollará la matriz de evaluación de factores externos que se encuentra en el Anexo B tomando en consideración la calificación correspondiente.

En la matriz EFE se calculará los puntajes ponderados de factores externos, donde los valores inferiores a 2,5 determinan a una compañía débil externamente. La puntuación que se halló en la matriz es de 2,64 y como resulta mayor a 2,5 se infiere que la organización responde apropiadamente frente a las amenazas y oportunidades.

- **Matriz de Evaluación de Factores Internos**

Se procederá a reconocer las debilidades y fortalezas que influyen durante el crecimiento y expansión dentro de la organización. En la tabla 2 se muestran las más relevantes.

Tabla 2 Debilidades y Fortalezas del Proyecto

Fortalezas		Debilidades	
1	Tecnología avanzada en el proceso de confección	1	Empresa nueva en el mercado
2	Personal especializado en la industria textil	2	Empresa dedicada exclusivamente a la venta de pijamas de mujer
3	Alta calidad del producto	3	Falta de servicio técnico
4	Alta disponibilidad de venta		

Se justificará la elección de las debilidades y fortalezas en los siguientes puntos:

F1: Al usar tecnología en el proceso de confección garantiza la productividad y la calidad de la ropa, esto tiene como resultado que la confección pueda competir en un mercado cada vez más exigente y feroz. Entre la tecnología a usar, se apuesta por una máquina extendidora de tela la cual eliminará fallas humanas aumentando la calidad de los procesos de corte y de costura. Este aumento en la calidad del extendido se ve reflejado en la productividad de la empresa, además de agilidad en el flujo de trabajo y reducción de los costos. Asimismo, se estará desarrollando las características de otras máquinas que estarán presentes en el proceso de confección en la sección 3.4.2 Máquinas y Equipos.

F2: Los operarios serán especialistas en telas y en costuras, cuando se trabaja con especialistas no se tiene mucha pérdida en mermas de tela, se trabaja mejor la tela, las prendas tienen mejores acabados y las máquinas duran mucho más tiempo. Por esos motivos, se tendría mayor opción para competir por la calidad del producto en el mercado.

F3: Se venden un modelo de pijama con diferentes tipos de tela de algodón para verano e invierno, se escogió tela de algodón pima 50/1 para los pijamas de verano y tela de franela 20/1 para los pijamas de invierno. La tela de algodón es cómoda, hipoalergénica y transpirable, esto se explicará con mayor detalle en la sección 2.1.3 de descripción de producto.

F4: Como el producto es comercializado por *ecommerce* estará abierto todos los días y a cualquier parte del Perú, porque no tiene restricciones como una tienda *offline*.

D1: Al ser una empresa nueva en el mercado, se vuelve difícil obtener clientes que se identifiquen con la marca y como consecuencia, implicará mayores gastos en publicidad.

D2: No se optará por diversificar los productos y solo se mantendrá en vender pijamas de mujer. La razón es que primero se quiere introducir al mercado de pijamas de mujer orientado a un conjunto de dos piezas para luego abarcar nuevos mercados como los camisones y mamelucos.

D3: Al solo ofrecer los productos por una tienda electrónica, se podría reducir las ventas si los servidores fallan. Además, afectaría directamente a la reputación de la empresa.

Se desarrollará la matriz de enfrentamiento en el Anexo C y de ahí se calcularán los valores ponderados requeridos para la realización de la matriz de evaluación de factores internos. Por último, se construirá el cuadro de valoración factores internos, el cual se detallará en el Anexo D tomando en cuenta la puntuación correspondiente.

En la tabla de análisis elementos internos se calculará los valores ponderados de componentes internos, los cuales una puntuación menor a 2,5 significará que la empresa será débil internamente. Como resultado de lo explicado, se alcanzó un puntaje de 2,95 por lo que se infiere que el proyecto responde positivamente ante las fortalezas y debilidades.

- **Matriz Interna – Externa (I – E)**

Los valores alcanzados en la evaluación externa e interna serán 2,64 y 2,95 respectivamente, estos indicadores estarán representados en la Matriz I - E, la cual se ubica en la figura 8. La intersección de ambas puntuaciones se encontrará en el cuadrante V, por ese motivo se sugerirá la realización de estrategias sobre el crecimiento del producto, así como diversificar los productos para entrar a nuevos mercados. Asimismo, implicará el aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades, por el cual la empresa presentará una tendencia a crecer rápidamente en el mercado.

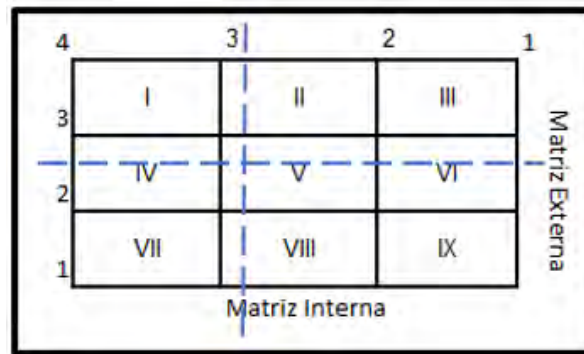


Figura 8 Matriz Interna - Externa

Fuente: Wordpress (2015)

- **Matriz FODA**

Para la tabla 3 se mostrará el FODA, en la cual se exhiben los planes para el crecimiento de la organización basándose en los componentes externos e internos propuestos. En primer lugar, se determinarán las estrategias FO, el cual provienen de las Fortalezas y Oportunidades y como principales estrategias se encontrarán la realización de campañas de promoción y publicidad, así como el incremento de los canales en línea. En segundo lugar, las estrategias DO se enfocarán en el desarrollo de las Debilidades y Oportunidades, entre las más relevantes será el incremento del potencial del mercado a través de la segmentación hacia la búsqueda de grupos femeninos y mayores inversiones en marketing digital. En tercer lugar, las estrategias FA estarán relacionadas con las Fortalezas y Amenazas de la empresa, el cual se aplicarán una diversificación del producto y capacitaciones del personal. Finalmente, las estrategias DA comprenderán las Debilidades y Amenazas de la organización, dentro de los cuales se encuentran los pactos estratégicos realizados con las entidades de aprovisionamiento, así como el mantenimiento del stock de seguridad.

Tabla 3 Matriz FODA

Matriz FODA	Fortalezas	Debilidades
	F1: Tecnología avanzada en el proceso de confección	D1: Empresa nueva en el mercado
	F2: Personal especializado en la industria textil	D2: Empresa dedicada exclusivamente a la venta de pijamas de mujer
	F3: Alta calidad del producto	D3: Falta de servicio técnico
	F4: Alta disponibilidad de venta	
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
O1: Gran demanda de pijamas por internet	<p>O2F2: Como se trabajará con personal especializado, este tendrá una variedad de telas para escoger, teniendo en cuenta la calidad como precio.</p> <p>O3F4: Realizar campañas de publicidad para dar a conocer nuestros precios bajos y los empaques ecológicos que se usaran para la entrega.</p> <p>O4F1: Al obtener la información de los usuarios se puede enviar correos para dar a conocer la avanzada tecnología que se usa al momento de confeccionar.</p>	<p>O1D1: La demanda por internet ha aumentado y es por lo que con una buena estrategia de marketing la empresa se hará conocida.</p> <p>O1D2: Al ser una tienda exclusiva de pijamas de mujer se podrá hacer una estrategia enfocada en su uso y en los beneficios para el segmento femenino.</p> <p>O4D3: A pesar de tener una interrupción en los servicios de internet, con datos sólidos de los clientes se podrá obtener una buena comunicación.</p>
O2: Variedad de proveedores de materiales		
O3: El uso de los empaques ecológicos como publicidad		
O4: Tener acceso directo a la información de los consumidores vía internet		
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
A1: Presencia de alta competencia en el mercado	<p>A1F2: La competencia en el mercado se acortará teniendo en cuenta la disponibilidad de especialistas</p> <p>A2F3: Los productos sustitutos se pueden evitar debido a que se venderá diversos productos de diferentes telas teniendo en cuenta la necesidad del cliente.</p> <p>A4F3: Al vender un producto de calidad las personas tienden a fidelizarse con la marca más que con el producto, la empresa se adaptará al cambio y deberá vender productos que se adapten a la necesidad del cliente.</p>	<p>A1D3D1: Formar alianzas estratégicas para vender productos en una tienda existente de alta participación en el mercado</p> <p>A3D1: Para afrontar una inestabilidad política cuando una empresa es nueva en el mercado se deberá poseer un stock equilibrado para cubrir las ventas si es que hay un escasez de materia prima. Por otro lado, es fundamental no despedir personal si ocurre una crisis, al contrario, se debe optimizar el tiempo y buscar otras opciones para generar ventas.</p>
A2: Productos sustitutos		
A3: Inestabilidad política		
A4: El impacto en las ventas por el regreso al trabajo presencial		

1.3.4 Estrategia genérica

En relación con el estudio de macro y microentorno, el plan estratégico que se utilizará de acuerdo con las investigaciones de Michael Porter será de una segmentación orientada a la diferenciación. Al tener competencia en el mercado se va a tener que realizar estrategias de publicidad y de promociones para obtener clientes. Además, se busca que el consumidor asocie una necesidad al comprar una pijama femenina. Asimismo, se enfocará a la exclusividad, calidad y comodidad del productivo, la empresa buscará que los clientes reciban una experiencia agradable al momento de comprar. Esto se logrará gracias al personal de la tienda *online*; quién tendrá conocimientos de moda y estilo, además de brindar un buen trato.

1.3.5 Objetivos Organizacionales

Los propósitos principales del proyecto estarán clasificados en las siguientes categorías:

a) Objetivos Estratégicos

- Diversificación de los productos prendas de dormir para mujer en los próximos 5 años.
- Establecer alianzas estratégicas para la venta de productos en tiendas con alta participación en el mercado.
- Posicionarse en la mente de los compradores como una tienda *online*, la cual comercializa productos de calidad y tiene precios bajos en un plazo de 6 meses.
- Definir las entidades de aprovisionamiento que respaldarán y mantendrán las alianzas con la empresa de pijamas femeninas.

b) Objetivos Financieros

- El porcentaje de mercado que la empresa va a capturar a partir del primer año será de 6,61% de la demanda insatisfecha.
- Tener un crecimiento anual en ventas del 10%, a partir del año 1.
- Poseer una tasa interna de retorno equivalente al 20% anual.
- Recuperar la inversión en un plazo no mayor a 5 años.

CAPÍTULO 2. Estudio de Mercado

Para el siguiente estudio, se describirá el mercado, el consumidor y el producto de la empresa. Luego se ello, se hallará la proyección de la demanda y oferta para luego elaborar la demanda proyectada. Finalmente, se explicarán los planes de comercialización, para los canales de entrega, promociones, publicidades y precios.

2.1 Aspectos Generales

Se describirán las características relacionadas al Mercado Objetivo, El Consumidor y El Producto con respecto al proyecto de pijamas femeninas en el Perú.

2.1.1 Mercado

Para conocer el mercado al cual se va a dirigir el producto será necesario aplicar una segmentación del mercado que consiste en dividir un mercado en segmentos más pequeños, los cuales se presentarán a continuación.

a) Segmentación Geográfica

El marketing digital llegaría a cualquier parte del Perú a través de las redes sociales y páginas de internet. Pero para un mediano plazo, la venta de pijamas *online* solo se tomará en cuenta la cobertura actual que tienen las empresas *Rappi* y *Olva Courier* que son aproximadamente 1 832 distritos en todo el país. Según la proyección estimada de INEI Arequipa tienen alrededor de 1 millón 497 mil habitantes y Lima tiene alrededor de 10 millones 628 mil habitantes en el 2020. Se ha considerado estos dos departamentos ya que tienen un mercado amplio, en el cual se asume una mayor cantidad de consumidores potenciales, comparado a los demás departamentos.

b) Segmentación Demográfica

En Arequipa, la proporción incremental en promedio anual de los hogares que tienen tendencia a poseer internet es de un 20,8% y en Lima es de un 15,1%. Por otro lado, la tasa de crecimiento en promedio anual de hogares que tienen tendencia a un teléfono

celular es de 9,7% en Arequipa y un 6,4% en Lima. En el último censo del 2017 a nivel nacional, en Arequipa el 32,9% de hogares tienen internet y el 91,3% tienen algún miembro de la familia que tiene celular, mientras en Lima es un 49,8% y 92,8% respectivamente.

c) Segmentación Psicográfica

De acuerdo con la teoría de Rolando Arellano acerca de los 6 estilos de vida (2019), se ha determinado que los consumidores son personas con un estilo de vida moderno. A esta población se les denomina moderna porque les interesan los productos que ofrezcan reducir el tiempo y esfuerzo en las labores del hogar y que eviten hacerlas sentir solamente “amas de casa”. Por lo que se muestra un interés en el comercio electrónico debido a que pueden adquirir los productos con mayor rapidez y sin colas.

2.1.2 Consumidor

Para el presente análisis, se mostrará información detallada relacionada con las diversos rasgos de los compradores para obtener el perfil del cliente.

- **Perfil consumidor**

El consumidor peruano en pijamas para mujer no necesita tener una localización exacta debido a que se implementara por el comercio electrónico. Pero, según información de Rappi y de Olva Courier los cuales brindan servicios de envío, muestran en común oficinas en todo Lima y Arequipa. Es por esa razón que el consumidor debe pertenecer en esos dos departamentos. Asimismo, debe pertenecer a la generación Y más conocida como *Millenials*. En este caso sería mujer nacido entre 1981 a 1995 los cuales presentan las siguientes características según la página de *Instoreview*:

- ✓ Compra indistintamente en canal moderno y *online*.
- ✓ El 75% de ellos no duda en utilizar el *e-commerce* si lo que busca no está en tiendas físicas.

- ✓ Usan el pago móvil o el autoservicio.

Para conocer a más detalle el perfil del cliente, se desarrolló una encuesta basado en la muestra de los siguientes datos: Nivel de confianza con 1,96, probabilidad de éxito de 0,9, probabilidad de fracaso de 0,1 y precisión de 0,05, debido a estos datos se realizó la encuesta a 139 personas. Los resultados completos se muestran en el Anexo E: Resultados encuestados, y de ello se anunciarán las respuestas obtenidas:

Por un lado, dado a las preguntas 7 y 10 que se muestran en el Anexo E, se tiene como resultado, respectivamente, que el 88,5% de consumidores si compraría un pijama por internet y el 95,7% usan un pijama de dos piezas.

Por otro lado, con respecto a las preguntas sobre los hábitos del consumidor que son las preguntas 11 y 12, se obtuvo respectivamente que el 49,7% compra dos o tres veces al año un pijama para mujer en su hogar en el año, que el 59,6% le gustaría obtener información por *Instagram* de los pijamas.

2.1.3 Producto

El bien para elaborar en el presente estudio será pijama para mujer de dos piezas para invierno y verano con diferentes modelos y materiales para cada estación. Por un lado, para el verano se tiene un pijama de dos piezas que consta de un short y un polo de manga corta de algodón. Los beneficios de usar ropa de algodón según la página *Digital Blak* son los siguientes:

- **Control de humedad**

La tela de algodón es transpirable, aleja la humedad del cuerpo, es absorbente, y remueve los líquidos de la piel como una toalla.

- **Aislante**

La ropa de algodón protege contra el calor del verano y el frío del invierno. Su aislamiento térmico atrapa el aire entre las fibras de la tela, las cuales mantienen alejada

a la tela de la piel, lo que permite que todavía más aire quede atrapado entre la tela y la piel. Todo esto también contribuye a la comodidad.

- **Hipoalergénica**

La tela de algodón rara vez causa una reacción alérgica en las personas; de hecho, se recomienda para aquellas con algún tipo de alergia en la piel. Debido a que el algodón es hipoalergénico y no irrita la piel, este se usa en productos médicos como vendas y gasas, y en ropa para bebé.

- **A prueba de agua**

Las telas de algodón pueden ser convertidas en prendas resistentes al agua. Aunque sean tratadas para ser densas y resistir todo tipo de clima, este tipo de ropa mantiene su comodidad

- **Comodidad**

La ropa de algodón es suave y se puede estirar fácilmente, lo que hace que sea cómoda al usar. Por esta razón se utilizará como ropa interior.

- **Durabilidad**

El algodón tiene una gran fuerza de tensión, lo que la hace fuerte, durable y poco propensa a romperse fácilmente. La ropa elaborada con este material es 30 por ciento más fuerte cuando está mojada; además, de que puede aguantar muchas lavadas con agua caliente.

Por otro lado, para el invierno se tiene una pijama de dos piezas que consta de un pantalón y un polo de manga larga ambos de franela. El beneficio de usar ropa de franela según la página Medalla y Gacela es el siguiente:

- ✓ **Tela acogedora**

Este tejido es reconocido por su destacada suavidad ya que tiene la capacidad de abrigar de forma efectiva, lo que la hace acogedora ante los cambios climáticos. Esto debido a


la mezcla con algodón, además de suavidad ofrece una temperatura cálida sin tornarse incómoda.

✓ **Protección extra**

Su suavidad y resistencia también han sido aprovechadas en otro tipo de prendas e incluso en forros interiores. Dependiendo del tratamiento que se aplique a la tela franela, esta puede tener características térmicas particulares.

Se podrá visualizar su ficha técnica de los pijamas para mujer tanto para invierno como para verano. En primer lugar, la tabla 4 se expone la ficha técnica de pijama de mujer durante la temporada de verano, de acuerdo con la descripción y características del producto, el tipo de tela será de algodón prima, los materiales indirectos de fabricación estarán comprendidos por los hilos y tallas bordadas. Por otro lado, los detalles de valor agregado del producto será el bordado blanco alrededor del polo y el elástico colocado en el pantalón. Las tallas disponibles serán para niños, jóvenes y adultos catalogados con las medidas S, M y L respectivamente.

Tabla 4 Ficha Técnica de Pijama de Verano para Mujer

Pijama de Verano para mujer (tela de algodón)	
	
Tipo de tela:	- Algodón Pima
Color disponible:	- Distintos Colores
Otros insumos:	- Hilos - Talla bordada
Detalles:	- Bordado blanco alrededor del polo -Elastico en el pantalón
Tallas disponibles:	S - M - L

En segundo lugar, en la tabla 5 se aprecia la ficha técnica de pijama de mujer durante la temporada de invierno, de acuerdo con su descripción y características del producto, el tipo

de tela será de franela de algodón, los materiales indirectos de fabricación estarán comprendidos por hilos blancos. Por otro lado, los detalles de valor agregado del producto será el elástico colocado en el pantalón. Las tallas disponibles serán para niños, jóvenes y adultos catalogados con las medidas S, M y L respectivamente.

Tabla 5 Ficha Técnica de Pijama de Invierno para Mujer

Pijama de Invierno para mujer (tela de franela)	
	
Tipo de tela:	- Franela Pima
Color disponible:	- Distintos Colores
Otros insumos:	- Hilos - Talla bordada
Detalles:	- Bordado blanco alrededor del polo -Elastico en el pantalón
Tallas disponibles:	S - M - L

2.2 Análisis de la demanda

Como el año 2020 ha sido un año atípico por la coyuntura actual, la demanda proyectada tendrá como base el 2018. En el 2019, según el consumo en vestimenta que realizaban las familias peruanas, la mayor proporción lo predestinan a la ropa femenina; asimismo, este tipo de vestuarios comprenden el 45% de sus gastos, lo que sobrepasa a los que establecen ropa infantil el cual abarca el 26%. En el caso de las prendas masculinas, el 22%; y prendas para bebés, alrededor del 7% (Kantar Worldpanel, 2019). Además, se sabe que aproximadamente el 93% de las familias que adquieren indumentaria para mujer gastan en promedio S/459 al año. Se debe tener en cuenta que el 13% vendría a ser ropa interior y pijama, los otros pesos de las categorías se detallarán en la figura 9.



Figura 9 Peso de Principales tipos de prendas de mujer en Gasto de Hogares 2019
Fuente: Kantar Worldpanel (2019)

Por otro lado, la venta de ropa mujer sigue un crecimiento por temporadas, este aumenta en mayo por el día de la madre y en diciembre por fiestas navideñas. Como se demuestra en la figura 10, la proporción de penetración en los meses de Mayo y Diciembre será de 48% y 66% respectivamente. Asimismo, la frecuencia de compra estimada será de 2,1 y 2,7 respectivamente para dichos meses.

Compra de hogares de ropa de mujer en meses de mayo y diciembre

	Mayo	Diciembre
Penetración %	48%	66%
Ticket de compra	S/ 54	S/ 75
Unidades por ocasión	1.5	1.9
Frecuencia de compra (n° de veces)	2.1	2.7

Figura 10 Adquisición en los hogares de ropa de mujer en meses de mayo y diciembre
Fuente: Kantar Worldpanel (2019)

2.2.1 Demanda Histórica

El consumo de pijamas de mujer será cantidad necesaria que el mercado solicitará para lograr la satisfacción de los consumidores peruanos. Para la obtención de su demanda, se empleará información de la población en el Perú y el número de la frecuencia de consumo por año de la comunidad objetiva, el cual se encuentra en la encuesta que está en el Anexo E. En la figura 11 se sustenta el flujo que se empleará para la obtención de la demanda histórica.

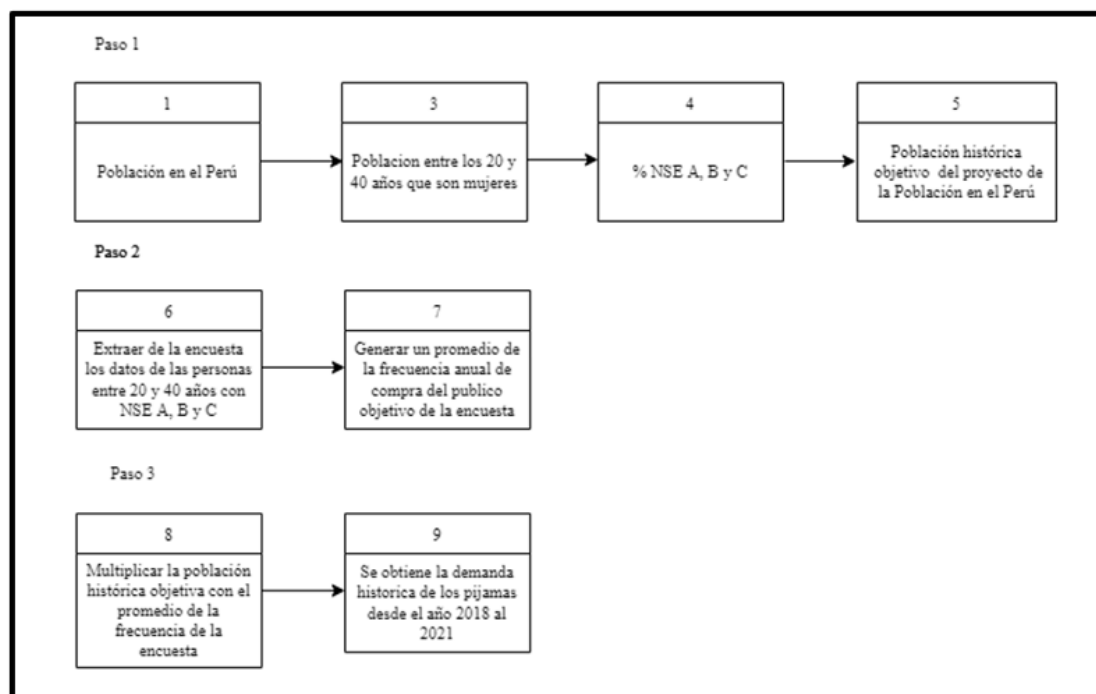


Figura 11 Flujo Sistemático para la obtención de la demanda pijamas de mujer en el Perú

Los pasos por seguir para hallar la demanda histórica se encuentran en el Anexo F: “Cálculos para hallar la demanda del público objetivo de pijamas de mujer desde el año 2018 al 2021”. En resumen, la tabla 6 muestra la demanda histórica desde el periodo 2018 al 2021.

Tabla 6 Demanda Histórica de Pijamas de Mujer (unidades)

Año	Demanda histórica de pijamas de mujer
2018	3 668 558
2019	3 890 452
2020	4 081 637
2021	3 921 469

Fuente: APEIM y Datos Macro (2022)

2.2.2 Demanda proyectada

En este punto, se usarán los datos obtenidos de la tabla 7: “Demanda histórica en unidades de pijamas de mujer” para luego realizar la proyección de la demanda y ajustar su comportamiento en diversos escenarios a largo plazo. Se comparará los diversos tipos de regresiones y se escogerá el de mayor coeficiente de correlación. Los cálculos se muestran en el Anexo G: “Cálculos para hallar la proyección de la demanda en unidades de la población objetiva de pijamas de mujer desde el año 2022 al 2026” y los resultados se muestran a

continuación, en el cual se está mostrando que el horizonte del proyecto es de 5 años desde el 2022 al 2026.

Tabla 7 Proyección Demanda de Pijamas Mujer

Año	Demanda proyectada de pijamas de mujer
2022	4 175 428
2023	4 270 420
2024	4 365 412
2025	4 460 404
2026	4 555 396

Fuente: APEIM y Datos Macro (2022)

2.3 Análisis de la oferta

Para el presente análisis, se evaluará la competencia de los mercados ofertantes en productos similares y/o sustitutos; asimismo se determinará la oferta histórica de la producción total de unidades de pijamas en el Perú. Finalmente, se calculará la oferta proyectada de pijamas femeninas para el periodo 2023 – 2027.

2.3.1 Análisis de la competencia

La producción de pijamas en el Perú durante el periodo 2020 ha disminuido en 35,9% a comparación con el año 2019, esto se debe a que el volumen de las compras extranjeras se incrementó en un 54,3% (La República, 2022). Comparando las distintas categorías textiles, la producción de ropa de baño bajó en un 64,7% y el que menos ha disminuido es la categoría de mameluco y ropa de bebe que solo se redujo en un 11,1%. Como se observa en la figura 12, se muestra la variación de confecciones por producto durante el periodo de enero hasta diciembre del año 2020.

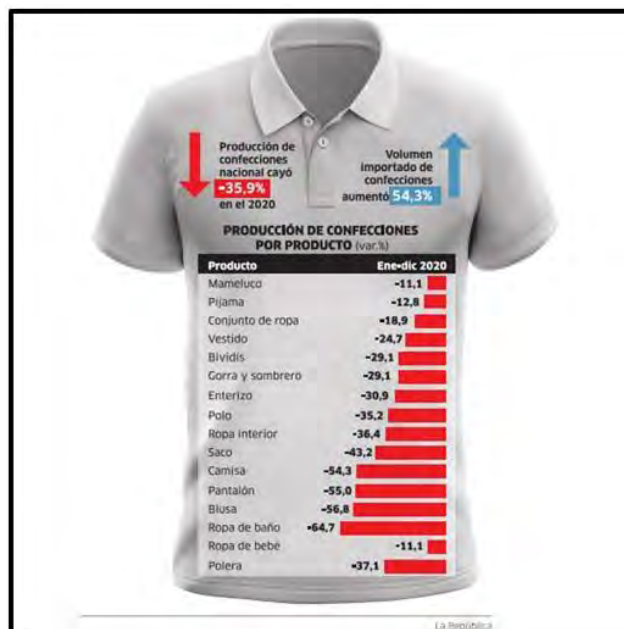


Figura 12 Producción de Confecciones por Producto
Fuente: La República (2022)

2.3.2 Oferta Histórica

- **Fabricación local**

La producción anual de pijamas en el Perú en el 2018 fue de 616 585 unidades y en el 2019 es de 683 773 unidades (INEI, 2022). La cantidad de producción nacional de pijamas de mujer del 2020 y 2021, la cual fueron 595 925 unidades y 1 086 608 unidades respectivamente (IEES, 2022). Los datos anteriores son en total de pijamas, se debe tener en cuenta que las mujeres son las que compran más que equivale a un 60% del total de ventas (Nairé Vegas Sotlines, 2022). Por ello, se va a indicar que en la fabricación total de pijamas un 60% es pijamas de mujer. Para el Anexo H se mostrarán los procedimientos resumidos en la tabla 8.

Tabla 8 Cantidades Históricas de Pijamas de Mujer Fabricados en el Perú (unidades)

Año	Fabricación local de pijamas de mujer
2018	369 951
2019	410 263
2020	357 555
2021	651 964

Fuente: IEES, SNI y Linio (2022)

- **Importación**

Se obtiene información sobre la importación de pijamas y camisones de mujer y niñas en miles de dólares del 2018 al 2021 y se aproximó que el 100% de esa importación son pijamas (Trade Map, 2022). Para saber exactamente cuál es el porcentaje de pijamas de mujer, del total del gasto en vestimentas familiar, el 45% se concentra en prendas para mujer y solo el 26% se concentra en prendas para niños (Kantar Worldpanel, 2022) por lo que se ha aproximado que del total de pijamas de mujer y niña el 63% es de mujer. Además, para el cambio en unidades se usa el precio CIF 4,082 US\$/unidades (Veritrade, 2019), el cual se está asumiendo constante en todos los años. El Anexo I expondrá los procedimientos realizados y en la tabla 9 se detallará la cantidad de unidades de pijamas mujer importadas al Perú.

Tabla 9 Cantidad de Pijamas de Mujer Importadas al Perú (2018 – 2021)

Año	Importación de pijamas de mujer en el Perú
2018	416 788
2019	466 343
2020	372 670
2021	575 860

Fuente: Trade Map, KWP y Veritrade (2022)

- **Exportación**

Se obtiene información sobre la exportación de pijamas y camisones de mujer y niñas en miles de dólares del 2018 al 2021 y se aproximó que el 30% de esa importación son pijamas (Trade Map, 2022). Del total del gasto en vestimentas familiar, el 45% se concentra en prendas para mujer y solo el 26% se concentra en prenda para niños es por lo que se ha próximo que del total de pijamas de mujer y niña el 63% es de mujer (KWP, 2022). Además, en el 2019 el precio FOB es de 10,84 US\$/unidades (Veritrade, 2022), el cual se está asumiendo constante en todos los años. Con respecto a los cálculos, el

Anexo J se especificará el desarrollo y la obtención de los valores mencionados, mientras que en la tabla 10 se evidenciará la cantidad de unidades de pijamas femeninas exportadas en el Perú.

Tabla 10 Cantidad de Pijamas de Mujer Exportadas al Perú (2018 – 2021)

Año	Exportación de pijamas de mujer en el Perú
2018	426 314
2019	325 764
2020	393 379
2021	555 075

Fuente: Trade Map, KWP y Veritrade (2022)

De los datos anteriores, en la tabla 11 se muestra la oferta histórica de pijamas femeninas, el cual se obtendrá mediante el resultado de la adición de la Producción Local e Importación y se restará con el total de las Exportaciones.

Tabla 11 Oferta Histórica de Pijamas de Mujer

Oferta histórica de pijamas de mujer en el Perú				
Año	Producción Local	Importación	Exportación	Oferta histórica
2018	369 951	416 788	426 314	360 425
2019	410 264	466 343	325 764	550 843
2020	357 555	372	393 379	336 846
2021	651 965	575	555 075	672

Fuente: IEES, SNI, Linio, Trade Map, KWP y Veritrade (2022)

2.3.2 Oferta proyectada

Para hallar producción proyectada se empleará la información de la tabla 12:” Oferta histórica en unidades de pijamas mujer” para luego proyectar y ajustar su comportamiento en el largo plazo. De ahí se analizará con los diferentes regresiones y se seleccionará aquella regresión de mayor nivel de confiabilidad. Los procedimientos se especificarán en el Anexo K y los resultados se exponen en la tabla 12, en el cual se mostrará para el periodo 2023 – 2027.

Tabla 12 Proyección de la Oferta de Pijamas Mujer

Año	Oferta proyectada de pijamas de mujer
2023	64 617
2024	721 915
2025	794 213
2026	866 511
2027	938 809

2.4 Demanda del proyecto

En este punto, se determinará el consumo insatisfecho y la demanda del proyecto en pijamas femeninas; en primer lugar, se calculará la demanda descontenta como resultado de la resta entre la demanda y oferta proyectada. Finalmente, se obtendrá la demanda total de pijamas femeninas para el horizonte de 5 años como resultado de la demanda insatisfecha con la proporción de participación del negocio en el Perú.

2.4.1 Demanda Insatisfecha

Una vez calculada la proyección de la oferta y demanda, con los métodos antes mencionados, se calculará el consumo insatisfecho con la resta de dichas proyecciones. Obteniendo, como resultado, los valores indicados en la tabla 13 que registran la cantidad de unidades que el consumidor desea adquirir y que no es cubierto, en proyección a 5 años.

Tabla 13 Demanda Insatisfecha (2023 – 2027)

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
2022	4 175 428	649 617	3 525 811
2023	4 270 420	721 915	3 548 505
2024	4 365 412	794 213	3 571 199
2025	4 460 404	866 511	3 593 893
2026	4 555 396	938 809	3 616 587

2.4.2 Demanda para el Proyecto

Comprenderá un estimado realista a partir de la demanda insatisfecha. Para su cálculo se considerará el resultado de la interrogante 7 planteada en las encuestas, el cual se mostrará en el Anexo E en la figura E6: “¿Comprarías un pijama por internet?”, como consecuencia de

ello, se identificó que el 88,5% sí estaría dispuesto a comprar una pijama por internet y es por lo que ese sería el dato usado como fuente primaria. Por otro lado, para definir el porcentaje de participación en el mercado, se analizará su participación actual frente a las marcas. Se va a asumir un escenario moderado en el cual la proporción de la demanda del proyecto crecerá un 0,5 % por año hasta que en el tercer año alcance un 7%.

Finalmente, se hallará la demanda de pijamas femeninas a partir de la proporción obtenida de la encuesta con respecto a las personas que sí comprarían una pijama de mujer por internet y el porcentaje de participación de la demanda del producto. La tabla 14, resumirá demanda total del proyecto para el periodo de 5 años. (2023 – 2027)

Tabla 14 Demanda del Proyecto (2023 – 2027)

Periodo	Demanda insatisfecha (unidades)	% Encuestas	% Demanda del proyecto	Demanda del Proyecto (unidades)
2022	3 525 811,00	88,50%	5,00%	156 017,00
2023	3 548 505,00	88,50%	5,50%	172 723,00
2024	3 571 199,00	88,50%	6,00%	189 631,00
2025	3 593 893,00	88,50%	6,50%	206 739,00
2026	3 616 587,00	88,50%	7,00%	224 048,00

2.5 Estrategias de Comercialización

Se determinarán los principales políticas de marketing implementadas en el proyecto de pijamas femeninas, esto mediante la aplicación de las 4P's de mercadotecnia mix (Precio, Producto, Plaza y Promoción / Publicidad).

2.5.1 Canales de distribución

La venta mediante el comercio electrónico ha aumentado debido a los nuevos hábitos de compra. A finales del 2020, las compras por internet podrían crecer hasta un 50% (Javier Álvarez, 2020).

Esto también se puede comprobar mediante la encuesta propuesta para esta investigación en donde la pregunta 7 indica que el 88,5% de los encuestados compraría un

pijama por internet. Por ello, la venta de pijamas de mujer solo se venderá por el comercio electrónico y se hará llegar su producto mediante la empresa *Rappi* y *Olva Counter*. A continuación, se indican algunos beneficios de la venta mediante el comercio electrónico (Sana ecommerce, 2022).

- **Alcance**

Al tener un negocio *online* es que no tiene límite de clientes debido a que por internet se puede vender al mundo entero. Por lo contrario, con una tienda física sólo se podrá vender a aquellas personas que pasen por el establecimiento.

- **Costos más reducidos**

No cabe duda de que los costos de una tienda *online* son mucho más económicos que una tienda física. Principalmente, porque no se cuenta con un pago del local físico.

- **No existencia de horarios**

En una tienda *online* no se tiene ni horario ni festivos. El negocio estará activo las 24 horas del día y los 365 días del año, por lo tanto, se tiene más oportunidad para vender y atraer nuevos clientes.

Por otro lado, se explicará sobre la comunicación que se tendrá con el cliente. Esta comunicación será realizada mediante página web con una comunicación automatizada; sin embargo, se tendrá la opción de comunicarse vía *WhatsApp* con un vendedor de la compañía.

2.5.2 Promoción y publicidad

Se realizarán promociones para que se logre captar la atención de los clientes, en este caso la promoción principal que se va a efectuar en el proyecto es el regalo de un producto relacionado a las pijamas como *colets* o vinchas las cuales se van a obsequiar dos veces por año en julio y diciembre. A continuación, se mostrarán otras promociones que se tomarán en cuenta para el negocio:

- **Ventas rápidas**

Productos limitados: “Para compras mayores a 100 soles los gastos de envío son gratis”.

Para el proyecto se va a realizar solo en cambio de temporada o cuando se tenga mucho sobre stock debido a que se adapta más a nuestro presupuesto. Con esta promoción se va a incentivar la urgencia y activar la compra. Esta promoción se realizará una vez en marzo y solo aplicará para las entregas en Lima.

- **Sorteos**

En este caso, solo participaran en el sorteo los que realicen una compra por más de S/120 y se sorteará un pijama de la temporada para incentivar las ventas. Esta promoción se realizará una vez en el mes de octubre.

A continuación, en la tabla 15 se mostrará como plan estratégico un cronograma de promociones en cada uno de los meses correspondientes del año:

Tabla 15 Cronograma Anual de Promociones

Mes	Marzo	Julio	Octubre	Diciembre
Promoción	Ventas Rápidas	Regalo de producto relacionado	Sorteo	Regalo de producto relacionado

- **Publicidad**

Según los resultados de las encuestas propuestas hacia la población, se obtuvo que el 59,6% prefiere conocer el producto mediante *Instagram*, el 23% por *Facebook* y por último un 13% en página web. Por lo que se realizará las siguientes estrategias de publicidad:

Se buscará difundir las razones por la que se usará la pijama como las siguientes: (Clover, 2022)

- ✓ Colocarse el pijama es una de las más importantes ayudas mentales para predisponer a dormir, es aquella señal definitiva enviada al cerebro de que es el momento de la

desconexión. Ponerse el pijama es un pequeño ritual que expresa respeto por un descanso en condiciones e interés en el aspecto personal.

- ✓ Una persona que duerme con pijama amanece lista para tener un excelente desayuno. Una persona que duerme con pijama puede levantarse en mitad de una noche helada y estar perfectamente abrigada (nada de ir en busca de una cobija extra, aturdida de frío).
- ✓ El pijama es sinónimo de descanso. Se terminó de dormir sin las prendas ideales y perfectas para tener buenas noches.
- ✓ ¿Sabías que los pijamas reflejan la personalidad de la persona que las utiliza? Pues esta prenda debe ser igual de personalizada y seleccionada con el cuidado que se emplea con la ropa para salir, porque los pijamas son un momento de conexión con la misma persona, de descanso y de armonía absoluta y son cómplices de los espacios para recuperar energía.

Esto se realizará para que el cliente conozca que existe una necesidad para comprar un pijama de mujer, lo cual se mostrará permanentemente en la página web y en destacados en la página de *Instagram*. Por otro lado, en las publicaciones tanto en *Instagram* como en *Facebook* se buscará publicar contenido de calidad, variación de publicaciones como videos o carrusel de fotos con *hashtags* para poseer mayor visualización de usuarios, crear conversaciones en la descripción de las fotos para fomentar que los seguidores comenten y hacer historias que puedan permitir a los seguidores que interactúen con los miembros de la empresa. Esto se realizará de 3 a 4 veces por semana variando las publicaciones para obtener visibilidad en las redes sociales.

2.5.3 Estrategia de Precios

Se estudiarán los precios que ofrecen las marcas de la competencia. En el Anexo L se muestra precios actualizados, la descripción del pijama que venden, la composición del pijama, la descripción de la página web, la variedad de prendas que ofrecen, los modelos de su marca,

el número de seguidores por *Instagram* y *Facebook*, el número de sus publicaciones de Instagram y algunos detalles extra de algunas tiendas conocidas en internet. Para mayor detalle de los pijamas, en el anexo M se adjunta las fotos de los pijamas. Al ser una marca nueva y no disponer con seguidores, se ingresará al mercado al precio de S/77,50 incluyendo el monto del Impuesto General a las Ventas (IGV) considerando que se tiene precios nulos como la tienda física y los gastos que conllevan. El principal motivo de que se entrara al mercado al precio mencionado es debido a que es 30% menos que el precio acorde con la competencia actual, el cual se muestra en el anexo mencionado. Además, abarcará un precio económicamente factible en comparación con los mercados competidores con la finalidad de que el cliente pruebe el producto, en la tabla 16 se muestran los precios del pijama desde el año 2023 al 2027.

Tabla 16 Precios de Venta del Pijama (2023 – 2027)

Año	Precio del pijama (S/)
2023	77,50
2024	77,50
2025	77,50
2026	77,50
2027	77,50

CAPÍTULO 3. Estudio Técnico

El presente estudio se enfocará en determinar la localización de la empresa en los aspectos macro y micro, el tamaño de esta, la descripción del proceso productivo, los elementos relevantes para la ejecución de las actividades durante horizonte de tiempo y su distribución de planta.

3.1 Localización de la Planta

Estará dividido en los aspectos de macrolocalización y microlocalización, que serán importantes para el planteamiento de los criterios necesarios en la elección del espacio ideal de la planta que presente las mejores condiciones para el desarrollo del proyecto. En primer lugar, el análisis de macro localización determinará en qué zona de Lima (Norte, Sur, Centro, Este o Callao) se establecerá la planta.

3.1.1 Macrolocalización

El espacio físico de trabajo productivo y administrativo estará situado en Lima ya que el público objetivo se encuentra ahí, lo cual facilitará el traslado del producto a los diferentes puntos de distribución. Se dividió el departamento de Lima en las siguientes zonas: Lima Norte, Lima Sur, Lima Centro, Lima Este y Callao.

a) Análisis de factores relevantes:

- Costo y disponibilidad de terrenos (A):

Este factor buscará que el costo de inversión en el terreno o local sea el más accesible, pero que a su vez cumpla con los requisitos para poder instalar la planta. En el Anexo N: Precios de terrenos y locales industriales en Lima se observa que, entre los terrenos y locales industriales disponibles, los costos más bajos se encuentran en Gambetta y Ventanilla que pertenecen al sector del Callao, seguidos de Huachipa, Cajamarquilla, que pertenecen a Lima Este; Villa El Salvador, Lurín y Chilca, pertenecientes a Lima

Sur. Se tiene los precios del 2018 de *Colliers International*, a comparación con el 2021 los precios de los locales o terrenos ha disminuido.

- Cercanía de las fuentes de abastecimiento (B):

Este factor evalúa el impacto económico del costo de transporte desde la fuente de abastecimiento, lo cual exige un mejor manejo de la cadena de suministros. En el Anexo O indica una lista de los posibles proveedores y donde estarían ubicados. De la lista presentada 13 de 15 proveedores se encuentran en Lima Centro y 2 de 15 proveedores se encuentran en Lima Este. Por ello se considera Lima Centro la zona con mayor cercanía a los proveedores.

- Cercanía del mercado (C):

Este factor evalúa el impacto económico del costo de transporte hacia los diferentes puntos de distribución; sin embargo, al contar con una distribución de la misma fábrica al cliente mediante el comercio electrónico no es muy relevante la cercanía hacia algún distrito. Sin embargo, se necesita que sea céntrico para que pueda llegar a todos los distritos de Lima. En ese sentido, con respecto a la cercanía, Lima Centro es catalogada como la más ideal y óptima.

- Seguridad (D):

Este factor es importante debido a que la localización de la fábrica debe de ser en un lugar que no existan riesgos de pérdidas de bienes ni tampoco de los materiales directos e insumos, así como velar por la seguridad de los colaboradores de la planta. Para ello, el informe del Diario Gestión declara que en entre los distritos donde se cometen mayor cantidad de delitos dentro de la misma área de residencia se encuentran: San Juan de Lurigancho (Lima Este), Callao, Comas (Lima Norte) y La Victoria (Lima Centro).

b) Aplicación de herramientas

Las herramientas para determinar la macro localización será el ranking de factores. Según lo explicado, la tabla 17 presentará la matriz de enfrentamiento que, evaluará de un puntaje de 0 y 1, donde aquel factor con mayor nivel de importancia, se asignará el valor de 1.

Tabla 17 Distribución de Pesos por Factores – Macro Localización

	A	B	C	D
A		0	0	0
B	1		0	0
C	1	1		0
D	1	1	1	
Suma	3	2	1	0
%	40	30	20	10

Luego de hallar los valores ponderados de los factores correspondientes a la matriz de enfrentamiento, se procederá a identificar el lugar óptimo del proyecto mediante la evaluación de su Ranking de Factores. Según la tabla 18, se evaluarán los factores por cada zona de Lima Metropolitana asignando un valor de 0 a 5.

Tabla 18 Evaluación de Zonas de Lima por Ranking Factores – Macro Localización

Elementos	Peso	Lima Norte	Lima Sur	Lima Este	Lima Centro	Callao
Coste y disponibilidad de terrenos	40%	2	4	4	2	5
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	30%	0	0	3	5	0
Cercanía del mercado	20%	3	3	3	5	3
Seguridad	10%	1	4	1	1	1
Total		1,5	2,6	3,2	3,4	2,7

Dado los resultados, se concluye que el local ideal para la planta industrial será Lima Centro debido a que registra el mayor puntaje con un valor equivalente a 3,40.

3.1.2 Microlocalización

Se tomará como referencia el análisis obtenido del estudio de la macrolocalización, el cual será la zona Lima Centro. Por ese motivo, se evaluará cuál será el lugar en el que se deberá operar la fábrica. Según el diario Gestión Lima Centro tiene solo una zona industrial que es el Cercado de Lima. Cercado de Lima tiene las siguientes avenidas industriales: avenida Arenales, avenida Alfonso Ugarte, avenida Garcilaso de la Vega, avenida Argentina, avenida Emancipación, avenida Ancash y Zorritos.

a) Análisis de factores relevantes:

- Costo y disponibilidad del local (A):

En todas las avenidas hay locales disponibles y de diversos precios. Los precios del alquiler o compra de un local varía dependiendo del tamaño, los acabados y sus instalaciones. En la página Urbania, existen distintos filtros para encontrar un local en el Cercado de Lima que son los siguientes:

- ✓ Superficie: local techado o sin techar
- ✓ Numero de baños
- ✓ Antigüedad: desde hace 50 años hasta de estreno
- ✓ Mantenimiento
- ✓ Tipo de servicios

- Cercanía a las fuentes de abastecimiento (B):

Este factor es determinante y se calcularán las distancias desde los diferentes distritos hacia los proveedores. Las distancias se presentan en el Anexo P: “Distancias entre proveedores de telas hacia las principales avenidas industriales de Cercado de Lima en km”, en el cual se muestra que la avenida más lejana hacia los proveedores será la

avenida Argentina y la avenida de mayor cercanía hacia los proveedores será la avenida Ancash.

- Vías de acceso (C):

Será necesario que existan óptimas vías de entrada y salida a la planta, pues estas mejoran la relación con proveedores y clientes, lo cual optimiza la cadena de suministros. En este caso todas las avenidas de cercado de Lima son céntricas y de fácil acceso.

b) Aplicación de herramientas

Al igual que para la macrolocalización la herramienta a utilizar para determinar la macro localización será el ranking de factores. De ello, en la tabla 19 se presentará la matriz de enfrentamiento que, evaluará el nivel de importancia entre cada uno de los factores, donde la asignación del puntaje 2 es de mayor relevancia, caso contrario se asignará puntaje 0.

Tabla 19 Asignación de Peso por Factor - Microlocalización

	A	B	C
A		2	0
B	0		0
C	1	1	
	1	2	0
%	30%	60%	10%

Luego de obtener los valores ponderados de los elementos de la matriz de enfrentamiento, se procederá a identificar el lugar óptimo de la industria mediante la evaluación del Ranking de Factores. Según la tabla 20, se evaluarán los factores por cada distrito candidato en la microlocalización en Lima Metropolitana, de acuerdo con el análisis correspondiente, se analizarán 7 posibles distritos para su implementación y ejecución de las actividades del proyecto.

Tabla 20 Análisis de Distritos por Ranking Factores – Microlocalización

Elementos	Ponderación	Avenida Arenales	Avenida Alfonso Ugarte	Avenida Garcilaso de la Vega	Avenida Argentina	Avenida Emancipación	Avenida Ancash	Avenida Zorritos
Costo y disponibilidad de terrenos	30%	2	2	2	2	2	2	2
Cercanía de las fuentes de abastecimiento	60%	4	3	4	3	4	5	4
Cercanía del mercado	10%	1	1	1	1	1	1	1
<i>Puntaje Total</i>		<i>3,1</i>	<i>2,5</i>	<i>3,1</i>	<i>2,5</i>	<i>3,1</i>	<i>3,7</i>	<i>3,1</i>

Al emplear la técnica de ranking factores, se obtiene como solución que el proyecto se ubicará en la avenida Ancash, la cual se encuentra más cerca de las fuentes de abastecimiento. Asimismo, registrará el mayor puntaje con un equivalente a 3,7.

3.2 Tamaño de planta

Se identificarán aquellos elementos que estipulan el tamaño de planta y se tendrán presentes al momento de precisar su capacidad productiva; luego de ello, se establecerá su capacidad de producción de la fábrica para cubrir la demanda de pijamas establecida anteriormente.

3.2.1 Factores restrictivos del tamaño

El tamaño de planta se verá afectado por seis factores, de los cuales serán los siguientes:

- Demanda del proyecto:** Será el elemento más importante para determinar el tamaño de la fábrica, ya que se obtendrá el número a producir y, de ello, se investigarán las tecnologías que tengan una capacidad que puedan satisfacer el mercado. De acuerdo con la tabla 21, la demanda resultará creciente durante el periodo de vida útil del proyecto; por esa razón, analizará si su selección satisficará la cantidad demandada por exceso o defecto.

Tabla 21 Demanda de Pijamas Femeninas

Año	Demanda Total
2023	156 017
2024	172 723
2025	189 631
2026	206 739
2027	224 048

b) **Suministro de materiales directos:** El insumos del proyecto será la tela de algodón, por lo cual es esencial asegurar su continuo abastecimiento para garantizar la producción de los pijamas de mujer. Según el manual de conservación preventiva de textiles recomienda lo siguiente:

- No usar un almacén subterráneo porque en esos lugares la temperatura y la humedad alcanzan niveles extremos.
- No utilizar luz natural debido a que podría dañar las telas, solo luz de intensidad de 50 lux y una emisión ultravioleta no superior a 75 uw/lm.
- Mantener la zona de depósito lo más limpio posible debido a que el polvo es dañino para las telas. Para ello, es recomendable cubrir las telas con papel.
- Es importante realizar cada tres meses inspecciones sistemáticas de los objetivos para detectar señales de infestación de insectos.

Por ello, se concluye que el abastecimiento de las telas no será un componente que influya en la dimensión de planta, pero si se tiene que condicionar el lugar en donde se va a almacenar las telas.

c) **Tecnologías y equipos:** La tecnología es un factor muy importante que limita a la determinación del tamaño. Para realizar el proceso productivo de la confección de pijamas de mujer, existe la tecnología suficiente para satisfacer toda la demanda del presente estudio. Las máquinas requeridas son comunes y son ofrecidas por diversos proveedores en el mercado. Por ello, no existen limitaciones en la disponibilidad de

tecnologías para poder satisfacer la demanda del proyecto. La etapa más importante del proceso productivo es la costura, en el cual se usan máquinas para cocer que no ocupan demasiado espacio. Por otro lado, en la etapa de tendido se usa una mesa de 7 metros, el cual podría influir en el tamaño de la planta. Más adelante, se realizará un análisis más detallado con respecto a estas tecnologías.

- d) **Financiamiento:** Es fundamental para determinar la capacidad de la planta a través de la inversión en tecnologías. Sin embargo, para el proceso de confección de pijamas de mujer solo se utilizarán máquinas para cocer las cuales no resultan costosas.
- e) **Organización y recursos humanos:** Para realizar la confección de pijamas de mujer se requiere de personal especializado, ya que el producto a vender se va a diferenciar por su calidad. Asimismo, debido a que la planta será ubicada en Lima, no habrá inconvenientes con respecto a la disponibilidad de mano de obra. Por ello, el factor de recursos humanos no restringe la elección de la tecnología y, por lo tanto, tampoco el tamaño de planta.
- f) **Localización y las limitaciones que impone:** Con respecto a la localización, se ha determinado que la mejor ubicación para realizar el proceso productivo del proyecto es el distrito de Cercado de Lima en la avenida Ancash. Asimismo, se ha investigado que existe la disponibilidad de terrenos con espacio suficiente para poder desarrollar el proyecto. El espacio determinado para la planta se detalla en un acápite posterior. Por ello, se considera que la localización no es un factor limitante para determinar la dimensión de la planta.

En conclusión, los componentes relevantes para la elección del tamaño de planta serán los siguientes: Tecnologías, Equipos a utilizar y Financiamiento.

3.2.2 Criterios a utilizar en la definición de tamaño

Para el proceso productivo de pijamas de mujer se describirán las alternativas tecnológicas por operación en el Anexo Q donde se detallarán las tecnologías disponibles para cada etapa del proceso. Como se menciona en dicho anexo, la mayoría de las operaciones presentan la opción de realizarse de forma automatizada o manual. Sin embargo, luego del análisis de las tecnologías disponibles, se optó por elegir máquinas automatizadas para el proceso, las cuales son el tendido, lavado, secado y planchado, para las áreas de corte, confección y etiquetado se usarán máquinas manuales. De esta manera, se garantiza una mayor eficiencia productiva y la obtención de productos estandarizados. Los demás procesos se realizarán de forma manual, como consecuencia de poseer un impacto insignificante en el proceso productivo, además el beneficio no justifica su costo. Para el proceso de tendido, en la tabla 22 se mostrarán las siguientes alternativas de tendedoras industriales.

Tabla 22 Tipos Tendedores Industriales

Características	KW 2000 E DE 2.10 M		
Dimensiones (Longitud x Acho x Alto mm)	2630x1900x1000	2830x1900x1000	2930x1900x1000
Max ancho de tela (mm)	1 900	2 100	2 200
Ancho de la mesa (mm)	2 130	2 330	2 430
Peso de la maquina (kg)	355	375	375
N.W./G.W. (kg)	585/875	625/985	645/1065
Tensión de trabajo	CA 230 V ± 5%	CA 230 V ± 5%	CA 230 V ± 5%

Fuente: Kaizen (2020)

Para el proceso corte, en la tabla 23 se muestran las siguientes alternativas de cortadoras industriales:

Tabla 23 Tipos Cortadores Industriales

Características	CZD - 3 10"	CZD - 3 8"
Tensión (V)	220	220
Potencia (watts amperios)	750,00	750
Tamaño de cuchilla recta (pulgadas)	10	8
Capacidad de corte (cm)	21,50	16,50
Dimensiones (LxWxH cm)	76x405x53	76x405x53
Velocidad (rpm)	3 450	3 400

Fuente: Maquinex Perú (2020)

Para el proceso de confección, se presentan las siguientes opciones para las distintas máquinas para cocer. Para la máquina remalladora, en la tabla 24 se detallan los tipos de máquina.

Tabla 24 Tipos de Maquinaria Remalladora

Características	JACK 8569	Brother cv3550	Janome 744D
Velocidad de costura máxima (puntadas por minuto)	6 000	5 400	1 000
Longitud de puntada (mm)	4,40	4,00	4,00
Peso (kg)	14,40	13,24	12,63
Dimensiones (LxWxH cm)	120x56x83	44x38x45	29x33x39.5

Fuente: Rabimport, La Curacao y Hiraoka (2020)

Para la maquina recubridora en la tabla 25 se tienen los diversos tipos de equipos:

Tabla 25 Tipos Máquina Recubridora

Características	Janome 2000CPX	Brother cv3550	Singer Rec-14T970C
Velocidad de costura máxima (puntadas por minuto)	1 000	1 000	1 300
Longitud de puntada (mm)	4	3 - 6	1 – 5
Peso (kg)	10,20	10,24	7,30
Dimensiones (LxWxH cm)	35,5x41x24	44x38x45	31x38x31,6

Fuente: Hiraoka, La Curacao y Falabella (2020)

Para el proceso de lavado en la tabla 26 se tienen las siguientes opciones de una lavadora industrial, como se puede observar se expone las dimensiones y la capacidad de cada maquinaria.

Tabla 26 Tipos de Lavadoras Industriales

Características	SDW15	SDW20	SDW30
Dimensiones (LxWxH cm)	90 x 75 x 12,5	91,5 x 89 x 141	106 x 89 x 141
Volumen de canasta (L)	135	145	155
Potencia de motor (kW)	1,85	2,50	3,00
Capacidad de tambor (kilos)	15	20	30

Fuente: Cimelco (2020)

Para la secadora industrial en la tabla 27 se muestran las siguientes opciones con sus respectivas dimensiones, calefacción eléctrica (Kw), Peso Neto y Capacidad de Tambor.

Tabla 27 Tipos de Secadoras Industriales

Características	SDW15	SDW20	SDW30
Dimensiones (LxWxH cm)	71,1x162.2x103,8	91,5 x 89 x 141	106 x 89 x 141
Calefacción eléctrica (kW)	12,00	15,00	17,00
Peso neto (kg)	135,00	150,00	170,00
Capacidad de tambor (kilos)	13,90	19,00	28,00

Fuente: Cimelco (2020)

Para el proceso de planchado en la tabla 28 se muestran diferentes tipos de plancha industriales con sus diferentes superficies de planchado (cm), regulador de temperatura y dimensiones:

Tabla 28 Tipos de Planchadoras Industriales

Características	Blancapress	Rotondi
Superficie de planchado (cm)	80x29	-
Regulador de temperatura	50°C y 170°C	50°C y 170°C
Dimensiones (LxWxH cm)	-	120x125x140

Fuente: Cimelco (2020)

La capacidad anual de cada maquinaria se obtuvo considerando una jornada laboral de 7 horas, 5 días semanales productivos durante los 12 meses del año. No hay restricciones con respecto a las tecnologías para poder satisfacer la demanda, esto debido a que se cuenta con opciones de distintas capacidades, además se puede aumentar el número de máquinas para la operación. Para realizar un adecuado análisis de la selección de la mejor alternativa tecnológica será importante disponer de la demanda estimada anteriormente en la tabla 21.

En relación con la tabla 22, se escoge el modelo con las siguientes dimensiones: 2 630 mm de largo, 1 900 mm de ancho y 1 000 mm de alto. Se observa que se tendrá un espacio ocioso, pero como la demanda aumenta por año, se podrá aumentar los operadores que usen esta máquina.

En el caso del proceso de cortado, se escogerá el modelo CZD - 3 10", ya que solo se piensa cortar telas y no se necesita de un alto capacidad de corte.

Para escoger una maquina remalladora, en la tabla 24 se puede observar que la maquina Janome 744D, esto debido a que es la que menos peso tiene y la más económica. Por otro lado, en el caso de la maquina recubridora de la tabla 25, se concluye que la maquina Singer Rec-14T97OC es la más ligera y sus dimensiones son menores, además la velocidad de costura máxima es de 1 300 puntadas por minuto.

En el caso del proceso de lavado, se escoge el modelo SDW15 debido a que tiene una capacidad de 15 kilos, sus revoluciones del lavado y su revolución de centrifugado es de 46 y 540 revoluciones por minuto respectivamente. En el caso del proceso de secado, se escogerá el modelo SDW15 porque tiene una dimensión promedio a comparación con los otros modelos y además presenta una capacidad de 13,9 kilos que es suficiente para satisfacer la demanda esperada.

Para la elección del activo plancha industrial, se elegirá la marca *Blancapress* ya que ocupa menos espacio y su superficie de planchado es menor.

3.2.3 Definición del tamaño inicial y su tendencia en el horizonte de tiempo

Para calcular el tamaño de planta se debe considerar la producción de pijamas para todo el año debido a que se venderá pijamas de franela y de algodón. La capacidad productiva de la empresa tendrá como propósito cubrir las cantidades requeridas de la demanda estimada en el estudio de mercado. Por ese motivo, utilizando la información de la tabla 21 la cual comprenderá la demanda anual y considerando un stock de seguridad equivalente al 5%, se determinó la producción general en el proyecto de pijamas femeninas. (Ver tabla 29)

Tabla 29 Producción Anual del Proyecto (2023 – 2027)

Año	Demanda del Proyecto	Stock de seguridad	Producción del Proyecto
2022	156 017	5,00%	163 818
2023	172 723	5,00%	181 360
2024	189 631	5,00%	199 113
2025	206 739	5,00%	217 076
2026	224 048	5,00%	235 250

Luego de ello, se calculó los tiempos aproximados en el cual se demora cada maquina por prenda, estos datos se encuentran en el Anexo R el tiempo estándar por operación/maquina. Los resultados se especificarán en la tabla 30.

Tabla 30 Tiempo Ajustado por Área por Tipo de Prenda

Tipo de Prenda	Máquina de tendido de tela + Tizado + Maquina Corte	Maquina remalladora	Maquina recubridora + Operación Etiquetado	Operación de lavado	Operación de secado	Máquina de planchado	Embolsado	Unidades por lavado
Polo manga larga	77	32	108	45	51	48	24	100
Polo manga corta	59	27	90	28	31	48	24	166
Pantalón corto	47	20	63	35	38	48	24	133
Pantalón largo	69	32	80	52	55	48	24	89

En base al procedimiento expuesto, se determinó el número de máquinas anuales requeridas en la empresa, cuyo resumen se encuentra en la tabla R9 del Anexo R. Se tiene en cuenta que se usa las mismas máquina para los polos de verano y pantalón corto de verano como el polo de invierno y el pantalón largo de invierno.

3.3 Proceso Productivo

Para el presente análisis, se describirá la secuencia productiva relacionado a las pijama de mujer de algodón/franela. Asimismo, se representarán los procesos de producción a través de la utilización del Diagrama de Operaciones del Proceso (DOP); por último, se determinará el programa de producción estimado para la proyección de 5 años.

3.3.1 Diagrama de flujo

Será aquella herramienta que permitirá visualizar el proceso productivo de las pijamas femeninas. Como se muestra en la figura 13, se especifica el diagrama de operaciones representativo de pijamas femeninas en cuanto a los polos de manga larga. Con respecto a los diagrama de actividades para las pijamas de manga corta y pantalones, verificar el Anexo T.

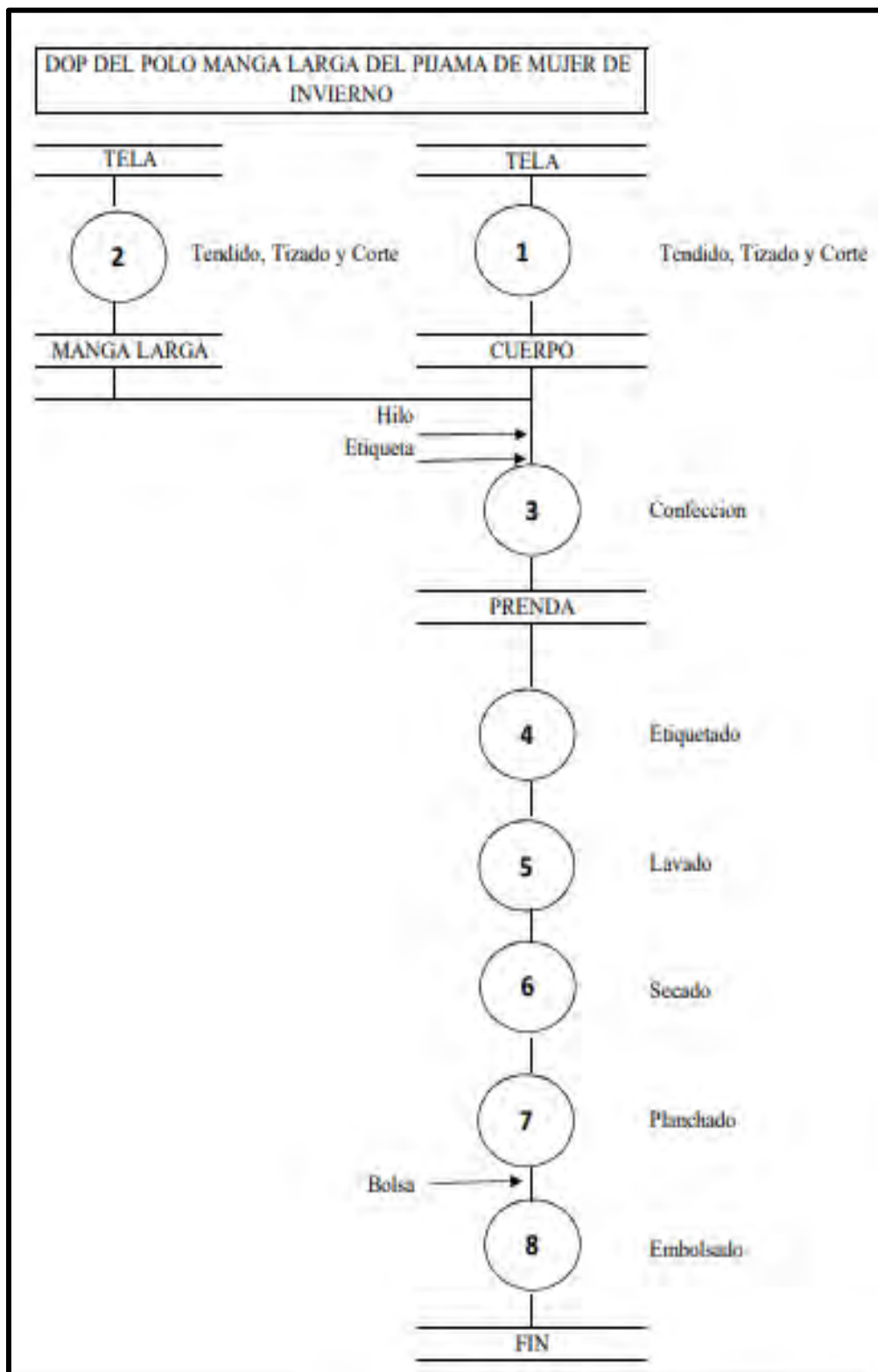


Figura 13 DOP del polo manga larga para pijama de mujer en invierno

3.3.2 Descripción del proceso

Las actividades productivas serán de tipo línea de fabricación, donde las maquinarias serán ubicadas en un mismo departamento y organizadas en línea de trabajo de acuerdo con la secuencia de producción, de modo que cuando termina un proceso, continúe de forma inmediata con el siguiente hasta que se logre obtener el producto final. En el Anexo U se describirán cada uno de los procesos involucrados en la fabricación de las pijamas femeninas.

3.3.3 Programa de la producción

Con respecto a la demanda estimada en el Estudio de Mercado, se calculará el programa de producción anual, tomando en cuenta un 5% de stock de seguridad sobre la demanda anual del proyecto lo cual también se indicó en la tabla 29. Entre otras consideraciones, se asigna un año de 12 meses y un mes de 4 semanas con 5 días laborales o de producción (lunes a viernes) con 8 horas al día considerando 1 hora de refrigerio. En la tabla 31, se puede observar que el plan de producción inicial a nivel mensual, semanal y diario.

Tabla 31 Programa de Producción (En unidades)

Año	Demanda Estimada (unidades)	Inventario de seguridad	Producción del Proyecto (unid)	Producción del Proyecto (unidades / mes)	Producción del Proyecto (unidades / semana)	Producción del Proyecto (unidades / día)
2023	156 017	5,00%	163 818	13 652	3 413	683
2024	172 723	5,00%	181 360	15 114	3 779	756
2025	189 631	5,00%	199 113	16 593	4 149	830
2026	206 739	5,00%	217 076	18 090	4 523	905
2027	224 048	5,00%	235 250	19 605	4 902	981

3.4 Características Físicas

Se especificará el entorno físico de las zonas productivas y administrativas de la industria del proyecto; asimismo, se detallarán los elementos fijos y móviles involucrados en la elaboración de las diferentes categorías de pijamas femeninas.

3.4.1 Infraestructura

La infraestructura comprenderá los espacios físicos que abarcará la empresa tanto de las áreas productivas como administrativas. Por ello, en la tabla 32 se detallará las especificaciones físicas y requerimientos correspondiente al acondicionamiento de las diferentes zonas de la empresa.

Tabla 32 Áreas de la Planta

Espacios	Descripción
Recepción	Es aquel sitio donde ingresarán los furgones de carga con materia prima
Almacén materia prima	Se guardarán todas las telas tanto de franela como de algodón, además de los hilos para las máquinas.
Zona de tendido, tizado y cortado	Se desarrollarán las funciones de tendido tela, tizado de moldes y cortado de la tela. En esta área se obtendrán las piezas para bordar, se encontrarán la tendedora de tela y las máquinas para cortar.
Zona de confección y etiquetado	Se realizarán las actividades de confección y bordado de la etiqueta. En esta área se obtiene las prendas terminadas, las maquinas a usar son las remalladoras y la recubridora.
Zona de lavado y secado	Se realizan con las prendas terminadas las funciones de proceso lavado y secado. En esta área se encontrarán la lavadora y la secadora.
Zona de planchado y embolsado	En esta zona se realizará el planchado de la prenda para proceder a su embolsado. En esta área se encontrará el planchado industrial.
Almacén Bienes Terminados	Se guardarán los productos terminados para su posible distribución.
Área despacho	Lugar donde salen los furgones de carga de productos terminados
Comedor	Se ofrecerá un lugar a los operarios y trabajadores donde podrán calentar su comida y tener un momento agradable. No se contará con un servicio de concesionario de comida.
Baños del personal de planta	Se contarán con baños, vestidores y duchas.
Oficinas de administración	Se desempeñarán las actividades correspondientes a los rubros de finanzas, comercial, logística, R.R.H.H y planificación.
Baños del personal administrativo	Se contarán con baños, con un vestidor y duchas.

3.4.2 Maquinaria y equipos

Se especificarán la cantidad de maquinarias y elementos fijos para su uso en la planta; y los muebles a usar en las áreas productivas y administrativas.

- **Requerimiento de maquinarias:**

Se mostrarán la cantidad de máquinas necesarias por año debido a la producción anual del proyecto mostrado en la tabla 33. Esto se calculará debido al tiempo por máquina que se encuentra en el Anexo R.

Tabla 33 Cantidad de Máquinas por Año

Año	Máquina de tendido de tela	Máquina de corte	Maquina remalladora	Maquina recubridora	Máquina de lavado	Máquina de secado	Máquina de planchado
2023	2	12	2	6	3	3	3
2024	2	12	2	6	3	3	3
2025	2	12	2	6	3	3	3
2026	3	18	2	6	3	3	4
2027	3	18	2	6	3	3	4

- Máquinas y equipos:**

En la tabla 34 se detallarán las maquinarias que serán requeridos para las actividades productivas, de las cuales se conocerán su valor y abastecedor. En el Anexo V se muestran las características principales de estos activos tangibles.

Tabla 34 Máquinas para la Producción

Maquinas	Modelo	Proveedor
Tendido	KW 2000 E DE 2.10 M	Kaizen
Cortadora	CZD – 3 10",	Maquitex Perú
Remalladora	Janome 744D	Hiraoka
Recubridora	Singer 14T97OC	Saga Falabella
Lavado	SDW15	Cimelco
Secado	SDW15	Cimelco
Planchado	MPI -1	Cimelco

Fuente: Maquitex Perú, Hiraoka, Saga Falabella y Cimelco (2020)

Del mismo modo, en la tabla 35 se detallan los equipos a requeridos para la agilización de las tareas, así como el transporte tanto de los materiales directos como de los bienes terminados, del cual también se identificará su valor estimado y provisor.

Tabla 35 Equipos a emplear para la Producción

Equipo	Cantidad	Modelo	Proveedor
Transpaleta manual	5	TRASPA2	QRUBBERT
Estante metálico	5	Metal/madera 1500kg (131396)	PROMART

Fuente: Qrubbert y Promart (2020)

Para el Anexo W, se registrarán información adicional correspondiente a las máquinas utilizadas en la fabricación de las pijamas femeninas.

- **Artefactos de oficina y electrodomésticos**

En la tabla 36 se mostrarán los componentes requeridos en cada oficina para un adecuado desarrollo de las tareas diarias. Además, en el Anexo X se mostrarán sus especificaciones.

Tabla 36 Equipos de Oficina para la Producción

Equipo de Oficina	Cantidad	Modelo	Proveedor
Laptop	9	82FE00CDLM	Lenovo
Impresora	3	137FNW	HP
Proyector	3	POWERLITE E20	Falabella

Fuente: Lenovo, Hp y Falabella (2020)

Por otro lado, en la tabla 37 se aprecian los electrodomésticos a requerir en el comedor y en el Anexo Y se mostrará sus especificaciones.

Tabla 37 Electrodomésticos para el Comedor de la Planta

Electrodoméstico	Cantidad	Modelo	Proveedor
Refrigeradora	3	RT32K5730S8	La Curacao
Microondas	6	WMW-20SILVER	Falabella

Fuente: La Curacao y Falabella (2020)

- **Muebles**

En la tabla 38 se mostrará los equipos que son necesarios para los trabajadores de planta y en el Anexo Z se muestran sus especificaciones.

Tabla 38 Muebles para el Personal de Planta

Muebles y enseres	Modelo	Proveedor
Mesa para confección	Mesa para costura y manualidades	Spondylus
Mesa de trabajo	Escritorio de Oficina vidrio Negro	Sodimac

Fuente Sodimac y Spondylus (2020)

En la tabla 39 se evidencia el número de muebles/enseres requeridos por año:

Tabla 39 Cantidad de Muebles / Enseres Requeridos

	2023	2024	2025	2026	2027
Mesa para confección	8	8	8	8	8
Mesa de trabajo	12	12	12	13	13
Sillas para operarios	32	32	32	39	39

Fuente: Sodimac y Spondylus (2020)

En la tabla 40 se muestra los muebles necesarios para los operarios administrativos y a su vez, se detallarán sus características principales en su Anexo AA.

Tabla 40 Muebles para el Personal Administrativo

Muebles y enseres	Cantidad	Modelo	Proveedor
Sillas para oficina	9	Base Perfect Back Rest	Promart
Escritorios	9	Escritorio de Oficina vidrio Negro	Falabella

Fuente: Sodimac (2020)

En la tabla 41 se muestran los muebles necesarios para el comedor de la empresa, además en el Anexo BB se muestran sus especificaciones.

Tabla 41 Muebles de Comedor en la Planta

Muebles y enseres	Cantidad	Modelo	Proveedor
Juego de Comedor	10	MSX025000	Plásticos Rey
Mueble para microondas	3	Cerro Largo	Plaza Veá
Lavadero Campeón 1 poza con escurridorero	3	Campeón 1 Poza S/a. C/e	Promart

Fuente: Sodimac/Falabella

En la tabla 42 se muestran los muebles y enseres necesarios para el vestidor/baño de la empresa, además en el Anexo CC se muestran sus especificaciones.

Tabla 42 Muebles y Enseres de Vestidor / Baño en la Planta

Muebles y enseres	Cantidad	Modelo	Proveedor
Bancas de Vestidores	4	HY-ZD183B	Falabella
Inodoro	24	Índigo	Promart
Urinario	12	Chico	Promart
Regadera	6	Yarden YE0013	Promart
Terma	6	Express Silver	Hiraoka
Lavadero	6	Llave de Lavatorio Bali	Sodimac

Fuente: Sodimac/Promart/Sodimac

3.4.3 Distribución de planta

Se aplicará el plan metódico de la distribución, la cual ordenará los espacios de trabajo de manera estratégica (Richard Muther, 1970). En primer lugar, se elaborará la Tabla de Relación Actividades (TRA de letras); de ahí, se diseñará el Diagrama de Relación Actividades (DRA), los cuales serán necesarios para la presentación del plano final. En la figura 14 se

encuentra la tabla de relaciones existentes entre el espacio de recepción, el almacén materiales directos, zona de producción, almacén de producto terminado, área despacho, comedor, servicios higiénicos de planta y oficinas administrativas.

Zona de recepción											
Almacén de materia prima	A										
Area de produccion		U									
Almacén de producto terminado	A	U	U								
Zona de despacho	A	U	X	U	U						
Comedor	U	U	U	I	X	U					
Baños del personal de planta	U	U	U	U	U	U					
Oficinas administrativas	U	U									
Baños del personal administrativo	I										

Figura 14 Tabla de Relación Actividades

A continuación, en la figura 15 se detalla el diagrama de relación de las funciones productivas y administrativas de la empresa pijamas femeninas.

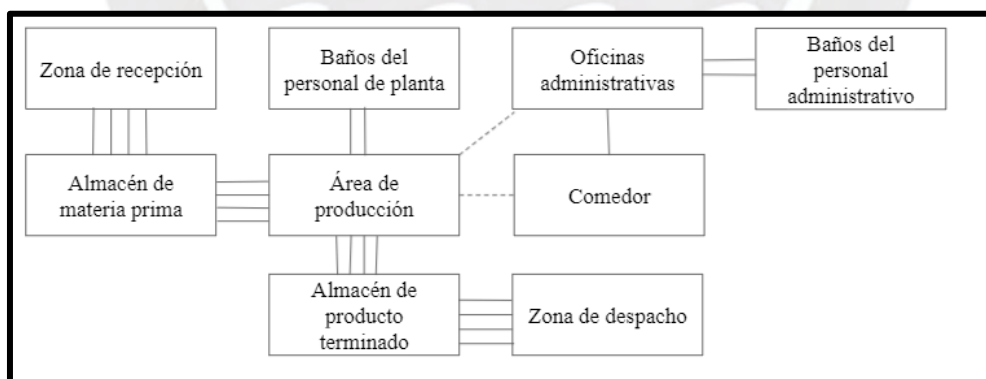


Figura 15 Diagrama Relacional de Actividades

Finalmente, mediante la aplicación del Método de Guerchet, se obtuvo que la dimensión total de la planta incluyendo las medidas de las áreas productivas, administrativas y de almacenamiento abarcarán un área total de 2010 m² por piso, la cual se distribuye según el

plano detallado a continuación (Ver figura 16). Para mayor detalle del cálculo de las medidas de cada una de las áreas, verificar el Anexo DD.

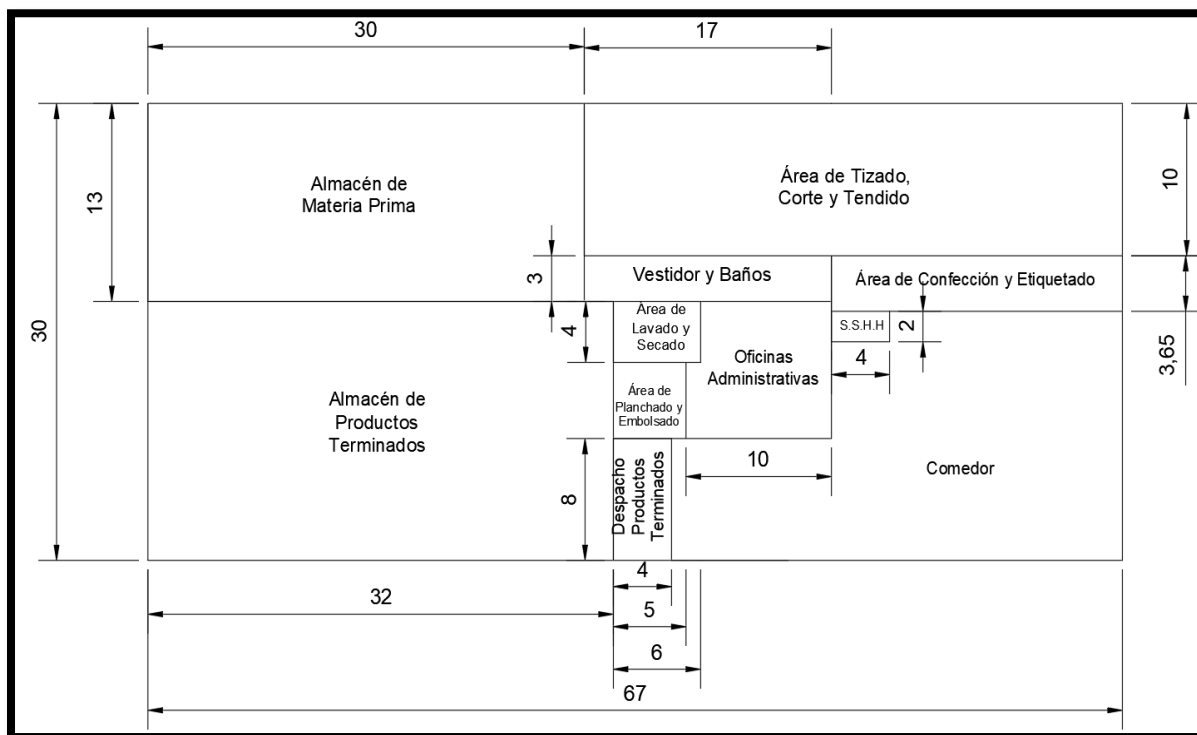


Figura 16 Plano de la Empresa

3.5 Requerimientos del Proceso

Se detallará la estimación total del requerimiento de insumos, materiales, mano de obra y servicios tercerizados en la fabricación de las pijamas.

3.5.1 Materia prima

Para calcular cuánto se necesita de material de empaque para la producción de los años 2023 hasta el 2027, se debe conocer cuántos materiales se necesita para un pijama de verano o de invierno, esto se especificará en el Anexo EE.

3.5.2 Materiales

Estarán comprendidos por aquellos elementos indirectos para la obtención final de las pijamas femeninas, entre los más relevantes: Bolsas de entrega, Cajas de empaque, Tizas, Detergentes, entre otros. Para mayor detalle, verificar el Anexo EE.

3.5.3 Mano de obra

Se hallarán los tiempos productivos de cada una de las operaciones que se muestra en el Anexo R. Posteriormente, se determinará el tiempo estándar ajustado como resultado de factores eficiencia y utilización de los trabajadores y equipos respectivamente (en ambos casos se estima un factor del 80%). Cabe mencionar que, por cada turno de 7 horas se considerará 1 hora de refrigerio, los operarios trabajan 5 días a la semana, con un total anual de 52 semanas y se tendrá un nivel de seguridad del 5% en materia prima que ingresará a la producción. A partir de ello, se hallará la producción máxima de la planta y finalmente se obtendrá el total de personal requerido. (Ver tabla 43)

Tabla 43 Requerimiento Anual Mano de Obra

Operación	2022	2023	2024	2025	2026
Recepción de materia prima	1	1	1	1	1
Tendido	12	12	12	18	18
Tizado					
Corte					
Remalladora	2	2	2	2	2
Recubridora	6	6	6	6	6
Lavado	3	3	3	3	3
Secado	3	3	3	3	3
Planchado	3	3	3	4	4
Embolsado	2	2	2	2	2
Total	32	32	32	39	39

3.5.4 Servicios de terceros

Para asegurar que se realice la producción de manera eficiente por año se necesitará el uso de los siguientes servicios:

- **Personal de entrega:** Se necesita tercerizar personal de venta que se encargue de entregar pedidos.
- **Servicio de limpieza:** Se elegirá una para la función de este servicio a lo largo de toda la planta productiva. Por lo que, para garantizar un ambiente óptimo y limpio que tenga una buena repercusión en los trabajadores, se necesita este servicio.

- **Servicio de seguridad:** Se contará con este servicio tercerizado debido a que se necesitan expertos para salvaguardar la tranquilidad de los operarios de la organización.
- **Servicio de abastecimiento y distribución:** A través de cotizaciones a los diversos proveedores, se realizan órdenes de pedido empleado por el sistema de la organización.

3.6 Evaluación de Impacto Ambiental

En el presente análisis, se desarrollará la Matriz IRA que se encuentra en Anexo FF. Se evaluará el riesgo ambiental en cada uno de los procesos no se obtuvo un índice alto, lo único que se recomienda es hacer una óptima recolección de desechos sólidos dentro del proceso confección. Asimismo, en el anexo mencionado, se especificarán los gastos del impacto ambiental necesarios para este proyecto.

3.7 Cronograma de Implementación

La empresa se efectuará hasta el inicio sus fases operativas con en un periodo estimado de 144 días hábiles, los cuales se ejecutarán a partir del lunes 06 de junio de 2022 y finalizarán el 29 de diciembre del 2022. Las tareas principales se mostrarán a continuación y se consolidará en el Diagrama de Gantt (Ver Anexo GG). En efecto, la tabla 44 se nombrarán las actividades relevantes para la implementación de la empresa de pijamas femeninas.

Tabla 44 Actividades de Implementación de la Empresa

N°	Actividad	Tiempo (días)
1	Constitución empresa	15
2	Local	29
3	Acondicionamiento	21
4	Servicio de Personal	17
5	Instalación de Máquinas y Equipos	7
6	Abastecimiento	19
7	Capacitación del personal	14
8	Pruebas Operativas	10
9	Campaña de introducción de publicidad	18

CAPÍTULO 4. Estudio Legal

Se definirá la razón social del proyecto; adicional a ello, se identificará su constitución, tributos y las certificaciones que se acatarán para el buen funcionamiento de la organización.

4.1 Tipo de Sociedad

Se establece que la denominación social de este proyecto comprenderá una Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C), ya estará creada con un cantidad limitada de personas cuyo rango oscilará entre 2 a 20, los cuales se conocen entre ellos y de índole natural o jurídico; además, sus acciones se encontrarán bajo la autorización de familiares. Las ventajas son las siguientes (S&M, 2020):

- La compañía puede seguir en actividad aún luego del deceso de uno de sus socios.
- Los acreedores poseen derechos de los activos de unión de sociedad; sin embargo, no tienen posesión sobre los bienes de los accionistas.
- Las acciones se pueden vender de forma sencilla.
- Se brinda la opción de emitirse acciones de acuerdo con los requerimientos momentáneas de la organización y a su vez, otorgar diferentes montos por cada una.
- Los créditos a largo plazo resultan fáciles siempre y cuando se ofrezca los activos de mayor valor como una forma de garantías de pago.

4.2 Constitución de la empresa

Las maneras a proceder para la constitución de la organización se encuentran en el Anexo HH, el cual describe los siguientes pasos: 1) Búsqueda y reserva de nombre, 2) Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta), 3) Abono de capital y Bienes, 4) Elaboración de escritura pública, 5) Inscripción en registros públicos, 6) Inscripción en el RUC para persona jurídica.

4.3 Tributos

Toda entidad establecida tiene la responsabilidad de cumplir con el régimen de renta. Dicho régimen comprenderá los siguientes tipos de tributos:

4.3.1 Tributos: Gobierno Central y Local

Para este análisis, se mencionará los tributos relevantes, los cuales serán de carácter obligatorio y están de acuerdo con el gobierno central. Asimismo, se explicará sobre los tributos dado de acuerdo con las ventas por comercio electrónico, tales como: El local de alquiler y los tributos locales serán responsabilidad del propietario del establecimiento.

- **Impuesto de Renta**

Los contribuyentes del régimen general aplican a su renta neta (renta bruta menos gastos) el 29,5%.

- **Impuesto General a las Ventas**

Actualmente, en Perú la tasa que le corresponde al IGV es 18%, que incluye el 2% del impuesto de promoción municipal.

4.3.2 Beneficios sociales y compensación

A continuación, se muestran los beneficios sociales y las compensaciones (NubeCont, 2022).

- **Compensación por Tiempo de Servicios (CTS)**

Será aquel beneficio que dispondrán los colaboradores de una empresa y que se remunera 2 veces al año durante los meses de mayo y noviembre. La CTS será igual a un salario más la sexta parte de la última gratificación percibida, por lo cual el monto que se recibe al año es de 1,17 sueldos aproximadamente. Este beneficio se deposita dos veces al año, en otras palabras, una parte en mayo y la otra en noviembre.

- **Gratificación**

La gratificación equivale a la remuneración completa que recibió el trabajador hasta el 30 de junio. En el caso de los trabajadores que hayan laborado algunos meses y no el semestre completo (enero a junio), la gratificación será equivalente a un sexto del sueldo por cada mes laborado. Pero, si en un mes el trabajador tuviera inasistencias injustificadas, por cada inasistencia se le descontará un treintavo del sexto a percibir. El caso es el mismo cuando se recibe la modificación semestral para julio a diciembre.

- **Vacaciones**

Todo colaborador de una organización, le toca alrededor de 30 días calendarios de vacaciones anuales de trabajo, en la medida en que posea una jornada laboral de por lo menos 40 horas semanales a tiempo completo. El colaborador posee el derecho de tomar su descanso vacacional de manera ininterrumpida; sin embargo, de manera opcional puede exigir al empleador su fraccionamiento de sus vacaciones.

- **Seguro Social en Salud**

El aporte a ESSalud es un pago que realizarán los empleadores (empresas) equivalente al 9% de la remuneración mensual del trabajador.

- **El seguro vida ley**

De acuerdo con la Asociación Peruana de Empresas de Seguros (APSEG), el seguro estará enfocado en brindar un alivio temporal hacia las familias de un colaborador que fallece ya sea por muerte natural o accidental, o también si queda en total invalidez ante un accidente. Para que se cumpla esta ley, no será necesario el conocimiento del rubro económico de la compañía o si el incidente o malestar que causó el deceso del colaborador sucedió durante su jornada laboral, puesto que el seguro vida ley brinda amparo las 24 horas.

- **Participación en las utilidades**

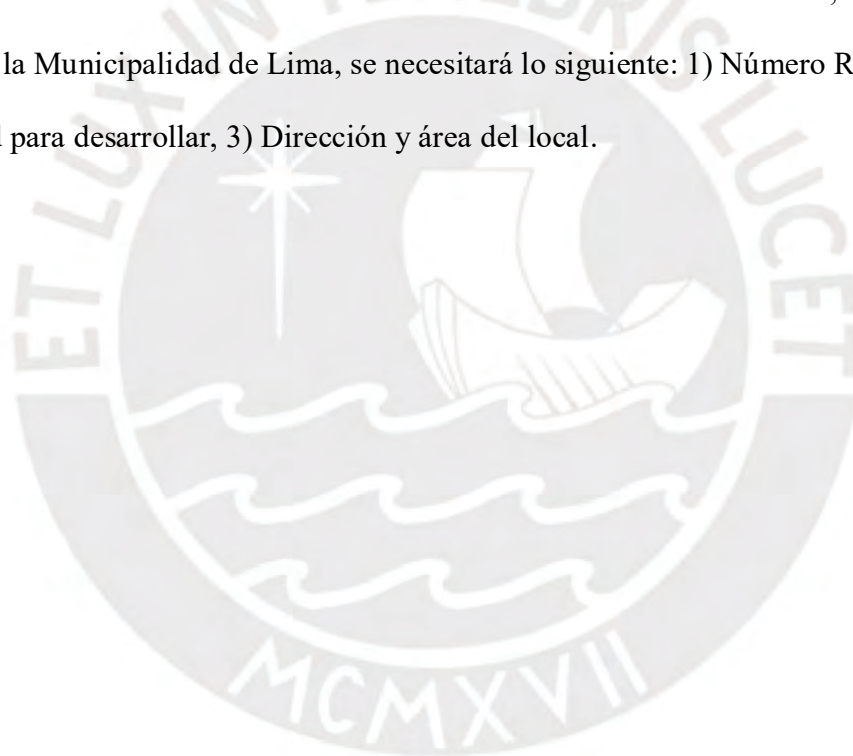
El artículo 29 de la Constitución establece que los trabajadores tienen derecho a participar en las utilidades de la empresa. Así, las empresas que tengan utilidades en un ejercicio fiscal y que tengan más de 20 trabajadores, deben repartir utilidades a los mismos.

4.4. Certificaciones y otros requisitos legales

En este punto, se especificarán los requisitos que serán importantes en la empresa:

- **Licencia de Funcionamiento**

Es la autorización que otorgan las municipalidades a los titulares para el desarrollo de sus actividades económicas en un establecimiento determinado. Para obtenerlo, según el portal online de la Municipalidad de Lima, se necesitará lo siguiente: 1) Número RUC, 2) Giro o Actividad para desarrollar, 3) Dirección y área del local.



CAPÍTULO 5. Estudio Organizacional

En el presente capítulo, se detallará los niveles de jerarquía de trabajo, cargos y responsabilidades del personal dentro de la compañía. Asimismo, se identificarán los requerimientos del personal y servicios tercerización contratados por la organización.

5.1 Organigrama

Se especificará la jerarquía organizacional de la compañía dividida por niveles. Para esto proyecto, se trabajará con un organigrama de tipo distribución horizontal. (Ver figura 17)

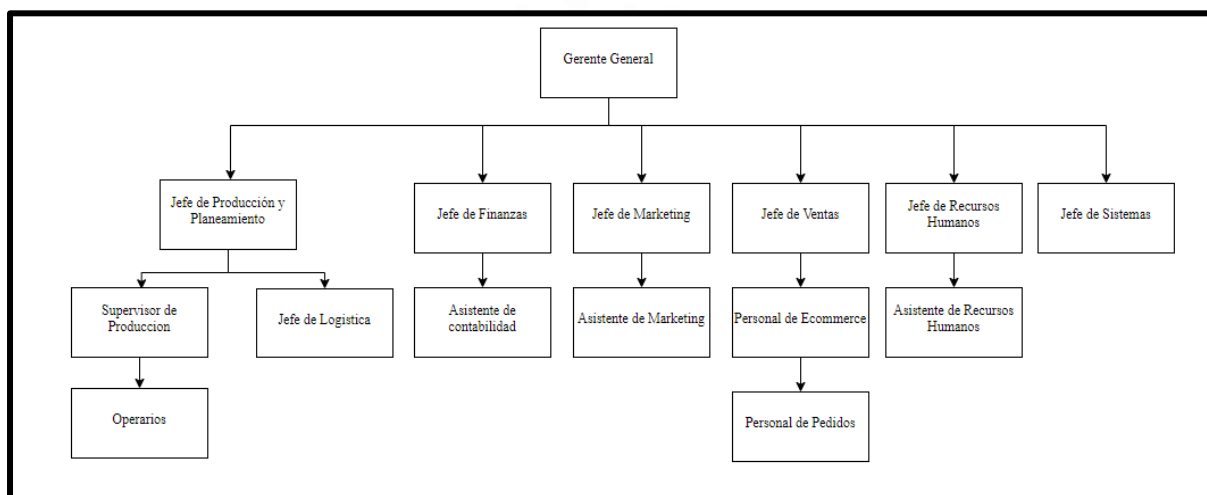


Figura 17 Organigrama de Trabajo

5.2 Funciones Principales

Se determinarán aquellas actividades y tareas realizadas no solo por el personal productivo, sino también por los operarios involucrados en las áreas administrativas. (Ver Anexo II)

5.3 Requisitos del Personal

Se describirán los requisitos principales para la ejecución de las actividades correspondientes a cada puesto de trabajo, para mayor detalle de los requerimientos verificar el Anexo JJ.

5.4 Requerimiento Personal

En la tabla 45 se expone el número de trabajadores productivos y administrativos.

Tabla 45 Número de Trabajadores por Posición

Puesto de trabajos	2023	2024	2025	2026	2027
Director General	1	1	1	1	1
Jefe Producción y Planeamiento	1	1	1	1	1
Supervisión Producción	1	1	1	1	1
Operarios	32	32	32	39	39
Jefe Logístico	1	1	1	1	1
Jefe Financiero	1	1	1	1	1
Asistente Contable	1	1	1	1	1
Jefe de Marketing	1	1	1	1	1
Asistente Marketing	1	1	1	1	1
Jefe de Ventas	1	1	1	1	1
Personal de Ecommerce	1	1	1	1	1
Personal de Pedidos	5	5	5	5	5
Jefe de R.R.H.H	1	1	1	1	1
Asistente de R.R.H.H	1	1	1	1	1
Jefe Sistemas	1	1	1	1	1
Total	50	50	50	57	57

5.4 Servicio de Terceros

La tabla 46 se describirán los servicios tercerizados del entorno organizacional.

Tabla 46 Características de Servicios Tercerizados

Descripción	Empresa	Precio	Características
Personal de entrega	Olva Courier	Dependiendo del lugar destino	Precios especiales Tracking de envíos Zona ecommerce. Descuentos Charlas y eventos exclusivos. Servicio motorizado
Servicio de limpieza	Proflimsa	S/1 800,00 (por cada uno) 3 veces por semana 3 personas 2 pisos	Personal es debidamente seleccionado y capacitado continuamente. Desarrollan sus habilidades de forma proactiva y con iniciativa, manteniendo un nivel de pulcritud y educación. Cuentan con todos sus beneficios sociales, así como tecnología de última generación, lo que aseguramos la eficiencia de nuestro servicio como líderes en nuestro rubro.
Servicio de seguridad	ISC PERÚ	S/1 800,00 (por cada uno) 3 personas Un trabajo de vigilancia las 24h	Grupo de reacción rápida Póliza de Seguro

CAPÍTULO 6. Estudio Económico y Financiero

Se determinará las inversiones de los activos y capital de trabajo; asimismo, se evaluará las diferentes opciones de financiamiento para el proyecto en cajas y bancos. Luego de ello, elaborará los presupuestos de ingresos, egresos y gastos. Por otro lado se desarrollará los estados financieros (Estados de Resultados y Flujos de Caja Económico y Financiero), así como los indicadores de rentabilidad (VAN, TIR, B/C y *payback*). Finalmente, se evaluará la sensibilidad del proyecto.

6.1 Inversiones

Se calculará los montos totales de activos fijos tangibles e intangibles, inversión en capital de trabajo y el cronograma de inversiones.

6.1.1 Inversión en Activos Tangibles

La tabla 47 registra el resumen de los activos tangibles, en el Anexo KK se detallará los activos involucrados en cada una de las categorías.

Tabla 47 Resumen de Activos Tangibles

Activos Tangibles	Total sin IGV (S/.)	IGV (S/.)	Total con IGV (S/.)
Máquinas	588 256	105 887	694 143
Equipos de Muebles	13 581	2 444	16 026
Muebles Comedores y Vestidores	23 273	4 189	34 463
Edificaciones	453 567	81 643	535 210
TOTAL	1 078 677	194 163	1 279 842

6.1.2 Inversión en Activos Intangibles

Esta inversión comprenderá las diligencias relacionadas a la constitución de la empresa, desarrollo del producto, entrenamiento del personal y el mejora de los servicios. El total de esta inversión es S/4 475 con IGV y el resumen de estos montos se observará en la tabla 48.

Tabla 48 Inversión Activos Intangibles

Categorías	Total sin IGV (S/)	IGV (S/)	Total con IGV (S/)
Gastos constitución de la empresa	508	91	600
Licencia de funcionamiento	118	21	140
Libro contable	42	7	50
Aprobación de libro planillas	42	7	50
Registro de marca	453	81	535
Capacitación personal	2 118	381	2 500
Diseño del logo	508	91	600
Total	3 792	682	4 475

Fuente: Municipalidad de Lima, Noticiero Contable, Plataforma Digital Única del Estado Peruano

6.1.3 Capital de Trabajo

Es aquella cantidad circulante de efectivo requerido para la financiación del desarrollo de sus actividades antes de percibir los ingresos de ventas. Se aplicará la técnica de Déficit Acumulado Máximo (PlanNegocios, 2020) para la obtención de su monto preoperativo en el proyecto, este monto considerará solamente los ingresos y egresos del año 1 de la empresa. El procedimiento para hallar dichos ingresos y los egresos se encuentra en la tabla 49. Como se muestra, a partir del segundo mes se percibirán los ingresos de pijamas femeninas generando un déficit en el primer mes y que será cubierto por el capital de trabajo. No obstante, durante los siguientes meses las ventas cubrirán la pérdida inicial originando un superávit en el proyecto. El monto inicial requerido para el capital de trabajo será igual a S/.859 773 incluido el monto de IGV. En el Anexo LL se precisará el cálculo del Capital de Trabajo

Como resultado del sistema Déficit Acumulado Máximo, se considerará un porcentaje del 5% a fin de cubrir imprevistos generados en las actividades operativas. La tabla 49 muestra el monto total de capital de trabajo necesario en la empresa de pijamas femeninas. Cabe precisar que, el monto del capital de trabajo se recuperará en el último año del proyecto.

Tabla 49 Monto Total Capital de Trabajo

Concepto	Monto (S/.)
Máximo déficit acumulado	818 831
Imprevistos (5%)	40 942
Monto CT con IGV	859 773
IGV	131 152
Monto CT sin IGV	728 621

6.1.4 Inversión Total

La tabla 50 resume los montos preoperativos requeridos en activos tangibles, intangibles y capital de trabajo antes de la realización de sus actividades productivas.

Tabla 50 Inversión Total

Descripción	Total sin IGV (S/.)	IGV (S/.)	Total con IGV (S/.)	% Total
Activos Tangibles	1 078 677	194 163	1 279 842	59,69%
Activos Fijos Intangibles	3 792	682	4 475	0,21%
Capital de Trabajo	728 621	131 152	859 773	40,10%
INVERSIÓN TOTAL (S/.)	1 811 090	325 997	2 144 090	100%

6.2 Financiamiento

Se presentará la proporción de financiación, el costo esperado de los inversionistas y el costo ponderado promedio de capital.

6.2.1 Alternativas de Financiamiento

Se analizarán las líneas de financiación específicas para microempresas de las importantes corporaciones bancarias del Perú, esto con el propósito de elegir aquella entidad con las opciones más favorables para el préstamo. Como se registra en la tabla 51, las líneas de crédito para el financiamiento de la inversión serán los siguientes: BBVA, BCP, Caja Huancayo y Caja Piura.

Tabla 51 Alternativas de Financiación Capital de Trabajo

Detalles	BBVA	BCP	Caja Huancayo	Caja Piura
Monto Máximo (S/)	200 000	1 200 000	De acuerdo con evaluación	500 000
TEA	18%	16,8%	14,75%	25%
Seguro	0,0583%	0,08%	0,04%	0,04%
Plazo Máximo (en meses)	24	24	24	24
Tipo de cuotas	meses	meses	meses	meses

Fuente: SBS (2023)

Para la subvención del capital de trabajo se elegirá la Caja Huancayo, puesto que ofrecerá más información sobre los préstamos de capital de trabajo, además el préstamo se

podría brindar en 24 cuotas y el monto del préstamo será de acuerdo con una evaluación el cual se mostrarán los siguientes requerimientos: (SBS, 2023)

- Copia del DNI de los representantes legales.
- Escritura Pública de Constitución.
- Certificado de Vigencia de Poderes.
- Copia de la Ficha de RUC.
- Acreditar domicilio estable, caso contrario debe ser garantizado por una persona que acredite estabilidad domiciliaria.

Se ha solicitado el préstamo del 60% del monto total comprendido al capital de trabajo con un periodo equivalente a 60 meses en cuotas constantes. En la tabla 52 se detallarán las líneas de crédito para la financiación de los activos fijos tangibles.

Tabla 52 Alternativas de Financiación de los Activos Fijos Tangibles

Detalles	BBVA	BCP	Caja Huancayo	Caja Piura
Monto Máximo (S/)	200 000	1 200 000	De acuerdo con evaluación	500 000
TEA	18%	13.8%	14,75%	25%
Seguro	0,0583%	0,08%	0,04%	0,04%
Plazo Máximo (mensual)	24	60	60	84
Tipo de cuotas	meses	meses	meses	meses

Para el financiamiento de los activos tangibles se elegirá el BCP; sin embargo, esto es accesible para una empresa que tenga 1 año de antigüedad como máximo, lo cual no se cumple con los requisitos porque se quiere el préstamo para el periodo 0. Por lo que se pedirá un préstamo en la caja Huancayo también para los activos fijos e intangibles el cual serán los mismos requisitos que el préstamo del capital de trabajo (SBS, 2023). Luego de identificar las alternativas de financiamiento, se determinarán los calendarios de pagos mensuales del monto prestado a los activos fijos y capital de trabajo. Por ello, se construirán los calendarios de pagos correspondientes a fin de identificar los montos mensuales de pagos. (Ver Anexo KK)

6.2.2 Estructura de Capital

La distribución de la deuda de activos tangibles estará comprendida por 40% aporte propio y 60% de financiamiento, los cuales comprenderán montos de S/ 511 937 y S/ 767 905 respectivamente. Por otro lado, para el capital de trabajo estará comprendida por el 60% de aporte de inversionistas y 40% de financiación en caja o bancos, los cuales abarcarán montos de S/ 515 864 y S/ 343 909 respectivamente. (Ver tabla 53)

Tabla 53 Estructura de Capital del Proyecto

Tipo	Monto Total (S/.)	Aporte Propio (S/.)	Aporte Propio (%)	Financiamiento (S/.)	Financiamiento (%)
Activos Tangibles	1 279 842	511 937	40%	767 905	60%
Activos Intangibles	4 475	4 475	100%	0	0
Capital de Trabajo	859 773	515 864	60%	343 909	40%

6.2.3 Costo de oportunidad del accionista

Será aquel indicador esperado por los aportantes de la empresa al momento de invertir en un proyecto, el cual exigirán la mínima rentabilidad para su participación como resultado de los aportes de financiamiento de una empresa. Se encargará de evaluar el rendimiento esperado por parte de los accionistas de una empresa (Sapag & Sapag, 2008) Para calcular su costo de capital del inversionista (COK) se utilizará el método de valorización activos (CAPM) modificado, el cual registrará el siguiente planteamiento:

$$Beta\ apal = Beta\ desapalancado * (1 + (1 - T)) * \frac{Deuda}{Aporte\ Propio}$$

En la tabla 54 se mostrará los valores que tomaran los datos del valor del beta desapalancado, los cuales fueron hallados a través de Damodaran del año 2020.

Tabla 54 Parámetros del Beta Apalancado

Variable	Descripción	Valor
Beta desapalancado	Beta desapalancado	0,90
T	Impuesto a la renta	29.50%
-	Deuda (S/)	1 111 814
-	Aporte propio (S/)	1 027 801

Al reemplazar los parámetros de la tabla 54 en la fórmula para hallar el beta apalancado se obtiene que es de 1,66. Adicional a ello, se especificará la ecuación que se aplicará para el cálculo del COK del proyecto.

$$COK = Beta\ apal.\ x\ (Prima\ de\ riesgo\ de\ mercado\ -\ Tasa\ libre\ de\ riesgo) \\ +\ Tasa\ libre\ de\ riesgo\ +\ Riesgo\ país$$

En la tabla 55 se mostrará las variables que se utilizarán como: Tasa libre de riesgo, el riesgo país y prima de riesgo, los cuales se obtuvieron del informe de KALL S.A.

Tabla 55 Parámetros del COK

Variable	Descripción	Valor
Rf	Tasa libre riesgo	4,50%
Rp	Riesgo país	1,78%
B	Beta apalancamiento	1,61
Rm-Rf	Prima riesgo	6,29%

Fuente: KALLPA SAB

Como resultado de los parámetros involucrados en el COK mediante la aplicación del Modelo Valorización Activos (CAPM), se obtendrá un valor de 16,72%, por lo que resultará mayor que el valor del costo de la deuda ($K_d = 14,75\%$)

6.2.4 Costo ponderado de capital

En relación con lo explicado, el 40% del capital de trabajo y el 60% de los activos serán financiado en el banco caja Huancayo. Por esa razón, el cálculo de costo promedio capital (WACC) se obtendrá mediante la siguiente propiedad.

$$WACC = \left[\left(\frac{D}{D+C} \right) * TCEA * (1 - T) \right] + \left[\left(\frac{C}{D+C} \right) * COK \right]$$

Los valores de cada una de sus variables se especificarán en la tabla 56:

Tabla 56 Parámetros del WACC

Variable	Descripción	Valor
D	Deuda financiera	S/ 1 111 814
C	Fondos Propios	S/ 1 027 801
TCEA	Tasa de interés anual del banco ponderado	14,75%
T	Impuesto sobre la renta	29,50%
COK	Costo esperado de los accionistas	16,72%

En base a los valores previamente identificados, el resultado del costo promedio de capital (WACC) será equivalente a 13,44%.

6.3 Presupuestos

Se elaborarán los reportes de ingresos, egresos o gastos correspondiente al proyecto de pijamas femeninas para el horizonte de tiempo de 5 años. (2023 – 2027)

6.3.1 Presupuestos de Ingresos

En la tabla 57 se muestra los ingresos proyectados por ventas en relación con el precio del producto durante su horizonte de tiempo. Para mayor detalle de la demanda y ventas regulares y con descuentos, verificar el Anexo NN.

Tabla 57 Presupuesto de Ingresos

Descripción	Presupuestos de Ingresos (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas totales sin IGV	9 585 799	10 612 248	11 651 037	12 702 166	13 765 634
IGV por ventas	1 725 444	1 910 205	2 097 187	2 286 390	2 477 814
Ventas totales con IGV	11 311 242	12 522 452	13 748 223	14 988 555	16 243 448

6.3.2 Presupuestos de egresos

Estarán comprendidos por aquellos costos de producción y administrativo en la fabricación de pijamas femeninas, entre los más importantes se están los siguientes: Presupuesto de Costos, Presupuesto de Gastos Administrativos y Presupuesto de Gastos de Ventas.

a) Presupuesto de Egresos

Se revisará el costo de personal directo, insumos y costos indirectos de fabricación comprendidos en la elaboración de las pijamas femeninas.

- **Presupuestos Mano de Obra Directa (MOD)**

Incorporado por los colaboradores directos dedicados a la fabricación de elementos y materiales para la obtención del bien terminado. Estos presupuestos se presentarán en la tabla 58. Como se puede observar se iniciarán las actividades con 32 operarios y se

incrementará en relación con la cantidad demandada; asimismo, el pago del salario será mensual el cual se incrementará dicho monto en 10% cada año. Para mayor detalle de las remuneraciones anuales y los beneficios laborales de los operarios, comprobar el Anexo OO.

Tabla 58 Presupuesto Mano de Obra Directa

MOD	Costo Mano de Obra Directa (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Operarios (unidades)	32	32	32	39	39
Costo MOD unitario (S/)	41 430	45 573	50 130	55 143	60 658
Costo MOD (S/)	1 325 760	1 458 336	1 604 170	2 150 590	2 365 649

b) Presupuesto de Materia Prima

Comprenderá aquellos materiales que pasarán por el proceso de transformación a fin de conseguir el bien terminado. Como se observa en la tabla 59, se detallarán los costos de la tela de algodón y tela de franela de forma anual, así como los montos totales con IGV y sin IGV. Para mayor detalle de la cantidad de materiales y costos unitarios de cada insumo directo, verificar el Anexo PP.

Tabla 59 Presupuesto Materia Prima

Descripción	Presupuesto Materiales Directos (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Tela de algodón (S/)	2 319 714	2 457 646	2 697 200	2 939 597	3 184 838
Tela de franela (S/)	2 605 642	2 760 577	3 029 657	3 301 932	3 577 402
Monto sin IGV (S/)	4 925 356	5 218 223	5 726 857	6 241 529	6 762 240
Monto con IGV (S/)	5 811 920	6 157 503	6 757 691	7 365 004	7 979 443
IGV por compra (S/)	886 564	939 280	1 030 834	1 123 475	1 217 203

c) Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los costos indirectos de producción (CIF) serán aquellos costos que estarán involucrados indirectamente en el proceso de elaboración de las pijamas femeninas, entre los más importantes se encuentran los siguientes: Personal indirecto, elementos indirectos y Gastos generales de producción.

- **Materiales Indirectos (MI)**

En la tabla 60 se muestran los costos de materiales indirectos los cuales estarán comprendidos por los Hilos, Elásticos, Etiquetas y Tizas. Asimismo, los valores totales con IGV y sin IGV. El Anexo QQ se mostrarán los costes unitarios, así como las compras requeridas de materiales.

Tabla 60 Presupuesto de Materiales Indirectos

Materiales indirectos	Costos de Materiales Indirectos (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Hilos (S/)	9 475	10 037	11 017	12 003	13 010
Elásticos (S/)	108 305	114 712	126 000	137 288	148 576
Etiquetas (S/)	3 249	3 447	3 783	4 119	4 454
Tiza (S/)	1 264	1 338	1 470	1 602	1 733
Detergente (S/)	110 264	116 769	128 169	139 634	151 356
Monto sin IGV (S/)	232 557	246 304	270 439	294 646	319 130
Monto con IGV (S/)	274 417	290 639	319 119	347 682	376 573
IGV por compra (S/)	41 860	44 335	48 679	53 036	57 443

- **Mano de Obra Indirecta (MOI)**

La tabla 61 se especificarán los importes del personal indirecto involucrados en los posteriores puestos: Jefe de Producción, Jefe de Logística y Supervisor de Producción. Por otro lado, en el Anexo OO se detallarán las remuneraciones y beneficios laborales de los trabajadores.

Tabla 61 Presupuesto de Mano de Obra Indirecta

Descripción	Planilla de Personal Indirecto (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Jefe productivo y planeamiento	65 550	72 105	79 316	87 247	95 972
Jefe de logística	73 590	80 949	89 044	97 948	107 743
Supervisor de producción	65 550	72 105	79 316	87 247	95 972
Costo MOI	204 690	225 159	247 675	272 442	299 687

- **Costos de servicio Básicos y Tercerizados**

La tabla 62 comprenderá los costos de los servicios básicos tales como: Agua, Luz y Telefonía, así como los costos involucrados en los servicios tercerizados. Para más información de la cuantificación de dichos servicios, visualizar Anexo RR.

Tabla 62 Presupuesto de Servicios

Descripción	Presupuesto de Servicios (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Limpieza (S/)	5 400	5 400	5 400	5 400	5 400
Seguridad (S/)	5 400	5 400	5 400	5 400	5 400
Servicio energía eléctrica (S/)	25 526	26 557	29 649	32 300	35 245
Servicio agua potable (S/)	29 405	29 459	29 726	34 116	34 330
Servicio de internet (S/)	2 520	2 520	2 520	2 520	2 520
Total servicios con IGV (S/)	68 251	69 335	72 695	79 736	82 895
Total servicios sin IGV (S/)	57 840	58 759	61 606	67 573	70 250
IGV por servicios (S/)	10 411	10 577	11 089	12 163	12 645

- **Depreciación y Amortización**

Se detallará el monto total de depreciación según los porcentajes de depreciación tributaria establecidos por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT, 2024), la cual establece que los muebles, maquinarias y enseres se deprecian en 10 años un estimado de 10%, mientras que los equipos de cómputo y edificaciones se depreciarán un 25% y 3% respectivamente. En el Anexo SS se detallará los valores anuales de las depreciaciones y amortizaciones.

En resumen, luego de identificar los gastos de personal indirecto (MOI), materiales indirectos (MI), costos de servicios y depreciación, la tabla 63 agrupará los costos indirectos de fabricación (CIF) mencionados.

Tabla 63 Presupuesto en Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Descripción	Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación (CIF)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Mano de obra indirecta (S/)	228 810	251 691	276 860	304 546	335 001
Materiales indirectos (S/)	274 417	290 639	319 119	347 682	376 573
Materiales de empaque (S/)	31 160	34 390	37 830	41 175	44 725
Servicios para producción (S/)	57 840	58 759	61 606	67 573	70 250
Total, costo indirecto	592 227	635 479	695 415	760 976	826 549

- **Presupuesto Costo de Venta**

La tabla 64 muestra los valores involucrados en el presupuesto de egresos, los cuales son la mano de obra directa (MOD), materiales indirectos (MI), los costos indirectos de fabricación (CIF) y los costos de existencias en los inventarios del proyecto.

Tabla 64 Presupuesto Costos de Ventas

Descripción	Presupuesto de Costo de Ventas				
	2023	2024	2025	2026	2027
Mano de Obra Directa (S/)	1 325 760	1 458 336	1 604 170	2 150 590	2 365 649
Materia Prima (S/)	4 925 356	5 218 223	5 726 857	6 241 529	6 762 240
Costos Indirectos de Fabricación (S/)	545 498	585 944	640 826	701 663	762 298
Monto sin IGV (S/)	6 472 965	7 224 774	7 936 406	9 037 790	9 850 395
IGV (S/)	1 199 102	967 785	1 059 263	1 171 207	1 250 996
Monto con IGV (S/)	7 672 067	8 192 559	8 995 669	10 208 997	11 101 391

d) Presupuesto de gastos

Estará comprendido por aquellos gastos que no se encuentran relacionados ni directa ni indirectamente en el proceso de fabricación de las pijamas femeninas.

- **Presupuesto de Gastos Administrativos**

Comprendidos por los útiles oficina, alquiler de local, arbitrios, entre otros. La tabla 65 registra los costos anuales para su proyección de 5 años. (Ver Anexo TT)

Tabla 65 Gastos Administrativos

Descripción	Horizonte de Tiempo (En S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Operarios administrativos (S/)	486 564	535 220	588 742	647 617	712 378
Materiales de oficina (S/)	10 522	10 565	10 565	10 565	10 565
Alquiler del local (S/)	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
Arbitrios municipales (S/)	3 145	3 145	3 145	3 145	3 145
Control de impacto ambiental (S/)	32 624	32 624	32 624	32 624	32 624
Total sin IGV (S/)	1 032 855	1 081 554	1 135 076	1 193 950	1 258 712
IGV (S/)	18 178	18 351	18 863	19 937	20 419
Total con IGV (S/)	1 108 872	1 158 663	1 215 545	1 281 460	1 349 381

- **Presupuesto Gasto de Ventas**

Estará comprendido por los importes de promoción, publicidad y pago de la remuneración de los trabajadores involucrados en la captación de los clientes. La tabla 66 muestra los montos totales de gastos de ventas en el horizonte de tiempo. Por otro lado, en el Anexo UU se detallará los montos de cada uno de los elementos mencionados.

Tabla 66 Presupuesto Gasto de Ventas

Descripción	Horizonte de Tiempo (En S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Operarios en ventas (S/)	392 166	431 383	474 521	521 973	574 170
Gastos publicidad (S/)	41 051	41 051	41 051	41 051	41 051
Comisiones por ventas (S/)	479 290	530 612	582 552	635 108	688 282
Total sin IGV (S/)	912 507	1 003 046	1 098 124	1 198 132	1 303 503
IGV (S/)	93 661	102 899	112 248	121 709	131 280
Total con IGV (S/)	1 006 168	1 105 945	1 210 372	1 319 841	1 434 783

- **Presupuesto de Gastos Financieros**

Serán aquellos intereses involucrados en el financiamiento con los acreedores (deuda) durante el periodo de 5 años del proyecto. La tabla 67 muestra los pagos de intereses durante el horizonte de tiempo.

Tabla 67 Presupuesto Gastos Financieros

Descripción	Montos anuales de Gastos Financieros (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Gastos financieros (S/)	144 268	119 824	91 776	59 590	22 656

6.4 Estados Financieros y Projectados

Estará comprendido por los estado de resultados, módulo de IGV y los flujos de caja económico y financiero.

6.4.1 Estado de Resultados

Estará formado por los reportes de ingresos, costes y gastos sin IGV. (Ver tabla 68)

Tabla 68 Estado Resultados

	Horizonte del Proyecto				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso de Ventas	9,585,799	10,612,248	11,651,037	12,702,166	13,765,634
Valor de Activos Fijos					833,926
Costo de Ventas	-6 472 965	-7 224 774	-7 936 406	-9 037 790	-9 850 395
Valor en Libros					-725 153
Utilidad Bruta	3 112 833	3 387 474	3 714 631	3 664 376	4 024 012
Gastos Administrativos	-1 032 855	-1 081 554	-1 135 076	-1 193 950	-1 258 712
Gastos de Ventas	-912 507	-1 003 046	-1 098 124	-1 198 132	-1 303 503
Depreciación	-78 007	-78 007	-78 007	-129 751	-127 591
Amortización	-448	-448	-448	-448	-448
Utilidad Operativa	1 089 017	1 224 419	1 402 977	1 142 095	1 333 758
Gastos Financieros	-144 268	-119 824	-91 776	-59 590	-22 656
Utilidad antes de Impuestos	944 749	1 104 595	1 311 201	1 082 505	1 311 102
Impuesto a la Renta (29.5%)	-278 701	-325 856	-386 804	-319 339	-386 775
Utilidad Neta	666 048	778 739	924 397	763 166	924 327

6.4.2 Módulo de IGV

El módulo de IGV estará comprendido por los impuestos generados por las ventas, compra de materia prima, materiales indirectos, entre otros. Como se observa en la tabla 69, se calculará los valores de IGV por pagar durante el horizonte de tiempo.

Tabla 69 Módulo de IGV

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS (+)						
IGV Ventas		1 725 444	1 910 205	2 097 187	2 286 390	2 477 814
IGV Ventas Activos Fijos						127 209
TOTAL IGV VENTAS		1 725 444	1 910 205	2 097 187	2 286 390	2 605 023
COMPRAS (-)						
INVERSIONES						
IGV Activos Fijos Tangibles	-195 230					
IGV Activos Fijos Intangibles	-683					
IGV Capital de Trabajo	-131 152					
OPERACIONES						
IGV Compra Materia Prima		-886 564	-939 280	-1 030 834	-1 123 475	-1 217 203
IGV Costos Indirectos de Fabricación		-46 613	-49 581	-54 450	-59 317	-64 266
IGV Gastos Administrativos		-18 178	-18 351	-18 863	-19 937	-20 419
IGV Gastos de Ventas		-93 661	-102 899	-112 248	-121 709	-131 280
TOTAL IGV COMPRAS	-327 065	680 427	800 094	880 791	961 952	1 171 855
IGV NETO						
CRÉDITO FISCAL	327 065					
IGVA PAGAR	327 065	353 363	800 094	880 791	961 952	1 171 855

6.4.3 Flujo de Caja Económico y Financiero

La tabla 70 detallará los flujos operativos del proyecto.

Tabla 70 Flujos Económicos y Financieros

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos de las Ventas		11 311 242	12 522 452	13 748 223	14 988 555	16 243 448
Recuperación del Capital de Trabajo						859 773
Venta de Activos Fijos						833 926
Inversión en Activos Fijos Tangibles	-1 279 842					
Inversión en Activos Fijos Intangibles	-4 475					
Capital de Trabajo	-859 773					
Materia Prima (MP)		-5 811 920	-6 157 503	-6 757 691	-7 365 004	-7 979 443
Mano de Obra Directa (MOD)		-1 325 760	-1 458 336	-1 604 170	-2 150 590	-2 365 649
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)		-534 387	-576 720	-633 809	-693 403	-756 299
Gastos Administrativos		-1 108 872	-1 158 663	-1 215 545	-1 281 460	-1 349 381
Gastos de Ventas		-1 006 168	-1 105 945	-1 210 372	-1 319 841	-1 434 783
IGV por Pagar		-353 363	-800 094	-880 791	-961 952	-1 171 855
Impuesto a la Renta (29.5%)		-321 260	-361 204	-413 878	-336 918	-393 459
<i>Flujo de Caja Económico</i>	-2 144 090	849 512	903 987	1 031 968	879 387	2 486 279
FINANCIAMIENTO						
Préstamo	1 111 814					
Amortización (-)		-165 718	-190 161	-218 210	-250 396	-287 329
Intereses (-)		-144 268	-119 824	-91 776	-59 590	-22 656
Escudo Tributario (+)		42 559	35 348	27 074	17 579	6 684
<i>Flujo de Caja Financiero</i>	-1 032 276	582 086	629 350	749 056	586 981	2 182 977

6.5 Punto de equilibrio

Medirá la estabilidad en el número mínimo de productos que se requerirán comercializar para que los ingresos por ventas sean equivalentes a la sumatoria de costos incurridos, tanto fijos como variables. Se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

En vista del planteamiento expuesto, la tabla 71 se registran los valores de cada parámetro durante su vida útil de la empresa. De acuerdo con los 3 primeros años de iniciado la fase operativa se requerirá alrededor del 20% aproximadamente de unidades producidas a fin de que las utilidades generadas puedan cubrir los costos operativos y no existan pérdidas. Según la tabla, la cantidad de unidades necesarias de pijamas femeninas para los años 2023, 2024 y 2025 serán 31 291, 34 039 y 37 125 respectivamente. Sin embargo, a medida que se incrementa la demanda, aumentarán los costes de fabricación y gastos operacionales, así pues, en los años 2026 y 2027 se puede visualizar un incremento en el número de pijamas del punto de equilibrio equivalentes a 50 246 y 55 191 respectivamente. Asimismo, los costos variables unitarios se incrementarán de S/35 a S/37 durante los 2 últimos años de su vida útil.

Tabla 71 Punto Equilibrio del Proyecto

Punto de Equilibrio (S/)					
Año	2023	2024	2025	2026	2027
Precio de Venta Unitario (Pvu) (S/)	77,50	77,50	77,50	77,50	77,50
Costo Variable Unitario (CVu) (S/)	35	35	35	37	37
Costo Fijo Total (S/)	1 329 865	1 446 640	1 577 819	2 034 951	2 235 228
Punto de Equilibrio (unidades)	31 291	34 039	37 125	50 246	55 191
Punto de Equilibrio (En porcentaje)	20.06%	19.71%	19.58%	24.30%	24.63%

6.6 Indicadores de rentabilidad

Se determinará la viabilidad y rentabilidad del proyecto de pijamas femeninas mediante el cálculo y análisis de los siguientes indicadores: Valor Presente (VAN), Tasa Interna de Rentabilidad (TIR), Análisis Beneficio - Coste (B/C) y *payback*.

6.6.1 Valor Presente Neto (VAN)

Evaluará la actualización del Flujo de Caja Económico y Financiero a fin de determinar su rendimiento en el tiempo. De acuerdo con el análisis, la tabla 72 muestra que los valores del VAN – E y VAN – F serán iguales a S/1 869 163 y S/1 723 310 respectivamente. Por lo que se puede inferir que la empresa será viable ya que los indicadores VAN – E como VAN – F resultarán positivos y mayores a cero ($VAN > 0$). Cabe precisar que se trabajó el VAN – E con un WACC equivalente a 13,44% y para el caso del VAN – F, se utilizó un COK de 16,72%.

Tabla 72 Valor Actual Neto (VAN)

VAN (S/)	
VAN - E	1 869 163
VAN - F	1 723 310

6.6.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Será aquel indicador porcentual esperado por parte de la empresa e inversionistas en el transcurso de su vida útil. De acuerdo con la tabla 73, se expone las tasas internas de rentabilidad económico y financiero, las cuales darán como resultado 39,79% y 63,47% respectivamente. Por lo que, de acuerdo con el resultado, la empresa resultará viable y rentable puesto que tanto el TIR – E como el TIR – F resultarán superiores a las tasas del WACC (13,44%) y COK (16,72%), por lo que significa que lograrán generar una mayor rentabilidad en el proyecto de pijamas femeninas.

Tabla 73 TIR – E y TIR - F

Tasa Interna Retorno (TIR)	
TIR-E	39.79%
TIR-F	63.47%

6.6.3 Análisis Beneficio - Costo (B/C)

Se obtendrá de la división entre los valores presentes de los flujos económicos y financieros con respecto a la inversión generada. En vista de lo planteado, la tabla 74 determina los indicadores del ratio B/C económico, así como el valor del B/C financiero estos serán iguales a 1,87 y 2,67 respectivamente. En síntesis, el proyecto de pijamas femeninas será aceptable y viable, ya que los indicadores resultarán mayores a 1. ($B/C > 1$)

Tabla 74 Beneficio – Coste (B/C)

Beneficio – Costo (B/C)	
B/C - E	1,87
B/C - F	2,67

6.6.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Se referirá al tiempo de recuperación de la inversión del proyecto a lo largo del horizonte de tiempo, esto a través de la actualización de los flujos de caja con el propósito de cubrir los saldos negativos de la deuda generados en la fase preoperativa.

- **Periodo de Recupero Económico (PRI – E)**

Calculará el tiempo de recupero por parte del proyecto en el horizonte de tiempo. La tabla 75 determina que el tiempo estimado de recupero será aproximadamente 2,90 años (2 años y 11 meses). Por lo que se concluye que el proyecto será aceptable, puesto que el monto de deuda generada en el año 0 se logrará recuperar en los 3 primeros años.

Tabla 75 Periodo de Recupero Inversión Económica (PRI – E)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Económico	-2,144,090	849,512	903,987	1,031,968	879,387	2,486,279
Valor Actual Neto		748,893	702,526	706,995	531,105	1,323,733
Valor Actual Acumulado		748,893	1,451,419	2,158,414	2,689,520	4,013,253
Valor Actual Neto Acumulado		-1,395,197	-692,671	14,324	545,430	1,869,163

- **Periodo de Recuperación Inversión Financiera (PRI – F)**

Evaluará el tiempo de recupero por parte de los inversionistas durante el horizonte de tiempo de la empresa. Según la tabla 76, se determinará el tiempo necesario para que los inversionistas logren recuperar los aportes propios realizados en el financiamiento de la empresa. En relación con ello, el tiempo de recupero financiero será de 2,72 años (2 años y 8 meses). Por lo que se infiere que el proyecto resultará viable puesto que se recuperará el déficit ocasionado por la financiación en los bancos y/o cajas.

Tabla 76 Plazo de Recupero de Inversión Financiera (PRI – F)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Financiero	-1 032 276	582 086	629 350	749 056	586 981	2 182 977
Valor Actual Neto		498 699	461 949	471 051	316 248	1 007 638
Valor Actual Acumulado		498 699	960 648	1 431 698	1 747 947	2 755 585
Valor Actual Neto Acumulado		-533 577	-71 628	399 423	715 671	1 723 310

6.7 Análisis de sensibilidad

Se analizará los ajustes en los valores correspondientes a las ventas y egresos, esto con la finalidad de evaluar su máxima y mínima variación ante los cambios de sus variables con respecto a los indicadores de rentabilidad.

6.7.1 Ingresos

Se evaluará los cambios en la variación del valor unitario y demanda del negocio.

- **Sensibilidad del Precio**

La tabla 77 registra el análisis de sensibilidad correspondiente a la variable precio y como se puede apreciar ante una reducción mayor o igual al 10% de su valor se obtendrán valores negativos en los indicadores de VAN – E y VAN – F. Asimismo, no sería rentable debido a que los valores del beneficio – costo resultarían menores a 1 ($B/C < 1$). Sin embargo, ante ajustes del precio superiores al 5% el proyecto mantiene su rentabilidad.

Tabla 77 Análisis de Sensibilidad Precio

Variación	Sensibilidad del Precio					
	VAN-E	VAN-F	TIR-E	TIR-F	B/C-E	B/C-F
20%	6 125 451	5 648 079	92.05%	162.66%	3.82	6.37
15%	5 060 903	4 665 626	79.58%	138.43%	3.34	5.46
10%	3 996 670	3 684 007	66.78%	113.88%	2.85	4.54
5%	2 932 755	2 703 231	53.56%	88.93%	2.36	3.61
0%	1 869 163	1 723 310	39.79%	63.47%	1.87	2.67
-5%	769 384	715 398	23.90%	34.63%	1.34	1.64
-10%	(358 588)	(327 547)	8.56%	8.55%	0.86	0.73
-15%	(1 493 886)	(1 388 367)	-5.36%	-13.11%	0.45	0.02
-20%	(2 669 256)	(2 498 503)	-17.23%	-29.59%	0.11	0.61

- **Sensibilidad de la Demanda**

La tabla 78 muestra los cambios correspondiente a la variable demanda y como se puede apreciar el proyecto resultará rentable y viable en el tiempo, esto debido a que la variación en el incremento y reducción de la demanda los indicadores financieros resultarán rentables. El indicador de Valor Actual Neto (VAN) generará riqueza adicional al proyecto y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) será mayor a las tasas COK y WACC. No obstante, para una reducción de la demanda en un 20%, el proyecto dejará de ser viable.

Tabla 78 Análisis de Sensibilidad de la Demanda

Variación	Sensibilidad de la Demanda					
	VAN-E	VAN-F	TIR-E	TIR-F	B/C-E	B/C-F
20%	4 218 409	3 902 692	66.28%	111.46%	2.86	4.52
15%	3 630 104	3 355 284	60.13%	100.25%	2.62	4.08
10%	3 042 438	2 809 522	53.69%	88.55%	2.38	3.62
5%	2 455 485	2 265 537	46.93%	76.32%	2.13	3.15
0%	1 869 163	1 723 310	39.79%	63.47%	1.87	2.67
-5%	1 279 162	1 179 889	31.98%	49.43%	1.60	2.15
-10%	668 075	620 291	22.99%	33.31%	1.30	1.58
-15%	55 490	56 585	14.14%	17.95%	1.02	1.05
-20%	(558 502)	(510 848)	5.36%	3.28%	0.76	0.55

6.7.2 Egresos

Para el siguiente análisis se evaluará la sensibilidad correspondiente a los materiales de fabricación del producto, los cuales se determinará si el proyecto resultará viable o no ante la variación de dichas variables.

- **Sensibilidad de Materiales**

La tabla 79 detalla los cambios correspondiente a los materiales y como se puede apreciar ante una reducción hasta del 20%, el proyecto mantendrá su viabilidad en el tiempo; asimismo, para un incremento de la materia prima los indicadores financieros como el VAN, TIR y B/C resultarán aceptables y rentables.

Tabla 79 Análisis de Sensibilidad de Materiales

Variación	Sensibilidad de Materiales					
	VAN-E	VAN-F	TIR-E	TIR-F	B/C-E	B/C-F
20%	417 703	395 356	18.96%	26.18%	1.18	1.34
15%	714 567	668 591	23.28%	33.83%	1.31	1.60
10%	1 010 638	939 707	27.81%	42.07%	1.46	1.88
5%	1 303 992	1 207 143	32.47%	50.74%	1.61	2.17
0%	1 869 163	1 723 310	39.79%	63.47%	1.87	2.67
-5%	1 856 224	1 715 776	40.11%	64.79%	1.87	2.66
-10%	2 132 340	1 970 092	43.86%	71.76%	1.99	2.91
-15%	2 408 456	2 224 409	47.57%	78.71%	2.12	3.15
-20%	2 684 572	2 478 725	51.24%	85.64%	2.25	3.40



CAPÍTULO 7: Conclusiones y Recomendaciones

Las conclusiones y recomendaciones realizadas durante los seis capítulos del presente trabajo serán las siguientes:

7.1 Conclusiones

- El mercado en estudio es próspero ya que las personas con acceso a las TIC y al internet en el Perú se incrementará anualmente; así pues, al finalizar el año 2020, se registraron 263 200 negocios que implementan el comercio electrónico y 11,8 millones de compradores *online* en el Perú según el reporte anual de CAPECE.
- De acuerdo con los índices que se obtuvieron de la matriz EFE y EFI, el proyecto abarcara una estrategia de desarrollo del producto a través de estrategias de diferenciación para así fidelizar a los potenciales clientes, con el fin de disminuir la amenaza de marcas posicionadas y posibles nuevos competidores.
- La segmentación demográfica desarrollada a partir de las fuentes históricas del departamento de Lima Metropolitana establece que el rango de edades de mayor preferencia será de 18 a 25 años y más del 50% del público objetivo trabaja y estudia, así como percibirán ingresos entre S/ 1 500 a S/ 2 500.
- Los análisis de los factores de macrolocalización y microlocalización del proyecto en respaldo con la utilización del ranking de factores evidenciaron que; en primer lugar, la planta industrial se ubicará en la macrolocalización en Lima Centro. Mientras que, para el análisis de microlocalización, se ubicará específicamente en la Avenida Ancash al poseer el mayor puntaje ponderado equivalente a 3,70. Asimismo se encontrará en una zona céntrica y de fácil acceso
- El capital de trabajo que se necesita para iniciar el proyecto es de S/859 773, esto en base al análisis del Déficit Acumulado durante la fase preoperativa de modo que logre cubrir los costos iniciales durante la puesta en marcha la fabricación de pijamas.

- El valor del TIR- E es de 39,79% y el TIR-F es de 63,47% por lo que se evidencia que el estudio realizado será viable y rentable en el tiempo. Asimismo, el valor del B/C-E es 1,87 y el valor del B/C-F es de 2,67 por lo que se concluye que por cada nuevo sol que se invierte, se obtendrá un beneficio adicional de S/0,87 y S/0,67 respectivamente.
- En el análisis de sensibilidad para el precio al momento de disminuir su valor en 10% el proyecto dejará de ser viable, sucede lo mismo cuando los materiales, si su valor se incrementa en 15% los indicadores de rentabilidad serán negativos.

7.2 Recomendaciones

- Disponer de una cartera de proveedores precalificados en función a la calidad de sus telas, elásticos, hilos y bolsas de empaque.
- Mantener en seguimiento aquellos eventos del comercio electrónico que se tienen en cada año entre más de 200 marcas anualmente como el *CyberWow* y *CyberDay* ejecutados durante las campañas de marzo y julio.
- Se recomienda la elección de un *influencer* apropiado para al público objetivo. (mujeres de NSE A, B y C) en los diversos niveles socioeconómicos del mercado potencial, de modo que logre mayor captación y alcance en el posicionamiento de la marca.
- Según el contexto estudiado, no se descarta la posibilidad de diversificar de productos como incluir otras opciones de pijamas como batas o camisones.
- Aprovechar los eventos que influyen en el diseño de las telas de los pijamas como por ejemplo estrenos de películas (barbie) y/o series (la casa de papel), eventos deportivos (eliminarias para el mundial) y los días festivos. (*Halloween*, navidad, fiestas patrias, etc.)
- Se recomienda un plan estratégico de implementar publicaciones semanales en las redes sociales de mayor sintonía (Facebook, Tik Tok, Instagram) a fin de incentivar las ventas de *ecommerce*.

Bibliografía

ALGODONERA CONTINENTAL

Productos. Consulta: 25 de setiembre de 2021

<https://algodoneracontinental.com/>

AMÉRICA RETAIL

E-commerce: Las 5 tecnologías del futuro que transformarán el e-commerce. Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://www.america-retail.com/ecommerce/ecommerce-las-5-tecnologias-del-futuro-que-transformaran-el-e-commerce/>

AMÉRICA RETAIL

Industria textil peruana asfixiada por importaciones. Consulta: 20 de junio de 2021

<https://www.america-retail.com/peru/industria-textil-peruana-asfixiada-por-importaciones/>

ANTEVENIO

Consejos para ganar visibilidad en Instagram. Consulta: 20 de junio de 2021

<https://www.antevenio.com/blog/2020/04/ganar-visibilidad-en-instagram/>

ARELLANO

Estilos de vida. Consulta: 02 de junio 2021

<https://www.arellano.pe/los-seis-estilos-de-vida/>

ATEXGA

Guía de Prevención de Riesgos Laborales. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<http://www.atexga.com/prevencion/es/guia/riesgos-especificos/riesgos-ciertos-procesos.php>

ATX NEWS

Tendencia en tecnología de la industria textil. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://atx.mx/2020/08/27/tendencias-en-tecnologia-de-la-industria-textil/>

BANCO MUNDIAL

El banco mundial en Perú. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

BCP

Crédito Efectivo Negocios – Activo Fijo Mueble. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.viabcp.com/pymes/financiamiento/capital-para-negocio/credito-efectivo-activo-fijo-mueble>

BBVA

Perú | La inflación cerró el año 2020 en 2,0%. Consulta: 16 de mayo de 2021.

<https://www.bbvarsearch.com/publicaciones/peru-inflacion-cerro-el-ano-2020-en-20/#:~:text=En%20diciembre%2C%20el%20%20%20C3%8Dndice%20de,en%202.0%25%20en%20t%20C3%A9rminos%20interanuales>

BBVA

Leasing Financiero. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.bbva.pe/empresas/productos/financiamiento/leasing.html>

BERROCAL, Julio

2020 ¿Cuáles son las normas que regulan el ecommerce o comercio electrónico? Linkea tu abogado.

<https://linkeatuabogado.com/cuales-son-las-normas-que-regulan-el-ecommerce-o-comercio-electronico/>

BITNESS

Peruanos modificaron su frecuencia de compra online durante la cuarentena. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://bitness.pe/peruanos-modificaron-su-frecuencia-de-compra-online-durante-lacuarentena>

CAJA AREQUIPA

Créditos con Pymes. Obtenido: 27 de noviembre 2021

<https://www.cajaarequipa.pe/negocios/credito-convenio-con-pymes/>

CAJA HUANCAYO

Productos de Crédito. Consulta: 27 de noviembre de 2021

https://www.cajahuancayo.com.pe/PCM_ProdServicios/PCM_frmProCredito.aspx?cCodigo=42

CAJA PIURA

Crédito contigo MYPE. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.cajapiura.pe/creditos/credito-empresariales/credito-contigo-mype-1>

CÁMARA PERUANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO (CAPECE)

2021 *reporte oficial de la industria ecommerce en el Perú*. Lima. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>

CARRERAS UNIVERSITARIAS

Ingeniería Textil. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://carrerasuniversitarias.pe/carreras/ingenieria-textil>

CASTELLANOS, Luis

2015 “Estrategia y planes”. En *WordPress*. Obtenido: 02 de mayo 2022

<https://lcestrategia.wordpress.com/>

CDN

Proyecto de protocolo del sector textil y confecciones. Consulta: 27 de noviembre de 2021

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/687501/Produce_-_Protocolo_Textil.pdf

CONCEPTOS JURIDICOS

Sociedad anónima. Obtenido: 27 de noviembre 2021

<https://www.conceptosjuridicos.com/pe/sociedad>

CLOVER

5 razones de porque usar pijamas. Consulta: 16 de junio de 2021

<https://www.pijamas-clover.com/por-que-usar-pijama/>

CLOVER

Pijama juvenil. Consulta: 27 de junio de 2021

<https://www.clover.com.pe/pijamas-mujer/pijama-juvenil-french-terry-mod-cinema-dream-167.html>

COCOTFYMA

¿Cuál es el mejor material para la ropa interior? Consulta: 02 de septiembre de 2021

<https://cocotfyma.com.pe/blog/ropa-interior-para-mujeres/cual-es-el-mejor-material-para-la-ropa-interior/>

COMEXPERÚ

¿Y cómo vamos en el acceso a internet? Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.comexperu.org.pe/articulo/y-como-vamos-en-el-acceso-a-internet#:~:text=En%20su%20primer%20%C3%B1o%20de,a%202.3%20millones%20de%20ciudadanos>

COMITÉ NACIONAL DE CONSERVACION TEXTIL DIRECCION DE BIBLIOTECAS ARCHIVOS Y MUSEOS FUNDACION ANDES

2002 manual de conservaciones preventiva de textiles. Santiago de Chile. Consulta: 30 de agosto de 2021

<http://www.cnct.cl/documentos/manualconservacion.pdf>

SIN PERUANA DE ESTUDIOS DE MERCADOS Y OPINIÓN PÚBLICA S.A.C.

2019 *Perú: Población 2019*. Lima. Obtenido: 02 de junio 2021

http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

COMPUCLOUD

7 principales amenazas a E-commerce y mejores prácticas para disminuirlas. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.compucloud.com.mx/7-principales-amenazas-a-E-commerce-y-mejores-practicas-para-disminuirlas>

CONEXIÓN SENATI

Industria textil: Hilando del futuro. Consulta: 02 de mayo 2021

<https://www.senati.edu.pe/conexionsenati/educacion-tecnologica/industria-textil-hilando-el-futuro/>

CONSUMER TRUTH

¿Cómo se encuentra el gasto de los hogares en Perú? – RADDAR CKG. Consulta: 02 de mayo de 2021

<http://www.consumer-truth.com.pe/2020/08/20/gasto-hogares-peru/>

COPYCENTER

Tizas. Consulta: 02 de octubre de 2021

<https://copycenter.com.pe/tiza-blanca-caja-x50-artesco>

DE PERÚ

Tasa de cambio histórico. Consulta: 02 de julio 2021

https://www.deperu.com/tipo_cambio/historico/

DESTINO NEGOCIO

¿Cómo puede ser más competitiva la empresa? Consulta: 16 de mayo 2022

<https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/como-puede-ser-mas-competitiva-la-empresa/>

DIGITAL BLAK

Las ventajas de los vestuarios de algodón. Consulta: 02 de junio de 2021

<https://digitalblak.com/blogs/blog/las-ventajas-de-la-ropa-de-sin>

DIRECTORIO DE FABRICAS

Fábricas de Telas en Perú. Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://www.directoriodefabricas.com/peru/fabricantes-de-telas-en-peru.html>

DISTRIPACK

Cajas convencionales. Consulta: 02 de octubre 2021

<https://www.dstripack.com.pe/gracias/>

DOCTIMIZA

Estrategia digital. Obtenido: 20 de junio de 2021

<https://doctimiza.com/estrategia-digital/>

DOOFINDER

14 promociones de ventas para que tus productos se conviertan en una tentación irresistible.

Consulta: 16 de junio 2021

<https://www.doofinder.com/es/blog/promociones-de-ventas>

ECOMMERCE NEWS

El 91% de peruanos piensa comprar online en los próximos meses ¿Dónde lo harán? Consulta: 16 de junio de 2021

<https://www.ecommercenews.pe/comercio-electronico/2020/peruanos-comprar-online.html>

EDUCA WEB

Jefe de Marketing. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.educaweb.mx/profesion/jefe-marketing-155/>

EDUCA WEB

Ejecutivo de Ventas. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://resources.workable.com/es/ejecutivo-de-ventas-descripcion-del-puesto>

EDUCA WEB

Gerente de recursos humanos. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://resources.workable.com/es/gerente-de-rr-hh-descripcion-del-puesto>

EL COMERCIO

Candidatos Presidenciales Elecciones Generales 2021. Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://especiales.elcomercio.pe/?q=especiales/elecciones-2021-candidatos-presidenciales-comicios-generales-nnnd-ecvisual-ecpm/index.html>

EL COMERCIO

Resultados de la ONPE: Conoce aquí las cifras oficiales con miras a la segunda vuelta.

Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://elcomercio.pe/elecciones-2021/resultados-onpe-elecciones-2021-conoce-sin-las-cifras-oficiales-de-las-elecciones-generales-de-peru-segunda-vuelta-pedro-castillo-keiko-fujimori-6-de-junio-jne-nuevo-presidente-congresistas-y-parlamento-andino-resultados-oficiales-pandemia-de-covid-19-100-por-ciento-actas-procesadas-boca-de-urna-conteo-rapido-oficina-nacional-de-procesos-electorales-noticia/>

EL COMERCIO

Gratificación 2021: ¿Cómo calcular cuánto me tocará recibir de acuerdo con mi remuneración? Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://elcomercio.pe/respuestas/gratificacion-de-julio-como-calcular-cuanto-deben-pagarme-este-mes-gratificacion-fiestas-patrias-bonificacion-peru-nnda-nnlt-noticia/?ref=ecr>

EL PERUANO

¡Atención trabajadores! Hoy vence el plazo para el depósito semestral de la CTS. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://elperuano.pe/noticia/120873-atencion-trabajadores-hoy-vence-el-plazo-para-el-deposito-semestral-de-la-cts>

EL PERUANO

Crecimiento económico del Perú será mayor al del promedio de Latinoamérica. Obtenido: 16 de mayo de 2021

<https://elperuano.pe/noticia/101925-crecimiento-economico-del-peru-sera-mayor-al-del-promedio-de-americalatina#:~:text=As%C3%AD%20el%20PBI%20peruano%20se,y%203.8%25%20para%20el%202023.>

EL PERUANO

Exportaciones crecerían un 19.5%. Obtenido: 03 de julio de 2021

<https://elperuano.pe/noticia/122164-exportaciones-crecerian-195#:~:text=En%20Latinoam%C3%A9rica%2C%20Per%C3%BA%20tendr%C3%A1%20el,ser%C3%A1%20de%2020.8%25%20calcularon.>

ELEVACION DIGITAL

Ejemplos de Empresas: SAC y EIRL. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://elevaciondigital.pe/blog/tipos-de-empresas-sac-eirl-peru/>

EMPLEOS TI

Perfil de Gerente de Sistemas. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://empleosti.com.mx/enciclopedia-de-perfiles-ti/perfil-de-gerente-de-sistemas>

EMPRENEDORES TV

Ganar dinero con el negocio de pijamas. Obtenido: 02 de mayo de 2021

<https://emprendedores.tv/gana-dinero-con-el-negocio-de-pijamas/>

EMPRENDERALIA MAGAZINE

Cómo crear una tienda online en 10 pasos, 3 meses y sin inversión. Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://www.emprenderalia.com/como-crear-una-tienda-online/>

ENTRE LANAS

Productos. Consulta: 02 de octubre de 2021

<https://entrelanas.pe/>

EPSON

Impresora Multifuncional Epson EcoTank L3150. Consulta: 02 de octubre de 2021

<https://epson.com.pe/Para-el-hogar/Impresoras/Inyecci%C3%B3n-de-tinta/Impresora-Multifuncional-Epson-EcoTank-L3150/p/C11CG86303>

ESCUELA DE NEGOCIOS Y DIRECCIÓN

¿Cuáles son las razones de diversificar un negocio? Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/asesoria/razones-diversificacion-negocio/>

EURO INNOVA

Blog de jefe de ventas funciones y responsabilidades. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.euroinova.edu.es/blog/jefe-de-ventas-funciones-y-responsabilidades#:~:text=La%20funci%C3%B3n%20principal%20de%20un,los%20vendedores%20de%20una%20empresa.>

FACEBOOK

Business. Obtenido: 27 de noviembre 2021

<https://www.facebook.com/business/ads/pricing>

FALABELLA

Máquina Recubridora 14T97. Consulta: 16 de setiembre 2021

<https://www.falabella.com.pe/falabella-pe/product/17371391/Maquina-Recubridora-14T97/17371391>

FALABELLA

Banca plegable negra 180 cm. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.falabella.com.pe/falabella-pe/product/17232854/Banca-plegable-negra-180-cm/17232854?kid=shopp800000182745&gclid=Cj0KCQjwkbuKBhDRARIsAALysV7AlUxen_qOfETC1Ry54QhTNMLMVtPCk4Vbrbt3O3IMXqNUhY8h-QQaAuIxEALw_wcB

FALCÓN, Daniel

2015 “Comercio electrónico en Perú: *Retails*”. *Gestión*. Lima. Consulta: 02 de mayo 2021

<https://gestion.pe/blog/innovaciondisrupcion/2015/03/comercio-electronico-en-el-peru-retails.html/>

GAMARRA PERU

Productos elásticos. Consulta: 02 de octubre de 2021

<https://gamarraperu.pe/product/elasticos-polyester/>

GERENCIE

Vida útil de activos fijos no depreciables. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.gerencie.com/vida-util-de-los-activos-fijos.html>

GESTIÓN

2020 “Despierta interés por ropa cómoda y pijamas en el exterior lo que favorecerá a confeccionistas peruanos”. *Gestión*, Lima, 09 de Setiembre. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://gestion.pe/economia/interes-por-ropa-comoda-y-pijamas-crece-en-el-exterior-y-favoreceria-a-confeccionistas-peruanos-noticia/>

GESTIÓN

2021 “Economía peruana crecerá un 9% en el 2021, según sondeo Bloomberg”. *Gestión*. Lima, 26 de marzo. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://gestion.pe/economia/economia-peruana-crecera-9-en-el-2021-sin-sondeo-de-bloomberg-noicia/>

GESTIÓN

2019 “Hogares promedian un gastos anuales más en vestuarios de mujer que de niños”. *Gestión*. Lima, 01 de abril. Consulta: 12 de junio de 2021

<https://gestion.pe/tendencias/hogares-gastan-ano-ropa-mujer-ninos-262937-noticia/?ref=gesr>

GESTION

2020 “Primer caso de coronavirus en Perú: la historia de contagio en el piloto”. *Gestión*. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://gestion.pe/peru/primer-caso-de-coronavirus-en-peru-los-detalles-del-contagio-del-piloto-noticia/?ref=gesr>

GESTION

2020 “Ventas del sector retail se incrementaron en 7.2% el 2018 por salvación del consumo y más promociones”. *Gestión*. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://gestion.pe/economia/ventas-sector-retail-crecieron-7-2-2018-recuperacion-consumo-promociones-256405-noticia/>

GESTION

2020 “El 90% de las exportaciones peruanas de pijamas se destina a USA”. *Gestión*. Obtenido: 02 de julio de 2021

<https://gestion.pe/economia/90-exportaciones-peruanas-pijamas-destinan-estados-unidos-258443-noticia/?ref=gesr>

GESTION

2019 “Tipos de sociedad: ¿Cuál es la diferencia entre SA, SAC, SRL, EIRL Y SAA?”. *Gestión*.

Consulta: 16 de agosto de 2021

<https://gestion.pe/economia/management-empleo/tipos-empresa-diferencia-sa-sac-srl-eirl-saa-razon-social-nnda-nnlt-251229-noticia/>

GESTION

Seguro de vida ley: quienes tienen derecho y que cubre. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://gestion.pe/tu-dinero/seguro-de-vida-ley-quienes-tienen-derecho-y-que-cubre-seguros-mercado-asegurador-apeseg-nnda-nnlt-noticia/>

GESTION

¿Cuántos días vacacionales les corresponden a los colaboradores de otros países? Consulta:

27 de noviembre de 2021

<https://gestion.pe/economia/management-empleo/dias-vacaciones-les-corresponden-trabajadores-otros-paises-vacaciones-pagadas-nnda-nnlt-271417-noticia/>

GLOBAL PETROL PRICES

Precios de la electricidad en Perú. Consulta: 27 de noviembre 2021

https://es.globalpetrolprices.com/Peru/electricity_prices/

HIRAOKA

Máquina Recubridora Janome 2000CPX. Consulta: 02 de octubre de 2021

https://hiraoka.com.pe/maquina-recubridora-janome2000cpx?gclid=CjwKCAjwhOyJBhA4EiWaEcJdcdS1X6Kn1il9hAINf5l6NBbwOhsGdCPSAEcFHMsrzlPhLfuJKFhoCSnYQAvD_BwE

IBERDROLA

Características de la generación X, YZ. Consulta: 12 de junio de 2022

<https://www.iberdrola.com/talento/generacion-x-y-z#:~:text=La%20revoluci%C3%B3n%20la%20han%20marcado,la%20intermediaci%C3%B3n%20de%20una%20pantalla.>

IBERO MEDIA

Ventajas de Instagram para un ecommerce. Consulta: 16 de junio 2021

<https://iberomedia.com/blog-inbound-marketing/ventajas-instagram-ecommerce/>

IEBS

Tienda online vs tienda física, ¿tendrá éxito la tienda de Aliexpress Plaza física en Madrid?

Consulta: 16 de junio de 2021

<https://www.iebschool.com/blog/tienda-online-vs-tienda-fisica-aliexpress-plaza-e-commerce/>

IEM

¿Qué hace un ecommerce manager? Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://iembs.com/read-think/responsabilidades-de-un-ecommerce-manager/>

IPSOS

Generaciones del Perú 2020. Obtenido: 02 de mayo de 2021

<https://www.ipsos.com/es-pe/generaciones-en-el-peru-2020>

IPSOS

2020 “El 66% de mujeres peruanas visitan los malls en búsqueda de precios económicos”.

Gestión. Lima, 5 de febrero. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-02/el66demujeres-peruanas-acude-a-malls-buscando-precios-bajos.pdf>

IN BLOOM

Pijama camila avena. Consulta: 27 de junio de 2021

<https://inbloom.com.pe/pijamas/pj-camila-m3-4-avena-heather>

INEI

Manufactura. Consulta: 27 de junio de 2021

<https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/manufacture/>

INEI

En el Perú más de 16 millones 600 mil mujeres celebran su día este 8 de marzo. Consulta: 15 de junio de 2021

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/en-el-peru-mas-de-16-millones-600-mil-mujeres-celebran-su-dia-este-8-de-marzo-12774/>

INSTITUTE OF DEVELOPMENT RESEARCH FOR PROFESSIONALS

Proyecciones económicas del Perú según actividades extractivas: 2021-2024. Consulta: 15 de junio de 2021

<http://idr.com.pe/blog/30-proyecciones-economicas-peru-sin-actividades-extractivas-2021-2024>

INEI

2020 estado de la población peruana 2020 [informe]. Lima. Consulta: 02 de junio de 2021

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/cap07.pdf

INSTOREVIEW

Tendencia 2020: los consumidores de la nueva época. Consulta: 02 de junio de 2021

<https://www.instoreview.com/tendencias-2020-los-consumidores-de-la-nueva-epoca-pillar>

ISC

International security central. Consulta: 27 de noviembre de 2021

https://iscperu.pe/empresa-de-seguridad-en-peru/?gclid=CjwKCAjwz5iMbhAEiwAMAngJiE5kApjcyjTNIfoZ-84oIqu7om6-liJf4E-AeA3Iu_5D1FW2MIZBoCg3cQAvD_BwE

ISTAS

Iluminación. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://istas.net/salud-laboral/peligros-y-riesgos-laborales/iluminacion>

IZA BUSINESS CENTERS

Beneficios de la participación de mercado en las empresas. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://blog.izabc.com.mx/beneficios-de-la-participacion-de-mercado-en-las-empresas#:~:text=Es%20una%20medida%20imprescindible%20si,fin%20de%20mejorar%20esos%20puntos.>

KAIZEN

Corte y tendedora de tela. Consulta: 27 de setiembre de 2021

<https://www.kaizen.com.pe/rubro/corte-y-tendedora-de-tela>

LA CAMARA

Casos para regularizar el IR de Tercera Categoría 2020. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://lacamara.pe/casos-para-regularizar-el-ir-de-tercera-categoria-2020/>

LA CURACAO

Máquina recubridora Brother cv3550 – blanco. Consulta: 02 de octubre de 2021

https://www.lacuracao.pe/curacao/m%C3%A1quina-recubridora-brother-cv3550---blanco-cv3550?gclid=CjwKCAjwhOyJBhA4EiwAEcJdcd7IbyZt7CwdbZP1XWvt0XN8Z2Kwbw9NKQtK5pStfFo6m8s9PtRZ1RoCUiUQAvD_BwE

LENOVO

IdeaPad 5i (14", Intel). Consulta: 02 de octubre de 2021

https://www.lenovo.com/pe/es/laptops/ideapad/serie-500/IdeaPad-5i-14IIL05/p/82FE00CDLM?cid=pe:sem|se|google|ssc+todos+los+productos|grupo+de+anuncio|es_PE82FE00CDLM|8981267480|96393509931|pla-1513661637752|shopping|mixed|all&gclid=CjwKCAjw7rWKBhAtEiwAJ3CWLO84Zx5HKg5TeRzKiyMXTsH2X71ckgX5WfvIGuMpSy6JR1NiG rZbjhoCRNkQAvD_BwE

LEONISA

Pijama camiseta y pantalón largos silueta semiajustada. Consulta: 27 de junio de 2021

<https://www.leonisa.com/pe/productos/pijama-pantalon-largo-estampado-floral/?ColorSelectionId=71572>

LGA

Betas Damodaran 2021 – español – Excel. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.lga.pe/post/betas-damodaran-2021-espanol-excel>

MAGITECH

Proyector Epson PowerLite. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://www.magitech.pe/proyector-epson-powerlite-x24-lumens-3500-xga-1024x768-3lcd.html>

MAPFRE

Avances tecnológicos en la industria textil. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.mapfre.es/seguros/empresas/negocio/seguros-para-industrias/articulos/avances-industria-textil.jsp>

MAQUITEX

Cortadoras de tela. Consulta: 27 de setiembre de 2021

https://maquitexperu.com/?product_cat=tela

MAQUITEX

Cortadora de tela de 10 código: czd-3 10. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://maquitexperu.com/?product=cortadora-de-tela-de-10-codigo-czd-3-10>

MAQUITEX

Cortadora circular de 5 pulgadas código: rsd-125. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://maquitexperu.com/?product=cortadora-circular-de-5-pulgadas-codigo-rsd-125>

MH Education

Unidad 1: El Área de Recursos Humanos. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.mheducation.es/bev/guide/capitulo/8448169352.pdf>

MEDALLA & GRACELA

Tela franela: por qué elegir para el forro de tus chamarras. Consulta: 02 de junio de 2021

<https://www.medallagacela.com.mx/ropa-industrial/tela-franela-por-que-elegirla-para-forro-de-chamarras/>

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

Informe Preelectoral: Crecimiento de la economía peruana sería de 5.1% en promedio durante el período 2021 – 2026. Consulta: 16 de mayo de 2021

https://www.mef.gob.pe/index.php/?option=com_content&view=article&id=6852&Itemid=101108&lang=es

MOTOREX

Utiliza poliuretano para mayor protección. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://www.motorex.com.pe/blog/ventajas-poliuretano-pisos-madera/>

MOVISTAR

Movistar Empresas. Consulta: 27 de noviembre de 2021

https://movistarempresas.pe/negocios-duo?tsource=1033&gclid=CjwKCAiA7dKMBhBCeiwAO_crFLFqCPejaku21ZY7rcuRulnTRVNZo86MPgs9Ern2ZGNAYAetBRErtRoCuaAQAvD_BwE

MUNICIPALIDAD DE LIMA

Tu licencia de funcionamiento. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://aplicativos.munlima.gob.pe/extranet/licencias/>

NOTICIERO CONTABLE

Legalización de Libros Contables. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.noticierocontable.com/legalizacion-de-libros-contables/>

NOVOTEC

Lavadora industrial. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://novotec.com.pe/lavanderia/wp-content/uploads/2020/05/Lavadora-secadora-Industrial-IPSO.pdf>

SANA ECCOMERCE

¿Cuáles son las ventajas del comercio electrónico? Consulta: 16 de setiembre de 2022

<https://www.sana-commerce.com/es/conceptos-de-comercio-electronico/ventajas-del-comercio-electronico/>

OBSERVATORIO ECOMMERCE & TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Identifica las oportunidades de mercado de tu Ecommerce. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://observatorioecommerce.com/identifica-las-oportunidades-mercado-ecommerce/>

OLVA COURIER

E-commerce. Consulta: 03 de junio de 2021

<https://www.olvacourier.com/servicios/e-commerce/>

PENSEMOS

5 fuerzas de Porter: ¿qué son y cómo usarlas a partir de ejemplos? Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://gestion.pensempos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos#:~:text=El%20poder%20de%20negociaci%C3%B3n%20de%20los%20compradores%20es%20una%20fuerza,hacia%20los%20cambios%20de%20precio.>

PEREZ, Cindy

2011 *comercio electrónico en el Perú: factores determinantes de su desarrollo (2005-2010)*. Tesis para optar el título de economista. Trujillo: Universidad Mayor de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas.

PERÚ RETAIL

2019 “Perú: mayor inversión en ropa de hogares es prenda de mujeres”. *Perú Retail*. Lima, 10 de mayo. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.peru-retail.com/peru-mayor-inversion-ropa-hogares-prendas-mujer/#:~:text=En%20ropa%20interior%2C%20pijamas%20y,es%20de%20solo%20el%2040%25.>

PICHINCHA

Solicitud de préstamos bancarios. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.pichincha.pe/empresas/solicitar-ahora>

PLASTICOS CARMEN

Bolsas y bobinas. Consulta: 02 de octubre de 2021

https://plasticoscarmen.com/bolsas-y-bobinas/?gclid=CjwKCAjw2P-KBhByEiwADBYWCqQIVT-CdPBn_LEFWadjruuo0P4-sBCka-bQITZA8OvQxUk92MvF0hoCWoUQAuD_BwE

PLATAFORMA DIGITAL UNICA DEL ESTADO PERUANO

Registrar una marca. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.gob.pe/333-registrar-una-marca-registrar-marca-de-producto-y-o-servicio>

PLATAFORMA DIGITAL UNICA DEL ESTADO PERUANO

Registrar o constituir una empresa. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

PM CASA

Consejos para escoger una bata de baño. Consulta: 02 de septiembre de 2021

<https://pmcasa.com/tips/consejos-para-escoger-una-bata-de-bano/>

POSTCRON

¿Cómo fidelizar clientes en las redes sociales? 7 métodos Efectivos para ganar la Lealtad de los Usuarios. Consulta: 16 de junio de 2021

<https://postcron.com/es/blog/fidelizar-clientes-online/>

POSTULA YA

Jefe de Planeamiento y Control de la Producción – Empresa Industrial – Surpack SA. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.postulaconlatuya.pe/jefe-de-planeamiento-y-control-de-la-produccion-empresa-industrial-surpack-sa/>

POSTULA YA

Gerente de Producción. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.postulaconlatuya.pe/gerente-de-produccion-exp-textil-talento-humano-peru/>

PROFLIMSA

Empresa de Limpieza y Saneamiento ambiental. Consulta: 27 de noviembre de 2021

https://proflimsa.pe/?gclid=CjwKCAjwz5iMBhAEEiwAMEAwGK54fGEMr5_CIJts-BmT_GEZsbRil4Bai30co0w8j_1MbenD_4dt2RoC4d0QavD_BwE

PROVEEDORES GAMARRA

Telas de algodón. Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://proveedores.gamarra.com.pe/category/telas/telas-de-sin/>

PROVEEDORES GAMARRA

Telas de franela. Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://proveedores.gamarra.com.pe/category/telas/telas-franela/>

RABIMPORT

JACK – Recubridoras de base plana – Collaretera. Consulta: 27 de setiembre de 2021

<https://www.rabimport.com/rabimport/marca/jack/recubridoras-de-base-plana-collaretera>

RICHARD MURTHER

Distribución en planta. 1970

<https://richardmuther.com/wp-content/uploads/2016/07/Spanish-PPL.pdf>

RIPLEY

Cartucho de tinta HP 664 – Tricolor de tinta HP 664 – Tricolor. Consulta: 27 de noviembre de 2021

[https://simple.ripley.com.pe/cartucho-de-tinta-hp-664-tricolor-2004176063164p?s=o&utm_content=ripley_hp&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Ripley PE MIX Print Supplies Ink OPEX Google All Smart-PLA ROAS&gclid=CjwKCAiA1uKMBhAGEiwAxzvX9yHTIugZzBHmpG0xhX3mwchtt7PC0SNaWWVRvtICNyDgjkpdSS0L2hoCofcQAvD_BwE](https://simple.ripley.com.pe/cartucho-de-tinta-hp-664-tricolor-2004176063164p?s=o&utm_content=ripley_hp&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Ripley%20PE%20MIX%20Print%20Supplies%20Ink%20OPEX%20Google%20All%20Smart-PLA%20ROAS&gclid=CjwKCAiA1uKMBhAGEiwAxzvX9yHTIugZzBHmpG0xhX3mwchtt7PC0SNaWWVRvtICNyDgjkpdSS0L2hoCofcQAvD_BwE)

RPP NOTICIAS

Keiko Fujimori: Estas son las propuestas económicas de la candidata presidencial de Fuerza Popular. Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://rpp.pe/economia/economia/keiko-fujimori-cuales-son-las-propuestas-economicas-de-la-candidata-presidencial-elecciones-2021-el-poder-en-tus-manos-noticia-1331129>

SEDAPAL

Servicio de agua potable y alcantarillado de Lima. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.sedapal.com.pe/storage/objects/1-estructura-tarifaria-agua-y-alcantarillado.pdf>

SEMANA

¿Quién es Pedro Castillo, el candidato que dio la sorpresa en Perú? Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://www.semana.com/mundo/articulo/quien-es-pedro-castillo-el-candidato-que-dio-la-sorpresa-en-peru/202152/>

SPONDYLUS

Mesa para costura y manualidades. Consulta: 02 de octubre de 2021

<https://spondylus.pe/mesa-para-costura-y-manualidades.html>

SODIMAC

Transpaleta Manual CBY30L. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/2671891/transpaleta-manual-cby30l/2671891/>

SODIMAC

Estante Metálico Rivet Gorila 50x120x176cm. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/3948064/estante-metalico-rivet-gorila-50x120x176cm/3948064/?queryId=bca5f3d5-088d-4417-a4c7-c9bc37df07af>

SODIMAC

Transpaleta Manual CBY30L. Consulta: 16 de setiembre de 2021

<https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/2671891/transpaleta-manual-cby30l/2671891/6>

SODIMAC

Refrigeradora 361 Litros Twin Cooling RT35K5930S8/PE. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/4031164/refrigeradora-361-litros-twin-cooling-rt35k5930s8-pe/4031164/?kid=bnnext136623&shop=googleShopping&gclid=CjwKCAjw7rWKBhAtEiwAJ3CWLFOCDNeTfVn2pMXq0qZNKDbxi0FashV7NxsI1ymGxZwZMRlhBaDpSBocQiQQA_VD_BwE

SODIMAC

Horno Microondas 20L WMW-20SILVER. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/3728145/horno-microondas-20l-wmw-20silver/3728145/?kid=bnnext136623&shop=googleShopping&gclid=CjwKCAjw7rWKBhAtEiwAJ3CWLILjggGB06rygsPc4fOqcnf4h7yBQwBF0Sa5KkbYmRcBGvk8gJDbnhoCEgAQA_VD_BwE

SODIMAC

Mesa plegable 153x70x74cm Blanco. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/1689673/mesa-plegable-153x70x74cm-blanco/1689673/?kid=bnext136628&shop=googleShopping&gclid=Cj0KCQjwkbuKBhDRARIsAALysV4nYBiqCYoA-onzwGTWWtZLf1XMkV3PS2eas68UgUI9W1qXmNfmJPAaArW7EALw_wcB

SODIMAC

Juego de Comedor Brasilia 4 Personas Beige. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/1453645/juego-de-comedor-brasil-4-personas-beige/1453645/?kid=bnext136625&shop=googleShopping&gclid=Cj0KCQjwkbuKBhDRArIsAALysV7Rdauqn0CQDoGeWgD4dUip_Iop_28ET5qHc27EXUVF0AslB8rBOKUaAmSUEALw_wcB

SODIMAC

Silla Ergonómica RTA-6020. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/3711153/silla-ergonomica-rta-6020/3711153/?kid=bnext136625&shop=googleShopping&gclid=Cj0KCQjwkbuKBhDRArIsAALysV4H7ThqVD-Zobd7olfg7u5FfvYX37yjbv0IzBP6Zqf-oWGnq8C7KpgaAj_uEALw_wcB

SODIMAC

Escritorio con 3 Cajones. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/2602040/escritorio-con-3-cajones/2602040/?kid=bnext136625&shop=googleShopping&gclid=Cj0KCQjwkbuKBhDRARIsAALysV5koidd9mkDrjOO-VQSLPIgWH6GBHnHLfOblzz1rMLFr6EbrFe-V0UaAvN0EALw_wcB

SODIMAC

Kit Mueble 3 Puertas 1 Cajón 120 cm. Consulta: 16 de setiembre de 2021

https://www.sodimac.com.pe/sodimac-pe/product/333015X/kit-mueble-3-puertas-1-cajon-120cm/333015X/?kid=bmnext136627&shop=googleShopping&gclid=Cj0KCQjwkbuKBhDRARIsAALysV5vmhcv_jgS9iZv3XD6w7W

SOGNARE

Pijama UMA. Consulta: 27 de junio de 20021

<https://sognarepijamas.com/producto/uma-2/>

SOY RAPPI

Soy Rappi. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://soyrappi.com/offices>

SUNAT

INFORME N° 196-2006-SUNAT/2B0000. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/oficios/2006/oficios/i1962006.htm>

STATISTA

El crecimiento del comercio electrónico en América Latina. Consulta: 16 de junio de 2021

<https://es.statista.com/grafico/22835/boom-del-e-commerce-en-latinoamerica/>

TEXTIL INCA

Historia de la industria textil en el Perú. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://textil inca.com/breve-historia-de-la-industria-textil-en-el-peru/>

TEXTILES PANAMERICANOS

La industria textil peruana en cifras. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://textilspanamericanos.com/textiles-panamericanos/2020/04/la-industria-textil-peruana-en-cifras/#:~:text=Esta%20cifra%20en%202018%20fue,resto%20para%20ni%C3%B1os%20y%20accesorios>

TRADE MAP

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Perú. Consulta: 02 de julio de 2021

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c6107%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

UCSC

Jefe de Proyectos. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://www.ucsc.cl/wp-content/uploads/2017/03/DSI-01-JEFE-PROYECTOS.pdf>

UNIVERSIDAD DE ORIENTE NÚCLEO DE MONAGAS

2012 “Efe, Efi, Foda.”. En *Scribd*. Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://es.scribd.com/document/340074226/EFE-EFI-y-FODA>

URBANIA

Locales para industria. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://urbania.pe/inmuble/alquiler-de-local-comercial-en-lima-cercado-lima-61747810>

URBANIA

Alquiler de locales industriales en Cercado de Lima. Consulta: 02 de julio de 2021

<https://urbania.pe/buscar/alquiler-de-locales-industriales-en-lima-cercado-lima-lima>

USAC

Supervisor de producción. Consulta: 27 de noviembre de 2021

https://www.usac.edu.gt/empleos/archivos/4_Anuncio-Supervisor-de-Produccion-enero-2016.pdf

VERITRADE

Estados Unidos impulsa exportación de pijamas peruanos. Consulta: 02 de julio de 2021

<https://www.veritradecorp.com/es/blog/post/5164?campania=14100m>

VILLAMARES

¿Qué incluye la Creación de Empresa? Consulta: 27 de noviembre de 2021

https://villamares.com.pe/servicio/constituir-una-empresa/?gclid=Cj0KCQjw8p2MBhCiARIsADDUFVHbFVRGezOeqKxhvlFcMeBGgn9SN aUZLwSu8pfVGnbvMNAJioZ6gVYApvQEALw_wcB

WEB EMPRESA

¿Qué es un hosting? Consulta: 16 de mayo de 2021

<https://www.webempresa.com/hosting/hosting-que-es-como-funciona.html#:~:text=Un%20hosting%20es%20un%20servicio%20de%20alojamiento%20para%20sitios%20web.&text=El%20servidor%20es%20el%20equipo,WordPress%2C%20hosting%20el%20C3%A1stico%2C%20etc.>

WORTABLE BETTER HIRING

Descripción del puesto: jefe de finanzas. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://resources.workable.com/es/jefe-de-finanzas-descripcion-del-puesto>

WORTABLE BETTER HIRING

Descripción del puesto: Supervisor de producción. Consulta: 27 de noviembre de 2021

<https://resources.workable.com/es/supervisor-de-produccion-descripcion-del-puesto>

ZONA DAMAS

Pijama: ¿Cuál es el mejor del 2021? Consulta: 02 de mayo de 2021

<https://www.zonadamas.mx/pijama/#Material>

Michael Porter, 2009

<https://www.casadellibro.com/libro-estrategia-competitiva-tecnicas-para-el-analisis-de-la-empresa-y-sus-competidores/9788436823387/1619763>

Anexos

Anexo A: Enfrentamiento de los Factores Externos

Usando las investigaciones del libro Gerencia Estrategia: Planeación y Gestión: Teoría y Metodología 5ta Edición, se realizó el cuadro de enfrentamiento de los componentes externos el cual se elaboró la tabla A1 colocando horizontal y verticalmente las oportunidades y amenazas externas que afectan al negocio. Luego, se colocará una puntuación, es 1 siempre y cuando el factor externo que está en la parte vertical afecta al factor horizontal, si no es así se coloca 0.

Después se suman los resultados de manera horizontal y se efectúa una suma total. Por último, se realizará una ponderación por cada factor colocado de manera horizontal para saber que tanto afecta a la empresa a comparación de los otros factores. En la tabla A1 se detallará el cuadro de enfrentamiento de los componentes internos.

Tabla A1 Evaluación de Enfrentamiento de los Componentes Externos

	O1	O2	O3	O4	A1	A2	A3	A4	Cantidad	Ponderación
O1		1	1	1	0	1	0	0	4	14,29%
O2	0		1	0	1	1	0	1	4	14,29%
O3	0	0		0	0	0	0	1	1	3,57%
O4	0	1	1		1	1	1	1	6	21,43%
A1	1	0	1	0		1	0	0	3	10,71%
A2	0	0	1	0	0		0	0	1	3,57%
A3	1	1	1	0	1	1		0	5	17,86%
A4	1	0	0	0	1	1	1		4	14,29%
Total									28	100,00%

Anexo B: Evaluación de los Factores Externos

Usando el análisis del libro Gerencia Estratégica: Planeación y Gestión: Teoría y Metodología 5ta Edición, se presentará la evaluación de los componentes externos de la organización. Para ello, se clasifica los factores externos según la ponderación que se obtuvo en el Anexo A, teniendo en cuenta que el puntaje más alto es el 4 y el más bajo es el 1. Asimismo en la tabla B1 se presentará el análisis de los elementos externos.

Tabla B1 Análisis Enfrentamiento Elementos Externos

Factores externos claves	Ponderación	Clasificación	Puntuación Ponderada
Oportunidades			
O1	14,29%	2,00	0,29
O2	14,29%	2,00	0,29
O3	3,57%	1,00	0,04
O4	21,43%	3,00	0,64
Amenazas			
A1	10,71%	2,00	0,21
A2	3,57%	1,00	0,04
A3	17,86%	4,00	0,71
A4	14,29%	3,00	0,43
Total			2,64

Como se registra en la tabla B1, los elementos externos relacionados a las oportunidades comprenderán un porcentaje de 14,29% a 21,43%; asimismo, la puntuación ponderado al asignar el puntaje de clasificación será equivalente a 0,04 y 0,29. Mientras que los factores externos de las Amenazas tendrán un porcentaje estimado de 3,57%, 10,71%, 14,29% y 17,86% y cuya puntuación ponderada serán equivalentes a 0,04, 0,21, 0,43 y 0,71, A modo de resumen, la suma de los factores externos será igual a 2,64.

Anexo C: Enfrentamiento de los Factores Internos

Usando la metodología del libro Gerencia Estratégica: Planeación y Gestión: Teoría y Metodología 5ta Edición se realizó la tabla de enfrentamiento de los componentes internos el cual se elaboró en la tabla C1 colocando horizontal y verticalmente las fortalezas y debilidades internas que afectan a la empresa. Luego, se coloca una puntuación, es 1 siempre y cuando el factor interno que está en la parte vertical afecta al factor horizontal, si no es así se coloca 0. Después se suman los resultados de manera horizontal y se efectúa una suma total. Por último, se realiza una ponderación por cada factor colocado de manera horizontal para saber que tanto afecta a la empresa a comparación de los otros factores.

Tabla C1 Enfrentamiento de los Factores Internos

	F1	F2	F3	F4	D1	D2	D3	Cantidad	Ponderación
F1		1	1	0	1	1	0	4	19,05%
F2	0		0	1	1	1	0	3	14,29%
F3	0	1		1	1	1	0	4	19,05%
F4	1	0	0		1	1	1	4	19,05%
D1	0	0	0	0		1	1	2	9,52%
D2	0	0	0	0	0		0	0	0,00%
D3	1	1	1	0	0	1		4	19,05%
Total								21	100,00%

Anexo D: Evaluación de Componentes Internos

Usando la metodología del libro Gerencia Estratégica: Planeación y Gestión: Teoría y Metodología 5ta Edición, se presenta el análisis de los componentes internos. Para ello, se clasifica los factores internos según la ponderación que se obtuvo en el Anexo A, teniendo en cuenta que el puntaje más alto es el 4 y el más bajo es el 1. A continuación en la tabla D1 se presenta la matriz de evaluación de elementos externos.

Tabla D1 Tabla de Enfrentamiento de los componentes internos

Factores externos claves	Ponderado	Clasificación	Puntuación Ponderada
Fortaleza			
F1	19,05%	3,00	0,57
F2	14,29%	2,00	0,29
F3	19,05%	3,00	0,57
F4	19,05%	3,00	0,57
Debilidad			
D1	9,52%	2,00	0,19
D2	0,00%	0,00	0,00
D3	19,05%	4,00	0,76
Total			2,95

Como se puede observar en la tabla, los factores internos relacionados a las fortalezas comprenderán un porcentaje de 14,29% a 19,05%; asimismo, la puntuación ponderado al asignar el puntaje de clasificación será equivalente a 0,29 y 0,57. Mientras que los factores internos de las debilidades tendrán un porcentaje estimado de 9,52% y 19,05% y cuya puntuación ponderada serán equivalentes a 0,19 y 0,76. A modo de resumen, la suma de los factores internos será igual a 2,95.

Anexo E: Resultados de la Encuestas

Se encuentran la información de la encuesta elaborado en *google forms*, que se llegó a enviar por mensajes electrónicos a diversas personas con distintas edades e ingresos económicos. La encuesta consiste en 16 preguntas para conocer su opinión sobre la comercialización de un pijama de mujer mediante el comercio electrónico, además de conocer sus preferencias sobre el costo, el material, las vías de información y sus atributos en una compra. De acuerdo con lo explicado, se mostrará el cuestionario de la encuesta y resultados.

Pregunta 1: ¿Cuál es tu genero?

El 60,8% de las personas encuestadas son mujeres y el 30,2 % son hombres.

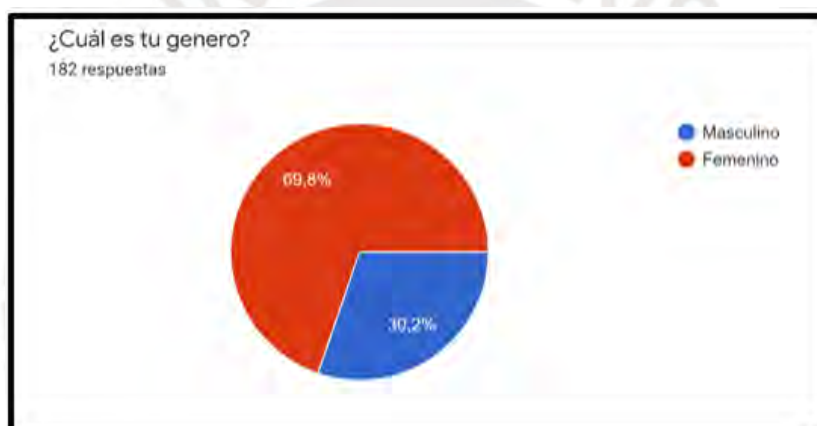


Figura E1 Información del género de usuarios

Pregunta 2: ¿En qué rango de edad se ubica?

El 56,6% de las personas encuestadas tiene entre 18 a 25 años, 14,3% tiene entre 46 a 55 años, entre 13,2% tiene entre 26 a 35 años, 12,6 % tiene entre 36 a 45 años y los demás tenían más de 56 años.

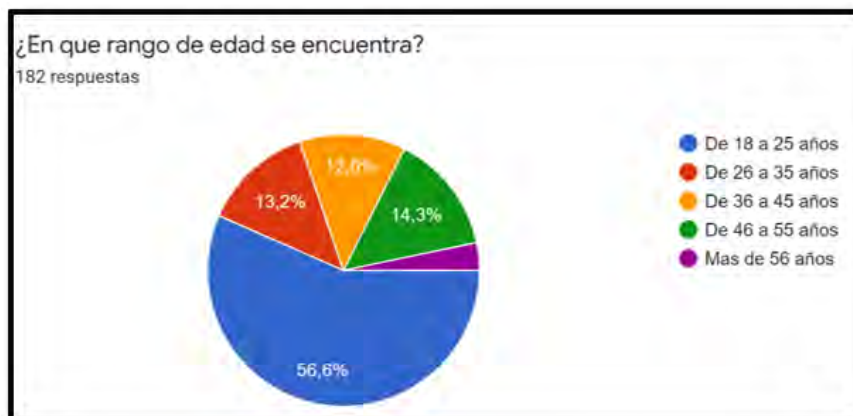


Figura E2 Información del rango de edad de los encuestados

Pregunta 3: ¿En dónde vives?

El 87,9% de los encuestados vive en Lima.

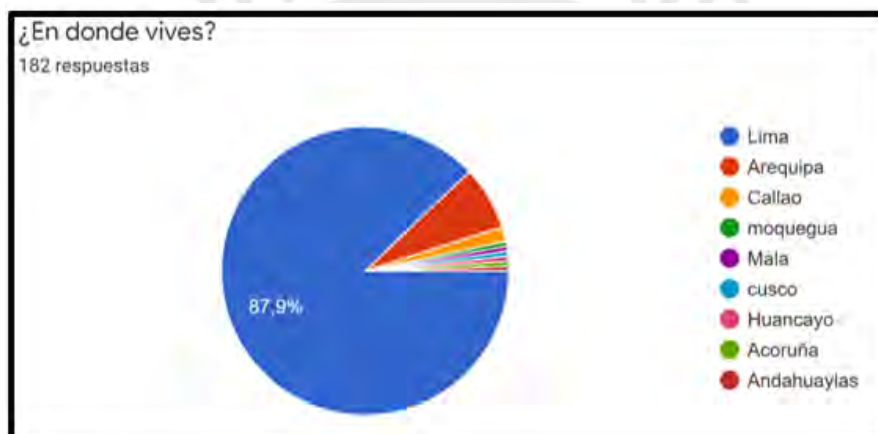


Figura E3 Información de lugar donde habitan en Lima Metropolitana

Pregunta 4: ¿Cuál es tu ocupación inicial?

Un poco más del 50% de los encuestados estudia y/o trabaja, el 21,4% es un trabajador dependiente y el 15,4% es trabajador independientes.

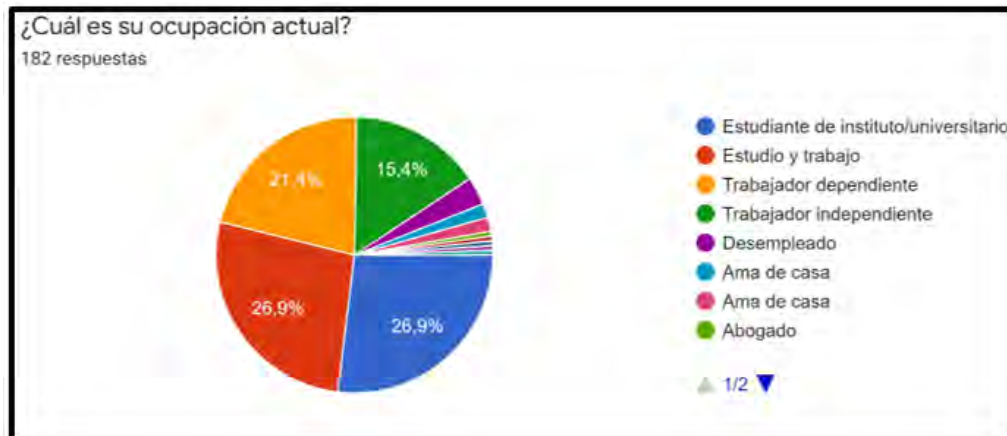


Figura E4 Información de la profesión de usuarios

Pregunta 5: ¿Cuál es el rango de ingreso mensual en su familia?

El 25,3% afirmó que gana menos de S/ 1 500, el 21,44% gana entre S/2 501 a S/4 500, el 20,3% gana entre S/4 501 a S/7 500, el 18,1% gana entre S/1 500 a S/2 500 y el 14,8% gana más de S/ 7 500.



Figura E5 Información del ingreso promedio mensual de encuestados

Pregunta 6: ¿Compraría un pijama por internet?

El 88,5% de las personas encuestadas comprarían un pijama por internet y el 11,5% no compraría un pijama las páginas web.

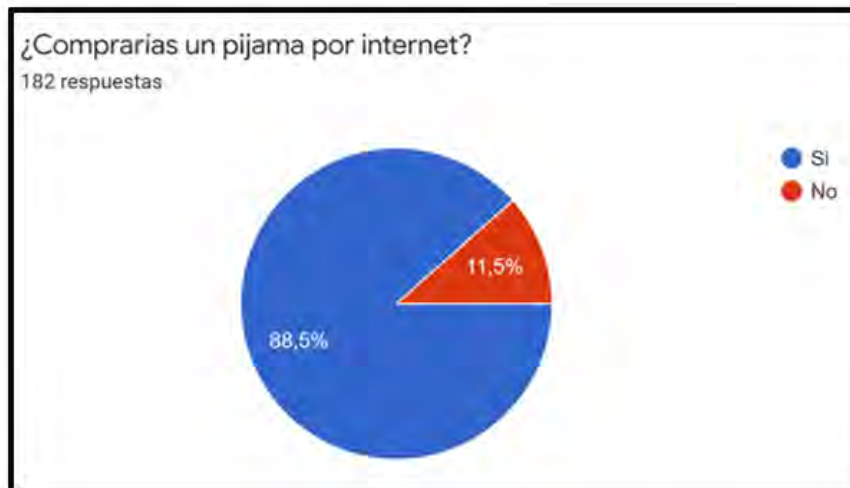


Figura E6 Información de compras de pijama por la web

Pregunta 7: ¿Por cuál de estas razones no comprarías en una tienda virtual un pijama para mujer?

Las razones principales por la cual las personas encuestadas no comprarían en una tienda virtual un pijama de mujer son por la desconfianza y por falta de conocimiento del producto.

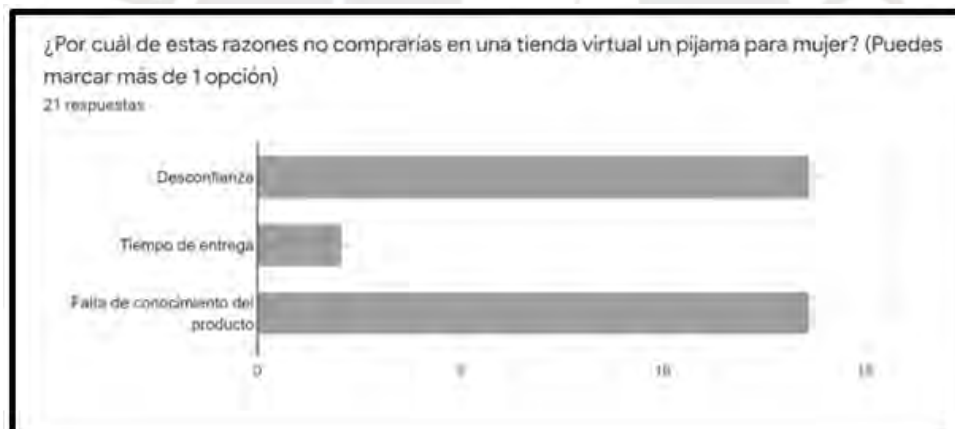


Figura E7 Información de las razones de no comprar en tiendas virtuales según encuestados

Pregunta 8: ¿Cuál es el tiempo máximo que esperarías a que llegue tu producto?

El tiempo máximo que esperarían el 57,8% de las personas encuestadas es de 1 día a 3 días, el 31,7% esperararía de 4 días a 5 días y el 10,6% esperararía entre 5 días a 7 días.

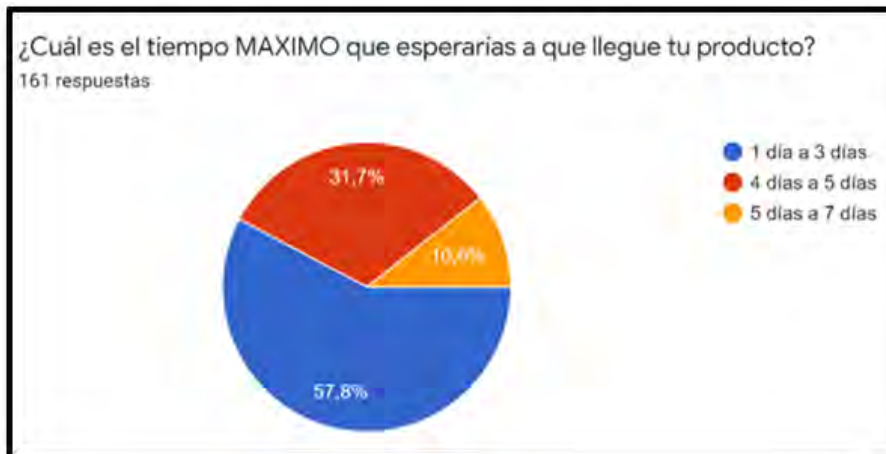


Figura E8 Información del tiempo máximo de espera de entrega del producto

Pregunta 9: ¿Qué tipo de pijama usan en tu hogar?

El 95,7% de las personas encuestadas usa un pijama de dos piezas, los demás usan camisón, bata o lencería.

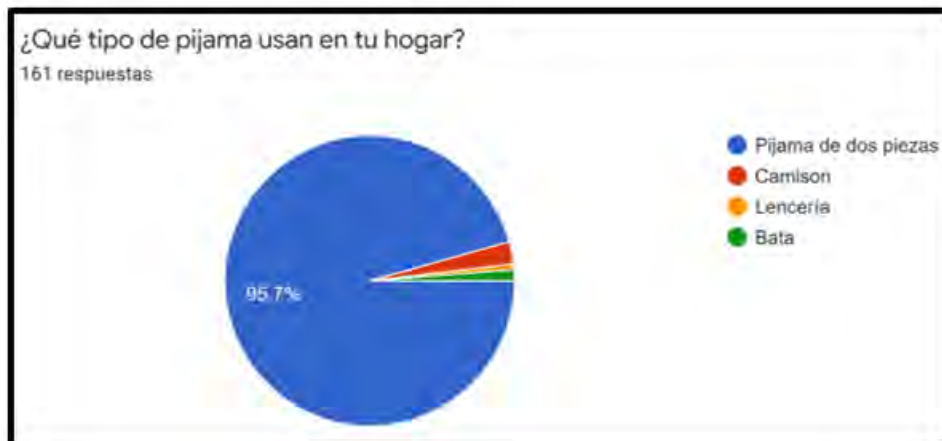


Figura E9 Información del tipo de pijama que usan los encuestados

Pregunta 10: ¿Cuántas veces al año en tu hogar se compra un pijama de mujer?

El 49,7% de las personas encuestadas compra 2 o 3 veces al año un pijama de mujer y el 43,5% solo compra 1 vez al año un pijama de mujer.



Figura E10 Información de la cantidad de veces anuales que se adquiere pijama de mujer

Pregunta 11: ¿Por qué medio te gustaría tener información de los pijamas de mujer?

El 59,6% de usuarios encuestados desean conseguir información de las pijamas de mujer mediante Instagram, el 23% prefiere obtener la información por Facebook, el 13% lo prefiere por página web y los demás por correo electrónico, televisión o radio.



Figura E11 Información de los medios de información preferidos por los encuestados

Pregunta 12: ¿Cuánto pagarías por un pijama de algodón pima de dos piezas?

El 72% de las personas encuestadas pagaría, por una pijama de algodón pima de dos piezas, de S/40 a S/60, el 18,6% pagaría de S/60 a S/70 y el 9,3% pagaría de S/70 a más.



Figura E12 Información de cuánto pagarían encuestados por las pijamas algodón de dos piezas

Pregunta 13: ¿Cuánto pagarías por un pijama de franela de dos piezas?

El 37,3% de las personas encuestadas pagaría, por un pijama de franela de dos piezas, de S/50 a S/60, el 36% de las personas encuestadas pagaría entre S/40 a S/50, el 18,6% pagaría entre S/60 a S/70 y el 8,1% pagaría de S/70 a más.



Figura E13 Información de cuánto pagarían los encuestas por pijamas franelas de dos piezas

Pregunta 14: ¿Qué atributos valora más al momento de elegir un pijama?

Para las personas encuestadas la calidad es muy importante, el precio es importante, la marca les es indiferente, el material es muy importante, el diseño es importante y la exclusividad les es indiferente. Para un mayor detalle en la figura E14 se ve el resultado de las encuestadas en relación con los atributos que más se valora al elegir una pijama.

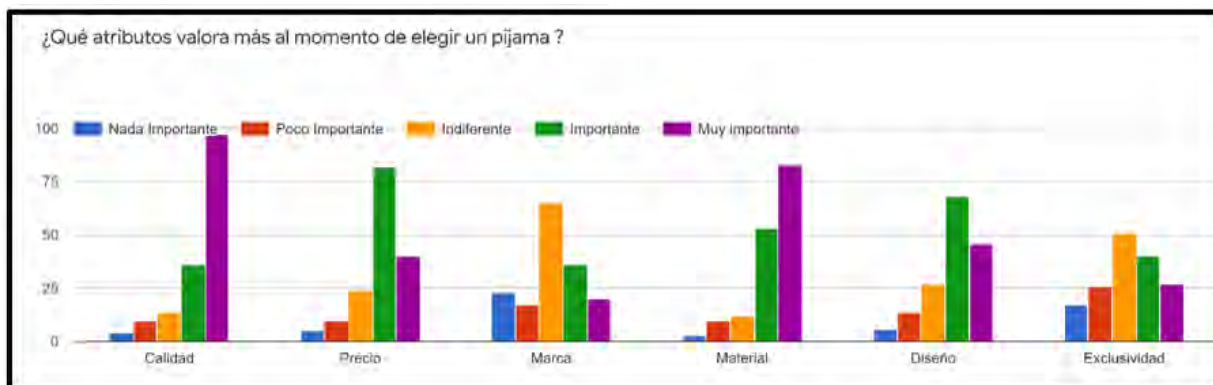


Figura E14 Información de atributos que valoran los encuestados al elegir una pijama

Pregunta 15: ¿Qué diseños prefieres para un pijama?

El 41,6% prefiere el pijama con colores pasteles, el 23% prefiere un pijama con colores cálidos, el 21,7% prefiere diseños de dibujos animados, el 9,9% prefiere los diseños de estampados y los demás prefieren los diseños de autos, colores neutros o color entero en un pijama.

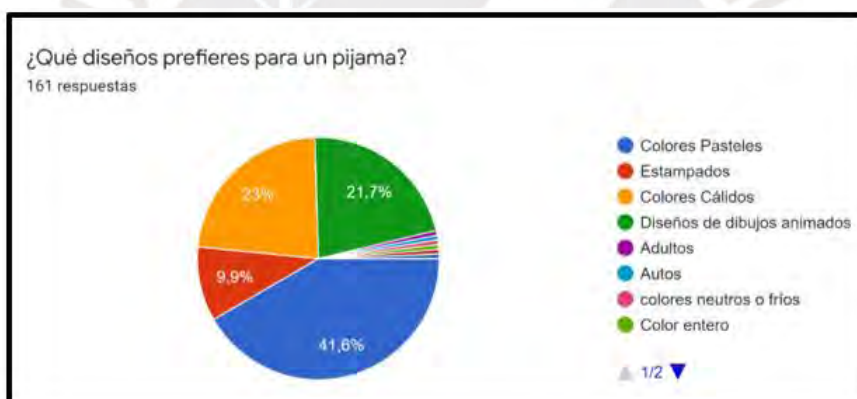


Figura E15 Información de los tipos de diseño preferibles por los encuestados

Pregunta 16: ¿Qué empaque te gustaría para un pijama?

El 40,6% de las personas encuestadas prefieren como empaque la bolsa ecológica de tela, el 33,8% prefieren como un empaque ecológico de cartón, el 21,3% prefiere los empaques en bolsa de papel y los demás prefieren las cajas o cualquiera.

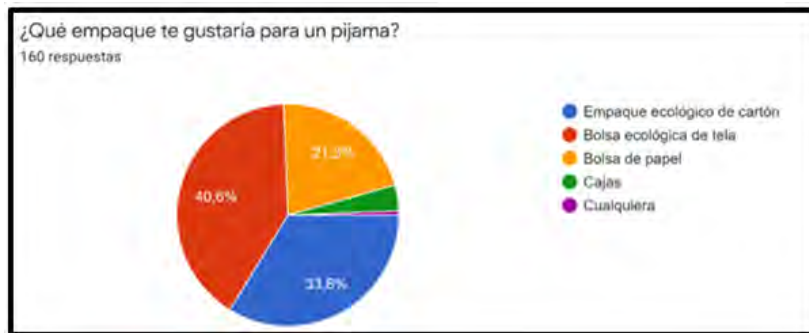


Figura E16 Información de los tipos de empaque preferibles por los encuestados

Pregunta 17: ¿Qué campaña de fidelización valora más?

Las personas encuestadas prefieren como campaña de fidelización las ofertas 3x2 luego de ello los descuento por referidos y por ultimo los sorteos mensuales.



Figura E17 Información de fidelización que se valora más por los encuestados

Anexo F: Cálculos para la demanda en unidades de la Población Objetiva (2018 – 2021)

Se mostrarán los valores a fin de conseguir la demanda estimada, para comenzar de la página Datos Macro se obtiene la cantidad poblacional del Perú. Luego, en la misma página se obtiene la proporción de mujeres con edades que oscilan en 20 a 40 años. Para finalizar, a través de la página APEIM se obtendrá los valores porcentuales de habitantes en el Perú relacionado al NSE A/B. Para la tabla F1 se registran los siguientes datos:

Tabla F1 Información necesaria del paso 1 de la sistemática en la obtención pijamas de mujer

Periodo	Población en el Perú	Población de Mujeres entre 20 y 40 años en porcentaje	Población femenina entre 20 y 40 años	% NSE A, B y C	Población de Mujeres en el Perú entre los 20 y 40 años del NSE A, B y C
2018	31 562 130	16,30%	5 135 159	37,60%	1 930 820
2019	32 131 400	16,30%	5 250 271	39,00%	2 047 606
2020	32 625 948	16,40%	5 357 181	40,10%	2 148 230
2021	33 359 416	16,10%	5 360 859	38,50%	2 063 931

Fuente: APEIM y Datos Macro

El siguiente paso es extraer la frecuencia de compra de pijamas de mujer de la encuesta que se encuentra en el Anexo E pero solo de las personas que son mujeres que tienen edades entre 20 y 40, que se encuentran en los NSE A y B. Los datos se detallan en la tabla F2.

Tabla F2 Información necesaria del paso 2 de la sistemática en la obtención de pijamas mujer

Frecuencia	Cantidad de Personas en la encuesta que pertenecen al género femenino entre 20 y 40 años comprendidos en los NSE A / B	Frecuencia Promedio	Cantidad veces en total
1 vez al año	47,00	1,00	47,00
2 o 3 veces al año	54,00	2,50	135,00
3 veces a mas	10,00	3,00	30,00
Total general	111,00	-	212,00

Fuente: Datos de la encuesta

Para calcular el promedio total de la frecuencia se dividió 212 que es la cantidad de veces en total entre la cantidad de personas de la encuesta que pertenecen a las mujeres entre 20 y 40 años que están en el nivel socioeconómico A y B el cual es en total 1,90. Luego de ello

se multiplicará con el total de la población objetiva a fin de conseguir el histórico de adquisiciones en unidades de pijamas de mujer, el cual se registra en la tabla F3.

Tabla F3 Información necesaria del paso 3 de la sistemática para la obtención de pijamas mujer

Año	Población de Mujeres en el Perú entre los 20 y 40 años del NSE A y B (d)	Promedio total de la frecuencia	Demanda histórica en unidades de pijamas de mujer
2018	1 930 820	1,90	3 668 558
2019	2 047 606	1,90	3 890 452
2020	2 148 230,00	1,90	4 081 637,00
2021	2 063 931,00	1,90	3 921 469,00



Anexo G: Cálculos para hallar la demanda proyectada de pijamas mujer (2022 – 2026)

En el siguiente anexo se hallará demanda esperada en unidades basándose en la tabla 7 “Demanda en unidades de pijamas de mujer de la población objetivo” para ello en la tabla G1 se observan las ecuaciones de la demanda con sus respectivos cuadrados y sus fórmulas.

Tabla G1 Ecuaciones de la proyección de regresión

Tipos	Línea tendencia	Coefficiente de Correlación
Exponencial	$y = 7E-16e0,0248x$	0,51
Lineal	$y = 94992x - 2E+08$	0,53
Logarítmica	$y = 2E+08\ln(x) - 1E+09$	0,52
Potencial	$y = 1E-159x^{50,089}$	0,51

Se sabe que mientras más alto el r^2 este se ajusta más al modelo de los datos, por lo que se escoge la ecuación lineal. En el siguiente figura G1 se aprecia el comportamiento de la demanda proyectada en pijamas femeninas en el Perú, como se puede observar, seguirá una tendencia lineal, puesto que registra el mayor coeficiente de variabilidad equivalente a 0,53. Asimismo, las proyecciones de la demanda mantienen un crecimiento natural hasta la vida útil del proyecto.

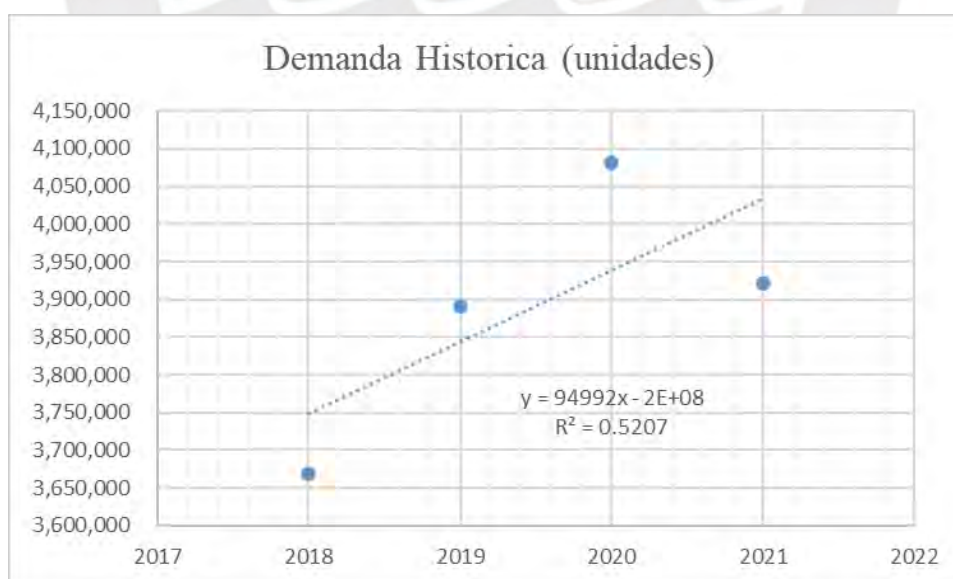


Figura G1 Ecuación lineal de la demanda histórica en unidades por año

Luego de ello, se determinará la demanda estimada que se puede visualizar en la tabla G2.

Tabla G2 Demanda Esperada en unidades Pijamas de Mujer

Periodo	Demanda estimada en unidades de pijamas de mujer
2022	4 175 428
2023	4 270 420
2024	4 365 412
2025	4 460 404
2026	4 555 396



Anexo H: Cálculos para la cantidad de unidades producidas de pijamas mujer (2018 – 2021)

Se mostrarán los procedimientos efectuados para la obtención de la tabla 8: Tabla de unidades históricas de pijamas de mujer fabricados en el Perú. Para comenzar con los años 2018 y 2019, según la página de INEI se obtiene que la fabricación anual en pijamas para el 2018 es de un total de 616 585 unidades y en el 2019 es de 683 773 unidades. Además, según las investigaciones del Instituto de Estudios Económicos y Sociales (IEES) de la Sociedad Nacional Industrias (SIN), indicó la cantidad de producción nacional de pijamas de mujer del 2020 y 2021, la cual es 595 925 unidades y 1 086 608 unidades respectivamente. Los datos anteriores son en total de pijamas, pero según Nairé Vegas, mánager de *softlines* de Linio, indicó que las mujeres son las que compran más que equivale a un 60% del total de ventas, es por ende que se va a indicar que en la fabricación total de pijamas un 60% es pijamas de mujer. En la tabla H1 se muestra el total de pijamas confeccionados en total y para mujer en el Perú en unidades.

Tabla H1 Cantidad histórica de pijamas de mujer fabricados en el Perú

Año	Fabricación Local de pijamas	Fabricación local de pijamas de mujer
2018	616 585	369 951
2019	683 773	410 264
2020	595 925	357 555
2021	1 086 608	651 965

Anexo I: Cálculos para la cantidad de unidades importadas de pijamas en Perú (2018 – 2021)

Se mostrarán los procedimientos efectuados para determinar la tabla 9 “La cantidad de pijamas de mujer importadas al Perú desde el año 2018 al 2021 en unidades”. Los datos de las importaciones se obtienen de la página Trade Map el cual muestra la cantidad en miles de dólares del arancel: 610831 con el nombre “Camisones y pijamas, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (excluido “” T-shirts””, camisetas y saltos de cama)” el cual se muestra en la segunda columna de la tabla I1. Luego, para calcular la cantidad en dólares que equivale los pijamas textil se asumió que el total de pijamas en dólares es el 100% del total el cual se detalla en la tabla I1. Por otro lado, para calcular a cuánto equivale solo las pijamas de mujer se usa el dato de la página *Kantar Worldpanel* (KWP) el cual indica que del total del gasto de vestimenta por hogar el 45% se usa en la adquisición de vestimentas para mujer y el 26% se usa para conseguir trajes para niños, por lo que se calcula que el 63% del total de importación de pijamas es de mujer el que se muestra en la cuarta columna. Por último, para el cambio en unidades se tiene el costo CIF de la página de Veritrade el cual indica el cambio de 4,08 US\$/unidades para las importaciones de pijamas en el 2019, este dato se va a asumir constante desde el año 2018 hasta el 2021. Los datos de las importaciones de pijamas femeninas se verifican en la tabla I1.

Tabla II Información para el cálculo de unidades importadas de pijamas mujer en Perú

Año	Importaciones del arancel 610831 (\$)	Importación de pijamas (\$)	Importación de pijamas de mujer (\$)	US\$/Unidades	Importación de pijamas de mujer (unidades)
2018	2 683 000	2 683 000	1 700 493	4,08	416 788
2019	3 002 000	3 002 000	1 902 676	4,08	466 343
2020	2 399 000	2 399 000	1 520 493	4,08	372 67
2021	3 707 000	3 707 000	2 349 507	4,08	575 86

Anexo J: Cálculo para la cantidad de exportación pijamas en el Perú (2018 – 2021)

Se mostrarán los procedimientos efectuados para la obtención de la tabla 10: “La cantidad de pijamas de mujer exportadas al Perú desde el año 2018 al 2021 en unidades”. Los datos de las exportaciones se obtienen de la página Trade Map el cual muestra la cantidad en miles de dólares del arancel: 610831 con el nombre “Camisones y pijamas, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (excluido “” T-shirts””, camisetas y saltos de cama)” el cual se muestra en la segunda columna de la tabla J1. Luego, para calcular la cantidad en dólares que equivale los pijamas textil se asumió que el total de pijamas en dólares era igual al 30% del total el cual se registra en la tercera columna del tablero J1. Por otro lado, para calcular a cuanto equivale solo las pijamas de mujer se usa el dato de la página *Kantar Worldpanel* (KWP) el cual indica que del total del gasto de vestimenta por hogar el 45% se usa en la adquisición de ropa de mujer y el 26% se usa para la adquisición de vestimentas para niños, por lo que se calculará que el 63% del total de importación de pijamas es de mujer, el cual se en la columna número 4. Por último, para el cambio en unidades se tiene el costo FOB de la página de Veritrade el cual indica el cambio de 10,84 US\$/unidades para las importaciones de pijamas en el 2019, este dato se va a asumir constante desde el año 2018 hasta el 2021. Los datos de las exportaciones totales de aranceles, pijamas de mujer y las exportaciones totales se visualizan en el tablero J1.

Tabla J1 Información para el cálculo de unidades exportadas de pijamas mujer en Perú

Año	Exportación del arancel 610831 (\$)	Exportación de pijamas (\$)	Exportación de pijamas de mujer (\$)	US\$/Unidades	Exportación de pijamas de mujer (unidades)
2018	24 451 000	17 115 700	10 782 891	10,84	426 314
2019	18 684 000	13 078 800	8 239 644	10,84	325 764
2020	22 562 000	15 793 400	9 949 842	10,84	393 379
2021	31 836 000	22 285 200	14 039 676	10,84	555 075

Anexo K: Cálculo para la obtención de oferta proyectada de pijamas mujer (2022 – 2026)

En el siguiente Anexo K se hallará la demanda en unidades partiendo de la tabla 12 “oferta en unidades de pijamas de mujer de la población objetivo” para ello en la tabla K1 se observan las ecuaciones de la demanda con sus respectivos cuadrados y sus fórmulas.

Tabla K1 Ecuaciones de la proyección de Oferta

Ecuación	Línea de tendencia	R cuadrado
Lineal	$y = 72298x - 1E+08$	0,34
Logarítmica	$y = 1E+08\ln(x) - 1E+09$	0,33
Exponencial	$y = 4E-116e0.138x$	0,36

Se sabe que mientras más alto el R^2 este se ajustará más al modelo de los datos, por lo que se escoge la ecuación lineal. La figura K1 expone el comportamiento de la regresión exponencial.

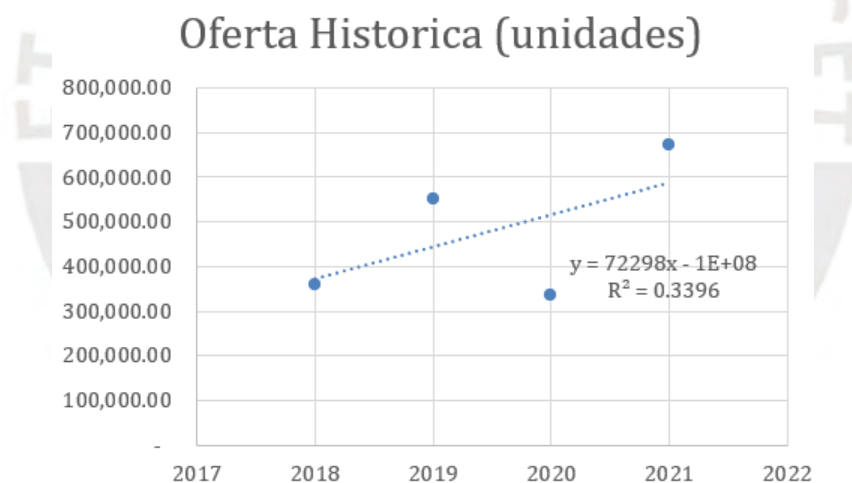


Figura K1 Ecuación lineal de la demanda histórica (En unidades)

Luego de ello, se hallará la oferta proyectada la cual se registran en la tabla K2.

Tabla K2 Oferta proyectada de pijamas mujer

Año	Oferta proyectada de pijamas de mujer
2022	649 617
2023	721 915
2024	794 213
2025	866 511
2026	938 809

Anexo L: Comparación de Precios y Marcas

En el Anexo L se muestran las tiendas *online* más conocidas en internet, se muestran sus precios, la descripción y composición del pijama que venden, también se muestra la descripción de su página web, la variedad de prendas que vende y que personas tienen como modelos. Por último, se muestra la cantidad de usuarios en *Instagram* y *Facebook*, la cantidad de publicaciones que tiene en Instagram y algunos detalles extras, estos datos se aprecian en la tabla L1.



Tabla L1 Comparación de Precios y Marcas

Tienda	In Bloom	Clover	Leonisa	Sognare
Precio	S/165,00	S/130,00	S/140,00	S/135,00
Descripción del pijama	El pijama Camila Avena resalta la suavidad de la tela Modal y se caracteriza por un estilo romántico para esta temporada. La camisa y el pantalón tienen una silueta entallada con el detalle de blonda	Polo unicolor en French Terry manga ranglan, escote cuello redondo con pechera abotonada, estampado delantero izquierdo diseño "BUSY ZZZ" Pantalón unicolor en French Terry, pretina elasticidad y tira de amarre para un mayor ajuste.	Pijama largo	Pijama invierno Viscosa Azul c/ crema Cuello V Pantalón con elástico en cintura
Composición del pijama	96% Algodón Modal, 4% Elastano	100% algodón	100% algodón	100% algodón
Descripción Página web	La página web está organizada con 5 pestañas en la cual puedes crear tu usuario para tener más información	La página web está organizada con 6 pestañas en la cual puedes crear tu usuario para tener más información e indica que hace envíos a todo el Perú. En la página principal indica las promociones que hay por temporada.	La página web está organizada con 9 pestañas en la cual puedes crear tu usuario para tener más información	La página web está organizada con 5 pestañas en la cual puedes crear tu usuario para tener más información e indica que hace envíos a todo el Perú
Variedad de prendas	Pijamas, buzos y batas para mujer y solo pijamas para hombre en la página web	Pijamas, buzos y ropa interior para hombres y mujeres	Ropa interior, buzos, trajes de baño, ropa de deporte, ropa casual y pijamas,	Se divide en dos categorías que es verano e invierno para mujer y hombre.
Modelos	Conocidos en el modelaje	Conocidos en el modelaje	Conocidos en el modelaje	Conocidos en el modelaje
Número de seguidores en Instagram	332 000	1 871	43 000	2 399
Numero de publicaciones en Instagram	1590	106	249	332
Número de seguidores en Facebook	35 654	13 861	1 286 943	12 656
Detalles extra	En su página de Instagram solo se muestra modelos de pijamas de mujer.	En su página de Instagram solo se muestra modelos de pijamas de hombre. Además, indica que venden vía online y	Leonisa es una marca de ropa más conocida por su venta por catálogo de ropa interior.	Solo venden productos vía página online. Ofrecen productos para mujer, hombre y niños

Anexo M: Imágenes de Pijamas de marca de Internet

En el Anexo M se muestran las imágenes de los pijamas de marcas conocidas en internet.



Figura M1 Pijama Camila Avena
Fuente: In Bloom



Figura M2 Pijama de Mujer
Fuente: Clover



Figura M3 Pijama de mujer
Fuente: Leonisa



Figura M4 Pijama de mujer
Fuente: Sognare

Anexo N: Precios de Espacios Industriales

En el Anexo N se detallarán los importes de zonas disponibles en Lima Metropolitana para las siguientes figuras N1 y N2.



Figura N1 Precios de Venta de lugares industriales
Fuente: Colliers International (2018)

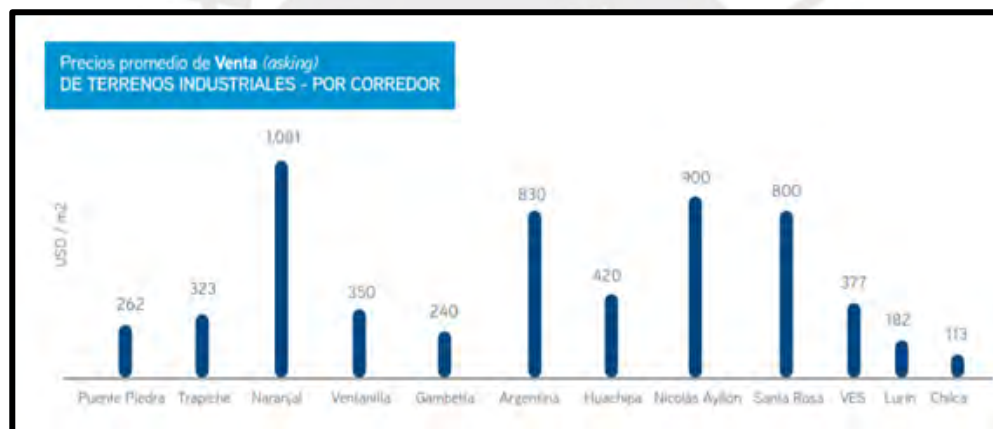


Figura N2 Coste de Venta espacios industriales
Fuente: Colliers International (2018)

Anexo O: Lista de Proveedores de Telas

En el tabla O1 se observan los proveedores de telas más conocidos, el tipo de tela que venden, el distrito en donde se encuentra su almacén/tienda y en la zona donde se ubican. Como se puede observar, gran parte de dichos proveedores se localizarán en La Victoria y los tipos de telas que venderán serán Algodón y Franela.

Tabla O1 Lista de Proveedores de Telas

Proveedor	Tipo de tela que venden	Distrito	Zona
Texflor	Algodón	La Victoria	Lima Centro
Fosso & Company	Algodón	La Victoria	Lima Centro
Cottage	Algodón	La Victoria	Lima Centro
Fibra Cotton	Algodón	La Victoria	Lima Centro
Textil Ierisa S.A.	Franela	La Victoria	Lima Centro
Bio Tex	Franela	La Victoria	Lima Centro
Litex Perú	Franela	La Victoria	Lima Centro
Textil Leonard	Franela	La Victoria	Lima Centro
Picotex	Franela	La Victoria	Lima Centro
Reltex Textil SAC	Franela	La Victoria	Lima Centro
Grupo Textil Diaz	Franela y algodón	La Victoria	Lima Centro
Textil San Ramon	Franela y algodón	Cercado de Lima	Lima Centro
Textilandia	Franela y algodón	La Victoria	Lima Centro
Precotex Industrial	Franela y algodón	Ate	Lima Este
Tejidos San Jacinto S.A.	Franela y algodón	Santa Anita	Lima Este

Anexo P: Distancias entre proveedores de telas a las principales avenidas de Lima

En la tabla P1 se muestran las distancias entre el proveedor y las principales avenidas industriales de Cercado de Lima en kilómetros. Como se puede observar, los principales proveedores de telas para este proyecto serán los siguientes:

- Texflor
- Fosso & Company
- Cottage
- Fibra Cotton
- Textil Ierisa
- Bio Tex
- Litex Perú
- Textil Leonard
- Picotex
- Reltex Textil S.A.C
- Grupo Textil Diaz
- Textil San Ramon



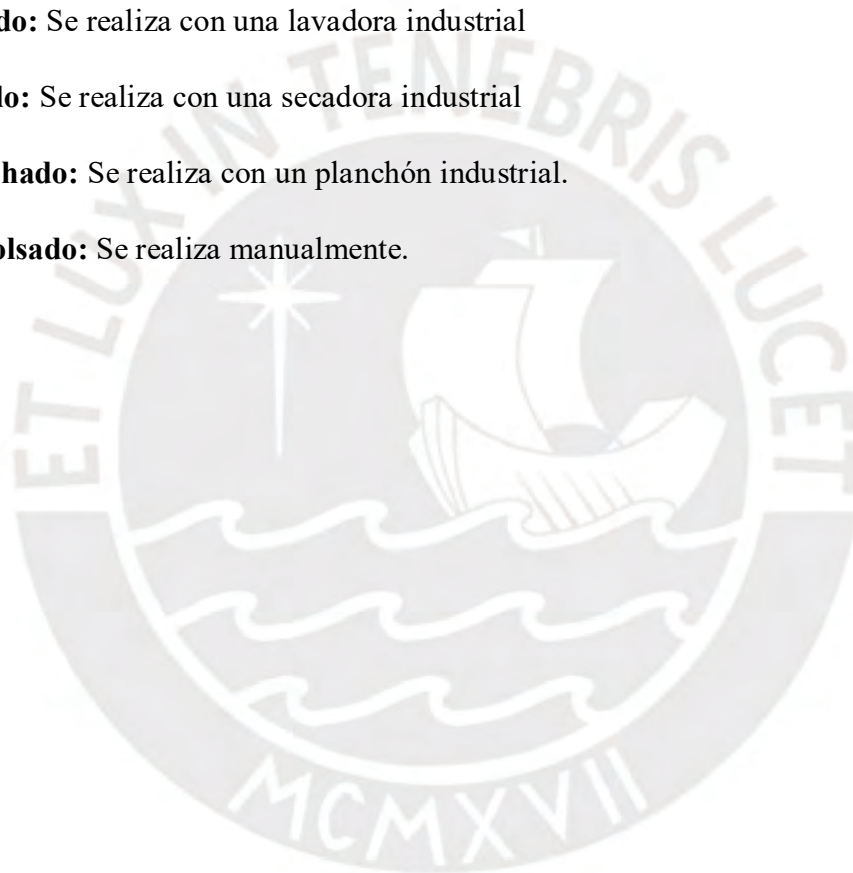
Tabla P1 Distancia desde el proveedor hacia avenidas industriales Cercado de Lima

Distancias desde el proveedor hacia los lugares industriales de Cercado de Lima							
Proveedor	Av. Arenales	Av. Alfonso Ugarte	Av. Garcilaso de la Vega	Av. Argentina	Av. Emancipación	Av. Ancash	Av. Zorritos
Texflor	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Fosso & Company	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Cottage	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Fibra Cotton	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Textil Ierisa S,A,	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Bio Tex	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Litex Perú	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Textil Leonard	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Picotex	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Reltex Textil SAC	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Grupo Textil Diaz	4,1	7,2	4,2	6,9	5,4	1,7	6,5
Textil San Ramon	13,1	17,1	11,9	17	13	5,7	13,1
Textilandia	4,1	7,2	7,2	6,9	7,2	1,7	6,5
Precotex Industrial	12,3	15,8	14,1	18,8	15,3	8,4	11,8
Tejidos San Jacinto S,A,	13,4	17	15,3	20	17	5,5	9,1
Promedio	5,87	9,09	6,31	9,24	7,46	2,67	7,47

Anexo Q: Descripción de alternativas tecnológicas por operación

En el Anexo Q se describen las alternativas tecnológicas por operación. Asimismo, se detallarán las técnicas empleadas para cada etapa del proceso:

- **Tendido:** Se realiza a través de una tendedora automática
- **Tizado y cortado:** El tizado se realiza a mano y el cortado con una cortadora industrial.
- **Confección:** Se una maquina remalladora y máquina recubridora
- **Etiquetado:** Se una maquina recubridora
- **Lavado:** Se realiza con una lavadora industrial
- **Secado:** Se realiza con una secadora industrial
- **Planchado:** Se realiza con un planchón industrial.
- **Embolsado:** Se realiza manualmente.



Anexo R: Tiempo estándar por Operación / Máquina

En el Anexo R se muestra los pasos para calcular el tiempo estándar por operación/máquina. Para comenzar se tiene que indicar cuántas prendas desde el año 2023 hasta el 2027 se van a producir por cada tipo de pijama en este caso pijama de invierno y pijama de verano, esta información se calculó mediante la tabla 32: Producción anual del proyecto desde el 2023 al 2027. El detalle de que pijama producir en cada mes se debe a las estaciones del año que suele tener el Perú, en algunas provincias suelen tener un solo clima por año, pero se compensara con el stock de seguridad que se ha aumentado en producción por año, el procedimiento se aprecia en la tabla R1.

Tabla R1 Prendas para producir por cada tipo (2023 -2027)

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
	Pijamas Verano		Pijamas Invierno						Pijamas Verano			
2023	18048	18048	18048	18048	18048	18048	18048	18048	18048	18048	18048	18048
2024	19978	19978	19978	19978	19978	19978	19978	19978	19978	19978	19978	19978
2025	22124	22124	22124	22124	22124	22124	22124	22124	22124	22124	22124	22124
2026	24491	24491	24491	24491	24491	24491	24491	24491	24491	24491	24491	24491
2027	27110	27110	27110	27110	27110	27110	27110	27110	27110	27110	27110	27110

Para conocer con exactitud los bordes de la prenda en centímetros se debió calcular las dimensiones del patrón por prenda, los cuales se encuentran en el siguiente Anexo “medidas de patrón”. Luego por cada centímetro se realizan 4 puntadas. Además, se tienen los pesos por prenda sacados los datos del Centro de Educación Técnico Productivo “San Marcos”, esto expone en la tabla R2.

Tabla R2 Información por tipo prenda para realizar la Confección

Tipo de prenda	Borde de la prenda en centímetros para cortar	Puntadas por prenda para realizarlo con la maquina remalladora	Puntadas por prenda para realizarlo con la maquina recubridora	Peso por prenda (kg)
Polo manga larga	107	904	1032	0.2
Polo manga corta	88	752	832	0.12
Pantalón corto	258	516	528	0.15
Pantalón largo	300	972	728	0.22

Debido a los datos que se obtienen en la tabla R2, se calculará cuánto se demora cada maquina por tipo de prenda. Para el proceso de tendido la máquina con dimensiones de 2 930 mm de largo y 1 800 mm de ancho, se demora 240 segundos en tender la tela y se compra la tela con las dimensiones de la maquina tendedora. Las medidas y los moldes de cada prenda están en el Anexo R; a continuación, se mostrarán los cortes que se tienen que realizar en cada tendido por tipo de prenda.

Para el pantalón largo se tiene que cortar de la siguiente manera para que se obtengan 13 piezas completas, en total la maquina tendedora se demora por pantalón largo 19 segundos en tender la tela.

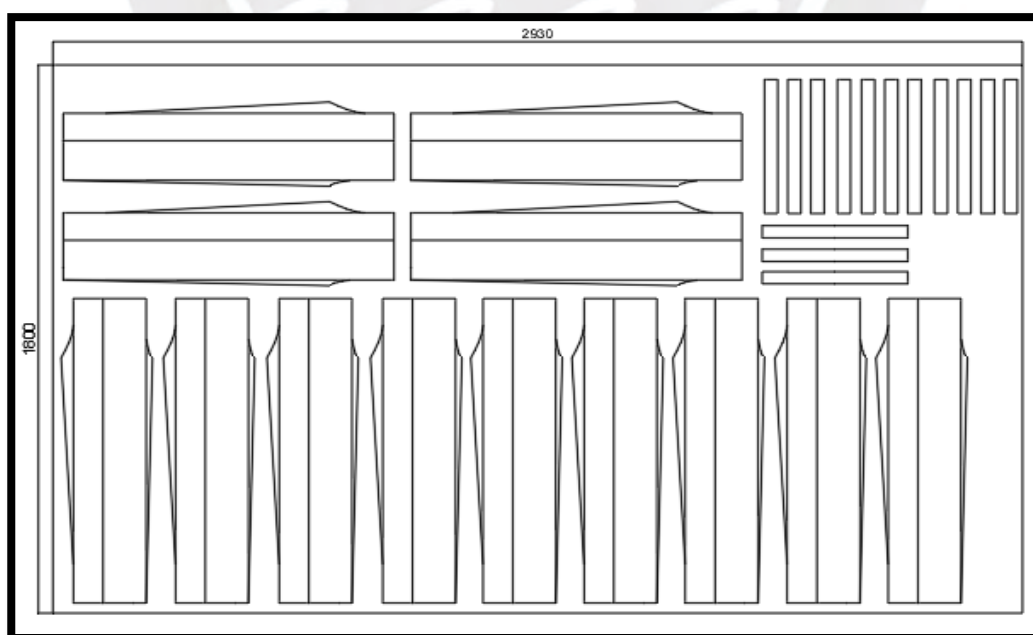


Figura R1 Plano de Corte de la Pieza pantalón largo en tela

Para el pantalón corto se tiene que cortar de la siguiente manera para que se obtengan 24 piezas completas, en total la maquina tendedora se demora por pantalón corto 10 segundos en tender la tela.

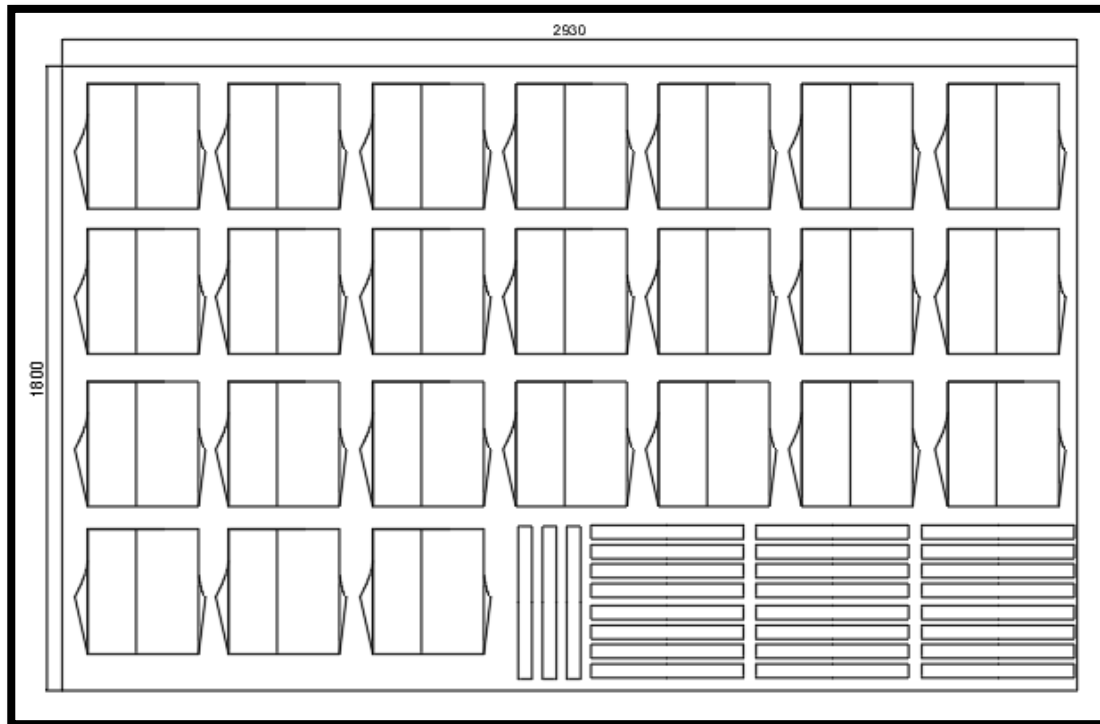


Figura R2 Plano de corte de la pieza pantalón corto en tela

Para el polo largo se tiene que cortar de la siguiente manera para que se obtengan 7 piezas completas, en total la maquina tendedora se demora por pantalón corto 35 segundos en tender la tela. Para mayor detalle verificar la figura R3, el cual se observan los cortes realizados.

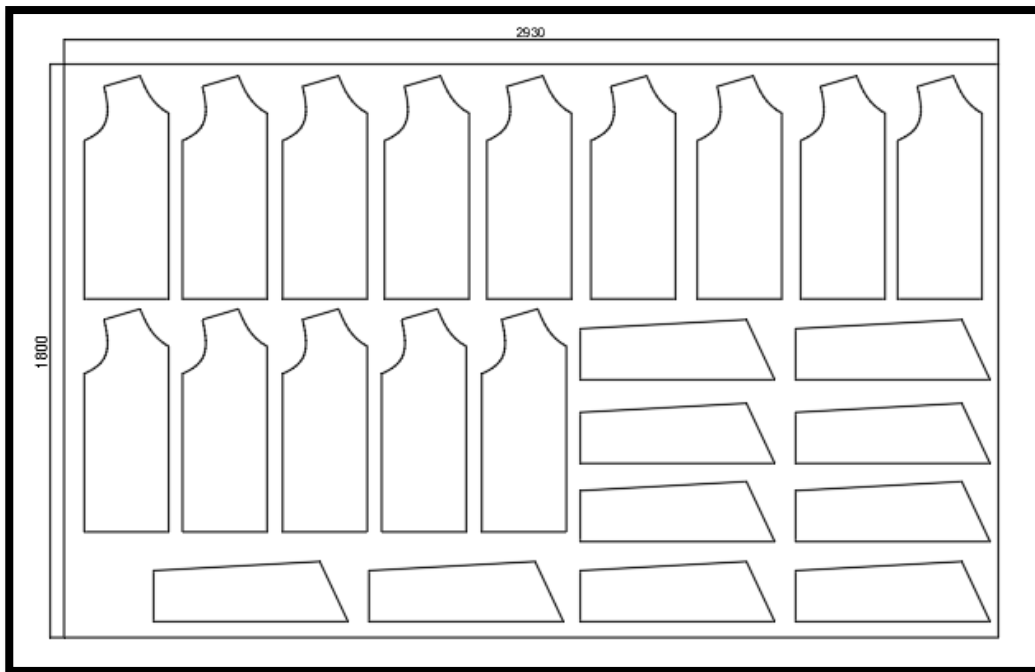


Figura R3 Plano de corte de la pieza polo largo en tela

Para el polo corto se tiene que cortar de la siguiente manera para que se obtengan 9 piezas completas, en total la maquina tendedora se demora por pantalón corto 27 segundos en tender la tela.

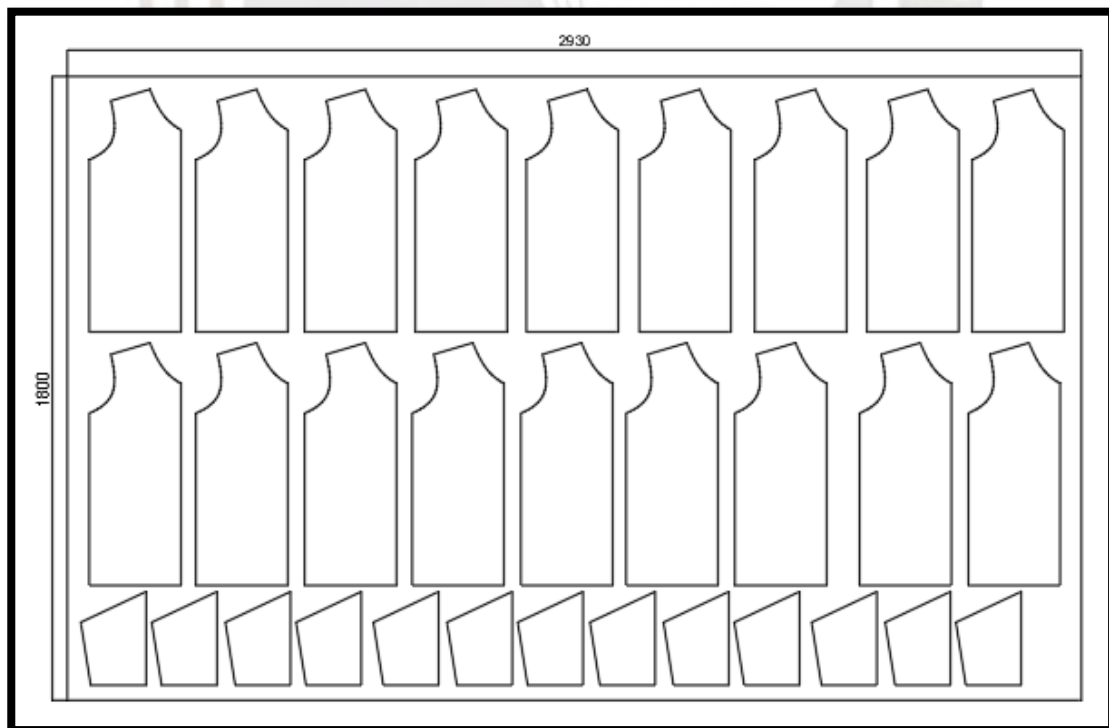


Figura R4 Plano de corte de la pieza polo corte en tela

Para el proceso de tizado, se calculó manualmente teniendo en cuenta las medidas de los moldes. Para tizar el molde del polo manga larga el operario demorará 90 segundos, para el molde de pantalón largo demorará 90 segundos, para el molde del polo manga corta se demorará 60 segundos y para el molde del pantalón corto se demorará 60 segundos.

Para el proceso de corte con la maquina CZD – 3 10" con 3 900 rpm de velocidad se calculó que su velocidad de corte de 248,96 cm/min y debido a la información que se obtiene del borde de la prenda en centímetros de la tabla R3 se calculó el tiempo en que se demoraría en cortar cada tipo de prenda.

En el proceso de confección se tienen dos máquinas a usar, la maquina remalladora y la maquina recubridora. La máquina remalladora de modelo JACK 8569 tiene una velocidad de costura máxima de 6 000 puntadas por minuto y la maquina recubridora de modelo 14T97 con una velocidad de costura máxima de 1 100 puntadas por minuto, debido las velocidades mencionadas y a los datos de la tabla R3 se calculó lo que se demoraría cada maquina en cocer cada tipo de prenda.

En el proceso de lavado se usará la maquina IA520 la cual tiene una capacidad de 15 kilos y se demora por proceso 35 minutos, teniendo en cuenta los datos de la tabla R2 respecto al peso de las prendas se obtuvieron los tiempos de la tabla R3. Luego, sigue el proceso de secado en el cual se escogió la maquina DR25 con 13,9 kilos de capacidad y se demora por proceso 35 puesto a los pesos de las prendas se obtienen el tiempo que se demora en el proceso de secado por tipo de prenda. Sin embargo, como las dos áreas son consecutivas se tiene que lavar la misma cantidad de prendas que se tiene que secar, se tomará como base la capacidad menor que en este caso es la de la secadora con 13,9 kilos

Para el proceso de planchado debido a las dimensiones de la máquina de tipo *Blancapress* se obtienen los tiempos en planchado por cada tipo de prenda. Por último, para la

operación de embolsado en promedio se tiene que se demora por tipo de prenda 15 segundos el cual es un proceso manual.

A continuación, los tiempos estándar por operación/máquina para las diversas prenda se indicará en la tabla R3.

Tabla R3 Tiempo por Máquina para cada tipo de prenda

Tipo de Prenda	Máquina de tendido de tela	Tizado	Máquina de corte	Maquina remalladora	Maquina recubridora	Etiquetado	Operación de lavado	Operación de secado	Máquina de planchado	Embolsado
Polo manga larga	35	90	26	20	57	10	31	31	30	15
Polo manga corta	27	60	22	16	46	10	19	19	30	15
Pantalón corto	10	60	63	12	29	10	23	23	30	15
Pantalón largo	19	90	73	20	40	10	34	34	30	15

Para hallar el tiempo ajustado por cada proceso/máquina se agregó el factor eficiencia y utilización equivalente al 90% a cada una de las operaciones menos a la máquina de tendido debido a que su factor de eficiencia y de utilización es de 100%. Por otro lado, la tabla R4 expone el tiempo ajustado.

Tabla R4 Tiempo ajustado por Máquina para cada tipo de prenda

Tipo de Prenda	Máquina de tendido de tela	Tizado	Máquina de corte	Maquina remalladora	Maquina recubridora	Etiquetado	Operación de lavado	Operación de secado	Máquina de planchado	Embolsado
Polo manga larga	35	108	32	24	69	12	34	38	36	18
Polo manga corta	27	72	27	20	56	12	21	23	36	18
Pantalón corto	10	72	76	15	35	12	26	28	36	18
Pantalón largo	19	108	88	24	48	12	39	41	36	18

Para calcular el tiempo total del área de tendido, tizado y corte se calculó el total de tiempo que se demora en tender la tela, el tiempo total en tizar todas las piezas en la tela y el

tiempo total que se demora en cortar la tela dependiendo del tipo de prenda y la cantidad de piezas, el análisis de estos tiempos ajustados se detallará en la tabla R5.

Tabla R5 Tiempo ajustado por Máquina del Área Tendido, Tizado y Corte de piezas

Tipo de Prenda	Cantidad Piezas	Tendido	Tizado	Corte
Polo manga larga	7	240	756	224
Polo manga corta	9	240	648	243
Pantalón corto	24	240	1728	1824
Pantalón largo	13	240	1404	1144

Luego se calculó el tiempo total dividido entre la cantidad de personas que harán las operaciones, por 1 máquina de tendido habrá 6 personas que tizan la tela y luego esas 6 mismas personas cortaran la tela, para mayor detalle verificar la tabla R6.

Tabla R6 Tiempo ajustado por Máquina del Área Tendido, Tizado y Corte por cantidad piezas

Tipo de Prenda	Tendido	Tizado	Corte	Total
Polo manga larga	240	126	38	404
Polo manga corta	240	108	41	389
Pantalón corto	240	288	304	832
Pantalón largo	240	234	191	665

Para finalizar el tiempo total se dividirá entre la cantidad de piezas por tendido y se tiene la cantidad de tiempo que se necesita por cada tipo de prenda teniendo en cuenta la cantidad de personas que se va a trabajar, los resultados se muestran en la tabla R7.

Tabla R7 Tiempo ajustado total por Área Tendido, Tizado y Corte cantidad piezas

Tipo de Prenda	Cantidad Piezas	Tiempo Total	Máquina de tendido de tela + Tizado + Maquina Corte
Polo manga larga	7	404	58
Polo manga corta	9	389	44
Pantalón corto	24	832	35
Pantalón largo	13	665	52

Por otra parte, la tabla R8 determinará el tiempo ajustado de cada área teniendo en cuenta que se juntó la operación de etiquetado con la maquina recubridora debido a que la operación de tendido se hace con la maquina recubridora.

Tabla R8 Tiempo ajustado por Área para cada tipo de prenda

Tipo de Prenda	Máquina de tendido de tela + Tizado + Máquina Corte	Maquina remalladora	Maquina recubridora + Operación Etiquetado	Operación de lavado	Operación de secado	Máquina de planchado	Embolsado	Total
Polo manga larga	58	24	123	34	38	36	18	331
Polo manga corta	44	20	94	21	23	36	18	256
Pantalón corto	35	15	125	26	28	36	18	283
Pantalón largo	52	24	39	39	41	36	18	249

Por otro lado, la tabla R9 se detallará la cantidad de máquinas o puestos que se requerirán para la fabricación de las pijamas.

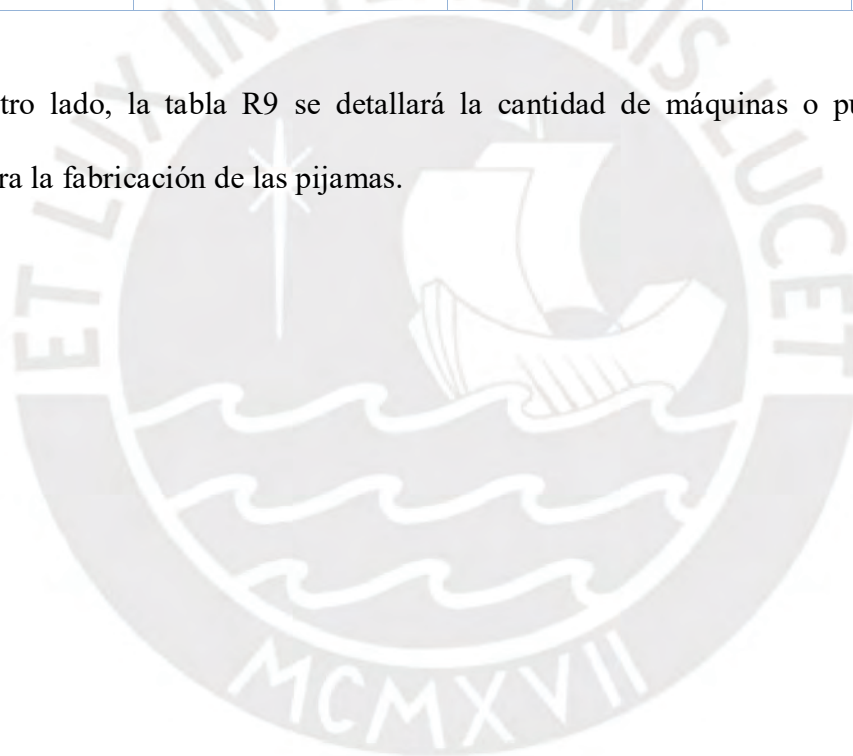


Tabla R9 Cantidad de Máquinas o Puestos requeridos para la producción

Año	Tipo de Prenda	Máquina de tendido de tela	Máquina de corte	Puestos de Tizado	Maquina remalladora	Maquina recubridora	Máquina de lavado	Máquina de secado	Máquina de planchado	Puestos de Embolsado
2023	Polo M. Corta	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2023	Pantalón Corto	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2023	Polo M. larga	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2023	Pantalón Largo	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2024	Polo Manga Corta	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2024	Pantalón Corto	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2024	Polo manga larga	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2024	Pantalón Largo	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2025	Polo Manga Corta	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2025	Pantalón Corto	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2025	Polo manga larga	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2025	Pantalón Largo	2	12	12	2	6	3	3	3	2
2026	Polo Manga Corta	3	18	18	2	6	3	3	4	2
2026	Pantalón Corto	3	18	18	2	6	3	3	4	2
2026	Polo manga larga	3	18	18	2	6	3	3	4	2
2026	Pantalón Largo	3	18	18	2	6	3	3	4	2
2027	Polo Manga Corta	3	18	18	2	6	3	3	4	2
2027	Pantalón Corto	3	18	18	2	6	3	3	4	2
2027	Polo manga larga	3	18	18	2	6	3	3	4	2
2027	Pantalón Largo	3	18	18	2	6	3	3	4	2

Anexo S: Medidas de Patrón

En el Anexo S se va a presentar la medida de los patrones a tizar por cada tipo de prenda, la información de este anexo fue extraída del centro de educación técnica productivo “San Marcos”.

Para realizar el molde de un pantalón largo de pijama se tienen las siguientes medidas, en la tabla S1. Estas medidas se trazan para realizar el molde que se tiene en la figura S1.

Tabla S1 Cuadro de medida para el patrón de un pantalón de largo pijama

Medidas/Tallas	Cuadro de medida para el patrón de un pantalón largo de pijama		
	S	M	L
Cadera	25,00	26,00	27,00
Largo	96,00	98,00	100,00
Cintura	22,00	23,00	24,00
Bota pie	8,00	8,50	9,00
Rodilla	10,50	11,00	11,50
Tiro	23,00	24,00	25,00
Cintura espalda	24,00	25,00	26,00
Alto de cadera	8,50	9,00	9,50
Extensión de tiro delantero	7,00	8,00	9,00
Extensión de tiro posterior	12,50	13,00	13,50
Alto de rodilla	36,50	37,00	37,50

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”.

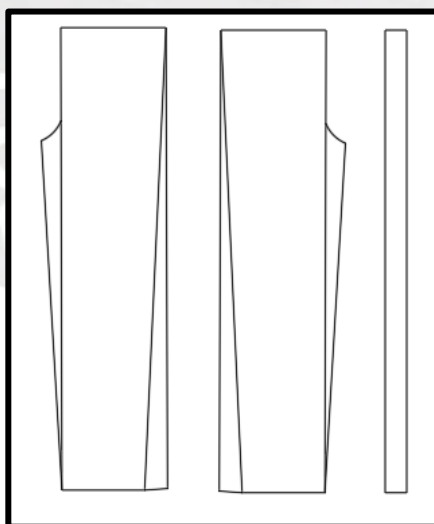


Figura S1 Molde de pantalón largo de pijama

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”

Para realizar el molde de un pantalón corto de pijama se tienen las siguientes medidas, en la tabla S2. Estas medidas se trazan para realizar el molde que se tiene en la figura S2.

Tabla S2 Cuadro de medida para el patrón de una pantalón corto de pijama

Medidas/Tallas	Cuadro de medida para el patrón de un pantalón corto de pijama		
	S	M	L
Cadera	25,00	26,00	27,00
Largo de short	32,00	34,00	36,00
Cintura	22,00	23,00	24,00
Tiro	23,00	24,00	25,00
Cintura espalda	24,00	25,00	26,00
Alto de cadera	8,50	9,00	9,50
Extensión de tiro delantero	7,00	8,00	9,00
Extensión de tiro posterior	12,50	13,00	13,50
Ancho de pierna	12,00	13,00	14,00

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”.

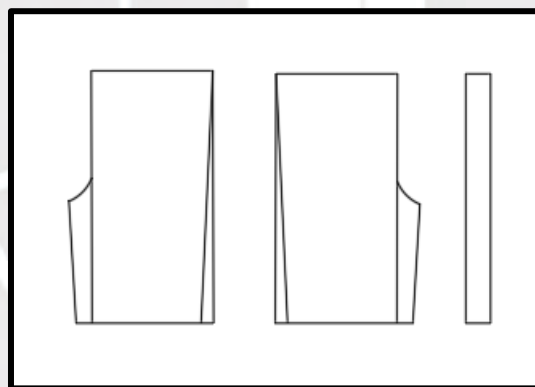


Figura S2 Molde de pantalón corto de pijama

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”

Para realizar el molde de un polo manga larga de pijama se tienen las siguientes medidas, en la tabla S3. Estas medidas se trazan para realizar el molde que se tiene en la figura S3.

Tabla S3 Cuadro de medida para el patrón de un polo de mujer manga larga pijama

Medidas/Tallas	Cuadro de medida para el patrón entero de un polo de mujer manga larga de pijama		
	S	M	L
Tórax	49,00	51,00	53,00
Ancho de espalda	40,00	42,00	44,00
Ancho de escote	8,00	8,50	9,00
Profundo escote delantero	8,70	9,20	9,70
Profundo escote espalda	2,00	2,00	2,00
Largo de polo	66,00	68,00	70,00
Largo de manga larga	57,00	59,00	61,00
Puño manga larga	14,00	15,00	16,00
Talle	41,00	43,00	45,00

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”

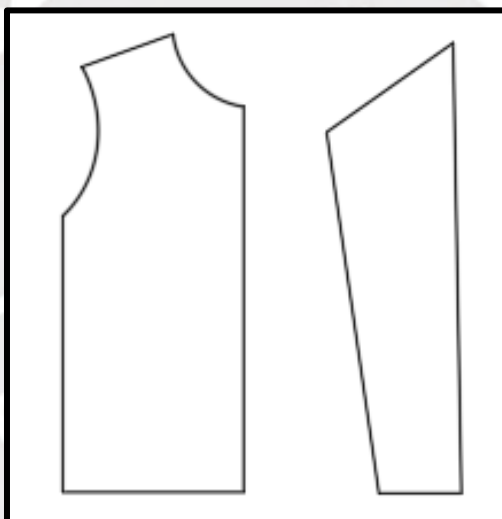


Figura S3 Molde de polo manga larga de pijama de mujer

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”

Para realizar el molde de un polo manga corta de pijama se tienen las siguientes medidas en la tabla S4. Estas medidas se trazarán para realizar el molde que se tiene en la figura S4.

Tabla S4 Cuadro de medida para el patrón de un polo mujer manga corte pijama

Medidas/Tallas	Cuadro de medida para el patrón entero de un polo de mujer manga corta de pijama		
	S	M	L
Tórax	49,00	51,00	53,00
Ancho de espalda	40,00	42,00	44,00
Ancho de escote	8,00	8,50	9,00
Profundo escote delantero	8,70	9,20	9,70
Profundo escote espalda	2,00	2,00	2,00
Largo de polo	66,00	68,00	70,00
Largo de manga corta	23,00	25,00	27,00
Puño manga corta	15,00	16,00	17,00
Talle	41,00	43,00	45,00

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”

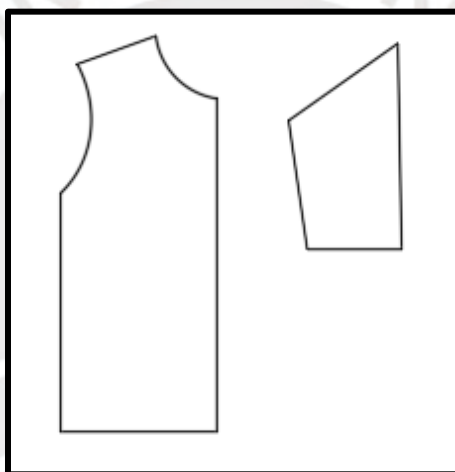


Figura S4 Molde de polo manga corte de pijama de mujer

Fuente: Centro de educación técnica productivo “San Marcos”

Anexo T: Diagrama de operaciones para los polos y pantalones de pijamas

La figura T1 se muestra el diagrama de operaciones de los polos manga corta de pijama mujer de verano.

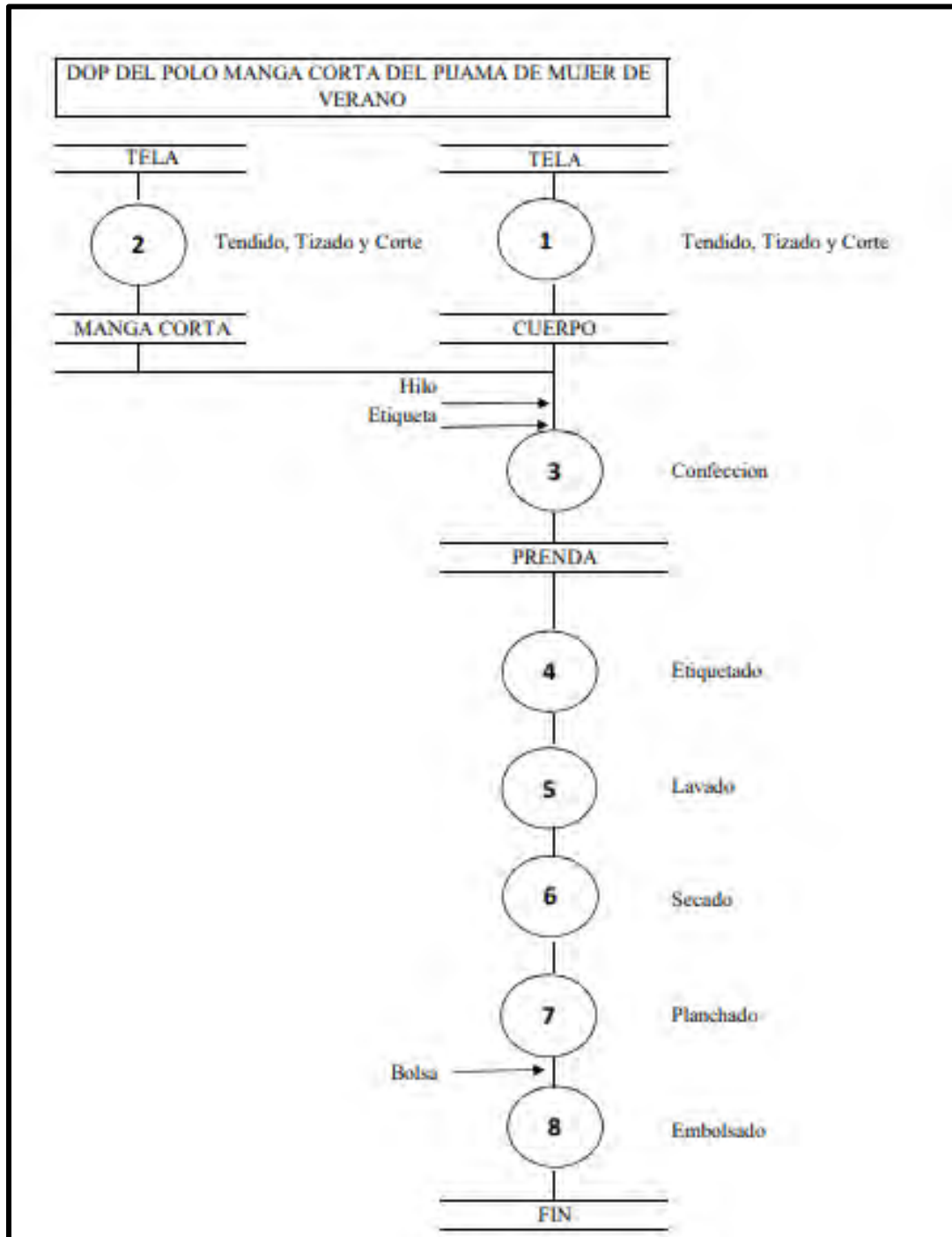


Figura T1 DOP del polo manga corta para pijamas de mujer de verano

Con respecto a la figura T2, se muestra el diseño de operaciones del pantalón largo de pijama de mujer de invierno.

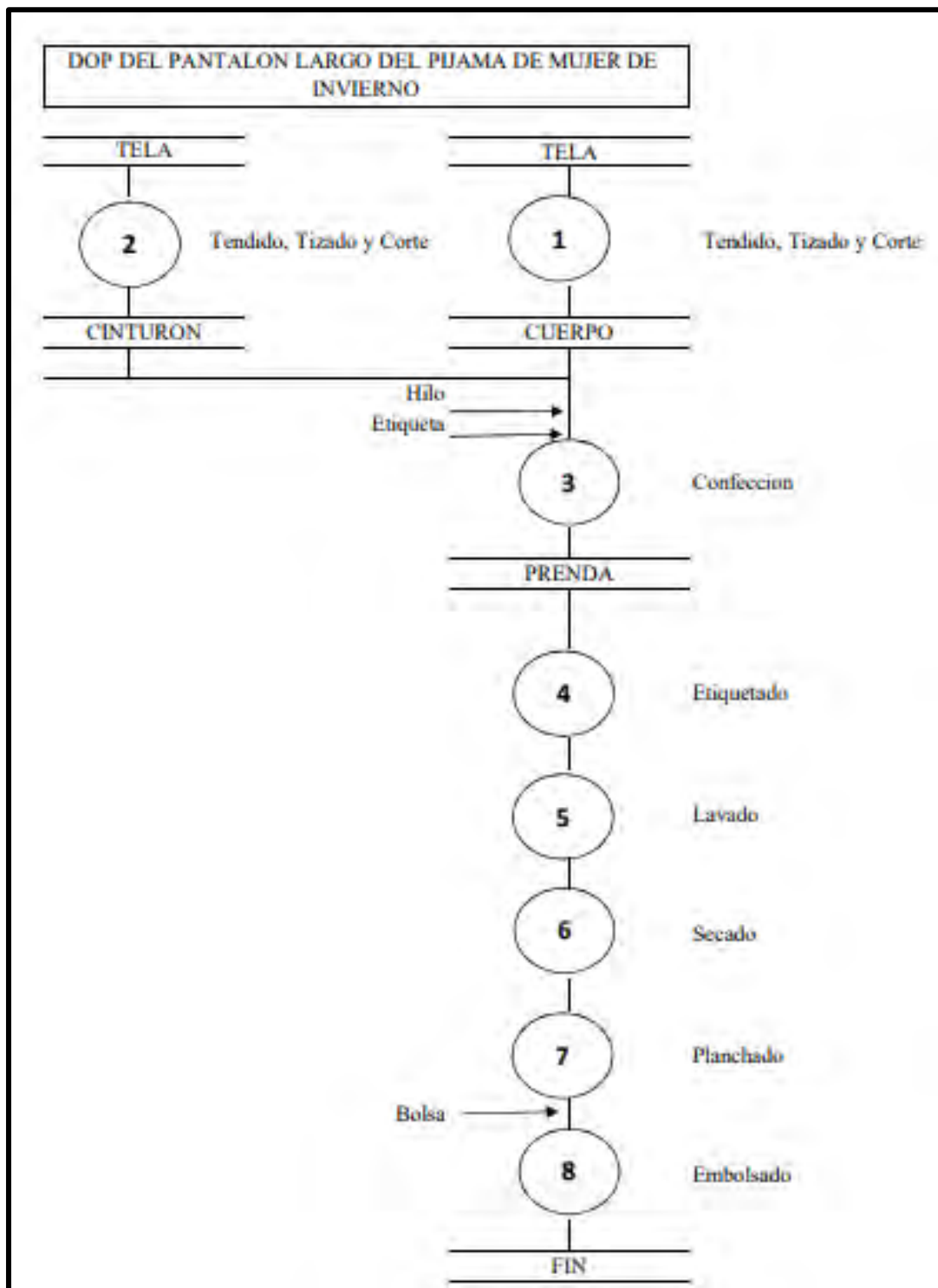


Figura T2 DOP del pantalón largo para pijama mujer invierno

Por último, la figura T3 se muestra la figura de operaciones correspondiente al pantalón corto de pijama de mujer de verano en el proyecto.

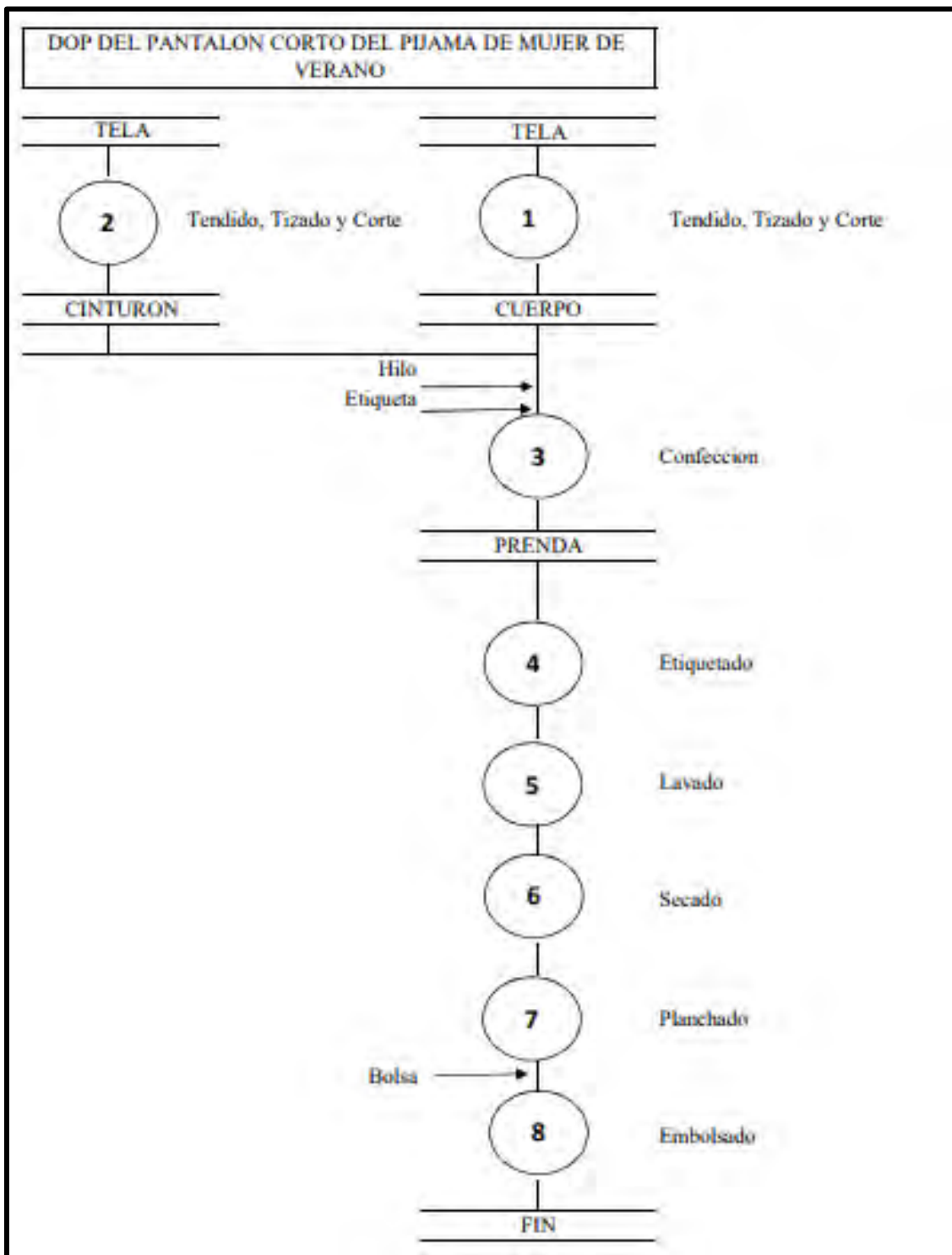


Figura T3 DOP del pantalón corto para pijama mujer de verano

Anexo U: Explicación de los Procesos Productivos

- **Recepción Materia Prima:** Las telas de algodón (pima 50/1) y de franela (20/1) son recepcionadas en rollos de tela (el cual contiene 100 metros de tela) hacia el almacén de materia prima las cuales son transportadas al área de tendido en un carro de transporte. Cada carro de transporte tiene una capacidad de transportar 3 rollos de tela al mismo tiempo.
- **Tendido:** Es el primer proceso que se realiza antes del corte de pieza para la prenda a confeccionar, se debe tener en cuenta la preparación de la tela y la forma adecuada para que no exista percance en el proceso de corte. En este proceso se tiende la tela en la mesa de trabajo con ayuda de la tendedora automática, que permita lograr el aumento de velocidad de tendido. Este proceso se realizará en el área de tendido, tizado y corte.
- **Tizado y Cortado:** En este proceso se ubicarán los patrones, el cual se refiere a la ubicación adecuada de patrones, tomando en cuenta los márgenes de tolerancia y el ahorro del material, para una mayor producción de la prenda. Luego, se tiza la tela en forma del patrón se realiza con tiza sastre. Después, con la ayuda de una cortadora industrial se corta la tela en la forma conveniente y apropiada a las diferentes piezas que se compone la prenda de vestir.
- **Confección y Etiquetado:** Luego del corte, tanto para el polo manga larga como para el polo manga corta se coloca cara a cara las pieza frontal y delantera del cuerpo, para luego cocer sus hombros. Después, unir ambas mangas y cerrar los costados comenzando por la basta. Al finalizar, se cose el cuello con la maquina remalladora a $\frac{1}{2}$ centímetro de la costura. Para el pantalón largo o corto se juntan las piezas de la parte delantera y la parte de espalda cara con cara y se cosen los tiros. Luego, se juntan cara con cara las piezas cocidas (las piezas delanteras y espalda) y se cose la entrepierna, después se cosen los costados. Para estos procesos se usa la maquina remalladora en la

cual se usan 3 hilos. Se cose una basta de 2 cm con una maquina recubridora en las terminaciones de las prendas tanto en el pantalón largo y corto, y en los polos manga larga y corto. Menos en la cintura del pantalón largo y corto porque se coloca un elástico (previamente unido en ambos extremos con la maquina recta) que se cose con la maquina remalladora. Luego de eso se le voltea para el lado interior de la prenda y se cose con la maquina recubridora. Al finalizar, se coloca la etiqueta con la maquina recubridora. En el caso de los polos la etiqueta se les colocara en el cuello y se le daría un acabado, en el caso del pantalón corto y largo se coloca la etiqueta en la cintura.

- **Lavado:** En esta operación la prenda es lavada en una lavadora industrial como máximo a 30°C para no dañar la ropa.
- **Secado:** Al secar la ropa se seca con una secadora industrial se realiza con un máximo de 57°C.
- **Planchado:** En este proceso se plancha la ropa con un planchón industrial con un máximo de temperatura equivalente a 110°C.
- **Embolsado:** En este procedimiento se embolsa la prenda con una bolsa de plástico para su futura distribución.

Anexo V: Especificaciones de máquinas a emplear

En la tabla V1 se mostrarán los modelos, dimensiones, características e imagen de las maquinarias a emplear en cada operación de la confección de los pijamas verano/invierno de mujer, entre los equipos más relevantes se encuentran los siguientes: Tendido, Cortadura, Remalladora, Recubridora, Lavadora, Secado y Planchado.



Tabla V1 Especificaciones de máquinas a emplear



Elementos fijos	Modelo	Dimensión	Especificaciones	Presentación
Tendido	KW 2000 E DE 2,10 M	Ancho: 190 cm Alto: 100 cm Largo: 263 cm	Tensión de trabajo CA 230 V \pm 5% Peso de maquina: 375 kg Ancho de mesa: 213 cm	
Cortadora	CZD - 3 10"	Ancho: 405 cm Alto: 53 cm Largo: 76 cm	Tensión: 220 V Potencia: 750 W Tamaño de cuchilla recta: 10" Capacidad de corte: 21,5 cm Velocidad: 3450 rpm	
Remalladora	Janome 744D	Ancho: 33 cm Alto: 39,5 cm Largo: 29 cm	Velocidad de costura máxima: 1000 puntadas por minuto Longitud de puntada: 4 mm Peso: 12,63 kg	
Recubridora	Singer Rec- 14T970C	Ancho: 38 cm Alto: 31.6 cm Largo: 31 cm	Velocidad de costura máxima: 1100 puntadas por minuto Longitud de puntada: 1 - 5 mm Peso: 7,3 kg	
Lavadora	SDW15	Ancho: 75 cm Alto: 90 cm Largo: 122,5 cm	Volumen de canasta: 135 L Potencia de motor 1,85 kW Capacidad de tambor 15 kilos	
Secado	SDW15	Ancho: 71,1 cm Alto: 162,2 cm Largo: 103,8 cm	Volumen: 217 L Peso neto: 135 kg Agua caliente: 88°C Flujo (50Hz): 203 l/s Calefacción eléctrica: 12 kW	
Planchado	Blancapress	Medidas de la mesa: Ancho: 57 cm Alto 87 cm Largo 145 cm	Sistema eléctrico: 220 V Plancha con calefactor eléctrico de 1650 W de potencia	

Fuente: Kaizen/ Maquitex Perú/Hiraoka/Saga Falabella/Cimelco/Sodimac

Anexo W: Especificaciones de equipo a emplear

En la tabla W1 se mostrarán los modelos, dimensiones, características e imagen de los equipos a emplear en cada operación de la confección de los pijamas verano/invierno de mujer.

Tabla W1 Especificaciones de maquinarias y equipos a emplear




Equipo	Modelo	Dimensiones	Características	Imagen
Transpalet a manual	TRASPA 2	Altura mínima: 7 cm Altura máxima: 16 cm Altura de elevación: 15 cm Altura de palanca de base: 117,5 cm Longitud total: 154 cm	Carga: 2000 kg Material: Acero	
Estante metálico	Metal/madera a 1500kg (131396)	Ancho: 120 cm Alto: 192 cm Largo: 60 cm	Capacidad por repisa: 300 kg Numero de Repisas: 5 Material: Acero inoxidable/madera	

Fuente: QRUBBERT / PROMART

Anexo X: Especificaciones de Equipos de Oficina

En la tabla X1 se visualiza el modelo, dimensiones, características e imagen de los activos fijos de oficina utilizados por los funcionarios administrativos de la empresa.

Tabla X1 Especificaciones de Equipos de Oficina


Elementos	Modelo	Dimensión	Características	Imagen
Laptop	82FE00CDLM	Ancho: 211,59 mm Alto: 321,57 mm Largo: 16,9 mm	Peso: 1,38 kg Memoria: 16GB Sistema operativo: Windows 10 Pro-64	
Impresora	137fnw	Ancho: 482 milímetros Alto: 421 milímetros Largo: 447 milímetros	Peso: 11,5 kg Capacidad: 150 hojas	
Proyector	POWERLINE 20	Ancho: 420 mm Alto: 180 mm Largo: 380 mm	Brillo: 3400 lúmenes Resolución: 1024 x 768/Resolución nativa XGA Contraste: 15 000:1	

Fuente: Falabella/Lenovo/Hp

Anexo Y: Especificaciones de Electrodomésticos

La tabla Y1 registra la marca, dimensiones, características e imagen de los electrodomésticos que se usaran en el comedor de la empresa.




Tabla Y1 Especificaciones de los electrodomésticos

Electrodoméstico	Modelo	Dimensiones	Características	Imagen
Refrigeradora	RT32K5730S8	Ancho: 60 cm Alto: 17 cm Largo: 67 cm	Ruedas de Desplazamiento Capacidad: 318 litros	
Microondas	WMW-20SILVER	Ancho: 32cm Alto: 26,2cm Largo: 45,2 cm	Tipo de panel de control: digital Capacidad: 20 l Potencia: 1200 W Niveles de potencia: 5	

Anexo Z: Especificaciones de muebles para el uso del personal de planta

En la tabla Z1 se mostrarán el modelo, dimensiones, características e imagen de los muebles para el uso administrativo y operativo.

Tabla Z1 Especificaciones de muebles para el uso del personal de planta

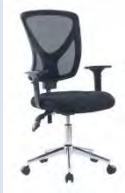

Muebles	Modelo	Dimensiones	Características	Imagen
Mesa para confección	Mesa para costura y manualidades	Ancho: 73 cm Alto: 70 cm Largo: 153 cm	-	
Mesa de trabajo	Escritorio de Oficina vidrio Negro	Ancho: 110 cm Alto: 76 cm Largo: 50 cm	Forma: rectangular Material de estructura: Metal	
Sillas para operarios	Silla de Oficina alta Cajero	Ancho: 45 cm Alto: 125 cm Largo: 57 cm	Resistencia de silla: 100 kg Material del tapiz: Tela Material de la estructura: Metal	

Fuente: Spondylus/ Sodimac

Anexo AA: Especificaciones de muebles para el uso del personal administrativo

La tabla AA1 detalla las características de los aquellos elementos fijos para el uso del personal administrativo

Tabla AA1 Especificaciones de muebles para el uso del personal administrativo



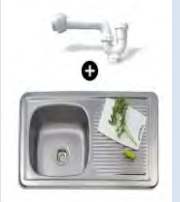
Muebles y enseres	Modelo	Dimensiones	Características	Imagen
Sillas para oficina	Base Perfect Back Rest	Ancho: 52 cm Alto: 97-115 cm Largo: 45 cm	Resistencia de silla: 149 kg Material del tapiz: Malla Material de la estructura: Poliuretano	
Escritorios	FUNCTION PLUS	Ancho: 145,1 cm Alto: 76,5 cm Largo: 81 cm	Cantidad de cajones: 3	

Fuente: Promart/Falabella

Anexo BB: Especificaciones de muebles para el espacio comedor

Para la tabla BB1 se detallará el modelo, dimensión, características e imagen de los elementos fijos usados en el comedor y vestidor de la empresa.

Tabla BB1 Especificaciones de muebles para el comedor y vestidor de la empresa

Elementos Fijos	Modelo	Dimensiones	Características	Imagen
Mesa para el Comedor	MSX025000	Diámetro: 110,5 cm	Número de personas: 7 Material estructura: plástico	
Mueble para microondas	Cerro Largo	Ancho: 58cm Largo: 41,5 cm Alto: 95 cm	Mueble Fijo, no es necesario adosarlo a la pared. No cuenta con propiedades hidrófugas o hidro repelentes.	
Lavadero Campeón 1 poza con escurridero	Campeón 1 Poza S/a. C/e	Altura del producto: 15,5 cm Ancho del Producto: 94 cm Profundidad del Productor 49 cm	Lavadero de acero inoxidable de 0.6 mm de espesor con acabado satinado, de alta calidad y gran durabilidad.	

Fuente: Plásticos Rey /Plaza Veá/Promart

Anexo CC: Especificaciones de muebles para el comedor y vestidor

En la tabla CC1 se aprecia el modelo, dimensión, características e imagen de elementos fijos usados en el comedor y vestidor de la empresa.

Tabla CC1 Especificaciones de elementos para el comedor y vestidor

Elementos Fijos	Modelo	Dimensiones	Características	Imagen
Bancas de vestidores	HY-ZD183B	Ancho 26 cm Largo: 180 cm Alto: 28 cm	Estructura: Metal	
Inodoro	Índigo	Ancho 39 cm Largo: 66 cm Alto: 73 cm	Material: Loza	
Urinario	Chico	Ancho 28,6 cm Largo: 39,4 cm Alto: 62,2 cm	Material: Loza	
Regadera	Yarden YE0013	Ancho 30 cm Largo: 15 cm Alto: 10 cm	Incluye Brazo y chapetón	
Terma	Express Silver	Ancho 26 cm Largo: 11,5 cm Alto: 15,5 cm	Potencia: 5500 W	
Lavadero	Llave de Lavatorio Bali	-	Llave individual Tipo de manija: cruz	

Fuente: Sodimac/Hiraoka/Promart

Anexo DD: Método de Guerchet de la planta de pijamas femeninas

Como se muestra en el presente Anexo DD, se detallará los cálculos de las diferentes áreas de la planta a través de la aplicación del Método de Guerchet. En primer lugar la tabla DD1 muestra que el requerimiento de área para la zona de Tizado, Corte y Tendido será equivalente a 366 m².

Tabla DD1 Método de Guerchet del Área de Tizado, Corte y Tendido

ÁREA DE TIZADO, CORTE Y TENDIDO											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
<i>FIJOS O ESTÁTICOS</i>											
Tendido	3	2	2.63	1.9	1	4.997	9.994	18.31	33.30	99.91	100.00
Cortadora	18	1	0.76	4.05	0.53	3.078	3.078	7.52	13.68	246.17	247.00
Estante Metálico	1	1	1.2	0.6	1.92	0.72	0.72	1.76	3.20	3.20	4.00
Mesa de Trabajo	6	1	1.1	0.5	0.76	0.55	0.55	1.34	2.44	14.66	15.00
<i>MÓVILES</i>											
Operarios	18				1.7	0.5			0.5		
Transpaleta Manual	2		1.54	0.8	1.16	1.232			1.232		

hm	1.58
hf	0.65
K	1.22

ÁREA TOTAL (m ²)	366.00
------------------------------	--------

En segundo lugar, la tabla DD2 muestra que el área total para la zona de Confección y Etiquetado será equivalente a 73 m².

Tabla DD2 Método de Guerchet del Área de Confección y Etiquetado

ÁREA DE CONFECCIÓN Y ETIQUETADO											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
<i>FIJOS O ESTÁTICOS</i>											
Remalladora	2	2	0.33	0.29	0.395	0.0957	0.1914	0.35	0.64	1.28	2.00
Recubridora	6	2	0.38	0.31	0.32	0.45	0.91	1.67	3.03	18.20	19.00
Estante Metálico	1	1	1.2	0.6	1.92	0.72	0.72	1.77	3.21	3.21	4.00
Mesa para Confección	8	1	1.53	0.73	0.7	1.1169	1.1169	2.74	4.98	39.82	40.00
Mesa de Trabajo	3	1	1.1	0.5	0.76	0.55	0.55	1.35	2.45	7.35	8.00
<i>MÓVILES</i>											
Operarios	8				1.7	0.5			0.5		

hm	1.70
hf	0.69
K	1.23

ÁREA TOTAL (m ²)	73.00
------------------------------	-------

En tercer lugar, la tabla DD3 se detalla el cálculo de dimensiones para la zona de Lavado y Secado, el cual será equivalente a 24 m².

Tabla DD3 Método de Guerchet del Área de Lavado y Secado

ÁREA DE LAVADO Y SECADO											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
<i>FIJOS O ESTÁTICOS</i>											
Lavadora	3	1	1.225	0.75	0.9	0.91875	0.91875	1.16	3.00	9.00	9.00
Secadora	3	1	1.038	0.711	1.622	0.738018	0.74	0.93	2.41	7.23	8.00
Mesas de Trabajo	2	1	1.1	0.5	0.76	0.55	0.55	0.70	1.80	3.59	4.00
Estante Metálico	1	1	1.2	0.6	1.92	0.72	0.72	0.91	2.35	2.35	3.00
<i>MÓVILES</i>											
Operarios	6				1.7	0.5			0.5		
Transpaleta Manual	1		1.54	0.8	1.16	1.232			1.232		

hm	1.54
hf	1.22
K	0.63

ÁREA TOTAL (m ²)	24.00
------------------------------	-------

En cuarto lugar, la tabla DD4 se detallará el cálculo de área para la zona de Planchado y Embolsado que será igual a 25 m².

Tabla DD4 Método de Guerchet del Área de Planchado y Embolsado

ÁREA DE PLANCHADO Y EMBOLSADO											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
<i>FIJOS O ESTÁTICOS</i>											
Planchado	4	2	1.45	0.57	0.87	0.8265	1.653	1.924	4.404	17.62	18.000
Mesa de Trabajo	2	1	1.1	0.5	0.76	0.55	0.55	0.854	1.954	3.91	4.000
Estante Metálico	1	1	1.2	0.6	1.92	0.72	0.72	1.118	2.558	2.56	3.000
<i>MÓVILES</i>											
Operarios	6				1.7	0.5			0.5		
Transpaleta Manual	1		1.54	0.8	1.16	1.232			1.232		

hm	1.54
hf	0.99
K	0.78

ÁREA TOTAL (m ²)	25.00
------------------------------	-------

Con respecto a la zona de Despacho de Productos Terminados, la tabla DD5 se detalla que se requerirá una dimensión de 32 m².

Tabla DD5 Método de Guerchet Área de Despacho de Productos Terminados

DESPACHO DE PRODUCTOS TERMINADOS											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
<i>FIJOS O ESTÁTICOS</i>											
Camiones Fijos	2	2	2.4	1.75	2.5	4.20	8.40	3.32	15.92	31.83	32.00
<i>MÓVILES</i>											
Operarios	1				1.7	0.5			0.5		
Transpaleta Manual	1		1.54	0.8	1.16	1.232			1.232		

hm	1.32
hf	2.50
K	0.26

ÁREA TOTAL (m ²)	32.00
------------------------------	-------

Para la zona de Vestidores y Baños, la tabla DD6 muestra que se necesitará una dimensión equivalente a 51 m².

Tabla DD6 Método de Guerchet Área Vestidor y Baños

VESTIDOR Y BAÑOS											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
FIJOS O ESTÁTICOS											
Banca de Vestidores	4	2	1.8	0.26	0.28	0.47	0.94	2.387	3.791	15.163	16.000
Inodoro	19	1	0.66	0.39	0.73	0.26	0.26	0.875	1.390	26.409	27.000
Urinario	8	1	0.394	0.286	0.622	0.11	0.11	0.383	0.608	4.868	5.000
Regadera	6	1	0.15	0.3	0.1	0.05	0.05	0.153	0.243	1.458	2.000
Terma	6	1	0.115	0.26	0.155	0.03	0.03	0.102	0.161	0.969	1.000
MÓVILES											
Operarios	1				1.7	0.5			0.5		

hm	1.70
hf	0.58
K	1.46

AREA TOTAL (m2)	51.00
------------------------	--------------

Para el caso de las zonas de Oficinas Administrativas, la tabla DD7 muestra que se requerirá un total de 87 m² para su funcionamiento en la planta.

Tabla DD7 Método de Guerchet de Oficinas Administrativas

OFICINAS ADMINISTRATIVAS											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
FIJOS O ESTÁTICOS											
Escritorios	9	1	1.25	0.5	0.8	0.63	0.63	0.77	2.02	18.14	19.00
Sillas para Oficina	9	2	1.96	0.6	1.83	1.18	2.35	2.16	5.69	51.21	52.00
Mesa de Conferencia	1	4	2.5	0.75	0.65	1.88	7.50	5.74	15.12	15.12	16.00
MÓVILES											
Operarios	9				1.7	0.5			0.5		

hm	1.70
hf	1.39
K	0.61

AREA TOTAL (m2)	87.00
------------------------	--------------

En relación con la zona de Servicios Higiénicos Administrativos, la tabla DD8 expone que se necesitará un estimado de 8 m² para el alcance de los operarios administrativos.

Tabla DD8 Método de Guerchet de Servicios Higiénicos Administrativos

SERVICIOS HIGIÉNICOS ADMINISTRATIVOS											
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado
FIJOS O ESTÁTICOS											
Inodoro	5	1	0.66	0.39	0.73	0.26	0.26	0.62	1.14	5.69	6.00
Urinario	4	1	0.394	0.286	0.622	0.11	0.11	0.27	0.50	1.99	2.00
MÓVILES											
Operarios	9				1.7	0.5			0.5		

hm	1.70
hf	0.70
K	1.21

AREA TOTAL (m2)	8.00
------------------------	-------------

Por último, para la tabla DD9 se muestra que para la zona de Comedor se dispondrá de un total de 402 m².

Tabla DD9 Método de Guerchet de Comedor

COMEDOR												
ELEMENTOS	CANTIDAD	LADOS N	L (mt)	A (mt)	H (mt)	SS (L x A)	SG (SS x N)	SE K * (SS + SG)	ST (por estación) SS + SG + SE	ST	ST ajustado	
FIJOS O ESTÁTICOS												
Juego de Comedor	10	4	1.105	1.105	0.8	3.84	15.34	20.40	39.58	395.84	396.00	
Mueble para Microondas	3	1	0.415	0.58	0.95	0.24	0.24	0.51	0.99	2.98	3.00	
Lavadero	3	1	0.155	0.94	0.49	0.15	0.15	0.31	0.60	1.80	2.00	
Refrigeradora	1	1	0.6	0.17	0.67	0.10	0.10	0.22	0.42	0.42	1.00	
MÓVILES												
Operarios	39				1.7	0.5			0.5			
		hm	1.70									
		hf	0.80									
		K	1.06									
										AREA TOTAL (m2)		402.00

Con respecto al cálculo de los almacenes de materia prima y productos terminados, la tabla DD10 se detallará la dimensión requerirá en relación con la cantidad de materiales e insumos que ingresan a dicho almacén. Como resultado de ello, se requerirá un equivalente de 392 m².

Tabla DD10 Cálculo de espacio de almacenaje Materia Prima

DESCRIPCIÓN	Tela de Algodón	Tela de Franela
UNIDAD	KG	KG
Capacidad (Kg o Litro)	1,095	1,579
Cantidad de rollo	3	3
Jaba / Sacos requeridos	364.83	526.17
Dimensión de pasillos (m)	1	1
Ancho por contenido	0.6	0.6
Largo por contenido	1	1
Largo módulo base (m)	0.8	0.8
Ancho módulo base (m)	2	2
Área módulo base (m2)	1.60	1.60
Niveles	2	2
Cantidad por módulo base	4	4
Área de almacenamiento (m2)	145.93	210.47
Holgura Operativa (10%)	14.59	21.05
Área Final Ajustada (m2)	160.53	231.51
	Área Final Ajustada (m2)	392.04
	Área Total (m2)	390.00
	Ancho de almacén (m)	13.00
	Largo de Almacén (m)	30.00

En cuanto a la dimensión del almacén de productos terminados, la tabla DD11 muestra la obtención de cálculos basándose en la capacidad total de los productos terminados de pijamas femeninas. Se requerirá un total de 550 m².

Tabla DD11 Cálculo del Espacio de Almacenaje de Bienes Terminados

Capacidad total	10,184
Capacidad por paquete (unidades)	1
<i>Paquetes requeridos</i>	<i>10184</i>
Dimensiones de pasillo (m)	2
Ancho del pack (m)	0.187
Largo del pack (m)	0.246
Largo del módulo base (m)	0.42
Áncho del módulo base (m2)	2.35
<i>Área del módulo base (m2)</i>	<i>0.987</i>
Niveles	2
Packs por módulo base	20
<i>Área requerida de almacén</i>	<i>502.5804</i>
Holgura operativa (10%)	50.26
<i>Área Ajustada (m2)</i>	<i>550</i>
Ancho del Almacén (m)	10
Largo del Almacén (m)	12



Anexo EE: Cálculos para el requerimiento de materiales directos por año

Tabla EE1 Materia Prima necesario para cada Tipo de Pijama

Materia Prima	Dimensiones de la tela	Hilo (m)	Elástico	Bolsa	Etiqueta
Pijama verano	Tela de algodón Pantalón (Largo: 36 cm, Ancho: 53 cm) Polo (Largo: 95 cm, Ancho: 60 cm)	55	Largo: 50 cm Ancho: 4 cm	1	1
Pijama invierno	Tela de franela Pantalón (Largo: 110 cm, Ancho: 60 cm) Polo (Largo: 125 cm, Ancho: 60 cm)	65	Largo: 50 cm Ancho: 4 cm	1	1

Asimismo, se detalla los proveedores de los materiales requeridos en la fabricación de las pijamas femeninas de verano e invierno, el precio de cada materia prima, especificaciones técnicas y forma de entrega. Para que el proveedor ofrezca la materia prima al precio que se mostrará en la tabla EE2 se debe cumplir con las cantidades mínimas de compra. Entre las principales compras de insumos, se encuentran las siguientes:

- Tela de Algodón
- Tela de Franela
- Hilo
- Elástico
- Bolsa
- Etiqueta

Tabla EE2 Detalles de Compra de Materia Prima

Materia Prima	Proveedores	Precio	Cantidades mínimas de compra	Especificaciones técnicas	Forma de entrega
Tela de algodón	Grupo textil Diaz	S/45 equivale a 1 kilo de tela	1 rollo	1 kilo de tela: 100 cm de largo y 100 cm de ancho	Entrega gratis
Tela de franela	Grupo textil Diaz	S/45 equivale a 1 kilo de tela	1 rollo	1 kilo de tela: 100 cm (L) y 100 cm (A)	Entrega gratis
Hilo	Algodonera Continental	S/4 equivale a 4572 metros	5 rollos	1 caja: 10 rollos de hilo 1 rollo de hilo: 4572 metros	Entrega gratis a partir de 10 cajas
Elástico	Comercial Bryales	S/20 un rollo de elástico de 4 cm	5 cajas	1 caja: 30 rollos de elástico 1 rollo de elástico: 10 m	Entrega gratis a partir de 10 cajas
Bolsa	Plásticos Carmen	S/3 un empaque de 100 bolsas	10 empaques	1 empaque: 100 bolsas 1 bolsa: 30 x 30 cm	Entrega gratis a partir de 10 empaques
Etiqueta	Galería Diana 107	S/18 equivale a 1 millar	1 empaque	En la etiqueta se coloca el tipo de lavado, talla de la prenda y la marca de la empresa	Entrega gratis

A continuación, se mostrarán los requerimientos de la materia prima. Para el caso de los rollos de tela de algodón y de franela se está considerando una merma del 2%, para los otros materiales se considera una merma del 0,5%. Además, se está considerando que el ancho de los rollos de tela es de 80 cm y que se puede tizar una pieza de cualquier pijama por ancho. A continuación, en la tabla EE3, se mostrará las unidades totales para su adquisición agregando la cantidad de merma.

Tabla EE3 Cantidad de Materia Prima Anual

Material	2023	2024	2025	2026	2027
Largo de tela de franela (m)	53 804	59 567	65 398	71 297	77 265
Largo de tela de algodón (m)	37 401	41 408	45 461	49 561	53 713
Largo de hilo (m)	9 878 226	10 935 988	12 006 466	13 089 661	14 185 572
Elástico (cm)	8 231 855	9 113 323	10 005 389	10 908 051	11 821 310
Bolsa (unidades)	217 651	240 925	266 812	295 358	326 945
Etiqueta (unidades)	217 651	240 925	266 812	295 358	326 945

Para calcular los requerimientos (En nuevos soles) se registra en la tabla EE4, las unidades totales de compra.

Tabla EE4 Cantidad de Insumos Anuales

Material	2023	2024	2025	2026	2027
Tela de algodón (kilos)	62 570	69 275	76 055	82 915	89 860
Tela de franela (kilos)	90 015	99 655	109 410	119 280	129 265
Rollo de hilo (unidades)	2 161	2 392	2 627	2 864	3 103
Rollo de elástico (unidades)	8 232	9 114	10 006	10 909	11 822
Etiqueta (unidades)	218	241	267	296	327

En el siguiente anexo se presentarán los cálculos para la cantidad de materiales por año, basado en el cuadro: “Materia prima necesario para cada tipo de pijama”, en la cual muestra las dimensiones de las telas a utilizar y el material necesario por tipo de pijama. Sin embargo, para calcular el requerimiento exacto de la materia prima se calculará por tendida de tela, el

cual se calcula por tipo de prenda el cual en el Anexo EE se muestra los cortes que se van a realizar en cada tendida, para el cual en la tabla EE5 se muestran el número de tendidas necesarias por año.

Tabla EE5 Cantidad de veces que se tiende la tela para producción por tipo prenda anual

Año	Pantalón Corto	Polo Manga Corta	Pantalón Largo	Polo Manga Larga
2023	4 512	12 032	8 330	15 470
2024	4 995	13 319	9 221	17 124
2025	5 531	14 750	10 211	18 964
2026	6 123	16 328	11 304	20 992
2027	6 778	18 074	12 513	23 237

Como se sabe que el largo de la tendida de tela es 2,93 m en la tabla EE6 se muestra el largo de tela necesario para la fabricación por tipo prenda por año, para el costo se tendrá en cuenta que el ancho necesario es de 1,8 m.

Tabla EE6 Largo de tela necesario por tipo de prenda

Año	Pantalón Corto	Polo Manga Corta	Pantalón Largo	Polo Manga Larga
2023	13 221	35 254	24 407	45 328
2024	14 636	39 025	27 018	50 174
2025	16 206	43 218	29 919	55 565
2026	17 941	47 842	33 121	61 507
2027	19 860	52 957	36 664	68 085

En la tabla EE7 se muestra las cantidades necesarias por materia prima sin considerar el porcentaje de mermas.

Tabla EE7 Largo de tela necesario por tipo de prenda

Material	2023	2024	2025	2026	2027
Largo de tela de franela (m)	53 804	59 567	65 398	71 297	77 265
Largo de tela de algodón (m)	37 401	41 408	45 461	49 561	53 713
Largo de hilo (m)	9 878 226	10 935 988	12 006 466	13 089 661	14 185 572
Elástico (cm)	8 231 855	9 113 323	10 005 389	10 908 051	11 821 310
Bolsa (unidades)	217 651	240 925	266 812	295 358	326 945
Etiqueta (unidades)	217 651	240 925	266 812	295 358	326 945

- **Material de empaque**

Para calcular cuánto se necesita de material de empaque para la producción de los años 2023 hasta el 2027, se debe conocer cuántos materiales se necesita para un pijama de verano o de invierno, esto se mostrará en la tabla EE8.

Tabla EE8 Material de Empaque requerido para cada tipo de pijama

Material de empaque	Bolsa para entrega	Caja para entrega
Pijama verano	1	1/6
Pijama invierno	1	1/6

Además, se detallan los proveedores de cada material de empaque para la producción pijamas de mujer verano e invierno, el precio de cada material de empaque, especificaciones técnicas y forma de entrega. Para que el proveedor ofrezca el material de empaque al precio que se mostrará en la tabla EE9 se debe cumplir con las cantidades mínimas de compra.

Tabla EE9 Detalles de compra de material de empaque

Material de empaque	Proveedores	Precio	Cantidades mínimas de compra	Especificaciones técnicas	Forma de entrega
Bolsa para entrega	Plásticos Carmen	S/6,5 un empaque de 100 bolsas	10 empaques	1 empaque: 100 bolsas 1 bolsa: 40 x 30 cm bolsa de colores con aza	Entrega gratis a partir de 10 empaques
Caja para entrega	Distripack	S/120 una entrega de 75 cajas	1 entrega	1 caja: 40 cm x 50 cm x 60 cm	Entrega gratis a partir de 75 empaques

Por otra parte, en la tabla EE10, se mostrarán las unidades totales de material de empaque, para el cual se considera un 0,5% de merma. Además, se asumirá que el 60% de las ventas serán compras al por mayor por eso serán entregadas en la caja y el 40% serán ventas individuales entregadas por bolsa.

Tabla EE10 Requerimiento de Material de Empaque

Año	Bolsa para entrega	Caja para entrega
2023	65 856	98 783
2024	72 907	109 361
2025	80 044	120 066
2026	87 266	130 898
2027	94 571	141 856

Ahora bien, en la tabla EE11 se mostrarán las cantidades de materiales empaque:

Tabla EE11 Cantidad de Material de Empaque Anual

Requerimientos	2023	2024	2025	2026	2027
Paquete de bolsas	659	730	801	873	946
Paquete de cajas	1 318	1 459	1 601	1 746	1 892

- **Suministros**

Para calcular cuánto suministro se requiere para la producción de los años 2023 hasta el 2027, se debe conocer cuántos materiales se necesita para un pijama de verano o de invierno, esto se mostrará en la tabla EE12.

Tabla EE12 Suministros necesarios para cada tipo de pijama

Suministros	Tiza	Detergente
Pijama verano	1/12	100 gramos
Pijama invierno	1/12	125 gramos

Además, se detallan los proveedores de cada suministro para la producción pijamas de mujer verano e invierno, el precio de cada materia prima, especificaciones técnicas y forma de entrega. Para que el proveedor ofrezca los suministros al precio que se mostrará en la tabla EE13, se debe cumplir con las cantidades mínimas de compra.

Tabla EE13 Detalles de Compra de Suministros

Suministros	Proveedores	Precio	Cantidades mínimas de compra	Especificaciones técnicas	Forma de entrega
Tiza	Copy Center	S/5,0 caja de 50 tizas blancas	-	Marca Artesco	Entrega gratis a partir de 50 soles
Detergente	Sodimac	S/80,00 bolsa de 14 kilos	-	Marca Marsella	Entrega gratis a partir de 100 soles

Por otro lado, en la tabla EE14, se mostrarán los materiales requeridos de empaque, para el cual se considera una proporción de 0,5%.

Tabla EE14 Requerimientos de Suministros

Suministros	2022	2023	2024	2025	2026
Tiza (unidades)	18 138	19 978	22 124	24 491	27 110
Detergente (gr)	24 485 720	27 104 021	30 016 285	33 227 712	36 781 267

Además, en el tablero EE15, se mostrarán las cantidades a comprar:

Tabla EE15 Cantidad Suministros por año

Requerimientos	2023	2024	2025	2026	2027
Caja de tizas	363	400	443	490	543
Bolsa de detergente	17 490	19 361	21 441	23 735	26 273



Tabla FF2 Presupuesto de Control de Impacto Ambiental

Descripción	Presupuesto de Control de Impacto Ambiental				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Plan Manejo Recolección de Residuos	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Tapones para los oídos	2 496	2 496	2 496	2 496	2 496
Total sin IGV	32 624	32 624	32 624	32 624	32 624
IGV	5 872	5 872	5 872	5 872	5 872
Total con IGV	38 496	38 496	38 496	38 496	38 496

Anexo GG: Diagrama de Gantt

En la presente figura GG1 se aprecia el diagrama Gantt del proyecto pijamas femeninas.

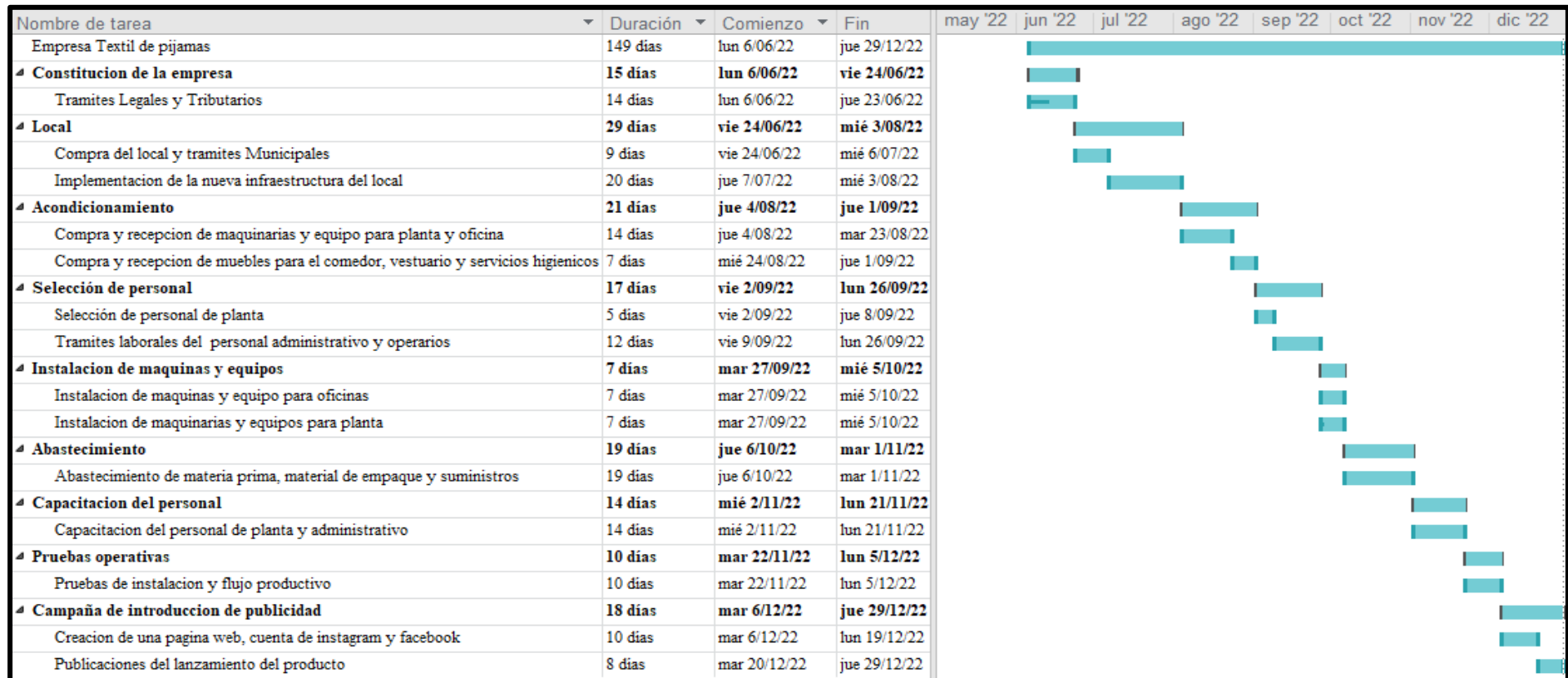


Figura GG1 Diagrama de Gantt de la empresa de pijamas

Anexo HH: Elaboración de una Empresa

Los pasos a seguir para su elaboración serán los siguientes (GOP, 2024):

1) Búsqueda y guardado de nombre

Esto será un paso previo para el establecimiento de la empresa. Si bien, no será una tarea obligatoria, resultará necesario para la agilización en el registro de la compañía en el Registro de Personas Jurídicas propuesto por los Registros Públicos (SUNARP). Durante la calificación de la Reserva de Nombre, el Registrador Público tiene que verificar si existe alguna igualdad o coincidencia con otro nombre, denominación, completa o abreviada, o razón social solicitados antes. Se debe seguir los siguientes pasos:

- Busca un nombre disponible.
- Decide qué tipo de empresa se va a constituir.
- Presenta una identificación y el formulario de petición de guardado de nombre de persona completo.
- Realizar un importe por la conservación del nombre seleccionado.

2) Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta)

Será aquel documento en el cual los integrantes de una razón social indican su voluntad de constitución de una empresa y en donde se establecerán todos los pactos respectivos. Comprenderá un pacto social y estatutos, comprenderán los siguientes pasos:

Se lleva a una notaría como a un Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC) lo siguiente: 2 juegos de un documento nacional de identificación (DNI) de los integrantes de la sociedad y cónyuges, la copia original y 2 juegos de la Búsqueda y conservación del nombre, un documento (PDF, Word, Excel) en USB con la línea de negocio y la enumeración de bienes para el capital. Asimismo, el Formato declaración jurada y fecha de requerimiento en la constitución de empresas.

3) Abono de capital y bienes

Resultará importante los aportes de efectivo o activos (inmuebles o muebles) que se certificarán con el escrito expedido por una entidad financiera, el registro del traspaso a favor de tu empresa o sociedad, con el documento de escrito público que certifique dicha transferencia o con el reporte de valorización especificado.

Se puede abonar activando una cuenta bancaria en donde se colocará el dinero que el usuario y sus socios aportarán a la compañía, o también a través de la realización un inventario que detalle las cantidades e importe de los bienes que cada uno de los integrantes aportará en la empresa. Como sugerencia se requerirá un monto mínimo de S/ 1 000 para la activación.

4) Preparación de Escritura Pública

Luego de obtener el Acta Constitutiva, resultará importante enviarlo a una notaría con el objetivo de que un notario público lo verifique y eleve la Escritura Pública. Para este punto, se generará la Escritura Pública y Testimonio de Sociedad, el cual será el documento que respaldará al Acto Constitutivo. Este documento estará firmado y sellado por el notario y deberá poseer la firma de todos los integrantes de la sociedad, incluidos los cónyuges.

5) Inscripción en Registros Públicos

Luego de obtener la Escritura Pública, se enviará a la SUNARP a fin de lograr su inscripción de la compañía en Registros Públicos. Esta función será realizada por el notario. El personal jurídico existe luego de realizar la inscripción en Registros Público.

6) Inscripción RUC para Persona Jurídica

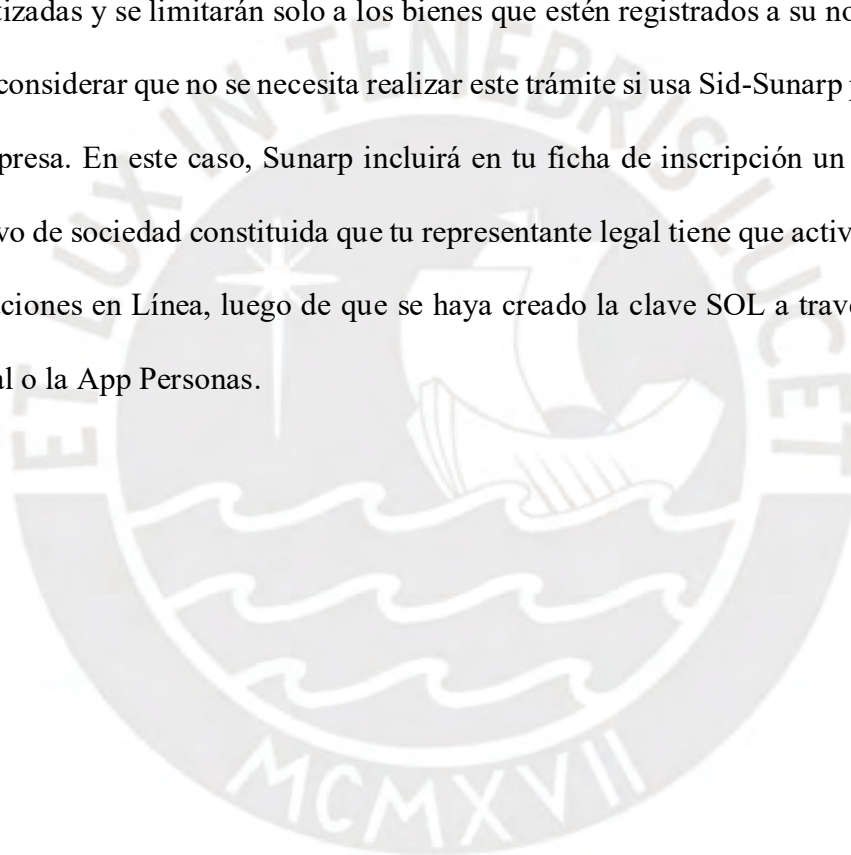
Al constituir una compañía, debe estar inscrita en el Registro Único Contribuyentes (RUC) de la SUNAT. Puedes hacer este trámite por Mesa de Partes Virtual (MPV) o

en persona, a través de su representante legal o tercero autorizado y cumpliendo algunos requisitos.

El RUC es el registro que la SUNAT lleva de tu información como contribuyente (persona, entidad o empresa), domicilio fiscal, actividad a la que te dedicas y otros datos. Este número es único, consta de 11 dígitos y debes utilizarlo en todo trámite que hagas ante la SUNAT.

Al crear el RUC como persona jurídica, las deudas u obligaciones de tu empresa estarán garantizadas y se limitarán solo a los bienes que estén registrados a su nombre.

Cabe considerar que no se necesita realizar este trámite si usa Sid-Sunarp para constituir tu empresa. En este caso, Sunarp incluirá en tu ficha de inscripción un número RUC inactivo de sociedad constituida que tu representante legal tiene que activar en SUNAT Operaciones en Línea, luego de que se haya creado la clave SOL a través de SUNAT Virtual o la App Personas.



Anexo II: Funciones del Puesto de Trabajo

- **Gerente General:**

- ✓ Planea las actividades que se desarrollen dentro de la empresa
- ✓ Organiza los recursos de la entidad y definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo, entre otras muchas tareas.
- ✓ Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos y de marketing,

- **Jefe de Producción y Planeamiento:**

- ✓ Elabora el programa de producción de acuerdo con los requerimientos de los clientes.
- ✓ Planifica las necesidades y requerimientos de los materiales futuros y coordinar el abastecimiento oportuno de cada uno.

- **Supervisor Producción:**

- ✓ Establece los propósitos diarios/semanales/mensuales y se comunican a los colaboradores directos de la empresa
- ✓ Organiza el flujograma de trabajo a través de la delegación de funciones y la elaboración de programas de buenas prácticas de manufactura.
- ✓ Supervisa y forma a los empleados

- **Operarios:**

- ✓ Se realizan las actividades de producción, en su área de trabajo respectivo.

- **Jefe de Logística**

- ✓ Aportar soluciones innovadoras para poder cumplir con todas las órdenes.
- ✓ Proyectar la empresa en el futuro a través de una planificación estratégica, para esto es necesario desarrollar metas y objetivos específicos para ser cumplidos en un corto, mediano o largo plazo.

- **Jefe Financiero:**

- ✓ Realiza previsiones de los resultados mensuales, trimestrales y anuales.
- ✓ Aprueba o rechaza los presupuestos.

- ✓ Evalúa y toma decisiones sobre las inversiones
- **Asistente Contable:**
 - ✓ Asignar bienes y gestionar los flujos.
 - ✓ Realizar análisis de costes y utilidades.
 - ✓ Desarrollar instrucciones seguras para mantener la privacidad de los datos.
- **Jefe de Marketing:**
 - ✓ Organiza el estudio de mercado para evaluar las tendencias de compra.
 - ✓ Supervisa las campañas de publicidad.
 - ✓ Prepara estimaciones de venta.
- **Asistente de Marketing:**
 - ✓ Gestiona los perfiles de la compañía en los distintos medios sociales.
 - ✓ Crea constantemente contenido relevante para los canales digitales (redes y correo).
- **Jefe de Ventas:**
 - ✓ Definir un programa de ventas limitado a un presupuesto.
 - ✓ Predicción de las ventas.
 - ✓ Elección de los vendedores de mayor rendimiento
- **Personal de Ecommerce:**
 - ✓ Establece los planes a ejecutar un modelo de mercado en línea (Página web)
 - ✓ Diseña y ejecuta una planes de *Branding*.
 - ✓ Escoge las plataformas requeridas para el funcionamiento del *ecommerce*.
- **Personal de pedidos:**
 - ✓ Empaqueta los pedidos de la web.
 - ✓ Contabiliza los pedidos.
 - ✓ Realiza los indicadores de cumplimiento.
- **Jefe de R.R.H.H:**

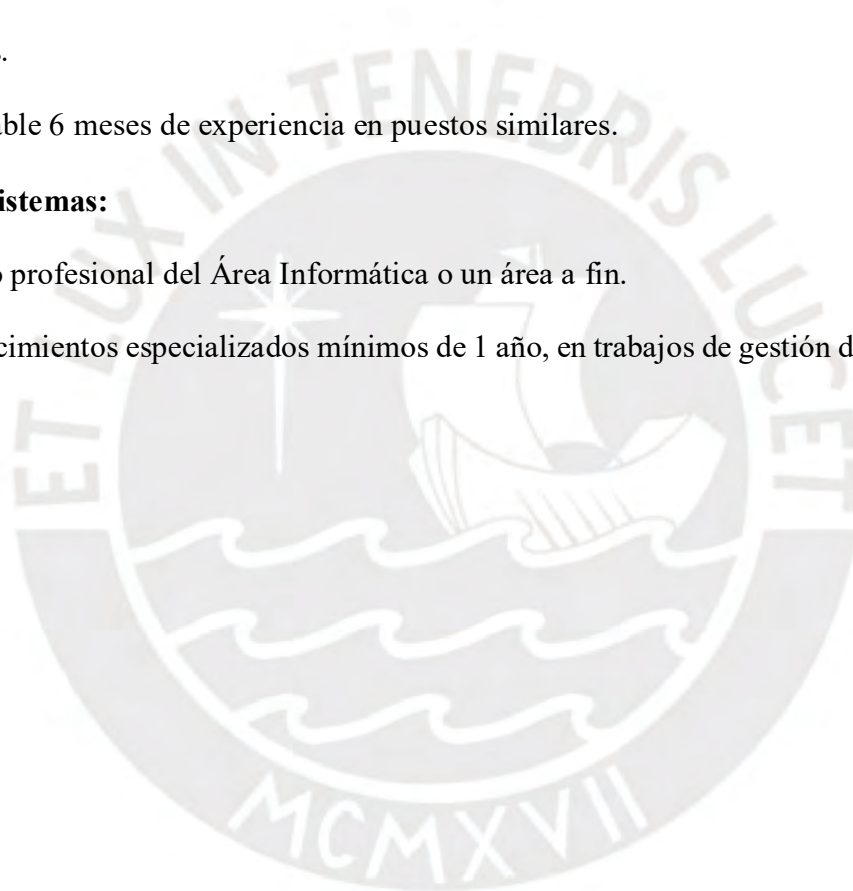
- ✓ Desarrollo de la plantilla.
- ✓ Describe los puestos de trabajo.
- ✓ Elige y formaliza los contratos.
- ✓ Es responsable del régimen disciplinario.
- **Asistente de Recursos Humanos:**
 - ✓ Apoyo en la asistencia de personal y en la elaboración de reportes de horas extras y dotación
 - ✓ Selecciona al personal y define un perfil profesional de los postulantes al puesto solicitado
- **Jefe de Sistemas:**
 - ✓ Gestiona un conjunto de personal que abarca desarrolladores, analistas y expertos en soporte.
 - ✓ Administra presupuestos de TI.
 - ✓ Desarrolla productos, administra información de datos y da soporte en sus aplicativos.
 - ✓ Instala, documenta y prueba nuevas versiones *software* y *hardware*.

Anexo JJ: Perfiles del Puesto de Trabajo

- **Gerente General:**
 - ✓ Profesional titulado en Ingeniería Industrial o áreas similares.
 - ✓ Experiencia de 5 años a cargo de la dirección y/o jefatura del área de operaciones y/o producción en empresas del rubro textil (Sólo ropa en general, no hilos ni relacionados).
- **Jefe Producción y Planeamiento:**
 - ✓ Titulado en Ingeniería Industrial, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Electrónica o Ingeniería Mecatrónica.
 - ✓ Experiencia de 03 años en el área de planeamiento de producción o 05 años en funciones equivalentes (empresas industriales).
- **Supervisor de Producción**
 - ✓ Titulado en Ingeniería Industrial, Mecánica o Electrónica
 - ✓ Deseable experiencia mínima de 2 años como Supervisor de Producción.
- **Operarios**
 - ✓ Experiencia en las operaciones asignadas.
 - ✓ Secundaria Completa.
 - ✓ Certificaciones en las operaciones asignadas.
 - ✓ Carreras técnicas terminadas dependiendo de la función a elaborar.
- **Jefe de Logística**
 - ✓ Estudios superiores, experiencia comprobada en logística.
 - ✓ Capacidad de análisis.
 - ✓ Conocimiento sobre comercio nacional.
 - ✓ Experiencia en logística textil de 2 años como mínimo.
- **Jefe de Finanzas**
 - ✓ Experiencia laboral demostrable como jefe de finanzas o director financiero.

- ✓ Excelente manejo en la evaluación de datos y modelos de sensibilidad.
- **Asistente Contable:**
 - ✓ Experiencia laboral demostrable como asistente de contabilidad, 6 meses de experiencia.
 - ✓ Conocimiento en temas gestión del flujo de caja, conciliación de bancos y contabilidad.
 - ✓ Especialización en práctica relacionada en manejo de presupuestos y gestión de riesgos.
- **Jefe de Marketing:**
 - ✓ Ser decidido y tener habilidades para resolver problemas.
 - ✓ Tacto, diplomacia, persistencia, confianza y una actitud persuasiva.
 - ✓ Estudios sobre marketing digital.
- **Asistente de marketing:**
 - ✓ Estudios técnicos/universitarios en Comunicaciones, Marketing Digital y/o afines.
 - ✓ Manejo en Redes Sociales (*LinkedIn, Facebook, Instagram*).
 - ✓ Deseable conocimiento básico de programas de edición (*Illustrator, Photoshop, Premier*).
- **Jefe de Ventas:**
 - ✓ Experiencia como promotor de ventas o algún cargo similar.
 - ✓ Manejo del inglés.
 - ✓ Aptitud para ofrecer presentaciones atractivas.
- **Personal de Ecommerce:**
 - ✓ Conocimientos sobre temas de ecommerce en los medios sociales.
 - ✓ Bachillerato/formación profesional en ingeniería industrial.
- **Personal de Pedidos:**
 - ✓ Experiencia en empacar.

- ✓ Secundaria Completa.
- ✓ Carrera técnica de ventas/pedidos.
- **Jefe de Recursos Humanos:**
 - ✓ Experiencia laboral como gerente en cargos similares.
 - ✓ Grado en Recursos Humanos o algún área relacionada.
- **Asistente de recursos humanos:**
 - ✓ Estudiantes de últimos ciclos de Psicología, ing. industrial, administración y RRHH o afines.
 - ✓ Deseable 6 meses de experiencia en puestos similares.
- **Jefe de Sistemas:**
 - ✓ Título profesional del Área Informática o un área a fin.
 - ✓ Conocimientos especializados mínimos de 1 año, en trabajos de gestión de páginas web



Anexo KK: Inversión de Activos Tangibles

a) Inversión en Maquinarias, Equipos y Muebles de Producción

El detalle de las máquinas, equipos y muebles de producción se muestran en la sección 3.4.2, la tabla 76 se muestra la inversión total del 2023 al 2027.

Tabla KK1 Inversión Maquinarias y Equipos

Categorías	Total sin IGV (S/)	IGV (S/)	Total con IGV (S/)
Maquinarias para la producción	550 847	99 152	650 000
Equipos para la producción	7 978	1 436	9 415
Muebles para el personal de planta	29 430	5 297	34 728
TOTAL	588 255	105 885	694 143

b) Inversión en equipos y muebles para el personal administrativo

El detalle de los equipos y muebles para el personal administrativo se muestran en la tabla KK2.

Tabla KK2 Inversión en Equipos y Muebles

Descripción	Total sin IGV (S/)	IGV (S/)	Total con IGV (S/)
Equipos oficina	8 638	1 555	10 194
Muebles para el personal administrativo	4 942	889	5 832
TOTAL	13 581	2 444	16 026

Fuente: Lenovo/Epson/Sodimac/Spondylus

c) Inversión en Muebles y electrodomésticos para el comedor y muebles para el vestidor

El detalle de los muebles y electrodomésticos para el comedor y muebles para el vestidor y el baño se muestran en la sección en la tabla KK3 y requerirá una inversión igual a S/34 463.

Tabla KK3 Inversión activos para comedores y vestidores

Descripción	Total sin IGV (S/)	IGV (S/)	Total con IGV (S/)
Muebles para el comedor	8 961	1 613	10 574
Muebles para el vestidor y el baño	12 137	2 184	14 322
Electrodomésticos para el comedor	8 107	1 459	9 567
TOTAL	29 205	5 256	34 463

Fuente: Sodimac/Falabella

d) Inversión en Edificaciones

Las inversiones en las edificaciones estarán comprendidas por aquellos montos requeridos en la ejecución y preparación de la planta industrial en la fase preoperativa del proyecto. De acuerdo con la Resolución Ministerial del Ministerio de Vivienda (El Peruano, 2023), los precios unitarios de las construcciones dependerán del total de metros cuadrados, así como el tipo de material utilizado en la construcción, esto se detallarán en la tabla KK4.

Tabla KK4 Inversión de Edificaciones

Edificaciones	Monto sin IGV (S/.)	IGV (S/.)	Monto con IGV (S/.)
Columnas de Concreto Armado	38 135	6 865	45 000
Vigas de tipo Concreto Armado	33 898	6 102	40 000
Alisado de Paredes	6 356	1 144	7 500
Pintado de Paredes	8 475	1 525	10 000
Instalación de pisos de mármol	4 237	763	5 000
Instalación de canaletas	16 949	3 051	20 000
Construcción de Sumideros	169	31	200
Aluminio pesado con perfiles especiales	6 356	1 144	7 500
Instalación de puertas de entrada y salida	1 016	184	1 200
Implementación cortinas PVC	339	61	400
Instalación de Fluorescentes	686	124	810
Alisado y Pintado de techos	12 711	2 289	15 000
Baños con mayólica decorativa	8 474	1 526	10 000
Iluminaciones	6 864	1 236	8 100
Agua y Desagüe	4 237	763	5 000
Teléfono, Gas Natural	1 271	229	1 500
Instalación de Drywalls	127 118	22 882	150 000
Colocación de techo cielo raso	1 907	343	2 250
Pintado de paredes y pisos	2 330	420	2 750
Estantería convencional	169 491	30 509	200 000
Colocación de alfombras de piso	2 542	458	3 000
TOTAL	453 567	81 642	535 210

Fuente: MVCS (2023)

Anexo LL: Cálculo del Capital de Trabajo

En el presente anexo se determina el método de déficit acumulado máximo en la tabla LL1.

Tabla LL1 Método de Déficit Acumulado Máximo

Capital de trabajo	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Annual
Ingresos por ventas		895 473	895 473	895 473	895 473	895 473	895 473	895 473	895 473	895 473	895 473	895 473	9 850 207
Compra de materia prima	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	484 327	5 811 920
Compra de materiales indirectos	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	22 868	274 417
Compra de materiales de empaque	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	2 597	31 160
Compra de materiales de oficina	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	1 035	12 416
Pago de servicios	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	5 688	68 251
Pago de arbitrios		786			786			786			786		3 145
Pago de impacto ambiental	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	3 208	38 496
Pago del alquiler	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	41 667	500 000
Pago de publicidad	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	4 037	48 440
Pago de comisiones	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	47 130	565 562
Pago de impuesto a la renta			80 348			80 348			80 348			80 348	321 392
Pago del IGV	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	40 376	484 515
Gerente general	11 003	11 003	11 003	11 003	16 003	11 003	21 003	11 003	11 003	11 003	16 003	21 003	162 030
Jefe de finanzas	5 553	5 553	5 553	5 553	8 053	5 553	10 553	5 553	5 553	5 553	8 053	10 553	81 630
Jefe de recursos humanos	5 553	5 553	5 553	5 553	8 053	5 553	10 553	5 553	5 553	5 553	8 053	10 553	81 630
Asistente de recursos humanos	3 155	3 155	3 155	3 155	4 555	3 155	5 955	3 155	3 155	3 155	4 555	5 955	46 254
Asistente de contabilidad	3 373	3 373	3 373	3 373	4 873	3 373	6 373	3 373	3 373	3 373	4 873	6 373	49 470
Jefe de sistemas	4 463	4 463	4 463	4 463	6 463	4 463	8 463	4 463	4 463	4 463	6 463	8 463	65 550
Operarios	90 480	90 480	90 480	90 480	130 480	90 480	170 480	90 480	90 480	90 480	130 480	170 480	1 325 760
Jefe de producción y planeamiento	5 553	5 553	5 553	5 553	8 053	5 553	10 553	5 553	5 553	5 553	8 053	10 553	81 630
Jefe de logística	5 553	5 553	5 553	5 553	8 053	5 553	10 553	5 553	5 553	5 553	8 053	10 553	81 630
Supervisor de producción	4 463	4 463	4 463	4 463	6 463	4 463	8 463	4 463	4 463	4 463	6 463	8 463	65 550
Jefe de marketing	4 463	4 463	4 463	4 463	6 463	4 463	8 463	4 463	4 463	4 463	6 463	8 463	65 550
Asistente de marketing	2 828	2 828	2 828	2 828	4 078	2 828	5 328	2 828	2 828	2 828	4 078	5 328	41 430
Jefe de ventas	4 463	4 463	4 463	4 463	6 463	4 463	8 463	4 463	4 463	4 463	6 463	8 463	65 550
Personal de ecommerce	2 501	2 501	2 501	2 501	3 601	2 501	4 701	2 501	2 501	2 501	3 601	4 701	36 606
Personal de pedidos	12 503	12 503	12 503	12 503	18 003	12 503	23 503	12 503	12 503	12 503	18 003	23 503	183 030
<i>Déficit o superávit</i>	818 831	75 856	3 706	76 642	2 106	3 706	70 858	75 856	3 706	76 642	2 106	151 206	742 807
<i>Acumulado</i>	818 831	742 976	746 682	670 040	667 934	671 640	742 498	666 642	670 348	593 707	591 601	742 807	

Anexo MM: Programación de Pagos de la Inversión

En el siguiente anexo se mostrará el calendario de pagos de los activos.

Tabla MM1 Calendario de pagos activos

Año	Periodo	SDI	Intereses	Amortización	Cuota	SDF	ITF
0	0	572 441				572 441	
1	1	572 441	6 601	6 671	13 272	565 770	29
1	2	565 770	6 524	6 747	13 272	559 023	29
1	3	559 023	6 446	6 825	13 272	552 197	29
1	4	552 197	6 368	6 904	13 272	545 293	29
1	5	545 293	6 288	6 984	13 272	538 310	29
1	6	538 310	6 207	7 064	13 272	531 246	29
1	7	531 246	6 126	7 146	13 272	524 100	29
1	8	524 100	6 044	7 228	13 272	516 872	29
1	9	516 872	5 960	7 311	13 272	509 561	29
1	10	509 561	5 876	7 396	13 272	502 165	29
1	11	502 165	5 791	7 481	13 272	494 684	29
1	12	494 684	5 704	7 567	13 272	487 117	29
2	13	487 117	5 617	7 654	13 272	479 463	29
2	14	479 463	5 529	7 743	13 272	471 720	29
2	15	471 720	5 440	7 832	13 272	463 888	29
2	16	463 888	5 349	7 922	13 272	455 966	29
2	17	455 966	5 258	8 014	13 272	447 952	29
2	18	447 952	5 166	8 106	13 272	439 846	29
2	19	439 846	5 072	8 200	13 272	431 647	29
2	20	431 647	4 978	8 294	13 272	423 353	29
2	21	423 353	4 882	8 390	13 272	414 963	29
2	22	414 963	4 785	8 486	13 272	406 477	29
2	23	406 477	4 687	8 584	13 272	397 892	29
2	24	397 892	4 588	8 683	13 272	389 209	29
3	25	389 209	4 488	8 783	13 272	380 425	29
3	26	380 425	4 387	8 885	13 272	371 541	29
3	27	371 541	4 284	8 987	13 272	362 554	29
3	28	362 554	4 181	9 091	13 272	353 463	29
3	29	353 463	4 076	9 196	13 272	344 267	29
3	30	344 267	3 970	9 302	13 272	334 965	29
3	31	334 965	3 863	9 409	13 272	325 556	29
3	32	325 556	3 754	9 517	13 272	316 039	29
3	33	316 039	3 644	9 627	13 272	306 412	29
3	34	306 412	3 533	9 738	13 272	296 674	29
3	35	296 674	3 421	9 851	13 272	286 823	29
3	36	286 823	3 307	9 964	13 272	276 859	29
4	37	276 859	3 193	10 079	13 272	266 780	29
4	38	266 780	3 076	10 195	13 272	256 585	29
4	39	256 585	2 959	10 313	13 272	246 272	29
4	40	246 272	2 840	10 432	13 272	235 840	29
4	41	235 840	2 720	10 552	13 272	225 288	29
4	42	225 288	2 598	10 674	13 272	214 615	29
4	43	214 615	2 475	10 797	13 272	203 818	29
4	44	203 818	2 350	10 921	13 272	192 897	29
4	45	192 897	2 224	11 047	13 272	181 849	29
4	46	181 849	2 097	11 175	13 272	170 675	29
4	47	170 675	1 968	11 303	13 272	159 371	29
4	48	159 371	1 838	11 434	13 272	147 937	29
5	49	147 937	1 706	11 566	13 272	136 372	29
5	50	136 372	1 573	11 699	13 272	124 673	29
5	51	124 673	1 438	11 834	13 272	112 839	29
5	52	112 839	1 301	11 970	13 272	100 868	29
5	53	100 868	1 163	12 108	13 272	88 760	29
5	54	88 760	1 024	12 248	13 272	76 512	29
5	55	76 512	882	12 389	13 272	64 123	29
5	56	64 123	739	12 532	13 272	51 591	29
5	57	51 591	595	12 677	13 272	38 914	29
5	58	38 914	449	12 823	13 272	26 091	29
5	59	26 091	301	12 971	13 272	13 120	29
5	60	13 120	151	13 120	13 272	0	29

En la tabla MM2 se muestra el cronograma de pagos del capital de trabajo.

Tabla MM2 Cronograma de pagos capital de trabajo

Año	Periodo	SDI	Intereses	Amortización	Cuota	SDF	ITF
0	0	296 837				296 837	
1	1	296 837	3 423	3 459	6 882	293 378	15
1	2	293 378	3 383	3 499	6 882	289 879	15
1	3	289 879	3 343	3 539	6 882	286 340	15
1	4	286 340	3 302	3 580	6 882	282 760	15
1	5	282 760	3 261	3 621	6 882	279 139	15
1	6	279 139	3 219	3 663	6 882	275 476	15
1	7	275 476	3 177	3 705	6 882	271 770	15
1	8	271 770	3 134	3 748	6 882	268 022	15
1	9	268 022	3 091	3 791	6 882	264 231	15
1	10	264 231	3 047	3 835	6 882	260 396	15
1	11	260 396	3 003	3 879	6 882	256 517	15
1	12	256 517	2 958	3 924	6 882	252 593	15
2	13	252 593	2 913	3 969	6 882	248 624	15
2	14	248 624	2 867	4 015	6 882	244 609	15
2	15	244 609	2 821	4 061	6 882	240 548	15
2	16	240 548	2 774	4 108	6 882	236 440	15
2	17	236 440	2 726	4 155	6 882	232 284	15
2	18	232 284	2 679	4 203	6 882	228 081	15
2	19	228 081	2 630	4 252	6 882	223 829	15
2	20	223 829	2 581	4 301	6 882	219 528	15
2	21	219 528	2 531	4 350	6 882	215 178	15
2	22	215 178	2 481	4 401	6 882	210 777	15
2	23	210 777	2 431	4 451	6 882	206 326	15
2	24	206 326	2 379	4 503	6 882	201 823	15
3	25	201 823	2 327	4 555	6 882	197 268	15
3	26	197 268	2 275	4 607	6 882	192 661	15
3	27	192 661	2 222	4 660	6 882	188 001	15
3	28	188 001	2 168	4 714	6 882	183 287	15
3	29	183 287	2 114	4 768	6 882	178 519	15
3	30	178 519	2 059	4 823	6 882	173 695	15
3	31	173 695	2 003	4 879	6 882	168 816	15
3	32	168 816	1 947	4 935	6 882	163 881	15
3	33	163 881	1 890	4 992	6 882	158 889	15
3	34	158 889	1 832	5 050	6 882	153 839	15
3	35	153 839	1 774	5 108	6 882	148 731	15
3	36	148 731	1 715	5 167	6 882	143 564	15
4	37	143 564	1 656	5 226	6 882	138 338	15
4	38	138 338	1 595	5 287	6 882	133 051	15
4	39	133 051	1 534	5 348	6 882	127 704	15
4	40	127 704	1 473	5 409	6 882	122 294	15
4	41	122 294	1 410	5 472	6 882	116 822	15
4	42	116 822	1 347	5 535	6 882	111 288	15
4	43	111 288	1 283	5 599	6 882	105 689	15
4	44	105 689	1,219	5 663	6 882	100 026	15
4	45	100 026	1,153	5 728	6 882	94 297	15
4	46	94 297	1,087	5 795	6 882	88 503	15
4	47	88 503	1,021	5 861	6 882	82 641	15
4	48	82 641	953	5 929	6 882	76 712	15
5	49	76 712	885	5 997	6 882	70 715	15
5	50	70 715	815	6 066	6 882	64 649	15
5	51	64 649	745	6 136	6 882	58 512	15
5	52	58 512	675	6 207	6 882	52 305	15
5	53	52 305	603	6 279	6 882	46 026	15
5	54	46 026	531	6 351	6 882	39 675	15
5	55	39 675	458	6 424	6 882	33 251	15
5	56	33 251	383	6 499	6 882	26 752	15
5	57	26 752	308	6 573	6 882	20 179	15
5	58	20 179	233	6 649	6 882	13 529	15
5	59	13 529	156	6 726	6 882	6 803	15
5	60	6 803	78	6 803	6 882	0	15

Anexo NN: Demanda del proyecto y ventas totales

En la tabla NN1 se muestra la demanda proyectada de las ventas totales con y sin IGV.

Tabla NN1 Demanda proyectada de las ventas totales con y sin IGV

Información	2023	2024	2025	2026	2027
Demanda sin ajustar (unidades)	156 017	172 723	189 631	206 739	224 048
Demanda ajustada (unidades)	156 017	172 723	189 631	206 739	224 048
Unidades sin descuento (unidades)	117 013	129 543	142 223	155 054	168 036
Unidades con descuento (unidades)	39 004	43 181	47 408	51 685	56 012
Precio regular (S/)	77,5	77,5	77,5	77,5	77,5
Precio con descuento (S/)	57,5	57,5	57,5	57,5	57,5
Ventas regulares (S/)	9 068 496	10 039 552	11 022 283	12 016 687	13 022 765
Ventas con descuento (S/)	2 242 746	2 482 900	2 725 941	2 971 869	3 220 684
Ventas totales con IGV (S/)	11 311 242	12 522 452	13 748 223	14 988 555	16 243 448
Ventas totales sin IGV (S/)	9 585 799	10 612 248	11 651 037	12 702 166	13 765 634
IGV por ventas (S/)	1 725 444	1 910 205	2 097 187	2 286 390	2 477 814
Precio promedio (S/)	72,5	72,5	72,5	72,5	72,5

Anexo OO: Costo de planilla del personal

En la tabla OO1 se muestra el presupuesto de la mano de obra directa.

Tabla OO1 Presupuesto MOD

Puesto	Planilla de Personal Directo (S/)							
	Salario base (S/)	Sueldo anual (S/)	Vacaciones (S/.)	Asig. Fam (S/)	CTS (S/)	Gratíf. (S/)	ESSalud (S/)	Total (S/)
Director general	10 000	110 000	10 000	1 230	10 000	20 000	10 800	162 030
Jefe de finanzas	5 000	55 000	5 000	1 230	5 000	10 000	5 400	81 630
Jefe de R.R.HH	5 000	55 000	5 000	1 230	5 000	10 000	5 400	81 630
Asistente de R.R.HH	2 800	30 800	2 800	1 230	2 800	5 600	3 024	46 254
Asistente contable	3 000	33 000	3 000	1 230	3 000	6 000	3 240	49 470
Jefe de sistemas	4 000	44 000	4 000	1 230	4 000	8 000	4 320	65 550
Operarios	2 500	27 500	2 500	1 230	2 500	5 000	2 700	41 430
Jefe de producción y planeamiento	5 000	55 000	5 000	1 230	5 000	10 000	5 400	81 630
Jefe de logística	5 000	55 000	5 000	1 230	5 000	10 000	5 400	81 630
Supervisor producción	4 000	44 000	4 000	1 230	4 000	8 000	4 320	65 550
Jefe de Mercadotecnia	4 000	44 000	4 000	1 230	4 000	8 000	4 320	65 550
Asistente marketing	2 500	27 500	2 500	1 230	2 500	5 000	2 700	41 430
Jefe ventas	4 000	44 000	4 000	1 230	4 000	8 000	4 320	65 550
Personal de ecommerce	2 200	24 200	2 200	1 230	2 200	4 400	2 376	36 606
Personal de pedidos	2 200	24 200	2 200	1 230	2 200	4 400	2 376	36 606

Anexo PP: Costo Inventario de los elementos directos

En la tabla PP1 se muestra el inventario y costos de los materiales directos.

Tabla PP1 Inventario y costos de los materiales directos

Costo de materiales	Planeamiento de Insumos Directos				
	2023	2024	2025	2026	2027
Tela de algodón					
Necesidad bruta (Kg)	63 554	67 333	73 896	80 537	87 256
Existencias (Kg)	0	0	0	0	0
Necesidad neta (Kg)	63 554	67 333	73 896	80 537	87 256
Compra (Kg)	63 554	67 333	73 896	80 537	87 256
Costo compra unitario (S/)	36.50	36.50	36.50	36.50	36.50
Costo de compra (S/)	2 319 714	2 457 646	2 697 200	2 939 597	3 184 838
Costo de existencia (S/)	0	0	0	0	0
Costo usado en producción (S/)	2 319 714	2 457 646	2 697 200	2 939 597	3 184 838
Tela de franela					
Necesidad bruta (Kg)	91 426	96 862	106 304	115 857	125 523
Existencias (Kg)	0	0	0	0	0
Necesidad neta (Kg)	91 426	96 862	106 304	115 857	125 523
Compra (Kg)	91 426	96 862	106 304	115 857	125 523
Costo compra unitario (S/)	28.50	28.50	28.50	28.50	28.50
Costo de compra (S/)	2 605 642	2 760 577	3 029 657	3 301 932	3 577 402
Costo de existencia (S/)	0	0	0	0	0
Costo usado en producción (S/)	2 605 642	2 760 577	3 029 657	3 301 932	3 577 402

Anexo QQ: Costo de Inventario de los materiales indirectos

En la tabla QQ1 se muestra el inventario y costos de los materiales indirectos.

Tabla QQ1 Inventario y costos de los materiales hilos y elásticos

Costo de materiales	Planeamiento de Insumos Directos				
	2023	2024	2025	2026	2027
Hilos					
Necesidad bruta (m)	12 777 803	13 537 586	14 857 130	16 192 340	17 543 215
Existencias (m)	937	1 042	2 912	25	4 146
Necesidad neta (m)	12 777 803	13 536 650	14 856 088	16 189 427	17 543 190
Compra (rollos)	2 795	2 961	3 250	3 541	3 838
Compra (m)	12 778 740	13 537 692	14 859 000	16 189 452	17 547 336
Costo compra unitario (S/)	0,001	0,001	0,001	0,001	0,001
Costo de compra (S/)	9 475	10 037	11 017	12 003	13 010
Costo de existencia (S/)	1	1	2	0	3
Costo usado en producción (S/)	9 474	10 037	11 016	12 006	13 007
Elásticos					
Necesidad bruta (cm)	10 648 170	11 281 322	12 380 942	13 493 616	14 619 346
Existencias (cm)	1 830	509	9 567	15 951	6 605
Necesidad neta (cm)	10 648 170	11 279 491	12 380 433	13 484 049	14 603 395
Compra (rollos)	10 649	11 280	12 381	13 485	14 604
Compra (cajas)	355	376	413	450	487
Compra (cm)	10 650 000	11 280 000	12 390 000	13 500 000	14 610 000
Costo compra unitario (S/)	0,010	0,010	0,010	0,010	0,010
Costo de compra (S/)	108 305	114 712	126 000	137 288	148 576
Costo de existencia (S/)	19	5	97	162	67
Costo usado en producción (S/)	108 286	114 725	125 908	137 223	148 671

En la tabla QQ2 se muestra el inventario y costos de materiales directos del proyecto.

Tabla QQ2 Inventario y costo de materiales etiquetas y tizas

Costo de Materiales	Planeamiento de Materiales Directos del Proyecto				
	2023	2024	2025	2026	2027
Etiquetas					
Necesidad bruta	212 963	225 626	247 619	269 872	292 387
Existencias	37	410	791	919	532
Necesidad neta	212 963	225 590	247 209	269 081	291 468
Compra (millares)	213	226	248	270	292
Compra (unidades)	213 000	226 000	248 000	270 000	292 000
Costo compra unitario (S/)	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015
Costo de compra (S/)	3 249	3 447	3 783	4 119	4 454
Costo de existencia (S/)	1	6	12	14	8
Costo usado en producción (S/)	3 249	3 442	3 777	4 117	4 460
Tiza					
Necesidad bruta	17 747	18 802	20 635	22 489	24 366
Existencias	3	1	16	27	11
Necesidad neta	17 747	18 799	20 634	22 473	24 339
Compra (paquetes)	355	376	413	450	487
Compra (unidades)	17 750	18 800	20 650	22 500	24 350
Coste compra unitario (S/)	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Coste de compra (S/)	1 264	1 338	1 470	1 602	1 733
Coste de existencias (S/)	0	0	1	2	1
Costo usado en producción (S/)	1 263	1 338	1 469	1 601	1 734

Anexo RR: Consumo anual de los servicios básicos

En la tabla RR1 se muestra el consumo de energía del uso de las maquinas en Kwh.

Tabla RR1 Consumo de Energía en el uso de máquinas (Kwh)

Descripción	Consumo Total Electricidad (Kwh)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Tendido	6 240	6 600	7 200	7 920	9 000
Cortadora	6 240	6 600	7 200	7 920	9 000
Remalladora	2 880	3 000	3 360	3 840	4 080
Recubridora	8 160	8 760	10 080	10 800	11 760
Lavado	3 720	3 840	4 440	5 040	5 520
Secado	3 720	3 840	4 440	5 040	5 520
Planchado	4 800	4 800	5 760	6 240	6 720
Laptop	1 920	1 920	1 920	1 920	1 920
Impresora	1 920	1 920	1 920	1 920	1 920
Proyector	500	500	500	500	500
Refrigeradora	500	500	500	500	500
Microondas	500	500	500	500	500
Terma	500	500	500	500	500
Consumo total Kw-h	41 600	43 280	48 320	52 640	57 440

En la tabla RR2 se muestra la cantidad de operarios del área de producción y del área administrativa.

Tabla RR2 Cantidad de operarios productivos y administrativos

Categoría	2023	2024	2025	2026	2027
Personal administrativo	15	15	15	15	15
Trabajadores de Planta	32	32	32	39	39
Total personal	47	47	47	54	54

En la tabla RR3 se muestra la cantidad de horas trabajadas por los operarios.

Tabla RR3 Cantidad de horas trabajadas por los operarios (Horas)

Descripción	Número de horas anuales de los trabajadores (Horas)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Personal administrativo	28 800	28 800	28 800	28 800	28 800
Operarios de planta	61 440	61 440	61 440	74 880	74 880
Total personal	90 240	90 240	90 240	103 680	103 680

En la tabla RR4 se muestra el consumo total de agua por persona.

Tabla RR4 Consumo de Agua anual de los trabajadores (m³/h)

Descripción	Consumo Total de Agua por Persona (m ³ /h)					
	m3/h	2023	2024	2025	2026	2027
Trabajadores administrativo	0.13	3 744	3 744	3 744	3 744	3 744
Operarios de planta	0.13	7 987	7 987	7 987	9 734	9 734
Total consumo		11 731	11 731	11 731	13 478	13 478

En la tabla RR5 se muestra el costo anual por agua potable.

Tabla RR5 Costo anual por Agua Potable

Descripción	Costo por Agua Potable				
	2023	2024	2025	2026	2027
Consumo en m3	11 731	11 731	11 731	13 478	13 478
Costo por m3	2	2	2	2	2
Costo total sin IGV	23 462	23 462	23 462	26 957	26 957

En la tabla RR6 se muestra el consumo anual de la lavadora en litros, metros cúbicos (m³) y el costo variable sin IGV.

Tabla RR6 Consumo anual de lavadora (m³)

Consumo lavadora (m ³)	Factor	Consumo Lavadora (m ³)				
		2023	2024	2025	2026	2027
Consumo lavadora (Kwh)		3 720	3 840	4 440	5 040	5 520
Lavadas por año	0,58	6 377	6 583	7 611	8 640	9 463
Consumo (l)	110	701 486	724 114	837 257	950 400	1 040 914
Consumo (m3)	1 000	701	724	837	950	1 041
Costo por m3		2	2	2	2	2
Costo variable sin IGV (S/)		1 403	1 448	1 675	1 901	2 082

En la tabla RR7 se muestra el presupuesto del servicio de luz.

Tabla RR7 Presupuesto del servicio de luz

Descripción	Presupuesto de prestación luz (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Adquisición total (Kwh)	41 600	43 280	48 320	52 640	57 440
Costo variable por Kw-h (sin IGV)	0,52	0,52	0,52	0,52	0,52
Costo sin IGV (S/)	21 632	22 506	25 126	27 373	29 869
Costo con IGV (S/)	25 526	26 557	29 649	32 300	35 245

En la tabla RR8 se muestra el presupuesto del servicio de agua.

Tabla RR8 Presupuesto de servicio de agua

Descripción	Costos del Servicio de Agua (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Costo fijo (S/)	55	55	55	55	55
Costo variable personal (S/)	23 462	23 462	23 462	26 957	26 957
Costo variante de producción (S/)	1 403	1 448	1 675	1 901	2 082
Costo sin IGV (S/)	24 920	24 965	25 191	28 912	29 093
Costo con IGV (S/)	29 405	29 459	29 726	34 116	34 330

En la tabla RR9 se muestra el presupuesto de requerimiento de internet en soles.

Tabla RR9 Presupuesto de requerimiento en Internet

Características	Presupuesto de Servicio de Internet (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Monto incluido IGV (S/)	2 520	2 520	2 520	2 520	2 520
Monto sin incluir IGV (S/)	2 136	2 136	2 136	2 136	2 136



Anexo SS: Monto de Depreciación de Activos y Amortizaciones

La tabla SS1 se detalla los montos de activos y las tasas de depreciación de cada categoría.

Tabla SS1 Valor total de activos fijos (S/)

Descripción	Tasa	Horizonte de Tiempo (S/)					
		2022	2023	2024	2025	2026	2027
Maquinarias para la producción (S/)	10%	359 323	0	0	477 662	0	0
Equipos para la producción (S/)	10%	7 979	0	0	7 979	0	0
Muebles para el personal de planta (S/)	10%	29 431	0	0	31 797	0	0
Equipos de oficina (S/)	25%	8 639	0	0	0	0	0
Muebles para el personal administrativo (S/)	10%	4 942	0	0	0	0	0
Muebles para el comedor (S/)	10%	3 029	0	0	0	0	0
Muebles para el vestidor y el baño (S/)	10%	12 137	0	0	0	0	0
Electrodomésticos para el comedor (S/)	20%	8 108	0	0	0	0	0
Edificaciones (S/)	3%	371 153	0	0	0	0	0

En resumen de la tabla anterior, la tabla SS2 se detallará los valores residuales de los activos fijos para el horizonte de tiempo de 5 años.

Tabla SS2 Gastos de Depreciación

Gasto de depreciación	Gastos de Depreciación (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Máquinas (S/)	55 085	55 085	55 085	102 851	102 851
Equipos (S/)	1 609	1 609	1 609	2 407	2 407
Mobiliario (S/)	5 547	5 547	5 547	8 727	8 727
Equipo de cómputo (S/)	2 160	2 160	2 160	2 160	0
Edificaciones (S/)	11 135	11 135	11 135	11 135	11 135
Gasto de depreciación (S/)	55 789	55 789	55 789	107 533	105 373
Gasto acumulado (S/)	55 789	111 578	167 367	274 900	380 274

Con respecto a las amortizaciones de intangibles, la tabla SS3 se expone los montos anuales que de acuerdo con la SUNAT, se tiene un plazo de vigencia de 10 años.

Tabla SS3 Amortización de Intangibles

Descripción	Valor Inicial (S/)	Amortización de Intangibles (S/)				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos constitución de la empresa	600	60	60	60	60	60
Licencia de funcionamiento	140	14	14	14	14	14
Libro de contabilidad y legalización	50	5	5	5	5	5
Legalización de libro de planillas	50	5	5	5	5	5
Registro de marca	535	53.5	53.5	53.5	53.5	53.5
Capacitación personal	2500	250	250	250	250	250
Diseño del logo	600	60	60	60	60	60
Total Amortización (S/)		448	448	448	448	448



Anexo TT: Gastos administrativos

En el presente anexo se describirán los gastos administrativos, la tabla TT1 se detallará los salarios administrativos del personal de la planta.

Tabla TT1 Presupuesto de los colaboradores administrativos

Descripción	Costes del Operarios Administrativos (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Director de gerencia	162 030	178 233	196 056	215 662	237 228
Jefe financiero	81 630	89 793	98 772	108 650	119 514
Jefe de recursos humanos	81 630	89 793	98 772	108 650	119 514
Asistente R.R.H.H	46 254	50 879	55 967	61 564	67 720
Asistente contable	49 470	54 417	59 859	65 845	72 429
Jefe de sistemas	65 550	72 105	79 316	87 247	95 972
Gasto personal administrativo (S/)	486 564	535 220	588 742	647 617	712 378

La tabla TT2 se expone los gastos relacionados a los materiales y útiles de oficina durante el horizonte de tiempo.

Tabla TT2 Presupuesto de Materiales de Oficina

Descripción	Costes Elementos de Oficina (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Papel fotocopia	782	782	782	782	782
Caja de Bolígrafos	234	284	284	284	284
Cartucho de tinta (tricolor)	5 700	5 700	5 700	5 700	5 700
Cartucho de tinta (negro)	5 700	5 700	5 700	5 700	5 700
Gasto total con IGV	12 416	12 467	12 467	12 467	12 467
Gasto total sin IGV	10 522	10 565	10 565	10 565	10 565
IGV por materiales de oficina	1 894	1 902	1 902	1 902	1 902

La tabla TT3 se mostrará el presupuesto correspondiente al alquiler anual del local

Tabla TT3 Presupuesto de Alquiler de Local

Descripción	Costo del Alquiler Planta (S/)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de planta	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000

Con respecto a la tabla TT4, se detallará los pagos de arbitrios municipales correspondientes a los servicios de parques, recojo de desechos y vigilancia de serenazgo.

Tabla TT4 Presupuesto de Arbitrios Municipales

Descripción	Presupuesto de Arbitrios Municipales (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Servicio de Parques y Jardines	75	75	75	75	75
Recolección de residuos sólidos	2 436	2 436	2 436	2 436	2 436
Servicio de Serenazgo	634	634	634	634	634
Gasto total de arbitrios	3 145	3 145	3 145	3 145	3 145

En relación con los gastos de impacto ambiental, la tabla TT5 se detallará los montos para el control operacional de los residuos generados en la planta.

Tabla TT5 Presupuesto de Impacto Ambiental

Descripción	Presupuesto de Medio Ambiente (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Plan de Manejo de Recolección de Residuos	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000
Tapones para oídos	2 496	2 496	2 496	2 496	2 496
Gasto con IGV	38 496	38 496	38 496	38 496	38 496
Gasto sin IGV	32 624	32 624	32 624	32 624	32 624
IGV por control de impacto ambiental	5 872	5 872	5 872	5 872	5 872

Anexo UU: Gastos de Ventas

Los gastos del personal de ventas se detallarán en la tabla UU1.

Tabla UU1 Presupuesto del personal Área de Marketing

Descripción	Planilla Personal Ventas (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Jefe de mercadotecnia (S/)	65 550	72 105	79 316	87 247	95 972
Asistente de marketing (S/)	41 430	45 573	50 130	55 143	60 658
Jefe de ventas (S/)	65 550	72 105	79 316	87 247	95 972
Personal de ecommerce (S/)	36 606	40 267	44 293	48 723	53 595
Personal de pedidos (S/)	183 030	201 333	221 466	243 613	267 974
Gasto personal de ventas (S/)	392 166	431 383	474 521	521 973	574 170

Con respecto a los gastos de publicidad, la tabla UU2 se muestra aquellos gastos realizados para las estrategias de promoción y captación de los clientes potenciales durante el periodo de vida útil del proyecto.

Tabla UU2 Registros de Gastos Publicidad

Descripción	Gastos Publicidad (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Influencers (S/)	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Promociones por Instagram (S/)	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000
Promociones por Facebook (S/)	7 500	7 500	7 500	7 500	7 500
Anuncios por Instagram (S/)	7 500	7 500	7 500	7 500	7 500
Anuncios por Facebook (S/)	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000
Sorteos (S/)	1 440	1 440	1 440	1 440	1 440
Gastos de publicidad con IGV (S/)	48 440	48 440	48 440	48 440	48 440
Gastos de publicidad sin IGV (S/)	41 051	41 051	41 051	41 051	41 051
IGV por gastos de publicidad (S/)	7 389	7 389	7 389	7 389	7 389

La tabla UU3 muestra los presupuestos de las comisiones generadas por las ventas de las pijamas femeninas.

Tabla UU3 Presupuesto de Comisiones

Descripción	Presupuesto de Comisiones (S/)				
	2023	2024	2025	2026	2027
Comisiones incluido IGV (S/)	565 562	626 123	687 411	749 428	812 172
Comisiones sin IGV (S/)	479 290	530 612	582 552	635 108	688 282
<i>IGV por comisiones (S/)</i>	86 272	95 510	104 859	114 319	123 891



Anexo VV: Depreciación Activos Fijos

En la tabla VV2 se muestra la liquidación de los activos fijos en soles.

Tabla VV2 Liquidación de Activos Fijos (S/)

Descripción	Venta de Activos Fijos (S/)					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Maquinaria						836 985
Equipos						24 065
Mobiliario						81 336
Equipo de cómputo						8 639
Valor de compra activo						951 025
Gasto depreciación acumulado						(324 601)
Valor en libros						626 425
<i>Valor venta sin IGV</i>						626 425
<i>Valor venta con IGV</i>						739 181
IGV por venta activo fijo						112 756