

NOMBRE DEL TRABAJO

PLAN DE NEGOCIO FUN AND DREAMS

AUTOR

MARIBEL CHALLCO SIME

RECUENTO DE PALABRAS

22303 Words

RECUENTO DE CARACTERES

111876 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

115 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.8MB

FECHA DE ENTREGA

Mar 27, 2024 4:15 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 27, 2024 4:16 PM GMT-5

● 19% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 19% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 0% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



UNIVERSIDAD NACIONAL
TECNOLÓGICA DE LIMA SUR

**FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA
PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN
EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTELS**
(Art. 45° de la ley N° 30220 – Ley)

Autorización de la propiedad intelectual del autor para la publicación de tesis en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur (<https://repositorio.unfels.edu.pe>), de conformidad con el Decreto Legislativo N° 822, sobre la Ley de los Derechos de Autor, Ley N° 30035 del Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, Art. 10° del Rgto. Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales en las universidades – RENATI Res. N° 084-2022-SUNEDU/CD, publicado en El Peruano el 16 de agosto de 2022; y la RCO N° 061-2023-UNTELS del 01 marzo 2023.

TIPO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

- 1). TESIS () 2). TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL (X)

DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Challco Sime Maribel
D.N.I.: 47504734
Otro Documento:
Nacionalidad: Peruana
Teléfono: 963055395
e-mail: maribelchallco1@gmail.com

DATOS ACADÉMICOS

Pregrado

Facultad: Facultad de Ingeniería y Gestión
Programa Académico: Trabajo de Suficiencia Profesional
Título Profesional otorgado: Licenciado en Administración de Empresas

Postgrado

Universidad de Procedencia:
País:
Grado Académico otorgado:

Datos de trabajo de investigación

Título: "FUN AND DREAMS"
Fecha de Sustentación: 09 de julio de 2017
Calificación: Aprobado
Año de Publicación: 2024



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

A través de la presente, autorizo la publicación del texto completo de la tesis, en el Repositorio Institucional de la UNTELS especificando los siguientes términos:

Marcar con una X su elección.

- 1) Usted otorga una licencia especial para publicación de obras en el REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR.

Si autorizo X No autorizo

- 2) Usted autoriza para que la obra sea puesta a disposición del público conservando los derechos de autor y para ello se elige el siguiente tipo de acceso.

Derechos de autor		
TIPO DE ACCESO	ATRIBUCIONES DE ACCESO	ELECCIÓN
ACCESO ABIERTO 12.1(*)	info:eu-repo/semantics/openAccess (Para documentos en acceso abierto)	(X)

- 3) Si usted dispone de una **PATENTE** puede elegir el tipo de **ACCESO RESTRINGIDO** como derecho de autor y en el marco de confiabilidad dispuesto por los numerales 5.2 y 6.7 de la directiva N° 004-2016-CONCYTEC DEGC que regula el Repositorio Nacional Digital de CONCYTEC (Se colgará únicamente datos del autor y el resumen del trabajo de investigación).

Derechos de autor		
TIPO DE ACCESO	ATRIBUCIONES DE ACCESO	ELECCIÓN
ACCESO RESTRINGIDO	info:eu-repo/semantics/restrictedAccess (Para documentos restringidos)	()
	info:eu-repo/semantics/embargoedAccess (Para documentos con períodos de embargo. Se debe especificar las fechas de embargo)	()
	info:eu-repo/semantics/closedAccess (para documentos confidenciales)	()

(*) <http://renati.sunedu.gob.pe>



UNIVERSIDAD NACIONAL
TECNOLÓGICA DE LIMA SUR

Rellene la siguiente información si su trabajo de investigación es de acceso restringido:

Atribuciones de acceso restringido:

Motivos de la elección del acceso restringido:

Chalco Sime Maribel

APELLIDOS Y NOMBRES

47504734

DNI

Firma y huella:



Lima, 13 de mayo del 20 24

UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“FUN AND DREAMS”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR EL BACHILLER

CHALLCO SIME, MARIBEL
ORCID: 0009-0008-0594-8497

ASESOR
SOTOMAYOR QUISPE, EDMUR
ORCID: 0000-0002-0661-6610

Villa El Salvador
2017



Facultad de Ingeniería y Gestión – IV Programa de Actualización Profesional
Conducente a Titulación por la Modalidad de Examen de Suficiencia de la
Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TEMA DE ACTUALIDAD PARA
OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En Villa El Salvador siendo las 9:13 del día Domingo, 09 de Julio del 2017 se reunieron en el Salón de Grados los Miembros del Jurado Evaluador del Tema de Actualidad integrado por:

Presidente	: Dra. Vilca Cáceres, Marina	CLAD N° 02133
Secretario	: Dr. Reyes Acevedo, Jesús Enrique	CLAD N° 05056
Vocal	: Dra. Olivares Zegarra, Soledad del Rosario	CLAD N° 08493

Nombrados según RESOLUCIÓN DE FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN N° 246-2017-UNTELS-CO-VPAP-FIG, de fecha 05 de Julio de 2017.

Se inició la Sesión Pública de Sustentación y Evaluación correspondiente, para obtener el Título Profesional en Administración de Empresas, bajo la modalidad de Actualización Profesional. (Resolución de Comisión de Organizadora N° 023-2012-UNTECS de fecha 20 de setiembre 2012, donde se APROBÓ la ratificación del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Tecnológica del Cono Sur de Lima y el Reglamento del Examen de Suficiencia Profesional para la Obtención de Título Profesional, siendo que el Art. 6° del precitado Reglamento del Examen de Suficiencia Profesional para la Obtención de Título Profesional, establece que: "El Examen de Suficiencia Profesional comprende dos etapas: a) Examen de Conocimientos Profesionales y b) Sustentación de un Tema Especifico de Actualidad"), en la que

El bachiller: **CHALLCO SIME MARIBEL**

Sustentó su tema de Actualidad: FUN AND DREAMS

Concluida la Sustentación del tema de Actualidad, se procedió a la calificación correspondiente según el siguiente detalle:

Condición Aprobado con nota DOCE (12)
Equivalente REGULAR De acuerdo al Art. 45° del Reglamento de Examen de Suficiencia Profesional para la Obtención del Título Profesional.

Siendo las 10:15 del Domingo, 09 de Julio del 2017 se dio por concluido el acto de sustentación del tema de Actualidad, firmando el Jurado la presente Acta.


Dr. Jesús Reyes Acevedo
SECRETARIO


Dra. Marina Vilca Cáceres
CLAD - 02133
DOCENTE
PRESIDENTE


VOCAL
Dra. Soledad del Rosario Olivares Zegarra
CLAD N° 8493
ADMINISTRADORA DE EMPRESA



Facultad de Ingeniería y Gestión – IV Programa de Actualización Profesional
Conducente a Titulación por la Modalidad de Examen de Suficiencia de la
Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur

**ACTA FINAL DE SUSTENTACIÓN DE TEMA DE ACTUALIDAD PARA
OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En Villa El Salvador siendo las.....^{9.13}..... del día Domingo, 09 de Julio del 2017 se reunieron en el Salón de Grados los Miembros del Jurado Evaluador del Examen de Suficiencia Profesional integrado por:

Presidente : Dra. Vilca Cáceres, Marina CLAD N° 02133
Secretario : Dr. Reyes Acevedo, Jesús Enrique CLAD N° 05056
Vocal : Dra. Olivares Zegarra, Soledad del Rosario CLAD N° 08493

Nombrados según RESOLUCIÓN DE FACULTAD DE INGENIERÍA Y GESTIÓN N° 246-2017-UNTELS-CO-VPAP-FIG, de fecha 05 de Julio de 2017.

Concluida la Sustentación del Tema de Actualidad se procede a registrar la nota obtenida en el Examen de Conocimientos Profesionales y la nota obtenida en la Sustentación del Tema Específico de Actualidad, para obtener el Promedio Final del Examen de Suficiencia.

BACHILLER EVALUADO (A): **CHALLCO SIME MARIBEL**

NOTA DEL EXAMEN DE CONOCIMIENTOS PROFESIONALES	NOTA DE SUSTENTACIÓN DEL TEMA ESPECIFICO DE ACTUALIDAD	PROMEDIO	CONDICIÓN	EQUIVALENTE
16	12	14	Aprobado.	Bueno

Dr. Jesus Reyes Acevedo

SECRETARIO

Dra. Marina Vilca Cáceres

CLAD - 02133
DOCENTE

PRESIDENTE

Dra. Soledad del Rosario Olivares Zegarra

VOCAL
CLAD N° 8493
ADMINISTRADORA DE EMPRESA

DEDICATORIA

A mi madre, por su incansable apoyo, su cuidado, su comprensión y su cariño que nunca acaba.

AGRADECIMIENTO

A mis queridos padres y hermanos, por su apoyo, su comprensión y tolerancia.

A los docentes de mi casa de estudios, la Universidad Nacional Tecnológica de Lima Sur, por compartir sus conocimientos y ser los guías y formadores de excelentes profesionales.

A mis familiares y amigos, que sin esperar nada a cambio, colaboraron con su tiempo, esfuerzo y conocimiento para que yo pueda realizar y culminar este trabajo.

Por último, mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que me brindaron palabras de aliento y me motivaron a continuar adelante.

RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como objetivo principal presentar la propuesta del Plan de Negocios Fun and Dreams, la cual consiste en la puesta en marcha de una empresa de confección y comercialización de pijamas y accesorios para dormir.

La empresa propuesta en el presente plan de negocios, busca proporcionar productos de alta calidad e innovación que garanticen la satisfacción de los clientes.

Mediante el presente trabajo se describe detalladamente a la empresa, a sus productos y todo lo que concierne a las estrategias a tomar para que al llevarse a cabo la empresa sea un éxito.

Para la elaboración del plan de negocios, se realizó el análisis de mercado respectivo, el FODA empresarial para conocer a la empresa interna y externamente y se detalla la ventaja de comercialización y ventas desarrollando las estrategias de los cuatro componentes del marketing mix; así mismo, se realizó el análisis del proceso productivo a desarrollarse para la empresa, por último, se realizó el análisis financiero y la evaluación de la factibilidad para determinar la viabilidad del negocio.

Para finalizar se culmina con las conclusiones y sus respectivas recomendaciones halladas durante la elaboración del plan de negocios.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv
ÍNDICE	v
LISTA DE TABLAS	viii
LISTA DE FIGURAS	xi
INTRODUCCIÓN	xiii
I. RESUMEN EJECUTIVO.....	1
II. ANÁLISIS DE MERCADO.....	3
2.1. Análisis del sector	3
2.2. Estimación del mercado potencial	10
2.2.1. Segmentación de mercado.....	10
2.2.2. Tamaño de la muestra.....	14
2.3. Análisis de la competencia.....	16
2.4. Análisis de la ventaja competitiva	19
III. FODA EMPRESARIAL	20
3.1. Matriz FODA	20
IV. ESTABLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN..	24
4.1. Matriz BCG.....	26
4.2. Determinación de la posición estratégica.....	27
4.3. Organigrama.....	27
4.4. Funciones	29
4.5. Aspectos legales	35

V. VENTAJA DE COMERCIALIZACION Y VENTAS.....	36
5.1. Estrategia de producto.....	36
5.2. Estrategia de precio	40
5.3. Estrategia de promoción.....	42
5.4. Estrategia de plaza	46
VI. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO	48
6.1. Diseño del producto	48
6.2. Proceso productivo.....	50
6.3. Distribución del espacio en el área de trabajo.....	54
6.4. Cálculo de materiales	55
6.5. Determinación de máquinas, herramientas y equipos.....	57
6.5.1. Para las máquinas y equipos.....	58
6.5.2. Para las herramientas	58
6.5.3. Para los muebles y enseres	59
6.5.4. Organización de personas en el proceso productivo	59
VII. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	61
7.1. Presupuesto de ventas e ingresos	61
7.2. Presupuesto de costos.....	63
7.3. Presupuesto de inversiones	66
7.3.1. Cálculo del costo unitario y del precio	68
7.3.2. Cálculo del punto de equilibrio	70
7.4. Análisis financiero	72
7.4.1. El estado de resultados proyectado.....	73
7.4.2. El flujo de caja económico y financiero	74
7.4.3. El flujo de la deuda.....	75

7.4.4.	Estado de situación financiera	77
VIII.	EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD.....	80
8.1.	Beneficios para los grupos de interés.....	80
8.2.	Evaluación social	82
8.2.1.	Valor actual neto.....	82
8.2.2.	Tasa interna de retorno	82
8.2.3.	Análisis de sensibilidad	83
8.2.4.	Responsabilidad social empresarial.....	84
8.2.5.	Análisis ambiental	84
	CONCLUSIONES.....	86
	RECOMENDACIONES	87
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	88
	ANEXOS.....	91

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Población total por distrito.

Tabla 2. Distribución de niveles socioeconómicos por zona APEIM 2016, Lima Metropolitana.

Tabla 3. Población total por distrito de los NSE B y C.

Tabla 4. Población total por distrito de 15 a 29 años de edad de los NSE B y C.

Tabla 5. Mercado potencial de Fun and Dreams.

Tabla 6. Cantidad de encuestas por distrito.

Tabla 7. Consumo per cápita de pijamas.

Tabla 8. Matriz del Perfil Competitivo.

Tabla 9. Rango de precios por producto.

Tabla 10. Matriz FODA.

Tabla 11. Matriz EFI.

Tabla 12. Matriz EFE.

Tabla 13. Fusión de componentes del FODA.

Tabla 14. Perfil de Puesto Gerente General.

Tabla 15. Perfil de Puesto Gerente de Producción.

Tabla 16. Perfil de Puesto Operario del Área de Producción.

Tabla 17. Perfil de Puesto Gerente de Marketing.

Tabla 18. Perfil de Puesto Personal de ventas.

Tabla 19. Perfil de Puesto Gerente de Finanzas.

Tabla 20. Producto 1: Pijamas onesie animal costume.

Tabla 21. Producto 2: Pijamas cortos personalizados.

Tabla 22. Producto 3: Cojines estampados personalizados.

Tabla 23. Producto 4: Cojines cervicales.

Tabla 24. Producto 5: Antifaces para dormir.

- Tabla 25. Producto 6: Pantuflas animal costume.
- Tabla 26. Imágenes referenciales de la cartera de productos.
- Tabla 27. Precio de venta por producto.
- Tabla 28. Diagrama de flujo de proceso productivo de Fun and Dreams.
- Tabla 29. Materia prima necesaria para el primer año de producción de Fun and Dreams.
- Tabla 30. Máquinas y equipo requerido para la producción y venta.
- Tabla 31. Herramientas requeridas para la producción y venta.
- Tabla 32. Muebles y enseres requeridos para la producción y venta.
- Tabla 33. Presupuesto de ventas de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 34. Presupuesto de ingresos de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 35. Costo de materia prima para el año 1 de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 36. Asignación de personal de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 37. Presupuesto de costos de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 38. Presupuesto de inversión en activos fijos tangibles de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 39. Gastos preoperatorios de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 40. Estructura de inversiones de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 41. Estructura de financiamiento de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 42. Costo variable unitario.
- Tabla 43. Costo fijo unitario.
- Tabla 44. Costo total unitario.
- Tabla 45. Precio de venta por producto.
- Tabla 46. Punto de equilibrio – Método de margen de contribución ponderada.
- Tabla 47. Depreciación de activos fijos de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 48. Estado de resultados proyectado de Fun and Dreams S.A.C.
- Tabla 49. Flujo de caja económico y financiero de Fun and Dreams S.A.C.

Tabla 50. Flujo de la deuda de Fun and Dreams S.A.C.

Tabla 51. Estado de situación financiera inicial de Fun and Dreams S.A.C.

Tabla 52. VAN económico y financiero.

Tabla 53. TIR económica y financiera.

Tabla 54. VAN y TIR en escenario optimista.

Tabla 55. VAN y TIR en escenario pesimista.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1. Las cinco fuerzas de Porter para Fun and Dreams.
- Figura 2. Mercado potencial de Fun and Dreams.
- Figura 3. Matriz BCG.
- Figura 4. Organigrama de Fun and Dreams S.A.C.
- Figura 5. Logotipo de Fun and Dreams.
- Figura 6. Fanpage de Fun and Dreams en Facebook.
- Figura 7. Publicaciones de sorteos en la fanpage de Fun and Dreams en Facebook.
- Figura 8. Llaveros y pines publicitarios.
- Figura 9. Tarjeta de Fun and Dreams.
- Figura 10. Bicicleta publicitaria.
- Figura 11. Pancarta y volantes publicitarios.
- Figura 12. Tarjetas de descuento.
- Figura 13. Ubicación de Fun and Dreams.
- Figura 14. Esquema de distribución de Fun and Dreams.
- Figura 15. Proceso productivo de Fun and Dreams.
- Figura 16. Plano de distribución de espacio del local comercial de Fun and Dreams.
- Figura 17. Plano de distribución de espacio del taller de producción de Fun and Dreams.
- Figura 18. Cantidad de personas encuestadas por edad. (Encuesta)
- Figura 19. Cantidad de personas encuestadas por género. (Encuesta)
- Figura 20. Resultados de la pregunta 1. (Encuesta)
- Figura 21. Resultados de la pregunta 2. (Encuesta)
- Figura 22. Resultados de la pregunta 3. (Encuesta)
- Figura 23. Resultados de la pregunta 4. (Encuesta)
- Figura 24. Resultados de la pregunta 5. (Encuesta)

Figura 25. Resultados de la pregunta 6. (Encuesta)

Figura 26. Resultados de la pregunta 7. (Encuesta)

Figura 27. Resultados de la pregunta 8. (Encuesta)

Figura 28. Resultados de la pregunta 9. (Encuesta)

Figura 29. Resultados de la pregunta 10. (Encuesta)

Figura 30. Resultados de la pregunta 11. (Encuesta)

Figura 31. Resultados de la pregunta 12. (Encuesta)

Figura 32. Resultados de la pregunta 13. (Encuesta)

Figura 33. Resultados de la pregunta 14. (Encuesta)

Figura 34. Resultados de la pregunta 15. (Encuesta)

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado “Plan de negocio Fun and Dreams” tiene por objeto determinar la viabilidad de la puesta en marcha del mismo.

Para esto, se ha realizado un estudio de los principales factores y elementos determinantes del éxito del negocio, los cuales se mostrarán a lo largo del presente plan.

En el primer capítulo, resumen ejecutivo, se pasará a describir de manera breve el plan de negocio y sus resultados.

En el segundo capítulo, análisis de mercado, se estudiará al sector y se determinará cual es el mercado objetivo del negocio. Así mismo, se estudiará a la competencia para decidir cuál es la ventaja competitiva más adecuada para el negocio.

En el tercer capítulo, FODA empresarial, se identificarán las fortalezas y debilidades de la empresa, así como también las oportunidades y amenazas que esta podría encontrar en el ámbito externo a la empresa. Esto nos servirá para decidir qué posición estratégica es la más conveniente para tomar.

En el cuarto capítulo, establecimiento de una dirección para la organización, se describirá a la empresa, como estará organizada, cuál es su visión, misión, valores y sus objetivos, y a sus colaboradores y sus funciones. También se indicará cuáles son los pasos a seguir para su constitución legal.

En el quinto capítulo, ventaja de comercialización y ventas, se describirá al marketing mix de la empresa, conformado por las estrategias de producto, precio, promoción y plaza.

El sexto capítulo, análisis del proceso productivo, está relacionado con todo lo que involucra la producción de los productos de la empresa y cuáles son las máquinas, equipos, herramientas y muebles y enseres necesarios para su fabricación y venta.

El séptimo capítulo, análisis económico y financiero, involucra la inversión y los costos de fabricación y la rentabilidad que generará la empresa.

En el octavo capítulo, evaluación de factibilidad, se indicará cuáles son los compromisos de la empresa con sus grupos de interés, y se evalúa el valor actual neto y la tasa interna de retorno para determinar el éxito o fracaso de la empresa.

Por último, el presente plan de negocio culmina con las conclusiones y sus respectivas recomendaciones.

CAPÍTULO I

RESUMEN EJECUTIVO

Fun and Dreams S.A.C. es una empresa dedicada a la confección y comercialización de pijamas y artículos para descansar (cojines, pantuflas y antifaces), la cual tiene como segmento de mercado a hombres y mujeres entre los 15 y 29 años de edad pertenecientes a los niveles socioeconómicos B y C de los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro.

El local comercial de la empresa estará ubicado en el Centro Comercial Arenales en el distrito de Lince, y tendrá un taller de confección en el distrito de Villa María del Triunfo, ambos en la provincia de Lima, departamento de Lima.

La empresa se constituirá legalmente como empresa jurídica de tipo sociedad anónima cerrada y se acogerá al Régimen Especial del Impuesto a la Renta.

El análisis económico realizado da como resultado que se requiere de una inversión inicial de S/. 56,021.40 para llevar a cabo el negocio, de los cuales el 73%, equivalente a S/. 41,021.40, vendrá del aporte de los socios, mientras el 27% restante, equivalente a S/.15,000.00, será financiado.

El análisis financiero realizado arroja como resultado un valor actual neto económico de S/.258,514.06 y financiero de S/. 275,262,61; asimismo, una tasa interna de retorno económico de 276% y financiera de 376%, partiendo del supuesto que la duración del proyecto sea de cinco años, lo cual va de la mano con la obtención de utilidades desde el primer año de funcionamiento.

La información mostrada a lo largo del presente plan de negocio respalda el interés personal por llevarlo a cabo ya que la oportunidad del negocio es clara, debido a la escasa competencia existente dedicada a ofrecer este tipo de productos y los indicadores financieros que auguran el éxito del negocio.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE MERCADO

2.1. Análisis del sector

Debido a la globalización, el sector textil se encuentra en constante cambio ya sea por el gusto de una época, por los valores, por las opiniones dominantes, entre otras muchas razones, lo cual modifica las costumbres e intereses de las personas que siempre están buscando nuevas alternativas que involucren calidad, diseño y moda.

Para analizar el sector a nivel macroeconómico utilizaremos el análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal), y analizaremos el sector a nivel microeconómico desde la perspectiva del modelo de las cinco fuerzas de Porter, ya que de esta manera obtendremos conocimiento sobre las fuerzas involucradas en el sector que afectaran al desempeño de la empresa.

a. Nivel macroeconómico:

Análisis PESTEL

- Político

Durante los últimos años la situación política del país se ha mantenido estable; siendo este un factor positivo, debido a que la economía de un país se ve directamente afectada por la situación política que atraviesa.

Asimismo, el Ministerio de la Producción tiene una política clara de apoyo a la industria textil; es así como el Ministro de la Producción estima que la producción textil crecería alrededor de 3% este año, alentada por una mejora en la demanda del mercado interno y externo. (Andina, 2017)

Por otro lado, tenemos los Tratados de Libre Comercio que abren las puertas para la exportación de productos textiles, sobre todo teniendo en cuenta que el Perú produce textilería con materias primas como el algodón pima, que es considerado por muchos expertos como el mejor algodón del mundo.

- Económico

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017) informa que:

En marzo 2017 el índice de la Producción Manufacturera registro un incremento de 1,76% con respecto a marzo 2016, determinado por la mayor actividad de sus dos grandes componentes: el subsector fabril primario y el subsector fabril no primario, este último creció 0.74% (dentro del cual se encuentra el sector textil). El avance del sector fabril no primario se basó en el crecimiento de la industria de bienes de capital en 30.73% de bienes intermedios en 0.27% y de bienes de consumo en 0.13%.

El crecimiento de la actividad productiva se explica por la evolución positiva de la demanda externa, por la evolución positiva del consumo de los hogares

reflejado en las mayores ventas minoristas y por el consumo con tarjetas de crédito.

- **Social**

En la actualidad, las personas se preocupan más por la moda e imagen que proyectan ante la sociedad, las tendencias se han homogenizado en los mercados internacionales, y los llamados “*influencers*” marcan moda, buscando desde las alternativas más económicas hasta las más extravagantes.

Sin embargo, la importancia de los aspectos inmateriales como la marca y el diseño siguen creciendo, favorecidos por la expansión del internet y la constante utilización de redes sociales.

- **Tecnológico**

La tecnología traducida en medios de comunicación es un factor de vital importancia para el tipo de negocio de Fun and Dreams, porque en la actualidad es a través del internet que muchos clientes eligen y adquieren sus productos digitalmente desde la comodidad de su hogar desde una computadora o inclusive desde sus dispositivos móviles.

La tecnología es imprescindible para la fabricación de los productos de Fun and Dreams, pues será necesario contar con máquinas industriales de coser, máquinas remalladoras, máquinas de serigrafía, impresoras y otros artefactos tecnológicos que permiten producir desde el diseño del producto y la venta del mismo, hasta el seguimiento postventa.

- **Ecológico**

La ciudad de Lima, ubicada en la costa, tiene un clima árido y semicálido. La temperatura promedio anual es de 18,5°C a 19°C. Los veranos, de diciembre a abril, tienen temperaturas que oscilan entre los 29°C y 21°C. Solamente cuando

ocurre el Fenómeno del Niño, la temperatura en la estación de verano puede superar los 31°C. Los inviernos van de junio a mediados de septiembre con temperaturas que oscilan entre los 19°C y 12°C, siendo 8,8°C la temperatura más baja comprobada históricamente. Los meses de primavera y otoño (septiembre, octubre y mayo) tienen temperaturas templadas que oscilan entre los 23°C y 17°C.

Esta información es importante para decidir qué productos se fabricarán más durante las temporadas de invierno y cuales se producirán más durante las temporadas de verano.

Fun and Dreams en su afán por resguardar y cuidar el medio ambiente, utilizará como empaques bolsas y cajas de papel reciclado que generen un menor impacto sobre el mismo.

Además, se aprovechará al máximo el uso de las telas y los insumos para disminuir los residuos finales después de la fabricación de los productos.

- **Legal**

Mediante Decreto Legislativo N° 1086, se aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE, el cual tiene como objetivo la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para la ampliación del mercado interno y externo de éstas, en el marco del proceso de promoción del empleo, inclusión social y formalización de la economía, para el acceso progresivo al empleo en condiciones de dignidad y suficiencia.

Es así como en los últimos años el estado a través de las entidades correspondientes ha venido fomentando la creación, formalización y desarrollo

de las micro y pequeñas empresas con el fin de reactivar la economía del país, incrementar la producción y generar nuevos empleos.

b. Nivel microeconómico:

Las cinco fuerzas de Porter

- Rivalidad entre los competidores existentes

Los competidores de Fun and Dreams dentro del Centro Comercial Arenales se dedican a vender todo tipo de artículos relacionados a los animes, música y dramas japoneses y coreanos principalmente, por lo que no ponen especial empeño en comercializar pijamas. Sus productos, en su mayoría, son de baja calidad y no cuentan con muchos modelos. Entre los competidores tenemos a Akemi, Hasshin, Zerox, entre otros.

Si bien los productos ofrecidos en Fun and Dreams son personalizados y se caracterizan por su originalidad e innovación de diseños, se debe considerar al emporio comercial de Gamarra y centros comerciales por departamentos como Ripley, Oeshle, etc, como competencia ya que también comercializan pijamas y otros artículos para dormir.

- Amenaza de nuevos aspirantes:

El mercado de venta de pijamas y artículos para dormir diferentes a lo convencional es actualmente muy atractivo, por lo que, además de la inversión inicial necesaria para la compra de máquinas y equipos para la producción, no hay muchas barreras de entrada, por ende, los nuevos aspirantes vendrían a ser todas aquellas tiendas que se aperturen posteriormente y que tengan la misma temática de productos de Fun and Dreams.

También se debe tener en cuenta a las universidades e instituciones, ya que son la fuente de formación de nuevos emprendedores, los cuales representan una

amenaza en la medida de que tienen la capacidad intelectual de aperturar todo tipo de negocios.

- **Poder de negociación de los proveedores:**

La capacidad de negociación de los proveedores depende de las características del sector como el número de proveedores, su importancia en la cadena de valor o su concentración. Así, podemos determinar que el proveedor principal de Fun and Dreams es el emporio de Gamarra debido a que aquí se puede encontrar gran variedad de comerciantes de telas y de otros insumos necesarios para la fabricación de pijamas, cojines, pantuflas y antifaces, por lo mismo, el poder de negociación de los proveedores no genera mayor inconveniente al ser débil ya que, al haber muchos comerciantes, estos ofrecen precios acordes al mercado.

Los proveedores se eligen principalmente por la calidad de insumos que ofrecen y porque son confiables por lo años con los que cuentan dentro del mercado lo cual brinda garantía de que siempre proporcionarán los insumos y materiales necesarios para la fabricación de los productos de la empresa, evitando de esta manera inconvenientes por la falta de estos.

- **Poder de negociación de los compradores:**

Fun and Dreams busca brindar valor agregado a sus productos por lo que el poder de negociación de los compradores será reducido al darse cuenta que sus productos superan en calidad a los productos de la competencia, esto se aprecia en las telas utilizadas hechas de algodón de la mejor calidad y en los cuidadosos acabados, además de las promociones y el excelente servicio del personal de ventas.

Para poder garantizar la existencia constante de clientes para la empresa se brindan productos de calidad y a precios acordes, con la intención de lograr la satisfacción total del consumidor.

- Amenaza de productos sustitutos:

En el caso de Fun and Dreams los productos sustitutos vienen a ser los pijamas y todos los artículos para dormir convencionales; así como, prendas de vestir que son utilizadas como pijama pese a no haber sido fabricadas para tal fin.

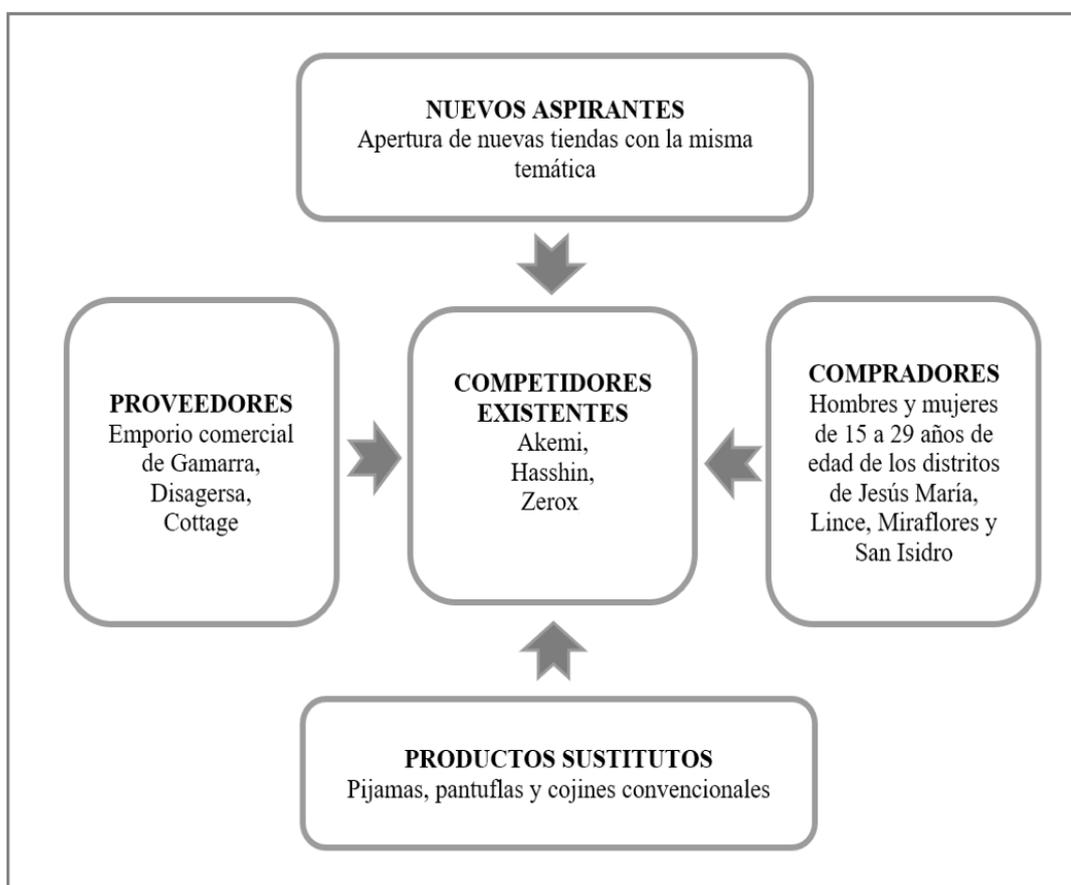


Figura 1. Las cinco fuerzas de Porter para Fun and Dreams.

Fuente: Elaboración propia.

2.2. Estimación del mercado potencial

Se denomina cliente potencial a todos aquellos consumidores que por sus características sociales, económicas o demográficas son posibles compradores de los productos ofertados. (Headways media, 2016).

2.2.1. Segmentación de mercado.

a. Segmentación psicográfica

Los consumidores de los productos de Fun and Dreams son adolescentes y jóvenes de personalidad alegre, espontánea y divertida con gustos poco convencionales y que les gusta expresarse a través de su manera de vestir. Son auténticos, frescos y están orgullosos de “salirse del molde” y probar cosas nuevas y diferentes ya sea socializando y en reuniones con amigos o en un día de relax en casa.

b. Segmentación conductual

El comportamiento de compra de los consumidores de Fun and Dreams está enfocado en satisfacer sus necesidades de búsqueda de algo nuevo y diferente que exprese su personalidad alegre, por lo que aprovechan cualquier oportunidad que se les presente para adquirir algún producto que satisfaga esa necesidad.

c. Segmentación geográfica

El universo comprende a todos los hombres y mujeres que pertenecen a los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro, para hallarlo se toma en cuenta la población de acuerdo al último censo nacional del 2017 a cargo del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

Tabla 1
Población total por distrito.

Distrito	Población
Jesús María	75,359
Lince	54,711
Miraflores	99,337
San Isidro	60,735
Total	290,142

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. Resultados definitivos de los Censos Nacionales 2017. Provincia de Lima - Tomo I.

Obtenemos que la población total al año 2017 es de 290,142 personas para los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro.

Los productos de “Fun and Dreams” se fabrican pensando en su mercado potencial, el cual está constituido por mujeres y hombres de niveles socioeconómicos B y C de los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro, y que tienen entre 15 a 29 años de edad el cual fue elegido debido a su poder adquisitivo.

d. Segmentación socioeconómica

Para obtener la cantidad de personas que conforman el mercado potencial, se utiliza la distribución de niveles socioeconómicos elaborado por la Asociación Peruana de Empresas e Investigación de Mercado – APEIM y se realiza el siguiente procedimiento.

Tabla 2
Distribución de niveles socioeconómicos por zona APEIM 2016 – Lima Metropolitana.

Distrito	% NSE B	% NSE C	Total % NSE B y C
Jesús María	59.70%	20.30%	80.00%
Lince	59.70%	20.30%	80.20%
Miraflores	44.90%	13.10%	58.10%
San Isidro	44.90%	13.10%	58.10%

Fuente: Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. Niveles Socioeconómicos 2017.

Tabla 3*Población total por distrito de los NSE B y C.*

Distrito	% NSE B y C	Población 2017	Total población de los NSE B y C
Jesús María	80.20%	75,359	60,438
Lince	80.20%	54,711	43,878
Miraflores	58.10%	99,337	57,715
San Isidro	58.10%	60,735	35,287
Total			197,318

Fuente: Elaboración propia.

La población total de los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro que pertenecen a los niveles socioeconómicos B y C es de 197,318 personas.

Para obtener la cantidad de personas que conforman el mercado potencial se debe tener en cuenta la población de 15 a 29 años de edad de los distritos de interés, el cual se obtiene según del censo nacional del 2017.

Tabla 4*Población total por distrito de 15 a 29 años de edad de los NSE B y C.*

Distrito	% NSE B y C	Población de 15 a 29 años de edad	Total población de 15 a 29 años de edad de los NSE B y C
Jesús María	80.20%	15,938	12,782
Lince	80.20%	12,344	9,900
Miraflores	58.10%	17,718	10,294
San Isidro	58.10%	10,625	6,173
Total			39,149

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente obtenemos que la población total de personas de niveles socioeconómicos B y C de los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro, y que tienen entre 15 a 29 años de edad es de 39,149.

Tabla 5
Mercado potencial de Fun and Dreams.

Concepto	Población
Hombres y mujeres que viven en los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro.	290,142
Hombres y mujeres que viven en los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro y que pertenecen a los niveles socioeconómicos B y C.	197,318
Hombres y mujeres que viven en los distritos de Jesús María, Lince, Miraflores y San Isidro, que pertenecen a los niveles socioeconómicos B y C y que tienen entre 15 y 29 años.	39,149

Fuente: Elaboración propia.

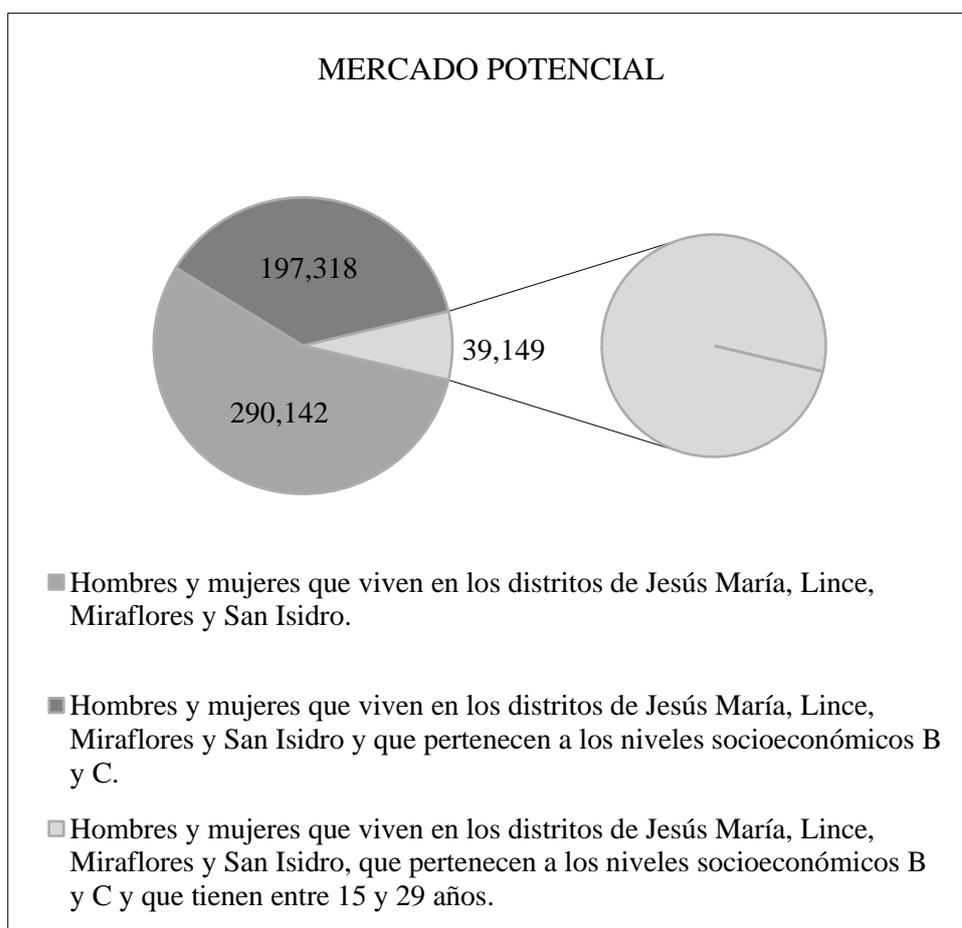


Figura 2. Mercado potencial de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

2.2.2. Tamaño de la muestra.

Para calcular la cantidad de encuestas necesarias para el estudio de mercado se utilizará la fórmula de población finita ya que al tratarse de distritos constan de un número limitado de pobladores.

Se utiliza un margen de error de 5% y un nivel de confianza de 95%, así mismo se utiliza una prevalencia esperada de 0.50 y la precisión o error admitido de 0.50, lo cual se reemplaza en la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

z = 1.96 para un nivel de confianza de 95%

p = Prevalencia esperada = 0.50

p + q = 1

q = Precisión o error admitido = 0.50

e = 5% = 0.05

Hallamos n:

$$n = \frac{39,149 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (39,149 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

n = 380 personas

Para hallar la cantidad de encuestas a realizarse por distrito, se considera a la población total de nuestro mercado potencial de 39,149 personas como el 100% y se compara con el total de encuestas a realizarse.

Tabla 6
Cantidad de encuestas por distrito.

Distrito	Total población de 15 a 24 años de edad de los NSE B y C	Porcentaje	Cantidad de encuestas
Jesús María	12,782	33%	125
Lince	9,900	25%	95
Miraflores	10,294	26%	99
San Isidro	6,173	16%	61
Total	39,149	100%	380

Fuente: Elaboración propia.

La encuesta y los resultados de la encuesta se presentan en el Anexo 1 y 2 respectivamente.

➤ **Proyección de la demanda.**

Para obtener la proyección de la demanda de pijamas se utiliza los resultados de la encuesta (ver Anexo 2) y se realiza el siguiente procedimiento:

a. Mercado disponible:

Se utiliza el resultado de la pregunta N° 1 de la encuesta ¿Suele comprarse usted pijamas para dormir?, y se toma el porcentaje de la respuesta afirmativa 94% para multiplicarlo por el mercado potencial.

$$\text{Mercado disponible} = 94\% \times 39,149 = 36,801$$

b. Mercado efectivo:

Se utiliza el resultado de la pregunta N° 2 de la encuesta ¿Compraría pijamas *onesie animal costume* o pijamas personalizados?, y se toma el porcentaje de la respuesta afirmativa 77% para multiplicarlo por el mercado disponible.

$$\text{Mercado efectivo} = 77\% \times 36,801 = 28,337$$

c. Mercado objetivo:

La meta es atender al 4% del mercado efectivo.

$$\text{Mercado objetivo: } 4\% \times 28,337 = 1,133$$

Para determinar el consumo per cápita anual se utiliza los resultados de la pregunta N° 3 ¿con qué frecuencia compra pijamas?

Tabla 7

Consumo per cápita de pijamas.

Frecuencia	%	Consumo per cápita
1 vez al año	12%	0.12
2 veces al año	37%	0.74
3 veces al año	34%	1.02
Más de 3 veces al año	17%	0.68
		2.56

Fuente: Elaboración propia.

Obtenido el consumo per cápita se multiplica por el mercado objetivo.

$$\text{Demanda anual} = 2.56 \times 1,133 = 2,900 \text{ pijamas}$$

2.3. Análisis de la competencia

Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares. Existen diferentes niveles de competencia de acuerdo a la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia se origina entre marcas, productos o necesidades. (Headways media, 2016).

En el centro comercial Arenales existen muchas tiendas que venden pijamas *onesie* y cojines; sin embargo, la mayoría de estas solo cuentan con 1 o 3 de estas pijamas o cojines en stock y la mayoría de tiempo no cuentan con estos productos en su tienda, es por esto

que se considerará a las tiendas que representan una mayor competencia debido a que tienen con frecuencia estos productos en sus tiendas.

a. Akemi:

Empresa dedicada a la comercialización de todo tipo de artículos incluyendo peluches, juguetes de colección, collares, pulseras aretes, polos, cojines, pijamas *onesie*. etc. Se ubica en el tercer nivel del C.C. Arenales, tienda 3-08.

b. Hasshin:

Empresa dedicada a la comercialización de todo tipo de artículos que incluye mangas, figuras, peluches, cojines, pijamas *onesie*, juguetes, cuadernos y útiles de escritorio, etc. Se ubica en el tercer nivel del C.C. Arenales, tienda 3-12.

c. Librería Bazar Zerox:

Empresa que se dedica a la comercialización de todo tipo de artículos que incluyen polos. Gorras, sombreros, llaveros, collares, peluches, cojines, pijamas *onesie*, etc. Se ubica en el tercer nivel del C.C. Arenales, tienda 3-10.

➤ **Matriz del perfil competitivo:**

El análisis de la competencia implica identificar y evaluar a los competidores para decidir cuál será la ventaja competitiva que deba adoptar la empresa, para ello se utilizará la Matriz del Perfil Competitivo (véase Tabla 8).

Gógova (2015) señala que la matriz del perfil competitivo “es una técnica que parte de la identificación de los factores clave de éxito para el sector en el que operamos y, una vez ponderados, se realiza una asignación cuali-cuantitativa en cuanto si es fortaleza o amenaza, y la intensidad de las mismas.”

Tabla 8*Matriz del perfil competitivo.*

Factores importantes para el éxito	Ponderación	FUN AND DREAMS		Competidor 1 AKEMI		Competidor 2 HASSHIN		Competidor 3 ZEROX	
		Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje
Calidad del producto	0.20	4	0.80	2	0.40	2	0.40	3	0.60
Calidad de servicio al cliente	0.15	3	0.45	4	0.60	4	0.60	2	0.30
Variedad de productos	0.20	4	0.80	3	0.60	3	0.60	2	0.40
Precios competitivos	0.20	3	0.60	2	0.40	2	0.40	2	0.40
Publicidad	0.10	3	0.30	3	0.30	3	0.30	2	0.20
Reconocimiento de marca	0.15	1	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.30
TOTAL	1.00		3.10		2.75		2.75		2.20

Las clasificaciones se refieren a las fortalezas y debilidades, donde 4 = fortaleza principal, 3 = fortaleza menor, 2 = debilidad menor y 1 = debilidad principal.
Fuente: Elaboración propia.

Al desarrollar la matriz de perfil competitivo se observa que Fun and Dreams tiene puntajes sobresalientes respecto a su competencia en calidad del producto, variedad de productos, precios competitivos y publicidad, obteniendo un puntaje total de 3.10 el cual es superior a los puntajes de la competencia.

2.4. Análisis de la ventaja competitiva

Las principales ventajas competitivas que tiene Fun and Dreams y que la hacen diferente a su competencia son:

a. Calidad superior del producto:

Fun and Dreams fabricará productos con telas e insumos de excelente calidad que superan en creces a los productos de la competencia, que por lo general son de importación china.

b. Variedad de diseños:

Fun and Dreams tendrá entre sus colaboradores a una diseñadora de modas que creará y diseñará los modelos propios de la marca, lo cual permite contar con una amplia **gama** de modelos y colecciones.

c. Precios competitivos:

Los productos de Fun and Dreams tendrán el mismo precio para todos los modelos y tallas de un mismo tipo de producto para atraer e incentivar a los clientes a que puedan comprar el modelo que más les guste sin tener que preocuparse de que cueste más caro que otro. Asimismo, sus precios son competitivos considerando que los productos ofrecidos son de mejor calidad que los de su competencia.

Tabla 9

Rango de precios por producto.

Producto	Rango de precios			
	FUN AND DREAMS	Competidor 1 AKEMI	Competidor 2 HASSHIN	Competidor 3 ZEROX
Pijama onesie	S/. 106	S/. 95 – 100	S/. 100 – 115	S/.110 – 120
Cojín básico	S/. 45	S/. 38 – 43	S/. 34 – 45	S/. 30 – 40

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III

FODA EMPRESARIAL

3.1. Matriz FODA

Tabla 10
Matriz FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Buena calidad del producto final. 2. Experiencia de los colaboradores. 3. Buena calidad de servicio al cliente. 4. Variedad de productos. 5. Precios competitivos. 6. Ubicación geográfica del local de comercialización. 7. Publicidad activa en redes sociales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lejanía del taller de producción al local de comercialización. 2. Lejanía del taller de producción a los proveedores. 3. Marca desconocida por ser nueva. 4. Solo se tiene un local comercial. 5. Salarios bajos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca competencia. 2. Utilización de diversos canales de venta y de pago. 3. Gran cantidad de proveedores. 4. Demanda insatisfecha de los nuevos productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrada de nuevos competidores. 2. Posibles mejores ofertas por parte de la competencia. 3. Ingreso de productos chinos. 4. Poco conocimiento del mercado potencial sobre la existencia del producto. 5. Inseguridad ciudadana y delincuencia.

Fuente: Elaboración propia.

a. Matriz de evaluación de factores internos.

Tabla 11
Matriz EFI.

FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
FORTALEZAS	1. Buena calidad del producto final.	0.13	4	0.52
	2. Experiencia de los colaboradores.	0.07	3	0.21
	3. Buena calidad del servicio al cliente.	0.12	3	0.36
	4. Variedad de productos.	0.11	4	0.44
	5. Precios competitivos	0.08	3	0.24
	6. Ubicación geográfica del local de comercialización.	0.08	3	0.24
	7. Publicidad activa en redes sociales.	0.06	3	0.18
SUBTOTAL		0.59		2.19
DEBILIDADES	1. Lejanía del taller de producción al local de comercialización.	0.06	2	0.12
	2. Lejanía del taller de producción a los proveedores.	0.06	2	0.12
	3. Marca desconocida por ser nueva.	0.09	1	0.09
	4. Solo se tiene un local comercial.	0.07	1	0.07
	5. Salarios bajos.	0.07	1	0.07
SUBTOTAL		0.41		0.47
TOTAL		1.00		2.66

Calificación de factor: debilidad mayor = 1, debilidad menor = 2, fuerza menor = 3, fuerza mayor = 4.
Fuente: Elaboración propia.

Se observa en el Tabla 11 Matriz EFI que la ponderación total de 2.66 está por encima de la media 2.50, lo que significa que la empresa tiene un medio interno favorable, además la ponderación de las fortalezas 2.19 es superior al de las debilidades por 0.47.

b. Matriz de evaluación de factores externos.

Tabla 12

Matriz EFE.

FACTORES DETERMINANTES DE EXITO		PESO	VALOR	PONDERACIÓN
OPORTUNIDADES	1. Poca competencia.	0.15	4	0.6
	2. Utilización de diversos canales de venta y de pago.	0.13	4	0.52
	3. Gran cantidad de proveedores.	0.14	3	0.42
	4. Demanda insatisfecha de los nuevos productos.	0.1	3	0.3
	SUBTOTAL	0.52		1.84
AMENAZAS	1. Entrada de nuevos competidores.	0.13	2	0.26
	2. Posibles mejores ofertas por parte de la competencia.	0.08	2	0.16
	3. Ingreso de productos chinos.	0.11	2	0.22
	4. Poco conocimiento del mercado potencial sobre la existencia del producto.	0.09	3	0.27
	5. Inseguridad ciudadana y delincuencia.	0.07	2	0.14
	SUBTOTAL	0.48		1.05
	TOTAL	1.00		2.89

Calificación de factor: indica el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por arriba de la media, 2 = la respuesta es la media y 1 = la respuesta es mala.

Fuente: Elaboración propia.

Se observa en la Tabla 12 Matriz EFE que la ponderación total de 2.89 está por encima de la media 2.50, lo que significa que la empresa tiene un contexto externo favorable, además la ponderación de las oportunidades 1.84 es superior al de las amenazas por 1.05.

Tabla 13
Fusión de componentes del FODA.

FACTORES EXTERNOS	<p>OPORTUNIDADES:</p> <p>O1. Poca competencia.</p> <p>O2. Utilización de diversos canales de venta y de pago.</p> <p>O3. Gran cantidad de proveedores.</p> <p>O4. Demanda insatisfecha de los nuevos productos.</p>	<p>AMENAZAS:</p> <p>A1. Entrada de nuevos competidores.</p> <p>A2. Posibles mejores ofertas por parte de la competencia.</p> <p>A3. Ingreso de productos chinos.</p> <p>A4. Poco conocimiento del mercado potencial sobre la existencia del producto.</p> <p>A5. Inseguridad ciudadana y delincuencia.</p>
FACTORES INTERNOS	<p>ESTRATEGIA FO</p> <ol style="list-style-type: none"> Utilizar la publicidad para dar a conocer los nuevos productos a la demanda insatisfecha garantizando la calidad y la variedad. (F1, F4, F7, O4) Aprovechar la experiencia del personal de producción para la compra rigurosa de insumos de calidad eligiendo selectivamente a los proveedores. (F2, O3) Diferenciarse de la poca competencia existente mediante calidad, variedad, excelente servicio al cliente y dando la oportunidad de personalizar el producto a gusto del cliente, además de tener diferentes canales de venta y medios de pago. (F1, F3, F4, O1, O2) 	<p>ESTRATEGIA FA</p> <ol style="list-style-type: none"> Generar productos de buena calidad que superen a la competencia basados en la experiencia del personal de producción, y producir constantemente nuevos modelos para incrementar la variedad y así diferenciarnos de los posibles nuevos competidores. (F1, F2, F4, A1) Ubicar la tienda dentro del centro comercial y brindar facilidad de pago con tarjeta para evitar riesgos de robo de dinero o asaltos. (F6, A5)
<p>FORTALEZAS:</p> <p>F1. Buena calidad del producto final.</p> <p>F2. Experiencia de los colaboradores.</p> <p>F3. Buena calidad del servicio al cliente.</p> <p>F4. Variedad de productos.</p> <p>F5. Precios competitivos.</p> <p>F6. Ubicación geográfica del local de comercialización.</p> <p>F7. Publicidad activa en redes sociales.</p>	<p>ESTRATEGIA DO</p> <ol style="list-style-type: none"> Utilizar la publicidad para ganar reconocimiento de la marca y la preferencia de los clientes frente a la competencia. (D3, O1) Programar los días de compra de insumos y traslado de mercadería del taller de producción al local comercial para ahorrar en transporte y aprovechar el tiempo de producción. (D1, D2, O3) Aprovechar la demanda insatisfecha y los diversos canales de venta y pago para generar mayor rentabilidad y lograr un aumento de salarios. (D5, O2, O4) 	<p>ESTRATEGIA DA</p> <ol style="list-style-type: none"> Generar valor agregado a los productos mediante llaveros y pines, entre otros accesorios publicitarios para que el cliente quede satisfecho y nos recomiende mediante el marketing boca a boca, contribuyendo de esta manera al posicionamiento de la marca para así obtener la preferencia del cliente frente a la competencia actual, sus ofertas y sus productos importados. (D3, A2, A3)
<p>DEBILIDADES:</p> <p>D1. Lejanía del taller de producción al local de comercialización.</p> <p>D2. Lejanía del taller de producción a los proveedores.</p> <p>D3. Marca desconocida por ser nueva.</p> <p>D4. Solo se tiene un local comercial.</p> <p>D5. Salarios bajos.</p>		

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

ESTABLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

Establecer la misión y la visión de una organización es de vital importancia porque definen la base de la compañía, representan el por qué y para qué existe, y en conjunto con los valores y objetivos de la empresa son los pilares que lograrán hacerla perdurar en el tiempo y sobre todo direccionarla hacia el éxito.

➤ Misión

Diseñar, producir y comercializar pijamas y artículos para dormir de calidad, únicos e innovadores, que satisfagan el gusto particular de nuestros clientes, además de ofrecer a nuestro personal un entorno laboral estable y lograr beneficios económicos para los socios.

➤ Visión

Ser reconocida en Lima Metropolitana como la marca de productos de calidad, únicos e innovadores que prefieren los adolescentes y jóvenes por su calidad y diseño inspirado en sus gustos singulares, generando rentabilidad y nuevos empleos.

➤ **Valores**

Los valores que representan a Fun and Dreams son:

- a. **Calidad:** Buscar constantemente hacer lo mejor, hacer las actividades bien y ofrecer a los clientes productos de excelente calidad.
- b. **Innovación:** Innovar constantemente, generar nuevos modelos que sean únicos y que satisfagan el gusto de los clientes.
- c. **Respeto:** Tratar con amabilidad y cordialidad a todas las personas con las que nos relacionamos ya sean compañeros de trabajo o clientes.
- d. **Servicio:** Ser dedicado a nuestro trabajo y a los clientes, ofreciendo un servicio de calidad y siempre estar dispuestos a ayudar a los clientes en busca de fidelizarlos.
- e. **Trabajo en equipo:** Todos los colaboradores deben participar en las actividades y ser comunicativos para generar sinergia y lograr mejores resultados.
- f. **Responsabilidad:** Todos los colaboradores de la empresa deben asumir sus cargos y funciones con la debida responsabilidad que esto conlleva.

➤ **Objetivo.**

El objetivo que Fun and Dreams tiene y busca lograr es:

Diseñar, producir y comercializar pijamas y artículos para dormir de alta calidad e innovación siempre teniendo en consideración los gustos particulares de los clientes de tal manera que permita lograr una mayor participación en el mercado y su posicionamiento como la primera opción de compra.

4.1. Matriz BCG

La Matriz Boston Consulting Group es una herramienta basada en el ciclo de vida del producto o negocio, está conformado por cuatro cuadrantes los cuales son estrella, interrogante, vaca y perro.

De acuerdo a la Matriz BCG, la empresa Fun and Dreams se encuentra dentro del cuadrante de signo de interrogación ya que al ser nueva no tendrá mucha participación. Este cuadrante representa alto crecimiento y baja participación en el mercado, al tratarse de un negocio novedoso puede convertirse en un producto estrella o perro.

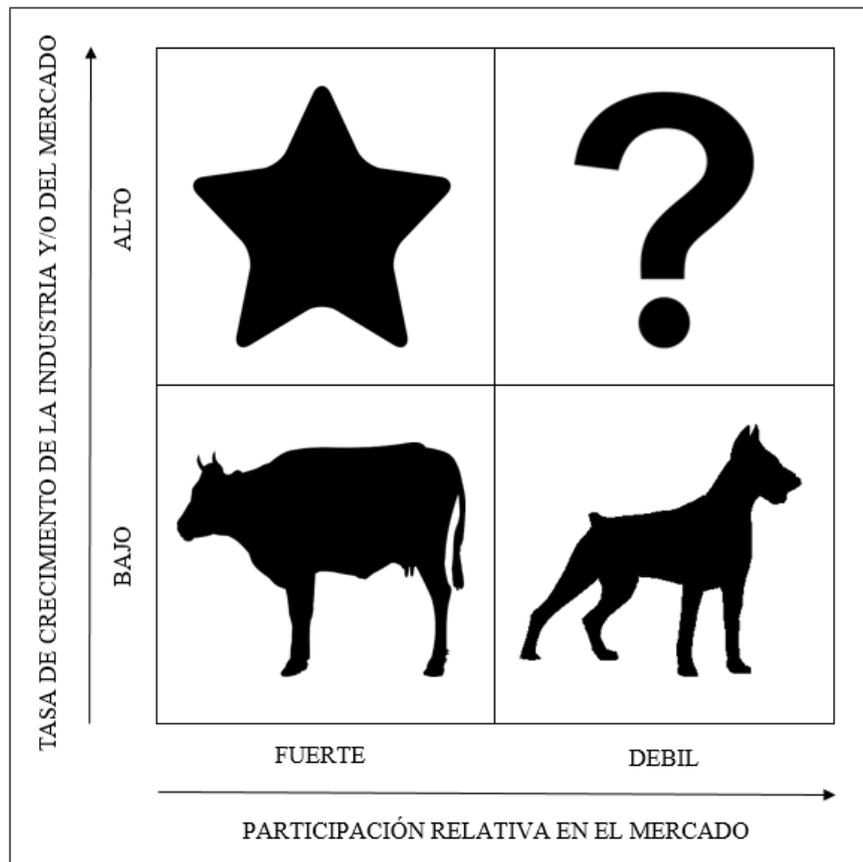


Figura 3. Matriz BCG.
Fuente: Elaboración propia.

El objetivo es que el negocio pase a posicionarse dentro del cuadrante estrella que representa alto crecimiento y alta participación en el mercado y genera flujos estables de dinero.

4.2. Determinación de la posición estratégica

El posicionamiento estratégico se ha establecido como una de las principales alternativas para el rendimiento de las organizaciones, ya que además de permitirle a las compañías diferenciarse de sus competidores y darle un valor añadido al producto y/o servicio que ofrecen, responden a las necesidades de los compradores, conllevando no sólo a la satisfacción del mismo, sino logrando la percepción favorable de los clientes para la compañía e inclusive la lealtad para el producto o servicio. (Gestiopolis, 2017)

Las ventajas competitivas de la empresa, mediante la cual esta se diferenciará de la competencia, son tres: la calidad superior de los productos, la variedad de diseños y los precios competitivos.

Adicionalmente, la empresa tomará las siguientes estrategias:

- Invertir en publicidad para dar a conocer más el producto a los clientes potenciales y reforzar su participación en el mercado.
- Para asegurar la supervivencia del producto se optará por una estrategia de diferenciación basada en la calidad y originalidad del producto.
- Proteger el producto para asegurar el mantenimiento de su posición, esto se realizará mediante descuentos, promociones u obsequios a los clientes para fidelizarlos.

4.3. Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica simplificada de la estructura formal de una organización o empresa, la cual refleja la posición de las áreas que la integran.

Chiavenato (2006) señala que “no existe una terminología única para las funciones empresariales, las actividades básicas difieren en importancia de acuerdo con la empresa”.

Por lo señalado anteriormente para la estructura organizacional de Fun and Dreams consideraremos al área de producción, al área de marketing y al área de finanzas.

La empresa tendrá un total de 5 colaboradores incluyendo al gerente general.

La Figura 8 muestra el organigrama de Fun and Dreams S.A.C., el cual por su presentación es de tipo vertical.

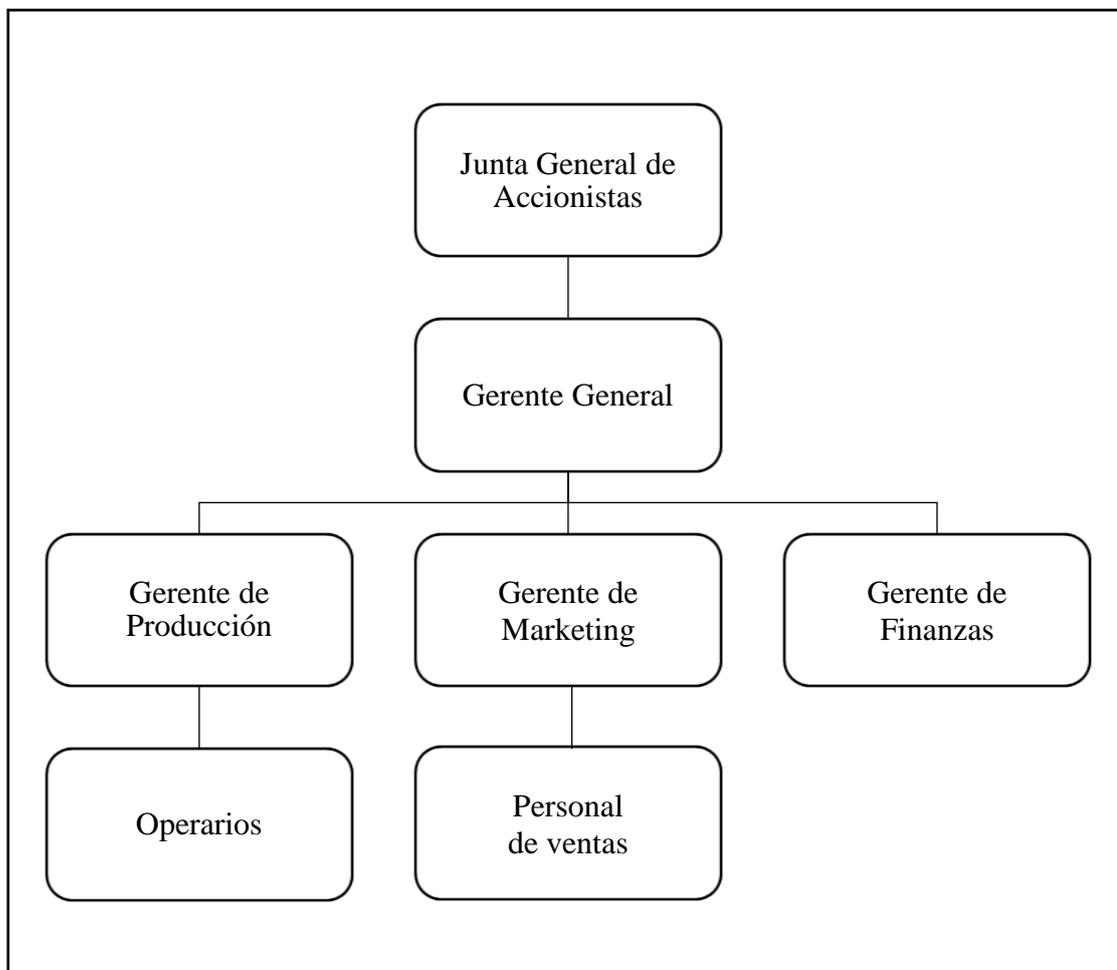


Figura 4. Organigrama de Fun and Dreams S.A.C.
Fuente: Elaboración propia.

4.4. Funciones

Las funciones de los puestos de la empresa se detallan a continuación:

Tabla 14

Perfil de Puesto Gerente General.

PERFIL DE PUESTO	
Nombre del Puesto	Gerente General
Reporta a	Junta General de Accionistas
Puestos que le reportan	Gerente de Producción Gerente de Marketing Gerente de Finanzas
Función General	
Planear, ejecutar, controlar y evaluar todas las decisiones necesarias para la compañía. Responsable de los resultados de las operaciones y desempeño de las funciones.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> - Toma de decisiones. - Fijar objetivos. - Delegar funciones. - Mantener las buenas relaciones con los colaboradores, clientes y proveedores. - Generar estrategias para el éxito de la empresa. - Planear, dirigir y controlar todas las actividades de la empresa. - Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de procesos en los que se encuentre comprometido. - Reclutamiento y selección del personal. 	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> - Formación: Licenciado en administración de empresas - Experiencia: Mínima de dos años desarrollando funciones relacionadas al cargo - Manejo de Microsoft Office y redes sociales a nivel avanzado - Persona con disposición de laborar a tiempo completo 	
Habilidades y Competencias	
Persona con alto sentido de liderazgo y trabajo en equipo, creativa, comunicativa, proactiva, empática con sentido de responsabilidad, iniciativa y orientada a resultados.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15*Perfil de Puesto Gerente de Producción.*

PERFIL DE PUESTO	
Nombre del Puesto	Gerente de Producción
Puesto al que reporta	Gerente General
Puesto que le reporta	Operario del área de producción
Función General	
Planear, ejecutar, controlar y evaluar todo el proceso productivo asegurando que la producción de pijamas y artículos para dormir se logre de manera eficiente y eficaz.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar y confeccionar los modelos y colecciones de pijamas que saldrán a la venta. - Elaboración de ficha técnica de cada producto para la aprobación del gerente general. - Elaboración de los patrones de las prendas diseñadas. - Realizar la compra de telas e insumos necesarios para la fabricación de los productos. - Realizar el control de calidad de los productos. - Contribuir a las buenas relaciones con los colaboradores y proveedores. - Trasladar la mercadería del taller de producción a la tienda comercial. - Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de procesos en los que se encuentre comprometido. 	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> - Formación: Egresado de la carrera técnica de diseño de modas - Experiencia: Mínima de dos años desarrollando funciones relacionadas al cargo - Persona con disposición de laborar a tiempo completo 	
Habilidades y Competencias	
Persona creativa, proactiva, responsable, con iniciativa y orientada a resultados, capacidad para trabajar en equipo, flexible para desarrollar los diseños que satisfagan el gusto de los clientes, interés por la moda y nuevas tendencias.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16*Perfil de Puesto Operario del área de producción.*

PERFIL DE PUESTO	
Nombre del Puesto	Operario del área de producción
Puesto al que reporta	Gerente de Producción
Puesto que le reporta	Ninguno
Función General	
Responsable de la ejecución y fabricación directa de pijamas y artículos para dormir.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> - Acatar las indicaciones del jefe de producción. - Diferenciar entre los diferentes materiales. - Utilizar los moldes indicados para cada corte de tela. - Utilizar las telas e insumos adecuados para la confección de los productos. - Cortar, coser, remallar, estampar la tela e insumos. - Revisar cada una de las prendas terminadas. - Doblar y entregar adecuadamente la prenda terminada. - Mantener en orden y aseada el área de trabajo. - Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de procesos en los que se encuentre comprometido. 	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> - Formación: Estudiante o egresado de la carrera técnica de diseño de modas - Experiencia: Mínima de un año desarrollando funciones relacionadas al puesto 	
Habilidades y Competencias	
Persona creativa, proactiva, responsable, con iniciativa y orientada a resultados, capacidad para trabajar en equipo, interés por la moda y nuevas tendencias.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17*Perfil de Puesto Gerente de Marketing.*

PERFIL DE PUESTO	
Nombre del Puesto	Gerente de Marketing
Puesto al que reporta	Gerente General
Puesto que le reporta	Personal de ventas
Función General	
Establecer y ejecutar las estrategias de marketing y ventas, y asegurar el cumplimiento de la cuota de ventas de la tienda.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> - Administrar y mantener la tienda de acuerdo a estándares de la empresa. - Seguimiento y cumplimiento de las metas de ventas. - Asegurar la adecuada emisión de comprobantes de pago. - Supervisar el cuadro de caja y envío de informes, reportes y documentación solicitada. - Supervisar la recepción de la mercadería proveniente del taller de producción. - Manejo y actualización de las redes sociales de la empresa. - Supervisar el adecuado registro y atención de las ventas realizadas a través de las redes sociales y página web de la empresa. - Verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones para su posterior venta. - Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de procesos en los que se encuentre comprometido. 	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> - Formación: Bachiller de administración de empresas o marketing - Experiencia: Mínima de un año desarrollando funciones relacionadas al cargo - Manejo de Microsoft Office y redes sociales a nivel avanzado - Persona con disposición de laborar a tiempo completo 	
Habilidades y Competencias	
Persona con alto sentido de servicio al cliente, empática, comunicativa, proactiva, responsable, puntual, con iniciativa y orientada a resultados, trabajo en equipo, interés en la moda adolescente y juvenil.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 18*Perfil de Puesto Personal de ventas.*

PERFIL DE PUESTO	
Nombre del Puesto	Personal de ventas
Puesto al que reporta	Gerente de Marketing
Puestos que le reportan	Ninguno
Función General	
Efectuar las ventas ejecutando las estrategias de marketing a fin de asegurar el cumplimiento de la cuota de ventas de la tienda.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> - Atender y asesorar a los clientes. - Atraer a los clientes potenciales. - Cumplir con las metas de ventas. - Asegurar la adecuada emisión de comprobantes de pago. - Cuadre de caja y envío de informes, reportes y documentación solicitada. - Recepcionar la mercadería proveniente del taller de producción. - Registro y atención de las ventas realizadas a través de las redes sociales y página web de la empresa. - Verificar que los productos se encuentren en óptimas condiciones para su posterior venta. - Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de procesos en los que se encuentre comprometido. 	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> - Formación: Estudiante universitario o egresado de administración de empresas o marketing - Experiencia: Mínima de un año desarrollando funciones relacionadas al cargo - Manejo de Microsoft Office y redes sociales a nivel avanzado 	
Habilidades y Competencias	
Persona con alto sentido de servicio al cliente, empática, comunicativa, proactiva, responsable, puntual, con iniciativa y orientada a resultados, trabajo en equipo, interés en la moda adolescente y juvenil.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 19*Perfil de Puesto Gerente de Finanzas.*

PERFIL DE PUESTO	
Nombre del Puesto	Gerente de Finanzas
Puesto al que reporta	Gerente General
Puesto que le reporta	Ninguno
Función General	
Responsable de la planificación y control de la gestión financiera y contabilidad de la empresa.	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración y análisis de estados financieros y estrategia financiera. - Elaborar proyecciones y estudios financieros que orienten a la gerencia general en la toma de decisiones para la maximizar la utilidad neta. - Responsable de la liquidación de impuestos. - Responsable del manejo de contabilidad y afines: Planillas, AFP, libros contables, ventas, compras, etc. - Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de procesos en los que se encuentre comprometido. 	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> - Formación: Egresado de contabilidad - Experiencia: Mínima de dos años desarrollando funciones relacionadas al cargo - Manejo de Microsoft Office a nivel avanzado 	
Habilidades y Competencias	
Persona responsable, comunicativa, proactiva, con iniciativa y orientada a resultados, con capacidad para trabajar en equipo.	

Fuente: Elaboración propia.

4.5. Aspectos legales

La empresa se constituirá como una sociedad anónima cerrada y su denominación social será Fun and Dreams S.A.C. Tendrá 2 socios quienes aportaran capital en igual porcentaje y obtendrá rentabilidad en partes iguales.

➤ **Régimen tributario.**

Régimen Especial del Impuesto a la Renta.

El Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER) es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales domiciliadas en el país que obtengan rentas de tercera categoría, es decir rentas de naturaleza empresarial o de negocio.

Entre las actividades comprendidas se encuentra el comercio que es la compra y venta de bienes que se adquieran, produzcan o manufacturen.

Los impuestos que se deberán pagar en este régimen son el impuesto a la renta, siendo la tasa de 1.5% de los ingresos netos mensuales cuando los ingresos provienen de actividades de comercio y/o industria, y el IGV siendo la tasa de 18% del valor de la venta.

Los libros contables que se deben llevar en este régimen son el registro de compras y el registro de ventas.

CAPÍTULO V

VENTAJA DE COMERCIALIZACION Y VENTAS

5.1. Estrategia de producto

El producto es cualquier bien, servicio o idea que posea valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad o deseo. (Rivera y de Garcillán, 2007, p. 268)

Fun and Dreams S.A.C. es una empresa dedicada a la fabricación de pijamas y artículos de dormir inspirados en los gustos de adolescentes y jóvenes.

a. Cartera de productos.

Entre nuestra gama de productos están los pijamas *onesie animal costume*, pijamas personalizados, cojines estampados personalizados, cojines de cuello, antifaces y pantuflas *animal costume*.

Tabla 20*Producto 1: Pijamas onesie animal costume.*

PIJAMAS ONESIE ANIMAL COSTUME	
Descripción	Pijama enterizo de temática <i>animal costume en diversos modelos</i>
Material predominante	Tela franela elaborada a base de algodón, se utiliza telas que ya pasaron por el proceso de reactivo y de encogimiento para evitar que se destiñan y se encojan.
Tallas	S – M – L
Modelos	Se producirán diversos modelos de pijamas unisex que podrán ser utilizados por varones y mujeres.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21*Producto 2: Pijamas personalizadas.*

PIJAMAS PERSONALIZADAS	
Descripción	Pijama de algodón con estampado personalizado
Material predominante	Algodón pima peruano, el cual cuenta con extraordinarias características de finura y suavidad de su fibra, lo que hace posible la producción de hilados muy finos, uniformes, resistentes, destinados a la confección de prendas textiles de gran calidad.
Tallas	S – M – L
Modelos	Se producirán modelos de pijamas ideales para el verano para mujeres y varones, todos en colores enteros para que el cliente pueda escoger el estampado favorito y personalice su pijama.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22*Producto 3: Cojines estampados personalizados.*

COJINES ESTAMPADOS PERSONALIZADOS	
Descripción	Cojines básicos estampados.
Material predominante	Tela bramante fabricada con algodón, es una tela durable, de fácil lavado, de buena calidad, ideal para almohadas, cojines y sábanas. Relleno de poliéster sintético y antialérgico
Medidas	40 cm x 40 cm
Modelos	Se producirá un único modelo en varios colores que permitan al cliente elegir el que más le guste o el más adecuado para su estampado.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 23*Producto 4: Cojines cervicales.*

COJINES CERVICALES	
Descripción	Cojines para el respaldo del cuello, brindan gran comodidad a la zona cervical del cuerpo.
Material	Tela felpa suave de tejido parecido al terciopelo, utilizada para hacer peluches o imitar la piel de animales. Relleno de microperlas de poliestireno.
Modelos	Se producirán diversos modelos incluyendo un modelo básico que se producirá en colores variados.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24*Producto 5: Antifaces para dormir.*

ANTIFACES PARA DORMIR	
Descripción	Ayudan a bloquear la luz al dormir, relaja y permite dormir mejor.
Material	Tela felpa suave Interior algodón pima Sujetador de liga elástica
Medidas	20 cm x 6 cm aprox.
Modelos	Se producirán diversos modelos incluyendo el modelo básico hecho en algodón pima blanco para que el cliente pueda escoger el estampado que prefiera para su antifaz.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 25*Producto 6: Pantuflas animal costume.*

PANTUFLAS ANIMAL COSTUME	
Descripción	Pantuflas de temática <i>animal costume</i>
Material	Tela felpa suave de tejido parecido al terciopelo, utilizada para hacer peluches o imitar la piel de animales.
Tallas	S = 35 – 37 / M = 38 – 40 / L = 41 – 43
Modelos	Se iniciará produciendo un modelo en muchos colores que permitan al cliente elegir el que más le guste para usarlo solo o combinarlo con el pijama <i>onesie</i> de su preferencia.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 26*Imágenes referenciales de la cartera de productos.***PIJAMAS ONESIE ANIMAL
COSTUME****PIJAMAS PERSONALIZADAS****COJINES ESTAMPADOS
PERSONALIZADOS****COJINES CERVICALES****ANTIFACES PARA DORMIR****PANTUFLAS ANIMAL COSTUME**

Fuente: Google imágenes.

b. Marca.

Fun & Dreams.

El nombre de la marca viene de los términos en inglés *fun and dreams*, que traducido al español significan diversión y sueños respectivamente.

Es este el concepto de la marca: que el sueño no sea solo algo cómodo sino también divertido.

c. Elementos de diferenciación.

Lo que diferencia a Fun and Dreams S.A.C. de la competencia además de la calidad superior de las telas, finos acabados y la variedad de modelos, es la atención personalizada y enfocada a la satisfacción total del cliente, la innovación de productos, la creatividad, la posibilidad de realizar su compra vía online, las promociones y ofertas.

5.2. Estrategia de precio

Para determinar el precio de los pijamas y artículos para dormir de Fun and Dreams se tomó en cuenta los costos totales, los precios de la competencia y la ganancia que se espera obtener por cada producto.

Tabla 27

Precio de venta por producto.

Producto	Precio de venta
Pijama onesie animal costume	S/. 106.00
Pijama personalizado	S/. 54.00
Cojín básico estampado	S/. 45.00
Cojín cervical	S/. 39.00 - S/. 40.00
Antifaces para dormir	S/. 34.00 - S/. 35.00
Pantuflas animal costume	S/. 48

Fuente: Elaboración propia.

a. Estrategia de diferenciación.

La estrategia que se adoptará para Fun and Dreams será la estrategia de diferenciación por calidad del producto.

La diferencia más resaltante entre Fun and Dreams y la competencia es que la empresa es fabricante de sus productos y se especializa en pijamas y artículos para dormir, en cambio la competencia solo comercializa todo tipo de artículos, que por lo general son de importación asiática. Es debido a esto que Fun and Dreams tiene la posibilidad de producir mercadería con insumos de alta calidad.

Para producir Fun and Dreams utiliza telas como la franela y el bramante que son telas elaboradas en base a algodón las cuales pasan previamente por procesos de reactivo y encogimiento, que permiten que la tela sea más duradera al no desteñirse ni estirarse, también utiliza el algodón pima para los pijamas personalizados, el cual es considerado como el mejor algodón del mundo, para el relleno de cojines estampados y pantuflas se utiliza poliéster sintético antialérgico, para el relleno de cojines de cuello se utiliza microperlas de poliestireno para brindar una sensación de mayor comodidad y los antifaces tendrán reverso de algodón pima para brindar suavidad a la piel. A esto se suma los cuidadosos acabados que tendrán los productos.

Además, en Fun and Dreams los clientes tienen la opción de personalizar los productos de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Por otro lado, el personal de ventas siempre mostrará su disponibilidad de brindar ayuda y asesorar a los clientes para una mejor experiencia de compra.

5.3. Estrategia de promoción

a. Logotipo.

El logotipo de Fun and Dreams fue creado con la intención de dar a conocer el concepto del negocio, por lo que se especifica que se vende pijamas y más, es importante resaltar que se eligió la imagen representativa de un gato dado a que son considerados como traviesos y divertidos, además de las posiciones tiernas que adopta al dormir y sobre todo el hecho de que duermen alrededor de 16 horas al día, lo cual es perfecto si tenemos en cuenta que el negocio se basa en vender productos para dormir. La combinación de colores da un aire fresco y original.



Figura 5. Logotipo de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

b. Publicidad.

El segmento de mercado al que se dirige la empresa está conformado por adolescentes y jóvenes, los cuales son en la actualidad los mayores usuarios de las redes sociales, es por esto que Fun and Dreams además de contar su propia página web, explotará al máximo las redes sociales para hacer conocida su marca de una manera más efectiva creando su fanpage en Facebook donde estará toda la cartera de productos; así mismo, se crearán cuentas en las redes sociales más utilizadas.



Figura 6. Fanpage de Fun and Dreams en Facebook.

Fuente: Elaboración propia.

Para impulsar que la marca sea cada vez más conocida, se realizarán sorteos de productos los cuales serán publicados en la fanpage de Facebook y las redes sociales más utilizadas por los adolescentes y jóvenes, en los que podrán participar siguiendo simples pasos como compartir la publicación permitiendo así ser vistos por todos los amigos de la persona que comparte la publicación. Adicionalmente existe la posibilidad de que la publicación aparezca en la sección de noticias de muchos usuarios de la red para lo cual se debe realizar un pago de \$2 a Facebook.

También se publicitará la marca activamente por diversas redes sociales para impulsar la venta de todos los productos de la marca.

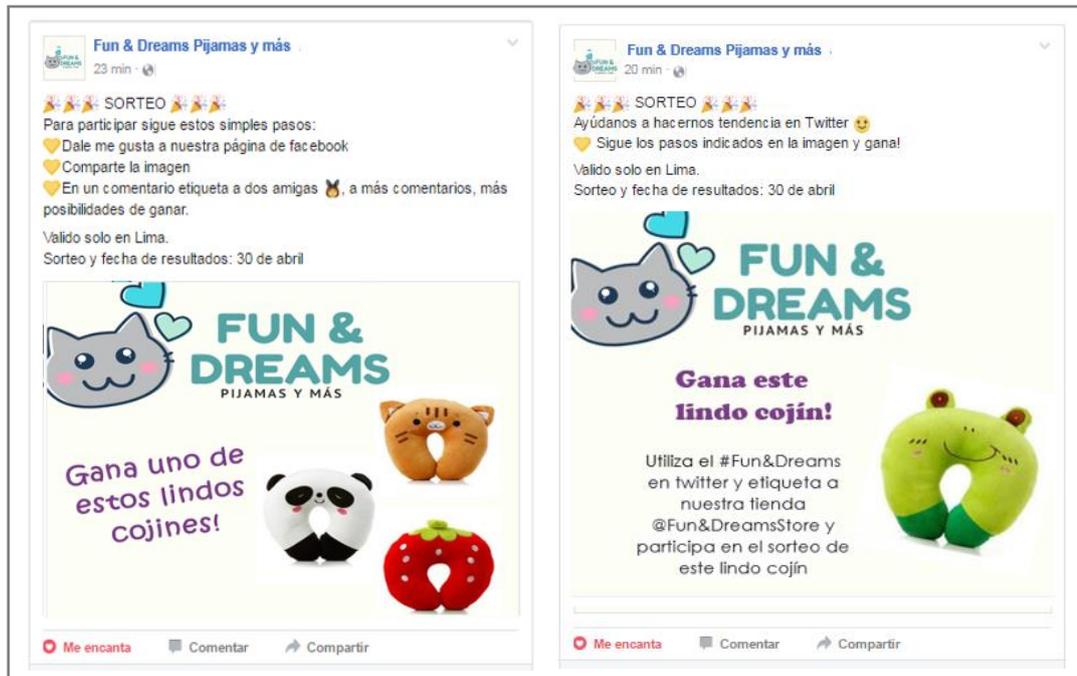


Figura 7. Publicaciones de sorteos en la fanpage de Fun and Dreams en Facebook.
Fuente: Elaboración propia.

Por la compra de productos y con la intención de dar un valor agregado a los clientes se les obsequiara llaveros y pines publicitarios además de una tarjeta de presentación para que nos sigan en nuestras redes y nos contacten.



Figura 8. Llaveros y pines publicitarios.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 9. Tarjeta de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

Otro medio de publicidad que se utilizará se basa en el uso de bicicletas publicitarias las cuales recorrerán las principales calles del distrito de Lince repartiéndole volantes para así dar a conocer al público sobre el negocio y sus productos y atraer nuevos clientes.



Figura 10. Bicicleta publicitaria.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 11. Pancarta y volantes publicitarios.
Fuente: Elaboración propia.

c. Promoción.

Se realizarán promociones para incentivar a la compra de productos, éstas consistirán en hacer descuentos a los clientes, tales como tarjetas de descuento que obtendrán al realizar compras superiores a determinado monto.

Se elaborará y actualizará constantemente una base de datos con información de todos los clientes de Fun and Dreams, a los cuales les enviaremos frecuentemente publicidad sobre nuestros productos, promociones y nuevas ofertas.



Figura 12. Tarjetas de descuento.
Fuente: Elaboración propia.

5.4. Estrategia de plaza

a. Tienda física

Fun and Dreams contará con una tienda física dentro del C.C. Arenales el cual se ubica en la Av. Arenales N° 1737, Lince, de esta manera los clientes pueden acercarse directamente a comprar el producto y verlos de manera directa.

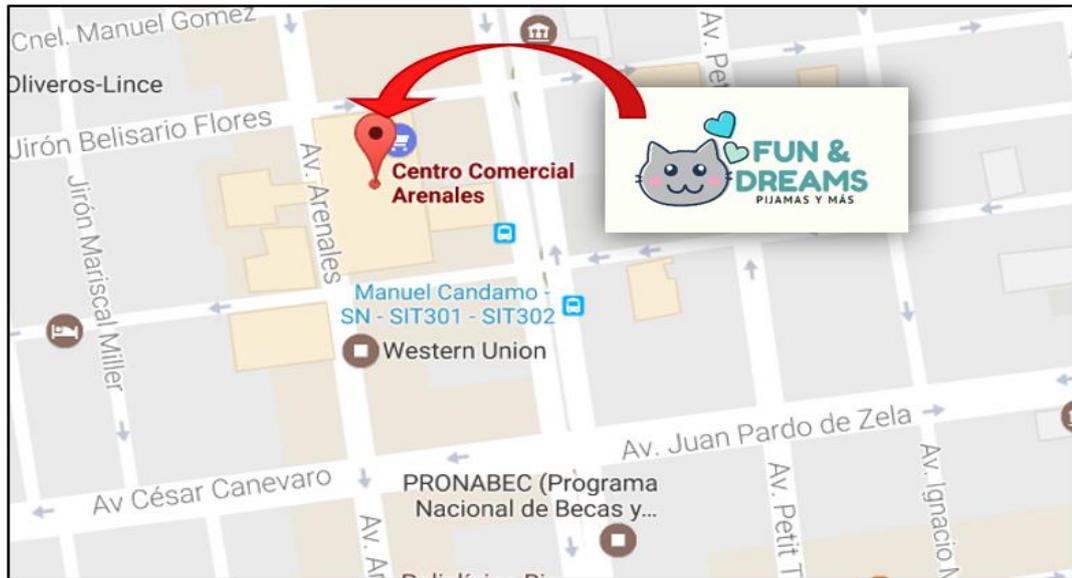


Figura 13. Ubicación de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

b. Tienda virtual

Le empresa tendrá su página web en donde los clientes podrán encontrar el catálogo completo de todos los productos y realizar compras online, al igual que en su fanpage de Facebook y diversas redes sociales. Adicionalmente, aprovechando los canales de venta online, se ofrecerán los productos a través de portales de *e-commerce* tales como MercadoLibre y otros, los cuales son una gran ventaja ya que nos permite llegar no solo al mercado local, sino que se brinda la posibilidad a los clientes de provincia de enviarles sus pedidos a través de Olva Currier u otro medio de envío.

c. Canal de venta y distribución.

El canal de venta y distribución que usa Fun and Dreams es el de venta directa, los productos van del fabricante directamente al cliente.

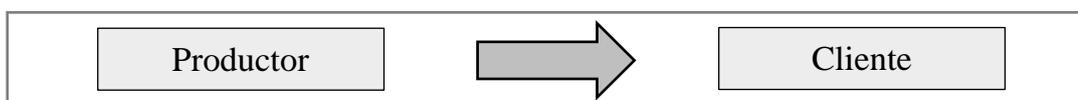


Figura 14. Esquema de distribución de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO

6.1. Diseño del producto

Los productos de Fun and Dreams son diseñados pensando en su segmento de mercado puesto que busca satisfacer sus gustos y preferencias, brindando productos creativos e innovadores.

a. **Pijamas *onesie animal costume*.**

Pijamas enterizos de diseños tiernos y divertidos. Elaborados con franela suave de algodón lo que permite mantener el cuerpo caliente sin generar sudor, la tela pasa previamente por los procesos de reactivo y encogimiento lo cual evita que se destiña o se encoja posteriormente, tiene broches de plástico lo que hace práctico ponerse o quitarse el pijama, la capucha esta forrada de algodón pima para dar mejor acabado y brindar mayor suavidad.

b. **Pijamas personalizados.**

Pijamas diseñados pensados para brindar frescura. Elaborados con algodón pima peruano considerado el mejor algodón del mundo. Este producto permite a los clientes personalizarlos con la imagen que más les guste. El estampado es especial

para tela de tejido natural como el algodón.

c. Cojines estampados personalizados.

Cojines diseñados para satisfacer los gustos personales de los clientes. Elaborados con tela bramante hecha de algodón, brindan resistencia y suavidad, relleno de poliéster sintético antialérgico. El estampado es de tipo transfer especial para telas de fibra natural como lo es el algodón.

d. Cojines cervicales.

Cojines diseñados para brindar comodidad a la zona cervical del cuerpo y aliviar dolores ocasionados por estrés u otras causas. Elaborados con felpa suave de algodón, que previamente pasaron por el proceso de reactivo y encogimiento para evitar que se destiñan o encojan, tienen relleno de microperlas de poliestireno para dar mayor suavidad y comodidad.

e. Pantuflas *animal costume*.

Pantuflas diseñadas para complementar los pijamas *onesie* o para personas que gustan de sentir la suavidad de una pantufla súper cálida. Elaboradas con felpa suave de algodón, que previamente pasaron por el proceso de reactivo y encogimiento para evitar que se destiñan o encojan, su relleno es de poliéster sintético antialérgico.

f. Antifaces para dormir.

Antifaces con diseños divertidos y tiernos, están pensados en brindar mayor comodidad a la hora de dormir. Elaborados con felpa suave, tienen el reverso forrado con algodón pima con la intención de brindar suavidad a la piel y evita generar sudor. Los clientes tienen la posibilidad de personalizar sus antifaces con el diseño que más les gusten y prefieran. El estampado es de tipo transfer especial para telas de fibra natural como lo es el algodón.

6.2. Proceso productivo

Para la elaboración del diagrama de flujo del proceso productivo de los productos Fun and Dreams se toma en consideración los símbolos de la norma ASME (*American Society of Mechanical Engineers*).

A continuación, se presenta el proceso productivo de Fun and Dreams:

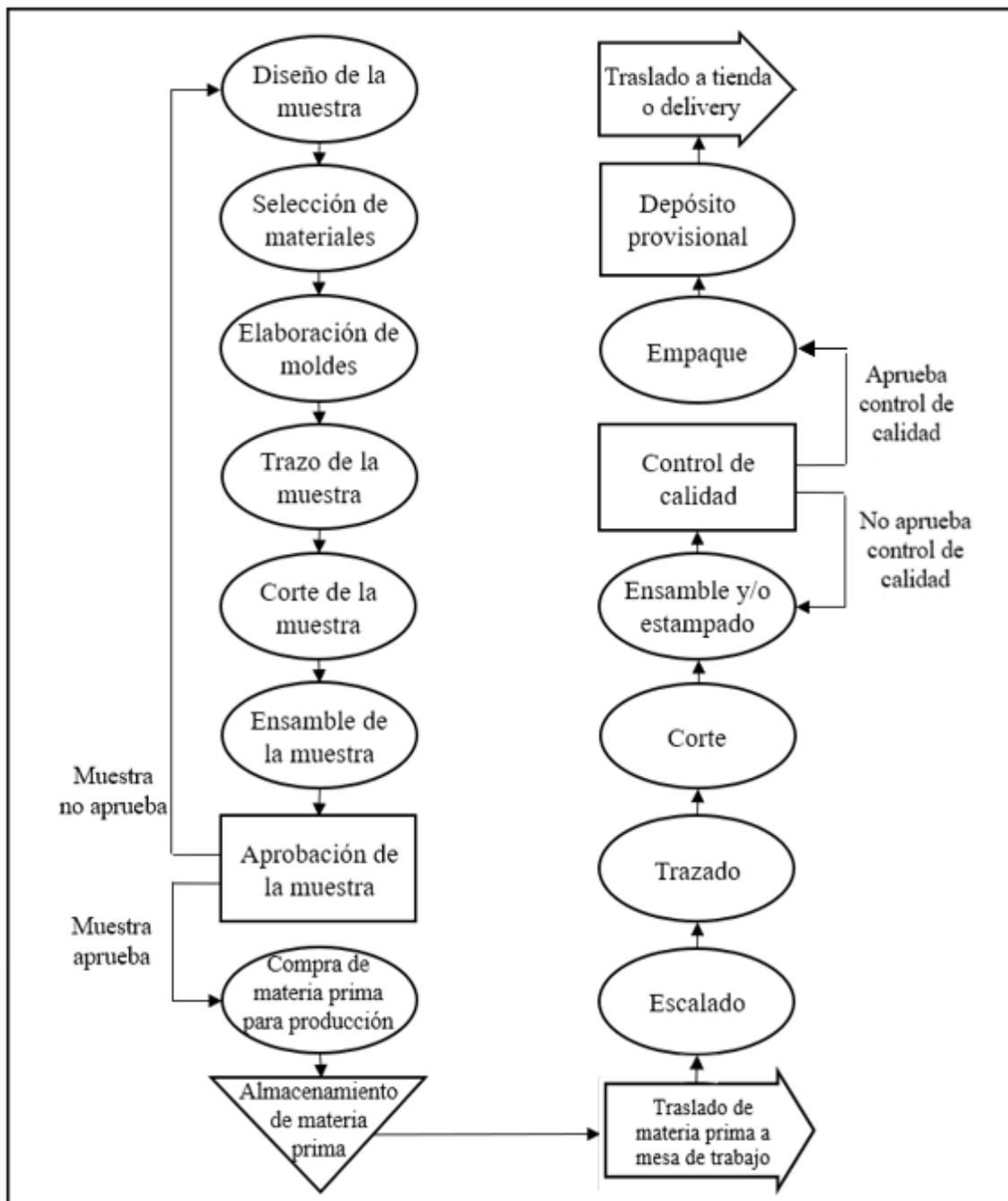


Figura 15. Proceso productivo de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28

Diagrama de flujo de proceso productivo de Fun and Dreams.

DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO PRODUCTIVO		SÍMBOLO				
		○	□	➔	D	▽
N°	ACTIVIDAD	Operación	Inspección	Desplazamiento	Deposito provisional	Almacenamiento
1	Diseño de la muestra	●				
2	Selección de materiales	●				
3	Elaboración de moldes	●				
4	Trazo de la muestra	●				
5	Corte de la muestra	●				
6	Ensamble de la muestra	●				
7	Aprobación de la muestra		●			
8	Compra de materia prima para producción	●				
9	Almacenamiento de materia prima					●
10	Traslado de materia prima a mesa de trabajo			●		
11	Escalado	●				
12	Trazado	●				
13	Corte	●				
14	Ensamble y/o estampado	●				
15	Control de calidad		●			
16	Empaque	●				
17	Depósito provisional				●	
18	Traslado a tienda o delivery a cliente			●		

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se describen cada uno de los pasos que involucra el proceso productivo:

1. **Diseño de la muestra:** se establecen todos los modelos de los pijamas y demás artículos de la empresa a realizar, para esto se utilizan diversos programas computarizados.
2. **Selección de materiales:** se seleccionan las telas e insumos que conformarán el producto final.
3. **Elaboración de moldes:** se elaboran los moldes que servirán de guía para la fabricación de los productos una vez sea aprobada la muestra, estos se elaboran de acuerdo a los modelos que fueron diseñados, para cada talla.
4. **Traza de la muestra:** se traza la tela escogida para cada modelo con los moldes elaborados.
5. **Corte de la muestra:** se corta la tela que ha sido marcada previamente de acuerdo a los moldes.
6. **Ensamble de la muestra:** se pasa a coser los materiales para luego remallar y añadir los demás insumos tales como los ojos y otros elementos en los pijamas *onesie* o se rellena los cojines con poliéster sintético antialérgico o microperlas de poliestireno.
7. **Aprobación de la muestra:** una vez terminada la muestra pasa a ser revisada para su aprobación y posterior fabricación del modelo en grupo, si en caso no fuese aprobada, se retorna al diseño de producto para corregir y mejorar la muestra.
8. **Compra de materia prima para producción:** se realiza la compra de los materiales e insumos a ser utilizados para la producción de las prendas.

9. **Almacenamiento de materia prima:** las telas e insumos para la fabricación de los productos se almacenan en el taller de manera ordenada para facilitar su ubicación.
10. **Traslado de materia prima a mesa de trabajo:** se traslada la materia prima a ser trabajada desde el almacén hacia la mesa de trabajo.
11. **Escalado:** consiste en extender la tela, colocar los moldes de un modelo y talla encima y cuadrarlos de tal manera que encajen mejor y evitar el desperdicio de la tela, de esta manera también se calcula cual es la cantidad de tela requerida para cada producto.
12. **Trazado:** se traza la tela con los moldes de cada modelo y talla.
13. **Corte:** se corta la tela de acuerdo al trazado de los moldes.
14. **Estampado y/o ensamblado:** una vez que la tela ha sido cortada pasa a ser cosida y remallada para luego unir los elementos faltantes y dar los últimos acabados. En el caso de los pijamas y antifaces que son personalizados primero deben ser estampados para luego ser ensamblados.
15. **Control de calidad:** se dan los últimos acabados y se verifica que el trabajo realizado no tenga errores, de lo contrario se retorna al ensamble para corregirlos.
16. **Empaque:** se dobla y empaqueta el producto para la posterior venta.
17. **Deposito provisional:** se organiza a los productos de acuerdo al modelo y la talla y se deposita provisionalmente en el almacén de productos terminados a la espera de ser trasladados a la tienda o enviado al cliente en caso la venta se realice por la web.
18. **Traslado a tienda o delivery a cliente:** se traslada el producto al local comercial para su respectiva venta o se envía al cliente directamente a través de delivery.

6.3. Distribución del espacio en el área de trabajo

La expresión distribución el espacio se refiere a la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios al personal y clientes. (Franklin, 2009, p. 196).

Fun and Dreams contará con un local comercial y un taller de confección y oficina administrativa.

a. Local comercial.

La distribución en el local comercial tiene la intención de dar una imagen atractiva para los clientes, manteniendo el orden y espacio para facilitar que todos los productos puedan ser vistos por los clientes.

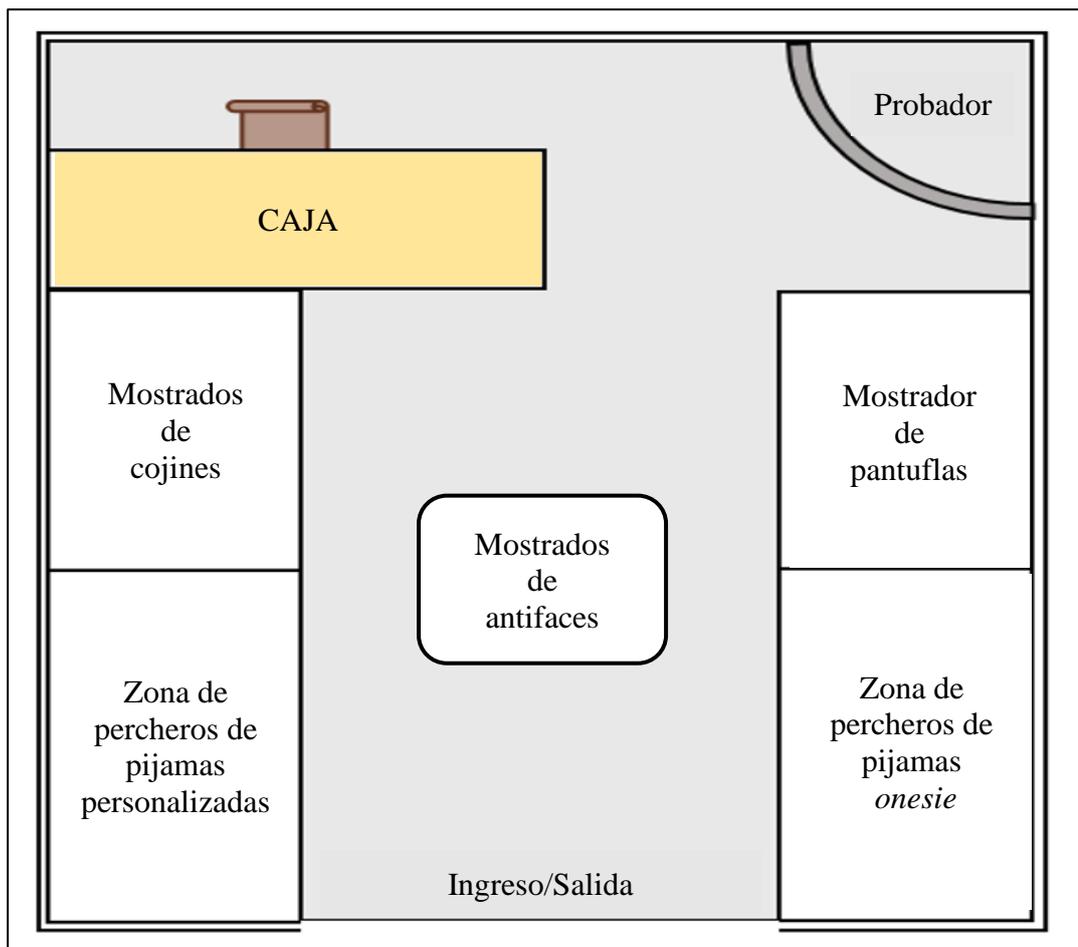


Figura 16. Plano de distribución de espacio del local comercial de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

b. Taller de confección y oficina administrativa.

Para el taller de producción se utilizará el tipo de distribución de planta por producto, la cual es aquella donde se disponen el equipo o los procesos de trabajo de acuerdo con los pasos progresivos necesarios para la fabricación de un producto, esto tiene la intención de hacer que el proceso productivo sea más efectivo y eficiente, facilitando el desplazamiento de los colaboradores, reduciendo distancias recorridas, colocado los materiales en el lugar adecuado, brindando un espacio ideal para que la producción ocurra sin tropiezos y se realice de manera eficaz. Asimismo, junto al taller se ubicará la oficina administrativa donde laborarán el gerente general y los gerentes de finanzas, marketing y producción.

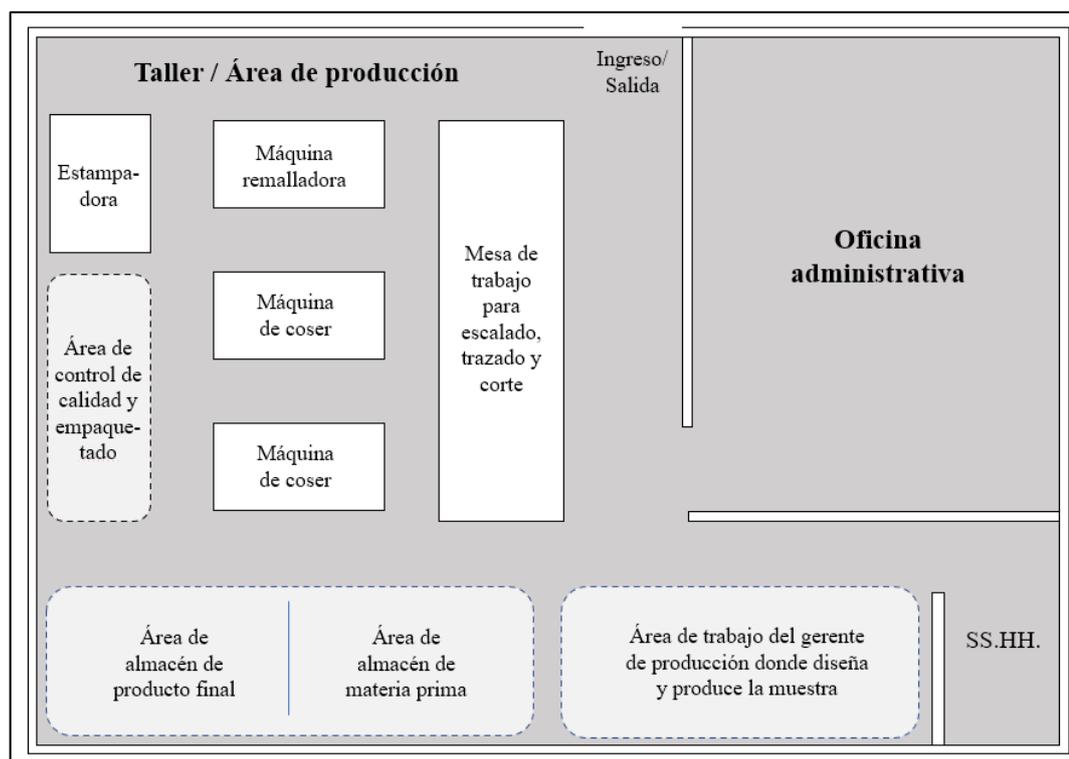


Figura 17. Plano de distribución de espacio del taller de producción de Fun and Dreams.
Fuente: Elaboración propia.

6.4. Cálculo de materiales

Los insumos necesarios para la elaboración de los productos de Fun and Dreams S.A.C. se presentan a continuación en la Tabla 29.

Tabla 29*Materia prima necesaria para el primer año de producción de Fun and Dreams.*

Producto	Modelo	Materia prima e insumos	Cantidad	Unidad	Unidades por producir	Necesidad de materiales	
Pijama onese animal costume	Todos los modelos	tela franela	4	m ²	1500	6000	m ²
		tela algodón pima	0.1	m ²	1500	150	m ²
		broches plásticos	7	unidad	1500	10500	unidades
		ojos bordados	1	par	1500	1500	pares
		hilos	10	m	1500	15000	m
		etiqueta	1	unidad	1500	1500	unidades
Pijama personalizada	Pijama mujer	tela algodón pima	2	m ²	900	1800	m ²
		hilos	5	m	900	4500	conos
		papel transfer	1	unidad	900	900	unidades
		tinta para estampar	0.005	lt	900	4.5	lt
		etiqueta	1	unidad	900	900	unidades
	Pijama varón	tela algodón pima	2	m ²	500	1000	m ²
		hilos	5.5	m	500	2750	m
		papel transfer	1	unidad	500	500	unidades
		tinta para estampar	0.005	lt	500	2.5	lt
		etiqueta	1	unidad	500	500	unidades
Cojín estampado	Todos los modelos	tela bramante	0.3	m ²	800	240	m ²
		poliéster sintético	0.3	kg	800	240	kg
		papel transfer	1	unidad	800	800	unidades
		tinta para estampar	0.005	lt	800	4	lt
		cierre	1	unidad	800	800	unidades
		hilos	2	m	800	1600	m
		etiqueta	1	unidad	800	800	unidades
Cojín cervical	Cojín cervical unicolor	tela felpa	0.17	m ²	750	127.5	m ²
		perlas de poliestireno	0.25	kg	750	187.5	kg
		hilos	1	m	750	750	m
		etiqueta	1	unidad	750	750	unidades
	Modelos variados	tela felpa	0.25	m ²	567	141.75	m ²
		perlas de poliestireno	0.25	kg	567	141.75	kg
		hilos	2	m	567	1134	m
		etiqueta	1	unidad	567	567	unidades

Antifaces para dormir	Antifaz de algodón estampado	tela algodón pima	0.05	m ²	600	30	m ²
		elástico sujetador	0.25	m	600	150	m
		papel transfer	0.3	unidad	600	180	unidades
		tinta para estampar	0.002	lt	600	1.2	lt
		hilos	1	m	600	600	m
		etiqueta	1	unidad	600	600	unidades
	Modelos variados	tela felpa	0.03	m ²	618	18.54	m ²
		tela algodón pima	0.025	m ²	618	15.45	m ²
		elástico sujetador	0.25	m	618	154.5	m
		hilos	1	m	618	618	m
etiqueta		1	unidad	618	618	unidades	
Pantufas animal costume	Todos los modelos	tela felpa	0.5	m ²	1365	682.5	m ²
		poliéster sintético	0.15	kg	1365	204.75	kg
		plantilla	1	par	1365	1365	par
		hilos	2	m	1365	2730	m
		etiqueta	1	unidad	1365	1365	unidades

Fuente: Elaboración propia.

6.5. Determinación de máquinas, herramientas y equipos

Las máquinas, los equipos, las herramientas, los muebles y enseres son necesarios e importantes tanto para el proceso productivo llevado a cabo en el taller de producción como para la venta de los productos en el local comercial de la empresa.

6.5.1. Para las máquinas y equipos

Tabla 30

Máquinas y equipo requerido para la producción y venta

Máquinas y equipo	Cantidad
Máquina de coser industrial	2
Máquina remalladora	1
Máquina para estampados	1
Impresora para estampados	1
Cortador de tela industrial	1
Impresora	1
Computadora	4
Laptop	1
Plancha vaporizador	1
Caja registradora	1

Fuente: Elaboración propia

6.5.2. Para las herramientas

Tabla 31

Herramientas requeridas para la producción y venta.

Herramientas	Cantidad y Unidad
Tijeras	5 unidades
Centímetros	6 unidades
Reglas de costura	3 juegos
Agujas de máquina de coser	8 paquetes
Alfileres	6 paquetes
Piquetera	6 unidades
Bicicleta publicitaria	1 unidad

Fuente: Elaboración propia

6.5.3. Para los muebles y enseres

Tabla 32

Muebles y enseres requeridos para la producción y venta.

Muebles y enseres	Cantidad
Mesa para máquina de coser	2
Mesa para máquina remalladora	1
Mesa de trabajo	1
Mesa para máquina de estampado	1
Armario archivador	1
Escritorio	4
Silla giratoria	4
Silla	4
Silla alta taburete	1
Mostrador de vitrina	1
Mostrador para pantuflas	1
Mostrador de recepción	1
Mostrador pequeño antifaces	1
Estante	4
Percheros de pared	13
Ganchos	40
Soporte y cortina para probador	1
Espejo grande	1

Fuente: Elaboración propia

6.5.4. Organización de personas en el proceso productivo

Dentro del proceso productivo de la empresa solo intervienen tres personas: La gerente del área de producción la cual es la diseñadora de los productos y dos operarios. Por lo mismo, se organizan de la siguiente manera:

a. Gerente del área de producción:

Está a cargo del diseño, la selección de los materiales, la elaboración de los moldes y la muestra, el control de calidad, la compra de los insumos y el traslado a tienda de la mercadería terminada; adicionalmente apoyará a los operarios en sus labores de ser necesario.

b. Operarios del área de producción:

Se encuentran a cargo del escalado, el trazado y corte de la tela, el estampado, ensamblado de los productos, empaque y depósito provisional de la mercadería; adicionalmente apoyará a la responsable del área cuando sea necesario y se le indique.

Además de los puestos antes mencionados, la empresa tendrá un gerente de marketing, el cual laborará en la oficina administrativa de la empresa y supervisará permanentemente al personal de ventas ubicado en el local comercial, un gerente de finanzas quien se encargará de las finanzas y contabilidad de la empresa y por último el gerente general será el encargo de administrar la empresa.

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

El análisis económico permite analizar la capacidad de producir y vender de la empresa, como se gestionan los costos y la capacidad para generar beneficios y rentabilidad.

7.1. Presupuesto de ventas e ingresos

El presupuesto de ventas muestra la proyección a 5 años de unidades a vender por producto de la empresa, para esto se considera un incremento de ventas del 3% anual.

Tabla 33
Presupuesto de ventas de Fun and Dreams S.A.C.

Producto	Modelo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pijama onesie animal costume	Todos los modelos	1500	1545	1591	1639	1688
Pijama corto personalizado	Pijama mujer	900	927	955	983	1013
	Pijama varón	500	515	530	546	563
Cojín estampado	Todos los modelos	800	824	849	874	900
Cojín cervical	Cojín cervical unicolor	750	773	796	820	844
	Modelos variados	567	584	602	620	638
Antifaces para dormir	Antifaz de algodón estampado	600	618	637	656	675
	Modelos variados	618	637	656	675	696
Pantuflas animal costume	Todos los modelos	1365	1406	1448	1492	1536

Fuente: Elaboración propia.

Para estimar el precio de venta de los productos a 5 años se considera que el BCR otorga cada año una tasa de inflación y que para los próximos años tienen una proyección esperada de 1% a 3%, por lo que se decidió utilizar 2.5% como porcentaje para el incremento de los precios.

Al multiplicar el presupuesto de ventas por sus precios correspondientes obtenemos el presupuesto de ingresos para 5 años de la empresa.

Tabla 34

Presupuesto de ingresos de Fun and Dreams S.A.C.

Producto	Modelo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pijama onesie animal costume	Todos los modelos	S/. 158,634.50	S/. 167,478.38	S/. 176,815.30	S/. 186,672.75	S/. 197,079.75
Pijama corto personalizado	Pijama mujer	S/. 48,728.82	S/. 51,445.45	S/. 54,313.54	S/. 57,341.52	S/. 60,538.31
	Pijama varón	S/. 27,091.48	S/. 28,601.83	S/. 30,196.38	S/. 31,879.83	S/. 33,657.13
Cojín estampado	Todos los modelos	S/. 36,362.66	S/. 38,389.87	S/. 40,530.11	S/. 42,789.66	S/. 45,175.19
Cojín cervical	Cojín cervical unicolor	S/. 29,336.88	S/. 30,972.41	S/. 32,699.12	S/. 34,522.10	S/. 36,446.70
	Modelos variados	S/. 22,750.73	S/. 24,019.08	S/. 25,358.14	S/. 26,771.86	S/. 28,264.39
Antifaces para dormir	Antifaz de algodón estampado	S/. 21,224.96	S/. 22,408.26	S/. 23,657.52	S/. 24,976.42	S/. 26,368.86
	Modelos variados	S/. 20,967.48	S/. 22,136.42	S/. 23,370.53	S/. 24,673.43	S/. 26,048.98
Pantuflos animal costume	Todos los modelos	S/. 66,186.10	S/. 69,875.98	S/. 73,771.56	S/. 77,884.33	S/. 82,226.38
TOTAL		S/. 431,283.61	S/. 455,327.67	S/. 480,712.19	S/. 507,511.89	S/. 535,805.68

Fuente: Elaboración propia.

7.2. Presupuesto de costos

Los costos están conformados por la materia prima e insumos, mano de obra, gastos administrativos y gastos de venta, conforme se desarrolla en las tablas 35, 36 y 37.

Tabla 35

Costo de materia prima e insumos para el año 1 de Fun and Dreams S.A.C.

Producto	Modelo	Materia prima e insumos	Unidades requeridas	Unidad de Medida	Valor Unitario	Costo Variable
<i>Pijama onese animal costume</i>	Todos los modelos	tela franela	6000.0	m ²	S/. 9.00	S/. 60,000.00
		tela algodón pima	150.0	m ²	S/. 5.00	S/. 750.00
		broches plásticos	10500.0	unidad	S/. 0.40	S/. 5,250.00
		ojos bordados	1500.0	par	S/. 0.60	S/. 1,200.00
		hilos	22500.0	m	S/. 0.05	S/. 1,125.00
		etiqueta	1500.0	unidad	S/. 0.30	S/. 450.00
		subtotal				
<i>Pijama corto personalizado</i>	Pijama mujer	tela algodón pima	1800.0	m ²	S/. 5.00	S/. 9,000.00
		hilos	4500.0	m	S/. 0.05	S/. 225.00
		papel transfer	900.0	unidad	S/. 2.50	S/. 2,250.00
		tinta para estampar	4.5	lt	S/. 80.00	S/. 360.00
		etiqueta	900.0	unidad	S/. 0.30	S/. 270.00
		subtotal				
<i>Pijama corto personalizado</i>	Pijama varón	tela algodón pima	1000.0	m ²	S/. 5.00	S/. 5,000.00
		hilos	2750.0	m	S/. 0.05	S/. 137.50
		papel transfer	500.0	unidad	S/. 2.50	S/. 1,250.00
		tinta para estampar	2.5	lt	S/. 80.00	S/. 200.00
		etiqueta	500.0	unidad	S/. 0.30	S/. 150.00
		subtotal				
<i>Cojín estampado</i>	Todos los modelos	tela bramante	264.0	m ²	S/. 3.50	S/. 924.00
		poliéster sintético	240.0	kg	S/. 10.00	S/. 2,400.00
		papel transfer	800.0	unidad	S/. 2.50	S/. 2,000.00
		tinta para estampar	4.0	lt	S/. 80.00	S/. 320.00
		cierre	800.0	unidad	S/. 0.50	S/. 400.00
		hilos	1600.0	m	S/. 0.07	S/. 112.00
		etiqueta	800.0	unidad	S/. 0.30	S/. 240.00
subtotal					S/. 6,396.00	
<i>Cojín cervical</i>	Cojín cervical unicolor	tela felpa	125.0	m ²	S/. 7.00	S/. 875.00
		perlas de poliestireno	187.5	kg	S/. 10.00	S/. 1,875.00
		hilos	750.0	m	S/. 0.05	S/. 37.50
		etiqueta	750.0	unidad	S/. 0.30	S/. 225.00
		subtotal				

Modelos variados	tela felpa	141.8	m ²	S/. 7.00	S/. 992.25	
	perlas de poliestireno	141.8	kg	S/. 10.00	S/. 1,417.50	
	hilos	1134.0	m	S/. 0.05	S/. 56.70	
	etiqueta	567.0	unidad	S/. 0.30	S/. 170.10	
	subtotal				S/. 2,636.55	
Antifaces para dormir	tela algodón pima	30.0	m ²	S/. 5.00	S/. 150.00	
	elástico sujetador	150.0	m	S/. 0.30	S/. 45.00	
	papel transfer	200.0	unidad	S/. 2.50	S/. 500.00	
	tinta para estampar	1.2	lt	S/. 80.00	S/. 96.00	
	hilos	600.0	m	S/. 0.05	S/. 30.00	
	etiqueta	600.0	unidad	S/. 0.30	S/. 180.00	
	subtotal				S/. 1,001.00	
	Modelos variados	tela felpa	18.5	m ²	S/. 7.00	S/. 129.78
		tela algodón pima	15.5	m ²	S/. 5.00	S/. 77.25
		elástico sujetador	154.5	m	S/. 0.30	S/. 46.35
hilos		618.0	m	S/. 0.05	S/. 30.90	
etiqueta		618.0	unidad	S/. 0.30	S/. 185.40	
subtotal				S/. 469.68		
Pantufas animal costume	tela felpa	682.5	m ²	S/. 7.00	S/. 4,777.50	
	poliéster sintético	204.8	kg	S/. 10.00	S/. 2,047.50	
	plantilla	1365.0	par	S/. 4.50	S/. 6,142.50	
	hilos	2730.0	m	S/. 0.05	S/. 136.50	
	etiqueta	1365.0	unidad	S/. 0.30	S/. 409.50	
subtotal				S/. 13,513.50		
TOTAL					S/. 114,646.73	

Fuente: Elaboración propia.

Como micro empresa perteneciente al Régimen Especial Tributario, el beneficio laboral a otorgar por parte del empleador, es el semisubsidio del SIS o EsSalud.

Tabla 36

Asignación de personal de Fun and Dreams S.A.C.

Puesto	Remuneración mensual	EsSalud	Total mensual	Total anual
Gerente General	S/ 1,600.00	S/ 144.00	S/ 1,744.00	S/ 20,928.00
Gerente de Producción	S/ 1,250.00	S/ 112.50	S/ 1,362.50	S/ 16,350.00
Operarios de producción (3)	S/ 3,300.00	S/ 297.00	S/ 3,597.00	S/ 43,164.00
Gerente de Marketing	S/ 1,250.00	S/ 112.50	S/ 1,362.50	S/ 16,350.00
Personal de ventas	S/ 1,100.00	S/ 99.00	S/ 1,199.00	S/ 14,388.00
Gerente de Finanzas	S/ 1,250.00	S/ 112.50	S/ 1,362.50	S/ 16,350.00
TOTAL				S/ 127,530.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 37
Presupuesto de costos de Fun and Dreams S.A.C.

Rubro	Unidades requeridas	Unidad de Medida	Valor Unitario	Costo Total (S/)	
				Fijo	Variable
COSTOS DIRECTOS				S/. 59,514.00	S/. 114,646.73
Materia prima e insumos					S/. 114,646.73
Mano de obra				S/. 59,514.00	
Gerente de Producción	1	año	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	
Operario de producción 1	1	año	S/. 14,388.00	S/. 14,388.00	
Operario de producción 2	1	año	S/. 14,388.00	S/. 14,388.00	
Operario de producción 3	1	año	S/. 14,388.00	S/. 14,388.00	
COSTOS INDIRECTOS				S/. 96,576.00	
Gastos administrativos				S/. 79,788.00	
Gerente General	1	año	S/. 20,928.00	S/. 20,928.00	
Gerente de Marketing	1	año	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	
Gerente de Finanzas	1	año	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	
Alquiler del local comercial	12	mes	S/. 900.00	S/. 10,800.00	
Alquiler taller de confección	12	mes	S/. 300.00	S/. 3,600.00	
Luz	12	mes	S/. 350.00	S/. 4,200.00	
Agua	12	mes	S/. 20.00	S/. 240.00	
Teléfono e Internet	12	mes	S/. 80.00	S/. 960.00	
Alquiler POS (Point of sale)	12	mes	S/. 80.00	S/. 960.00	
Transporte	12	mes	S/. 250.00	S/. 3,000.00	
Útiles de oficina	12	mes	S/. 200.00	S/. 2,400.00	
Gastos de ventas				S/. 16,788.00	
Publicidad	12	mes	S/. 200.00	S/. 2,400.00	
Personal de ventas	1	año	S/. 14,388.00	S/. 14,388.00	
SUBTOTAL				S/. 156,090.00	S/. 114,646.73
TOTAL				S/. 270,736.73	

Fuente: Elaboración propia.

7.3. Presupuesto de inversiones

Tabla 38

Presupuesto de inversión en activos fijos tangibles de Fun and Dreams S.A.C.

Rubro	Unidades requeridas	Unidad de medida	Valor Unitario	Costo total
Maquinaria y equipos				S/. 19,980.00
Máquina de coser	2	unidad	S/. 1,350.00	S/. 2,700.00
Maquina remalladora	1	unidad	S/. 1,750.00	S/. 1,750.00
Máquina para estampados	1	unidad	S/. 1,400.00	S/. 1,400.00
Impresora para estampados	1	unidad	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00
Cortador de tela industrial	1	unidad	S/. 1,300.00	S/. 1,300.00
Impresora	1	unidad	S/. 800.00	S/. 800.00
Computadora	4	unidad	S/. 1,600.00	S/. 6,400.00
Laptop	1	unidad	S/. 1,400.00	S/. 1,400.00
Plancha vaporizador	1	unidad	S/. 230.00	S/. 230.00
Caja registradora	1	unidad	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Herramientas				S/. 624.00
Tijeras	5	unidad	S/. 4.00	S/. 20.00
Centímetros	6	unidad	S/. 2.00	S/. 12.00
Reglas de costura	3	juegos	S/. 18.00	S/. 54.00
Agujas para máquina de coser	8	paquetes	S/. 5.00	S/. 40.00
Alfileres	6	paquetes	S/. 4.00	S/. 24.00
Piquetera	6	unidad	S/. 4.00	S/. 24.00
Bicicleta publicitaria	1	unidad	S/. 450.00	S/. 450.00
Muebles y enseres				S/. 8,025.00
Mesa para máquina de coser	2	unidad	S/. 200.00	S/. 400.00
Mesa para máquina remalladora	1	unidad	S/. 250.00	S/. 250.00
Mesa de trabajo	2	unidad	S/. 380.00	S/. 760.00
Mesa para máquina de estampado	1	unidad	S/. 100.00	S/. 100.00
Armario archivador	1	unidad	S/. 500.00	S/. 500.00
Escritorio	4	unidad	S/. 450.00	S/. 1,800.00
Silla giratoria	4	unidad	S/. 180.00	S/. 720.00
Silla	4	unidad	S/. 180.00	S/. 720.00
Silla alta taburete	1	unidad	S/. 140.00	S/. 140.00
Mostrador de vitrina	1	unidad	S/. 450.00	S/. 450.00
Mostrador para pantuflas	1	unidad	S/. 400.00	S/. 400.00
Mostrador de recepción	1	unidad	S/. 350.00	S/. 350.00
Mostrador pequeño antifaces	1	unidad	S/. 250.00	S/. 250.00
Estante	4	unidad	S/. 150.00	S/. 600.00
Percheros de pared	13	unidad	S/. 15.00	S/. 195.00
Ganchos	40	unidad	S/. 3.00	S/. 120.00
Soporte y cortina para probador	1	unidad	S/. 180.00	S/. 180.00
Espejo grande	1	unidad	S/. 90.00	S/. 90.00
TOTAL				S/. 28,629.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 39*Gastos preoperatorios de Fun and Dreams S.A.C.*

Concepto	Monto
Licencia de funcionamiento taller de confección	S/. 198.00
Licencia de funcionamiento local comercial	S/. 555.00
Defensa civil	S/. 28.00
Gastos de constitución legal	S/. 650.00
Registro de marca	S/. 800.00
Página web	S/. 1,300.00
Ambientación	S/. 800.00
Otros	S/. 500.00
TOTAL	S/. 4,831.00

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta la estructura de inversiones de la empresa, para el capital de trabajo se tiene en cuenta que se deben asumir la materia prima, la mano de obra, los gastos administrativos y los gastos de venta para el primer mes de funcionamiento.

Tabla 40*Estructura de inversiones de Fun and Dreams S.A.C.*

Concepto	Inversión
Capital de trabajo	S/. 22,561.40
Materia prima	S/. 9,553.90
Mano de obra	S/. 4,959.50
Gastos administrativos	S/. 6,649.00
Gastos de venta	S/. 1,399.00
Activo fijo tangible	S/. 28,629.00
Maquinarias y equipos	S/. 19,980.00
Herramientas	S/. 624.00
Muebles y enseres	S/. 8,025.00
Activo fijo intangible	S/. 4,831.00
Gastos preoperativos	S/. 4,831.00
TOTAL	S/. 56,021.40

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta la estructura de financiamiento de la empresa:

Tabla 41*Estructura de financiamiento de Fun and Dreams S.A.C.*

Concepto	Monto	Porcentaje
Aporte socios	S/. 41,021.40	73%
Aporte financiamiento	S/. 15,000.00	27%
TOTAL	S/. 56,021.40	100%

Fuente: Elaboración propia.

7.3.1. Cálculo del costo unitario y del precio

El costo unitario de un producto es la cantidad de dinero que cuesta fabricar ese producto. Para calcular el costo unitario y el precio de venta de los productos se requiere calcular el costo variable unitario y el costo fijo unitario de cada producto.

a. Cálculo del costo variable unitario.

Para calcular el costo variable unitario se toma en cuenta el total del costo variable total y se divide entre el total de unidades a producirse de cada producto.

Tabla 42*Costo variable unitario.*

Producto	Modelo	CV Total	Unidades	CVU
Pijama onesie animal costume	Todos los modelos	S/. 68,775.00	1500	S/. 45.85
Pijama corto personalizado	Pijama mujer	S/. 12,105.00	900	S/. 13.45
	Pijama varón	S/. 6,737.50	500	S/. 13.48
Cojín estampado	Todos los modelos	S/. 6,396.00	800	S/. 8.00
Cojín cervical	Cojín cervical unicolor	S/. 3,012.50	750	S/. 4.02
	Modelos variados	S/. 2,636.55	567	S/. 4.65
Antifaces para dormir	Antifaz de algodón estampado	S/. 1,001.00	600	S/. 1.67
	Modelos variados	S/. 469.68	618	S/. 0.76
Pantuflas animal costume	Todos los modelos	S/. 13,513.50	1365	S/. 9.90

Fuente: Elaboración propia.

b. Cálculo del costo fijo unitario.

Para calcular el costo fijo unitario de cada producto se toma el costo fijo total y se divide entre el total de unidades a producir.

Tabla 43

Costo fijo unitario.

Costo fijo total	Total de unidades a producir	Costo fijo unitario
S/. 156,090.00	7600	S/. 20.54

Fuente: Elaboración propia.

c. Cálculo del costo total unitario.

Para calcular el costo fijo unitario de cada producto se suman los costos variables unitarios más los costos fijos unitarios de cada producto.

Tabla 44

Costo total unitario.

Producto	Modelo	Costo variable unitario	Costo fijo unitario	Costo total unitario
Pijama onesie animal costume	Todos los modelos	S/. 45.85	S/. 20.54	S/. 66.39
Pijama corto personalizado	Pijama mujer	S/. 13.45	S/. 20.54	S/. 33.99
	Pijama varón	S/. 13.48	S/. 20.54	S/. 34.01
Cojín estampado	Todos los modelos	S/. 8.00	S/. 20.54	S/. 28.53
Cojín cervical	Cojín cervical unicolor	S/. 4.02	S/. 20.54	S/. 24.55
	Modelos variados	S/. 4.65	S/. 20.54	S/. 25.19
Antifaces para dormir	Antifaz de algodón estampado	S/. 1.67	S/. 20.54	S/. 22.21
	Modelos variados	S/. 0.76	S/. 20.54	S/. 21.30
Pantufas animal costume	Todos los modelos	S/. 9.90	S/. 20.54	S/. 30.44

Fuente: Elaboración propia.

d. Cálculo del precio de venta.

Se considera obtener una utilidad de 35% respecto al costo total unitario.

Tabla 45
Precio de venta por producto.

Producto	Modelo	CTU	% de Utilidad	Utilidad	CTU + Utilidad	IGV	Precio de venta
Pijama onesie animal costume	Todos los modelos	S/. 66.39	35%	S/. 23.24	S/. 89.62	18%	S/. 106.00
Pijama corto personalizado	Pijama mujer	S/. 33.99	35%	S/. 11.90	S/. 45.88	18%	S/. 54.00
	Pijama varón	S/. 34.01	35%	S/. 11.90	S/. 45.92	18%	S/. 54.00
Cojín estampado	Todos los modelos	S/. 28.53	35%	S/. 9.99	S/. 38.52	18%	S/. 45.00
Cojín cervical	Cojín cervical unicolor	S/. 24.55	35%	S/. 8.59	S/. 33.15	18%	S/. 39.00
	Modelos variados	S/. 25.19	35%	S/. 8.82	S/. 34.00	18%	S/. 40.00
Antifaces para dormir	Antifaz de algodón estampado	S/. 22.21	35%	S/. 7.77	S/. 29.98	18%	S/. 35.00
	Modelos variados	S/. 21.30	35%	S/. 7.45	S/. 28.75	18%	S/. 34.00
Pantuflas animal costume	Todos los modelos	S/. 30.44	35%	S/. 10.65	S/. 41.09	18%	S/. 48.00

Fuente: Elaboración propia.

7.3.2. Cálculo del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel en el cual los ingresos son iguales a los egresos, por lo tanto, no representa ganancia ni pérdida, para hallarlo se utiliza el método de margen de contribución ponderada debido a que la empresa ofrece diferentes productos.

Tabla 46*Punto de equilibrio – Método de margen de contribución ponderada.*

Producto	Modelo	Unidades a vender	% de Participación	PVU	CVU	Margen de Contribución	Margen Ponderado	PE Unidades	PE Soles (S/)
Pijama onesie animal costume	Todos los modelos	1500	19.7%	S/. 106.00	S/. 45.85	S/. 59.91	12	739	S/. 78,200.81
Pijama corto personalizado	Pijama mujer	900	11.8%	S/. 54.00	S/. 13.45	S/. 40.69	5	444	S/. 24,021.47
	Pijama varón	500	6.6%	S/. 54.00	S/. 13.48	S/. 40.71	3	246	S/. 13,355.07
Cojín estampado	Todos los modelos	800	10.5%	S/. 45.00	S/. 8.00	S/. 37.46	4	394	S/. 17,925.41
Cojín cervical	Cojín cervical unicolor	750	9.9%	S/. 39.00	S/. 4.02	S/. 35.10	3	370	S/. 14,461.97
	Modelos variados	567	7.5%	S/. 40.00	S/. 4.65	S/. 35.47	3	280	S/. 11,215.25
Antifaces para dormir	Antifaz de algodón estampado	600	7.9%	S/. 35.00	S/. 1.67	S/. 33.71	3	296	S/. 10,463.10
	Modelos variados	618	8.1%	S/. 34.00	S/. 0.76	S/. 33.17	3	305	S/. 10,336.18
Pantuflos animal costume	Todos los modelos	1365	18.0%	S/. 48.00	S/. 9.90	S/. 38.59	7	673	S/. 32,627.24
TOTAL		7600	100%				42		S/. 212,606.50

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la Tabla 46, Fun and Dreams S.A.C. debe realizar ventas por un monto de S/. 212,606.50 para alcanzar el punto de equilibrio.

Para hallar el punto de equilibrio se realizó el siguiente procedimiento:

Paso 1.- Determinar el porcentaje de cada producto respecto al total de ventas.

Paso 2.- Calcular el margen de contribución restando el precio de venta unitario menos el costo variable unitario.

Paso 3.- Calcular el margen de contribución ponderado de cada uno de los productos multiplicando el margen de contribución por el porcentaje obtenido en el paso 1 y luego sumarlas para obtener el margen de contribución ponderado total.

Paso 4.- Por último, se obtiene el punto de equilibrio en unidades de cada producto dividiendo el costo fijo total el cual asciende a S/. 156,090.00 entre el margen de contribución ponderada total y luego se multiplica por el porcentaje obtenido en el paso 1. Para hallar el punto de equilibrio en soles se multiplica las unidades del punto de equilibrio por el precio de venta.

7.4. Análisis financiero

El análisis financiero permite analizar la riqueza generada por la empresa, si se dispone del fondo suficiente para su normal desenvolvimiento, si estos fondos están adecuadamente distribuidos, la cantidad de deudas y obligaciones de la empresa con terceros y su capacidad para pagarlos.

➤ Depreciación

Para calcular la depreciación se toma en cuenta los porcentajes de depreciación señalados en el Reglamento de la Ley de Impuesto a la Renta, donde se indica que el porcentaje correspondiente a la maquinaria, equipos, herramientas, muebles y enseres es del 10% anual y el correspondiente a equipo de cómputo es de 25% anual.

Tabla 47*Depreciación de activos fijos de Fun and Dreams S.A.C*

Activos Fijos	Valor inicial	Depreciación anual (%)	Depreciación anual (S/.)
Maquinaria y Equipos	S/. 11,380.00	10% anual	S/. 1,138.00
Equipo de cómputo	S/. 8,600.00	25% anual	S/. 2,150.00
Herramientas	S/. 624.00	10% anual	S/. 62.40
Muebles y enseres	S/. 8,025.00	10% anual	S/. 802.50
Total Depreciación Anual			S/. 4,152.90

Fuente: Elaboración propia.

7.4.1. El estado de resultados proyectado

El estado de resultados es un informe financiero que muestra en detalle los ingresos obtenidos, los gastos que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que la empresa generó en un determinado periodo de tiempo.

Tabla 48*Estado de resultados proyectado de Fun and Dreams S.A.C*

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	S/. 431,283.61	S/. 455,327.67	S/. 480,712.19	S/. 507,511.89	S/. 535,805.68
(-) Costo de venta	S/. 174,160.73	S/. 176,773.14	S/. 179,424.74	S/. 182,116.11	S/. 184,847.85
Utilidad bruta	S/. 257,122.88	S/. 278,554.53	S/. 301,287.45	S/. 325,395.79	S/. 350,957.83
(-) Gastos administrativos	S/. 79,788.00	S/. 80,984.82	S/. 82,199.59	S/. 83,432.59	S/. 84,684.07
(-) Gastos de ventas	S/. 16,788.00	S/. 17,039.82	S/. 17,295.42	S/. 17,554.85	S/. 17,818.17
(-) Depreciación de activos fijos	S/. 4,152.90				
Utilidad operativa	S/. 156,393.98	S/. 176,376.99	S/. 197,639.54	S/. 220,255.45	S/. 244,302.69
(-) Gastos financieros	S/. 4,029.97	S/. 2,784.47	S/. 1,109.41	S/. 0.00	S/. 0.00
Utilidad antes de impuestos	S/. 152,364.01	S/. 173,592.52	S/. 196,530.13	S/. 220,255.45	S/. 244,302.69
(-) Impuesto a la Renta (1.5%)	S/. 2,285.46	S/. 2,603.89	S/. 2,947.95	S/. 3,303.83	S/. 3,664.54
(-) IGV (18%)	S/. 27,425.52	S/. 31,246.65	S/. 35,375.42	S/. 39,645.98	S/. 43,974.48
Utilidad neta	S/. 122,653.03	S/. 139,741.98	S/. 158,206.76	S/. 177,305.64	S/. 196,663.66

Fuente: Elaboración propia.

7.4.2. El flujo de caja económico y financiero

El flujo de caja financiero busca determinar la rentabilidad del proyecto teniendo en cuenta los efectos del financiamiento. Es la suma de dos tipos de flujo de caja: el flujo de caja económico, que ve la rentabilidad del proyecto sin considerar el financiamiento y el flujo de financiamiento neto, que incorpora los efectos del financiamiento.

Tabla 49

Flujo de caja económico y financiero de Fun and Dreams S.A.C.

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		S/. 431,283.61	S/. 455,327.67	S/. 480,712.19	S/. 507,511.89	S/. 535,805.68
Egresos	-S/. 56,021.40	S/. 279,402.70	S/. 289,088.20	S/. 298,785.47	S/. 318,107.55	S/. 321,816.74
(-) Costos variable		S/. 114,646.73	S/. 119,275.59	S/. 124,091.34	S/. 129,101.53	S/. 134,314.01
(-) Mano de obra		S/. 59,514.00	S/. 61,916.88	S/. 64,416.77	S/. 67,017.60	S/. 69,723.43
(-) Gastos administrativos		S/. 79,788.00	S/. 83,009.44	S/. 86,360.95	S/. 89,847.77	S/. 93,475.37
(-) Gastos de ventas		S/. 16,788.00	S/. 17,465.82	S/. 18,171.00	S/. 18,904.65	S/. 19,667.93
(-) Inversiones (activo fijo)					S/. 8,600.00	
(-) Depreciación de activos tangibles		S/. 4,152.90				
(-) Amortización de activos intangibles		S/. 483.10				
(-) Intereses		S/. 4,029.97	S/. 2,784.47	S/. 1,109.41	S/. 0.00	S/. 0.00
Saldo antes de Impuestos		S/. 151,880.91	S/. 166,239.48	S/. 181,926.72	S/. 189,404.34	S/. 213,988.94
(-) Impuesto a la Renta (1.5%)		S/. 2,278.21	S/. 2,493.59	S/. 2,728.90	S/. 2,841.07	S/. 3,209.83
Flujo de Caja Económico	-S/. 56,021.40	S/. 149,602.70	S/. 163,745.88	S/. 179,197.82	S/. 186,563.28	S/. 210,779.11
(+) Depreciación de activos tangibles		S/. 4,152.90				
(+) Amortización de activos intangibles		S/. 483.10				
(-) Amortización de la deuda		S/. 3,611.31	S/. 4,856.81	S/. 6,531.87	S/. 0.00	S/. 0.00
Préstamo bancario	S/. 15,000.00					
Flujo de Caja Financiero	-S/. 41,021.40	S/. 150,627.38	S/. 163,525.07	S/. 177,301.95	S/. 191,199.28	S/. 215,415.11

Fuente: Elaboración propia.

7.4.3. El flujo de la deuda

Para llevar a cabo el negocio se necesario un financiamiento del 27% de la inversión total, lo que equivale a S/15,000.00, este préstamo se pagará en su totalidad en un periodo de 3 años haciendo un total de 36 cuotas con un interés anual de 30% (interés mensual de 2.5%). La cuota mensual es de S/ 636.77. Al final de los 3 años se cancelan por completo los S/15,000.00 financiados y se pagan intereses por un monto total de S/ 7,923.85.

Tabla 50

Flujo de la deuda de Fun and Dreams S.A.C.

Año	Mes	Amortización	Interés	Cuota Periódica	Saldo	Pago Anual Amortización	Pago Anual Interés
0	0				S/ 15,000.00		
	1	S/ 261.77	S/ 375.00	S/ 636.77	S/ 14,738.23		
	2	S/ 268.32	S/ 368.46	S/ 636.77	S/ 14,469.91		
	3	S/ 275.03	S/ 361.75	S/ 636.77	S/ 14,194.88		
	4	S/ 281.90	S/ 354.87	S/ 636.77	S/ 13,912.98		
	5	S/ 288.95	S/ 347.82	S/ 636.77	S/ 13,624.03		
1	6	S/ 296.17	S/ 340.60	S/ 636.77	S/ 13,327.86	S/ 3,611.31	S/ 4,029.97
	7	S/ 303.58	S/ 333.20	S/ 636.77	S/ 13,024.28		
	8	S/ 311.17	S/ 325.61	S/ 636.77	S/ 12,713.12		
	9	S/ 318.95	S/ 317.83	S/ 636.77	S/ 12,394.17		
	10	S/ 326.92	S/ 309.85	S/ 636.77	S/ 12,067.25		
	11	S/ 335.09	S/ 301.68	S/ 636.77	S/ 11,732.16		
	12	S/ 343.47	S/ 293.30	S/ 636.77	S/ 11,388.69		

Año	Mes	Amortización	Interés	Cuota Periódica	Saldo	Pago Anual Amortización	Pago Anual Interés
2	13	S/. 352.06	S/. 284.72	S/. 636.77	S/. 11,036.63	S/. 4,856.81	S/. 2,784.47
	14	S/. 360.86	S/. 275.92	S/. 636.77	S/. 10,675.77		
	15	S/. 369.88	S/. 266.89	S/. 636.77	S/. 10,305.89		
	16	S/. 379.13	S/. 257.65	S/. 636.77	S/. 9,926.77		
	17	S/. 388.60	S/. 248.17	S/. 636.77	S/. 9,538.16		
	18	S/. 398.32	S/. 238.45	S/. 636.77	S/. 9,139.84		
	19	S/. 408.28	S/. 228.50	S/. 636.77	S/. 8,731.57		
	20	S/. 418.48	S/. 218.29	S/. 636.77	S/. 8,313.08		
	21	S/. 428.95	S/. 207.83	S/. 636.77	S/. 7,884.14		
	22	S/. 439.67	S/. 197.10	S/. 636.77	S/. 7,444.46		
	23	S/. 450.66	S/. 186.11	S/. 636.77	S/. 6,993.80		
	24	S/. 461.93	S/. 174.85	S/. 636.77	S/. 6,531.87		
3	25	S/. 473.48	S/. 163.30	S/. 636.77	S/. 6,058.40	S/. 6,531.87	S/. 1,109.41
	26	S/. 485.31	S/. 151.46	S/. 636.77	S/. 5,573.08		
	27	S/. 497.45	S/. 139.33	S/. 636.77	S/. 5,075.64		
	28	S/. 509.88	S/. 126.89	S/. 636.77	S/. 4,565.75		
	29	S/. 522.63	S/. 114.14	S/. 636.77	S/. 4,043.12		
	30	S/. 535.70	S/. 101.08	S/. 636.77	S/. 3,507.43		
	31	S/. 549.09	S/. 87.69	S/. 636.77	S/. 2,958.34		
	32	S/. 562.82	S/. 73.96	S/. 636.77	S/. 2,395.53		
	33	S/. 576.89	S/. 59.89	S/. 636.77	S/. 1,818.64		
	34	S/. 591.31	S/. 45.47	S/. 636.77	S/. 1,227.33		
	35	S/. 606.09	S/. 30.68	S/. 636.77	S/. 621.24		
	36	S/. 621.24	S/. 15.53	S/. 636.77	S/. 0.00		
TOTAL						S/. 15,000.00	S/. 7,923.85

Fuente: Elaboración propia.

7.4.4. Estado de situación financiera

El estado de situación financiera inicial es un informe en donde se refleja la situación patrimonial de la empresa en un determinado periodo. Este reporte consta de tres partes el activo, el pasivo y el patrimonio.

Tabla 51

Estado de situación financiera inicial de Fun and Dreams S.A.C.

ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja	S/. 22,561.40
Total activo corriente	S/. 22,561.40
ACTIVO NO CORRIENTE	
Activo fijo tangible	S/. 28,629.00
Activo fijo intangible	S/. 4,831.00
Total activo no corriente	S/. 33,460.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE Y NO CORRIENTE	S/. 56,021.40
PASIVO Y PATRIMONIO	
PASIVO	
Pasivos a largo plazo	S/. 15,000.00
Total pasivo	S/. 15,000.00
PATRIMONIO	
Capital Social	S/. 41,021.40
Total patrimonio	S/. 41,021.40
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 56,021.40

Fuente: Elaboración propia.

➤ Costo promedio ponderado de capital

El costo promedio ponderado de capital (CPPC), también conocido por su acrónimo en inglés de WACC por *Weighted Average Cost of Capital*, es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión. El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o puede ser útil teniendo en cuenta tres enfoques distintos: como activo de la compañía: es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado; desde el pasivo: el

coste económico para la compañía de atraer capital al sector; y como inversores: el retorno que estos esperan, al invertir en deuda o patrimonio neto de la compañía. (EmpresaActual.com, 2017)

Primero se halla la tasa de costo de oportunidad aplicada al capital propio, para ello se utiliza la siguiente fórmula:

$$K_s = \frac{CP * k_{CP} + CA * k_{CA}}{CP + CA}$$

Donde:

K_s = Tasa de costo de oportunidad aplicada al capital propio

CP = Total Patrimonio

k_{CP} = Porcentaje del total patrimonio respecto a total pasivo y patrimonio

CA = Total Pasivo

k_{CA} = Porcentaje del total pasivo respecto a total pasivo y patrimonio

Reemplazamos utilizando los datos del estado de situación financiera inicial:

$$K_s = \frac{41,021.40 * 0.73 + 15,000.00 * 0.27}{56,021.40}$$

$$K_s = 0.61 = 61\%$$

Posteriormente utilizaremos la fórmula para hallar el CPPC que tomaremos como costo de oportunidad.

$$CPPC = K_d * (1 - T) * \left(\frac{D}{T}\right) + K_s * \left(\frac{S}{T}\right)$$

Donde:

CPPC = Costo Promedio Ponderado de Capital

K_d = Tasa de interés aplicada a la deuda

T = Tasa de impuesto

D/T = Porcentaje de la combinación de financiamiento con deuda

S/T = Porcentaje de la combinación de financiamiento con capital propio

K_s = Tasa de costo de oportunidad aplicada al capital propio

Reemplazamos en la fórmula:

$$CPPC = 0.025 * (1 - 0.195) * (0.27) + 0.61 * (0.73)$$

$$CPPC = 0.45 = 45\%$$

El costo promedio ponderado de capital para Fun and Dreans S.A.C. es 45%.

CAPÍTULO VIII

EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD

8.1. Beneficios para los grupos de interés

Los grupos de interés o también llamados *stakeholders* “fueron definidos por Freeman (1984) como grupos o individuos que pueden tener efectos sobre una organización o que puede verse afectado por esta. Completando este concepto, en la actualidad suele entenderse por *stakeholder* cualquier persona o grupo que tiene un interés, derecho, reivindicación o propiedad en una organización.” (Míguez, 2010, p. 57).

Fun and Dreams será una empresa que reconocerá, respetará y valorará a sus grupos de interés ya que es muy importante contar con el apoyo de estos para mantener a la empresa en el tiempo.

a. **Inversionistas.**

Los inversionistas son importantes para cualquier empresa porque son los que aportan los fondos de la inversión, además de ver los aspectos de financiamiento, operación, gestión y control de una empresa. El compromiso de Fun and Dreams para con ellos es de crear valor y asegurar la sostenibilidad de la empresa.

b. Trabajadores.

El compromiso de Fun and Dreams para con sus colaboradores es de incrementar su motivación y satisfacción brindándoles un ambiente y clima laboral agradable y siempre fomentando el respeto y trabajo en equipo, además de buscar la mejora de su calidad de vida.

c. Proveedores.

Fun and Dreams estará comprometida con el logro máximo del beneficio mutuo entre la empresa y sus proveedores para generar los más altos niveles de confianza fomentado un trato transparente y equitativo.

d. Clientes.

Los clientes son el grupo más importante para Fun and Dreams S.A.C. pues son ellos para quien se crea la empresa. Su compromiso para con ellos es de siempre brindarles productos de calidad pues se busca su máxima satisfacción y establecer relaciones a largo plazo.

e. Estado y comunidad.

Fun and Dreams S.A.C. estará comprometida con el crecimiento y el desarrollo de la comunidad mediante la creación de nuevos empleos. Además de siempre mostrar responsabilidad con las obligaciones que tenga con el estado.

8.2. Evaluación social

8.2.1. Valor actual neto

Para hallar el Valor Actual Neto (VAN) utilizaremos el costo promedio ponderado de capital (CPPC) desde el enfoque de inversores; es decir, el retorno que estos esperan, al invertir en la compañía.

Para ello se toma en cuenta que el costo de oportunidad (CPPC) es de 45%.

Criterios de elección:

$VAN > 0$ Alternativa recomendable

$VAN = 0$ Alternativa no recomendable

$VAN < 0$ Alternativa no recomendable

Tabla 52

VAN económico y financiero.

VAN Económico	VAN Financiero
S/. 258,514.06	S/. 275,262,61

Fuente: Elaboración propia.

Al obtener el resultado del VAN económico y financiero se puede señalar que el proyecto es viable ya que al llevarlo a cabo se obtendrá utilidad al transcurrir los 5 años, lo cual es un indicador que muestra que la empresa es rentable para un futuro.

8.2.2. Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés que ofrece una inversión. Puede ser calculada mediante el VAN, la TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.

Criterios de elección:

$TIR > i$ El proyecto de inversión será aceptado

$TIR = i$ La situación sería similar a cuando el VAN es igual a cero

$TIR < i$ El proyecto de inversión debe rechazarse

Tabla 53

TIR económica y financiera.

TIR Económica	TIR Financiera
276%	376%

Fuente: Elaboración propia.

Al obtener la TIR se puede establecer que la rentabilidad del proyecto es muy atractiva para el inversionista, ya que la tasa de interna de retorno económica es de 276% y la financiera es de 376%, ambas superan al costo de oportunidad que en este caso es el costo promedio ponderado de capital (CPPC) de 45%.

8.2.3. Análisis de sensibilidad

Para realizar el análisis de sensibilidad se utilizan los posibles escenarios optimista y pesimista, la variable que se incrementará o disminuirá serán los ingresos.

a. Escenario optimista:

En un escenario optimista consideramos un incremento en las ventas del 15% por lo tanto obtenemos:

Tabla 54

VAN y TIR en escenario optimista.

VAN		TIR	
VAN Económico	VAN Financiero	TIR Económica	TIR Financiera
S/. 353,464.54	S/. 370,213.08	359%	489%

Fuente: Elaboración propia.

b. Escenario pesimista:

En un escenario pesimista consideramos una disminución en las ventas del 15% por lo tanto obtenemos:

Tabla 55*VAN y TIR en escenario pesimista.*

VAN		TIR	
VAN Económico	VAN Financiero	TIR Económica	TIR Financiera
S/. 163,563.59	S/. 180,312.14	193%	262%

Fuente: Elaboración propia.

En el escenario optimista y pesimista se observa que el VAN es superior a cero y la TIR es superior a la tasa del costo de oportunidad (CPPC) del 45%, lo que indica que el negocio si es viable.

8.2.4. Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial es importante porque puede mejorar la reputación de una empresa, fortaleciendo la forma en que gestiona sus esfuerzos de marketing para atraer nuevos clientes y aumentar su presencia en el mercado.

Fun and Dreams S.A.C. consciente de la importancia de su aporte a la sociedad, se constituye como empresa, generando ocho puestos de empleo en total. También estará comprometida y velará por el respeto a las personas sin discriminación de ningún tipo fomentando así la inclusión social.

8.2.5. Análisis ambiental

La empresa estará comprometida con el cuidado y la preservación del medio ambiente, por lo que aprovechará al máximo la utilización de los recursos

materiales para generar menos residuos y se reciclarán debidamente todos aquellos que puedan serlo.

Una de las medidas adicionales, será la utilización exclusivamente de bolsas biodegradables para el envase de los productos de Fun and Dreams, las cuales puedan ser reutilizadas por los clientes y a la vez generen un menor impacto en el medio ambiente.

CONCLUSIONES

Para la creación de una empresa es fundamental conocer los gustos y preferencias de los consumidores e identificar que productos o servicios generan una demanda insatisfecha. Es así como se determinó la oportunidad de negocio de Fun and Dreams S.A.C. Se realizó un estudio de mercado para conocer el perfil del cliente potencial, lo que reveló que si existe la disponibilidad de compra de los productos de la empresa.

Se demuestra mediante la estrategia de producto, en el análisis de la ventaja de comercialización y ventas, que los productos de Fun and Dreams S.A.C. son innovadores y poco comunes, además de contar con una gran variedad de modelos y calidad superior al de la competencia.

En el análisis organizacional se establecieron la misión, visión, valores y objetivos que permitirán a la empresa direccionarse hacia el éxito y su permanencia en el tiempo. Se elaboró el organigrama para determinar la organización de la empresa y cuáles serán las funciones de los cargos y puestos que existirán en la empresa.

El análisis económico reveló que la inversión necesaria para llevar a cabo el negocio es de S/. 56,021.40 y el análisis financiero reveló que desde el primer año de funcionamiento la empresa generará rentabilidad, lo que demuestra que es un negocio viable ya que por sus circunstancias tiene la posibilidad de llevarse a cabo. Así mismo, mediante la evaluación de la factibilidad, se encontró que el valor actual neto económico es equivalente a S/.258,514.06 y el financiero es equivalente a S/. 275,262.61; asimismo, la tasa interna de retorno económica es igual a 276% y la financiera es igual a 376%, porcentajes superiores al del costo de oportunidad (CPPC) de un 45%, aun cuando el escenario fue pesimista en el análisis de sensibilidad, ambos indicadores, VAN y TIR fueron positivos, demostrando así, que el negocio es completamente factible.

RECOMENDACIONES

Realizar especial seguimiento a los gustos y preferencias de los clientes potenciales de Fun and Dreams S.A.C. para así identificar que productos son los que más probabilidad tienen de ser consumidos y diseñar nuevos modelos de acuerdo a eso.

Implementar la estrategia de promoción para dar a conocer los productos de calidad a los clientes e incentivar al consumo de estos, mediante descuentos y fidelizarlos mediante obsequios y promociones especiales, de este modo hacer frente a la competencia diferenciándose de esta y logrando el posicionamiento de la marca en el mercado.

Implementar y asegurar que los colaboradores de la empresa conozcan y se identifiquen con la misión, visión, valores y objetivos de esta para lograr su direccionamiento al éxito. De la misma forma, respetar el organigrama y las funciones que tiene cada cargo para mantener el orden y la organización de la empresa.

Ejecutar el plan económico, en base a la inversión, financiamiento, las ventas y costos presentados en el presente plan de negocio para lograr la rentabilidad proyectada en el análisis financiero, asegurando así la viabilidad de proyecto y la factibilidad que demostraron los indicadores financieros valor actual neto y tasa interna de retorno.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (7ª ed.). México D.F., México: Pearson Educación.
- D'Alessio, F. (2008). El proceso estratégico: un enfoque de gerencia. México D.F, México: Pearson Educación.
- Franklin, E. (2009). Organización de Empresas (3ª ed.). México: McGrawHill.
- Gógova, S. (2015). Inteligencia competitiva. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing (14ª ed.). México D.F, México: Pearson Educación.
- Míguez, M. (2010). Los públicos en las relaciones públicas. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Porter, M. (2008). Ser competitivo. Madrid, España: Ediciones Deusto.
- USAID, Weinberger, K. (2009). Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Perú: Nathan Associates Inc.

SITIO WEB

- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (2016). Niveles socioeconómicos 2016. Recuperado el 11 de mayo del 2017 de <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2016.pdf>
- Diario El Peruano (2010). Decreto de alcaldía N° 010-2010-MVMT. Recuperado el 05 de junio del 2017 de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/modifican-el-procedimiento-n-148-del-tupa-de-la-municipalidad-decreto-de-alcaldia-n-010-2010-mvmt-804259-1/>

Diario El Peruano (2007). Ordenanza N° 188-MDL. Ordenanza que aprueba el reglamento general de licencias municipales de funcionamiento en el distrito de Lince. Recuperado el 05 de junio del 2017 de http://www.munilince.gob.pe/sites/default/files/documents/licencia-de-funcionamiento/02_-02_ord-188-2007.pdf

Diario El Peruano (2013). Ordenanza N° 325-MDL. Ordenanza que modifica la Ordenanza N° 188-MDL. “Ordenanza que aprueba el reglamento general de licencias municipales de funcionamiento en el distrito de Lince”. Recuperado el 05 de junio del 2017 de <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/modifican-la-ordenanza-n-188-mdl-ordenanza-que-aprueba-el-ordenanza-n-325-mdl-956188-1/>

EmpresaActual.com (2015). Escuela financiera: El coste promedio ponderado de capital o WACC. Recuperado el 16 de junio del 2017 de <http://www.empresaactual.com/2015-04-29-escuela-financiera-wacc/>

Gestiopolis (2017). Posicionamiento estratégico de la empresa. Recuperado el 01 de junio del 2017 de <https://www.gestiopolis.com/posicionamiento-estrategico-de-la-empresa/>

Headways Media (2016). Glosario mercadotecnia. Recuperado el 13 de mayo del 2017 de <https://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). Población total al 30 de junio, por grupos quinquenales de edad, según departamento provincia distrito. Recuperado el 11 de mayo del 2017 de <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017). Producción Nacional Marzo 2017. Informe Técnico N°5 – Mayo 2017. Recuperado el 15 de mayo del 2017 de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/05-informe-tecnico-n05_produccion-nacional-mar2017.pdf

Matrizbcg.com (2017). Matriz BCG – Herramienta estratégica esencial en la empresa. Recuperado el 01 de junio del 2017 de www.matrizbcg.com

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (1994). Decreto Supremo N° 122-94-EF. Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta. Recuperado el 12 de junio del 2017 de <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/reglamento.html>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017). Tributación en los negocios. Recuperado el 12 de junio del 2017 de <http://eboletin.sunat.gob.pe/index.php/component/content/article/1-orientacion-tributaria/135-tributacion-en-los-negocios>

8. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un par de pantuflas *animal costume*?

- Menos de S/.40 De S/.51 a S/.60
 De S/.40 a S/.50 Más de S/.60

9. ¿Compraría cojines personalizados y/o cervicales?

- Si No

Si su respuesta es No, por favor pase a la pregunta 11.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un cojín?

- Menos de S/.30 De S/.41 a S/.50
 De S/.30 a S/.40 Más de S/.50

11. ¿Compraría antifaces personalizados y/o con diseños *animal costume*?

- Si No

Si su respuesta es No, por favor pase a la pregunta 13.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un antifaz?

- Menos de S/.20 De S/.31 a S/.40
 De S/.20 a S/.30 Más de S/.40

13. ¿Qué es lo más importante para usted cuando compra pijamas o artículos para dormir?

- Precio Diseño
 Calidad Comodidad

14. ¿En qué lugar o lugares le gustaría comprar estos productos?

- Tienda Internet
 Ambas

15. ¿A través de que medio preferiría recibir información sobre estos productos (ofertas, promociones, etc.)?

- Redes sociales Correo electrónico
 Anuncios

Muchas gracias.

ANEXO 2. RESULTADOS DE ENCUESTA.

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta:

Edad:

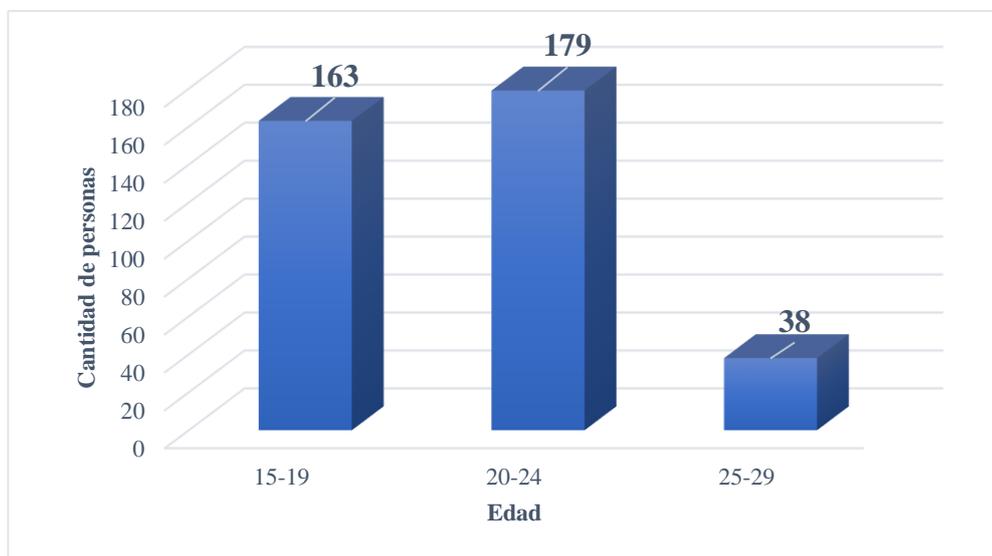


Figura 18. Cantidad de personas encuestadas por edad.
Fuente: Elaboración propia.

Género:

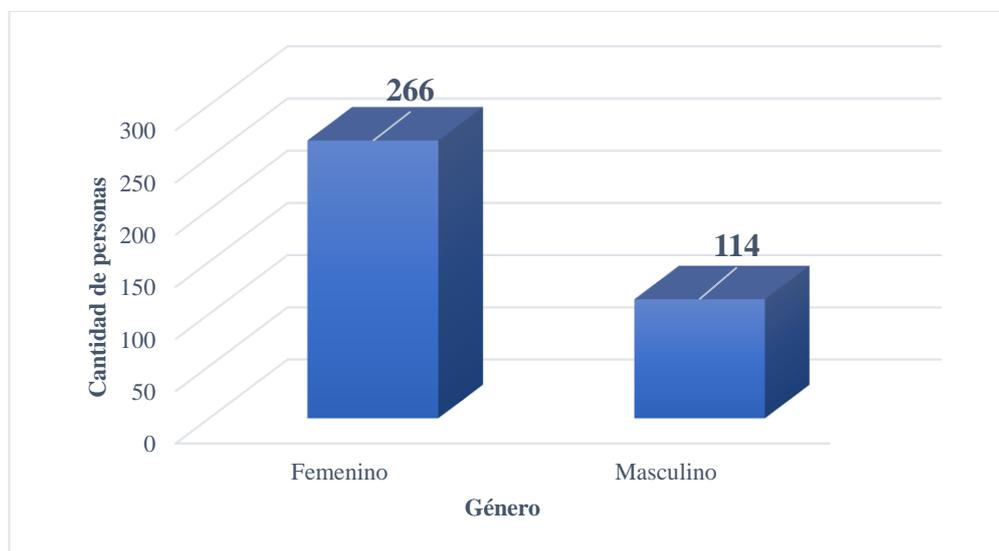


Figura 19. Cantidad de personas encuestadas por género.
Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 1: ¿Suele usted comprarse pijamas para dormir?

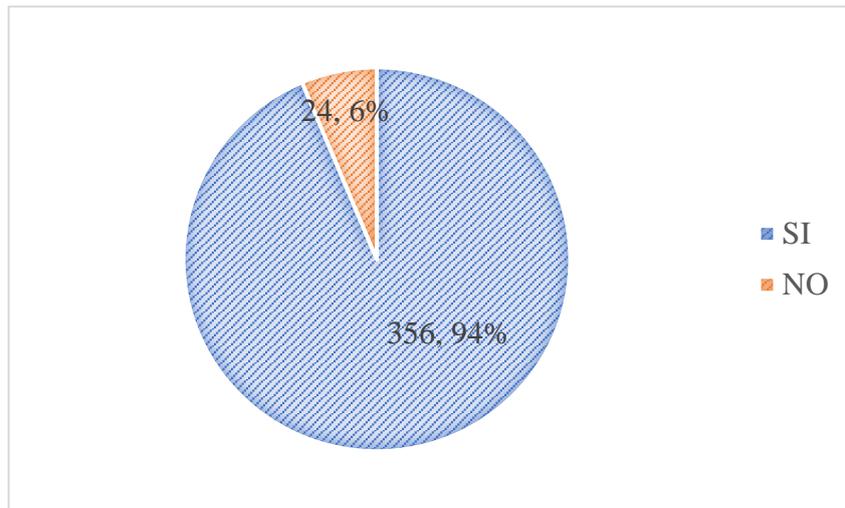


Figura 20. Resultados de la pregunta 1.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 20 que, de un total de 380 personas, el 94% si suele comprarse pijamas para dormir y el 6% no suele comprarse pijamas.

Pregunta 2: ¿Compraría pijamas *onesie animal costume* y/o pijamas personalizados?

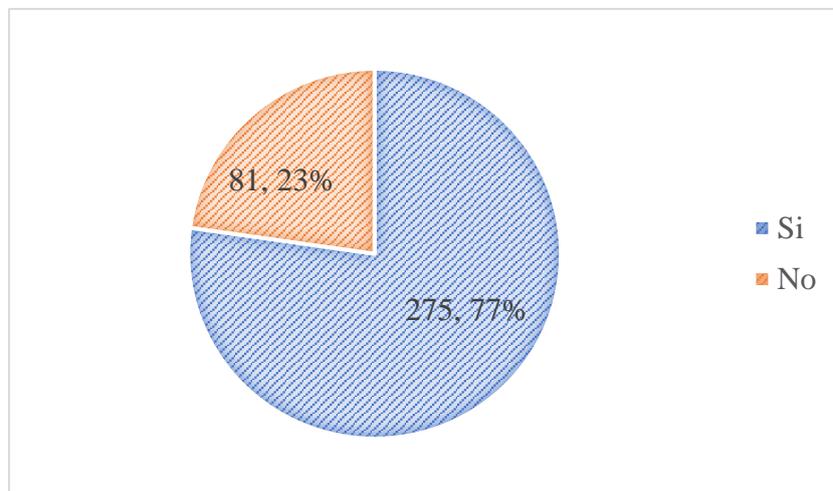


Figura 21. Resultados de la pregunta 2.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 21 que, de un total de 356 personas, el 77% si compraría y el 23% no compraría pijamas *onesie animal costume* y/o pijamas personalizados.

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia compra pijamas?

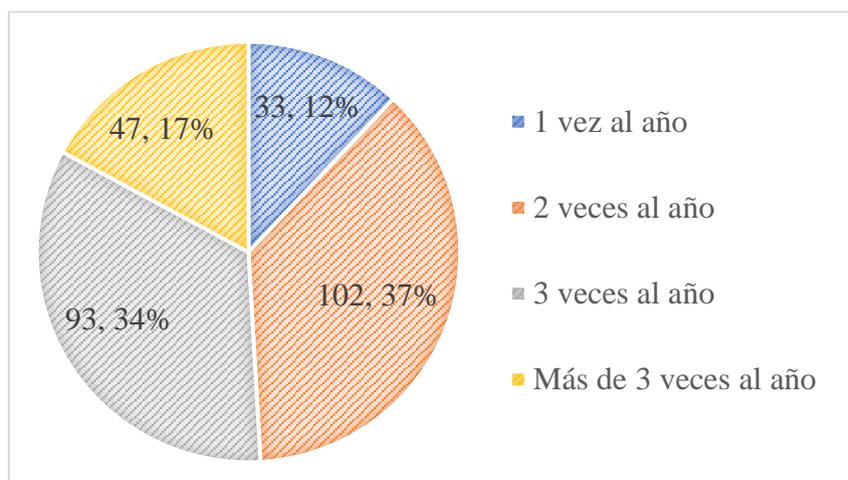


Figura 22. Resultados de la pregunta 3.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 22 que, de un total de 275 personas, el 12% compra pijamas 1 vez al año; el 37%, 2 veces al año; el 34%, 3 veces al año y el 17% más de 3 veces al año.

Pregunta 4: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un pijama *onesie animal costume*?

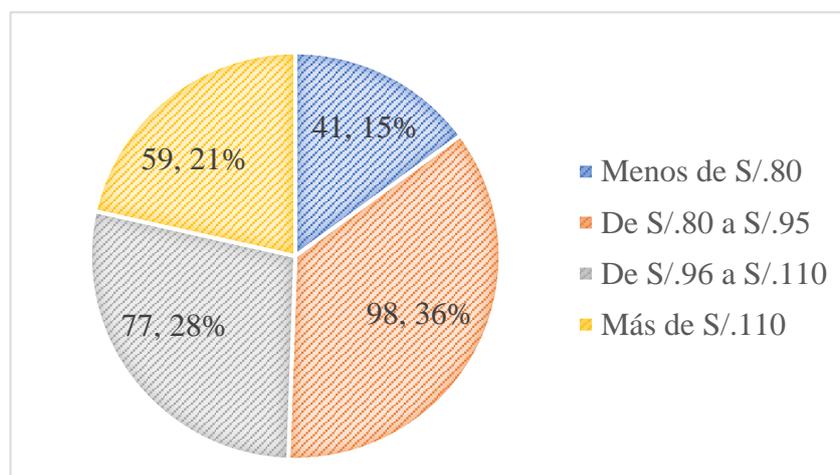


Figura 23. Resultados de la pregunta 4.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 23 que, de un total de 275 personas, el 15% pagaría menos de S/.80, el 36% pagaría de S/.80 a S/.95, el 28% pagaría de S/.96 a S/.110 y el 21% pagaría de más de S/.110 por un pijama *onesie animal costume*.

Pregunta 5: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un pijama corto personalizado?

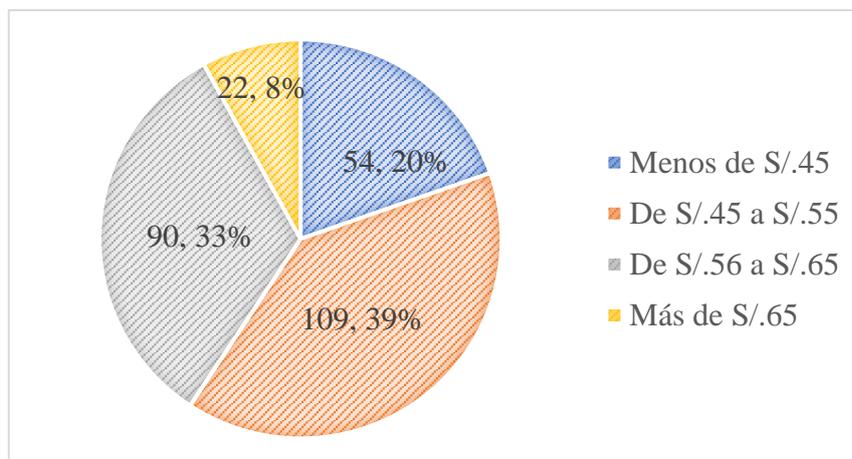


Figura 24. Resultados de la pregunta 5.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 24 que, de un total de 275 personas, el 20% pagaría menos de S/.45, el 39% pagaría de S/.45 a S/.55, el 33% pagaría de S/.56 a S/.65 y el 8% pagaría más de S/.65.

Pregunta 6: ¿De qué material prefieres que sean tus pijamas en invierno?

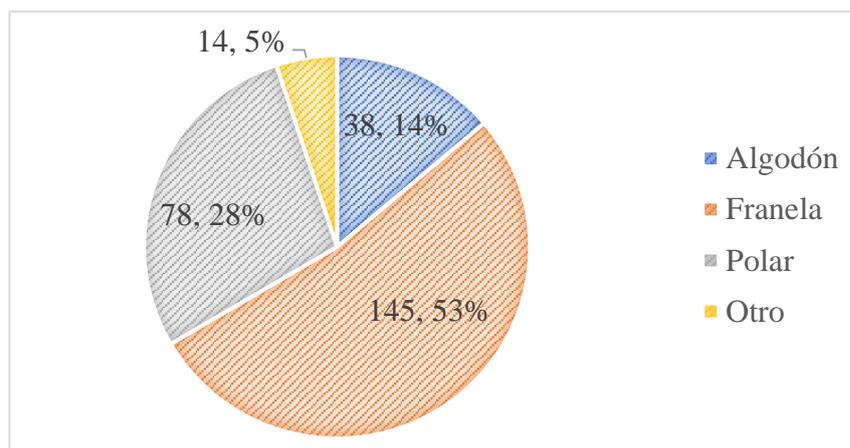


Figura 25. Resultados de la pregunta 6.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 25 que, de un total de 275 personas, el 14% prefiere el algodón, el 53% prefiere la franela y el 28% prefiere el polar y el 5% prefiere otro material para sus pijamas de invierno.

Pregunta 7: ¿Complementaría su pijama *onesie* con pantuflas *animal costume*?

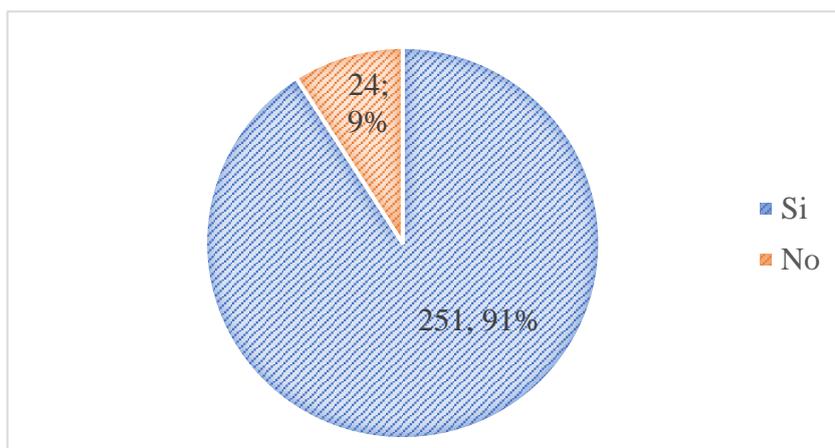


Figura 26. Resultados de la pregunta 7.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 26 que, de un total de 275 personas, el 91% si complementaría su pijama *onesie* con pantuflas *animal costume* y el 9% no lo complementaría.

Pregunta 8: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un par de pantuflas *animal costume*?

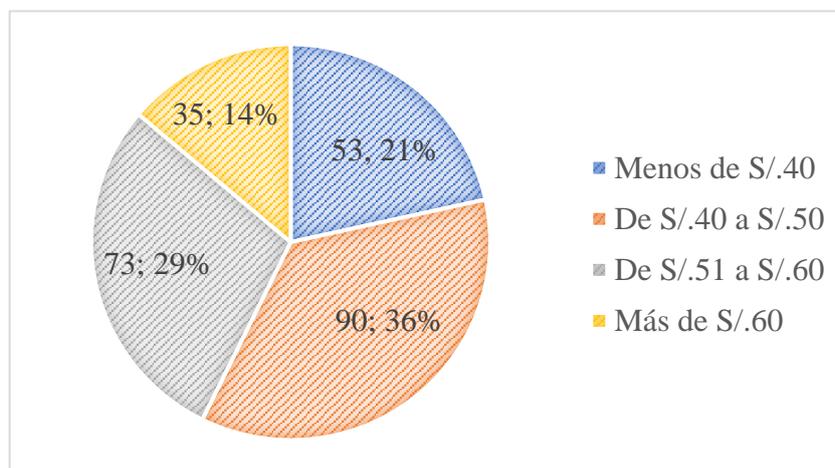


Figura 27. Resultados de la pregunta 8.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 27 que, de un total de 251 personas, el 21% pagaría menos de S/.40, el 36% pagaría de S/.40 a S/.50, el 29% pagaría de S/.51 a S/.60 y el 14% pagaría más de S/.60.

Pregunta 9: ¿Compraría cojines personalizados y/o cervicales?

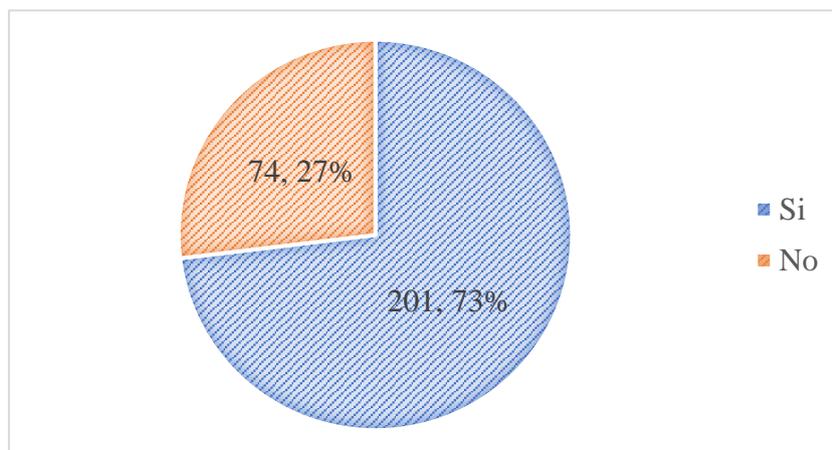


Figura 28. Resultados de la pregunta 9.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 28 que, de un total de 275 personas, el 73% si compraría y el 27% no compraría cojines personalizados y/o cervicales.

Pregunta 10: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un cojín?

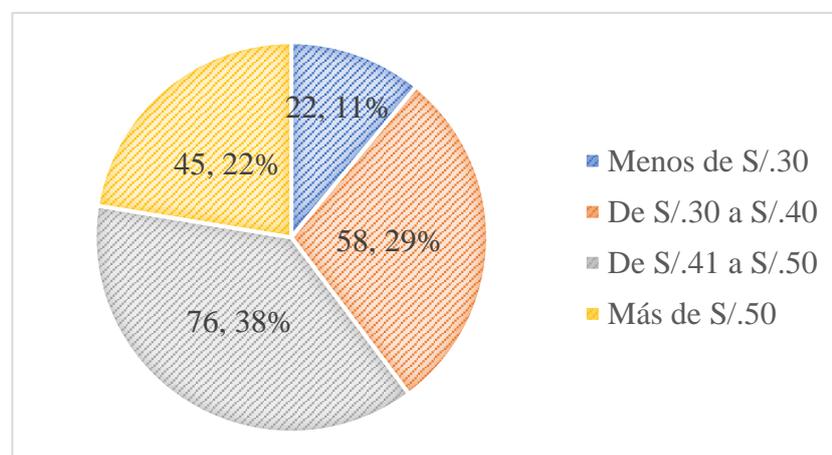


Figura 29. Resultados de la pregunta 10.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 29 que, de un total de 201 personas, el 11% pagaría menos de S/.30 por un cojín, el 29% pagaría de S/.30 a S/.40, el 38% pagaría de S/.41 a S/.50 y el 22% pagaría más de S/.50.

Pregunta 11: ¿Compraría antifaces personalizados y/o con diseños *animal costume*?

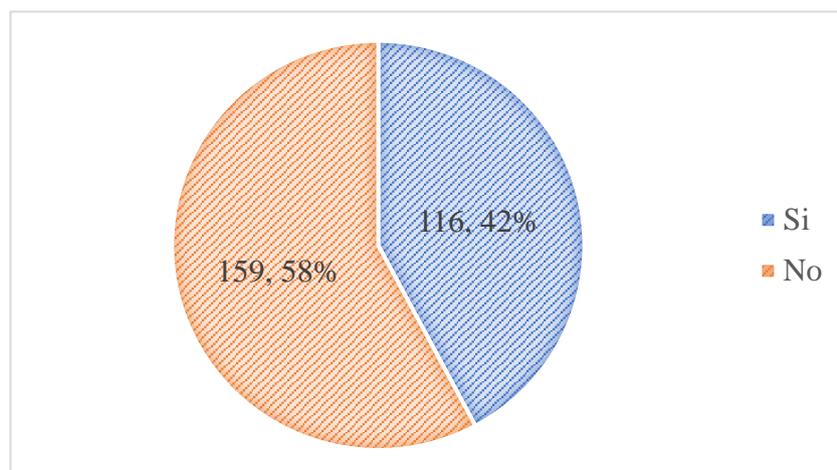


Figura 30. Resultados de la pregunta 11.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 30 que, de un total de 275 personas, el 42% si compraría y el 58% no compraría antifaces personalizados y/o con diseños *animal costume*.

Pregunta 12: ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un antifaz?

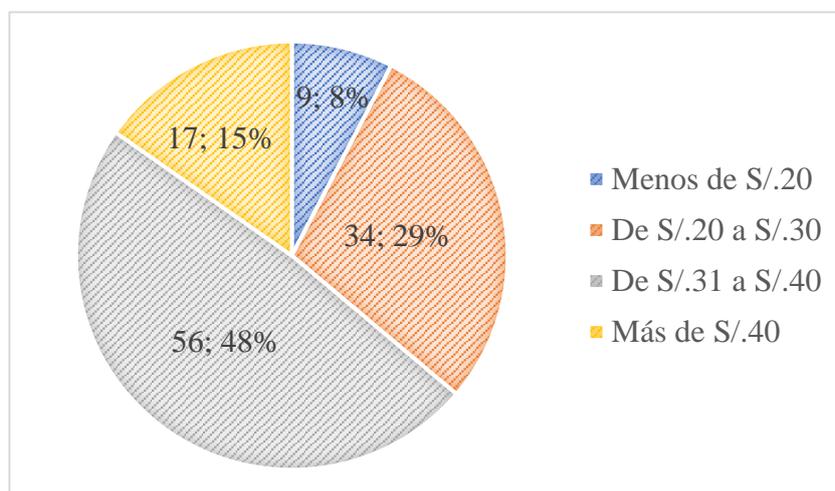


Figura 31. Resultados de la pregunta 12.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 31 que, de un total de 116 personas, el 8% pagaría menos de S/.20 por un antifaz, el 29% pagaría de S/.20 a S/.30, el 48% pagaría de S/.31 a S/.40 y el 15% pagaría más de S/.40 por un antifaz.

Pregunta 13: ¿Qué es lo más importante para usted cuando compra pijamas o artículos para dormir?

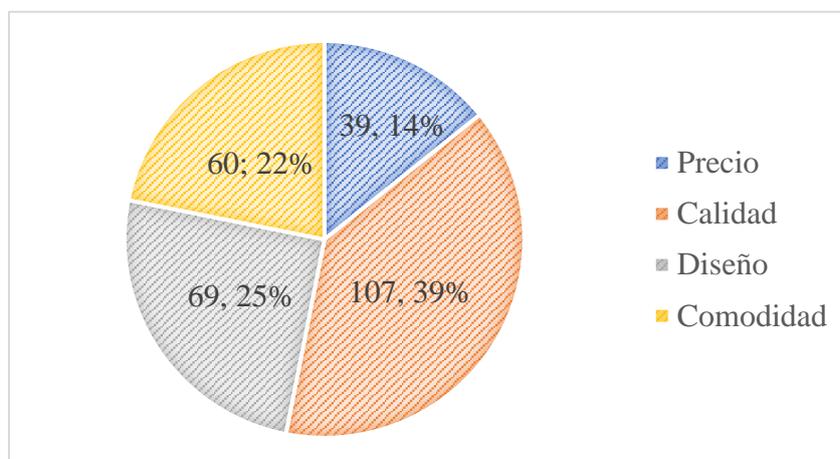


Figura 32. Resultados de la pregunta 13.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 32 que, de un total de 275 personas, el 14% considera que lo más importante es el precio, el 39% considera a la calidad, el 25% considera al diseño y el 22% considera que a la comodidad.

Pregunta 14: ¿En qué lugar o lugares le gustaría comprar estos productos?

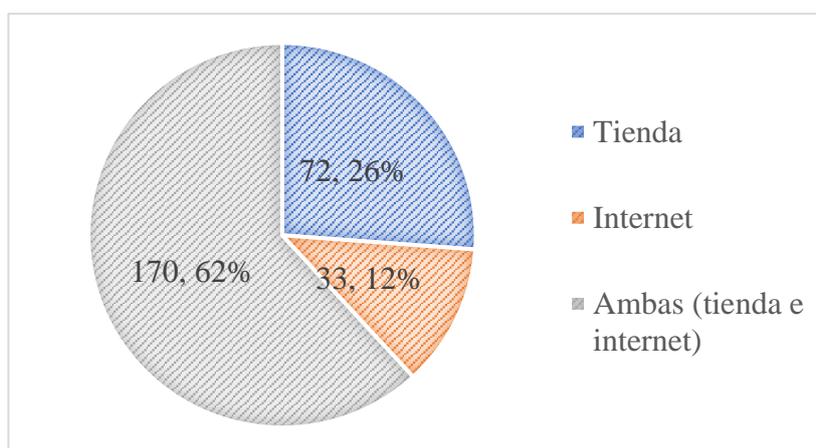


Figura 33. Resultados de la pregunta 14.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 33 que, de un total de 275 personas, al 26% le gustaría comprar los productos en una tienda, al 12% en internet y al 62% en ambas.

Pregunta 15: ¿A través de que medio preferirías recibir información sobre estos productos (ofertas, promociones, etc.)?

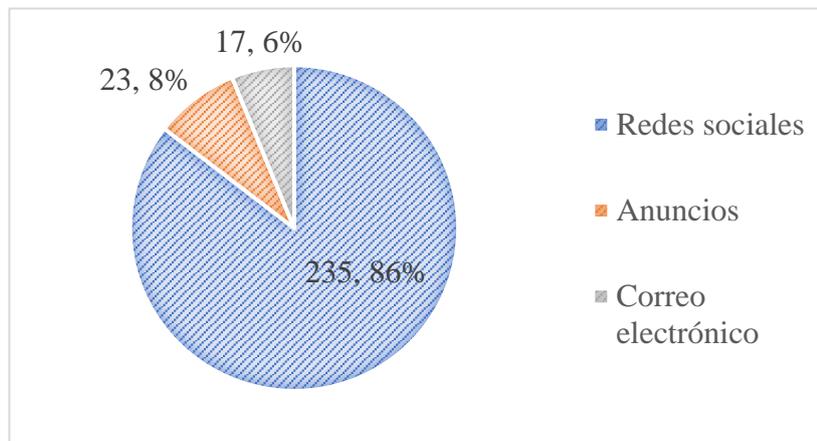


Figura 34. Resultados de la pregunta 15.
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: Con el 95% de confiabilidad se establece en la Figura 34 que, de un total de 275 personas, el 86% preferiría recibir información del producto a través de redes sociales, el 8% a través de anuncios y el 6% a través del correo electrónico.