



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE INGENIERIA

CARRERA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

“PROYECTO DE INVERSIÓN: IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLOS UNISEX ANTIALÉRGICOS Y CON PROTECCIÓN UV - DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES - AÑO 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Ingeniero Industrial

Autor:

Bach. Giovana Jannett Quiñonez Leyva

Asesor:

Mg. Juan Goicochea Asían

Lima – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** el informe de Investigación aplicada desarrollado por el Bachiller Giovana Jannett Quiñonez Leyva denominada:

“PROYECTO DE INVERSIÓN: IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE POLOS UNISEX CON ANTIALÉRGICOS Y PROTECCIÓN UV - DISTRITO DE SAN MARTÍN DE PORRES - AÑO 2018”

Mg. Juan Goicochea Asían

ASESOR

Ing. Ulises Piscocoya Silva

**JURADO
PRESIDENTE**

Ing. Mario Anaya Raymundo

JURADO

Ing. Gerson Vega Rivera

JURADO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi padre, hijos, esposo y hermanos, porque me han brindado su apoyo, y constante aliento, para lograr mi meta y porque son la razón para seguir adelante.

Especialmente se lo dedico un ser querido que ya no está físicamente, a mi mamita Catalina, por alentarme a seguir adelanté y su amor incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar, a Dios por guiarme siempre por el buen camino porque sin él, nada hubiera sido posible.

A la Universidad Privada del Norte, mis maestros, que dedicaron su tiempo enseñándome y orientándome a cumplir con una de mis metas.

A mi asesor Mg. Juan Goicochea Asían, por guiarme y su asesoramiento constante, en el desarrollo de este proyecto, compartiendo sus conocimientos y brindándome su apoyo incondicional.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. MARCO TEORICO	16
1.1. ENTORNO Y CONDICIONES GENERALES	16
1.1.1. Entorno Mundial	16
1.1.2. Entorno Nacional.....	22
1.1.3. La realidad Política del Perú.....	25
1.1.4. La Realidad Económica de Lima	29
CAPÍTULO 2. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES.....	33
2.1. ENFOQUE DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	33
2.2. DEMANDA POTENCIAL.....	33
2.3. EL SEGMENTO DE NUESTRO MERCADO OBJETIVO.....	34
2.3.1. Segmentación geográfica	34
2.3.2. Segmentación demográfica	34
2.3.3. Segmentación socio económico	35
2.3.4. Segmentación Psicográfica	35
2.4. TENDENCIAS ESPERADAS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO.....	37
2.5. TENDENCIAS DEL MERCADO	37
2.6. DIFERENCIAS DE NUESTRO PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA	38
2.6.1. Ventajas Comparativas	38
2.6.2. Ventajas Competitivas	39
2.7. ANÁLISIS FODA DE NUESTRO NEGOCIO.....	39
2.7.1. Análisis de Oportunidades	39
2.7.2. Análisis de Amenazas.....	39
2.7.3. Análisis de Fortalezas	40
2.7.4. Análisis de Debilidades	40
2.8. COMPARACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA	41
2.9. MEJORAS EN EL TIEMPO INCLUIDAS EN EL NEGOCIO.....	41
2.10. PLANES PARA EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA.....	41
CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO	42
3.1. LOS CLIENTES	43

3.1.1.	Cientes potenciales	43
3.1.2.	Consumidor final	45
3.2.	EL MERCADO POTENCIAL.....	46
3.3.	LA OFERTA EN EL MERCADO	47
3.4.	LA DEMANDA ESPERADA	49
3.5.	HÁBITOS DE CONSUMO.....	50
3.6.	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS.....	52
3.6.1.	Nuestros Competidores	52
3.7.	ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y DE LAS VENTAS	52
CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING:		57
4.1.	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO.....	57
4.1.1.	Estrategia de producto	58
4.1.2.	Estrategia de precios	59
4.1.3.	Estrategia de promoción y publicidad	60
4.1.4.	Estrategia de distribución.....	61
4.2.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	61
4.3.	PRODUCTO.....	61
4.3.1.	Marca	63
4.3.2.	Eslogan	63
4.3.3.	Presentación	64
4.4.	BONDADES O VENTAJAS DEL PRODUCTO.....	64
4.5.	POLÍTICA DE PRECIOS	64
4.6.	INICIO DE VENTAS DEL PRODUCTO.....	66
4.7.	TÁCTICAS DE VENTAS.....	66
4.8.	OBJETIVOS DE VENTAS EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO.....	67
4.8.1.	Corto plazo.....	67
4.8.2.	Mediano plazo.....	67
4.9.	ESTRATEGIAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS.....	68
4.9.1.	Estrategias de crecimiento vertical	68
4.9.2.	Estrategias de crecimiento horizontal.....	68
CAPÍTULO 5. SISTEMA DE VENTAS Y DISTRIBUCION.....		69
5.1.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN.....	69
5.1.1.	Mayorista.....	69

5.1.2.	Minorista.....	70
5.2.	ESTRATEGIA DE VENTAS	70
5.2.1.	Canales de ventas	70
5.2.2.	Sistemas de Entrega.....	71
CAPÍTULO 6. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN		72
6.1.	INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA.....	72
6.2.	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	72
6.2.1.	Ubicación de centro de operaciones.....	73
6.3.	CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN.....	74
6.3.1.	Equipamiento	76
6.3.1.	Maquinarias.....	77
6.4.	DIAGRAMA DE OPERACIONES DE PROCESO	78
CAPÍTULO 7. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....		80
7.1.	INVERSIÓN EN TERRENOS	80
7.1.1.	Inversión en Construcción del local	80
7.1.2.	Inversión en Muebles y Enseres.....	81
7.1.3.	Inversión en Vehículos.....	82
7.1.4.	Inversión Maquinaria y equipo	82
7.1.5.	Inversión de herramientas	82
7.1.6.	Inversión activos – software.....	83
7.2.	CAPITAL DE TRABAJO	83
7.2.1.	Presupuestos de ingresos y egresos	85
7.2.2.	Presupuesto de ingresos de venta	86
7.2.3.	Presupuesto de costos.....	88
7.2.4.	Mano de obra directa	89
7.3.	COSTOS FIJOS – OBLIGACIONES LABORALES	89
7.4.	COSTOS FIJOS – MATERIALES Y EQUIPOS	89
7.5.	COSTOS FIJOS –SERVICIOS VARIOS.....	90
7.6.	COSTOS FIJOS –COMBUSTIBLE.....	90
7.7.	COSTOS FIJOS- MANTENIMIENTO.....	90
7.8.	COSTOS FIJOS – SEGUROS VEHICULARES.....	91
7.9.	DEPRECIACIÓN ANUAL.....	91
CAPÍTULO 8. PLAN FINANCIERO.....		92

8.1.	INGRESOS GENERADO DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	92
8.1.1.	Ingresos Generado durante la ejecución del Proyecto.....	92
8.2.	EGRESOS GENERADOS DURANTE EL PROYECTO.....	95
8.2.1.	Costos de Producción.....	95
8.2.2.	Costos Fijos.....	96
8.2.3.	Costos Variables.....	96
8.2.4.	Costos Laborales.....	96
8.2.5.	Costos Indirectos.....	97
8.2.6.	Costos Directos.....	98
8.2.7.	Impuesto a la Renta.....	98
8.2.8.	Impuesto General a las Ventas.....	99
8.3.	FINANCIAMIENTO.....	99
8.4.	VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	100
8.5.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	101
8.6.	MARGEN BRUTO Y OPERATIVO.....	102
8.7.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	103
8.8.	COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.....	105
CAPÍTULO 9. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO.....		106
9.1.	CONCLUSIONES.....	106
9.2.	RECOMENDACIONES.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla n.º 1.1. Importaciones del Mercado según Bloques – 2017
- Tabla n.º 1.2. Evolución comercial Perú China 2010 – 2017
- Tabla n.º 1.3. Porcentajes por sectores de productos que Perú importan de China
- Tabla n.º 1.4. Lista de los principales países importadores de Polos y camisetas – 2017
- Tabla n.º 1.5. Importaciones para el consumo 2016–2017
- Tabla n.º 1.6. Lista de los principales proveedores de Polos y camisetas importado por Perú 2015-2017
- Tabla n.º 1.7. Casos de Dermatitis Alérgica por etapas de vida, según distritos Provincia de Lima – 2017
- Tabla n.º 1.8. Casos de Cáncer de piel por etapas de vida, según distritos Provincia de Lima - 2017
- Tabla n.º 1.9. Exportaciones No Tradicionales 2017
- Tabla n.º 1.10. Población en edad a trabajar según condición de Actividad 2018
- Tabla n.º 1.11. La población económicamente activa (PEA)
- Tabla n.º 1.12. Población ocupada según ramas de actividad y tamaño de empresa
- Tabla n.º 1.13. Distribución de niveles socioeconómicos por Zona
- Tabla n.º 2.1. Variables Geográficas
- Tabla n.º 2.2. Variables Demográficas
- Tabla n.º 2.3. Variables Psicográfica
- Tabla n.º 2.4. Distribución de Niveles por zonas según nivel socioeconómico
- Tabla n.º 2.5. Proyección de la Población Zona Lima Norte
- Tabla n.º 2.6. Ventajas Comparativas
- Tabla n.º 2.7. Tabla de Oportunidades
- Tabla n.º 2.8. Tabla de Amenazas
- Tabla n.º 2.9. Tabla de Fortalezas
- Tabla n.º 2.10. Tabla de Debilidades
- Tabla n.º 3.1. Tamaño de muestra
- Tabla n.º 3.2. Casos de Dermatitis Alérgica por etapas de vida, según distritos Lima Norte-2017
- Tabla n.º 3.3. Casos de Cáncer de piel por etapas de vida, según distritos Lima Norte-2017
- Tabla n.º 3.4. Población del Mercado disponible
- Tabla n.º 3.5. Demanda Esperada
- Tabla n.º 3.6. Respuesta de la encuesta: ¿Compraría una prenda que sea

antialérgica y tenga protección UV?

Tabla n.º 3.7. Respuesta de la encuesta: ¿Cuántas veces al año compras polos?

Tabla n.º 3.8. Respuesta de la encuesta: ¿Con que frecuencia realizas compras de ropa?

Tabla n.º 3.9. Proyectado de ventas el primer año

Tabla n.º 3.10. Cantidad de Productos que se estima Vender, por meses el 1er año.

Tabla n.º 3.11. Cantidad de Productos que se estima Vender, por modelo el 1er año.

Tabla n.º 4.1. Mark up y Mark Down

Tabla n.º 4.2. Encuesta: ¿Cuánto gastas en promedio por la compra de un polo?

Tabla n.º 4.3. Encuesta: ¿Cuánto más pagarías por un polo antialérgico y con protección UV?

Tabla 6.1 Ponderación de factores

Tabla n.º 6.2. Equipamiento para el Área de Venta

Tabla N. 6.3. Equipamiento para la Oficina

Tabla n.º 6.4. Equipamiento para el Área de Almacén

Tabla n.º 6.5. Maquinarias.

Tabla n.º 7.1. Inversión en Construcción del local

Tabla n.º 7.2. Muebles y Enseres para el Área de Venta

Tabla n.º 7.3. Muebles y Enseres para la Oficina

Tabla n.º 7.4. Muebles y Enseres para el Área de Almacén

Tabla n.º 7.5. Inversión en Maquinarias

Tabla n.º 7.6. Inversión en Herramientas

Tabla n.º 7.7. Inversión en software

Tabla n.º 7.8. Capital de trabajo

Tabla n.º 7.9. Costos Fijos Sueldos Laborales

Tabla n.º 7.10. Materiales de oficina e impresión de volantes

Tabla n.º 7.11. Costos Fijos de Servicios

Tabla n.º 7.12. Exigible

Tabla n.º 7.13. Existencias

Tabla n.º 7.14. Ingresos y Egresos

Tabla n.º 7.15. Precio venta final del producto y Unidades a vender por año.

Tabla n.º 7.16. Presupuesto de ingresos de venta mensuales del año 01

Tabla n.º 7.17. Presupuesto de ingresos de venta mensuales del año 02

Tabla n.º 7.18. Presupuesto de ingresos de venta mensuales del año 03

Tabla n.º 7.19. Presupuesto de ingresos de venta Anuales

Tabla n.º 7.20. Presupuesto de Costos de Egresos

Tabla n.º 7.21. Costos de Mano de obra directa

Tabla n.º 7.22. Costos Fijos – Obligaciones laborales

- Tabla n.º 7.23. Costos Fijos de Materiales de trabajo
- Tabla n.º 7.24. Costos Fijos de servicios
- Tabla n.º 7.25. Costos Fijos de Mantenimiento
- Tabla n.º 7.26. Depreciación anual
- Tabla n.º 8.1. Ingresos diarios proyectado en el año – 01
- Tabla n.º 8.2. Ingresos diarios proyectado en el año - 02
- Tabla n.º 8.3. Ingresos diarios proyectado en el año - 03
- Tabla n.º 8.4. Ingresos semanales proyectado en el año – 01
- Tabla n.º 8.5. Ingresos semanales proyectado en el año – 02
- Tabla n.º 8.6. Ingresos semanales proyectado en el año – 03
- Tabla n.º 8.7. Ingresos Mensuales proyectado en el año – 01
- Tabla n.º 8.8. Ingresos Mensuales proyectado en el año – 02
- Tabla n.º 8.9. Ingresos Mensuales proyectado en el año – 03
- Tabla n.º 8.10. Ingresos Anuales proyectados en los años 01, 02 y 03
- Tabla n.º 8.11. Ingresos durante todo el periodo
- Tabla n.º 8.12. Costos de Producción
- Tabla n.º 8.13. Costos Fijos
- Tabla n.º 8.14. Costos Variables
- Tabla n.º 8.15. Costos Laborales
- Tabla n.º 8.16. Costos de Servicios
- Tabla n.º 8.17. Costos de Sueldos Laborales
- Tabla n.º 8.18. Costos de Útiles de oficina
- Tabla n.º 8.19. Costos de Gastos de venta
- Tabla n.º 8.20. Costos de Gastos Indirectos de Producción
- Tabla n.º 8.21. Costos directos
- Tabla n.º 8.22. Tasas para la determinación del impuesto a la renta
- Tabla n.º 8.23. El IGV en los últimos años
- Tabla n.º 8.24. Flujo de Caja del Proyecto
- Tabla n.º 8.25. Calculo del VAN
- Tabla n.º 8.26. Calculo del TIR
- Tabla n.º 8.27. Margen bruto y operativo
- Tabla n.º 8.28. Recuperación estimada del Capital
- Tabla n.º 8.29. Costo de Oportunidad del Capital (COK)

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura n.º 1.1. Importaciones del Mercado según Bloques – 2017
- Figura n.º 1.2. Evolución comercial Perú China 2010 – 2017
- Figura n.º 1.3. Porcentaje por sectores de productos que Perú importa de China
- Figura n.º 1.4. Estadísticas de Importación del Sector Textil y Confecciones
(Periodo: enero – marzo 2017-2018)
- Figura n.º 1.5. Países importadores de Polos y camisetas 2017
- Figura n.º 1.6. Importaciones para el consumo 2016–2017
- Figura n.º 1.7. Producción textil de Perú el 2017
- Figura n.º 1.8. Proyección de Inflación en Lima
- Figura n.º 1.9. Inflación a América Latina 2017-2018
- Figura n.º 1.10. Proyección PBI Sectorial 2018
- Figura n.º 1.11. Población en edad a trabajar según condición de Actividad
2018
- Figura n.º 1.12. La población económicamente activa (PEA)
- Figura n.º 2.1. Mapa de Lima Norte
- Figura n.º 3.1. Cinco Fuerzas de Michael Porter
- Figura n.º 3.2. Proyección del Mercado Disponible de Lima Norte
- Figura n.º 3.3. Polos de poliéster para mujeres.
- Figura n.º 3.4. Polos de poliéster para hombres.
- Figura n.º 3.5. Proyección Demanda Esperada (en miles de habitantes)
- Figura n.º 3. 6. ¿Comprarías una prenda antialérgica y tenga protección
UV?
- Figura n.º 3.7. Frecuencia de compras de vestuario al año
- Figura n.º 3.8. ¿Con que frecuencia realizas compras de ropa?
- Figura n.º 3.9. Competidor Directo: Othree Perú
- Figura n.º 3.10. Proyectado de ventas en el primer año
- Figura n.º 4.1. Matriz de Ansoff
- Figura n.º 4.2. Folletos informativos del producto, los cuidados sobre las alergias y los rayos
ultravioleta.
- Figura n.º 4.3. Estrategia de precios
- Figura n.º 4.4. Charla sobre el producto, la alergia y la protección UV
- Figura n.º 4.5. Polos con cuello V para mujeres y hombres

- Figura n.º 4.6. Polos con cuello redondo para hombres y mujeres.
- Figura n.º 4.7. Polos con cuello camisero para mujeres y hombres.
- Figura n.º 4.8. Modelo del Eslogan.
- Figura n.º 4.9. Porcentaje del promedio del gasto por la compra de un polo
- Figura n.º 4.10. Encuesta: ¿Cuánto más pagarías por nuestro producto?
- Figura n.º 5.1. Sistema de distribución de los productos importados
- Figura n.º 5.2. Diagrama de flujo del proceso de comercialización y entrega del producto.
- Figura n.º 6.1. Localización Geográfica.
- Figura n.º 6.2. Ubicación Centro de Operaciones.
- Figura n.º 6.3. Plano de las áreas del Centro Distribución del local.
- Figura n.º 6.4. DOP de recepción y almacenamiento del Producto
- Figura n.º 6.5. Diagrama de Flujo del proceso de recepción y almacenamiento del Producto.
- Figura n.º 8.1. Calculo de Recuperación estimada del Capital.

RESUMEN

El presente proyecto está basado en la implementación de una empresa importadora y comercializadora de polos antialérgicos y protección UV.

Básicamente nuestro proyecto contiene ocho capítulos a desarrollarse, en donde se expresa detalladamente el proceso de importación y comercialización del producto de China al mercado peruano.

La importación de nuestro producto, parte desde el Aeropuerto de Origen Guangzhou (China), hasta el Aeropuerto del Callao (Perú).

Se obtuvieron datos mediante el Minsa, donde se registran Casos de Dermatitis Alérgica de 06 años a +, un total de **15 mil 793** personas y Casos de Cáncer de Piel de 06 años a +, un total de **994** personas.

Se realizó en el estudio de mercado una encuesta, en la zona de Lima Norte y como resultado nos muestra que el 75% de los encuestados están dispuestos a adquirir el producto que comercializaremos.

La ubicación del local para la actividad comercial se ubicará en la Av. Naranjal, cdra. 15, urbanización Parque Naranjal 2da etapa, del distrito de S.M. P. como punto de venta ya que este lugar estratégico, muy concurrido y se muestra propicio para el desarrollo de nuestro proyecto de inversión.

En el análisis económico financiero, refiriéndose a la inversión inicial la cual dará comienzo a la actividad comercial es de S/49,668.67, y nos indica que el periodo de recuperación de Capital será de 8 meses de operación.

De acuerdo a la evaluación financiera con los diferentes indicadores como son el VAN (S/. 112,958), TIR (119%), y el COK (13%), evidencian la viabilidad y rentabilidad del proyecto de importación y comercialización de nuestro producto de China.

Palabras Claves: Importación - Comercialización - Implementación - Protección UV.