**PROYECTO DE INVERSIÓN**

**ESTAMPADO DE POLOS PERSONALIZADOS**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

“FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES”

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



ESTAMPADO DE POLOS PERSONALIZADOS

Trabajo: Resolución del caso Stamp ADEK

FORMULADORES:

* ACHALMA MENDOZA, Elmer Edison.
* ALCA AYME, Yudith Carolina.
* GUTIÉRREZ LUCANA, Diana Virginia.
* HUAMÁN CENTENO, Kely Daysi.
* HUIZA QUISPE, Brenda Sofía.

CURSO: Evaluación Privada de Proyectos (EC448)

PROFESOR: Econ. Tony Oswaldo, HINOJOSA VIVANCO

ABRIL 2021

Contents

[Capítulo I. Marco general del proyecto 5](#_Toc71565905)

[1.1 Nombre del proyecto 5](#_Toc71565906)

[1.2 Ubicación del proyecto 5](#_Toc71565907)

[1.3 El Modelo de Negocio CANVAS 6](#_Toc71565908)

[1.4 Estrategia empresarial 7](#_Toc71565909)

[1.4.1.  Estrategia Organizacional 7](#_Toc71565910)

[1.4.3.  Objetivos de empresa. 7](#_Toc71565911)

[1.5 Modelo empresarial 14](#_Toc71565912)

[1.5.1. Estructura societaria de la empresa 14](#_Toc71565913)

[1.5.2.  Constitución de la Empresa 14](#_Toc71565914)

[1.4.3.    Licencia de funcionamiento 15](#_Toc71565915)

[1.4.4.    Tamaño de la empresa. 15](#_Toc71565916)

[1.4.5.    Régimen Tributario 15](#_Toc71565917)

[Capítulo II. Inversión y valor de recupero 16](#_Toc71565918)

[2.1. Presupuesto de Inversión 16](#_Toc71565919)

[2.1.1.       Activos Fijos 16](#_Toc71565920)

[2.2.2       Inversión en activos intangibles 17](#_Toc71565921)

[2.2.3       Inversión en capital de trabajo 17](#_Toc71565922)

[2.2. Horizonte de Evaluación 18](#_Toc71565923)

[2.3. Valores de Recupero 18](#_Toc71565924)

[2.3.1 Método Contable 18](#_Toc71565925)

INTRODUCCIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

PILA DE PRODUCTO DEL PRIMER SPRINT

# Capítulo I. Marco general del proyecto

## Nombre del proyecto

ESTAMPADO Y COMERCIALIZACIÓN DE POLOS CON DISEÑOS PERSONALIZADOS

## Ubicación del proyecto

Nuestra empresa se ubicará en la región de Ayacucho, elegimos tres centros comerciales: Vía 7, Polvos azules, 5 Continentes. Escogimos estos lugares debido a que el 70% de nuestros encuestados que compran polos dijeron que les gustaría que nuestra tienda esté en un centro comercial.

**a)**  **Macro localización**

* Departamento: Ayacucho
* Provincia: Huamanga
* Distrito: Ayacucho
* Dirección: Jr. Asamblea 251

**b)** **Micro localización**

Para la localización del lugar de venta usamos el método cualitativo por puntos considerando la puntuación del 1 al 10.

* Ubicación del local: por la cercanía al centro de la ciudad.
* Seguridad
* Costo de alquiler
* Tamaño del stand
* Facilidad de acceso

Las alternativas propuestas son los siguientes centros comerciales: Vía 7 (Jr. Asamblea 251), 5 Continentes (Jr. San Martín 350) y Polvos Azules (9 de diciembre 318). De acuerdo con el puntaje obtenido nuestra tienda “STAMP ADEK” estará en el Centro Comercial Vía 7.

## El Modelo de Negocio CANVAS

## Estrategia empresarial

### 1.4.1.  Estrategia Organizacional

#### Misión.

Empresa dedicada a la comercialización de camisetas con estampados personalizados dirigidas a satisfacer las necesidades de los clientes exclusivos abarcando su estilo de ver y vivir la vida.

#### Visión.

Convertirnos en una empresa reconocida en Ayacucho dentro del rubro de polos    personalizados por la calidad de sus prendas y exclusividad en el diseño.

#### Valores de la empresa.

Los valores de nuestra empresa vinculan a los trabajadores, proveedores y clientes, crea un clima de respeto y mayor confianza fortaleciendo así la cultura organizacional que manejamos.

* *Trabajo en equipo.*
* *Confianza y compromiso*.
* *Innovación y diversificación y creatividad.*
* *Orientación al cliente.*

### 1.4.3.  Objetivos de empresa.

#### En el corto plazo (2021-2022)

* Ofrecer servicios personalizados de diseño gráfico acorde a las exigencias de nuestros potenciales consumidores.
* Lograr que nuestra marca sea reconocida en Facebook.
* Elaborar un plan estratégico para la introducción de polos con motivos de los Carnavales, Semana Santa y el Bicentenario.

***1.4.3.2. En el mediano plazo (2022-2023)***

* Diseñar una plataforma digital donde el cliente pueda diseñar su polo y nuestra empresa encargarse de confeccionarlo.
* Lograr distribuir nuestros polos a los distintos centros comerciales de la región.

***1.4.3.3. En el largo plazo (5 años)***

* Lograr distribuir nuestros polos a los distintos centros comerciales del Perú.
* Contar con nuestra propia planta de confección de polos.
* Asumir nuevas inversiones en nuestro rubro.

***1.4.4.***  ***Estrategia Genéricas de Porter***

         La empresa adopta la estrategia del Océano Azul, se obtendrá una ventaja competitiva mediante la diferenciación y la segmentación.

***1.4.4.1. Estrategia de diferenciación***

Esta estrategia servirá para obtener la fidelización del cliente mediante la determinación de distintas características fuera de lo común como lo son las siguientes:

***En el corto plazo:***

* Brindaremos un producto personalizado, con estampados únicos, con un material de calidad.
* Innovaremos constantemente, y nos mantendremos en línea con las tendencias mundiales, así como con las tendencias temporales como lo son las estaciones del año y los eventos festivos como carnavales, semana santa, navidad, fiestas patrias, 14 de febrero, etc. satisfaciendo siempre los gustos y las expectativas de nuestros clientes.
* Promoveremos las celebraciones familiares y las románticas como son los cumpleaños, aniversarios de parejas, etc.

***En el mediano plazo:***

* Brindar asesoría y orientación mediante nuestras redes sociales acerca de los modelos que deseen nuestros clientes, para que de esta forma ellos puedan quedar plenamente satisfechos con el diseño elaborado.
* Aprovecharemos las opiniones y sugerencias que nuestros clientes nos dejen en nuestras redes sociales y además también tendremos un buzón de sugerencias para nuestros trabajadores y de esta forma seguir mejorando en el servicio brindado.
* Para llegar a las distintas partes de la región nos esmeraremos en crear buenos materiales y audio visuales.

***En el largo plazo:***

* Seremos auspiciadores de distintos eventos, primero de eventos regionales y luego de eventos nacionales, esto para hacer más conocida nuestra marca.
* Crearemos un ambiente de trabajo saludable para nuestros trabajadores y así poder empoderarlos y obtener una mayor productividad.

***1.4.4.2. Estrategia de Segmentación.***

Nuestra segmentación estará enfocada en los jóvenes de entre 20 y 39 años.

***1.4.5. Estrategia Organizacional.***

Para poder brindar asesorías personalizadas para mantener a nuestros clientes al tanto de la moda actual necesitamos contar con diversos factores críticos de éxito.

***1.4.5.1. Capital Humano.***

* Contar con personal capacitado.
* Asesorar a nuestras clientas en las nuevas tendencias, colores y consejos de moda que van con cada una de ellas, dependiendo del color de piel, las tallas, tamaño, color de cabello, etc.
* Se utilizará la tercerización, es decir, que, tanto el contador y gerente de la empresa serán contratados mediante el servicio de tercerización del personal administrativo.

***1.4.5.2. Facilitadores tecnológicos.***

* Contar con una página web, donde se transmita al cliente que puede acceder a comprar nuestros productos por medio ella.
* El acceso a internet nos proporcionará disponibilidad de modelos, pues podremos estar en frecuente visualización para ver las nuevas tendencias que aparecen en todo el mundo.
* Las etiquetas y empaque y los polos serán comprados a otra empresa y no serán fabricados por StampAdek, esto nos permitirá aumentar la eficiencia y eficacia de la producción.

***1.4.5.3. Facilitadores organizacionales.***

* + Compromiso con la aplicación de la estrategia de diferenciación.
  + Compromiso con nuevos proyectos para brindar nuevos servicios.

***1.4.6.***  ***Innovación del valor mediante la Matriz RICE:***

La siguiente matriz explica el medio o los puntos en los que se basan las estrategias descritas con anterioridad.

***1.4.7. Matriz Rice.***

|  |  |
| --- | --- |
| **ELIMINAR** | **INCREMENTAR** |
| * Se eliminarán las barreras de la distancia. * Se eliminarán las tendencias establecidas ya que cada persona podrá diseñar su propia prenda, pero también se informará sobre la tendencia mundial. | * Se incrementará el asesoramiento y la atención personalizada. * El uso de las redes sociales como medio de comunicación con los clientes. |
| **REDUCIR** | **CREAR** |
| * Se reducirán las cantidades de polos con estampados con el mismo diseño. | * Se creará polos con estampados y diseños personalizados, acorde al gusto de los clientes. |

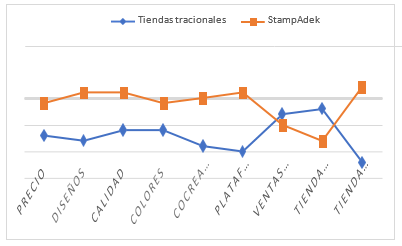
 Fuente: Elaboración propia

***1.4.8. Estrategia Azul.***

En el siguiente cuadro se realiza una breve diferenciación entre un negocio tradicional y nuestra empresa que adoptó la estrategia de Océano Azul.

|  |  |
| --- | --- |
| **TIENDAS TRADICIONALES** | **STAMPADEK** |
| * Polos con diseños comunes y que no tienen un sentido específico. * Los clientes no participan en la creación de diseños. * Se realizan estampados, pero al por mayor y no en unidades. * No hacen uso de una plataforma de servicio al cliente. | * Polos con diseños que reflejen la identidad cultural. * Los clientes son creadores y cocreadores de los diseños. * Se realizan estampados personalizados y venta unitaria. * Se tendrá una plataforma de servicio al cliente. |

*FIGURA 1-1*  
*Cuadro Estratégico de StampAdek vs Tiendas tradicionales*



Fuente: Equipo de trabajo

***1.4.9. Cadena de valor.***

**INFRAESTRUCTRA DE LA EMPRESA:** La empresa se financiará con capital propio aportado por los 5 socios, la inversión de Activo Tangible será de S/. 10.838.00, la inversión en intangible será de S/. 1,117.99, un capital de trabajo de S/. 11,802.00 y un total de inversión de S/. 23,788.00

El margen que tiene la empresa StampAdek es muy grande, se irá fortaleciendo la cadena de valor mediante la obtención de mayor experiencia y la innovación a lo largo del tiempo.

**MARKETING Y VENTAS:**

Redes sociales: Facebook, WhatsApp, TikTok e Instagram, este será manejado por el personal de ventas de la empresa.

Ofertas especiales por temporadas.

El costo de las redes sociales y descuentos tendrá un costo anual de S/:459.00

**RECURSOS HUMANOS:** La capacitación del personal de sublimación recibirá capacitación tercerizada por parte de la empresa distribuidora del material tecnológico “Sublimake Perú” de forma virtual, asimismo el personal de diseño será capacitado de forma virtual a través de la empresa “Ox”. La tienda de StampAdek contará con un total de 5 colaboradores los cuales recibirán su sueldo de forma mensual. El sueldo total anual será de S. 62, 100. 00

**TECNOLOGÍA:** En el servicio se implementará las redes sociales para hacer el asesoramiento de los diseños personalizados, de esta forma se brindará mayor comodidad y ahorro de tiempo en el cliente.

**APROVISIONAMIENTO INSUMOS**: Tinta pigmentada, papel transfer y polos de algodón. MAQUINARIAS: Plancha plana, computadora, impresora, pistola etiquetadora textil, tijeras.

**SERVICIOS:**

El soporte tecnológico utilizado para el servicio y la mejor comunicación con el cliente serán las redes sociales como el WhatsApp empresarial, en donde se atenderán las molestias y sugerencias de los clientes.

**LOGÍSTICA DE SALIDA:**

DESPACHO DE PEDIDOS: Realizado por el personal de ventas.

INFORMES: Los informes sobre las ventas será realizado por el Gerente General.

INVENTARIO: Se tendrá en inventario 300 polos por mes.

**OPERACIONES:**

PRODUCCIÓN: Para que el producto final sea considerado como tal deberá pasar por el diseño, impresión, cortado, planchado, sellado y por último el etiquetado.

PUNTOS DE VENTA: Jr. Asamblea 251 Stand No 148; con plazo indefinido.

**LOGÍSTICA INTERIOR:**

Al concluir un ciclo productivo uno de los miembros socios de la empresa se encargará de ir a recoger insumos enviados por la empresa ASTEK (polos, etiquetas) y SUBLIMAKE (tintas pigmentadas y papel transfer) mediante la empresa de transportes Molina. Estos se almacenarán dentro de la planta de producción.

CADENA DE VALOR

ACTIVIDADES

DE

SOPORTE

ACTIVIDADES PRIMARIAS

## Modelo empresarial

Nuestra empresa cuyo nombre comercial es “STAMP ADEK” estará definida como PERSONA JURÍDICA y será aperturada por: ALCA AYME, Yudith Carolina, ACHALMA MENDOZA Edison, GUTIERREZ LUCANA Diana y HUAMÁN CENTENO Kely y HUIZA QUISPE, Brenda Sofía, con lo cual podemos ejercer la actividad de estampado personalizado y venta de polos de algodón.

### 1.5.1. Estructura societaria de la empresa

El aspecto que tendrá nuestra empresa es de SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA (S.A.C.) que estará integrada por los 5 integrantes del grupo quienes seremos los socios, como tal está afecta a los siguientes requisitos:

### 1.5.2.  Constitución de la Empresa

* **Denominación Social**: STAMP ADEK S.A.C.
* **Domicilio y plazo de funcionamiento:** Jr. Asamblea 251 Stand No 148; con plazo indefinido.
* **Número de acciones:** Estará conformado por 5 personas naturales. El proceso de formalización será el siguiente.

1. **Búsqueda y reserva de nombre*.*** *S*e debe realizar la búsqueda del nombre “STAMP ADEK S.A.C” en la SUNARP.
2. **Elaboración de la Minuta de Constitución de la Empresa o Sociedad*.*** A través de este documento el titular de la empresa o los miembros de la sociedad “STAMP ADEK S.A.C” manifiestan su voluntad de constituir la persona jurídica.
3. **Aporte de capital.** Podrá aportarse dinero o bienes (inmuebles o muebles, en estos últimos se entienden los derechos de crédito) los que se acreditarán con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad.
4. **Elaboración de Escritura Pública ante el notario.** Se generará la Escritura Pública de constitución de la empresa “STAMP ADEK S.A.C
5. **Inscripción de la empresa o sociedad en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp.** En la SUNARP obtendrá un asiento registral de inscripción de la empresa o sociedad como persona jurídica “STAMP ADEK S.A.C”.
6. **Inscripción al RUC para Persona Jurídica.** El RUC contiene los datos de identificación de las actividades económicas de “STAMP ADEK S.A.C”. Registro de marca y logo. El registro de la marca tiene una vigencia de 10 años y un costo de 534,99 soles en el Banco de la Nación o Banco de Crédito usando el código 201000562.

### 1.4.3.    Licencia de funcionamiento

El centro comercial VÍA 7 en el cual la empresa tendrá un stand ya cuenta con la licencia de funcionamiento.

### 1.4.4.    Tamaño de la empresa.

Nuestra empresa será constituida como una **Microempresa** debido a que cumplimos con los requisitos establecidos, registrando menos de los 150 UITs establecidos.

### 1.4.5.    Régimen Tributario

De acuerdo con nuestra capacidad de producción lo cual influirá en las ventas se proyecta que nuestros ingresos serán de S/.120,120.00 anual lo cual equivale a 28 UIT que son menores a S/.525,000, por lo cual nos acogeremos al **Régimen Especial Tributario.**

# Capítulo II. Inversión y valor de recupero

## 2.1. Presupuesto de Inversión

La inversión inicial en activos será de S/. 11,955 y una inversión en capital de trabajo de S/. 11,811 lo cual detallaremos a continuación tanto en inversiones tangibles, intangibles y capital de trabajo.

### 2.1.1.       Activos Fijos

Tabla 0‑1

Inversión en maquinaria y equipo de producción

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Detalle de inversión**  **Inversiones** | **Cantidad** | **Costo unitario** | **Costo total** | **Porcentaje** |
| Computadora portátil Laptop | 2 | 1,899 | 3,798 | 31.77% |
| Impresora | 1 | 1,559 | 1,559 | 13.04% |
| Plancha Plana (Estampado) | 1 | 1,500 | 1,500 | 12.55% |
| Pistola Etiquetadora Textil | 1 | 27 | 27 | 0.23% |
| Total | | | 6,884 | 57.58% |

Tabla 0‑2

Inversión en muebles, enseres y equipos de administración

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Detalle de inversión** | **Cantidad** | **Costo unitario** | **Costo total** | **Porcentaje** |
| Escritorio para computador | 1 | 130 | 130 | 1.09% |
| Silla de escritorio | 1 | 50 | 50 | 0.42% |
| Silla | 2 | 30 | 60 | 0.50% |
| Exhibidor de polos | 1 | 220 | 220 | 1.84% |
| Espejo para vestidor | 1 | 15 | 15 | 0.13% |
| Probador vestidor de metal | 1 | 49 | 49 | 0.41% |
| Cortina de vestidor de polos | 1 | 30 | 30 | 0.25% |
| Moto lineal (eléctrica) | 1 | 3,400 | 3,400 | 28.44% |
| Total | | | 3,954 | 33.07% |

### 2.2.2       Inversión en activos intangibles

Tabla 0‑3

Inversión en activos intangibles

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Detalle de inversión** |  |  | **Costo** | **Porcentaje** |
| Registro de marca y logo | | | 535 | 4.48% |
| Constitución de la empresa | | | 477 | 3.99% |
| Capacitación al personal | | | 60 | 0.50% |
| Inscripción en SUNARP | | | 45 | 0.38% |
| Total, gastos preoperativos | | | 1,117 | 9.34% |

### 2.2.3       Inversión en capital de trabajo

El cálculo del capital de trabajo se realizó mediante el método del periodo de desfase. En el cual se consideró el total de costos operacionales menos la depreciación y amortización para hallar costo operacional.

|  |  |
| --- | --- |
| **CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO ICT= CO (COPD)** | |
| Total, costos operacionales | $ 11,802 |
| (-) depreciación | ($ 353) |
| (-) amort. diferidos | ($ 19) |
| (=) Costo operacional | $ 11,430 |
| COPD (Costo operacional diario) = COPA/30 | |
| COPD = | $ 381.01 |
| **Capital de trabajo** | **$ 11,811** |

El proceso se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y termina cuando se venden los insumos, transformados en productos terminados; es decir, se toma en cuenta el tiempo que transcurre a partir del momento que la empresa inicia sus actividades productivas hasta cuando se obtiene el valor por la venta de los polos personalizados.

## 2.2. Horizonte de Evaluación

Se toma un horizonte de evaluación de 5 años en concordancia con el tiempo de vida útil del activo principal de nuestra empresa que es la Plancha Transfer.

## 2.3. Valores de Recupero

### 2.3.1 Método Contable

* Teniendo en cuenta la vida útil de cada activo fijo
* El Tiempo de recupero de la inversión 5 años
* El Horizonte de evaluación de 5 años

VR= Valor adquisitivo – Depreciación acumulada

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CUADRO N° 04** | | | | | | |
| **TABLA DE DEPRECIACIONES Y VALOR DE RECUPERO** | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| ACTIVO FIJO | Valor de compra | Vida útil (años) | Tasa de Depreciación | Depreciación anual | Depreciación Acumulada | Valor de recupero |
| **Inversiones en Activo Fijo Tangibles** |  |  |  |  |  |  |
| **Equipos** | **6884** |  |  | **2984** |  | **2679** |
| Computadora portátil Laptop | 3798 | 2 | 50% | 1899 | 1899 | 1899 |
| Impresora | 1559 | 2 | 50% | 780 | 780 | 780 |
| Plancha Plana (Estampado) | 1500 | 5 | 20% | 300 | 1500 | - |
| Pistola Etiquetadora Textil | 27 | 5 | 20% | 5 | 27 | - |
| **Muebles, Enseres** | **554** |  |  | **119.94** |  | **14** |
| Escritorio para computador | 130 | 5 | 20% | 26 | 130 | - |
| Silla de escritorio | 50 | 7 | 14% | 7 | 36 | 14 |
| Silla | 60 | 5 | 20% | 12 | 60 | - |
| Exhibidor de polos | 220 | 5 | 20% | 44 | 220 | - |
| Espejo para vestidor | 15 | 1 | 100% | 15 | 15 | - |
| Probador vestidor de metal | 49 | 5 | 20% | 10 | 49 | - |
| Cortina de vestidor de polos | 30 | 5 | 20% | 6 | 30 | - |
| **Vehículos** | **3400** |  |  | **1133** |  | **1133** |
| Moto lineal(eléctrica) | 3400 | 3 | 33% | 1133 | 2266.6 | 1133 |
| **TOTAL** | **10838** |  |  | **4237.18** | 7011.8 | **3826.12** |