



UNIVERSIDAD
CONTINENTAL

CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



INSTITUTO
CONTINENTAL

**COMERCIALIZACION MINORISTA DE
ZAPATOLLAS PERSONALIZADAS
« SAKEI URBANS «**



INTEGRANTES:

- Álvarez Romo Kenyo
- Mendoza Prudencio Sumico
- Porras Aspa Aldo
- Ramírez Huzco Estefhanny
- Zarate Cerrón Itala

OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

- El proyecto tiene gran posibilidad de tener éxito en el mercado ya que en nuestra región, hay mucha tendencia en la modalidad de la moda, y el ideal de poder resaltar, y marcar una nueva tendencia.
- Ofrecemos para esto una microempresa, en la región de Huancayo para mayor accesibilidad al público; en la comercialización de zapatillas personalizadas.
- Siendo una muy buena alternativa, para nuestro público; ya que ellos podrán ser los propios creadores; e innovadores de sus diseños en las zapatillas.
- Este proyecto en un plan de negocio de largo plazo, realizaremos fortalecer nuestras debilidades y lograr la máxima satisfacción del cliente.

ANALISIS FODA DE LA COMPETENCIA

ITEMS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
COMPETIDOR A CONVERSE	Es un producto reconocido, y establecido en el mercado. Domina un mercado Internacional	El producto tiene un costo elevado. El producto no cuenta con un establecimiento fijo. Ya son diseños y plantillas establecidos.
COMPETIDOR B NORT STARN	Es una marca reconocida en todo el país. Posee una gran variedad, de productos. Sus precios son accesibles para el peruano promedio.	La marca bajó mucho su presencia en los 90. Debido a una baja promoción de la empresa.
COMPETIDOR C TIGRE	Marca establecida en el mercado. Marca reconocida a nivel nacional. Costo del producto, son accesibles al público.	Su dirección de venta solo apunta el mercado deportista. No cuenta con diseños originales.
ITEMS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Competidor A Converse	Establecer una tienda central en la región. Disminuir el precio de venta para llegar al público en general. Que exista una gama de la extensión de la marca en los productos.	Su venta es muy limitada y restringida al público en general. Surgimiento de imitaciones de la misma. Posible elevamiento de impuestos rentables.
Competidor B Nort Star	Se ve favorecida en su demanda por la moda callejera, clásicas de los 80 y casual. Las expansiones de Bata Perú favorecen la llegada de North Star a diferentes tiendas urbanas.	El mundo se encuentra en una presunta recesión económica. El gobierno llama al ahorro. El calzado de origen Chino y Japonés de menores costos.
Competidor C Tigre	Tiene mayor accesibilidad al público, en cuanto al precio. Puede expandir su mercado al público juvenil.	Preferencia del público a otras marcas por nuevas tendencias.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	VALORES RESULTANTES			VALORES PORCENTUALES		
	HUANCAVO	TAMBO	CHILCA	HUANCAVO	TAMBO	CHILCA
POBLACIÓN POR DISTRITO	44662	60813	31130	24%	31.50%	16.60%
EDAD: 20-40 AÑOS	16829	23115	11356	37.68%	38.01%	36.48%
NSE C-D	4628	6357	3123	27.50%	27.5%	27.50%
ESTILO DE VIDA	2869	3941	1936	62%	62%	62%
UNIVERSO	6810					

DETERMINANDO LA MUESTRA "n"		
N	Mercado Potencial	80597
n	Muestra	384.16
p	Probabilidad de éxito	0.5
q	Probabilidad de Fracaso	0.5
E	Error Muestral	0.05
Z	Nivel de Confianza (95%)	1.96

Mercado Potencial	80597
Mercado Disponible	71731
Mercado Objetivo	3587

DESCRIPCION DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.

Nuestro producto es la venta de zapatillas personalizadas que ofrece variedad de diseños elaborados a mano, en base a diseños de las regiones y culturas de modelos autóctonos; y diseños urbanos; como los grafitis; donde cada cliente podrá escoger sus propios diseños y estilos para poder plasmarlo dentro de sus zapatillas. Contará con una amplia variedad de catálogos; y atención personalizada; para la mejor comodidad del producto de esta.

CATALOGO DE DISEÑOS	
TIPO DE DISEÑOS	CARACTERÍSTICAS
Imágenes o gráficos de Culturas Andinas.	*Precio s./110.00 *Uso de colores autóctonos, más detalles y elaboración.
Imágenes o gráficos de estilos urbanos	*Precio s./ 90.00 *Colores a elección, y elaboración

ESTUDIO DE LA DEMANDA: DEMANDA POTENCIAL, DISPONIBLE, OBJETIVO

FACTORES DE SEGMENTACION	SEGMENTO
SEGMENTO GEOGRAFICO	HUANCAYO: Huancayo, El Tambo, Chilca
SEGMENTO DEMOGRAFICO	SEXO: MASCULINO Y FEMENINO
	EDAD: 20 - 40 AÑOS
SEGMENTO POR NIVEL SOCIO ECONOMICO - NSE	Segmento C y D

Mercado Potencial	80597
Mercado Disponible	71731
Mercado Objetivo	3587

**PRESUPUESTO MENSUAL DEL PROYECTO.
CONSIDERE INGRESOS Y GASTOS MENSUALES
PARA UNA VISION ANUAL.**

- [Totalll.xlsx](#)



**INVERSION DEL PROYECTO:
INVERSION FISICA, INTANGIBLE,
CAPITAL DE TRABAJO.**

CASO 1: PARA DETERMINAR EVALUACION ECONOMICA (VANE Y TIRE)
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION - AÑO 0

Tipos de Fuentes	APORTE PROPIO	PERSTAMO	TOTAL	%
Inversiones				
Activos Fijos	12,697.10	0.00	12,697.10	25%
Intangibles	1,981.64	0.00	1,981.64	4%
Capital de Trabajo	36,708.01	0.00	36,708.01	71%
Peso	100%	0%	100%	100%
TOTAL INVERSION	51,386.75	0.00	51,386.75	

49,405.11

CASO 2: PARA DETERMINAR EVALUACION FINANCIERA (VANF Y TIRF)
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION - AÑO 0

Tipos de Fuentes	Valor \$	Valor \$	Total Inversión \$/.
Tipos de Fuentes	APORTE PROPIO	PRESTAMO	% v
Inversiones			
Activos Fijos	0.00	12,697.10	12,697.10 25%
Intangibles	0.00	1,981.64	1,981.64 4%
Capital de Trabajo	36,708.01	0.00	36,708.01 71%
Peso	71%	29%	100%
TOTAL INVERSION	36,708.01	14,678.74	51,386.75

**INDICADORES DE EVALUACION
ECONOMICA-FINANCIERA: VAN, TIR, B/C,
PR, PUNTO DE EQUILIBRIO.**

FLUJO DE CAJA ECONOMICO

COK ANUAL (%)	28.125%	BENEFICIO	789,160.30
COK MENSUAL (%)	2.1%	COSTO	678968.6
VANE	112,052	PR	163,439
TIRE	94.77%	B/C	1.16

FLUJO DE CAJA FINANCIERO

WACC ANUAL (%)	27.1%
WACC MENSUAL (%)	2.0%
VANF	118,495
TIRF	114.58%

PUNTO DE EQUILIBRIO

PE =



CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



**COMERCIALIZACION MINORISTA DE
ZAPATOLLAS PERSONALIZADAS
« SAKEI URBANS »**



INFORMES:

Conti-emprende@continental.edu.pe