



XX Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

ELABORACIÓN DE CASACA DE SEGURIDAD PARA
OBJETOS PERSONALES EN LA CIUDAD DE HUANCAYO

BUSINESS PLAN

I. Table of Contents

II. Executive Summary

III. General Company Description

IV. Product and Service Description

V. Market Analysis

VI. Organization and Management

VII. Financial Projections

VIII. Appendix

IX. Glossary

X. Bibliography

XI. Index

XII. Appendices

XIII. Other Information

XIV. Other Information

XV. Other Information

XVI. Other Information

XVII. Other Information

XVIII. Other Information

XIX. Other Information

XX. Other Information

Integrantes:

N°	Apellidos y nombres	Carrera	Código
1	TARDIO QUISPE JOSELITO GUILLERMO	INGENIERIA CIVIL	71340585
2	ITURRI VENTURO CINDAJUDY	INGENIERIA CIVIL	71308006
3	QUISPEALAYA AGUIRRE AARON	INGENIERIA CIVIL	72430208
4	VILCAPOMA EGOAVIL LENIN	INGENIERIA DE MINAS	73188984
5	Matias de la Cruz Jose	Contabilidad	75277180

NRC: 8571

Descripción del negocio:

La “EASY JACKET ” es un producto bueno y novedoso

Una casaca de buenas características que gustaran al cliente que la adquiriera , con un accesorio adicional que ayudará a proteger el Equipo electrónico.

- El protector invisible en la manga izquierda de la casaca .
- los modelos creados a gusto del cliente .

Contamos con una sociedad colectiva que
Está integrada por 5 socios y a diferencia de las empresas unipersonal, las responsabilidades y disposición de bienes es compartida.

Como plaza principal para la elaboración de nuestras casacas

Avenida francisca de la calle 123

El producto se distribuirá

-MERCADOS

-CENTROS COMERCIALES

-AVENIDAS PRINCIPALES DEPENDIENDO A LA ZONA Y UBICACIÓN.

PRECIOS por unidad 100 soles

precio por mayor 85 soles

Características Creativas e Innovadoras Del Producto

SUSTITUIR

-Cambiaremos la forma común de una manga de casaca , por una manga con protector .

COMBINAR

La combinación de la casaca con la manga protectora , innovando así el producto existente .

ADAPTAR

-Tomamos las medidas (Talla S y M)
-para los pedidos (los colores y diseños) al gusto de clientes.

MODIFICAR

-la mejora en estética y diseños será fundamental.

PERMUTAR

-Abrigo ante el frío
-cuidado del objeto en alguna reunión o compromiso .
-fácil uso de la factibilidad para los teléfonos .
-buena estética para lucir la prenda.

ELIMINAR

-Reducir desperdicios .
-Reducir el tiempo de fabricación para la satisfacción del cliente.
-Reducir costos para la obtención de los materiales.

REORDENAR

-Puede ser mas ligero , mas grande o pesado . **SEGÚN EL GUSTO DEL CLIENTE.**

Segmentación de mercado

Canal directo

-MERCADOS

-CENTROS COMERCIALES

AVENIDAS PRINCIPALES DEPENDIENDO A LA ZONA Y UBICACIÓN.

Es frecuente en el sector de servicios y en las ventas industriales debido a alta concentración de la demanda, y es poco frecuente en los productos de consumo.

Fuentes de
información

<https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>



La ficha técnica estadística

Universo poblacional	• Estudiantes Universitarios de la U.CCI
Ámbito geográfico	• Huancayo
Método de muestreo	• Método de Encuesta
Tamaño muestral	• 100
Perfil del encuestado	• Estudiante - Aleatorio
Nivel de confianza	• 95%
Error de muestreo	• 4 puntos
Fecha	• 5 de octubre



Resultados de la encuesta

Intención de compra

Mediante los resultados de obtenidos en base a la encuesta obtuvimos un 67% de intención de compra a nuestro producto.

Interpretación: Con una aceptación mayor es determinante la compra.

Frecuencia de compra

La frecuencia de adquisición de nuestro producto es del 68% con respecto al primer periodo.

Interpretación: Tenemos un porcentaje alto de adquisición por visita.



Resultados de la encuesta

Volumen de compra

Determinada en base a una anualidad o periodo uno tenemos un volumen estimado de 2000 unidades.

Interpretación:

Teniendo una buena acogida el volumen de compra es considerable.

Características del producto

Medidas a la perfección, producto aprobado por especialistas.

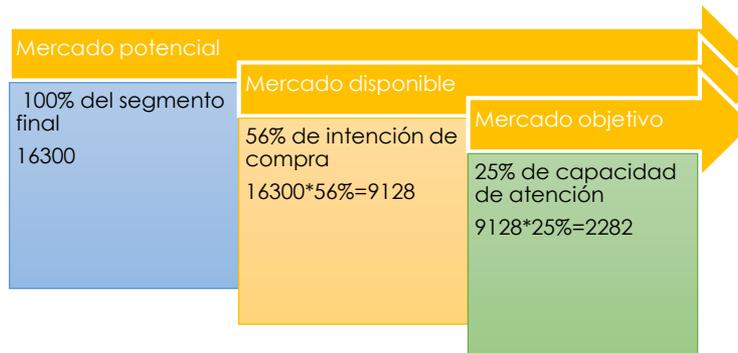
Interpretación:

Características únicas y diferenciales frente a otras prendas de seguridad y vestir



Identificación de los mercados y la demanda

Mercados



Demanda

Fórmula de la demanda:

Mercado objetivo *
frecuencia de compra
anualizada * volumen de
compra

$$2282 * 1 * 2 = 4564$$

Proyección de los ingresos

Ítems	U.M.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de crecimiento	%		2%			
Mercado potencial	Nº	16300	16626	16958.52	17297.69	17643.64
Mercado disponible(? ?)	Nº	9128	9310.56	9496.77	9686.71	9880.44
Mercado objetivo (??)	Nº	2282	2327.64	2374.19	2421.68	2470.11
Frecuencia de compra	Nº de veces	1	1.02	1.040	1.06	1.08
Volumen de compra	Nº de productos	2	2	2	2	2
Demanda	Nº de productos	4564	4655.28	4748.39	4843.35	4940.22
Precio unitario	S/	100	100	100	100	100
Fuente de información de la tasa de crecimiento:						
Totales				6	3	4

Ficha técnica del producto

NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO:	EASY JACKET	
Imagen del prototipo	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	Materia prima	Tela
	Insumos	Hilo
		Entretelas
		Cierre
		Velcro
	Sabores	
	Tamaños	Talla S
		*varón
		pecho: 95
		cintura: 80
Peso	0.75 kg.	
Otros	Color:	
	negro	
	azúl	
	rojo	
	verde	
CANTIDAD DE PRODUCCIÓN SEMANAL	75	



EASY JACKET





LOS PEQUEÑOS DETALLES TE HACEN DIFERENTE A
LOS DEMAS , TU SEGURIDAD Y LA FORMA DE VERTE
ES MI MAYOR ORGULLO.



Universidad
Continental

XX Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

Centro de Emprendimiento Continental
Av. San Carlos 1980 - Huancayo
Teléfono: 064 - 481430 Anexo 7720
Conti-emprende@continental.edu.pe