



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE NEGOCIO “TIENDA DE ROPA FEMENINA”

Trabajo de investigación para optar el grado de  
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:

ROY QUISPE LAZARO

Lima - Perú

2019



**ANEXO 6**

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 08 / 03 / 2019

<b>Facultad</b>	Ciencias Empresariales		
<b>Carreras de CPE</b>			
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>		
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>		
<b>Integrantes:</b>			
<b>Código</b>	<b>Alumno</b>	<b>Correo electrónico</b>	<b>Teléfono</b>
	ROY QUISPE LAZARO		

**Título del trabajo de investigación:**

PROYECTO DE NEGOCIO "TIENDA DE ROPA FEMENINA"

El Jurado revisor concluye que el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller es:

- Aprobado (13 – 15)
- Aprobado – Muy Buena (16 – 18)
- Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)
- Desaprobado (0 – 12)

Calificándola con nota de:  13  en letras (  trece  )

**Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:**

Trabajo aprobado

Atentamente,

**Profesor del curso**  
Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

\*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO .....	3
ÍNDICE DE TABLAS .....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	8
ABSTRACT.....	9
<b>CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO.....</b>	<b>10</b>
1.1.    Formulación de la idea de negocio .....	10
1.1.1    Descripción de la necesidad insatisfecha .....	12
1.1.2    Producto a ofrecer .....	14
1.1.3    Mercado Objetivo .....	16
1.2.    Análisis de la oportunidad.....	17
1.3.    Presentación del modelo de negocio .....	18
<b>CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO .....</b>	<b>21</b>
2.1.    Análisis del entorno .....	21
2.1.1.    Factores económicos .....	21
2.1.2.    Factores socioeconómicos.....	34
2.1.3.    Factores políticos y legales .....	39
2.1.4.    Factores tecnológicos.....	42
2.1.5.    Factores ambientales .....	42
2.2.    Sondeo de mercado .....	43
2.3.    Análisis de la industria.....	44
2.3.1.    Fuerzas de Porter.....	45
2.3.2.    Análisis FODA.....	49
2.4.    Estimación de la demanda.....	50
<b>CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>52</b>
3.1.    Misión .....	52
3.2.    Visión.....	52
3.3.    Objetivos estratégicos .....	53
3.4.    Estrategias de negocio.....	53
3.4.1.    Estrategias de Ventas .....	53
3.4.2.    Estrategias de diferenciación .....	54
3.5.    Fuentes de ventaja competitivas .....	54

CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING .....	55
4.1. Objetivos del marketing .....	55
4.2. Descripción del producto o servicio.....	56
4.2.1. Pantalones jeans estilo juvenil .....	56
4.2.2. Pantalones de jean clásicos .....	58
4.3. Estrategia de precio.....	60
4.4. Estrategia de plaza .....	61
4.5. Estrategia de promoción .....	62
4.6. Estrategia de servicio al cliente.....	62
4.7. Estrategia de posicionamiento .....	64
CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES.....	64
5.1. Actividades previas al inicio de operaciones .....	64
5.1.1. Proceso de producción del producto .....	64
5.1.2. Aspectos técnicos del producto.....	67
5.1.3. Determinación de la ubicación de la empresa.....	67
5.1.4. Diseño y distribución de las instalaciones .....	69
5.1.5. Fases previas a las operaciones .....	70
CAPÍTULO VI. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS .....	74
6.1. Diseño de la estructura.....	74
6.2. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal.....	78
6.3. Política de remuneraciones y compensaciones .....	78
CAPÍTULO VII. PLAN FINANCIERO.....	79
7.1. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras .....	79
7.2. Plan de ventas .....	79
7.3. Análisis de costos.....	81
7.4. Punto de equilibrio .....	82
7.5. Adquisición de materiales e insumos para fabricar el producto.....	83
7.6. Inversión inicial .....	86
7.7. Proyección de flujo de caja .....	88
7.8. Estados de ganancias y pérdidas proyectados .....	88
7.9. Balance general proyectado .....	89
7.10. Análisis de rentabilidad.....	90
CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	91
9.1. Conclusiones .....	91

9.2 Recomendaciones .....	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
ANEXOS .....	97

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Perú: PBI por sector económico, 2012-2018.....	24
<i>Tabla 2. Índice de volumen físico de la producción manufacturera del sector fabril, según división y grupo industrial, 2015-2016.</i> .....	27
Tabla 3. Perú: Producción manufacturera por división a junio 2018 (Valor porcentual). ....	29
Tabla 4. Indicadores relevantes del sector textil y confecciones, 2009-2014. ....	33
Tabla 5. Población total, censal y omitida, según censos realizados 1940, 1961, 1972, 1981, 1993, 2005, 2007 y 2017. ....	34
Tabla 6. Población total, censal y omitida, por departamentos según censos realizados 1940, 1961, 1972, 1981, 1993, 2005, 2007 y 2017.....	35
Tabla 7. Población estimada al 30 de junio, por años calendario y sexo, según departamentos, 2015-2017.....	36
Tabla 8. Población estimada según sexo y departamento (2017).....	51
Tabla 9 Cálculo de la demanda estimada .....	52
Tabla 10 Precio de Ventas.....	61
Tabla 11. Inversión de maquinaria para la producción.....	71
Tabla 12. Equipos de oficina. ....	72
Tabla 13. Mobiliario de oficina. ....	72
Tabla 14. Inventario para el inicio de las operaciones.....	73
Tabla 15. Remuneración de los trabajadores del proyecto.....	78
Tabla 16. Estimación de precios. ....	80
Tabla 17. Proyección del costo y precio de venta. ....	80
Tabla 18. Planificación de la producción. ....	80
Tabla 19. Presupuesto de ventas proyectado.....	81
Tabla 20. Costo de venta proyectado. ....	81
Tabla 21. Proyección de los gastos de nómina.....	82
<i>Tabla 22. Estimación del punto de equilibrio.</i> .....	83
Tabla 23. Comprobación del punto de equilibrio. ....	83
Tabla 24. Adquisición de materiales e insumos. ....	84
Tabla 25. Inventario para el inicio de las operaciones.....	85
Tabla 26. Depreciación de activos.....	86
Tabla 27. Gastos de puesta en marcha .....	87
Tabla 28. Flujo de caja proyectado a 5 años .....	88
Tabla 29. Estado de ganancias y pérdidas proyectadas. ....	89
Tabla 30. Balance general proyectado. ....	90
Tabla 31. Flujo de caja proyectado.....	90

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Variaciones % Sept 17 -Sept 18 Sector textil y confecciones.....	12
Figura 2. Modelos de pantalón estilo juvenil.....	15
Figura 3. Modelo jean estilo juvenil adaptado a las medidas del cliente.....	16
Figura 4. Modelo de jean clásico. ....	16
Figura 5. Modelo de negocio CANVAS.....	20
Figura 6. Perú: PBI por habitante 1950-2017. ....	22
Figura 7. Perú: Producto Bruto Interno, 1981 - 2018. ....	22
Figura 8. Perú: Participación de la industria en el PBI, 1960-2017.....	23
Figura 9. Valor agregado bruto del sector manufactura e inversión extranjera directa 2008-2016.....	25
Figura 10. Evolución Mensual de la Producción Nacional: 2014-2018. ....	26
Figura 11. Perú: Estructura de la producción de prendas de vestir, 2014.....	28
Figura 12. Perú: Evolución del ingreso real promedio per cápita mensual, 2007-2017 .....	30
Figura 13. Lima Metropolitana: Ingreso real promedio per cápita mensual, según deciles de ingreso, 2016-2017 .....	31
Figura 14. Perú: Población económicamente activa y tasa de crecimiento 2000-2015.....	32
Figura 15. Personas de 15 y más años de edad con obesidad, según sexo y área de residencia 2014-2017 .....	38
Figura 16. Estatura promedio mujeres por países. ....	39
Figura 17. Perú: Empleo formal en empresas >10 trabajadores, 2001-2017 (Variación porcentual). ....	41
Figura 18. Perú: Informalidad laboral, 2008-2017 (% de trabajadores). ....	41
Figura 19. Emporio Comercial Gamarra, Evolución de los establecimientos, 1993-2016.....	46
Figura 20. Empresas Manufactureras en Gamarra.....	47
Figura 21. Jean con diseño particular (ejemplo). ....	57
Figura 22. Modelo de patrón de jean juvenil para varias tallas. ....	58
Figura 23. Jeans clásicos (ejemplo). ....	59
Figura 24. Ubicación de la etiqueta. ....	60
Figura 25. Diagrama del proceso productivo del jean a medida.....	66
Figura 26. Fiche técnica general de los jeans a confeccionar. ....	68
Figura 27. Ubicación de la empresa.....	69
Figura 28. Diagrama de instalaciones.....	70
Figura 29. Máquina de coser.....	72

Figura 30. Organigrama propuesto. ....	74
Figura 31. Descripción de cargo del administrador. ....	76
Figura 32. Ejecutivo de ventas y marketing.....	76
Figura 33. Descripción de cargo de los operarios.....	77

## RESUMEN EJECUTIVO

Desde el 2014 el producto interno bruto del sector manufactura en el Perú ha ido en crecimiento, a pesar de estar en números negativos, el 2018 ya pasó esta barrera. El crecimiento del mercado de la moda en el país ha diversificado en los oficios más allá del clásico diseño, la apuesta por los productos nativos integra este panorama. Esto, aunado al incremento en el poder adquisitivo de los peruanos crea una oportunidad de negocios para una empresa de confección y venta de pantalones femeninos elaborados en telas de Jean y realizadas a la medida, dedicada a satisfacer las necesidades y deseos de esta población, quienes tienen la necesidad de vestir ropa que se ajuste a sus medidas, ya sea por motivos estrictamente físicos que se escapan de sus manos, como por temas de gusto simplemente y desean mejorar su imagen.

El presente trabajo plantea una idea de negocio con una inversión de S/38,081.00, con una estructura organizativa conformada por cuatro puestos de trabajo, con una producción planificada de 700 unidades en promedio por año, genera un flujo de caja libre positivo durante el periodo evaluado, por lo que se pueden cubrir los gastos y no es necesario un financiamiento. Este flujo de caja genera un valor actual neto de S/237,016.00 y una tasa interna de retorno del 135%.



## ABSTRACT

Since 2014, the gross domestic product of the manufacturing sector in Peru has been growing, despite being in negative numbers, in 2018 this barrier has already passed. The growth of the fashion market in the country has diversified the trades beyond the classic design, the commitment to the native products integrate this panorama. This, together with the increase in the purchasing power of Peruvians, creates a business opportunity for a company that sells and produces feminine trousers made of Jean fabrics and made to measure, dedicated to satisfy the needs and desires of this population, who have the need to wear clothes that fit your measurements, either for strictly physical reasons that escape from your hands, as for taste simply and want to improve their image.

The present work proposes a business idea with an investment of S / 38,081.00, with an organizational structure consisting of four jobs, with a planned production of 700 units on average per year, generates a positive free cash flow during the evaluated period, so that expenses can be covered and financing is not necessary. This cash flow generates a net present value of S / 237,016.00 and an internal rate of return of 135%.