



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

**Plan de negocio para la producción y comercialización de cojines
de espuma hiper soft, Lima 2021.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniero Empresarial

AUTORES:

Agama Magallanes, Jeferson Danilo ([ORCID: 0000-0003-1187-7476](https://orcid.org/0000-0003-1187-7476))

Villanueva Paz, Gianella Alexandra del Carmen ([ORCID: 0000-0001-5825-6752](https://orcid.org/0000-0001-5825-6752))

ASESOR:

Mg. Rodríguez Alegre, Lino Rolando ([ORCID: 0000-0002-9993-8087](https://orcid.org/0000-0002-9993-8087))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Plan de Negocio

Lima – Perú
2021

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi familia, ya que ellos han sido un pilar en mi formación profesional, he contado con su apoyo incondicional en todo este proceso.

**Gianella Alexandra del Carmen,
Villanueva Paz**

Esta tesis es dedicada a mis padres, quienes me han brindado su apoyo incondicional durante toda mi etapa universitaria, gracias a sus consejos y apoyos constantes.

Jeferson Danilo Agama Magallanes.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por las bendiciones recibidas y por la sabiduría brindada durante este proceso. A mis padres por motivarme día a día para ser una gran profesional. A la Universidad César Vallejo por ser mi alma mater en todos estos años y brindarme los conocimientos necesarios para insertarme en el mundo laboral. Por último, especialmente a mi asesor académico Mgtr. Lino Rodríguez Alegre, por sus enseñanzas en cada una de sus asesorías que me servirán como profesional.

**Gianella Alexandra del Carmen,
Villanueva Paz**

Agradecer siempre en primera instancia a dios por la salud brindada día a día y las bendiciones recibidas en este proceso. A mis queridos padres por siempre impulsarme a cumplir mis objetivos. A la universidad por brindarme todas sus instalaciones y conocimientos necesarios para llevar a cabo mi desenvolvimiento en el mundo laboral. Por último, a mi asesor de tesis, el Mgtr. Lino Rodríguez Alegre, por su enseñanza y apoyo en cada asesoría realizada.

Jeferson Danilo Agama Magallanes.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRAC	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño.....	16
3.2. Variables y Operacionalización.....	17
3.3. Población, muestra y muestreo.	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
3.5. Procedimientos.	22
3.5.1 Análisis de Mercado	23
3.5.2 Viabilidad Técnica.....	51
3.5.3 Viabilidad legal y organizacional.....	68
3.5.4 Viabilidad económica y financiera	79
3.6. Método de análisis de datos	97
3.7. Aspectos Éticos	97
IV. RESULTADOS.....	97
V. DISCUSIÓN	108
VI. CONCLUSIONES	112
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	115
ANEXOS	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Población Económicamente Activa Ocupada de Lima	20
Tabla 02: Juicios de expertos	21
Tabla 03: Estadística de Fiabilidad	22
Tabla 04: Modelo Canvas	24
Tabla 05: Población estimada de la Zona de Influencia	27
Tabla 06: Proyección de la demanda	28
Tabla 07: Resumen de proyección de la demanda	29
Tabla 08: Resumen de segmentación de mercado	29
Tabla 09: Porcentaje Acumulado	31
Tabla 10: Resumen de segmentación de mercado	34
Tabla 11: Competencia Indirecta	34
Tabla 12: Productos sustitutos	35
Tabla 13: Estructura de Costos	39
Tabla 14: Tarifario por zonas	44
Tabla 15: Detalle de materia prima e insumos	52
Tabla 16: Lugares de Localización	53
Tabla 17: Cuadro de Localización	54
Tabla 18: Capacidad Utilizada	55
Tabla 19: Tiempo de operación	56
Tabla 20: Costos de producción	67
Tabla 21: Matriz EFE	72
Tabla 22: Matriz EFI	73
Tabla 23: Matriz FODA	74
Tabla 24: Personal de la empresa SIT WELL	75
Tabla 25: Inversión total de proyecto	79
Tabla 26: Inversión fija tangible	80
Tabla 27: Inversión fija intangible	81
Tabla 28: Capital de trabajo	82
Tabla 29: Tabla Financiamiento	83
Tabla 30: Flujo de Financiamiento	83
Tabla 31: Cronograma de Pagos	84
Tabla 32: Presupuesto de ingresos	86

Tabla 33: Costos de producción	86
Tabla 34: Presupuesto del personal	87
Tabla 35: Presupuesto de gastos administrativos	88
Tabla 36: Presupuesto de gastos de ventas	88
Tabla 37: Presupuesto por Financiamiento	89
Tabla 38: Flujo de caja económico	89
Tabla 39: Flujo de caja financiero	90
Tabla 40: Punto de equilibrio	90
Tabla 41: Evaluación Económica	93
Tabla 42: Evaluación Financiera	95
Tabla 43: Evaluación beneficio costo económico	96
Tabla 44: Evaluación beneficio costo financiero	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Esquema Plan de Negocio	11
Figura 02: Modelo Canvas.....	12
Figura 03: Preferencia del consumidor	26
Figura 04: Estilo Producto	30
Figura 05: Actividad frente al computador	31
Figura 06: Beneficios de utilizar cojines	32
Figura 07: Distribución.....	36
Figura 08: Diseño del producto.....	38
Figura 09: Redes sociales	40
Figura 10: Página Web "Sit Well"	41
Figura 11: Facebook "Sit Well"	42
Figura 12: Instagram "Sit Well"	43
Figura 13: Etiqueta código QR	49
Figura 14: Proceso de producción por áreas.....	62
Figura 15: Proceso de elaboración del cojín.....	63
Figura 16: Organigrama funcional	75
Figura 17: Tasa de interés promedio del Sistema Bancario	85

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar la viabilidad del Plan de negocio para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021. Respecto al diseño metodológico, la investigación fue de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental; la población de estudio comprendió a la PEA ocupada, siendo esta de 4'438,600 personas entre trabajadores y estudiantes mayores de 14 años y la muestra fue de 200 personas; como instrumento un cuestionario con 16 preguntas para recabar información sobre la demanda, oferta, precios y preferencias de los consumidores potenciales. Se determinó la viabilidad técnica, legal y organizacional, económica y financiera del Plan de negocio. Los resultados mostraron su viabilidad de mercado identificándose una demanda potencial por el producto. La evaluación económico financieros demostró la rentabilidad del Plan de negocio con un VANE= 1'503,749.56 y TIRE = 72%; VANF = 1'179,504.80 y TIRF = 126%. El periodo de recuperación de la inversión es de 2 año 9 meses y 29 días.

Palabras claves: Plan de negocio, cojín, viabilidad y rentabilidad.

ABSTRAC

The objective of the research was to analyze the viability of the Business Plan for the production and commercialization of hyper soft foam cushions in Lima 2021. Regarding the methodological design, the research was applied, with a quantitative approach, descriptive level and non-experimental design; the study population comprised the employed EAP, being 4'438,600 people among workers and students over 14 years of age and the sample was 200 people; as an instrument a questionnaire with 16 questions to gather information on the demand, supply, prices and preferences of potential consumers. The technical, legal and organizational, economic and financial viability of the Business Plan was determined. The results showed its market viability, identifying a potential demand for the product. The economic-financial evaluation showed the profitability of the Business Plan with an ENPV = 1'503,749.56 and EIRR = 72%; FNPV = 1'179,504.80 and FIRR = 126%. The investment recovery period is 2 year 9 months and 29 days.

Keywords: Business plan, cushion, viability and profitability

I. INTRODUCCIÓN

A nivel global los diferentes países del mundo han sido afectados por la pandemia del COVID-19 y según señala la (BBC, 2020), las compañías han tenido que diseñar soluciones para que los empleados trabajen desde sus hogares. (párr.1).

Por ello, muchas personas vienen desde el 2020 realizando teletrabajo y estudiando desde casa manteniéndose frente al computador por largas horas. Esto genera incomodidades pues muchas veces no se cuenta con la silla adecuada o un cojín cómodo y adaptable. Lo anterior se ha visto reflejado en molestias de tipo lumbar tanto a niños, jóvenes y adultos que desarrollan actividades remotas.

El diario (PERÚ 21, 2020), señalaba que ESSALUD reportaba que los problemas lumbares se habían triplicado, pues las personas desconocen las posturas adecuadas para realizar el teletrabajo. (párr.2).

Dada estas circunstancias, las personas deben buscar comodidad con un producto que les permita adaptarse de mejor forma al sistema de trabajo remoto que se viene prolongando desde marzo del 2020 y tener mayor comodidad sintiéndose como si estuvieran en el centro de trabajo o de estudios cubriendo las largas jornadas laborales y estudiantiles sin que se afecte su productividad y salud.

Para (MEJÍA, et al.,2020), los consumidores buscan productos que satisfagan sus necesidades y que les brinde comodidad a un precio razonable (p.5).

El Plan de negocio de fabricación de cojines de espuma hiper soft se diferencia de los otros cojines que se ofertan en el mercado. Entre sus atributos tenemos que en su fabricación se utiliza una espuma altamente comfortable adaptable al contorno del cuerpo que distribuye de una mejor forma los puntos de presión corporal. Esto contribuye a una mejor circulación; además, incorpora en su manufactura tela lona de algodón suave y orgánico brindando la comodidad y confort que busca el consumidor. Estos atributos nos diferencian de la competencia. El Plan de Negocio ha evaluado la viabilidad técnica y económica financiera de la idea que fue propuesta.

Para (ARIZA, Verónica 2020), toda investigación se inicia con el planteamiento del problema mediante la formulación de una pregunta que da sentido a lo que se propone investigar (p.56).

Respecto al problema general de investigación este fue formulado de la manera siguiente:

¿Será viable el plan de negocio para la producción y comercialización de cojines elaborados de espuma hiper soft, en Lima 2021?

Con relación a los problemas específicos estos se definieron de la manera siguiente:

¿Será viable el estudio de mercado para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021?

¿Será técnicamente viable el plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021?

¿Se podrá cumplir con los requerimientos legales y organizacionales para viabilizar el plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021?

¿Podrá la evaluación económica y financiera viabilizar el plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021?

Nuestro plan de negocio fue dirigido a las personas de la Provincia Lima que trabajan y/o estudian desde casa y buscaban realizar sus actividades de forma cómoda y segura. Nuestro producto se puede usar con cualquier silla de casa sin afectar la zona lumbar,

(FERNÁNDEZ-BEDOYA, Victor 2020), en su artículo de revisión acerca de los diferentes tipos de justificación de una investigación señala que estos deben ser claras

para precisar la razón por la que se realiza esta. (p.4). Así el plan de negocios fue justificado desde las siguientes perspectivas:

La justificación práctica fue sustentada en el hecho de que la prolongación de la pandemia mundial ha hecho que tanto el teletrabajo y la educación virtual se han venido prolongando desde hace más de un año. Los cojines de espuma hiper soft contribuyen a evitar problemas lumbares a quienes son sus usuarios.

Respecto a la justificación social el producto contribuye a la salud ergonómica de las personas que pasan largas horas trabajando o estudiando desde su mesa de trabajo y ayuda a mejorar el rendimiento en sus actividades remotas.

Con relación a la justificación económica se determinó su viabilidad pues se identificó una considerable demanda por este tipo de productos que además de satisfacer una necesidad, el resultado económico financiero ha mostrado su rentabilidad. Finalmente, respecto a la justificación metodológica, el plan de negocio en su desarrollo ha seguido una secuencia lógica y estructurada siguiendo el esquema siguiendo la secuencia propuesta por la metodología de la investigación científica.

Para (OTERO-ORTEGA, Alfredo 2016), los objetivos de una investigación hacen referencia a lo que queremos lograr y guían el enfoque de investigación que permiten encontrar los resultados. (p.4).

El objetivo general propuesto fue: Analizar la viabilidad del plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021.

Respecto a los objetivos específicos estos fueron:

Analizar la viabilidad del mercado para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021.

Analizar la viabilidad técnica del plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021.

Analizar los requerimientos para la viabilidad legal y organizacional del plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021.

Evaluar la viabilidad económica-financiera del plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021.

En el **Anexo 01** se muestra la matriz de consistencia.

II. MARCO TEÓRICO

Se detalla, a continuación, los antecedentes nacionales e internacionales referidos a las investigaciones relacionadas con la propuesta desarrollada.

La investigación de (GARCÍA, et al.,2019), tuvo como **objetivo** evaluar la viabilidad de un plan de negocio para la producción y comercialización de almohadas ergonómicas para parejas. Por su **diseño metodológico** fue una investigación aplicada, de enfoque cuantitativo y diseño experimental. Se realizaron dos focus group y tener así la información necesaria de la aceptación del producto de las personas de diferentes distritos de la zona 6 y 7 de Lima Metropolitana. Sus **hallazgos** mostraron una rentabilidad esperada con un VAN S/.114061.67 y un TIR de 59.15% con un retorno de inversión en 3 años y medio siendo el proyecto viable, **Concluyeron** señalando que los nuevos clientes siempre están en busca de nuevos productos que satisfagan sus necesidades; en este caso, ofrecerles una almohada ergonómica para un descanso más cómodo con su pareja. Con esta investigación confirmamos la necesidad de las personas en obtener productos ergonómicos en un mercado potencial que busca la necesidad cada vez de estar más cómodos en su hogar o en un ambiente laboral.

La investigación de (STROBBE, Caterina 2018), tuvo como **objetivo** determinar la viabilidad de mercado, tecnológica, económica, financiera y ambiental para la instalación de una planta procesadora de colchones de espuma viscoelástica en el mercado peruano. La **metodología** utilizada fue de nivel cualitativo y cuantitativo. Sus **resultados mostraron que** la recuperación de la inversión fue de 3 años y la proyección de maduración de marca 10 años. El VAN fue positivo siendo los valores de la TIR financiera y económica de 98% y 57% respectivamente. **Concluyó** que el proyecto es viable en lo económico y financiero y sus resultados mayores respecto al costo de oportunidad permitiendo afirmar que los colchones viscoelásticos son atractivos para la demanda objetivo. La investigación aporta una solución a la necesidad de las personas por obtener un producto que les brinde comodidad.

(PINEDA, y MUNIVE 2019), en su trabajo de investigación se **propusieron**, diseñar un plan de negocios que potencialice la marca y lograr un mejor posicionamiento en el mercado. La **metodología** empleada fue realizar tanto un análisis PESTEL, las cinco fuerzas de Porter y el análisis estratégico de la empresa para identificar los factores de riesgo y las estrategias a utilizar. Los **resultados** obtenidos de las estimaciones de ventas realizadas a un plazo de 5 años indican que existe demanda para el producto. En el aspecto financiero el plan de negocio obtuvo una TIR de 29.90% y un VAN positivo de S/. 45,137 siendo el proyecto rentable. **Concluyeron** que las estimaciones realizadas tomaron como referencia una inversión inicial de S/. 54,800. La investigación aporta rentabilidad y ofrecer un producto de calidad.

La investigación de (ENRÍQUEZ, et al., 2018), tuvo como **objetivo** determinar la viabilidad comercial, operativa y económica de un plan de negocio en una empresa dedicada al diseño de muebles multifuncionales. La **metodología** aplicada fue de enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) el tipo de diseño fue no experimental, realizaron un Focus Group para poder recolectar la información. Como **resultados** de la evaluación financiera para la viabilidad de este plan de negocio obtuvieron un VAN = S/. 516,685.70 con un TIR= 22.48%. **Concluyendo** que el plan es económica y financieramente viable, sobre todo generando rentabilidad con esta nueva propuesta, brindando comodidad y satisfacción en muebles adaptables para el confort de los clientes. La presente investigación tiene como aporte el crear un mueble adaptable, que es lo que hoy en día genera interés en los clientes.

(PÁRRAGA, y GARCÍA 2014), en su artículo tuvieron como **objetivo** proponer las condiciones ergonómicas en el diseño del aula universitaria para brindar comodidad a docentes y estudiantes, y reducir la fatiga. La **metodología** utilizada fue experimental descriptiva explicativa. Los **resultados** obtenidos indican que el porcentaje de incomodidad en los docentes es mayor al 50, mientras que en los estudiantes el 90% indica estar cómodo con la postura que presentan, pero identifican el tipo de material usado en las carpetas que son la dureza del asiento, siendo esta el 68%, así mismo el 41% y 36% de docentes y estudiantes, indicaron sentir fatiga durante la jornada de

estudio. Se **concluye** la necesidad de poder brindar asientos especiales siendo de material acolchado que cuente con telas impermeables de trama esterilizadas para la comodidad de los alumnos y de los profesores contando estas con un apoyo en la zona lumbar disminuyendo el dolor y la fatiga muscular. Esta investigación tuvo como aporte la necesidad de poder tener un lugar cómodo donde poder trabajar sobre todo si pasas la mayor parte del tiempo sentado y esto pueda afectar tu salud.

La investigación de (ESTRADA, y PIZARRO 2017), se propuso como **objetivo** diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa textil y artesanal para la elaboración y comercialización de productos textiles dirigido a microempresarias de economía social. Su diseño **metodológico** fue descriptivo, la información de fuentes primarias y secundarias no experimental. Los **hallazgos** nos permitieron establecer la viabilidad de mercado potencial requiriéndose poner práctica una estrategia planificada de los productos y precios para captar un porcentaje considerable en el mercado de clientes potenciales. **Concluyeron** señalando que la evaluación económica financiera mostró para el Valor Actual Neto, VAN USD 18.800.18 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 26.6%, esto para un periodo de recuperación de la inversión de 6 años. El aporte de esta investigación que se propuso como objetivo desarrollar una propuesta con un enfoque social por lo que fue su mercado objetivo.

En su investigación (PALACIOS, et al., 2020), tienen como **objetivo** diseñar un objeto adaptable que disminuya la frecuencia de dolores lumbares generados durante la jornada laboral en modalidad de trabajo en casa y posibilite las posturas correctas mediante las alertas de una app mientras se mantiene en posición de sedestación en los jóvenes adultos de 24 a 40 años en sus distintos espacios de trabajo. La **metodología** utilizada fue de QFD despliegue de la función de calidad que consiste en considerar los requerimientos solicitados por los clientes. Así como tabulaciones de datos, gráficos, encuestas y entrevistas, incluyendo también al método brainstorming. Los **resultados** obtenidos permiten determinar la viabilidad de la creación de este producto enfocado en el mercado potencial captado, según opiniones directas de los mismo futuros clientes. **Concluyen** que durante el periodo de evaluación para 6

meses se inicia con un saldo total en el primer mes de USD 217.633.211 mientras que al sexto mes llega con USD 1.191.714.540, identificando que la rentabilidad de este producto es totalmente óptima, según la curva de crecimiento visualizada en el flujo de caja realizado. Como aporte esta investigación tomó en consideración los requerimientos solicitados por sus futuros clientes, la cual en base a la información obtenida detallan el tipo y diseño del producto que desean, para así poder realizar el prototipo más semejante a lo solicitado por los clientes y este pueda ser aceptable.

El artículo de investigación de (DULCE, et al., 2015), señala que el **objetivo** principal es desarrollar un prototipo de cojín que realice la reducción de dolores musculares en la zona lumbar a causa del sedentarismo en los puestos de trabajo y que permita mejorar la postura de los usuarios durante la jornada laboral. La **metodología** aplicada fue de tipo exploratoria experimental, según grupos de estudio y criterios de inclusión y exclusión, caracterización demográfica, características y antecedentes clínicos patológicos, información de sedentarismo laboral, indicadores utilizados (DPT: distribución de posturas total de jornada) y (DPS: distribución de posturas sentado). Los **resultados** obtenidos en el estudio experimental realizado permitieron identificar cual es el comportamiento postural de las trabajadoras, hallando un 28% del tiempo laboral cuentan con mala postura es decir que de cada 1hr de trabajo 43 minutos están en mala postura, mientras que el 16% de muestra una correcta postura. **Concluyeron** que se deben de realizar más estudios en todas las instituciones, que aporten a la creación de productos que permitan fortalecer el trabajo enfocado a ergonomía y los factores humanos. El aporte de esta investigación que fue realizada en campo pudo satisfacer la necesidad de tener un asiento mucho más cómodo para las trabajadoras, esto permitió mejorar sus jornadas laborales disminuyendo el dolor con la que normalmente frecuentan.

(PANIMBOZA, Madelyne 2015), en su tesis, tuvo como **objetivo** principal determinar el grado de aceptación de los choferes antes este nuevo tipo de asientos con tecnología que permitan una mejor distribución de los puntos lumbares. La **metodología** utilizada fue de tipo experimental exploratoria y se aplicó por medio de

encuestas. Los **resultados** obtenidos fueron que al aplicar este plan de negocio con una inversión de \$18,068 en relación con el VAN que es de \$44,644, por lo que se obtiene una rentabilidad frente a este plan de negocio. Con relación a su TIR, obtuvieron un 62,29% es mayor, dando como resultado la viabilidad financiera. **Concluye** que se puede obtener en el mercado 35% de rentabilidad con el precio propuesto. Además de brindar una comodidad permanente en el asiento a los choferes que se encuentran laborando por más de 8 horas en los buses. El aporte de esta investigación determina la aceptación de los futuros clientes objetivos, las cuales, en vista a las informaciones obtenidas por ellos mismo, se puede identificar que el plan de negocio a realizar es rentable.

(TOALOMBO, Christian 2018), señala como su **objetivo** de investigación realizar un estudio de mercado para considerar la factibilidad del actual plan a realizarse, pues se ha ejecutado un importante análisis de los procesos de producción y mercadeo de correctores de postura. La **metodología** utilizada fue de estudio de campo. Como **resultado** se obtuvo que obtuvo un VAN positivo que es de \$ 42.569,68 y el TIR es de un 82%, también se obtiene el análisis costo beneficio costo es de 3.5 lo que indica que por cada gana por cada dólar que se invierte un monto de \$ 3.5 de mientras que el periodo de recuperación será de 1 año con 9 meses y 28 días. En **conclusión**, se identificó que la empresa obtendrá varios retornos, por lo que sería viable poder invertir en este proyecto. Como aporte de esta investigación es según las estimaciones financieras realizadas, dar inicio a la inversión para llevar adelante este plan de negocio pues será óptimo y rentable, por lo que es muy importante considerar la aceptación que esta tendrá en el mercado.

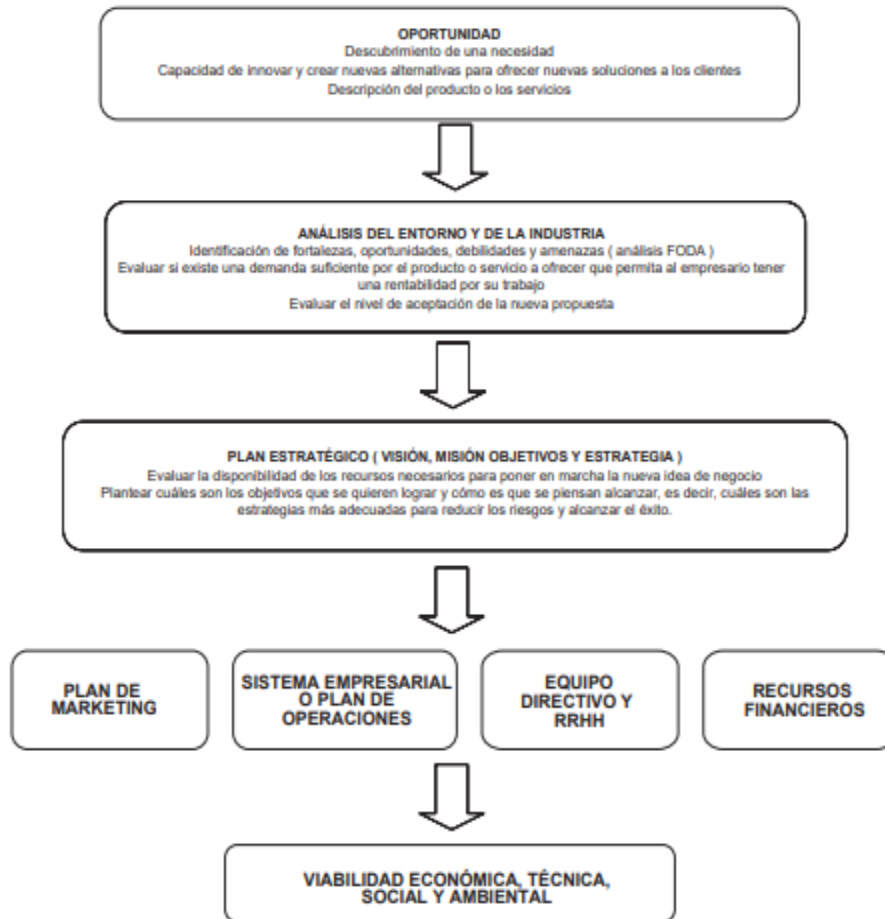
Con relación a las teorías que respaldan la investigación, para (MCKENZIE, y SANSONE 2019), **el Plan de negocio** es un documento donde se especifica la información necesaria, los objetivos, los métodos requeridos para poder alcanzarlos y así evaluar el proyecto para ponerlo en marcha (p.141).

Respecto a la importancia **del** plan de negocio, (CLIPPINGER, Dorinda 2019), señala que ayuda a evaluar, tomar diversas medidas y acciones, las cuales permiten determinar las metas definidas con mayor orden, organización y visión de negocio a futuro. Así mismo, permite conocer si el plan de negocio es rentable o cómo financiarlo si es que fuera necesario (p.45). Así mismo, para (IVANISEVIC, et al., 2016), las características de un plan de negocio parten de la misión y visión que esta pueda tener en general, detalles del desarrollo del producto o servicio a realizarse, un plan de marketing definido, así como el plan operativo y el plan financiero (p.175).

Respecto a la estructura del plan de negocio, (WEINBERGER, Karen 2009), menciona que nace de una oportunidad, es decir al observar una necesidad y la forma innovadora y creativa de cubrir está mediante un producto o servicio. Luego de tener clara la necesidad a cubrir se debe realizar el análisis del entorno y la industria que nos van a permitir tener un mejor enfoque de la demanda y la eventual aceptación del producto o servicio en el mercado. A continuación, se realiza el plan estratégico, donde se debe tener en cuenta la misión, visión, objetivos y las estrategias para disminuir riesgos y lograr un negocio de éxito.

Como aparte del plan se debe tener cuenta el marketing, las operaciones, el equipo con el que se va a trabajar y los recursos necesarios, todo esto para poder buscar la viabilidad del negocio. (p.34).

Figura 01: Esquema Plan de Negocio

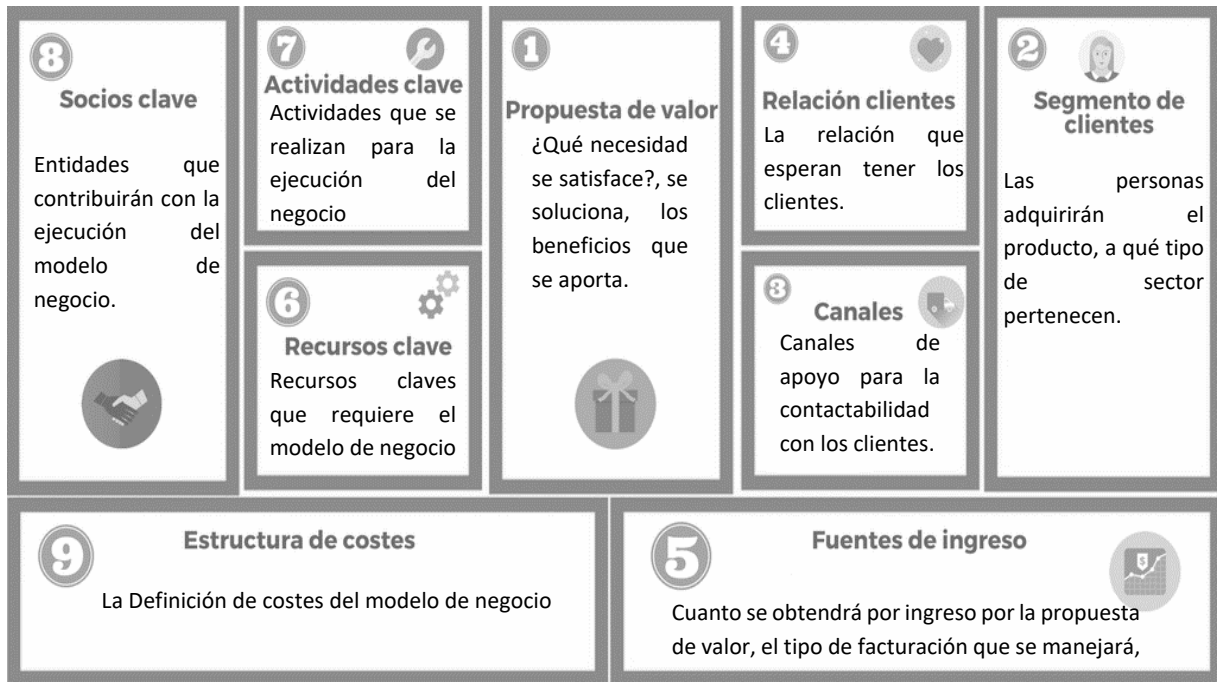


Fuente: Weinberger (p.34)

Modelo negocio de canvas

Para (TACTAC, Carolina 2020), el modelo Canvas es una herramienta de enfoque integral y sistémico que permite analizar y crear distintos modelos de negocio de una manera más simplificada y detallada. Esta herramienta brinda información de forma general y específica alineada en diversos aspectos incluidos al producto o servicio del plan de negocio a realizar y la propuesta que esta ofrece donde se detalla; la propuesta de valor, el segmento de clientes, los canales, la relación con los clientes, las fuentes de ingresos, los recursos claves, las actividades claves, los socios claves y la estructura de costes (p.18). La figura 2 resumen los alcances de los mismos

Figura 02: Modelo Canvas



Fuente: Elaboración Propia

Respecto a las definiciones conceptuales de uso más común para la investigación y donde se enmarca la misma, tenemos los siguientes

Viabilidad

Según (DEHAAN, Kenneth 2020), es una serie de recopilaciones que analizan la aceptación de un plan propuesto, el cual hace referencia al uso de recursos, al estudio de la demanda y la oferta, además del enfoque que se brinda al producto o servicio. Así mismo, los requisitos para financiarse como también la estructura administrativa, garantizando a un corto o largo plazo una rentabilidad. El tener una gran idea para un negocio no es suficiente para que éste triunfe (p.34).

Para (BAAZIZ, Abdelkader 2019), es importante desarrollar un plan para la viabilidad, que plantea este modelo a fin de que pueda brindar una percepción óptima y beneficiosa para todos los involucrados, más si se busca lograr financiación externa.

La viabilidad dentro de un plan es clave para que se pueda concretar, haciendo que algún tercero apueste por el proyecto y vea la rentabilidad que generará (p.68).

Viabilidad de mercado: Para (VARGAS, y FINKLER 2018), es una de las etapas más importantes, ya que se evalúa el impacto que va a tener el producto o servicio en el cliente, y si este tendrá posibilidad de venta en el sector en el que se quiera posicionar. Además, del impacto que generará frente a los potenciales competidores (p.151).

Viabilidad técnica: Según (GONZÁLEZ, et al., 2017), Se relaciona con evaluar el plan en relación a la operación y administración, es decir la capacidad tecnológica, maquinaria, recursos humanos, infraestructura, entre otros. Así, el producto o servicio que se brinde será de calidad y efectivo; además, contar con el equipo necesario para competir en el mercado, manteniendo un control y seguridad, del plan a realizar (p.59).

Viabilidad legal y organizacional: Para (D´SOUZA, et al., 2015), la viabilidad legal asegura que el plan respete las normas legales vigentes y todo lo que involucre a la organización generando confiabilidad a los colaboradores, clientes, proveedores y futuros socios (p.156).

Respecto, a la viabilidad organizacional, para (BARRIENTOS, et al., 2020), es fijar las actividades a realizar en relación a los criterios que involucran el plan, desde los recursos que maneja la empresa, análisis de organización, los aspectos legales administrativos y el mantenimiento del plan de negocio en el futuro (p.154).

Viabilidad económica y financiera: Para (KENNEDY, James 2016), menciona que la viabilidad económica es el proceso por el cual se evalúa si la viabilidad del proyecto puede ser rentable o no. Para ello debe existir racionalidad entre el beneficio costo, esto se realiza mediante estudios planteados en hace referencia a las bases de los recursos técnicos, de gestión y mercado que están disponibles, financieros, costos de operación, impuestos, depreciación (p.40). Esto permite el diseño de flujos netos de próximos ingresos que ayudan a determinar la viabilidad del proyecto. Por otro lado,

(HUMPHRIES, et al., 2020), mencionan que la viabilidad financiera se basa en un enfoque claramente cuantitativo llevando así relación con los costos e ingresos que obtiene el negocio, parte de su estudio también identifica si el proyecto es rentable o no, pero su objetivo no es definir los procesos que se realizan para lograrlo (p.12).

Con relación a los detalles conceptuales de uso más común en la investigación se detallan los siguientes:

Producción: Según (CARL, et al., 2021) define que la producción es una actividad o conjunto de actividades las cuales se interrelacionan para la fabricación, obtención y elaboración de un bien o servicio. Así mismo la producción de una empresa se mide de acuerdo a la cantidad producida y la diferencia del valor añadido que se aplica a distintos recursos es en base a la diferencia que existe entre el volumen que se ha producido y los bienes consumidos (p.47).

Comercialización: Para (MAURSETH, y SVENSSON 2020), indican que la comercialización es un conjunto de actividades definidas que tienen como objetivo facilitar la venta de un producto o servicio, eso quiere decir que la comercialización se encarga mayormente en poder identificar y ofrecer lo que los clientes desean, esto se asocia a la parte logística, encargada de hacer que el producto llegue de forma física al cliente consumidor final según el producto o servicio que se ha solicitado (p.47).

Ergonomía

Según (RAMALHO, Maria 2019), es la relación que tiene el trabajo con el hombre en referencia a la salud ocupacional e involucran las posturas y movimientos corporales al que está expuesta una persona en el trabajo pues la estabilidad ergonómica forma parte de lo que es un puesto de trabajo.

Cojín

Según la (RAE), el cojín es un almohadón cómodo, de diferentes formas y tamaños, pero la más común es cuadrada y redonda, sirven para apoyarse, sentarse y arrodillarse. El cojín es un accesorio antiguo, fue una creación China desde hace 2500

años, era un elemento que usaba el Buda para sus meditaciones que constaban de largas horas sentado. En la edad media los países de Francia y España utilizaban estos cojines como símbolo de elegancia, se veía el uso de estos en la realeza, fueron vistos como sustitutos de las sillas. Actualmente, los cojines han revolucionado y se han ido adaptando a las nuevas tendencias del mercado, entre ellos para decoración, pero sobre todo le han dado uso para sentirse cómodos cuando se encuentran sentados realizando largas jornadas de trabajo o estudio. Así mismo, debido a esto se empezaron a crear cojines terapéuticos para mejorar algún malestar.

Espuma Hiper soft

Se caracteriza por su resistencia y adhesión al cuerpo. Se utilizan para productos que quieran brindar alto confort, la espuma hiper soft se combina con otras similares como la de resiliencia y viscoelástica brindando mayor satisfacción de descanso al utilizarlo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño

Tipo de investigación

Para (ÑAUPAS, et al., 2018) la investigación aplicada se basa en los resultados de las investigaciones básicas y permite dar solución a diversas necesidades que puedan surgir en la vida social de la población en la región o país. Entre ellos, resolver los problemas de educación, salud, contaminación, corrupción y crisis financiera (p.136).

El plan de negocio fue de tipo aplicada pues por la pandemia mundial muchas personas empezaron a trabajar remotamente causándoles múltiples problemas lumbares; El plan se desarrolló para atender la oportunidad de negocio identificada.

Enfoque de investigación

Según (RIOS, Roger 2017) la investigación de enfoque cuantitativo recoge información medible para identificar promedios y tendencias, comprobar relaciones, realizar predicciones para obtener resultados generales de cierta comunidad. Entre estas la más aplicada es la encuesta social (p.42).

Por su enfoque el plan de negocio fue cuantitativo, pues se aplicaron encuestas para la recolección de datos que sirvieron para identificar el nivel de aceptación y los requerimientos de atributos para el producto por el mercado objetivo.

Nivel de investigación

Para (HERNÁNDEZ, el at., 2014), el nivel descriptivo consiste en describir situaciones, contextos, fenómenos y sucesos de la forma en que se manifiestan. Con esto, se busca especificar las características y principales perfiles de diversos grupos o comunidades que sean parte del estudio (p.92).

Por su nivel la propuesta fue descriptiva simple. Mediante la encuesta, se obtuvieron resultados que describieron el comportamiento del mercado objetivo, sus gustos y

preferencias, pero, sobre todo, la aceptación del producto. Esto permitió evaluar su impacto en relación a potenciales consumidores evaluando la pertinencia del mercado objetivo propuesto. Además, se describió las etapas del plan de negocio.

Diseño de investigación

Para (ALAN, y CORTEZ 2018), en la investigación no experimental no se manipula las variables o asignan condiciones que permitan un control a su acción. Por ello, se realiza un análisis en contexto al comportamiento de la variable y cómo esta se desarrolla y así tener información relevante. Por ello, la mayoría de los estudios se basan en contextos que sucedieron anteriormente y se analizan posteriormente (p.73).

El diseño empleado fue no experimental transversal, pues no se alteró ninguna de las variables y sólo se percibieron las preferencias del mercado.

3.2. Variables y Operacionalización

Para (CHACÓN, et al., 2021) una variable es la característica cualitativa o cuantitativa que se analiza en una investigación y está sujeta a un indicador o varios. (p.570)

Variable: Plan de negocio

Definición conceptual

Es un planteamiento formal de una iniciativa empresarial en base a una idea, enfocado en un bien y/o servicio. Abarca diversas etapas y procesos ceñidos en una proyección y evaluación del cumplimiento de sus objetivos, así como las herramientas necesarias para poder iniciar su funcionamiento (IVANISEVIC, et al., 2016 pág. 35).

Definición operacional

El plan de negocio tuvo como objetivo identificar y evaluar los procesos generales de las actividades desarrolladas según lineamientos definidos para su ejecución.

Dimensiones:

(AGUILERA, et., 2020) señalan que las dimensiones especifican el comportamiento de la variable. (p.94).

“Viabilidad de mercado”

Es el análisis que se realiza para saber si el producto y/o servicio brindado obtendrá la aceptación del mercado potencial. Este estudio permite identificar la probabilidad de acogida frente a posibles riesgos que puedan presentarse a la hora de abordar un proyecto (CORTEZ, y CORTÉS 2016 pág. 92). En esta dimensión se utilizó indicadores de oferta, demanda y producto, mediante la encuesta que permitió identificar la medición requerida.

“Viabilidad técnica”

Dentro de este análisis se buscó tener el alcance de los recursos como el capital humano, los equipos y los procesos necesarios para el producto final. Así mismo, se poder efectuar un control y seguridad de forma eficiente, brindando un producto de calidad (HOYOS, y HERNÁNDEZ 2017 pág. 22).

Para esta dimensión se utilizó el indicador índice de procesos medidos a través de la siguiente fórmula presentada.

$$Vtc = \frac{\text{Procesos efectuados}}{\text{Procesos planificados}} \times 100$$

“Viabilidad legal y organizacional”

Con la viabilidad legal, se buscó cerciorarse de los documentos necesarios respecto a la normatividad para iniciar un negocio (D´SOUZA, et al., 2015 pág. 16). Así mismo, la viabilidad organizacional establece las actividades a realizar teniendo en cuenta las

capacidades de los integrantes y otorgar responsabilidades. Tiene como objetivo desarrollar en la organización un trabajo efectivo (BARRIENTOS, et al., 2020 pág. 35).

En esta dimensión se utilizó el indicador de requisitos legales medidos a través de la siguiente fórmula.

$$Vlo \frac{\text{Número de requisitos cumplidos}}{\text{Número de requisitos exigidos}} \times 100$$

“Viabilidad económica y financiera”

Se refiere a los recursos monetarios con los que se cuenta para ejecutar el proyecto. En base a ello se obtiene la rentabilidad esperada. Esta nos indicará si el proyecto es rentable y así utilizar estrategias alternas para obtener un mayor beneficio. Para ello se utilizan los métodos del VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno). (GÓMEZ.C, et al., 2018 pág. 58). Para la medición de esta dimensión se utilizaron las siguientes fórmulas del VAN y el TIR.

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FNj}{(1+i)^j}$$
$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

3.3. Población, muestra y muestreo.

Población

Conjunto de individuos que se encuentran en una locación demográfica o momento determinado y clasificados por diversas características o condiciones en la que estas se relacionan (GÓMEZ, et al., 2016 pág. 203). La población de estudio considerada se basó en un informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021).

Tabla 01: Población Económicamente Activa Ocupada de Lima

Provincia	Total Población
Lima	4'438 600

Fuente: Elaboración Propia

Se ha considerado a la población económicamente activa ocupada formada por estudiantes y trabajadores de la provincia de Lima. Estos totalizan 4'438 600 habitantes. La misma se muestra en el **Anexo 02**.

Criterios de Inclusión: Se incluyó a la PEA ocupada de trabajadores y estudiantes. Mayores de 14 años.

Criterios de Exclusión: No se incluyeron a estudiantes menores de 14 años.

Muestra

Parte de un sector de la población donde se llevará a cabo el estudio del proyecto, para hallar la muestra se tienen fórmulas que permiten estimar la cantidad de la población objetivo requerido para el estudio. (SAMPIERI, et al., 2014 pág. 173).

Para la muestra del proyecto se consideraron a 200 personas; de esto 100 personas que se encontraban trabajando por la modalidad de teletrabajo o yendo a oficina, y 100 estudiantes de distintas instituciones que venían haciendo clases remotamente.

Muestreo

Es la técnica cuyo propósito es la elección de parte de la población a ser analizada. Se debe obtener que esta sea representativa respecto a la población y las características de la población objetivo de importancia en la investigación. (OTZEN, y MANTEROLA 2017 pág. 228). En la investigación utilizamos el muestreo no probabilístico a conveniencia del investigador pues no se tenía un marco muestral.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Son diversos procedimientos prácticos y operativos que permiten obtener la información necesaria en relación a los objetivos propuestos. Las más aplicadas y efectivas son las encuestas, entrevistas y el análisis documental (SÁNCHEZ, et al., 2020) .Para la investigación se optó por la encuesta; esta ayudó a recabar información de la aceptación del producto en el mercado.

Instrumento

Se enfoca en la calidad de la información y es usado por el investigador para seleccionar y registrar los datos de su investigación. (FALCÓN, et al., 2019 pág. 11). El instrumento utilizado fue el cuestionario y permitió conocer las preferencias del mercado objetivo e identificar a quiénes va a ser nuestros potenciales clientes.

Validez

Para validar los instrumentos de la investigación se utilizó un cuestionario. Este fue sometido al juicio de expertos por docentes de la Universidad César Vallejo.

Tabla 02: Juicio de expertos

N ^a	DATOS	PERTENENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD
1	Ing. Benítez Rodríguez, Leónidas	SI	SI	SI
2	Mg. Rodríguez Alegre, Lino	SI	SI	SI
3	Mg. Escobar Carmelo, Keny	SI	SI	SI
TOTAL		SI	SI	SI

Fuente: Elaboración Propia

Confiabilidad

(IBARRA, et al., 2018) señala que la confiabilidad de una investigación identifica el nivel de evidencia y precisión de los instrumentos aplicados y la coherencia que

brindan con el objetivo de estudio (p.1). La confiabilidad del instrumento se validó con la prueba del Alfa de Cronbatch. La prueba piloto se muestra en el **Anexo 03**.

Tabla 03: Estadística de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,787	16

Fuente: Elaboración Propia

La confiabilidad obtenida fue de nivel alto y se detalla en la **tabla 03** y en la tabla del **Anexo 04**.

3.5. Procedimientos.

El proyecto de investigación fue dividido en las 3 etapas siguientes:

Primera etapa: Se basó en la búsqueda de información relevante donde se utilizó tesis de diferentes autores, revistas y artículos científicos, entre otras herramientas de apoyo enfocado a la oportunidad de negocio detectada en este proyecto, la cual se desarrollara con la estructura de la realidad problemática, la formulación del problema, justificación, los objetivos y el marco teórico, En este último se encontraron los antecedentes nacionales e internacionales y las definición de las variables.

Segunda etapa: Comprendió el diseño metodológico. En ella se tiene la definición del enfoque, el nivel y diseño empleados en la investigación. Con la matriz de operacionalización se detallaron las variables y se definieron las dimensiones esto es: las viabilidades de mercado, técnica, legal y organizacional, así como la viabilidad económica financiera. Finalmente, se detalló la población de estudio, la muestra, el muestreo y las técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de datos.

Tercera etapa: Luego de la validación del instrumento de medición por el juicio de expertos, se aplicó la encuesta para determinar la demanda potencial del producto procediéndose, luego, al desarrollo del plan de negocio propuesto. Finalmente, se elaboraron las conclusiones y recomendaciones.

3.5.1 Análisis de Mercado

Aspectos Generales

Producto: Cojines de espuma hiper soft “Sit Well”

Definición del producto: Producto ergonómico fabricado con espuma hiper soft, altamente confortable y adaptable a cualquier silla distribuyendo mejor los puntos de presión ayudando a mejorar la circulación. Brinda comodidad y seguridad al sentarse contrarrestando cualquier malestar en la zona lumbar que pueda trabajar y estudiar durante la jornada completa. La cobertura de mercado que se pretende es el de Lima.

Especificaciones: Confeccionado por operarios calificados cumpliendo con todos las normas y protocolos para garantizar la seguridad de los colaboradores.

Mercado Objetivo: Estudiantes y trabajadores que permanecen sentados durante largas horas frente a un computador los que genera molestias lumbares.

Ventaja diferencial: confortable y adaptable a cualquier tipo de silla.

Calidad: Producto manufacturado con la mejor espuma hiper soft y tela de calidad, para un mejor estilo de vida.

La propuesta de negocio surgió pues se observó cómo oportunidad de negocio a las personas que estudian y trabajan de manera remota y permanecen por muchas horas sentados frente al computador lo que ha generado diversos problemas lumbares. Frente a esto se vio la oportunidad de producir cojines de espuma adaptables a cualquier silla del hogar y así las personas se sientan cómodas, mientras se encuentran realizando estas actividades.

Las alteraciones musco-esqueléticas son lesiones que comprende un amplio número de síntomas y signos que pueden afectar diferentes zonas como el cuello, brazos, espalda y manos. Estas alteraciones empiezan de menos a más y pueden afectar seriamente la salud y el desempeño del trabajador. Esto, mayormente se debe a las malas posturas en actividades remotas (TEJADA, y REYES, 2020 pág. 1)

Nuestro cojín hecho de espuma hiper soft busca que estos problemas lumbares no sean frecuentes ayudando a que las personas puedan realizar mejor sus actividades estudiantiles o laborales durante periodos prolongados. El Modelo de negocio a seguir será el de Canvas. Sus detalles se muestran a continuación.

Tabla 04: Modelo Canvas.

Sit Well Modelo de Canvas

Socios claves	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
Proveedores de materia prima	Producción y comercialización	Producción y venta de cojines adaptables a cualquier tipo de asiento.	Atención rápida y eficaz	Estudiantes
Proveedores de maquinaria	Ventas utilizando las redes sociales (E-commerce)	Cubrimos la necesidad de clientes que se encuentran laborando y estudiando frente a un computador y presentan problemas lumbares.	Promociones en días especiales a través de campañas publicitarias	Trabajadores en home office u oficina
Tiendas por departamento	Atención y solución inmediata ante los reclamos o requerimientos de los clientes	Cojines con espuma HIPER SOFT altamente confortables.		
Compañías de equipo de cómputo				
Estructura de costos		Canales de venta		Fuentes de ingresos
Costos de producción		Tiendas por departamento		Por las ventas del producto
Costos de ventas		Página web y redes sociales		
Utilidad		Delivery		

Fuente: Elaboración Propia.

(MTPE, 2020) menciona que la ergonomía sirve para estudiar las características, capacidades, necesidades y habilidades de las personas y analizar los aspectos que afectan al diseño de producto o procesos de fabricación que utiliza la persona en su centro de labores sea este presencial o remoto. El beneficio es que el individuo tenga un mejor confort y un producto saludable para un mejor rendimiento.

Características del producto

- Composición: 100%Tela lona de algodón y Goma espuma Hiper Soft.
- Color: Rojo, Plomo, Azul, Negro.
- Cierre: Plástico en solapas.

- Medidas: 45cm x 45cm / 18 cm
- Marca: "Sit Well"
- Modelo: Cojín
- Costuras triples reforzadas.

Detalles adicionales se muestran en la ficha técnica del producto Anexo 14.

Beneficios del producto

El hacer uso de un cojín ergonómico brinda, además de la comodidad, lo siguiente:

- Es adaptable para cualquier tipo de silla o asiento.
- Mejora la postura en la zona lumbar.
- Alivia dolores musco-esqueléticos, evitando el cansancio.
- Se amolda a tu cuerpo activando los músculos para poder trabajar sentado por un periodo largo de horas, previniendo lesiones.
- Previene y alivia la presión sobre la cadera, evitando llegar a una ciática.

Tipo de bien

- Por su grado de escasez: Bien económico
- Por su funcionalidad: Bien de consumo
- Por grado de transformación: Bien final
- Por facilidad de acceso: Bien privado
- Por su elasticidad: Bien normal (a mayor precio, menor demanda).

Análisis de la demanda:

Aspectos Generales

El análisis identificó el mercado al cual fue dirigido el producto; las personas mayores de 14 años que tienen jornadas de trabajo o estudio prolongadas, y residen en Lima y manifiestan dolores en la zona lumbar por el prolongado tiempo frente al computador.

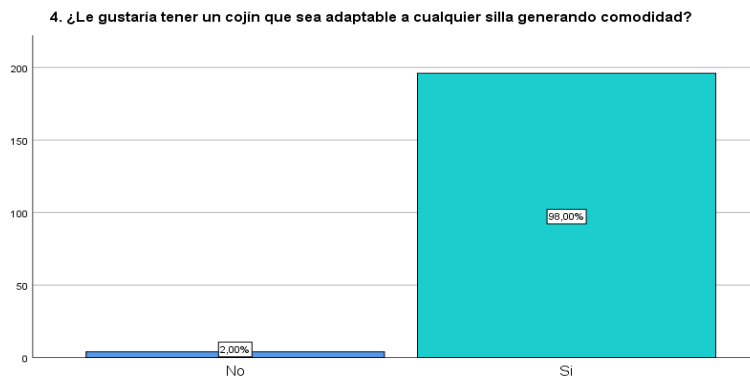
Perfil del consumidor

La encuesta del perfil del consumidor de INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual) identificó que los usuarios de productos ergonómicos ponen atención para adquirirlo como leer las etiquetas del producto e informarse de los materiales que tiene. En la mayoría de los casos realizan estas acciones por precaución y satisfacer sus expectativas respecto a un producto adaptable y confortable, además de comparar precios, diseños, y otros. (DPC, 2017)

La investigación de mercado permitió conocer las tendencias respecto a la aceptación del producto. Su acogida fue positiva por ser un producto innovador y adaptable.

A la pregunta sobre si le gustaría contar con un cojín adaptable a cualquier silla que brinde comodidad, el 98% de encuestados mostró su preferencia por nuestro cojín. De los resultados podemos inferir que hay una demanda potencial por el producto.

Figura 03: Preferencia del consumidor.



Fuente: Elaboración propia.

Población PEA ocupada

La PEA ocupada a considerar comprende a las personas mayores de 14 años que se encuentran trabajando y estudiando de los distritos de Lima Metropolitana. La

información de referencia ha sido obtenida del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) del año 2021, y esta asciende a 4'438 600 personas.

Para estimar la demanda potencial del proyecto consideraremos la tasa de crecimiento promedio de la PEA ocupada del 1,6% que ha sido estimada por el MEF. en el 2019.

Tabla 05: Población estimada de la Zona de Influencia.

Año	PEA OCUPADA LIMA (Mayores de 14 años)
2021	4,438,600
2022	4,509,618
2023	4,581,771
2024	4,655,080
2025	4,729,561
2026	4,805,234
2027	4,882,118
2028	4,960,232
2029	5,039,595
2030	5,120,229
2031	5,202,153

Fuente: Elaboración Propia.

Segmento objetivo

La población a la cual se va atender son los estudiantes y trabajadores mayores de 14 años que presentan problemas lumbares producto de las horas que pasan sentados frente a un computador.

Características del segmento objetivo:

- **Demográfica;** personas mayores de 14 años
- **Sociocultural;** De los diferentes niveles socioeconómicos.
- **Psicográfica;** aquellos que estudian, hacen trabajo remoto o de oficina que y buscan comodidad mientras realizan sus labores.
- **Geográficas;** Los que residen en la ciudad de Lima

Proyección de la demanda

Dado que se considera que el producto y la empresa son nuevos en el mercado y que los futuros clientes potenciales son una población mayor a nuestra oferta, se estima que durante el periodo del primer año en funcionamiento se atenderá el 1.5 % del mercado potencial, con proyecciones de 5% del crecimiento anual durante el periodo de los 10 años posteriores de funcionamiento. Esto quiere decir que durante el primer año se estará atendiendo al 1.5% del mercado potencial, alcanzando al décimo año una participación del 2.02%.

Es por ello que se señala lo siguiente:

Tabla 06: Proyección de la demanda.

Año	PEA OCUPADA LIMA (Mayores de 14 años)	Con acceso a internet (63.3%)	Personas que realizan actividad remota (61.2%)	Participación en el Mercado	MERCADO REAL
2021	4,438,600				
2022	4,509,618	2,854,588	1,747,008	1.50%	26,205
2023	4,581,771	2,900,261	1,774,960	1.55%	27,515
2024	4,655,080	2,946,666	1,803,359	1.60%	28,891
2025	4,729,561	2,993,812	1,832,213	1.66%	30,336
2026	4,805,234	3,041,713	1,861,528	1.71%	31,852
2027	4,882,118	3,090,381	1,891,313	1.77%	33,445
2028	4,960,232	3,139,827	1,921,574	1.83%	35,117
2029	5,039,595	3,190,064	1,952,319	1.89%	36,873
2030	5,120,229	3,241,105	1,983,556	1.95%	38,717
2031	5,202,153	3,292,963	2,015,293	2.02%	40,653

Fuente: Elaboración propia con información del INEI.

Esto indica que a un periodo de 10 años de funcionamiento la empresa se proyecta atender a 329,605 personas, tal y como se aprecia en el siguiente cuadro resumen.

Tabla 07: Resumen de proyección de la demanda.

Año	DEMANDA A ATENDER
2022	26,205
2023	27,515
2024	28,891
2025	30,336
2026	31,852
2027	33,445
2028	35,117
2029	36,873
2030	38,717
2031	40,653
Total	329,605

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 08: Resumen de segmentación de mercado.

Resumen de la Demanda	
Tipo de demanda	DEMANDA A ATENDER
Mercado Total	52,924,191
Mercado Potencial	18,783,124
Mercado Real	329,605

Fuente: Elaboración Propia.

Variables que afectan la demanda

a) Promoción.

Es una variable imprescindible para llegar al público objetivo, brindándole las promociones necesarias que influirán en su compra, generando un impacto positivo en las ventas de nuestro cojín, permitiéndole posicionarse en el mercado.

b) Precio.

Esta variable se involucra directamente con la demanda del mercado de nuestro cojín, debido que es un cojín de espuma hiper soft con una propuesta diferente a cualquier otro que se tenga en casa. Por ello que el precio será accesible y nos permitirá competir con otras marcas del mismo rubro.

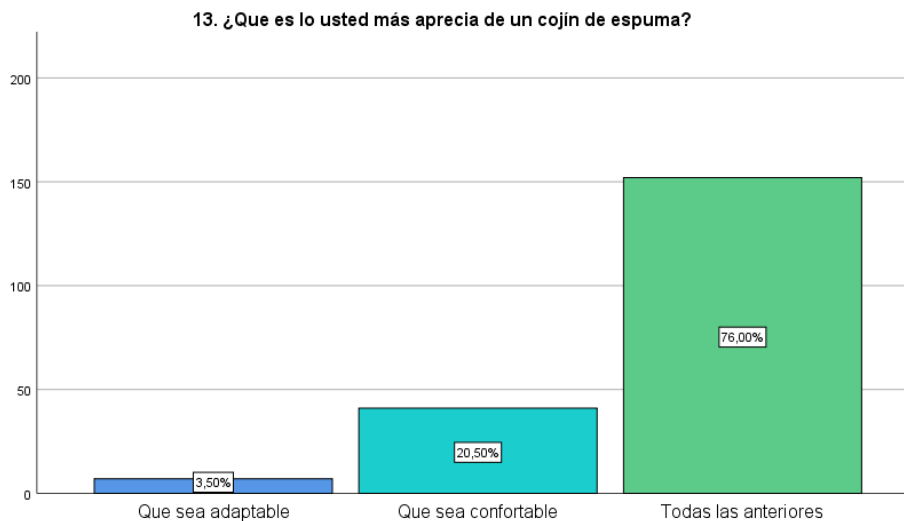
c) Preferencias.

En esta variable podemos percibir las preferencias del consumidor al elegir un cojín, sobre todo tener en cuenta el motivo del porque lo comprarían según su necesidad, debido a que permanecen varias horas frente al computador, de acuerdo a los atributos que encuentre en producto, tomaran la decisión de adquisición.

Preferencias del consumidor

- **Estilo del producto:** Se decidió que el cojín al ser un elemento a utilizar por varias horas, este tiene que ser confortable y adaptable a cualquier asiento que tenga el usuario, ya que el 76% de los encuestados indicó el estilo con el cual deben contar estos cojines.

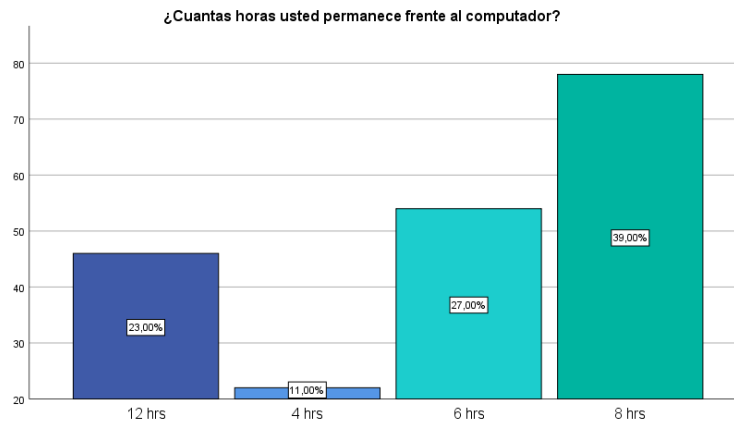
Figura 04: Estilo Producto



Fuente: Elaboración propia.

-**Tiempo de actividad frente al computador:** Un 39% de los encuestados permanecen 8 hrs frente al computador, frente al 27% y 23% que permanecen entre 6 y 12 horas respectivamente. Sólo un 11% indican que permanecen 4 hrs.

Figura 05: Actividad frente al computador.



Fuente: Elaboración propia.

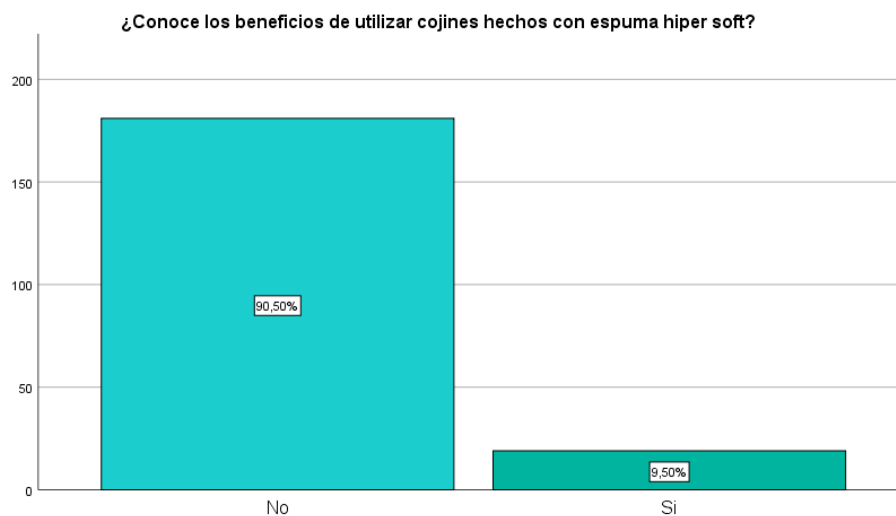
Tabla 09: Porcentaje Acumulado.

RANGO	%	% Acumulado
4 hrs	11%	11%
6 hrs	27%	38%
8 hrs	39%	77%
12 hrs	23%	100%
TOTAL	100%	

Fuente: Elaboración propia.

- **Beneficios de utilizar cojines de espuma hiper soft:** Según la encuesta realizada el 90.5 % de las personas no conoce los beneficios de usar este producto.

Figura 06: Beneficios de utilizar cojines



Fuente: Elaboración propia.

Análisis de la oferta:

Identificación de la competencia

El mercado de venta de cojines con respecto al análisis de competencia está sujeto a los cojines decorativos para la casa, el Departamento de inteligencia de Mercado (Perú, 2019) indica que los productos textiles son muy apreciados en el extranjero.

Actualmente, no hay una empresa dedicada a los cojines que brinden comodidad al momento de pasar largas jornadas sentados, pues la mayor parte de personas que demanda estos productos se encuentran trabajando y estudiando; y aunque no se tiene ninguna marca que solo fabrique o se especialice en este tipo de producto, tomaremos como competidores directo a una empresa que recién se encuentra iniciando y no se encuentra posicionada en el mercado.

Respecto a la competencia indirecta, estas serán aquellas marcas que tienen en los cojines tradicionales o decorativos a su producto principal y que cuentan con la preferencia del público objetivo pero que no cuentan en su oferta con cojines de espuma HIPER SOFT de alta calidad.

COMPETENCIA DIRECTA:

El producto a producir serán cojines confortables y adaptables al cuerpo. En esta línea de brindar comodidad a las personas que vienen permaneciendo un periodo prolongado de tiempo sentado, el principal competidor es Offincasa.

Offincasa es un emprendimiento que nació a raíz de la pandemia, se encarga de la comercialización de productos ergonómicos que brindan comodidad para las diferentes actividades que realizan en casa.

El producto que ofrecen que compite directamente con el nuestro es el cojín asiento.



COJIN DE ASIENTO S1 - VELVET

42% de descuento	Envío gratis
Precio Real	S/169.00
Precio Oferta	S/98.00
Ahorras	S/71.90

*Aplican condiciones de envío

DIMENSIONES

ANCHO	45 cm
LARGO	35 cm
ALTO	7 cm

A) VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA COMPETENCIA

Al realizar este estudio y ser una empresa nueva en el mercado se observó las ventajas y desventajas de la competencia:

Tabla 10: Ventajas y desventajas de Offincasa

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> Alianzas con empresas para brindar descuentos en sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> Vida útil del producto 6 meses
<ul style="list-style-type: none"> Venta de diferentes productos ergonómicos. 	<ul style="list-style-type: none"> No tiene tienda física
<ul style="list-style-type: none"> Pago contra entrega 	<ul style="list-style-type: none"> Precios altos
<ul style="list-style-type: none"> Página web bien detallada 	<ul style="list-style-type: none"> No se adapta a cualquier asiento

Fuente: Elaboración propia.

B) COMPETENCIA INDIRECTA:

Tabla 11: Competencia Indirecta

PRINCIPAL COMPETENCIA	PRODUCTOS A OFRECER	UBICACIÓN	PRECIO ESTIMADO
CASA & ESTILOS	Cojines y Almohadas	Página web, centros comerciales y redes sociales.	S/40.00
PROMART	Cojines y Almohadas	Página web, centros comerciales y redes sociales.	S/45.00
NOVO ESPUMAS	Cojines y Colchones	Página web, centros comerciales y redes sociales.	S/35.00
DECO TAPIZADOS FLORES	Cojines y Muebles	Página web, centros comerciales y redes sociales.	S/30.00

Fuente: Elaboración Propia

- CASAS Y ESTILOS:** Es una empresa que se adapta a las necesidades y el presupuesto de sus clientes, productos de decoración para el hogar (cojines decorativos y almohadas). Sus productos son dirigidos a todos los niveles socio económico pues sus precios son accesibles para el público en general.

- **PROMART:** Su público objetivo son las amas de casa y a su vez todo lo que tiene que ver en construcción. Sus precios son muy accesibles por lo cual todos los sectores económicos son aptos de adquirir sus productos (cojines decorativos y almohadas).
- **NOVO ESPUMAS:** es una tienda Distribuidora de Productos Paraíso del Perú. Son unas de las tiendas más reconocidas por sus clientes, por la variedad de diseños en sus cojines y espumas que utilizan para hacer sus cojines (cojines decorativos y colchones). Sus precios son cómodos, y pertenecen al sector A, B Y C.
- **DECO TAPIZADOS FLORES:** es una empresa peruana dedicada a la confección y ventas de muebles, almohadas, cojines con diferentes diseños para el gusto del cliente. Están dirigidos al sector B Y C, los cuales tienen más accesibilidad a adquirir cada uno de sus productos.

C) BIENES SUSTITUTOS

Tabla 12: Productos sustitutos

EMPRESAS	SUSTITUTOS
Mercado Libre	Cojines Artesanales
Promart	Cojines y Almohadas decorativas
Novo Espumas	Almohadas y petates espumosos
Deco Tapizados Flores	Cojines Personalizados
Mano Mano	Cojin Ortopedico - Cojin Punto negro

Fuente: Elaboración propia.

La amenaza de productos sustitutos tiene efectos observables que incitan a represalias. siendo estas dependientes. Si la guerra comienza por el precio variable, esto sería un juego suma cero. La rivalidad intensa es el resultado de diferentes factores estructurales que interactúan.

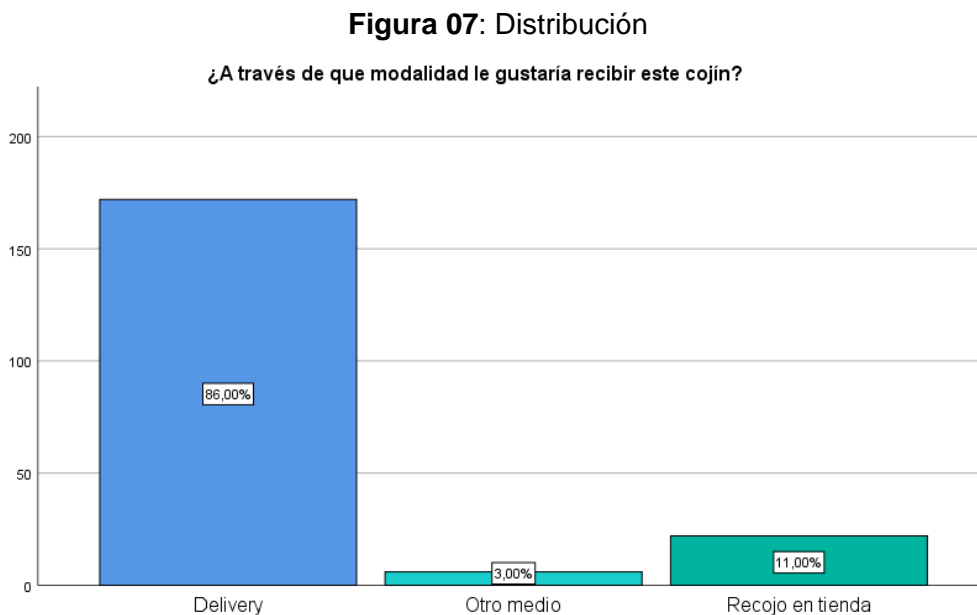
De tal forma que SIT WELL ofrece un producto atractivo adaptable a cualquier silla que busca satisfacer esta necesidad de poder sentirse cómodos mientras realizan sus actividades, evitando futuros problemas lumbares. por ello decimos que en la actualidad” SIT WELL” siendo un cojín de espuma tiene muchos sustitutos, ya que el consumidor puede reemplazar el producto por una almohada, un cojín decorativo. Si bien no resultan ser un producto que satisfaga esa necesidad, sus atributos lo convierten en un producto sustituto.

Podemos observar algunas empresas que brindan productos sustitutos para Sit Well:

Análisis de la comercialización:

-Distribución:

Así mismo, se considerará la venta por delivery, ya que el 86% de los consumidores potenciales, prefieren la entrega por este medio, es así que por compras mayor a 3 productos la entrega será gratuita, en caso sea sólo un cojín, el costo será asumido por el comprador de acuerdo a la distancia en la que se encuentre.



Fuente: Elaboración Propia.

El 14% restante, sería atendido en las opciones mencionadas anteriormente o tiendas por departamento.

Se considera aplicar una estrategia de distribución profunda, pretendiendo posicionar el producto en la mayor cantidad de lugares posibles.

Estrategia de comercialización

SIT WELL, busca ser competitiva en el mercado al que va entrar por lo que pone en marcha el aplicar las 4p para detallar de manera integral y completa el funcionamiento de nuestra empresa

Como nueva empresa en el mercado, SIT WELL; busca captar y atraer nuevos clientes satisfaciendo sus necesidades, de esta manera generar una fidelidad con ellos, por eso establecemos los siguientes objetivos:

- Establecer una presencia mediante nuestras redes sociales, donde se informe al público sobre los nuevos cojines "Sit Well".
- Generar comunicación directa con nuestros clientes de manera estratégica y eficaz, interactuando con ellos.

a) Producto

Nuestros cojines son de espuma hipersoft, altamente comfortable, la cual se adapta al contorno del cuerpo distribuyendo mejor los puntos de presión lo que ayuda a una mejora de la circulación, generando comodidad al utilizarla en cualquier asiento y con nuestra tela, ayudamos al medio ambiente, esto da un plus a nuestros cojines, nos preocupamos porque el cliente se siente y se sienta bien.

Las características de nuestro cojín SIT WELL son las siguientes:

- Los colores disponibles de cojines que ofreceremos serán: azul, rojo, plomo y negro.
- La medida del cojín es de: 45 cm largo x 45 cm ancho, con altura de 18 cm en la zona lumbar.

Nuestros cojines que ofrecemos, facilitaran la vida de muchos de los estudiantes y trabajadores que se encuentran haciendo sus actividades de manera remota, Además tiene una medida alta en la zona lumbar, la cual brindará una mayor comodidad al momento que se siente, ayudando con su postura y sintiéndose cómodos al estar sentados por mucho tiempo, cabe recalcar que podrás adaptar a cualquier asiento que tengas en tu hogar. La ventaja que tiene este producto es que por más horas que se pase sentado, no perderá su forma luego de usarlo.

En la encuesta realizada los clientes buscan, un cojín con el que puedan sentirse cómodos realizando sus actividades por largas horas, que sea de buena calidad y que tenga un buen precio, ese es el motivo por el que comprarían el cojín.

Figura 08: Diseño del producto



Fuente: Elaboración Propia

b) Precio:

Nuestros cojines contarán con un precio accesible para los consumidores potenciales, el precio va en relación al material invertido y el trabajo realizado, según la encuesta

analizamos diferentes tipos de precios, cuenta con un cojín en casa, pero este no satisface la necesidad del cliente, a diferencia de SIT WELL que cumple con esta necesidad. Cabe resaltar que en la fijación del precio que se ha tomado en cuenta la encuesta realizada, ya que brindamos un producto de calidad.

En referencia a la encuesta, los clientes prefieren en un cojín que le brinde comodidad y adaptabilidad, por lo que el costo del producto es de S/66.00, pues nuestros cojines no son decorativos como los de la competencia, sino que busca satisfacer sus necesidades. En este precio no se incluye el delivery que se establecerá en función al lugar de domicilio del cliente.

Tabla 13: Estructura de Costos

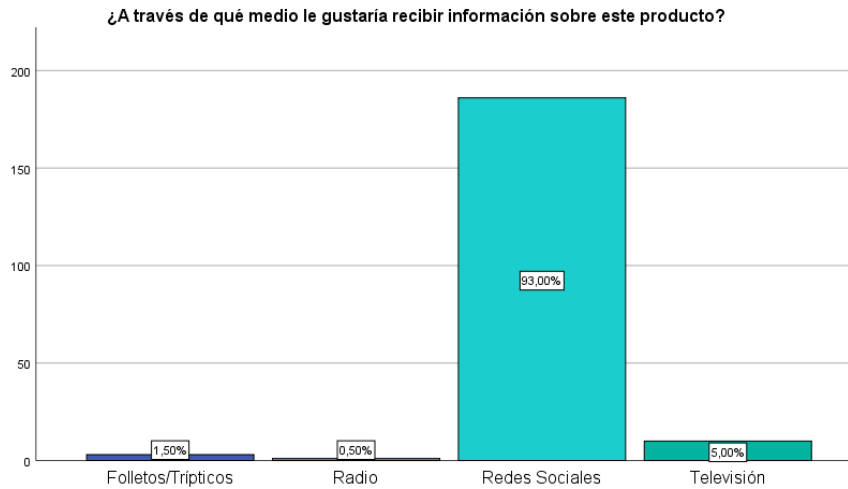
Estructura de Costos		
Costos de Producción	S/	41.28
Margen de ganancia	S/	24.24
Precio de Venta	S/	66

Fuente: Elaboración Propia

c) Promoción:

En esta etapa nos apoyamos en el estudio de mercado, en el cual tomaremos en cuenta la opción en la cual prefieren recibir información del producto, eso quiere decir a través de que medio publicitario llegaremos a nuestros potenciales clientes, el cuál será redes sociales y página web.

Figura 09: Redes sociales.



Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar en el resultado obtenido mediante la encuesta que nuestros clientes potenciales prefieren recibir información mediante las redes sociales, esto debido al crecimiento del mundo digital en los últimos tiempos.

Con referencia a como enfocaremos la publicidad a través de nuestras redes sociales y página web, en base a nuestro estudio de mercado, llegaremos al consumidor a través del vínculo del bienestar de su salud con la ergonomía ocupacional, y como cuidarla a través de un producto que cubra esta necesidad.

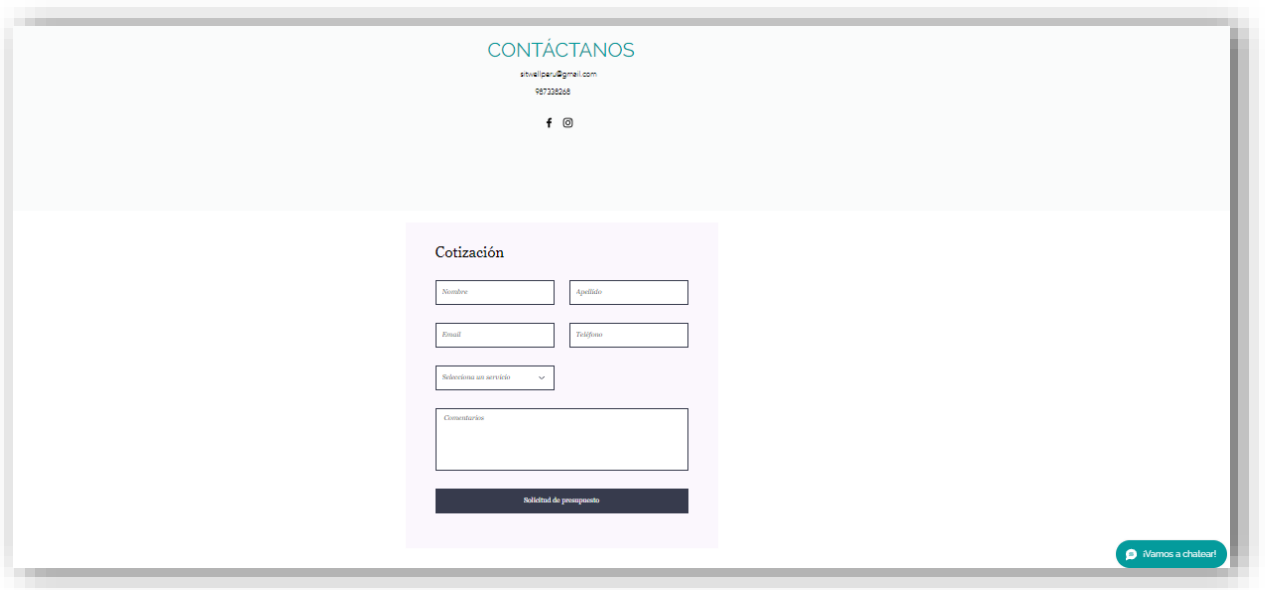
Fase de pre lanzamiento: Nos enfocaremos en desarrollar videos de las molestias más comunes que tienen al permanecer varias horas sentados frente a un computador y que ocasiona a largo plazo. Y de como pronto descubrirán un producto que le ayudará a sentirte más cómodo y evitar esas molestias que le causa estar sentado.

Fase post lanzamiento: Se seguirá buscando captar clientes y fidelizarlos, estaremos enfocados en la propaganda a través de nuestras redes sociales como el Facebook, Instagram y la página web la cual permitirá la visualización del producto ofrecido por SIT WELL. También se realizarán concursos, sorteos virtuales, entre otros juegos y

actividades para atraer potenciales clientes. Por otro lado, se puede establecer promociones en fechas por campaña.

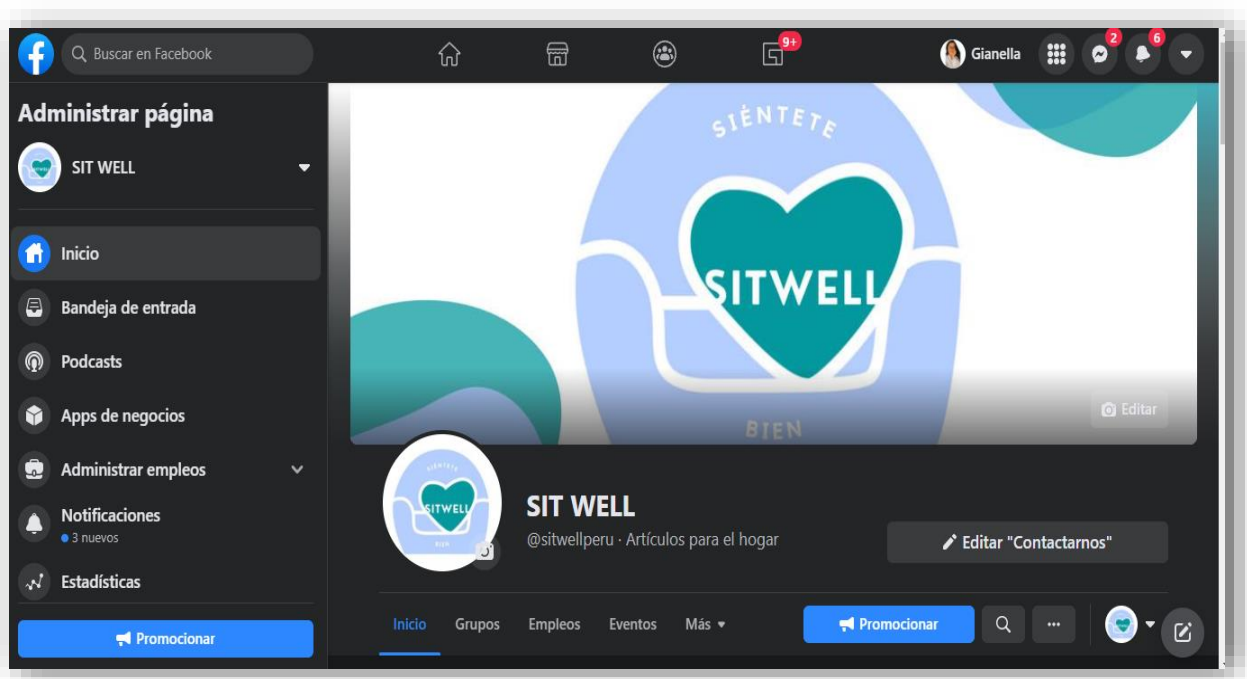
Figura 10: Página Web “Sit Well” <https://sitwellperu.wixsite.com/website-1>





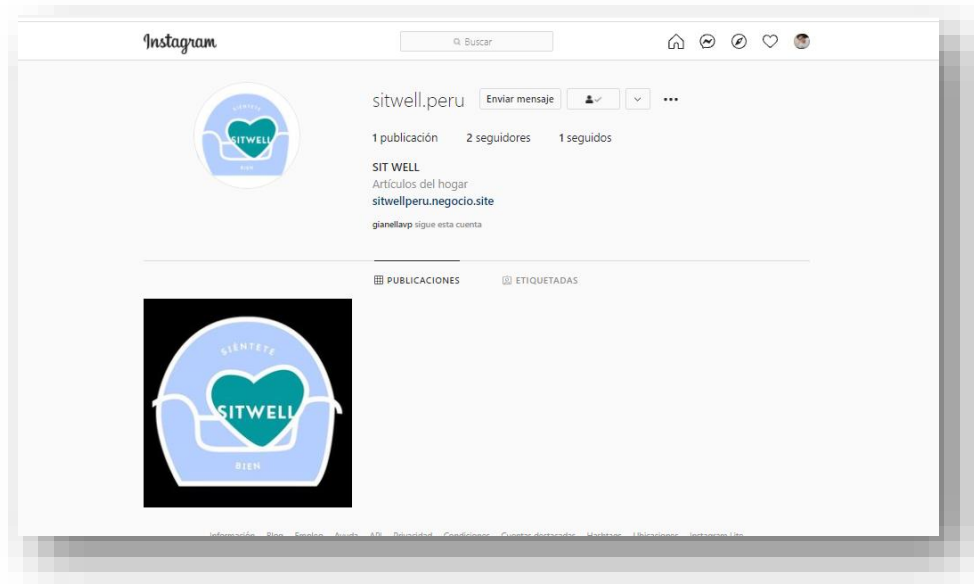
Fuente: Elaboración propia.

Figura 11: Facebook "Sit Well" @sitwellperu



Fuente: Elaboración propia.

Figura 12: Instagram “Sit Well” @sitwell.peru



Fuente: Elaboración propia.

d) Plaza:

Se llegará al cliente a través del e-commerce pues no se cuenta con una tienda de exhibición, se estableció este servicio. Por la encuesta que se generó, ya que todos los usuarios optaron por esta medida.

Por otro lado, la distribución será a través del delivery en un plazo de 48 horas después de realizado el pedido o en el plazo que establezca el cliente. También se atenderá en la empresa cuando el cliente opte por su recojo en esta previa coordinación con el área específica.

A continuación, se muestra el cuadro tarifario por zonas:

Tabla 14: Tarifario por zonas.

N°	DISTRITOS	ZONA	TARIFARIO	
1	Carabaylo	Norte	S/	7.00
2	Puente Piedra			
3	Ancón			
4	Comas			
5	Los Olivos			
6	San Martín de Porres			
7	Independencia			
8	Villa María del Triunfo	Sur	S/	12.00
9	San Juan de Miraflores			
10	Villa el Salvador			
11	Chorrillos			
12	Santiago de Surco			
13	Lurín	Este	S/	12.00
14	Ate			
15	La Molina			
16	Santa Anita			
17	San Juan de Lurigancho			
18	El Agustino			
19	Lurigancho - Chosica	Centro	S/	10.00
20	Rímac			
21	San Luis			
22	Cercado			
23	La Victoria			
24	Jesús María			
25	Pueblo Libre			
26	San Miguel			
27	Surquillo			
28	San Borja			
29	San Isidro			
30	Miraflores			
31	Lince			
32	Magdalena	Callao	S/	8.00
33	Ventanilla			
34	Callao			
35	Carmen de la Legua			
36	La Perla			
37	La Punta			
38	Bellavista			

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, también se considera que, para obtener una buena distribución de los productos finales, SIT WELL se encontrará en un punto estratégico donde la materia prima llegara con fácil acceso para su producción, además la zona es muy transitada y sobre todo queda muy cerca de una avenida principal (Av. Universitaria), por último, también quedara cerca de las universidades UPN, UCH, CESAR VALLEJO y UTP, las cuales en un futuro también se realizara la promoción.

En un futuro se buscar generar alianzas estratégicas con tiendas departamentales, para que ofrezcan nuestro producto en su sector hogar, o en el área de ventas de laptops o computadoras.

Mercado Proveedor

Los proveedores propuestos para los insumos principales que se han visto como opción y con las cuales se busca brindar un buen impacto significativo con respecto al crecimiento de esta serán las siguientes:

Estos proveedores nos brindaran los recursos que se necesita para la producción de los cojines, el trato será de manera directa, la adquisición de los materiales podría ser de manera presencial o caso contrario ellos realizan el envío hasta nuestro taller de confección.

Es así como se tendrá como proveedor principal a la empresa GOMAESPUMA DEL PERÚ S.R.L. ubicada en el distrito de San Martín De Porres, la cual nos brindará los materiales de tipo de espuma HIPER SOFT para la producción de estos asientos, así mismo ellos nos llevarán dichos materiales al taller de producción considerando los costos por materia prima y de envío.

También contaremos con proveedores de telas que serán PERU IMTEX S.A.C. ubicada en el Cercado de Lima, debido a su trayectoria y buena calidad nos proveerán de estos materiales para poder realizar las confecciones de los cojines. Así mismo, contaremos con la empresa MULTIHILOS S.A.C. quien nos brindara los accesorios para la producción como hilos agujas entre otros.

PRODUCTO	PROVEEDOR	DETALLE
Tela lona de algodón	PERÚ IMTEX S.A.C	Marcas que tienen más de 10 años en el mercado, dan precios accesibles a nuevos emprendimientos, su calidad es muy buena, además nos brindan el servicio de entrega a almacén.
Etiquetas	DETE PERÚ S.A.C.	
Espuma Hiper Soft	GOMA ESPUMA DEL PERÚ S.R.L.	
Hilos y accesorios	MULTIHILOS S.A.C	
Bolsas ecoamigables	UNIBAG PERU SAC	

Finalmente, la empresa no terceriza servicios administrativos, ya que los mismos socios cumplirán esa labor

Objetivos estratégicos

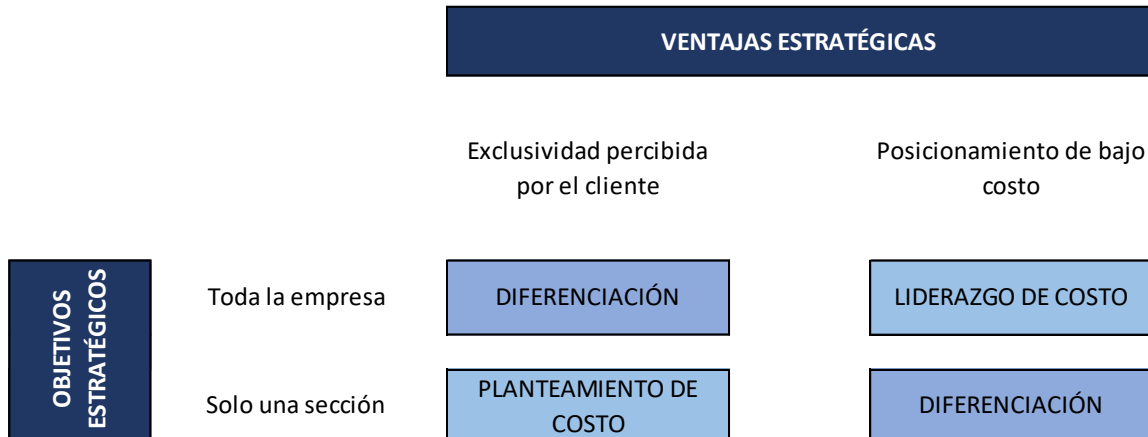
BALANCE SCORECARD (BSC)

BALANCE SCORECARD	PERSPECTIVA FINANCIERA			
	Aumentar la rentabilidad	Aumentar la participación del mercado	Llegar a la ventaS trazadas	Reducir costos
	PERSPECTIVA DEL CLIENTE			
	Generar confianza en el cliente para su fidelización	Brindar un excelente servicio	Cumplir con la expectativas del consumidor	Lograr satisfacer la necesidad requerida
	PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS			
	Realizar alianzas estratégicas y canales de distribución	Mejorar la calidad de nuestro productos y procesos	Integrar mejores herramientas para la productividad	Gestionar la innovación para el desarrollo de nuevos productos
	PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO			
	Desarrollar capacidades organizacionales	Comprometer al equipo de trabajo	Motivar el equipo de trabajo	Escuchar la ideas de mejora

Estrategia Genérica:

Diferenciación de producto: SIT WELL, es una empresa que produce cojines de espuma, esta se diferencia de la demás por la calidad de sus materiales, la cual se adapta perfectamente a cualquier asiento y este permite se marquen los puntos adecuados para una gran comodidad. Los beneficios del cojín nos dejarán reducir el

dominio del cliente frente a probables negociaciones de precio. Asimismo, tenemos cierta ventaja al ser un producto enfocado directamente a esta necesidad del cliente a comparación de nuestros competidores, ya que nos diferenciamos por los beneficios que brinda la espuma hiper soft a nuestro cojín.



PROMOCION Y PROPAGANDA

Cabe mencionar que el cojín será promocionado de acuerdo a los diferentes productos similares en el mercado, lo cual resalta sus detalles específicos ofreciendo la comodidad que las personas necesitan al estar realizando actividades de manera remota, disminuyendo así niveles de estrés y dolores lumbares por ser un producto ergonómico, esto impactará de manera positiva en la salud de las personas. De esta forma se pretende lograr la captación de nuestros consumidores potenciales ofreciéndoles una opción real de compra.

Para ello se ha considerado realizar una publicidad online, la cual mediante las redes sociales se realizará la comercialización de este producto llegando de manera digital a distintos clientes de Lima, además de ello publicitar dentro de los grupos de compra y venta que existen como intermediario de llegada a clientes potenciales en las redes sociales.

En supermercados:

- Presentar la propuesta comercial a las tiendas por departamentos.
- El producto debe contar con su código de registro (QR).
- Negociar con la tienda por departamento.
- Tener una buena presentación y una buena acogida del producto.
- Esperar la respuesta de las tiendas por departamento para poder dar ingreso al producto.

Figura 13: Etiqueta código QR.



Fuente: Elaboración Propia

Con delivery:

El delivery será gratuito dependiendo de la cantidad de compra.

Cantidad (Q)	Costo adicional (+S/)
De 1 a 4 cojines	De S/. 7.00 a S/.12.00 soles dependiendo el distrito
De 5 a mas	El delivery es gratis

Horario del delivery:

Lima Norte	Lunes – miércoles
Lima Sur	Martes - jueves
Lima centro y Callao	Viernes - sábados

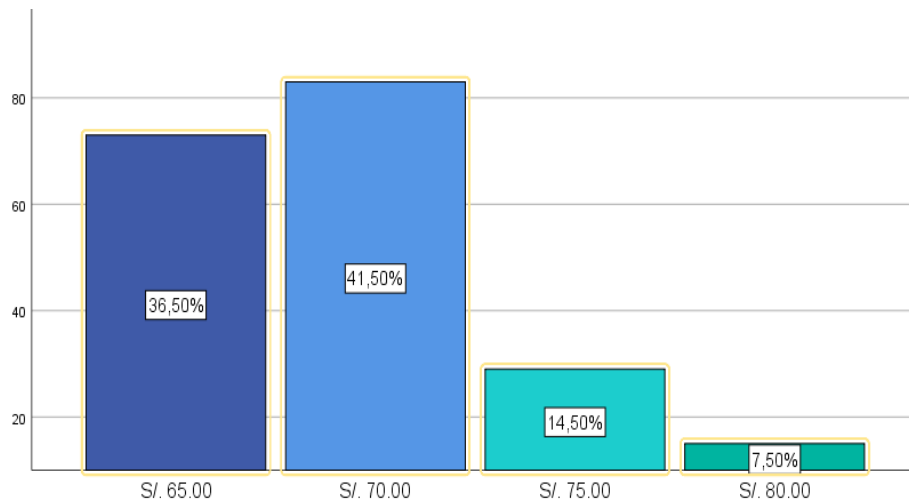
ANÁLISIS DE PRECIOS

En la actualidad, el mercado enfocado en este producto ergonómico está creciendo de manera considerable debido a la coyuntura de la pandemia por la Covid-19, siendo esta la causa de que muchas empresas opten por el trabajo remoto y las instituciones educativas por clases remotas. Es por ello que también se tiene como consecuencia la presencia de nuevas marcas, distintas campañas publicitarias y diversas promociones dentro del mercado.

Este entorno influye en los precios la cual se opta por una tendencia de reducción o brindar un valor agregado en beneficio del consumidor.

Es así que los precios actualmente en el mercado oscilan entre los S/. 30.00 a S/. 45.00, siendo estos sostenidos en el tiempo, dependiendo la marca. A diferencia de nuestro producto que se realizará con materiales que brindan una mejor adaptabilidad y confort ante tantas horas de actividad remota y sobre todo siendo producto duradero en el tiempo.

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada, se puede observar que por el producto ofrecido a consideración de los nuevos clientes potenciales siendo estos el 41.5% y 36.5% de la cantidad total, los precios a considerar deberán oscilar entre los S/. 65.00 y S/.70.00 respectivamente, ya que si existe un precio menor o mayor a este rango es posible que exista una reducción de la demanda.



Es en este sentido que el proyecto deberá realizar ajustes en sus costos y beneficios en la producción de cojines a este rango a considerar, manteniendo así la sostenibilidad en el tiempo.

3.5.2 Viabilidad Técnica

Materia prima:

(QUISPE, Ruth 2015) Nos dice que los materiales tienen como fin, ser transformado (cortados, moldeados, fundidos, prensados, entintados, pulidos, etc.) para ser transformados o convertidos en bienes totalmente diferentes que la empresa podrá vender. Alguno de ellos puede ser materiales primarios que vienen de las plantas o explotación minera, frutas secas, madera en troncos; como también pueden ser materiales procesados, como telas, cueros, harina, papel, etc.

Respecto a los recursos materiales, se enfoca específicamente en la materia prima, siendo la espuma Híper Soft el recurso material más importante para la elaboración de dicho Cojín.

Tabla 15: Detalle de materia prima e insumos.

MATERIAL	MATERIA PRIMA
Materia prima	Tela de lona
Materia prima	Espuma híper soft
Insumo	Hilos
Insumo	Etiqueta
Insumo	Cierre
Insumo	Bolsa de empaque

Fuente: Elaboración propia

Propiedad de la materia prima principal:

Espuma hiper soft:

- **Adaptable:** permite la armonización de los puntos del cuerpo siendo agradables desde el primer tacto.
- **Confortable:** Brinda estabilidad mientras descansas permitiendo un uso duradero.
- **Perdurable:** ya que esta también cuenta con la mezcla de la espuma viscoelástica y la de alta resiliencia.
- **Ligera:** es transpirable y no hace que sudas al tener contacto con esta por largas horas.

Tela de lona de algodón:

- **Resistente:** no desgasta al uso y puedes lavarla sin ningún problema:
- **Suave:** es una tela agradable al tacto que brinda comodidad.
- **Anti alérgica:** se adapta a cualquier tipo de piel evitando reacciones alérgicas.

Localización de planta:

Macro localización

SIT WELL E.I.R.L. para poder producir los cojines de espuma hiper soft, busca que el lugar seleccionado cumpla con todas las facilidades y acceso que nos resulte ser la mejor opción.

Para poder determinar la localización de este proyecto se ha procedido a realizar el siguiente cuadro de calificación, como también factores locacionales como, disponibilidad de materia prima, mano de obra, cercanía a la demanda, agua, energía.

Así mismo se determina un nivel de ponderación de cada uno de los factores locacionales para poder determinar la calificación necesaria según el resultado obtenido.

CALIFICACIÓN	COEFICIENTES
2	Malo
3	Regular
6	Bueno

Tabla 16: Lugares de Localización

LUGARES DE LOCALIZACIÓN	
SMP	Av Los Alisos 3677
PP	Calle los Geranios Mz E Lt 10 - Puente Piedra (Ubr. Shangri-la)
LO	Av Rosa de America 840 - Los olvios (Urb. Rosa de America)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17: Cuadro de Localización

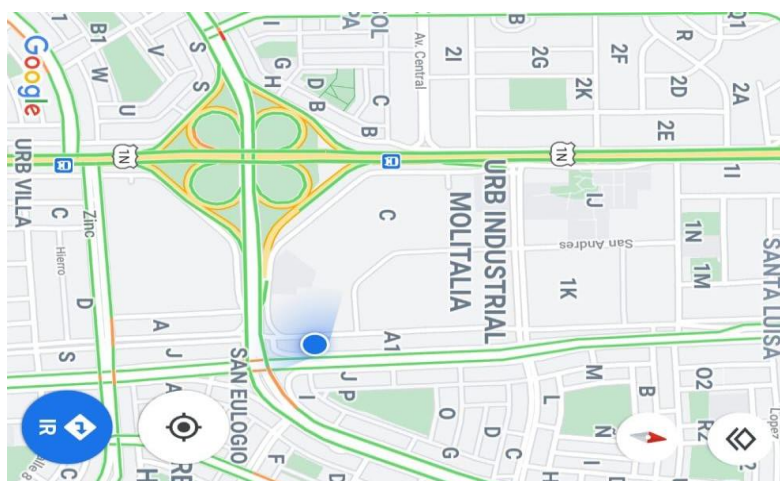
FACTORES LOCACIONALES	PONDERACIÓN	PUNTAJE DE LUGARES			PUNTAJE PONDERADO DE LUGARES		
		SMP	PP	LO	SMP	PP	LO
I. Materia Prima	9	6	2	6	54	18	54
II. Mano de Obra	6	3	6	6	18	36	36
III. Cercanía de demanda	7	6	3	6	42	21	42
IV. Agua	6	3	6	3	18	36	18
V. Energía	6	6	6	6	36	36	36
TOTAL		24	23	27	168	147	186

Fuente: Elaboración propia.

Debido a lo detallado en el cuadro anterior según el ejercicio realizado para poder identificar nuestro punto de localización del local correspondiente al plan de negocio, podemos identificar que el punto más óptimo queda ubicado en el distrito de Los Olivos, ya que cumple con todos los factores locacionales para poder llevar a cabo la implementación de este proyecto.

Micro localización:

- Seguridad las 24/365
- **Ubicación:** Av. Rosa América 840- Los Olivos – Lima



Tamaño de planta

La determinación del tamaño de planta depende la capacidad productiva a tener. Para este proyecto se relaciona con cantidad a producir que tenemos relacionado a nuestro mercado real.

Capacidad instalada y utilizada:

La capacidad a producir será del 66% de nuestra demanda estimada para el primer de año. La cuál se irá incrementando de forma anual en un 5%

Tabla 18: Capacidad Utilizada.

AÑO	MERCADO REAL DE LA PEA OCUPADA	CAPACIDAD PRODUCTIVA (66%)
2022	26,205	17,295
2023	27,515	18,160
2024	28,891	19,068
2025	30,336	20,022
2026	31,852	21,023
2027	33,445	22,074
2028	35,117	23,177
2029	36,873	24,336
2030	38,717	25,553
2031	40,653	26,831

Fuente: Elaboración Propia.

Capacidad productiva:

La capacidad productiva es de 2 confeccionistas por día, trabajando 7 horas diarias, que equivalen a 1441 cojines mensuales considerando que se trabaje 26 días al mes. De acuerdo a la demanda se elaborarían 55 cojines diarios para cubrir la demanda del mercado.

La programación de las actividades de los cojines Sit Well nos permite hacer un seguimiento continuo al proceso que se desea realizar en este caso seleccionamos las actividades y la duración estimada de la elaboración de un cojín.

Tabla 19: Tiempo de operación.

EDT	ACTIVIDAD	DURACIÓN
1	CONFECCIÓN DE COJIN SIT WELL	16 min
1.1	Corte de espuma	2 min
1.2	Corte tela	2 min
1.3	Unión de piezas	1 min
1.4	Bastillar piezas	2 min
1.5	Insertar etiqueta	2 min
1.6	Insertar espuma	6 min
1.7	APLICAR CIERRE	1 min

Fuente: Elaboración propia

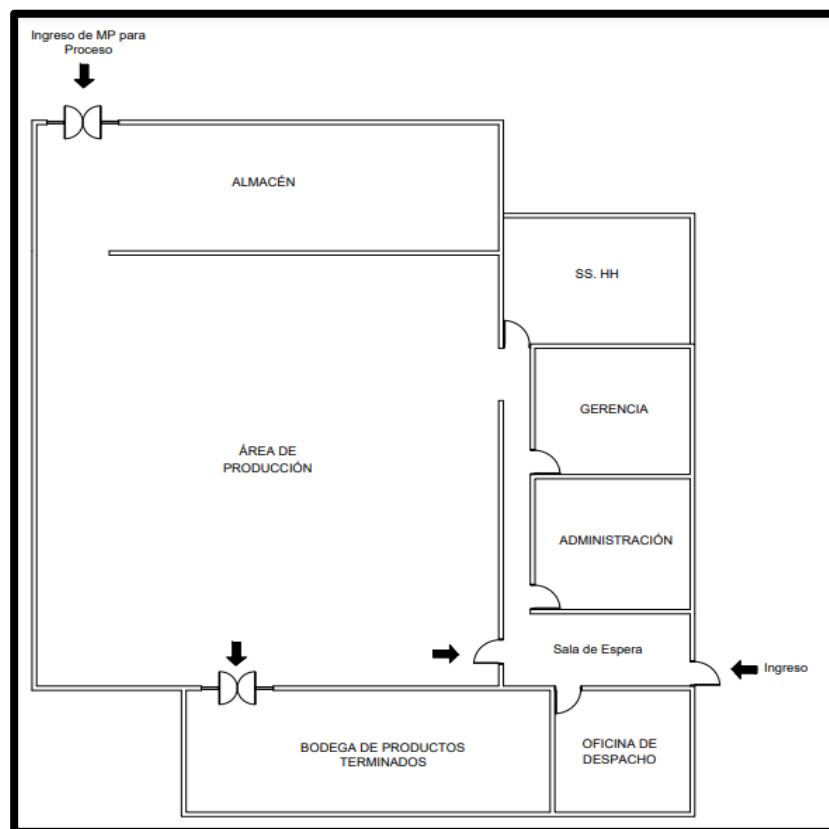
La elaboración del cojín dura 16 min como máximo, este cronograma nos va a permitir respetar y optimizar tiempos, para poder crear más cojines es menos tiempo. Cabe resaltar que el corte de los materiales será en cantidad y hay un encargado para que realice esta labor.

Distribución general de nuestro terreno y áreas establecidas

Aquí planteamos la organización completa de nuestro terreno y las áreas que este tendrá, y la interrelación de las áreas establecidas. Cabe recalcar que cada área establecida debe tener relación con cada proceso especificado en el diagrama de procesos de producción:

- **ÁREA DE PRODUCCION:** Es el terreno con mayor proporción de tamaño, ya que aquí se llevará a cabo la función principal de producir nuestro cojín “SIT WELL”.
- **BODEGA DE PRODUCTOS TERMINADOS:** es el terreno con una proporción menor al del área de producción, aquí tendremos todos los cojines en stock ya terminados y listos para el área de despacho.
- **OFICINA DE DESPACHO:** Sera una oficina pequeña, en la cual despacharemos todos nuestros pedidos de cojines por nuestros clientes.

- **ALMACÉN DE MP:** Es una parte de terreno que servirá para almacenar toda la materia prima e insumos que llega para el proceso de producción de nuestros cojines “SIT WELL”
- **ÁREA DE GERENCIA, MARKETING Y VENTAS:** Estará compuesto por dos oficinas para el gerente y el área de marketing y ventas de nuestra empresa, este terreno tendrá a su vez un espacio concreto que contará con sus respectivos SSHH.



La planta ocupará un construida de 160 mts² de área y deberá contar con las siguientes características:

- Precio de alquiler S/. 2,500.00
- Luz trifásica: 20 kw (se puede subir a 60kw)

- Ingreso y salida totalmente independiente.
- Portón corredizo de fierro ideal para ingresos de vehículos, etc.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

PROCESO PRODUCTIVO

El proceso para poder entregar un producto de calidad pasa por diferentes secuencias hasta llegar al cliente final.

Para poder elaborar un cojín de espuma hiper soft debe pasar por una serie de flujos desde la elección de la materia prima adecuada, hasta la entrega final al cliente, cabe resaltar que con las nuevas medidas de seguridad frente al Covid 19 se deben cumplir los protocolos adecuados en todo este proceso

El diseño y los moldes para la plantilla han sido pensadas en las necesidades de nuestros clientes que indicaban en la encuesta que requieren comodidad mientras realizan sus actividades sentadas evitando dolores musco esqueléticos.

Se hizo la selección de los proveedores los cuales nos brindaran la materia prima adecuada para la elaboración de cojines de espuma que brinden la comodidad requerida.

Se definió el local ideal, en el cual podremos realizar nuestros procesos productivos sin ningún inconveniente

Diseño del producto:

El diseño del producto se basa en cubrir las molestias que vienen teniendo las personas al permanecer sentados por variar horas y nos indicaron en nuestro estudio de mercado.

Procesos de la empresa:

Se indica los principales procesos, así como los de soporte para la operatividad del negocio.

PROCESOS DE SOSPORTE	Mantenimiento de infraestructura				
	Desarrollo tecnológico				
	Compras				
	Administrativos				
PROCESOS PRINCIPALES	Logística de entrada	Operaciones	Logística externa	Marketing y ventas	Post Venta
	Almacenamiento y recepción de MP	Elaboración del cojín	Distribución	Ventas/ Promociones/ Publicidad	Devolución/ Sugerencias o reclamos

- **Procesos Principales:**

Logística de entrada: Consta de la recepción y el almacenamiento de la materia prima (espuma, tela, hilos) verificando lo ingresado.

Operaciones: Consiste en la elaboración del cojín

Logística de Salida: Distribución del producto terminado hacia el cliente final. Se requiere una atención adecuada cumpliendo con el protocolo de seguridad y la entrega al cliente dentro del tiempo estimado.

Marketing y Ventas: Estrategias para llegar a nuestro cliente para aumentar nuestros compradores. Fidelizar a los clientes frecuentes y asegurar recomendación de nuestros productos.

Post venta: Canal de atención de los procesos de devoluciones y la canalización de sugerencias y/o reclamos, lo cual, permitirá que el negocio mejore continuamente con la finalidad de retener a nuestros clientes y generar otros nuevos.

- **Procesos de Soporte:**

Administrativos: Consiste en ver todos los procesos económicos financieros de la empresa.

Compras: Consiste en verificar el stock de los materiales de producción.

Desarrollo tecnológico: Consiste en el soporte para la atención online a través de las plataformas digitales para la recepción de pedido y poder interactuar a través de las redes sociales.

Mantenimiento: Consiste en la limpieza y mantenimiento correcto del equipo de trabajo.

Descripción general del proceso de producción:

A. Recepción, inspección y selección

En esta etapa se recibe la materia prima se inspecciona a través de un control de calidad la tela de lona de algodón y goma de espuma hiper soft que estén sin ningún desperfecto para luego ser selecciona la cantidad de material a utilizar.

B. Desinfección

Para seguir con los protocolos de seguridad el operario desinfecta la materia primera a utilizar.

C. Medición, tizado y corte

La materia prima pasa por la marcación del prototipo del diseño con el tizado, luego se realiza el corte por las líneas definidas realizada en el tizado según la medida estructurada del producto, obteniendo así las distintas partes listas para comenzar a unir las, cabe mencionar que para la unión todas las piezas tendrán un margen de por lo menos 1 cm.

D. Unión de piezas

Unir las partes obtenidas con la máquina de confección, bastillear piezas junto con la etiqueta representativa e insertar en conjunto la espuma para finalizar con la aplicación del cierre.

E. Limpieza de sobrantes.

Con el control de calidad del jefe de operarios retira los hilos restantes para dejar el cojín en perfectas condiciones.

F. Ensamblaje de cojines

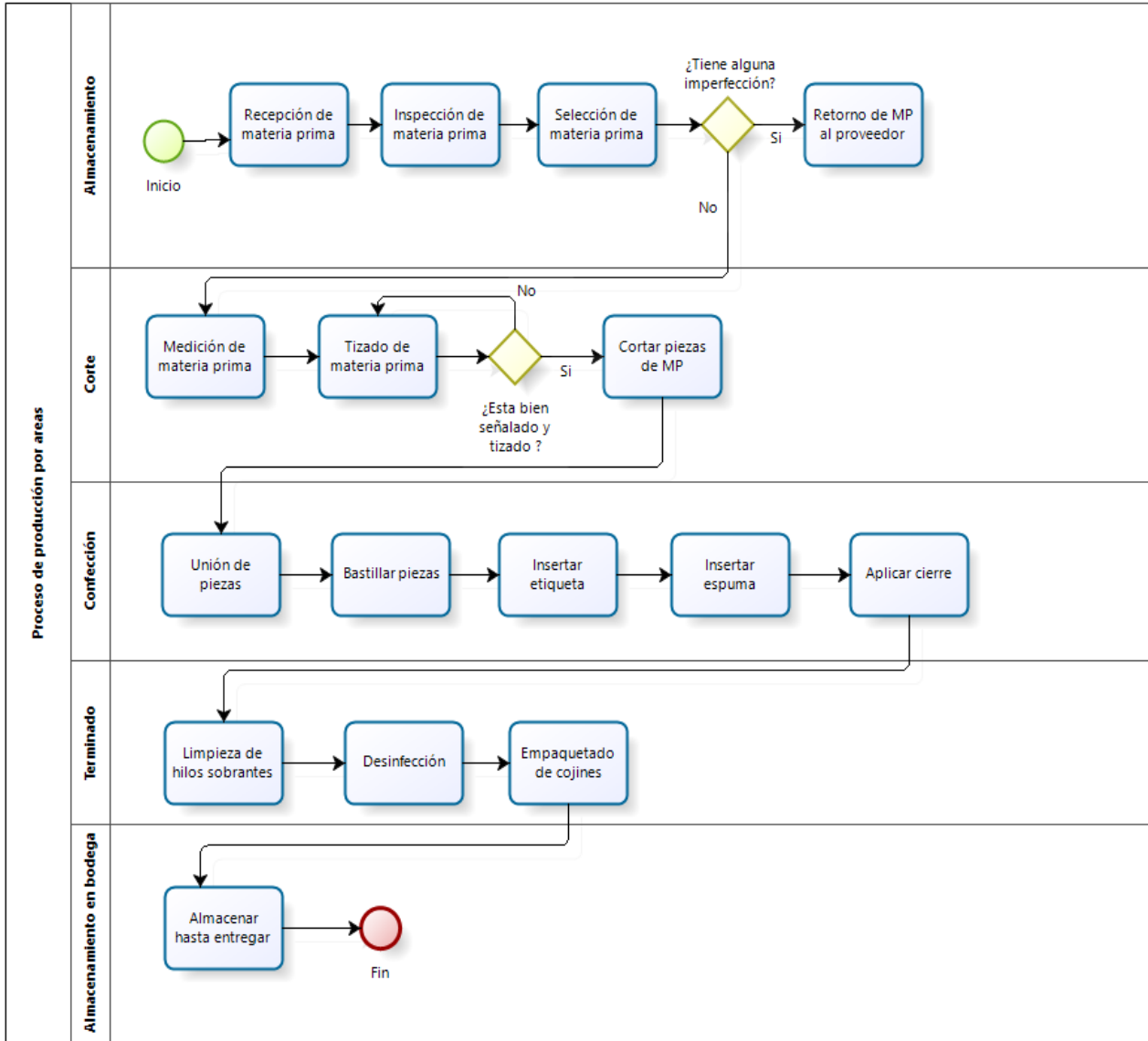
Se empaqueta el cojín en la bolsa biodegradable y se envía a almacén.

G. Almacenamiento y entrega de producto

Se almacena el producto y se procede con la última desinfección para su envío la cliente.

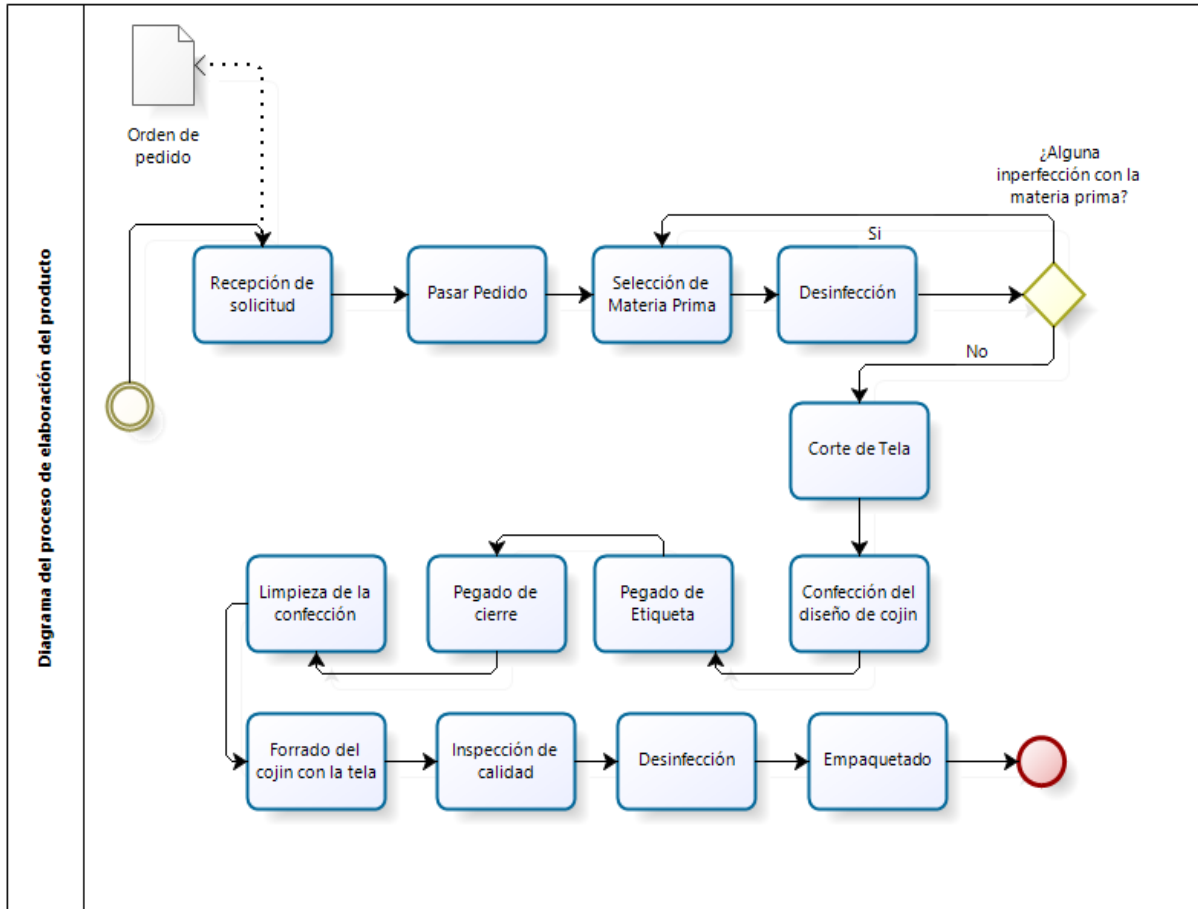
a) Diagrama de Flujo del proceso de producción del cojín.

Figura 14: Proceso de producción por áreas.



Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Proceso de elaboración del cojín.



Fuente: Elaboración propia.

b) Seguridad Industrial

Al crear una empresa, uno de los principales criterios que se debe tener en cuenta es la seguridad industrial, la cual tiene como objetivo la prevención de accidentes.

(BELTRÁN, et al., 2018) nos mencionan que se debe proteger a los trabajadores de la empresa ante cualquier situación de riesgo o accidente que se pueda presentar en la organización. (p.30)

Al trabajar en una empresa en la que se utilizaran máquinas, debemos velar por la seguridad de nuestros trabajadores. Por eso es vital la importancia de la seguridad industrial

SIT WELL tiene como razón fundamental, velar por la prevención de los accidentes de trabajo originados en este; así como contribuir al bienestar físico y mental de sus empleados, para esto la empresa encarga esta labor al jefe de producción el cuál será el encargado de velar por los siguientes principios:

- Promoción de la seguridad y la salud en el trabajo como una responsabilidad de todos, sin excepción.
- Fomento de la prevención de accidentes de trabajo y enfermedades laborales en los ambientes de trabajos.
- Identificación de los peligros, evaluación y valoración de los riesgos de manera permanente con la participación de todos los interesados y establecimientos de los respectivos controles.
- Cumplimiento de la normatividad nacional vigente de riesgos laborales.

c) Características de las Maquinarias y equipo

Máquina Recta Industrial: Permite hacer costuras básicas, la principal función es la de entrelazar un hilo superior con uno inferior a través de la tela haciendo una costura recta. Nos permitirá hacer las costuras requeridas para el forro de nuestro cojín con la tela de lona de algodón.

Tiene un valor de S/. 2,600.00.



Máquina cortadora: Realiza la operación preparatoria para el cortado, en este caso será de la tela de lona de algodón y la espuma. Esta se realiza con apoyo manual mediante medios mecánicos. Esta máquina nos facilitará el deslizamiento y corte preciso. Al contar con un afilador automático con piedra no permite que al manipularlo puedas cortarte.

Tiene un valor de S/. 3,500.00.



Cinta métrica textil: estas son mucho más grandes ya que pueden llegar a tener una capacidad de medición de hasta 50 metros, y nos permitirán hacer las mediciones correctas se adhiere a la tela permitiendo hacer la medición para los cortes exactos así nos desperdiciemos tela optimizando recursos.

Tiene un valor de S/. 1.00.



Bobinadora de distintos colores: estas vienen con bobinas de metal o plástico y se ponen en la máquina de coser para realizar diferentes modelos de diseños en la elaboración de nuestros cojines.

Tiene un valor S/. 1,800.00



Mesa de corte textil: sirve para modular de fácil arme y desarme el producto a confeccionar, utilizado para el corte, terminación y/o empaque de telas y sus productos.

Tiene un valor de S/. 900.00



Costos de producción

El costo de producción del cojín es de S/. 41.28 por unidad, siendo los costos más representativos la espuma hipersoft y la tela lona de algodón donde se incluye los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, por lo que se detalla lo siguiente:

Tabla 20: Costos de producción

MATERIAL DIRECTO				
MATERIALES	UM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	
Tela de lona de algodón	metro	1	S/	15.00
Espuma HIPER SOFT	metro	1	S/	12.00
Cierre	unid.	1	S/	0.10
Bolsa de Empaque	unid.	1	S/	1.00
Etiqueta	unid.	1	S/	0.20
Hilos	unid.	1	S/	0.10
MANO DE OBRA DIRECTA				
mano de obra	unid.	1	S/	1.40
COSTOS CIF				
Alquiler de fabrica	unid.	1	S/	2.8
Servicios generales de fabrica	unid.	1	S/	0.59
Sueldos	unid.	1	S/	8.11
Costo total de producción			S/	41.28

Fuente: Elaboración Propia

3.5.3 Viabilidad legal y organizacional

Organización legal del proyecto:

Este plan de negocios cojines de espuma hiper soft SIT WELL contará con una persona natural jurídica como titular de la empresa, que será el Gerente General. La denominación con la que contará será empresa sociedad anónima cerrada (SAC). Ver formatos en **Anexo 15**.

Constitución empresarial:

CONSTITUCIÓN EMPRESARIAL			
REQUISITOS	ESPECIFICACIÓN	COSTO	DETALLE
Búsqueda y reserva del nombre	Se verifica disponibilidad del nombre con el que se desea inscribir la empresa. Se hace a través de SUNARP. Se procede con la reservación la cual tiene un plazo de 30 días	S/27.00	
Elaboración de la minuta	Documento en el que se manifiesta la voluntad de constituir la persona jurídica y se acuerdan los pactos administrativos.		
Aporte de Capital	Se acredita con el documento expedido por una entidad del sistema financiero nacional o bienes con la inscripción de la transferencia a favor de la empresa o sociedad	S/560.00	Se puede realizar todo por internet y demora de 6 a 7 días
Elaboración de la escritura pública	Llevarlo ante un notario público lo revise y lo eleve a Escritura Pública.		
Inscripción al RUC para persona jurídica	Con la obtención de la escritura pública se registra la empresa en SUNARP		
Obtención del RUC	Número con el que se identifica nuestra empresa para la contribución fiscal.		

Registro de marcas y patentes

REGISTRO DE MARCAS Y PATENTES			
REQUISITOS	ESPECIFICACIÓN	COSTO	DETALLE
Registrarte en Indecopi	Crea un usuario para registrar tu marca	S/. 70.00	Se puede realizar de manera virtual todo el proceso a través de la página de INDECOPI
Busqueda de antecedentes (Fonética y Figurativa)	Se ingresa solicitud en mesa de partes para identificar marcas con nombre y logo similar		
Registro de Marca	Registrar marca	S/. 534.99	Demora 45 días
Publicación en gaceta electrónica de propiedad industrial	Herramienta de Indecopi publica la solicitudes de registros		

Licencias y autorizaciones:

Nuestro centro de producción se encontrará ubicada en el distrito de Los Olivos por el cual, se realizarán todos los trámites referentes a licencias y autoridades en este distrito.

LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			
REQUISITOS	ESPECIFICACIÓN	COSTO	DETALLE
Solicitud de permiso Municipalidad	Solicitar la documentación para inspección y licencia de funcionamiento	S/170.00	Este tramite se realiza via web
Inspección Defensa Civil	El personal de Defensa Civil determina el tipo de riesgo en el cual se encuentra la empresa, medio, alto o muy alto.	S/180.00	De acuerdo al tipo de riesgo la tarifa varia entre S/. 142.70 hasta S/. 336.10 y todo la gestión demora 09 días hábiles.
Licencia de funcionamiento	Se pasa inspección por Defensa Civil y la Municipalidad otorga Licencia de Funcionamiento.		

Estudio organizacional, estructural y funcional:

Razón social: SIT WELL S.A.C.

Razón comercial: SIT WELL

Slogan: SIENETE BIEN

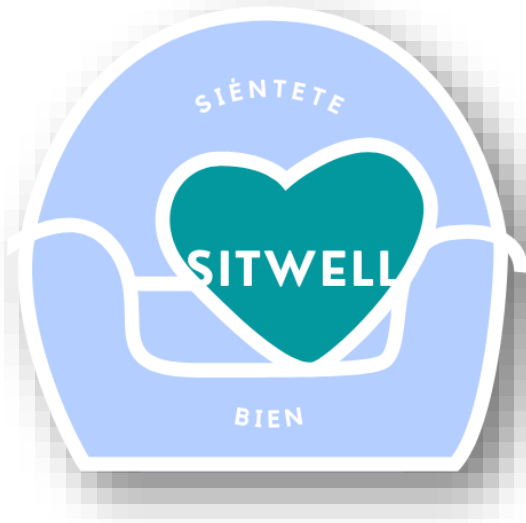
Visión: Para el 2025 posicionarnos como una empresa líder reconocida en el mercado textil, por la confección de cojines innovadores, de alta calidad y con un amplio staff de modelos y por ende captando clientes a nivel nacional brindándoles una atención personalizada logrando su satisfacción.

Misión: Somos una empresa que brinda un producto totalmente cómodo para el trabajo y estudio en modo remoto, confeccionado con los más altos estándares de calidad, otorgando el máximo beneficio de descanso y comodidad, llegando directamente al público objetivo con la intención de cubrir esta necesidad.

Valores:

RESPECTO	"Respetamos y valoramos a todo nuestro personal que forma parte de SIT WELL, cumpliendo con las normas políticas internas, velando por el buen clima laboral."
INNOVACIÓN	"Estamos puestos a los cambios, siempre buscando la mejora continua y la diferenciación competitiva de nuestro producto a ofrecer."
RESPONSABILIDAD SOCIAL	"Como empresa, SIT WELL estamos comprometidos con el uso responsable de los recursos que obtenemos, creando productos que mejoren la calidad de vida tanto de nuestros clientes como de nuestros colaboradores, a través del crecimiento económico y generando muchas más fuentes de trabajo en medio de estos tiempos tan difíciles para todos."
TRABAJO EN EQUIPO	"Ponemos a disposición de todos los que forman parte de nuestra empresa, nuestra entera confianza y confiamos en cada uno de sus talentos y entusiasmo para alcanzar los objetivos comunes con resultados superiores"
CALIDAD	"Buscamos la calidad integral de nuestros productos a ofrecer, de acuerdo a las actuales exigencias del mercado y la globalización"

a) Logotipo organizacional



b) Análisis FODA

Es la herramienta que nos va ayudar a analizar cuáles son los factores externos e internos y así estable las estrategias convenientes.

c) Matriz de evaluación de Factores Internos.

A continuación, se muestra las fortalezas y debilidades que se consideran en el análisis siguiente:

Tabla 21: Matriz EFE.

Matriz EFE

Factores no Controlables				
FACTORES DETERMINANTES DEL EXITO		Ponderación	Calificación	Valor
		(0% a 20%)	(1-4)	(PxCal.)
OPORTUNIDADES				
1	La planta de producción se encuentra en un lugar accesible.	15%	2.00	0.30
2	El cojin de espuma hiper soft cuenta con una alta demanda potencial.	20%	4.00	0.80
3	Variacion en los patrones de adquisición	10%	3.00	0.30
4	La disponibilidad en obtener la materia prima.	15%	3.00	0.45
AMENAZAS				
1	Competencia en el mercado con nuevos productos.	10%	3.00	0.30
2	Clientes fidelizados en otras marcas.	5%	2.00	0.10
3	Competencia de grandes competidores y productores.	10%	4.00	0.40
4	Cambio de nuevo proveedores y precios.	15%	2.00	0.30
TOTAL		100%		2.95
1 = Debilidad mayor				
2 = Debilidad menor				
3 = Fuerza mayor				
4 = Fuerza menor				
El valor promedio ponderado es 2.5				

Fuente: Elaboración propia.

El resultado mostrado nos hace referencia que está por encima de la media, esto quiere decir que existe cierta capitalización de las oportunidades sobre las amenazas. La media resultante es de 2.95.

Tabla 22: Matriz EFI

Matriz EFI

Factores Controlables				
FACTORES DETERMINANTES DEL EXITO		Ponderación (0% a 20%)	Calificación (1-4)	Valor (PxCal.)
FORTALEZA				
1	El precio competitivo en el mercado	15%	3.00	0.45
2	Infraestructura equipadas correctamente	15%	2.00	0.30
3	Producto ergonomico para la salud de trabajadores y estudiantes	20%	4.00	0.80
4	Producto de calidad	5%	4.00	0.20
DEBILIDADES				
1	No se tiene local propio	5%	1.00	0.05
2	Falta de posicionamiento en el mercado	15%	3.00	0.45
3	Niveles de producción inferiores a lo de industria	10%	2.00	0.20
4	Financiamiento limitado para nuevos emprendedores	15%	2.00	0.30
TOTAL		100%		2.75
1 = Debilidad mayor				
2 = Debilidad menor				
3 = Fuerza mayor				
4 = Fuerza menor				
El valor promedio ponderado es 2.5				

Fuente: Elaboración propia.

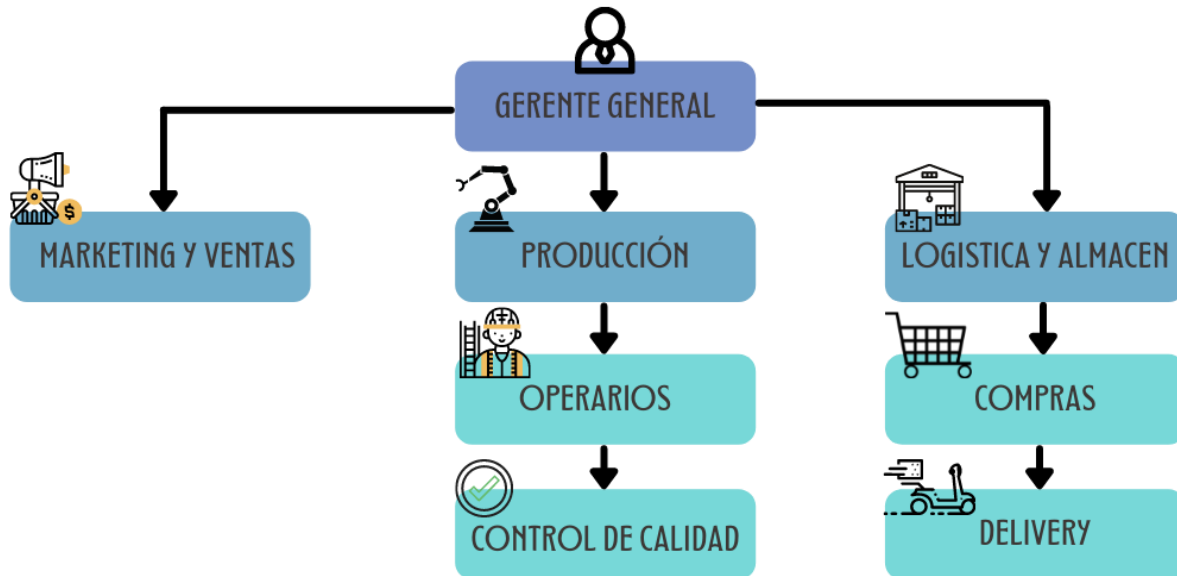
Tabla 23: Matriz FODA.

MATRIZ FODA		FORTALEZAS - F		DEBILIDADES - D	
		1	2	3	4
		1 El precio competitivo en el mercado		1 No se tiene local propio	
		2 Infraestructura equipadas correctamente		2 Falta de posicionamiento en el mercado	
		3 Producto ergonomico para la salud de trabajadores y estudiantes		3 Niveles de producción inferiores a lo de industria	
		4 Produto de calidad		4 Financiamiento limitado para nuevos emprendedores	
OPORTUNIDADES - O		ESTRATEGIAS - FO		ESTRATEGIAS - DO	
1	La planta de producción se encuentra en un lugar accesible.	1	Conservar el precio competitivo del producto para ganar mayor demanda en el mercado.	1	Mantener el local actual por el facil acceso.
2	El cojin de espuma hiper soft cuenta con una alta demanda por	2	Aprovechar las variaciones de los patrones de consumo para aumentar la venta del producto ergonomico.	2	Generar publicidad efectiva, destacando la calidad del cojin de espuma hiper soft para la nueva demanda del producto.
3	Variacion en los patrones de adquisición	3	La adquisicion de la material de calidad, para mantener los estandares esperados del producto.	3	Aprovechar las variaciones del consumo para su posicionamiento en el mercado.
4	La disponibilidad en obtener la materia prima.	4	Brindar mantenimiento a las maquinas y equipos de producción.	4	Generar politicas de ventas que
AMENAZAS - A		ESTRATEGIAS - FA		ESTRATEGIAS - DA	
1	Competencia en el mercado con nuevos productos.	1	Conservar el precio del cojin para poder hacer frente a nuevos productos similares.	1	Generar politicas de posicionamiento para competir en la entrada de nuevos productos en el mercado.
2	Cientes fidelizados en otras marcas.	2	Conservar el precio y calidad del producto para fidelizar a mayores clientes.	2	Estrategia de posicionamiento para clientes fidelizados por otras marcas.
3	Competencia de grandes competidores y productores.	3	Mejorar la actividad de producción para hacer frente a la competencia.	3	Debido a que somos pequeños productores, es importante tener una cartera de proveedores de materia prima para poder ver la mejor alternativa.
4	Cambio de nuevo proveedores y precios.	4	Alianzas estrategicas con proveedores para mejoras o mantener precios de la materia prima.	4	Estrategia de publicidad para clientes potenciales.

Fuente: Elaboración propia.

a) Organigrama funcional

Figura 16: Organigrama funcional



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 24: Personal de la empresa SIT WELL

ÁREA	CARGO	Nº DE PERSONAS
Gerencia General	Gerente General	1
	Community Manager	1
Marketing y Ventas	Jefe de Producción y Control de Calidad	1
	Operarios	3
Logística y Almacén	Compras	1
	Delivery	1

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se detallarán los cargos y las funciones a realizar del personal de nuestra empresa SIT WELL, se seguirá un proceso de contratación en la que los

contratados cumplan con los requisitos necesarios y puedan asumir las responsabilidades encargadas.

GERENCIA GENERAL

- Administrar y controlar los presupuestos de la organización (compras de materiales).
- Contratar personal capacitado para los diferentes puestos requeridos en la empresa.
- Supervisar al personal de cada departamento, asignar tareas y delegar responsabilidades.
- Elaborar y revisar estrictamente los informes y los programas operativos y financieros para garantizar la precisión y la eficacia de la organización.

MARKETING Y VENTAS

- Recepcionar pedidos y coordinar las entregas.
- Crear estrategias de comunicación digital que sean atractivas para el público.
- Establecer una comunicación con nuestros clientes.
- Actualización diaria en las redes sociales en las que la empresa esté presente a vista del público.
- Creación innovadora del contenido para las redes sociales, donde muestren nuestro producto.

PRODUCCIÓN

El área de producción es el área más importante de la empresa Sit Well es aquella en donde se desarrollarán las actividades para la fabricación de cojines, pues está formada por una sub área que se encarga del diseño y el corte de la tela, otra sub área que se encarga de realizar la costura de todos los cortes y finalmente una sub área donde se da los acabados y control de calidad, en los cuales contaremos con

el Supervisor del área encargado de control de calidad y los operarios de diseño, corte y costura.

JEFE DE PRODUCCIÓN

- Controlar y vigilar muy de cerca que el área de producción sea eficaz para que no haya contratiempos ni retrasos para la elaboración del producto.
- Revisar y verificar que el producto terminado cuente con todas las características según la Orden de Trabajo.
- Entregar el producto terminado a la persona encargada del despacho del producto

OPERARIO DE DISEÑO Y CORTE

- Recibir órdenes para empezar el diseño y entregar al departamento de producción.
- Cortar tendidos de acuerdo a la planificación de la producción, siguiendo los métodos de trabajo, especificaciones de calidad y estilo requerido por el cliente
- Verificar el funcionamiento de la máquina de corte para la fabricación de cojines.

OPERARIO DE COSTURA

- Tener conocimiento de máquinas rectas para observar y controlar la máquina textil.
- Coser y remallar la materia con menor esfuerzo y mayor rapidez.
- Cumplir con el pedido en el tiempo solicitado.
- Minimizar el número de errores en la confección de cojines.

LOGÍSTICA Y ALMACÈN

En esta área es vital el compromiso de los trabajadores para poder almacenar de manera correcta nuestros materiales y poder gestionar la recepción de estos y el envío de nuestro producto final.

ENCARGADO DE COMPRAS

- Coordinar pedido y recepción de materiales.
- Controlar el cumplimiento de pedidos y envío
- Verificar stock

ENCARGADO DE DELIVERY

- Controlar y dirigir el reparto de los productos a nuestros clientes
- Verificar que el producto llegue tal cual fue entregado desde la empresa hacia su lugar de destino.
- Cumplir con el protocolo de bioseguridad Covid19, resguardando su salud y la de nuestros clientes. (Desinfectando todos sus materiales de trabajo)
- Cumplir estrictamente con la hora y fecha de entrega que requiere nuestros clientes.

3.5.4 Viabilidad económica y financiera

Inversión del Proyecto

Costo del Proyecto

La inversión inicial del proyecto es de un total de S/237,689.49, de los cuales, S/. 14,567.50 corresponde a la inversión fija tangible y S/. 10,621.99 a la inversión fija intangible, que corresponde principalmente a la constitución de la empresa.

En lo que concierne al capital de trabajo, este asciende a la suma de S/. 212,500.00 que cubre un periodo de operaciones de tres meses.

Tabla 25: Inversión total de proyecto

INVERSIÓN DEL PROYECTO				
RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	P.UNITARO	VALOR
I. INVERSIÓN FIJA				S/ 25,189.49
A. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE				S/ 14,567.50
Maquinaria y equipo	Global	1	S/ 13,247.00	S/ 13,247.00
Muebles y Enseres	Global	1	S/ 1,080.50	S/ 1,080.50
Material diverso	Global	1	S/ 98.00	S/ 98.00
Material de limpieza	Global	1	S/ 142.00	S/ 142.00
B. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE				S/ 10,621.99
Gastos de Constitución	Global	1	S/ 1,321.99	S/ 1,321.99
Gastos de puesta en marcha	Global	1	S/ 9,300.00	S/ 9,300.00
II. CAPITAL DE TRABAJO				S/ 212,500.00
Planillas (3 meses)	Global	1	S/ 34,810.00	S/ 34,810.00
Materia prima (3 meses)	Global	1	S/ 176,520.00	S/ 176,520.00
Pago de servicio (3 meses)	Global	1	S/ 1,170.00	S/ 1,170.00
TOTAL				S/ 237,689.49

Fuente: Elaboración Propia

En las siguientes tablas desagregaremos el desagregado de la inversión:

Tabla 26: Inversión fija tangible

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE					S/	14,567.50
CONCEPTO	U.M.	CANT	P. UNIT		TOTAL MENSUAL	
			S/.		1	
I. Maquinaria y Equipo					S/	13,247.00
Maquinaria de corte y confección						
Maquina recta industrial	unid.	2	S/	2,600.00	S/	5,200.00
Bobinadora de hilos	unid.	1	S/	1,800.00	S/	1,800.00
Maquina cortadora	unid.	1	S/	3,500.00	S/	3,500.00
SUB TOTAL					S/	10,500.00
Herramientas						
Cinta métrica	unid	2	S/	1.00	S/	2.00
Mesa de trazo y corte textil	unid	3	S/	900.00	S/	2,700.00
Juego de reglas textiles	unid	1	S/	15.00	S/	15.00
Tijeras textiles	unid	3	S/	10.00	S/	30.00
SUB TOTAL					S/	2,747.00
II. Muebles y Enseres					S/	1,320.50
Muebles						
Silla giratoria	unid	3	S/	80.00	S/	240.00
Sillas	unid	3	S/	30.00	S/	90.00
Estante 183 cm x 95 cm	unid	1	S/	350.00	S/	350.00
Cajas de almacenamiento	unid	10	S/	40.00	S/	400.00
Moldes	unid	1	S/	0.50	S/	0.50
SUB TOTAL					S/	1,080.50
Material Diverso						
Mascarillas	caja	1	S/	10.00	S/	10.00
Guantes	caja	1	S/	8.00	S/	8.00
Uniforme antifluidos	unid	3	S/	20.00	S/	60.00
Botiquin	unid	1	S/	20.00	S/	20.00
SUB TOTAL					S/	98.00
Material de Limpieza						
Desinfectantes 1Lt	unid.	1	S/	10.00	S/	10.00
Guantes de limpieza	paquete	1	S/	5.00	S/	5.00
Papel higiénico	paquete	1	S/	20.00	S/	20.00
Recogedor	unid	1	S/	3.00	S/	3.00
Trapeador	unid	1	S/	17.00	S/	17.00
Papelera	unid	3	S/	8.00	S/	24.00
Ambientadores	unid	2	S/	8.00	S/	16.00
Jabón líquido 1Lt	unid	1	S/	6.00	S/	6.00
Bolsas de basura	paquete	1	S/	4.00	S/	4.00
Escobas	unid	2	S/	5.00	S/	10.00
Escobillones	unid	1	S/	7.00	S/	7.00
Gel antibacterial 1Lt	unid	1	S/	10.00	S/	10.00
Alcohol Isopropílico 1Lt	unid	1	S/	10.00	S/	10.00
SUB TOTAL					S/	142.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27: Inversión fija intangible

INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE				S/	10,621.99
CONCEPTO	U.M.	CANT	P. UNIT	TOTAL	
			S/.	S/.	
I. Gastos de constitución					
Tramite sunarp	unid	1	S/	27.00	S/ 27.00
Tramite Indecopi	unid	1	S/	534.99	S/ 534.99
Tramite notarial	unid	1	S/	560.00	S/ 560.00
Tramite sunat	unid	1	S/	30.00	S/ 30.00
Municipalidad de Los Olivos	unid	1	S/	170.00	S/ 170.00
Sub total S/.				S/	1,321.99
II. Gastos de puesta en marcha					
Alquiler del local pagado por anticipado	unid	1	S/	2,500.00	S/ 2,500.00
Extintores	unid	3	S/	600.00	S/ 1,800.00
Campaña publicitaria "SIT WELL"	unid	1	S/	3,000.00	S/ 3,000.00
Sub total S/.				S/	9,300.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				S/ 212,500.00	
I. Planillas	U.M.	CANTIDAD TRABAJAR ORES	P.U	MONTO MENSUAL	MONTO TRIMESTRAL C/Ben
Gerente	mes	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00	S/ 8,170.00
Jefe de Producción	mes	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 4,920.00
Personal Acabado	mes	1	S/ 1,100.00	S/ 1,100.00	S/ 3,620.00
Personal Costura	mes	1	S/ 1,100.00	S/ 1,100.00	S/ 3,620.00
Diseñador/Corte	mes	1	S/ 1,100.00	S/ 1,100.00	S/ 3,620.00
Repartidor Delivery (PT)	mes	1	S/ 550.00	S/ 550.00	S/ 1,832.50
Encargado de Logística y Almacén	mes	1	S/ 1,250.00	S/ 1,250.00	S/ 4,107.50
Jefe Ventas y Marketing	mes	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 4,920.00
SUB TOTAL				S/ 10,600.00	S/ 34,810.00
II. Servicios	U.M.	CANTIDAD	P.U	MONTO	MONTO TRIMESTRAL
luz	v.u	1	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 540.00
agua	v.u	1	S/ 90.00	S/ 90.00	S/ 270.00
Dúo Movistar	v.u	1	S/ 120.00	S/ 120.00	S/ 360.00
SUB TOTAL S/.				S/ 390.00	S/ 1,170.00
III. Materia prima				S/ 58,840.00	S/ 176,520.00
I. Materia prima directa					MONTO TRIMESTRAL
Tela lona de algodón	metros	2150	S/ 15.00	S/ 32,250.00	S/ 96,750.00
Espuma HIPER SOFT	metro	2150	S/ 12.00	S/ 25,800.00	S/ 77,400.00
Cierre	paquete	6	S/ 50.00	S/ 300.00	S/ 900.00
Etiqueta	paquete	6	S/ 40.00	S/ 240.00	S/ 720.00
SUB TOTAL				S/ 58,590.00	S/ 175,770.00

II. Materia prima indirecta					
Hilos	paquete x5	2	S/ 25.00	S/ 50.00	S/ 150.00
Bolsa de Empaque	paquete	4	S/ 50.00	S/ 200.00	S/ 600.00
SUB TOTAL				S/ 250.00	S/ 750.00

Fuente: Elaboración Propia

Financiamiento:

La inversión que se necesita para implementar el proyecto será financiada en un 66.34% por el BBVA a una tasa activa anual de 14.3%, en tanto el 33.66% será aporte de los socios.

Tabla 29: Cuadro Financiamiento

Fuente	Porcentaje de la Inversión Total	Monto S/.
Aporte de Socios	33.66%	80,000
Entidad Financiera	66.34%	157,689.49
Total		237,689.49

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30: Flujo de Financiamiento

ANUAL				
PERIODO	AMORTIZACION DE CAPITAL		INTERESES S/.	
1	S/	45,297.16	S/	19,643.12
2	S/	52,211.37	S/	12,728.92
3	S/	60,180.96	S/	4,759.32
TOTAL	S/	97,508.53	S/	32,372.04

Fuente. Elaboración propia

Tabla 31: Cronograma de Pagos

CRONOGRAMA DE PAGOS					
PERIODO	SALDO DE CAPITAL	AMORTIZACION DE CAPITAL	INTERESES S/.	CUOTA	
0	S/ 157,689.49				
1	S/ 154,155.62	S/ 3,533.87	S/ 1,877.82	S/ 5,411.69	
2	S/ 150,579.66	S/ 3,575.95	S/ 1,835.74	S/ 5,411.69	
3	S/ 146,961.13	S/ 3,618.54	S/ 1,793.15	S/ 5,411.69	
4	S/ 143,299.50	S/ 3,661.63	S/ 1,750.06	S/ 5,411.69	
5	S/ 139,594.27	S/ 3,705.23	S/ 1,706.46	S/ 5,411.69	
6	S/ 135,844.91	S/ 3,749.36	S/ 1,662.34	S/ 5,411.69	
7	S/ 132,050.91	S/ 3,794.00	S/ 1,617.69	S/ 5,411.69	
8	S/ 128,211.72	S/ 3,839.18	S/ 1,572.51	S/ 5,411.69	
9	S/ 124,326.82	S/ 3,884.90	S/ 1,526.79	S/ 5,411.69	
10	S/ 120,395.66	S/ 3,931.17	S/ 1,480.53	S/ 5,411.69	
11	S/ 116,417.68	S/ 3,977.98	S/ 1,433.71	S/ 5,411.69	
12	S/ 112,392.33	S/ 4,025.35	S/ 1,386.34	S/ 5,411.69	
13	S/ 108,319.04	S/ 4,073.28	S/ 1,338.41	S/ 5,411.69	
14	S/ 104,197.25	S/ 4,121.79	S/ 1,289.90	S/ 5,411.69	
15	S/ 100,026.38	S/ 4,170.87	S/ 1,240.82	S/ 5,411.69	
16	S/ 95,805.84	S/ 4,220.54	S/ 1,191.15	S/ 5,411.69	
17	S/ 91,535.03	S/ 4,270.80	S/ 1,140.89	S/ 5,411.69	
18	S/ 87,213.37	S/ 4,321.66	S/ 1,090.03	S/ 5,411.69	
19	S/ 82,840.25	S/ 4,373.12	S/ 1,038.57	S/ 5,411.69	
20	S/ 78,415.05	S/ 4,425.20	S/ 986.49	S/ 5,411.69	
21	S/ 73,937.15	S/ 4,477.90	S/ 933.79	S/ 5,411.69	
22	S/ 69,405.93	S/ 4,531.22	S/ 880.47	S/ 5,411.69	
23	S/ 64,820.75	S/ 4,585.18	S/ 826.51	S/ 5,411.69	
24	S/ 60,180.96	S/ 4,639.78	S/ 771.91	S/ 5,411.69	
25	S/ 55,485.93	S/ 4,695.04	S/ 716.65	S/ 5,411.69	
26	S/ 50,734.98	S/ 4,750.95	S/ 660.74	S/ 5,411.69	
27	S/ 45,927.46	S/ 4,807.52	S/ 604.17	S/ 5,411.69	
28	S/ 41,062.69	S/ 4,864.77	S/ 546.92	S/ 5,411.69	
29	S/ 36,139.99	S/ 4,922.70	S/ 488.99	S/ 5,411.69	
30	S/ 31,158.66	S/ 4,981.32	S/ 430.37	S/ 5,411.69	
31	S/ 26,118.02	S/ 5,040.64	S/ 371.05	S/ 5,411.69	
32	S/ 21,017.35	S/ 5,100.67	S/ 311.02	S/ 5,411.69	
33	S/ 15,855.94	S/ 5,161.41	S/ 250.28	S/ 5,411.69	
34	S/ 10,633.07	S/ 5,222.87	S/ 188.82	S/ 5,411.69	
35	S/ 5,348.00	S/ 5,285.07	S/ 126.62	S/ 5,411.69	
36	S/ 0.00	S/ 5,348.00	S/ 63.69	S/ 5,411.69	
	TOTAL	S/ 157,689.49	S/ 37,131.36	S/ 194,820.85	

Fuente: Elaboración Propia

Tasas Activas en soles:

Figura 17: Tasa de interés promedio del Sistema Bancario

Tasa Anual (%)	BBVA
Pequeñas Empresas	14.42
Descuentos	12.16
Préstamos hasta 30 días	11.93
Préstamos de 31 a 90 días	14.13
Préstamos de 91 a 180 días	14.52
Préstamos de 181 a 360 días	15.73
Préstamos a más de 360 días	14.29

Fuente: SBS (2021)

Presupuestos

Se ha considerado una proyección de operaciones del proyecto de diez años, razón por la cual se efectúan los presupuestos correspondientes:

a) Presupuesto de ingresos

Ya que nuestra propuesta es nueva en el mercado enfocándose en un producto adaptable, los costos se han determinado por la demanda real, se ha considerado en el primer año de operaciones producir 17 295 cojines, la misma que se espera tenga un crecimiento anual de 5% durante los próximos 10 años. Nuestro precio tomará como referencia los resultados de la encuesta efectuada.

Así tenemos:

Tabla 32: Presupuesto de ingresos

CONCEPTO	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Ingreso por ventas	17,295	18,160	19,068	20,022	21,023	22,074	23,177	24,336	25,553	26,831
Precio	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
Total de Ingreso	S/1,133,259.02	S/1,189,921.97	S/1,249,418.06	S/1,311,888.97	S/1,377,483.42	S/1,446,357.59	S/1,518,675.47	S/1,594,609.24	S/1,674,339.70	S/1,758,056.69

Fuente: Elaboración propia

Se detalla la estructura de precio de venta en la **Tabla 13**.

Tabla 33: Costos de producción

CONCEPTO	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Numero de unidades	17,295	18,160	19,068	20,022	21,023	22,074	23,177	24,336	25,553	26,831
Costo Unitario	41.28	41.28	41.28	41.28	41.28	41.28	41.28	41.28	41.28	41.28
Total de costo	S/713,953.18	S/749,650.84	S/787,133.38	S/826,490.05	S/867,814.55	S/911,205.28	S/956,765.54	S/1,004,603.82	S/1,054,834.01	S/1,107,575.71

Fuente: Elaboración propia

Se detalla costo unitario de producto en **Anexo 19**

b) Presupuesto del personal

Tabla 34: Presupuesto del personal

CARGO		AÑOS										
		2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	
Gerente	S/	40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00	S/ 40,200.00
Jefe de Producción	S/	24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00
Personal Acabado	S/	17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00
Personal Costura	S/	17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00
Diseñador/Corte	S/	17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00	S/ 17,688.00
Repartidor Delivery (PT)	S/	8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00	S/ 8,844.00
Encargado de Logística y Almacén	S/	20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00	S/ 20,100.00
Jefe Ventas y Marketing	S/	24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00	S/ 24,120.00
Total	S/	170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00	S/ 170,448.00

Fuente: Elaboración propia

Se especifica el presupuesto de personal detallado en el **Anexo 18**

c) Presupuesto de gastos administrativos.

Tabla 35: Presupuesto de gastos administrativos

SERVICIOS	AÑO									
	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Luz	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00	S/2,160.00
Agua	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00	S/1,080.00
Dúo Movistar	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00	S/1,440.00
Alquiler del local	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00	S/30,000.00
Materiales de limpieza	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00	S/1,704.00
Carga de extintores	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00	S/9,600.00
Total	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00

Fuente: Elaboración propia

d) Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 36: Presupuesto de gastos de ventas

	AÑO										
	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Publicidad	S/54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00	S/ 54,000.00
Cel. Empresa	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00	S/ 6,000.00
Total	S/60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00	S/ 60,000.00

Fuente: Elaboración propia

e) Presupuesto por financiamiento

Tabla 37: Presupuesto por Financiamiento

FINANCIAMIENTO		2022		2023		2024
Amortización	S/	45,297.16	S/	52,211.37	S/	60,180.96
Intereses	S/	19,643.12	S/	12,728.92	S/	4,759.32
Total	S/	64,940.28	S/	64,940.28	S/	64,940.28

Fuente: Elaboración propia

Evaluación Económica Financiera

Tabla 38: Flujo de caja económico

CONCEPTO	FLUJO DE CAJA ECONÓMICO											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
Inversion	-S/	237,689.49										
Ingresos		S/ 1,133,259.02	S/ 1,189,921.97	S/ 1,249,418.06	S/ 1,311,888.97	S/ 1,377,483.42	S/ 1,446,357.59	S/ 1,518,675.47	S/ 1,594,609.24	S/ 1,674,339.70	S/ 1,758,056.69	
Gastos		S/990,385.18	S/1,026,082.84	S/1,063,565.38	S/1,102,922.05	S/1,144,246.55	S/1,187,637.28	S/1,233,197.54	S/1,281,035.82	S/1,331,266.01	S/1,384,007.71	
Costos de producción		S/713,953.18	S/749,650.84	S/787,133.38	S/826,490.05	S/867,814.55	S/911,205.28	S/956,765.54	S/1,004,603.82	S/1,054,834.01	S/1,107,575.71	
Gastos de personal		S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	
Gastos administrativos		S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	
Gastos de ventas		S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	
Flujo de caja económico	-S/	237,689.49	S/ 142,873.84	S/ 163,839.13	S/ 185,852.68	S/ 208,966.92	S/ 233,236.86	S/ 258,720.31	S/ 285,477.92	S/ 313,573.42	S/ 343,073.69	S/ 374,048.97
Flujo económico acumulado	-S/	94,815.65	S/ 69,023.47	S/ 254,876.16	S/ 463,843.08	S/ 697,079.94	S/ 955,800.25	S/ 1,241,278.17	S/ 1,554,851.59	S/ 1,897,925.28	S/ 2,271,974.25	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39: Flujo de caja financiero

FLUJO DE CAJA FINANCIERO											
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Aporte de inversionistas	-S/ 80,000.00										
Ingresos		S/1,133,259.02	S/1,189,921.97	S/1,249,418.06	S/1,311,888.97	S/1,377,483.42	S/1,446,357.59	S/1,518,675.47	S/1,594,609.24	S/1,674,339.70	S/1,758,056.69
Gastos		S/1,055,325.46	S/1,091,023.12	S/1,128,505.66	S/1,102,922.05	S/1,144,246.55	S/1,187,637.28	S/1,233,197.54	S/1,281,035.82	S/1,331,266.01	S/1,384,007.71
Costos de producción		S/713,953.18	S/749,650.84	S/787,133.38	S/826,490.05	S/867,814.55	S/911,205.28	S/956,765.54	S/1,004,603.82	S/1,054,834.01	S/1,107,575.71
Gastos de personal		S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00
Gastos administrativos		S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00
Gastos de ventas		S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00
Gastos de financiamiento		S/64,940.28	S/64,940.28	S/64,940.28							
Flujo de caja financiero	-S/80,000.00	S/77,933.55	S/98,898.84	S/120,912.40	S/208,966.92	S/233,236.86	S/258,720.31	S/285,477.92	S/313,573.42	S/343,073.69	S/374,048.97
Flujo financiero acumulado		-S/2,066.45	S/96,832.40	S/217,744.80	S/426,711.72	S/659,948.58	S/918,668.89	S/1,204,146.81	S/1,517,720.23	S/1,860,793.92	S/2,234,842.89

Fuente: Elaboración Propia

Punto de equilibrio:

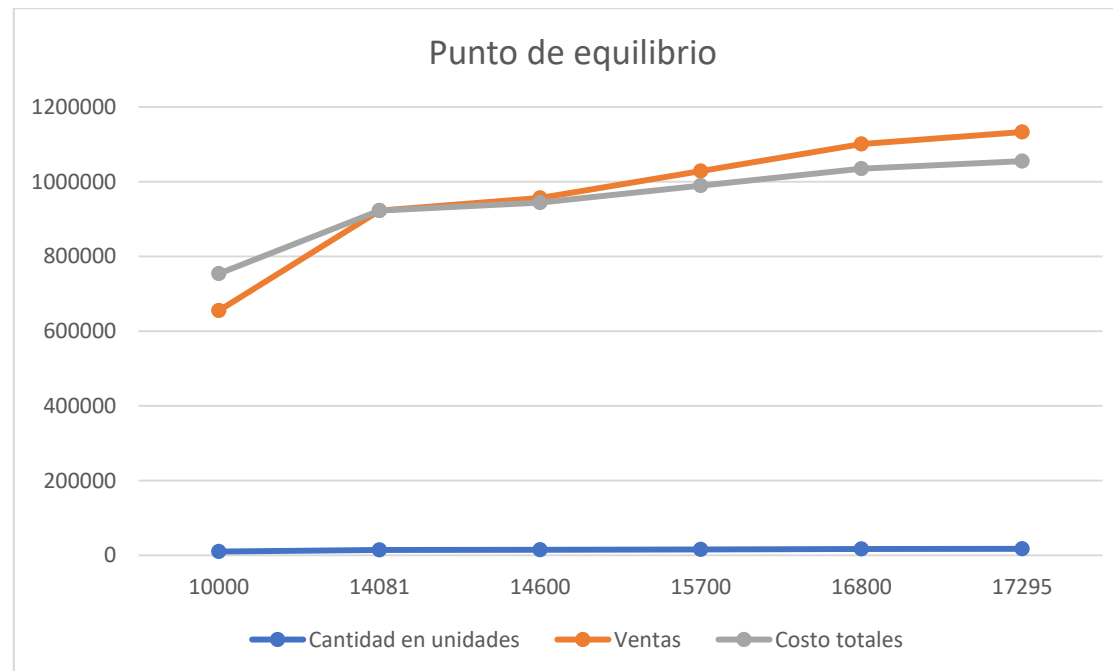
Considerado en el primer año de funcionamiento del negocio.

Tabla 40: Punto de equilibrio

AÑOS	2022
Punto de equilibrio unid.	14081
Costos fijos	S/341,372.28
Precio de venta	S/65.52
Costo de venta Unitario	S/41.28

Fuente: Elaboración Propia

Cantidad en unidades	Ventas	Costos totales	Utilidad
10000	S/ 655,238.10	S/ 754,172.28	-S/ 98,934.19
14081	S/ 922,627.79	S/ 922,627.79	S/ 0.00
14600	S/ 956,647.62	S/ 944,060.28	S/ 12,587.34
15700	S/ 1,028,723.81	S/ 989,468.28	S/ 39,255.53
16800	S/ 1,100,800.00	S/ 1,034,876.28	S/ 65,923.72
17295	S/ 1,133,234.29	S/ 1,055,309.88	S/ 77,924.40



VAN – TIRF Económico

Costo promedio ponderado de Capital (WACC)

El costo promedio ponderado del capital (WACC) utilizado para el proyecto fue de 6.16%.

Valor Actual Neto Económico (VANE)

En este caso, se acepta el proyecto porque su valor actual neto económico, es mayor que la inversión realizada durante su vida útil. Como se puede observar el valor actual neto asciende a la suma de S/. 1'503,749.56.

Tasa interna de Retorno Económico (TIRE)

En el caso del proyecto, podemos notar que la tasa interna de retorno económico es de 72%.

Tabla 41: Evaluación Económica

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Inversion	-S/ 237,689.49										
Ingresos		S/ 1,133,259.02	S/ 1,189,921.97	S/ 1,249,418.06	S/ 1,311,888.97	S/ 1,377,483.42	S/ 1,446,357.59	S/ 1,518,675.47	S/ 1,594,609.24	S/ 1,674,339.70	S/ 1,758,056.69
Gastos		S/990,385.18	S/1,026,082.84	S/1,063,565.38	S/1,102,922.05	S/1,144,246.55	S/1,187,637.28	S/1,233,197.54	S/1,281,035.82	S/1,331,266.01	S/1,384,007.71
Costos de producción		S/713,953.18	S/749,650.84	S/787,133.38	S/826,490.05	S/867,814.55	S/911,205.28	S/956,765.54	S/1,004,603.82	S/1,054,834.01	S/1,107,575.71
Gastos de personal		S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00
Gastos administrativos		S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00
Gastos de ventas		S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00
Flujo de caja económico	-S/ 237,689.49	S/ 142,873.84	S/ 163,839.13	S/ 185,852.68	S/ 208,966.92	S/ 233,236.86	S/ 258,720.31	S/ 285,477.92	S/ 313,573.42	S/ 343,073.69	S/ 374,048.97
Flujo económico acumulado	-S/ 237,689.49	S/ 94,815.65	S/ 69,023.47	S/ 254,876.16	S/ 463,843.08	S/ 697,079.94	S/ 955,800.25	S/ 1,241,278.17	S/ 1,554,851.59	S/ 1,897,925.28	S/ 2,271,974.25

VANE S/ 1,503,749.56
TIRE 72%

Fuente: Elaboración Propia

Valor Actual Neto Financiero (VANF)

Costo de Oportunidad de Capital (COK)

El costo de oportunidad del capital (COK) utilizado para el proyecto fue de acuerdo al promedio de otros trabajos similares, en este caso es del 10%.

En este caso, se acepta el proyecto porque su valor actual neto económico, es mayor que la inversión realizada durante su vida útil. Como se puede observar el valor actual neto, asciende a la suma de S/. 1'179,504.80.

Tasa interna de Retorno Financiero (TIRF)

En el caso del proyecto, podemos notar que la tasa interna de retorno económico es de 126%.

Tabla 42: Evaluación Financiera

FLUJO DE CAJA FINANCIERO

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Aporte de inversionistas	-S/ 80,000.00										
Ingresos		S/1,133,259.02	S/1,189,921.97	S/1,249,418.06	S/1,311,888.97	S/1,377,483.42	S/1,446,357.59	S/1,518,675.47	S/1,594,609.24	S/1,674,339.70	S/1,758,056.69
Gastos		S/1,055,325.46	S/1,091,023.12	S/1,128,505.66	S/1,102,922.05	S/1,144,246.55	S/1,187,637.28	S/1,233,197.54	S/1,281,035.82	S/1,331,266.01	S/1,384,007.71
Costos de producción		S/713,953.18	S/749,650.84	S/787,133.38	S/826,490.05	S/867,814.55	S/911,205.28	S/956,765.54	S/1,004,603.82	S/1,054,834.01	S/1,107,575.71
Gastos de personal		S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00	S/170,448.00
Gastos administrativos		S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00	S/45,984.00
Gastos de ventas		S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00	S/60,000.00
Gastos de financiamiento		S/64,940.28	S/64,940.28	S/64,940.28							
Flujo de caja financiero	-S/80,000.00	S/77,933.55	S/98,898.84	S/120,912.40	S/208,966.92	S/233,236.86	S/258,720.31	S/285,477.92	S/313,573.42	S/343,073.69	S/374,048.97
Flujo financiero acumulado		-S/2,066.45	S/96,832.40	S/217,744.80	S/426,711.72	S/659,948.58	S/918,668.89	S/1,204,146.81	S/1,517,720.23	S/1,860,793.92	S/2,234,842.89

VANF S/ 1,179,504.80
TIRF 126%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43: Evaluación beneficio costo económico.

COSTO/BENEFICIO - ECONOMICO	
VNA Ingresos	S/6,973,242.45
VNA Egresos	S/5,818,872.33
VNA Egresos + Inversión	S/5,818,872.33
COSTO/BENEFICIO	1.19838382

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44: Evaluación beneficio costo financiero.

COSTO/BENEFICIO - FINANCIERO	
VNA Ingresos	S/6,973,242.45
VNA Egresos	S/5,968,909.14
VNA Egresos + Inversión	S/5,968,909.14
COSTO/BENEFICIO	1.16826078

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Método de análisis de datos

El enfoque de la presente investigación fue cuantitativo, ya que se aplicaron el uso de la estadística e instrumentos de medición, la que nos sirvió para la tabulación y así poder interpretar los datos que se reflejarán a través de las encuestas a aplicada.

Estadística descriptiva: Para la recopilación de información, se usó la herramienta SPSS, la cual nos permitió obtener datos exactos y precisos del estudio, que se muestran en tablas y gráficos.

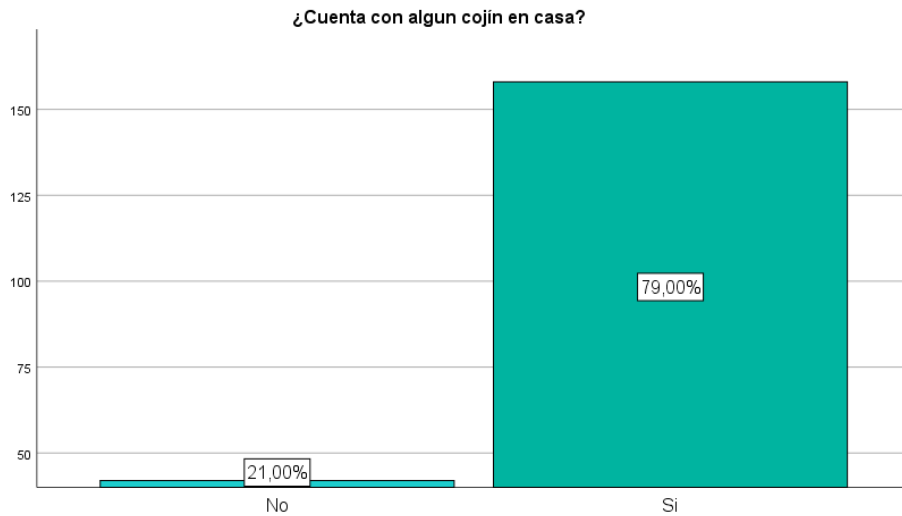
3.7. Aspectos Éticos

Se tomó en consideración los aspectos éticos; estos se han orientado en amparar la autenticidad de los resultados, su validez y confiabilidad de la información obtenida, respetando la propiedad intelectual al momento de citar las fuentes. Se utilizó las Normas ISO. Así mismo, se respetó el anonimato de los encuestados quienes respondieron al cuestionario de forma voluntaria permitiendo contar con la información requerida por la propuesta de plan de negocio como proyecto de investigación.

IV. RESULTADOS

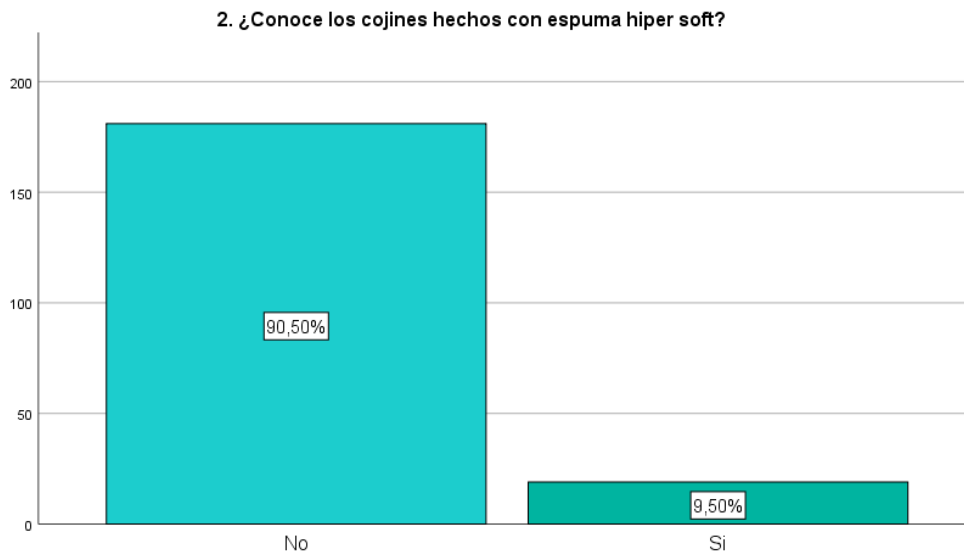
Gráficos y reportes de los resultados obtenidos mediante la encuesta de estudio de mercado en SPSS.

1. ¿Cuenta con algún cojín en casa?



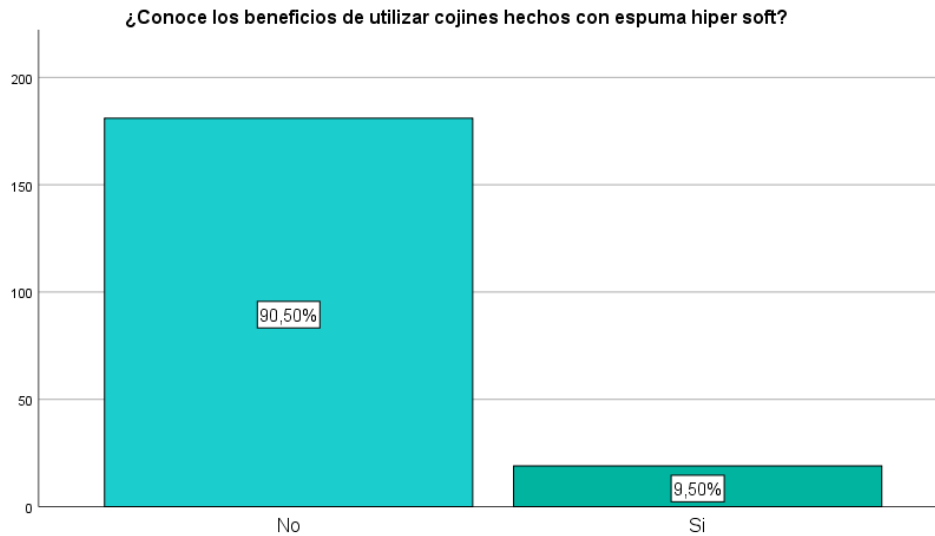
En el resultado de la primera pregunta de la encuesta realizada se muestra un porcentaje de 79% de encuestados que indican que, si cuentan con un cojín en casa, mientras que el 21% indican lo contrario.

2. ¿Conoce los cojines hechos con espuma hiper soft?



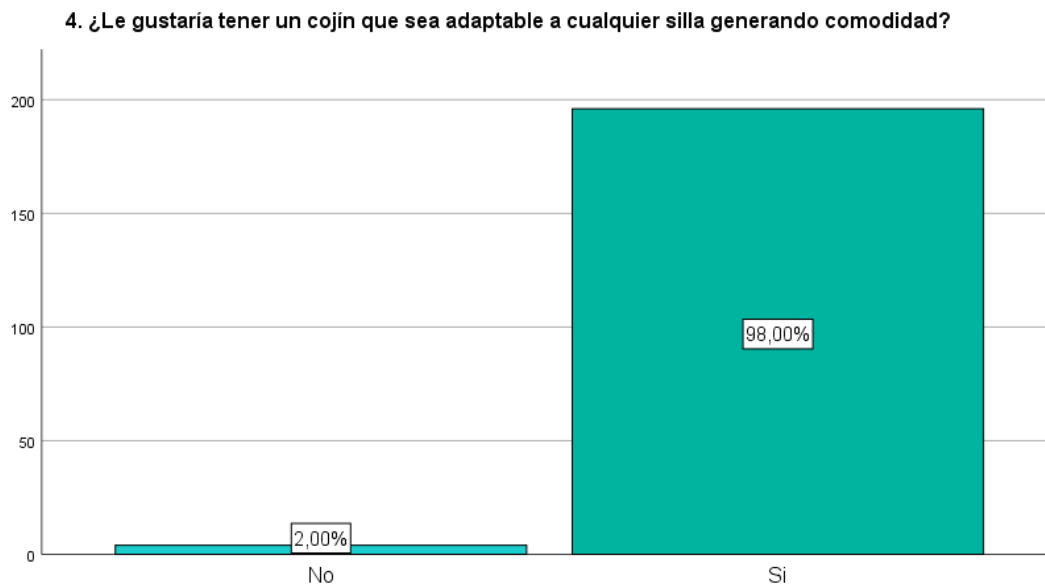
Se puede observar que el 90.5% no conoce los cojines hechos con espuma hiper soft, mientras que el 9.5% indica que si conocen los cojines hechos con el tipo de espuma hipersof.

3. ¿Conoce los beneficios de utilizar cojines hechos con espuma hiper soft?



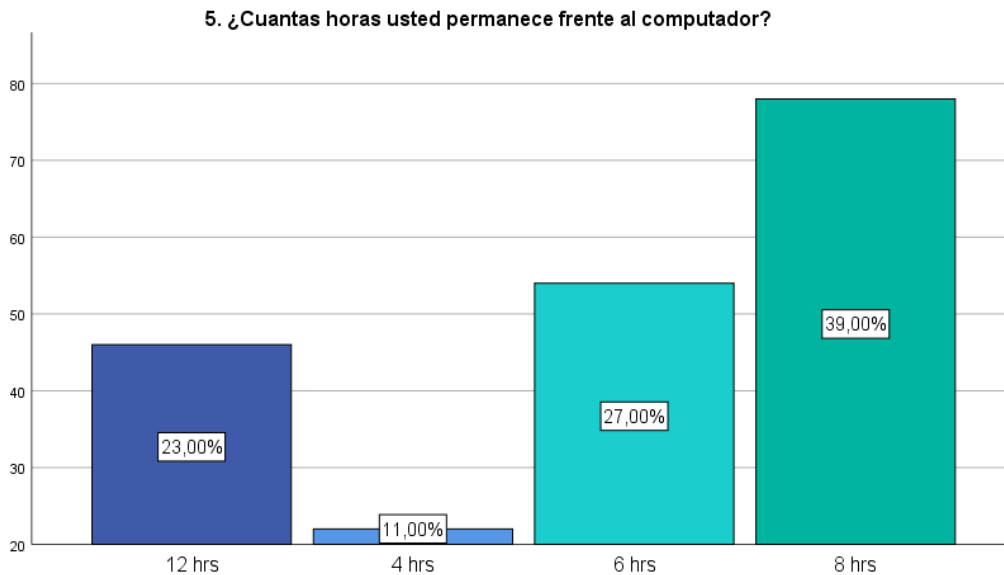
De la pregunta 3 se puede observar como resultado que el 90.5% indican que no conocen los beneficios de utilizar los cojines con espuma hiper soft, mientras que el 9.5% mencionan que si conocen el beneficio de utilizarlo.

4. ¿Le gustaría tener un cojín que sea adaptable a cualquier silla generando comodidad?



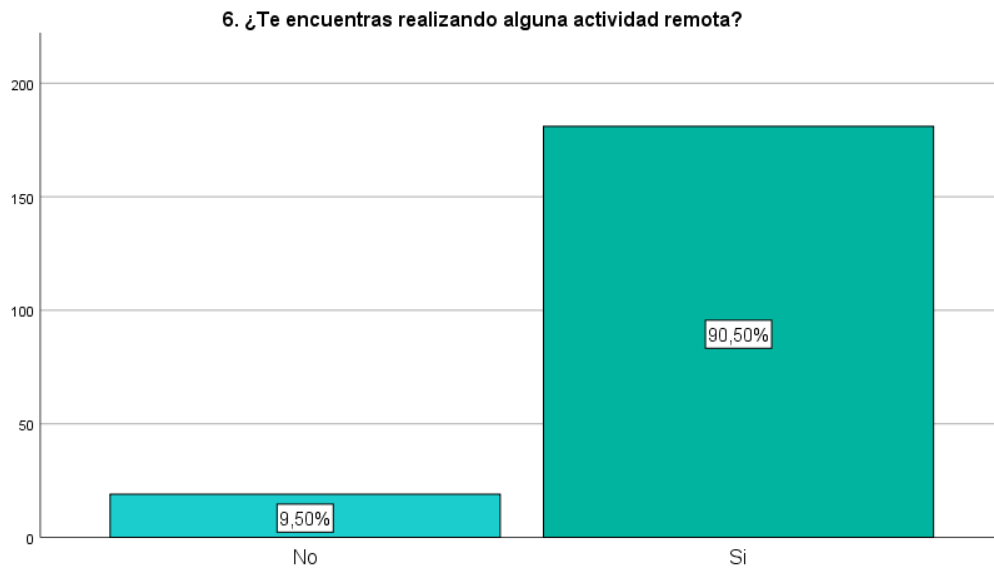
Del resultado de la pregunta 4 se puede observar que el 98% de las personas encuestadas indican que, si les gustaría contar un cojin que les permita realizar sus actividades remotas de la mejor manera posible, mientras que el 2% indican que no les gustaría.

5. ¿Cuántas horas usted permanece frente al computador?



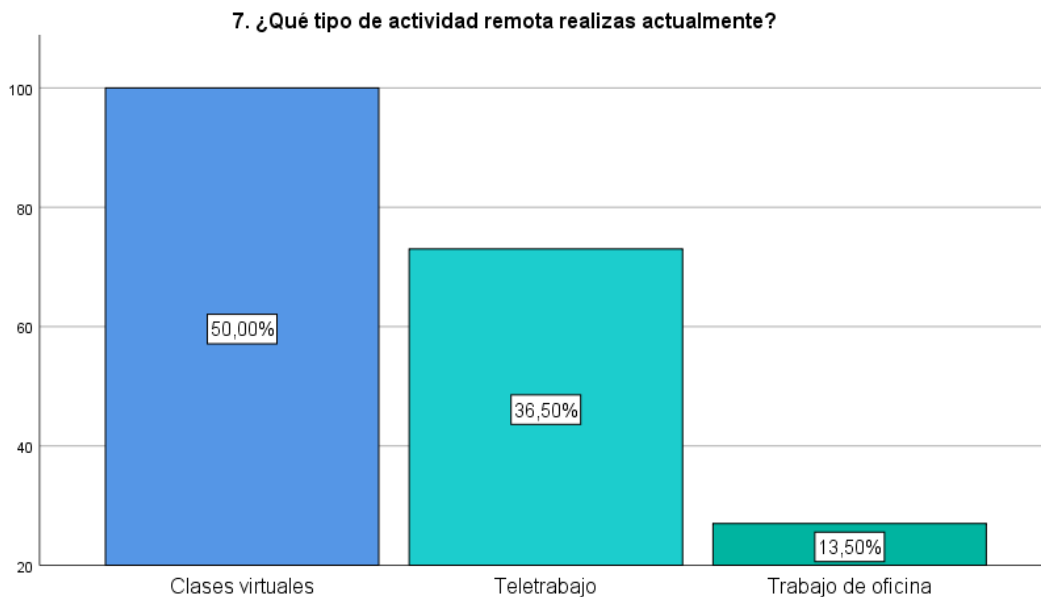
Según los resultados mostrados en la gráfica, de los encuestados que indican cuantas horas permanecen frente a un computador se obtiene lo siguiente: 39% indica que permanecen 8 hrs, 27% indican que permanecen 6 hrs, 23% indican que permanecen 12 hrs mientras que el 11% solo 4 hrs.

6. ¿Te encuentras realizando alguna actividad remota?



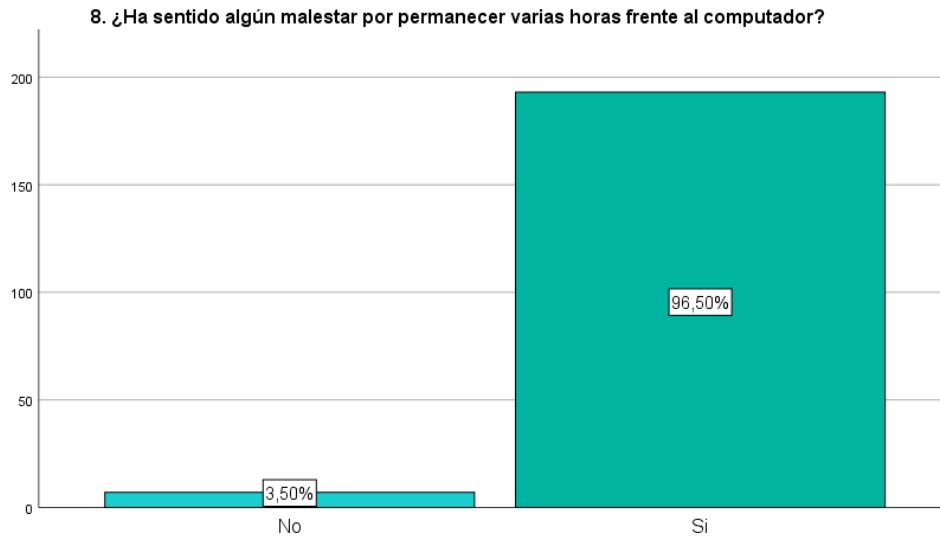
De la pregunta 6 se obtiene que el 90,5% de personas encuestadas indican que si se encuentran realizando alguna actividad remota, mientras que el 9,5% de personas indican que no.

7. ¿Qué tipo de actividad remota realizas actualmente?



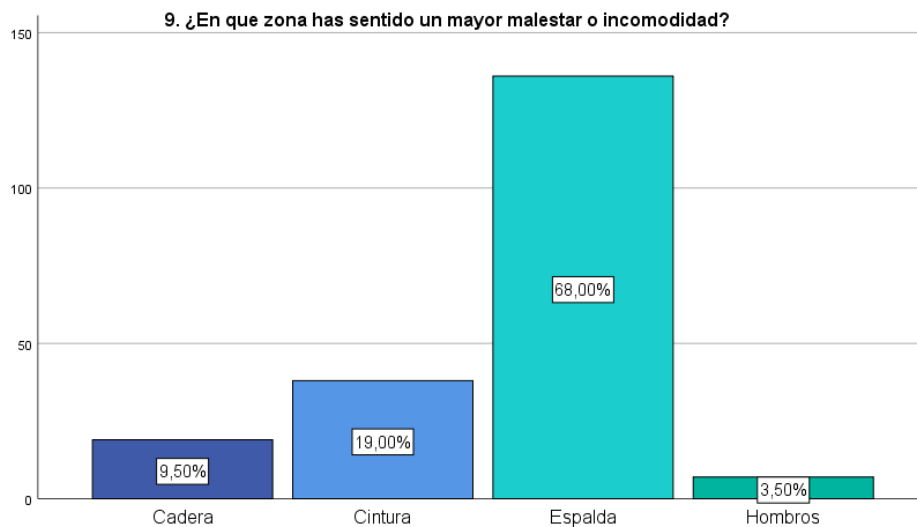
Del resultado mostrado el 50% de encuestados indican que se encuentran realizando clases virtuales, el 36.5% indican que realizan teletrabajo y el 13,5% indican que realizan trabajo de oficina.

8. ¿Ha sentido algún malestar por permanecer varias horas frente al computador?



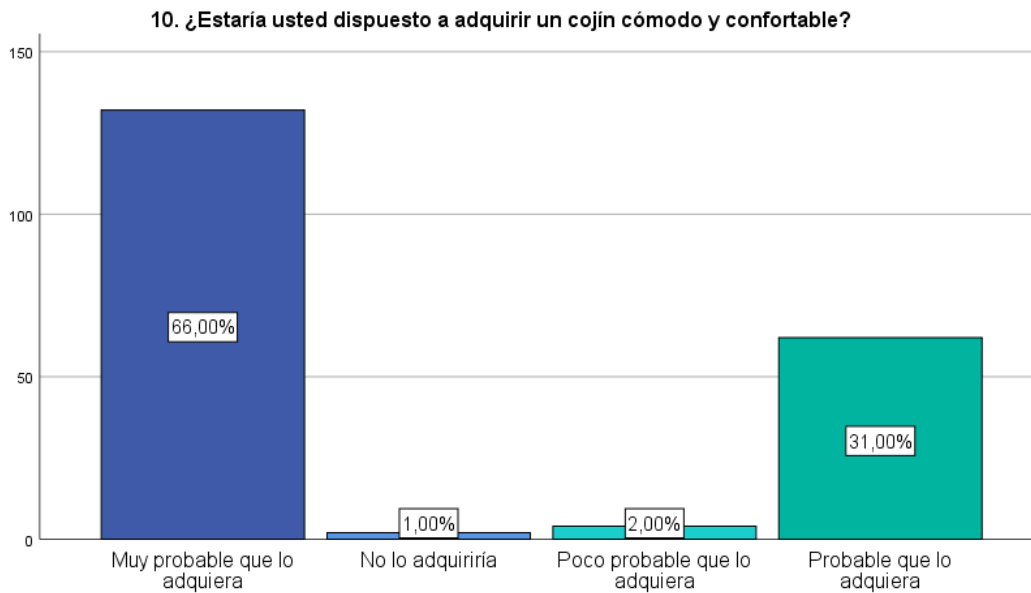
Según el resultado mostrado el 96.5% indican que, si presentaron algún malestar por permanecer varias horas frente al computador, mientras que el 3,5% indican que no presentaron ningún malestar.

9. ¿En qué zona has sentido un mayor malestar o incomodidad?



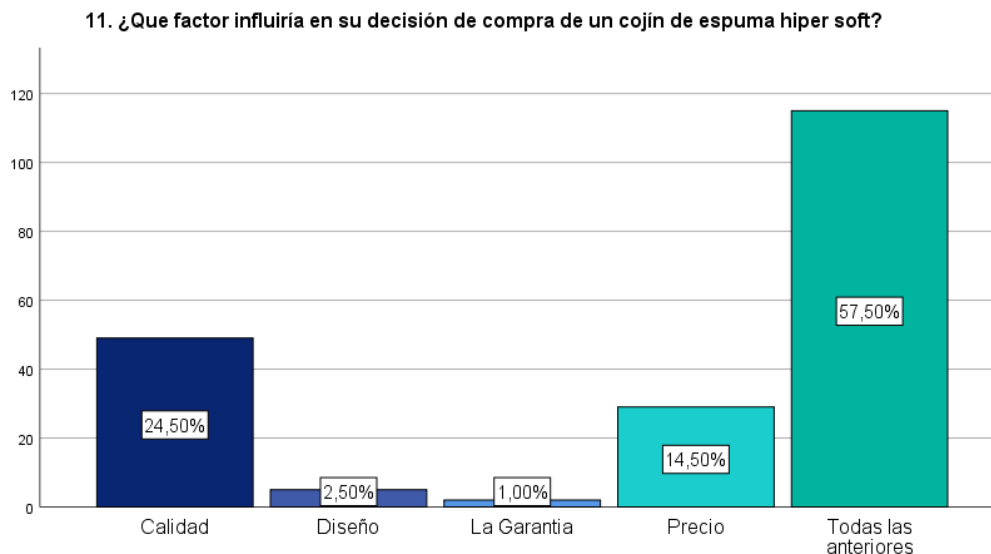
Descripción:

10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir un cojín cómodo y confortable?



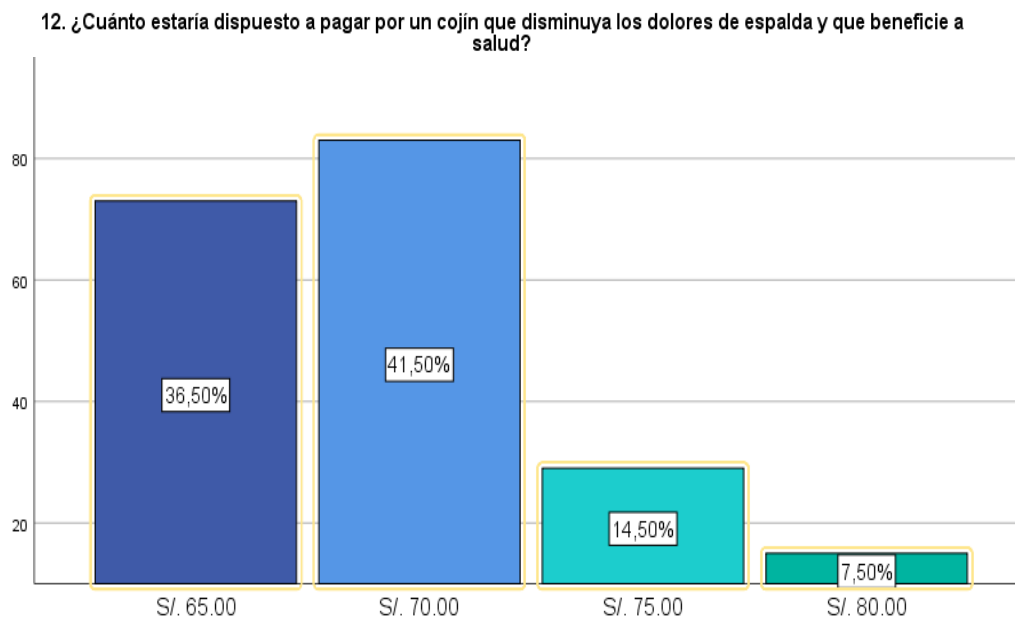
De la pregunta 10 se obtiene como resultado que el 66% es muy probable que adquiera el cojín de espuma hiper soft, el 31% probable que lo adquiera, el 2% poco probable que lo adquiera, y el 1% no lo adquiriría.

11. ¿Qué factor influiría en su decisión de compra de un cojín de espuma hiper soft?



Respecto a la pregunta 11 nos indica como resultado que el 57.5% de personas encuestadas prefieren que en su decisión de compra influyan todos los factores como la calidad, diseño, garantía, y precio, mientras que el 24.5% indican solo la calidad, el 14.5% indican solo precio, el 2.5 indican el diseño y el 1% indican la garantía.

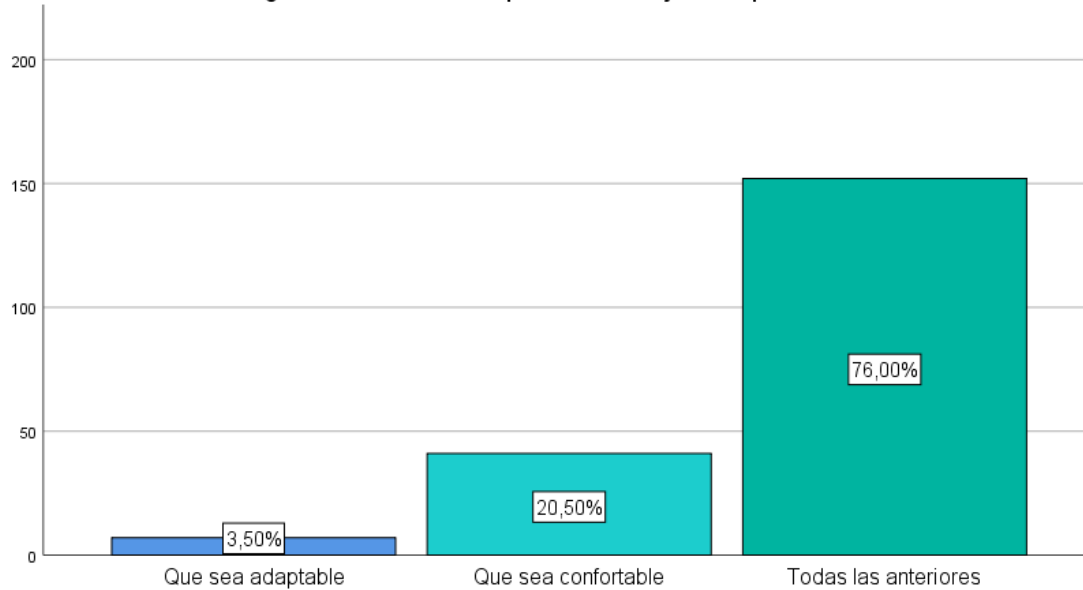
12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cojín que disminuya los dolores de espalda y que beneficie a salud?



Como resultado de la pregunta 12 se obtiene que el 41.5% estaría dispuesto a pagar S/. 70.00, el 36.5% estaría dispuesto a pagar S/. 65.00, el 14.5% pagaría S/. 75.00, mientras que el 7.5% estaría dispuesto a pagar S/. 80.00.

13. ¿Qué es lo usted más aprecia de un cojín de espuma?

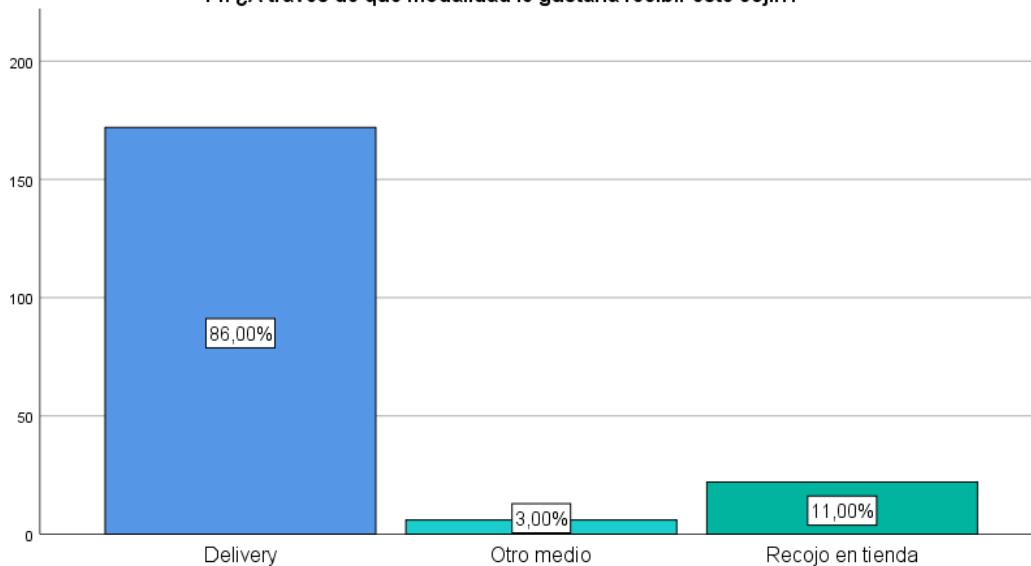
13. ¿Que es lo usted más aprecia de un cojin de espuma?



De la pregunta 13 se obtiene como resultado que sobre lo que más aprecian de un cojín hace referencia a un 76% que indican que tiene que ser confortable y adaptable, mientras que el 20.5% indican que solo sea confortable, y el 3.5% indican que solo sea adaptable.

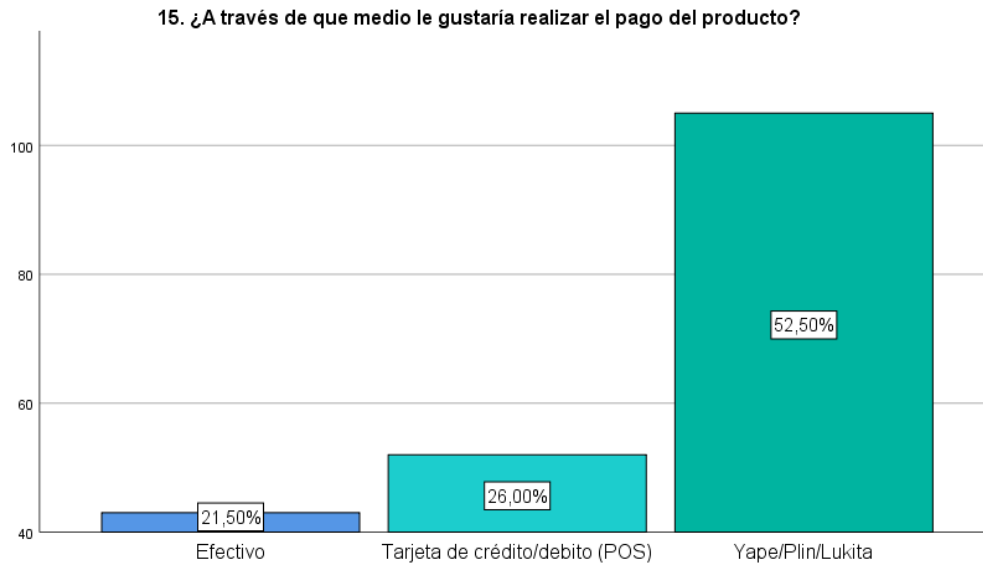
14. ¿A través de que modalidad le gustaría recibir este cojín?

14. ¿A través de que modalidad le gustaría recibir este cojín?



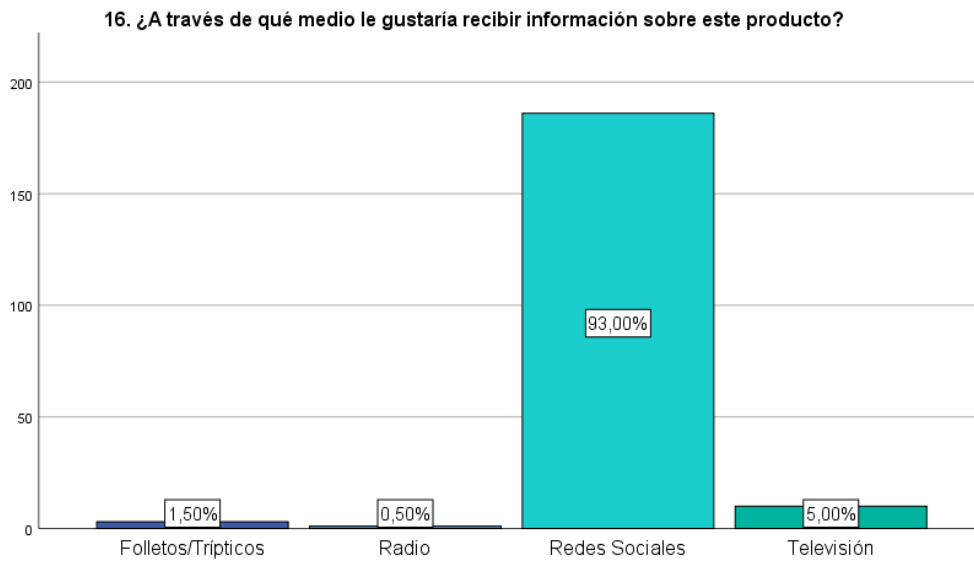
Del resultado mostrado por la pregunta 14 indica que el 86% de las personas encuestadas indican que desean recibir por medio de delivery, el 11% indican que sea recojo en tienda, mientras que el 3% indican que sea por otro medio.

15. ¿A través de que medio le gustaría realizar el pago del producto?



Respecto a la pregunta 15, el 52.5% indican que desean realizar el pago con Yape/Plin/Lukita, mientras que el 26% indican que sea a través de tarjeta de crédito/debito (POS), y el 21.5% indican que sea en efectivo.

16. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?



Respecto a la pregunta 16 se obtiene como resultado que el 93% de las personas encuestadas prefieren recibir información del producto por redes sociales, el 5% indican que prefieren por televisión, el 1.5% mencionan que sea mediante folletos/trípticos, y el 0.5% indican que sea por radio.

V. DISCUSIÓN

Para analizar la viabilidad de un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima 2021, se realizó una encuesta con 16 interrogantes, que nos permitieron determinar el mercado potencial y sus preferencias. La población de estudio se enfocó en la PEA ocupada de Lima, estudiantes y trabajadores mayores de 14 años. Se realizaron 200 encuestas con diferentes interrogantes que nos permitieron recopilar las preferencias de los consumidores para identificar la viabilidad del mercado.

En el objetivo específico analizar la viabilidad de mercado para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima-2021, (VARGAS, y FINKLER 2018), nos mencionan que es una de las etapas más importantes, ya que se evalúa el impacto que va a tener el producto o servicio en el cliente, y si este tendrá posibilidad de venta en el sector en el que se quiera posicionar; además que la viabilidad del proyecto depende del mercado en el que te vas a enfocar, si el producto es aceptado por el consumidor, de tal forma que se puedan establecer costos para fijar la rentabilidad de un proyecto. Con relación a la figura N°3, el 96% de encuestados indican que les gustaría contar con un cojín de espuma hiper soft, Este dato confirma que hay una demanda potencial por el producto por lo tanto existe viabilidad de mercado en este plan. La figura N°4 nos confirma la necesidad del mercado de tener un cojín que sea adaptable y confortable, ya que los comunes que suelen usar no se adaptan a su necesidad lo cual hace que vengan teniendo problemas musco esqueléticos. La investigación de García, et al. (2019) en la que evalúan la viabilidad de un plan de negocio para la producción y comercialización de almohadas ergonómicas para parejas en Lima, se comprobó que existe viabilidad de mercado; la necesidad que tienen las parejas de dormir cómodas y como se beneficia su sueño con este producto a través de un focus group que realizaron, confirmaron la existencia de este mercado potencial en confección de almohadas ergonómicas. Indican que las personas que pasaron por este focus, comentaron la necesidad de poder dormir plácidamente con sus parejas de una manera cómoda, de esta forma se comprobó la

demanda insatisfecha, la cual puede ser atendida por su negocio. Con esta investigación confirmamos la necesidad de las personas en obtener productos ergonómicos en un mercado potencial que busca la necesidad cada vez de estar más cómodos en su hogar o en un ambiente laboral. De acuerdo al análisis realizado por los resultados, antecedente y teoría se puede afirmar que es favorable tener una respuesta positiva del mercado al que se enfoca un determinado producto o servicio, es decir que exista una demanda que no está siendo atendida para que el mercado sea viable.

En el objetivo específico analizar la viabilidad técnica para producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima-2021. El estudio técnico es imprescindible ya que en este punto se abarca la materia prima a utilizar, los equipos necesarios y sobre todo nuestro capital humano, así como en financiamiento de cada uno de ellos. De acuerdo con (GONZÁLEZ, et al., 2017) se relaciona con evaluar el plan en relación a la operación y administración. Así, el producto o servicio que se brinde será de calidad y efectivo; además, contar con el equipo necesario para competir en el mercado, manteniendo un control y seguridad del plan a realizar. Para poder determinar la localización de este proyecto se procedió a realizar un cuadro de calificación, en la que se tuvo en cuenta la disponibilidad de materia prima, mano de obra, cercanía a la demanda, agua y energía, siendo Av. Rosa América 840- Los Olivos – Lima la opción viable para establecer la empresa. La determinación del tamaño de planta depende la capacidad productiva a tener que será del 70% de nuestra demanda real para el primer de año, haciendo un total de 1505 cojines mensuales de acuerdo a la demanda se elaborarían 58 cojines diarios. La investigación de Strobbe (2018), en su estudio de prefactibilidad demuestra la viabilidad técnica para la instalación de una planta procesadora de colchones de espuma visco elástica. Para determinar su localización micro y macro utilizaron una matriz de enfrentamiento la cual les permitió identificar el lugar de su empresa en Chilca. Para determinar su tamaño de planta crearon factores mínimos y máximos considerando su tamaño de mercado a satisfacer por año, la materia prima con la que contarán y la tecnología a utilizar, demostrando que su estudio técnico es viable. Con esta investigación confirmamos la importancia

de poder identificar todos los aspectos técnicos dentro una empresa haciendo viable su ejecución en la producción y comercialización de productos que contienen como insumo la espuma. Respecto a los resultados, antecedentes y teoría, se identifica que existen una cadena de procesos para poder determinar la viabilidad técnica de un plan de negocio.

En el objetivo específico analizar la viabilidad legal y organizacional para producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima-2021. Para (D´SOUZA, et al., 2015), la viabilidad legal y organizacional asegura que el plan respete las normas legales vigentes y todo lo que involucre a la organización generando confiabilidad a los colaboradores, clientes, proveedores y futuros socios. Desde el enfoque legal, la empresa se constituye como una S.A.C, la cual cumplirá con los requisitos indicado por SUNARP. El régimen de la empresa es MYPE ante la SUNAT, la cual permite poder emitir los documentos tributarios y cumplir con las obligaciones dictadas. Con respecto a la organización está estructurada de manera funcional, por lo que es viable. Los resultados de la investigación de Estrada y Pizarro (2017) demuestran la viabilidad legal y organizacional de su plan de negocio. El tipo de empresa será una S.A.C., por su forma societaria de mínimo 2 personas. En la que su organización elaboró un manual con las funciones para cada colaborador, que iniciaran con 8 personas. La organización cumple con los requerimientos necesarios, por lo que es viable. Se afirman con los resultados, antecedente y la teoría, que el cumplimiento de los requisitos legales, formales, tributarias y organizacionales determinan la viabilidad de una empresa.

En el objetivo específico analizar la viabilidad económica - financiera para producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en Lima-2021. Para (KENNEDY, James 2016), menciona que la viabilidad económica y financiera es el proceso por el cual se evalúa si la viabilidad del proyecto puede ser rentable o no. Para ello debe existir racionalidad entre el beneficio costo. El Valor Actual Neto del proyecto permitirá identificar el valor actual de los flujos efectivo y financiero de acuerdo a los ingresos y egresos por periodos estimados en el proyecto. La Tasa interna de retorno es

importante para poder identificar la cantidad de inversión y financiamiento que se tendrá en cuenta para el proyecto.

El resultado de la investigación confirma su rentabilidad para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft. Ya que el resultado de nuestro Valor actual neto y la tasa interna de retorno son mayores a cero: $VANE = 1'771,087.64 > 0$ y $TIRE = 84\% > 0$ y relación beneficio costo = $1.29 > 1$, demuestran que desde el negocio es rentable desde el enfoque económico. Desde el enfoque financiero el plan de negocio es viable y rentable, $VANF = 1'609,590.77 > 0$ y $TIRF = 53\% > 0$, y en relación al beneficio de costo = $1.25 > 1$ demostrando la viabilidad financiera. La investigación de Strobbe (2018), confirma la rentabilidad de su estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta procesadora de colchones de espuma visco elástica, obteniendo como resultado en su VANE de S/. 2' 847,586 y una TIRE de 56.91% y un VANF de S/. 3'171,911 y una TIRE de 96.57%, con relación a su beneficio costo económico es 1.04 y al financiero de 2.1, mayores a 1 lo que indica que el estudio es rentable. Se puede afirmar que existe viabilidad económica y financiera de los resultados, antecedente y teoría para llevar a cabo un negocio, esto demuestra su rentabilidad.

Con respecto a nuestro objetivo general se concluye que existe viabilidad para la creación de una empresa que se enfoca en la elaboración y comercialización de cojines de espuma hiper sof en Lima 2021. Cumpliendo con las 4 viabilidades requeridas. Por lo que se puede confirmar que el plan de negocio es viable.

VI. CONCLUSIONES

1. Se afirma que existe viabilidad de mercado para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de cojines de espuma hiper soft, ya que, según la encuesta realizada, existe un gran porcentaje de personas dispuestas a adquirir este producto. El análisis de oferta y demanda, confirma la necesidad de este tipo de producto en las personas que se encuentran realizando actividades remotas y permanecen durante un periodo prolongado de horas sentados, teniendo problemas musculo esqueléticos. Por lo que se puede cubrir esta demanda insatisfecha.
2. Se comprueba que existe viabilidad técnica para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de cojines de espuma hiper soft. Respecto al aspecto técnico, se identifica que existen en el mercado la materia prima y los equipos necesarios para la producción de cojines; se utilizó el método ponderado que permitió determinar la ubicación del proyecto teniendo en cuenta la disponibilidad de materia prima, mano de obra, cercanía a la demanda, agua y energía.
3. Se idéntica que existe viabilidad legal y organizacional para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de cojines de espuma hiper soft. Por lo que se evidencia que la empresa reúne los requisitos legales, formales, tributarios y organizacional, determinando así la creación de una SAC (Sociedad anónima cerrada) e integrarse al régimen tributario MYPE.
4. Se constata que existe viabilidad económica y financiera para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de cojines de espuma hiper soft. Ya que, desde el punto de vista económico es viable; el valor actual neto y tasa interna de retorno son superiores a cero: $VANE = 1'503,749.56 > 0$ y $TIRE = 72\% > 0$ y relación costo beneficio = $1.19 > 1$. Desde el punto de vista financiero, resulta viable y rentable el negocio, el valor actual neto financiero $VANF = 1'179,504.80 > 0$ y $TIRF = 126\% > 0$ con un costo beneficio= $1.16 > 1$, demuestra la viabilidad financiera.

5. Existe viabilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de cojines de espuma hiper soft en la ciudad de Lima 2021. La investigación cumple los requerimientos de viabilidad de mercado, técnica, legal y organizacional y económico-financiera.

VII. RECOMENDACIONES

1. Es importante considerar los gustos y preferencia de los posibles clientes, en cuanto a la calidad, adaptabilidad y diseño del producto, debido a que se tiene una considerable demanda que busca satisfacer la necesidad que pueda beneficiar su salud ergonómica, por ello se debe realizar un focus group. Por otro lado, se debe evaluar los ingresos de nuevos productos que ingresen al mercado.
2. Se sugiere generar un vínculo estratégico con diferentes tiendas departamentales de la ciudad dedicadas a la venta de productos para el hogar y oficina teniendo una mayor cercanía al público objetivo. Lo que permitirá al producto ser más conocido y llegar a más personas de diferentes ciudades.
3. Se sugiere implementar otras líneas de producción de cojines para posicionar el negocio, y de esta manera ocupar la capacidad de producción ofreciendo otras opciones de productos fabricado con espuma hiper soft, generando una sostenibilidad a la empresa.
4. Es recomendable que exista un programa de motivación al personal, valorando su trabajo y compromiso con la organización a fin de lograr su permanencia en la misma. Esto permitirá generar un buen clima laboral.
5. Es recomendable realizar inversiones en nuevas plataformas digitales que nos permitan generar un mayor alcance, brindando un mejor servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUILERA. et., 2020. Dimensiones y variables de la calidad de la fase de pre inversión.[en línea]. Ciencia Holguin. Vol26. n^o1,2020.[Fecha de consulta: 11 de agosto de 2021]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181562407007>. ISSN: 1027-2127.

ALAN. y CORTEZ 2018. Procesos y Fundamentos de las Investigación Científica. [en línea]. 1^a ed. Ecuador: Ediciones UTMACH, 2018. [Fecha de consulta: 24 de mayo de 2021]. Disponible en: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiagcionCientifica.pdf>. ISBN: 978-9942-24-093-4.

ARIZA. Verónica 2020. El Diseño como objeto de estudio y como ejercicio de intervención. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]. [en línea]. Octubre 2020. n.^a 82. [Fecha de consulta: 24 de abril de 2021]. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/722_libro.pdf. ISSN 1668-0227.

BAAZIZ. Abdelkader 2019. Towards a new paradigm of "Coopetitiveness" in emerging countries: Case of the Algerian Entrepreneurial ecosystems. [on line].November 9, Vol 7. n^o1, 2019 [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in:<https://periodicos.uninove.br/innovation/article/view/16500>. ISSN: 2318-9975.

BARRIENTOS. et al., 2020. Tourism Sector: Communication and Sustainable Innovation. Revista de Comunicación de la SEECI. [on line]. November 15th, n^o53, 2020. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in:<http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/seeci.2020.53.153-173>. ISSN: 1576-3420..

BBC. 2020. Teletrabajo y coronavirus: lo que el mundo puede aprender de los Países Bajos sobre el trabajo desde casa. [en línea]. BBC, 2 de Julio 2020. [Fecha de consulta: 24 de abril 2021]. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/vert-fut-53239051>.

BELTRÁN. et al., 2018. ANÁLISIS DE IMPLEMENTACIÓN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE ARANDAS. [en línea]. Ra Ximhai. Vol14 n^o3.2018. [Fecha de consulta: 25 de septiembre del 2021]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/461/46158064002/46158064002.pdf>.

CARL. et al., 2021. Product Generation Module: Automated Production Planning for optimized workload and increased efficiency in Matrix Production Systems. Procedia CIRP.[on line]. Vol 96, 2021. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827121000731>. ISSN 2212-8271.

CHACÓN. et al., 2021. From randomized control trial to mixed methods: A practical framework for program evaluation based on methodological quality. [on line]. Vol37 n°8. 2021.[Consultation date: August 11th, 2021]. Available in: <https://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=64a57bbb-b52c-4c99-8738-5bdf371ad02%40sdc-v-sessmgr02>. ISSN: 0212-9728.

CLIPPINGER. Dorinda 2019. Business report guides: research reports and business plans. [on line]. 1st edition. USA: Business Expert Press 2019. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in: https://jabega.uma.es/permalink/34CBUA_UMA/5rkbim/cdi_askewsholts_vlebooks_9781949443738. ISBN: 1949443728.

CORTEZ. y CORTÉS 2016. Análisis de Mercado para determinar la Viabilidad de Ofertar un Postgrado en UACyA Norte.[en línea]. México: Universidad Autónoma de Nayarit, 2016. [Fecha de Consulta: 21 de mayo de 2021]. Disponible en: https://www.ecorfan.org/proceedings/CDU_XIII/TOMO%2013_11.pdf.

D´SOUZA. et al., 2015. A business model design framework for viability; a business. Journal of Business Models. [on line]. Vol 3. n°2 ,2015. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in: <http://journalofbusinessmodels.com/media/1159/vol-3-no-2-pp-1-29.pdf>.

DEHAAN. Kenneth 2020. Ph.D. in Sign Language Education at Gallaudet University: A Viability Study. [on line]. USA: University of Pittsburgh, 2020. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in: http://d-scholarship.pitt.edu/39416/1/DeHaan_Dissertation%20FINAL.pdf.

DPC. 2017. El perfil del consumidor en el Perú urbano: Un enfoque de protección. [en línea]. INDECOPI. Perú. [Fecha de Consulta: 25 de Septiembre del 2021]. Disponible en: https://www.consumidor.gob.pe/documents/127561/394512/Perfil_Consumidor_Urbano_2017_VF.pdf/

DULCE. et al., 2015. Diseño y construcción de un cojín prototipo, controlado a través de sensores mecánicos, para evaluar la postura de trabajadoras de oficina. Revista Colombiana de Salud Ocupacional. [en línea]. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana . Vol 5, n°4. [Fecha de consulta: 17 de mayo de 2021]. Disponible en: https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/rc_salud_ocupa/article/view/4937 .

ENRÍQUEZ. et al., 2018. Desarrollo de un plan de negocio para determinar la viabilidad económica y financiera de una empresa dedicada al diseño y suministro de muebles multifuncionales para ambientes de espacio reducido. [en línea]. Perú: Universidad ESAN, 2018. [Fecha de consulta: 11 de mayo de 2021]. Disponible en:

https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1383/2018_MATP-WE_16-2_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

ESTRADA. y PIZARRO 2017. Modelo de negocios para la creación de una empresa textilera y artesanal de economía social. [en línea]. Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2017. [Fecha de consulta: 17 de mayo de 2021]. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8002/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-387.pdf>.

FALCÓN. et al., 2019. La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales: Resultados diagnóstico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018). [en línea]. Argentina: Universidad de la Plata, 2019. [Fecha de Consulta: 21 de mayo de 2021]. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf.

FERNÁNDEZ-BEDOYA. Victor 2020. Tipos de justificación en la investigación científica. Espíritu Emprendedor TES. [en línea]. Julio-septiembre 2020, Vol 4, N^a 3. [Fecha de consulta: 3 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.espirituemprendedores.com/index.php/revista/article/view/207/275>. ISSN2602-8093.

GARCÍA. et al.,2019. Comercialización y fabricación de almohada ergonómica para mejorar la relación con tu pareja. [en línea]. Perú: Universidad San Ignacio de Loyola,2019. [Fecha de consulta: 7 de mayo de 2021]. Disponible en: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9989/1/2019_Garc%c3%ada%20Romero.pdf.

GÓMEZ. et al., 2016. El protocolo de investigación III: la población de estudio. Revista Alergia Méx. [en línea]. Abril- junio Vol 63. n^a 2. [Fecha de consulta: 21 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>. ISSN: 0002-5151.

GÓMEZ.C. et al., 2018. Los proyectos y sus dimensiones: una aproximación conceptual. Revista Contexto. [en línea]. Diciembre 2018, Vol. 7. [Fecha de consulta 21 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/885/1362>. ISSN: 2346-0784.

GONZÁLEZ. et al., 2017. Viabilidad técnica, financiera, social y de mercado de un sistema de acceso por huella. Revista de Desarrollo Económico.. [en línea]. Diciembre 2017. Vol 4. n^a 13. [Fecha de Consulta: 24 de mayo de 2021]. Disponible en: https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico/vol4num13/Revista_de_Desarrollo_Econ%C3%B3mico_V4_N13_7.pdf. ISSN: 2410-4019.

HERNÁNDEZ. et al., 2014. [en línea]. 6ª ed. México: Interamericana Editores S.A. [Fecha de consulta: 25 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>. ISBN: 978-1-4562-2396-0.

HOYOS. y HERNÁNDEZ 2017. Estudio de la viabilidad técnica y económica para la implementación de un sistema de energía solar fotovoltaica de 10 KW, caso "Hospital local de Tenerife, Magdalena". [en línea]. Colombia: Universidad Distrital Francisco de Caldas, 2017. [Fecha de consulta 24 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/5965/HoyosGuti%C3%A9rrezOscar017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

HUMPHRIES. et al., 2020. Searching for win-win forest outcomes: Learning-by-doing, financial viability, and income growth for a community-based forest management cooperative in the Brazilian Amazon. *World Development*. [on line]. January 2020, Vol 125. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0305750X18301967>. ISSN 0305-750X.

IBARRA. et al., 2018. Estudio de validez de contenido y confiabilidad de un instrumento para evaluar la metodología socioformativa en el diseño de cursos. *Revista Espacio*. [en línea]. Noviembre 2018. Vol 39. nº53. [Fecha de Consulta: 24 de mayo de 2021]. Disponible en: <http://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-24.pdf>. ISSN 0798 1015.

INEI. 2021. Instituto Nacional de Estadística e Informática. 2021. Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-mercado-laboral-nov-dic2020-ene2021.pdf>.

IVANISEVIC. et al., 2016. Business plan feedback for cost effective business processes. [on line]. September, Vol 11. nº2, 2016. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in: <http://dx.doi.org/10.14743/apem2016.3.218>.

KENNEDY. James 2016. Chapter 3 - Rare Earth Production, Regulatory USA/International Constraints and Chinese Dominance: The Economic Viability Is Bounded by Geochemistry and Value Chain Integration. *Technological, Economic, and Environmental Implications*. [on line]. Chapter 3. Elsevier, 2016. [Consultation date: 16 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-802328-0.00003-6>. ISBN 9780128023280.

MAURSETH. y SVENSSON 2020. The Importance of Tacit Knowledge: Dynamic Inventor Activity in the Commercialization Phase. *Research Policy*. [on line]. September 2020, Vol 49. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733320300913>. ISSN 0048-7333.

MCKENZIE. y SANSONE 2019. Predicting entrepreneurial success is hard: Evidence from a business plan competition in Nigeria.[on line]. July 02, Vol 141,2019. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in: https://jabega.uma.es/permalink/34CBUA_UMA/5rkbim/cdi_crossref_primary_10_1016_j_jdeveco_2019_07_002. ISSN: 0304-3878.

MEJÍA. et al.,2020. Percepción de marca y comportamiento de compra del consumidor en empresas del sector comercial Tungurahua. 593 Digital Publisher. [en línea]. Marzo-abril 2020,Vol 5 Nª 2. [Fecha de consulta: 24 de abril de 2021]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7383239> ISSN 2588-0705.

MTPE. 2020. 2020. [en línea] 1ra edi. Oficina MTPE, 2020. [Fecha de consulta: 25 de septiembre del 2021]. Disponible en: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1555048/Guia_de_buenas_practicas_ergonomicas%20.pdf.

ÑAUPAS. et al., 2018. Metodología de las investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis. et al., 2018. 5ª ed. Colombia: Ediciones de la U, 2018. [Fecha de consulta: 25 de mayo de 2021]. ISBN 978-958-762-876-0.

OTERO-ORTEGA. Alfredo 2016. Formulación de los objetivos de investigación. Documento de trabajo modulo diseño del proyecto de investigación. [en línea]. Agosto 2018. [Fecha de consulta: 05 de mayo de 2021]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/326905438_Formulacion_de_los_objetivos_de_investigacion/link/5b6b80ca92851ca6505276f5/download.

OTZEN. y MANTEROLA 2017. Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. International Journal of Morphology.[en línea]. Marzo 2017. Vol 35. nº1 Temuco. [Fecha de Consulta: 15 de mayo de 2021]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>. ISSN 0717-9502.

PALACIOS. et al., 2020. LUM desarrollo de objeto ergonómico para el mejoramiento de la postura lumbar en puestos de trabajo en modalidad de trabajo en casa. [en línea]. Colombia: Pontificie Universidad Javeriana, 2020. [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2020]. Disponible en: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/52447/LUM%20DOCUMENTO%20FINAL%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

PANIMBOZA. Madelyne 2015. Investigación de mercado para implementar una empresa comercializadora de asientos ergonómicos dirigida a los choferes de buses intercantonales de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para elaborar un plan de negocios. [en línea]. Ecuador: Universidad de Guayaquil, 2015. [Fecha de consulta: 18 de mayo de 2021]. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7892/1/CORRECCI%c3%83%e2%80%9cN%20FINAL%20TESIS%20MADELYNE%20PANIMBOZA%2027-08-2015.pdf>.

PÁRRAGA. y GARCÍA 2014. Diseño ergonómico de aulas universitarias que permitan optimizar el confort y reducir la fatiga de estudiantes y docentes. Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial. [en línea]. Julio-octubre 2014, Vol 17 n°2. [Fecha de consulta: 16 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/12042/10758>. ISSN: 1810-9993.

PERÚ 21. 2020. ¡Cuidado!: Lumbalgias en adultos se triplicaron por malas posturas durante teletrabajo.. [en línea]. Perú 21.PE. 24 de setiembre de 2020. [Fecha de consulta: 24 de abril]. Disponible en: <https://peru21.pe/peru/teletrabajo-essalud-lumbalgias-en-adultos-se-triplicaron-por-malas-posturas-durante-trabajo-remoto-problemas-visuales-nnpp-noticia/>.

PERÚ, PROM. 2019. Perfil producto mercado: Cojines decorativos para el hogar en Francia. [en línea]. Prom Perú. 2019.[Fecha de consulta: 25 de septiembre del 2021] Disponible en: <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/183764425rad8845C.pdf>.

PINEDA. y MUNIVE 2019. Pequeña Tribu: producto utilitario orientado a la familia. [en línea]. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas,2019. [Fecha de consulta: 7 de mayo de 2021]. Disponible en: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648686/PinedaP_D.pdf?sequence=4&isAllowed=y.

QUISPE. Ruth 2015. Estrategias de importación de empresas comercializadoras de materia prima y artículos terminados de bisutería del Cercado de Lima - 2015. [en línea]. Perú: Universidad César Vallejo,2015. [Fecha de consulta: 25 de septiembre del 2021]. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/17246a>.

RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA:Diccionario de la lengua española. [en línea]. 23.^a ed. [Fecha de la consulta: 21 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://dle.rae.es>.

RAMALHO. Maria 2019. Programa de intervención ergonómica y calidad de vida de los trabajadores con discapacidad física. [en línea]. España: Universidad de Granada, 2019. [Fecha de Consulta: 17 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/55702/81257.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.

RIOS. Roger 2017. Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. Roger 2017. Setiembre 2017, 1^a ed. España: Servicios Académico Intercontinentales S.L. [Fecha de consulta: 26 de mayo de 2021]. ISBN-13: 978-84-17211-23-3 .

SAMPIERI. et al., 2014. Selección de la muestra. Metodología de la Investigación.[en línea]. 6^a ed. México: Mc Graw-Hill, 2014. [Fecha de Consulta: 21 de mayo de 2021]. Disponible en:

http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1 . .

SÁNCHEZ. et al., 2020. Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. Revista Científica Uisrael. et al., 2020. en línea]. Enero-abril. Vol 8. n^o1. 2021. [Fecha de Consulta: 21 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/400/197>. ISSN: 2631 - 2786.

STROBBE. Caterina 2018. Estudio de prefactibilidad para la instalación de una planta procesadora de colchones para cama de espuma visco elástica. [en línea]. Perú: Universidad de Lima, 2018. [Fecha de consulta: 7 de mayo]. Disponible en: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11239/Strobbe_Barbat_Caterina_Milena.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

TACTAC. Carolina 2020. Modelo de Canvas para la elaboración de una empresa de decoración de fiestas y eventos en Guamani.[en línea]. Ecuador: Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pinchincha, 2020. [Fecha de consulta 12 de junio de 2021]. Disponible en: <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/171/1/TATAC%20MORALES%20CAROL>.

TEJADA. y REYES, 2020. Teletrabajo, impactos en la salud del talento humano en época de pandemia. Revista Colombiana de Saludo Ocupacional.[en línea].Vol11. n^o2,2020. [Fecha de Consulta: 10 de Septiembre del 2021]. Disponible en: https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/rc_salud_ocupa/article/view/6553/6813.

TOALOMBO. Christian 2018. Plan de Negocios para la elaboración y comercialización de un corrector de postura, en la ciudad de Ambato zonta centeo provincia de Tungurahua.[en línea]. Ecuador: Universidad Indoamérica, 2018. [Fecha de consulta: 18 de mayo de 2021]. Disponible en: <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/868>..

VARGAS. y FINKLER 2018. Market Viability Study of a hotel for pets with pet shop in Vale Do Cai. [on line]. January 2018, Vol 8, n^o1. [Consultation date: May 15th, 2021]. Available in:<https://revista.ufrr.br/index.php/adminrr/>. ISSN 2237-8057..

WEINBERGER. Karen 2009. Plan de Negocio: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.. [en línea]. 1^a ed. Perú: Nathan Associates Inc, 2009. [Fecha de consulta: 12 de junio de 2021]. Disponible en: <https://www.nathaninc.com/wp-content/uploads/2017/10/LIBRO-PLAN-DE-NEGOCIOS-2.pdf>.

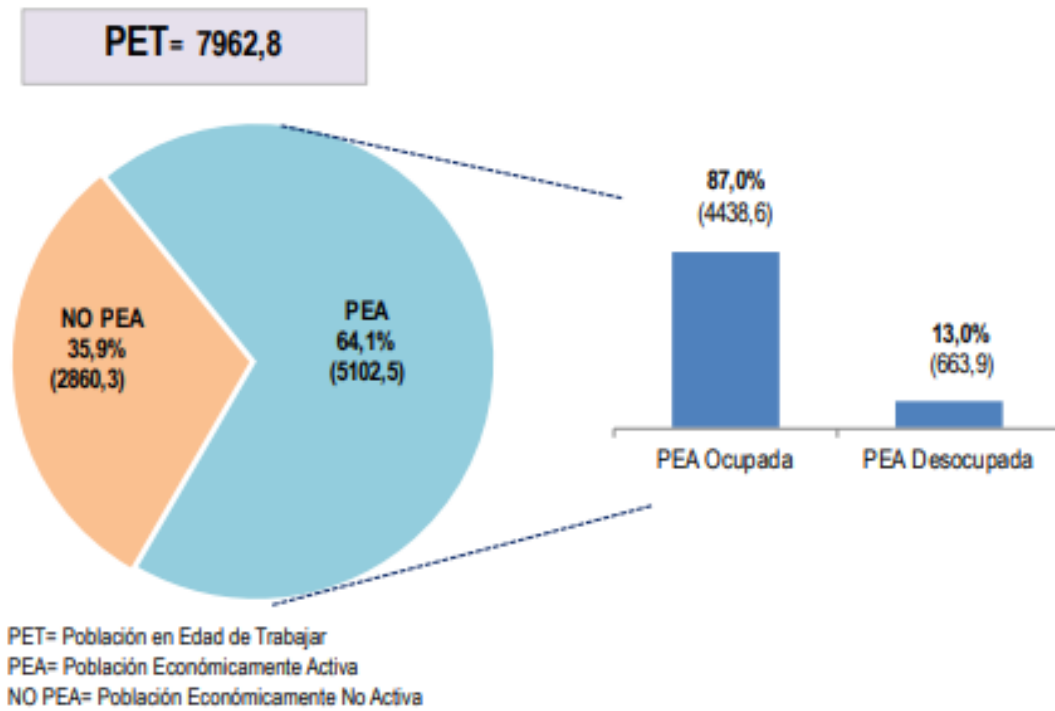
ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia.

TITULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	METOLOGÍA	
Plan de negocio para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft, Lima 2021	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de Investigación: El tipo de investigación es aplicada. 2. Enfoque de Investigación: El enfoque es cuantitativo 3. Nivel de Investigación: El tipo de nivel utilizado es descriptivo. 4. Diseño de Investigación: El diseño es no experimental 5. Población: INEI 2021, PEA (Población económicamente activa) Ocupada donde se encuentran estudiantes y trabajadores 4'438 600 habitantes en la zona de Lima. 6. Muestra: Para la muestra de nuestro proyecto se consideró 200 personas, de las cuales 100 son personas que actualmente se encuentran trabajando, ya sea por la modalidad de teletrabajo o de oficina, mientras que 100 son estudiantes activos de distintas instituciones. 7. Muestreo: El tipo de muestreo no probabilístico. 8. Técnicas: La técnica de la encuesta. 9. Instrumentos: El instrumento es un cuestionario. 	
	¿Será viable el plan de negocio para la producción y comercialización de cojines elaborados de espuma hiper soft, en Lima 2021?	Analizar la viabilidad del plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021.		
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
	¿Será viable el estudio de mercado para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021?	Analizar la viabilidad del mercado para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021.		
	¿Será técnicamente viable el plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021?	Analizar la viabilidad técnica para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021.		
	¿Se podrá cumplir con los requerimientos legales y organizacionales para viabilizar el plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021?	Analizar los requerimientos para viabilidad legal y organizacional del plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021.		
	¿Podrá la evaluación económica y financiera viabilizar el plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima 2021?	Evaluar la viabilidad económico - financiera del plan de negocios para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft en lima metropolitana 2021.		

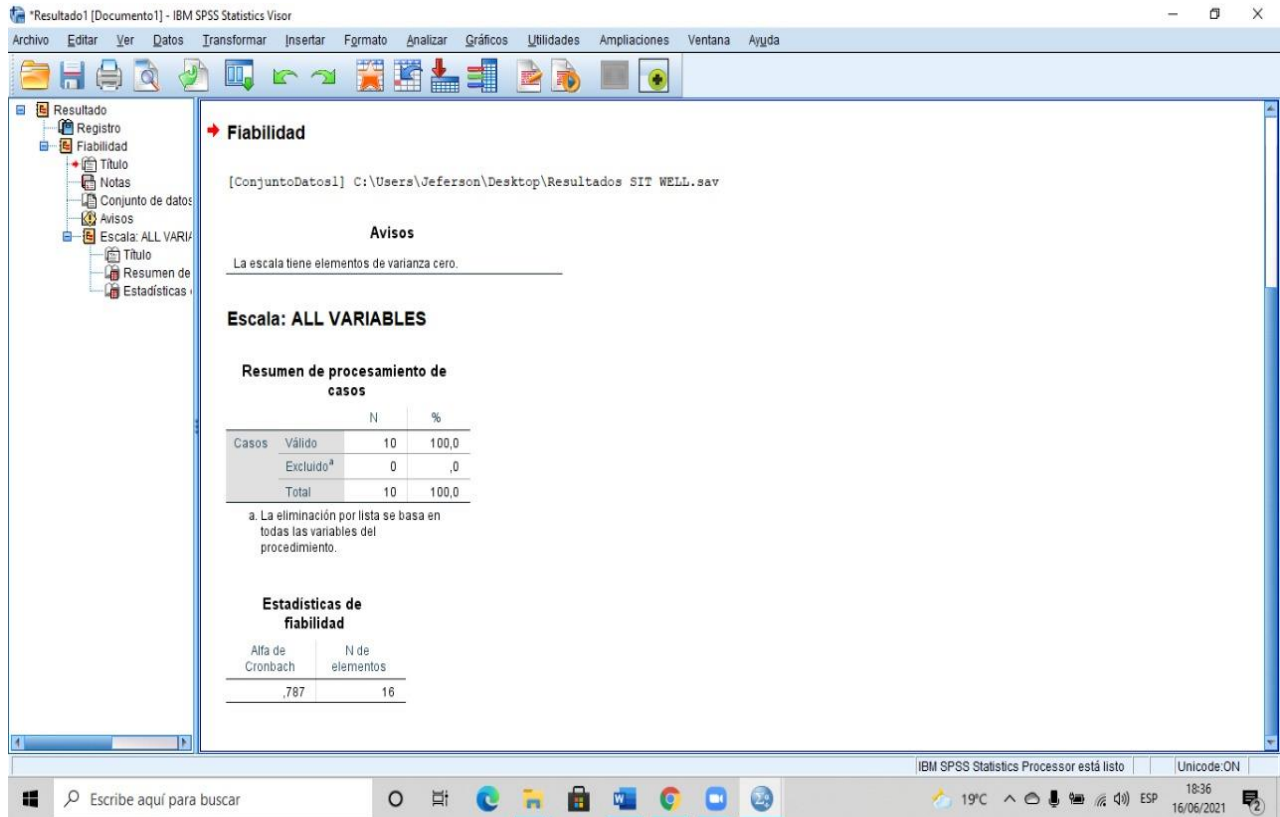
Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 02: Cantidad Porcentual representativa de la PET



Fuente: INEI – Estadística y Población (2021)

Anexo 03: Variable de fiabilidad – Alfa de Cronbach



Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 04: Niveles de confiabilidad.

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Modearada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (2002) Confiabilidad.

Anexo 05: Juicio de expertos

N.º	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	VARIABLE: Plan de Negocio							
	Dimensión 1: Viabilidad del mercado							
	INDICADOR: PRODUCTO	Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 1	¿Cuenta con algún cojín en casa?	x		x		x		
Ítem 2	¿Conoce los cojines hechos con espuma hiper soft?	x		x		x		
Ítem 3	¿Conoce los beneficios de utilizar cojines hechos con espuma hiper soft?	x		x		x		
Ítem 4	¿Le gustaría tener un cojín que es adaptable a cualquier silla, generando comodidad?	x		x		x		
Ítem 5	¿Cuántas horas usted permanece frente al computador?	x		x		x		
	INDICADOR: DEMANDA	Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 6	¿Te encuentras realizando alguna actividad remota?	x		x		x		
Ítem 7	¿Qué tipo de actividad remota realizas actualmente?	x		x		x		
Ítem 8	¿Ha sentido algún malestar por permanecer varias horas frente al computador?	x		x		x		
Ítem 9	¿En qué zona has sentido un mayor malestar o incomodidad?	x		x		x		
Ítem 10	¿Estaría usted dispuesto a adquirir un cojín cómodo y confortable?	x		x		x		
Ítem 11	¿Qué factor influiría en su decisión de compra de un cojín de espuma hiper soft?	x		x		x		
	INDICADOR: OFERTA	Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 12	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cojín que disminuya los dolores de espalda y que beneficie a salud?	x		x		x		
Ítem 13	¿Qué es lo que usted más aprecia de un cojín de espuma?	x		x		x		
Ítem 14	¿A través de que modalidad le gustaría recibir este cojín?	x		x		x		
Ítem 15	¿A través de que medio le gustaría realizar el pago del producto?	x		x		x		
Ítem 16	¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre este producto?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): es pertinente ____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Rodríguez Alegre, Lino

DNI: 06535058

Especialidad del validador: Ingeniero Pesquero / Tecnólogo

28 de Junio del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes.

Firma del Experto Informante.

Anexo 06: Juicio de expertos

N.º	VARIABLE / DIMENSION	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	VARIABLE: Plan de Negocio							
	Dimensión 1: Viabilidad del mercado							
	INDICADOR: PRODUCTO	Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 1	¿Cuenta con algún cojín en casa?	x		x		x		
Ítem 2	¿Conoce los cojines hechos con espuma hiper soft?	x		x		x		
Ítem 3	¿Conoce los beneficios de utilizar cojines hechos con espuma hiper soft?	x		x		x		
Ítem 4	¿Le gustaría tener un cojín que es adaptable a cualquier silla, generando comodidad?	x		x		x		
Ítem 5	¿Cuántas horas usted permanece frente al computador?	x		x		x		
	INDICADOR: DEMANDA	Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 6	¿Te encuentras realizando alguna actividad remota?	x		x		x		
Ítem 7	¿Qué tipo de actividad remota realizas actualmente?	x		x		x		
Ítem 8	¿Ha sentido algún malestar por permanecer varias horas frente al computador?	x		x		x		
Ítem 9	¿En qué zona has sentido un mayor malestar o incomodidad?	x		x		x		
Ítem 10	¿Estaría usted dispuesto a adquirir un cojín cómodo y confortable?	x		x		x		
Ítem 11	¿Qué factor influiría en su decisión de compra de un cojín de espuma hiper soft?	x		x		x		
	INDICADOR: OFERTA	Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 12	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cojín que disminuya los dolores de espalda y que beneficie a salud?	x		x		x		
Ítem 13	¿Qué es lo que usted más aprecia de un cojín de espuma?	x		x		x		
Ítem 14	¿A través de que modalidad le gustaría recibir este cojín?	x		x		x		
Ítem 15	¿A través de que medio le gustaría realizar el pago del producto?	x		x		x		
Ítem 16	¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre este producto?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): es pertinente

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Ing.: **Mg Leonidas Benites Rodríguez** DNI: **10614957**

Especialidad del validador: **Ingeniero Industrial**

Lima, 28 de junio del 2021

¹**Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

²**Relevancia:** El ítem es esencial o importante, para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



Firma del Experto Informante.

Anexo 07: Juicio de expertos

N.º	VARIABLE / DIMENSION		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	VARIABLE : Plan de Negocio								
	Dimensión 1: Viabilidad del mercado								
	INDICADOR: PRODUCTO		Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 1	¿Cuenta con algún cojín en casa?		✓		✓		✓		
Ítem 2	¿Conoce los cojines hechos con espuma hiper soft?		✓		✓		✓		
Ítem 3	¿Conoce los beneficios de utilizar cojines hechos con espuma hiper soft?		✓		✓		✓		
Ítem 4	¿Le gustaría tener un cojín que sea adaptable a cualquier silla, generando comodidad?		✓		✓		✓		
Ítem 5	¿Cuántas horas usted permanece frente al computador?		✓		✓		✓		
	INDICADOR: DEMANDA		Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 6	¿Te encuentras realizando alguna actividad remota?		✓		✓		✓		
Ítem 7	¿Qué tipo de actividad remota realizas actualmente?		✓		✓		✓		
Ítem 8	¿Ha sentido algún malestar por permanecer varias horas frente al computador?		✓		✓		✓		
Ítem 9	¿En qué zona has sentido un mayor malestar o incomodidad?		✓		✓		✓		
Ítem 10	¿Estaría usted dispuesto a adquirir un cojín cómodo y confortable?		✓		✓		✓		
Ítem 11	¿Qué factor influiría en su decisión de compra de un cojín de espuma hiper soft?		✓		✓		✓		
	INDICADOR: OFERTA		Si	No	Si	No	Si	No	
Ítem 12	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cojín que disminuya los dolores de espalda y que beneficie a la salud?		✓		✓		✓		
Ítem 13	¿Qué es lo que más aprecia de un cojín de espuma?		✓		✓		✓		
Ítem 14	¿A través de qué modalidad le gustaría recibir este cojín?		✓		✓		✓		
Ítem 15	¿A través de qué medio le gustaría realizar el pago del producto?		✓		✓		✓		
Ítem 16	¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?		✓		✓		✓		



Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []


Apellidos y nombres del juez validador: Escobar Carmelo, Keny Rodrigo DNI: 74148545

Especialidad del validador: Ingeniero Empresarial / Maestro en Gestión Pública – Especialista en proyectos de inversión CIP: 236607

11 de Noviembre del 2021

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



KENY RODRIGO ESCOBAR CARMELO
Ingeniero Empresarial
CIP N° 236607

VALIDACION
DE INSTRUMENTO

Firma del Experto Informante.

Anexo 08: Matriz de Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems/parámetros	Escala de medición
Variable: Plan de Negocio	El plan negocio es un planteamiento formal de una iniciativa empresarial en base a una idea, enfocado en un bien y/o servicio. El cual abarca diversas etapas y procesos, los cuales se ciñen en una proyección y evaluación, los cuales cuentan con el cumplimiento de sus objetivos y las herramientas necesarias para poder iniciar su funcionamiento. (IVANISEVIC, et. al, 2016).	El plan de negocio tendrá como objetivo, el poder identificar y evaluar los procesos generales de las actividades desarrolladas según los lineamientos definidos para su ejecución.	Viabilidad de Mercado	Producto	1,2,3,4,5	Nominal
				Demanda	6,7,8,9,10,11	Ordinal
				Oferta	12,13,14,15,16	Nominal
			Viabilidad técnica	Índice de procesos	$\frac{\text{Procesos efectuados}}{\text{Procesos planificados}} \times 100$	Razón
			Viabilidad legal y organizacional	Requisitos legales para formalizar una empresa	$\frac{\text{Número de requisitos cumplidos}}{\text{Número de requisitos exigidos}} \times 100$	Razón
			Viabilidad económica y financiera	VAN y TIR	$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FNj}{(1+i)^j}$ $TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$	Razón

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 09: Encuesta.

**ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE COJINES DE ESPUMA HIPER SOFT, LIMA 2021.**

Investigación: Cuantitativa

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

Género: F () M () Edad: _____ Distrito: _____

1. ¿Cuenta con algún cojín en casa?

- a) Si
- b) No

2. ¿Conoce los cojines hechos con espuma hiper soft?

- a) Si
- b) No

3. ¿Conoce los beneficios de utilizar cojines hechos con espuma hiper soft?

- a) Si
- b) No

4. ¿Le gustaría tener un cojín que sea adaptable a cualquier silla, generándole comodidad?

- a) Si
- b) No

5. ¿Cuántas horas usted permanece frente al computador?

- a) 4 Hrs

- b) 6 Hrs
- c) 8 Hrs
- d) 12 Hrs

6. ¿Te encuentras realizando alguna actividad remota?

- a) Si
- b) No

7. ¿Qué tipo de actividad remota realizas actualmente?

- a) Teletrabajo
- b) Clases virtuales
- c) Trabajo de oficina

8. ¿Ha sentido algún malestar por permanecer varias horas frente al computador?

- a) Si
- b) No

9. ¿En qué zona has sentido un mayor malestar o incomodidad?

- a) Espalda
- b) Hombros
- c) Cadera
- d) Cintura
- e) Todas las anteriores

10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir un cojín cómodo y confortable?

- a) Muy probablemente lo adquiriera
- b) Probablemente lo adquiriera
- c) Muy poco probable que lo adquiriera
- d) No lo adquiriría

11. ¿Qué factor influiría en su decisión de compra de un cojín cómodo y confortable?

- a) El precio
- b) La calidad
- c) El diseño
- d) La garantía
- e) Todas las anteriores
- f) Otros....

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cojín que disminuya los dolores de espalda y que beneficie a salud?

- a) S/. 65.00
- b) S/. 70.00
- c) S/. 75.00
- d) S/. 80.00

13. ¿Qué es lo que usted más aprecia de un cojín de espuma?

- a) Que sea confortable
- b) Que sea adaptable
- c) Todas las anteriores

14. ¿A través de qué modalidad le gustaría recibir este cojín?

- a) Delivery
- b) Recojo en tienda
- c) Otro medio

15. ¿A través de qué medio le gustaría realizar el pago del producto??

- a) Efectivo
- b) Yape/Plin/Lukita
- c) Tarjeta de crédito (POS)

16. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?

- a) Redes Sociales
- b) Televisión
- c) Radio
- d) Folletos/Trípticos

Fuente: Elaboración Propia.

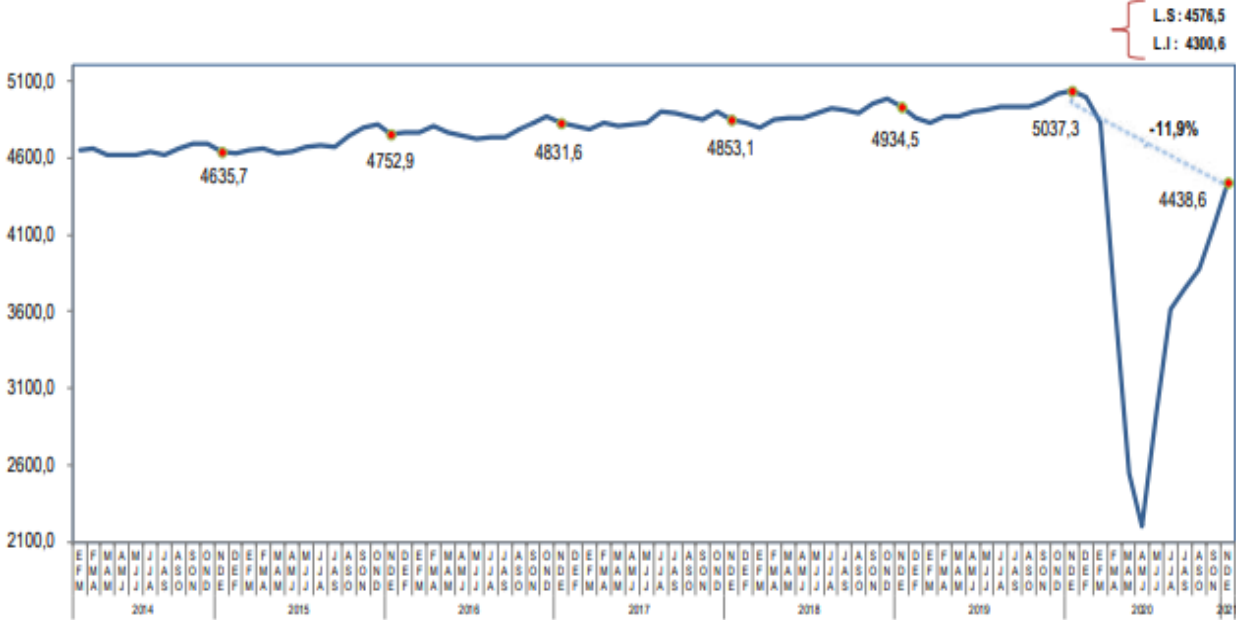
Anexo 10: Cantidad Numérica representativa PEA

Características	Nov-Dic 2019- Ene 2020	Nov-Dic 2020- Ene 2021	Variación	
			Absoluta (Miles)	Porcen- tual (%)
Total	5 378,3	5 102,5	- 275,8	- 5,1
Sexo				
Hombre	2 872,2	2 795,6	- 76,6	- 2,7
Mujer	2 506,1	2 306,9	- 199,2	- 8,0
Grupos de edad				
De 14 a 24 años	1 044,1	986,6	- 57,5	- 5,5
De 25 a 44 años	2 735,7	2 633,8	- 101,9	- 3,7
De 45 y más años	1 598,4	1 482,2	- 116,2	- 7,3
Nivel de Educación				
Primaria 1/	383,1	329,5	- 53,6	- 14,0
Secundaria	2 551,6	2 459,1	- 92,5	- 3,6
Superior no universitaria	998,0	996,3	- 1,7	- 0,2
Superior universitaria	1 445,7	1 317,6	- 128,1	- 8,9

1/ Incluye Inicial y Sin nivel.

Fuente: INEI – Estadística y Población (2021)

Anexo 11: Evolución Poblacional Ocupada.



Fuente: INEI – Estadística y Población (2021)

Anexo 12: Vista de Datos

Resultados SIT WELL.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 16 de 16 variables

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	va
1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
2	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
3	2	2	2	1	4	1	1	1	3	2	4	3	3	1	2	1	
4	2	2	2	1	3	1	1	1	3	2	4	2	3	1	2	1	
5	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	4	3	1	1	2	1	
6	1	2	2	1	3	1	1	1	3	2	4	2	2	1	2	1	
7	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	
8	2	2	2	1	4	1	3	1	3	1	4	3	3	1	2	1	
9	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	
10	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	
16																	
17																	
18																	
19																	
20																	
21																	
22																	
23																	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Escribe aquí para buscar 19°C Parc. nublado 18:38 16/06/2021

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 13: Vista de Variables

Resultados SIT WELL.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Item1	Númerico	8	0	1. ¿Cuenta con algún cojín en casa?	{1, Si}...	Ninguno	6	Centrado	Nominal	Entrada
2	Item2	Númerico	8	0	2. ¿Conoce los cojines hechos con espuma hiper soft?	{1, Si}...	Ninguno	7	Centrado	Nominal	Entrada
3	Item3	Númerico	8	0	3. ¿Conoce los beneficios de utilizar cojines hechos con espuma?	{1, Si}...	Ninguno	7	Centrado	Nominal	Entrada
4	Item4	Númerico	8	0	4. ¿Le gustaría tener un cojín que sea adaptable a cualquier sill...	{1, Si}...	Ninguno	6	Centrado	Nominal	Entrada
5	Item5	Númerico	8	0	5. ¿Cuántas horas usted permanece frente al computador?	{1, 4 Hrs}...	Ninguno	6	Centrado	Nominal	Entrada
6	Item6	Númerico	8	0	6. ¿Te encuentras realizando alguna actividad remota?	{1, Si}...	Ninguno	6	Centrado	Ordinal	Entrada
7	Item7	Númerico	8	0	7. ¿Qué tipo de actividad remota realizas actualmente?	{1, Teletrab...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
8	Item8	Númerico	8	0	8. ¿Ha sentido algún malestar por permanecer varias horas fren...	{1, Si}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
9	Item9	Númerico	8	0	9. ¿En qué zona has sentido un mayor malestar o incomodidad?	{1, Espalda}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
10	Item10	Númerico	8	0	10. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir un cojín cómodo confort...	{1, Muy pro...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
11	Item11	Númerico	8	0	11. ¿Qué factor influiría en su decisión de compra de un cojín c...	{1, El precio...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
12	Item12	Númerico	8	0	12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un cojín que disminu...	{1, \$/ 55.0...	Ninguno	8	Centrado	Nominal	Entrada
13	Item13	Númerico	8	0	13. ¿Qué es lo usted más aprecia de un cojín de espuma?	{1, Que sea...	Ninguno	8	Centrado	Nominal	Entrada
14	Item14	Númerico	8	0	14. ¿A través de qué modalidad le gustaría recibir este cojín?	{1, Delivery}...	Ninguno	8	Centrado	Nominal	Entrada
15	Item15	Númerico	8	0	15. ¿A través de que medio le gustaría realizar el pago del prod...	{1, Efectivo}...	Ninguno	8	Centrado	Nominal	Entrada
16	Item16	Númerico	8	0	16. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre...	{1, Redes S...	Ninguno	8	Centrado	Nominal	Entrada
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Escribe aquí para buscar

19°C Parc. nublado 18:38 16/06/2021

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 14: Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA COJINES DE ESPUMA 100% NACIONAL

“COJIN SIT WELL”

Descripción y Composición:

COJINES DE ESPUMA: Fabricado con los mejores insumos y materiales para que nuestros clientes sientan la relajación en su uso. De tal forma que nuestros cojines de espuma serán confortables adaptables a cualquier silla con la que cuenten en casa

COMPOSICIÓN

Descripción Variante Técnica: Producto de tela (lona de algodón), de textura lisa y peso liviano. A nivel de recubrimiento, este producto cuenta con una tela de la calidad piel de durazno.

- > Composición: 100%(Tela lona de algodón) Goma espuma Hiper Soft.
- > Color: Rojo, Plomo, Azul, Negro.
- > Cierre: Plástico en solapas.
- > Medidas: 45cm x 45cm / 18 cm
- > Marca: "Sit Well"
- > Modelo: Cojín
- > Costuras triples reforzadas.

DATOS TÉCNICOS

Cojín diseñado para ser su primera opción en el área de comodidad al ser utilizada. Nuestros materiales de alta calidad se ajustan a las normas más rigurosas y están documentados con todas las pruebas de estándares y se someten a pruebas independientes de calidad para así asegurar un rendimiento constante. Cada lote está inspeccionado en cuanto, materiales y mano de obra.

Aplicaciones:

Está diseñado para estudiantes y personas que realicen trabajos en oficinas o en casa, etc.

Garantía:

Ante cualquier defecto y/o inconformidad de fábrica, usted puede comunicarse con su distribuidor más cercano o a la central (+51- 74) 4084562. El distribuidor no será responsable de ninguna lesión, agravio o menoscabo personal o patrimonial que derive del uso incorrecto de este producto. Antes de utilizar este equipo, asegúrese de que es apropiado para las labores requeridas.

Av. Rosa de América 840
Los Olivos - Lima - Lima
Telf. (051) 4084562/ 979071189
www.sitwell.com / info@sitwell.com



ANEXO 15: Estudio legal

Solicitud de Reserva de nombre y otros formatos para la constitución de la empresa y el registro de la marca.

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI° CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular soci abogad notari representant) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución

Modificación de Estatuto

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹

Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

<u>NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA</u> OBLIGATORIO	<u>NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA</u> OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL

S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB

OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

--

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

*LEY Nº 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y
Modificatorias Versión 02*

N° de expediente:	
Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
N° de recibo de pago:	
Fecha de pago:	

I MODALIDAD DEL TRÁMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)

Licencia de funcionamiento	Cambios o modificaciones	Otros
<input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal <div style="margin-left: 40px;">Indicar el plazo</div>	<input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Indicar nueva denominación o nombre comercial <input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II, III y adjuntar copia simple de contrato de transferencia) N° de licencia de funcionamiento	<input type="checkbox"/> Cese de actividades (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento <input type="checkbox"/> Otros (especificar)
<input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio publicitario Tipo de anuncio (especificar)		
<input type="checkbox"/> Licencia para cesionario		
<input type="checkbox"/> Licencias para mercados de abastos, galerías comerciales y centros comerciales		

II DATOS DEL SOLICITANTE

Apellidos y Nombres/ Razón social

N° DNI/ N° C.E.	N° RUC	N° Teléfono	Correo electrónico
Dirección			
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int. /Mz/Lt./Otros	Urb./ AA.HH./Otros	Distrito y Provincia

III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO

Apellidos y Nombres	N° DNI/ N° C.E.	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNARP (de corresponder)

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO


Nombre comercial

Nombre comercial			
Código CIIU *	Giro/s*	Actividad	Zonificación
Dirección			
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int. /Mz/Lt./Otros	Urb./ AA.HH./Otros	Provincia
Autorización Sectorial (de corresponder)			
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización

Área total solicitada (m ²)

Croquis de ubicación

*Esta información es llenada por el representante de la municipalidad

	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <i>LEY N° 28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias</i> <i>Versión 02</i>	N° de expediente:	
		Página: 2 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	
		Fecha de pago:	

V DECLARACIÓN JURADA	
Declaro (DE CORRESPONDER MARCAR CON X)	
Cuento con poder suficiente vigente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora (alternativamente, de la persona natural que represento).	<input type="checkbox"/>
El establecimiento cumple con las condiciones de seguridad en edificaciones y me someto a la inspección técnica que corresponda en función al riesgo, de conformidad con la legislación aplicable.	<input type="checkbox"/>
El establecimiento cumple con la dotación reglamentaria de estacionamientos, de acuerdo con lo previsto en la ley.	<input type="checkbox"/>
Cuento con título profesional vigente y estoy habilitado por el colegio profesional correspondiente (en el caso de servicios relacionados con la salud).	<input type="checkbox"/>
Tengo conocimiento de que la presente Declaración Jurada y documentación está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información, documentos, formatos o declaraciones que no corresponden a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.	

Fecha:
Firma del solicitante/ Representante legal/ Apoderado
DNI:
Nombres y Apellidos:

VI CLASIFICACIÓN DEL NIVEL DE RIESGO (Para ser llenado por el calificador designado de la municipalidad)*	
<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo bajo	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo medio
<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo alto	<input type="checkbox"/> ITSE Riesgo muy alto
Firma y sello del calificador municipal	
Nombres y Apellidos:	

* Esta información debe ser llenada por el calificador designado por la municipalidad, de acuerdo con los anexos 2 y 3 del Manual de Ejecución de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones.

INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO
<p>Sección I: Marcar con una "X" en la casilla según la modalidad del trámite que solicita, en caso de corresponder puede marcar más de una alternativa. De haber marcado "Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica" o "Cese de actividades", solo debe completar las secciones I, II y III. De haber marcado "Transferencia de Licencia de Funcionamiento", debe adjuntar una copia simple del contrato de transferencia y solo debe completar las secciones I, II y III.</p> <p>Nota: Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento y el titular o un tercero va a realizar alguna de las actividades simultáneas y adicionales establecidas por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° 011-2017-PRODUCE, no corresponde utilizar este Formato sino el "Formato de Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultáneas y adicionales a la licencia de funcionamiento".</p> <p>Si el establecimiento ya cuenta con una licencia de funcionamiento, el titular puede realizar actividades de cajero correspondiente sin necesidad de solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento ni realizar ningún trámite adicional.</p>
<p>Sección IV: Consignar los datos del establecimiento, el tipo de actividad a desarrollar y la zonificación. Los campos correspondientes al "Código CIU" y "Giro/s" son completados por el representante de la municipalidad.</p> <p>Para aquellas actividades que, conforme al D.S. N° 006-2013-PCM, requieran autorización sectorial previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento, consignar los datos de la autorización sectorial.</p> <p>Consignar el área total para la que solicita la licencia de funcionamiento.</p> <p>Consignar en el croquis la ubicación exacta del establecimiento.</p>
<p>Sección V: De corresponder, marcar con una X.</p>
<p>Sección VI: Sección llenada por el calificador designado de la municipalidad.</p>



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

INDECOPI

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. DATOS DEL SOLICITANTE

N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
	Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas RUC <input type="checkbox"/>
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito: Referencias de domicilio:	Provincia:
	Departamento:
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular

2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):

(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

4. PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):

<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)
--

5. INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

6.1. Tipo de Marca: <input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números) <input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color) <input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos) <input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos) <input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores) <input type="checkbox"/> Otros: _____	6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar	6.3. Reproducción del Signo <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p></div> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>
---	--	---

6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI NO
(en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)

6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)

Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)

De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	Nombre y/o calidad del firmante

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

ANEXO 16: Constitución de la empresa

MINUTA DE CONSTITUCIÓN PARA UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA – S.A.C.

(CON APORTE EN BIENES DINERARIOS)

SEÑOR NOTARIO

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, QUE OTORGAN: **AGAMA MAGALLANES, JEFERSON DANILO**, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 73015802, ESTADO CIVIL: SOLTERO, Y **VILLANUEVA PAZ, GIANELLA ALEXANDRA DEL CARMEN**, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ESTUDIANTE, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 76965818, ESTADO CIVIL: SOLTERA. SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV. ROSA DE AMERICA 840. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO.- POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE COJINES DE EPUMA HIPER SOFT SIT WELL, LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE SIT WELL S.A.C. LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO.- EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 80,000 (OCHENTA MIL NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN 2 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 40,000 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

- 1. AGAMA MAGALLANES, JEFERSON DANILO** SUSCRIBE LA PRIMERA ACCION NOMINATIVA Y PAGA S/. 40,000 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
- 2. VILLANUEVA PAZ, GIANELLA ALEXANDRA DEL CARMEN**, SUSCRIBE LA SEGUNDA ACCION NOMINATIVA Y PAGA S/. 40,000 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

TERCERO. - LA SOCIEDAD SE REGISTRÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES – LEY 26887.

ESTATUTO

ARTÍCULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: “SIT WELL SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA”. LA SOCIEDAD PUEDE UTILIZAR LA ABREVIATURA DE SW S.A.C.; LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN AV. ROSA DE AMERIA 840, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTÍCULO 2º.- OBJETO SOCIAL.- LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE COJINES DE ESPUMA HIPER SOFT. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTÍCULO 3º.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 80,000 (OCHENTA MIL NUEVOS SOLES), REPRESENTADO POR 2 ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 40,000 CADA UNA. EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTÍCULO 4º.-TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PÁRRAFO DEL ARTICULO 237º.

ARTÍCULO 5º.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS Y LA GERENCIA. LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO.

ARTÍCULO 6º.- JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA «LEY» LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA. TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL. LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA «LEY». EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

ARTÍCULO 7º.- JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA «LEY».

ARTÍCULO 8º.- LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA «LEY» PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL. LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 185º AL 197º DE LA «LEY».

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A. DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B. REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY Nº 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS, PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.
- C. ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.
- D. ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.
- E. SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELLECTUAL.
- F. PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL, OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTÍCULO 9º.- MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198º Y 199º DE LA «LEY», ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201º AL 206º Y 215º AL 220º, RESPECTIVAMENTE, DE LA «LEY».

ARTÍCULO 10º.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º, 221º AL 233º DE LA «LEY».

ARTÍCULO 11º.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º A 422º DE LA «LEY».

CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL : AGAMA MAGALLANES, JEFERSON DANILO CON DNI: 73015802, CON DOMICILIO EN: AV ROSA DE AMERICA 830 DISTRITO DE LOS OLIVOS, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

ASIMISMO, SE DESIGNA COMO SUB GERENTE DE LA SOCIEDAD A VILLANUEVA PAZ, GIANELLA ALEXANDRA DEL CARMEN, IDENTIFICADO CON DNI: 76965818, QUIEN TENDRÁ LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE EN CASO DE AUSENCIA.
- INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS C, D, E Y F DEL ARTÍCULO 8º DEL ESTATUTO.

LIMA, 19 DE OCTUBRE DE 2021

Anexo 17: Imagen del Turnitin

The image shows a screenshot of the Turnitin Feedback Studio interface. The document being reviewed is a business plan for 'Plan de negocio para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft, Lima 2021'. The document includes the following information:

- FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**
- ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**
- Plan de negocio para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft, Lima 2021.**
- TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL.**
- AUTOR(ES):**
Agama Magallanes, Jeferson Danilo (0000-0003-1187-7476)
Villanueva Paz, Gianella Alexandra del Carmen (0000-0001-5825-6752)
- ASESOR:**
Mg. RODRÍGUEZ ALEGRE, Lino Rolando (0000-0002-9993-8087)
- LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

On the right side, the 'Resumen de coincidencias' (Similarity Summary) panel shows a similarity score of 15%. Below this, a list of sources is provided:

Rank	Source	Similarity
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
2	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
4	repositorio.utl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
5	compromiso.sena.edu... Fuente de Internet	<1 %

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 18: Presupuesto de personal detallado

PRESUPUESTO DE PERSONAL DETALLADO												
CARGO		P.UNIT	ESSALUD		GASTO MENSUAL		VACACIONES		GRATIFICACIÓN		Total Anual	
Gerente	S/	2,500.00	S/	225.00	S/	2,725.00	S/	2,500.00	S/	5,000.00	S/	40,200.00
Jefe de Producción	S/	1,500.00	S/	135.00	S/	1,635.00	S/	1,500.00	S/	3,000.00	S/	24,120.00
Personal Acabado	S/	1,100.00	S/	99.00	S/	1,199.00	S/	1,100.00	S/	2,200.00	S/	17,688.00
Personal Costura	S/	1,100.00	S/	99.00	S/	1,199.00	S/	1,100.00	S/	2,200.00	S/	17,688.00
Diseñador/Corte	S/	1,100.00	S/	99.00	S/	1,199.00	S/	1,100.00	S/	2,200.00	S/	17,688.00
Repartidor Delivery (PT)	S/	550.00	S/	49.50	S/	599.50	S/	550.00	S/	1,100.00	S/	8,844.00
Encargado de Logística y Almacén	S/	1,250.00	S/	112.50	S/	1,362.50	S/	1,250.00	S/	2,500.00	S/	20,100.00
Jefe Ventas y Marketing	S/	1,500.00	S/	135.00	S/	1,635.00	S/	1,500.00	S/	3,000.00	S/	24,120.00

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 19: Costo de producto por unidad

MATERIAL DIRECTO				
MATERIALES	UM	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	
Tela de lona de algodón	metro	1	S/	15.00
Espuma HIPER SOFT	metro	1	S/	12.00
Cierre	unid.	1	S/	0.10
Bolsa de Empaque	unid.	1	S/	1.00
Etiqueta	unid.	1	S/	0.20
Hilos	unid.	1	S/	0.10
MANO DE OBRA DIRECTA				
mano de obra	unid.	1	S/	1.40
COSTOS CIF				
Alquiler de fabrica	unid.	1	S/	2.8
Servicios generales de fabrica	unid.	1	S/	0.59
Sueldos	unid.	1	S/	8.11
Costo total de producción			S/	41.28

Fuente: Elaboración Propia.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RODRIGUEZ ALEGRE LINO ROLANDO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COJINES DE ESPUMA HIPER SOFT, LIMA 2021.", cuyos autores son VILLANUEVA PAZ GIANELLA ALEXANDRA DEL CARMEN, AGAMA MAGALLANES JEFERSON DANILO, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 23 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RODRIGUEZ ALEGRE LINO ROLANDO DNI: 06535058 ORCID 0000-0001-6130-257X	Firmado digitalmente por: LRRODRIGUEZA el 24- 12-2021 08:19:14

Código documento Trilce: TRI - 0244855