



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la
producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad
de Lima, 2021.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración.

AUTORA:

Santa Fé Valdivia, Mercedes Candy (ORCID 0000-0001-8889-5432)

ASESORA:

Mg. Noblecilla Saavedra, Carmen Milena (ORCID 0000-0002-7895-3173)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a mi madre, quien a pesar de la distancia me brindó su apoyo incondicional. A mis amigas Ingrid y Diana quienes siempre me alientan a seguir con mis proyectos personales.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad César Vallejo, pues me brindó la oportunidad de poder realizar el curso de titulación en su casa de estudios.

Agradezco a la Magíster Milena Noblecilla, quien me encaminó a afrontar un nuevo reto para mi formación profesional, dirigido al campo de la investigación.

Índice de contenido

Caratula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables, operacionalización	13
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	15
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	35
VI. CONCLUSIONES	39
VII. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	49
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 1. Población objetivo	20
Tabla 2. Población proyectada	20
Tabla 3. Determinación de la demanda	20
Tabla 4. Determinación de la oferta	21
Tabla 5. Proyección de la oferta	21
Tabla 6. Balance demanda oferta	21
Tabla 7. Matriz de ponderación de factores	23
Tabla 8. Producción anual	23
Tabla 9. Inversión total	26
Tabla 10. Estructura del financiamiento	27
Tabla 11. Precio de venta proyectado	27
Tabla 12. Proyección de ingresos	27
Tabla 13. Determinación de costo de materia prima por unidad	27
Tabla 14. Proyección de costo de materia prima por unidad	28
Tabla 15. Proyección de costos de materia prima	28
Tabla 16. Proyección de egresos	29
Tabla 17. Balance inicial	30
Tabla 18. Estado de pérdidas y ganancias	30
Tabla 19. Flujo de caja económico – financiero	31
Tabla 20. Datos para cálculos de tasas de descuento	32
Tabla 21 Indicadores financieros	33

Índice de figuras

Figura 1. Utilización del producto	17
Figura 2. Frecuencia de uso del producto	17
Figura 3. Preferencias de marca	18
Figura 4. Disposición de compra	18
Figura 5. Características que impulsan la compra	19
Figura 6. Factores a considerar para la compra del producto	19
Figura 7. Preferencias de ubicación	22
Figura 8. Estructura orgánica	26

RESUMEN

La investigación denominada: “Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jean de dama en la ciudad de Lima, 2021” estableció como finalidad principal precisar la viabilidad para establecer la fabricación y comercialización de jeans de mujer en la ciudad de Lima, 2021. Orientado a ello, la metodología que se desarrolló presentó una tipología aplicada, diseño no experimental empírico. La muestra se encontró integrada por 384 mujeres de 18 a 45 años de edad de la ciudad de Lima, a quienes se les aplicó como medio de recolección de datos un cuestionario. Los resultados mostraron que, el 98.3% de las encuestadas utiliza jeans y el 99.2% de las mismas estarían dispuestas a comprar el producto si se apertura el negocio. Además, se determinó que la ubicación del negocio sería el “Centro Comercial Gamarrita”, siendo la opción óptima debido a que el área del negocio permitiría hacer la distribución de los espacios. Y el negocio sería viable y rentable desde el punto de vista económico y financiero ya que se obtuvo un VANE de S/. 259,744.60, una TIRE de 50.53% y una relación B/CE de 1.08 y un VANF de S/. 360,288.05, una TIRF de 62.33% y una relación B/CF de 1.01. La conclusión a la que se llegó fue que, existe viabilidad (de mercado, técnica, legal y organizacional, y económica financiera) para establecer la fabricación y comercialización de jeans de mujer en la ciudad de Lima, 2021.

Palabras clave: Viabilidad, creación de empresa, jeans

ABSTRACT

The research entitled: "Feasibility for the creation of a company dedicated to the production and marketing of women's jeans in the city of Lima, 2021" established as its main purpose to determine the feasibility of establishing the manufacture and marketing of women's jeans in the city of Lima, 2021. To this end, the methodology developed presented an applied typology, non-empirical descriptive design. The sample consisted of 384 women between 18 and 45 years of age in the city of Lima, to whom a questionnaire was applied as a means of data collection. The results showed that 98.3% of the respondents wear jeans and 99.2% of them would be willing to buy the product if the store were opened. In addition, it was determined that the location of the business would be the "Centro Comercial Gamarrita", being the optimal option because the area of the business would allow the distribution of the spaces. And the business would be viable and profitable from the economic and financial point of view, since an NPV of S/. 259,744.60, an EIRR of 50.53% and a B/CE ratio of 1.08 and an NPV of S/. 360.288.05, an EIRR of 62.33% and a B/CF ratio of 1.01 were obtained. The conclusion reached was that there is feasibility (market, technical, legal and organizational, and economic and financial) to establish the manufacture and marketing of women's jeans in the city of Lima, 2021.

Keywords: Feasibility, business creation, jeans.

I. INTRODUCCIÓN

Para iniciar un negocio de cualquier rubro, se debe realizar un estudio del proyecto que se lanza al mercado sencillamente para estimar o no el progreso del emprendimiento. En el artículo de Kyocera (2017), se identificó que es viable en sí cumple con los estándares económicos, técnicos y legales. Con respecto a los jeans, es una prenda de vestir básica que es importante en el closet de toda mujer, pues se puede utilizar en cualquier ocasión porque es esencial para la vida cotidiana. En esta época sigue siendo indispensable y más aún porque no pasa de moda, pues solo se cambia el diseño, el color y otros detalles de acabado.

Acerca de las exportaciones a nivel internacional, en el mundo de la moda las prendas que más se comercializa en el mercado es el material denim, señaló Leal (2019), pues según los reportes por Euromonitor Internacional, los negocios de jeans son los que incrementan en un 3% anualmente. Uno de los países que resalta en el mercado denim es Colombia, pues es el octavo país en exportación de confección entre América Latina, ya que anualmente gana millones en prendas jeans, por lo que comprende que el nivel de producción y comercialización es rentable.

De acuerdo con Álvaro & Heredero (2020), mencionaron en su estudio, la competencia en el entorno textil genera incertidumbre porque constantemente están evolucionando en todo el mundo, por ello es relevante innovar y adaptarse a los nuevos modelos que sean tendencia en moda. Así también, Rodríguez & Rodríguez (2019) señalan que en la actualidad las empresas tienen que adaptarse al proceso de globalización que implica la revisión de los objetivos corporativos, pues ello genera ingresos netos.

Por otro lado, en el contexto nacional, según Triveño (2017) destacó que el Perú es un país conocido por la gran variedad de fibras naturales, como el algodón de pima y de alpaca, con ellas se produce prendas interesantes para el mercado internacional y nacional, generando así más de 350 a 400 millones de empleos. El margen de exportaciones millonarias a países como Colombia, Estados Unidos, Brasil, Chile y Ecuador en síntesis tienen un valor millonario de gran margen, para lo cual el Perú se ha consolidado exitosamente como un

proveedor textil internacional de dichas fibras. El sector textil es importante en Perú, lo cual implica a los microempresarios para mejorar las técnicas de producción y de innovación para que cumplan con las expectativas de los clientes, con base en ello se generan ingresos netos.

En el contexto local, se realizó en la ciudad de Lima, donde se implementó una empresa de producción y venta de jeans para mujer, la cual se evaluó para atender las necesidades y gustos del cliente, del mismo modo el precio estuvo disponible y accesible para la constante demanda. La finalidad de efectuar un estudio de viabilidad para la producción y venta de jeans para mujer, fue conveniente porque la industria textil es rentable después del petróleo, mencionan Quispe, Pongo, & Surco (2018), en tal sentido, fue interesante llevar a cabo el análisis económico y financiero pues lo que se obtuvo como resultado fue la rentabilidad en el proyecto de investigación para a su vez ejecutarlo. La presente investigación surgió con la necesidad de realizar un estudio porque se señaló la siguiente pregunta: ¿Es viable establecer una empresa de comercialización y producción de jeans en la ciudad de Lima, 2021?

Asimismo, se formularon las siguientes preguntas específicas. ¿Existe viabilidad de mercado para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima?, ¿Es viable técnicamente la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima?, ¿Existe viabilidad legal y organizacional en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima?, ¿Existe viabilidad económica y financiera en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima?

De igual manera, el desarrollo de ese análisis se justificó de modo teórico, fue de mucha importancia para satisfacer la necesidad de las clientas que buscan moda y que en el mercado sea accesible para ellos en cuanto al precio y así adquirir los jeans. Se utilizaron fuentes de información que contribuyeron al conocimiento y servirá como un antecedente importante para próximos investigadores. También se justificó metodológicamente, por manejar un método científico, por lo mismo se formuló un instrumento para obtener datos válidos y confiables para el siguiente estudio. Por otro lado, se justificó de manera práctica, porque fue fundamental conocer la viabilidad de este proyecto para emprender,

cabe destacar que se trata de una oportunidad de negocio con visión a una rentabilidad económica y financieramente estable.

El objetivo general de esta investigación fue: determinar la viabilidad para establecer la fabricación y comercialización de jeans de mujer en la ciudad de Lima, 2021. En ese sentido los objetivos específicos, fueron los siguientes: evaluar la viabilidad de mercado para implementar una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima para el año 2021, determinar la viabilidad técnica para establecer una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021, determinar la viabilidad legal y organizacional para la implementación de una empresa productora y comercializadora de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021, determinar la viabilidad económica y financiera para el establecimiento de la empresa productora y comercializadora de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021.

Con respecto a la hipótesis general se planteó: Es viable establecer una empresa especializada en producción y venta de jeans de dama en la ciudad de Lima, 2021. A su vez, la hipótesis nula indicó que no es viable establecer una empresa para producir y vender jeans de mujer en la ciudad de Lima, 2021. En cuanto a las hipótesis específicas se consideró. H1: En el año 2021 es viable implementar en el mercado una empresa que produzca y venda jeans de mujer en la ciudad de Lima. H2: Es técnicamente viable, crear una empresa dedicada a la fabricación y venta de jeans de mujer para el 2021. H3: Es viable organizacional y legalmente establecer una empresa especializada en la producción y venta de jeans de mujer en la ciudad de Lima en el año 2021. H4: Establecer una empresa especializada en la fabricación y venta de jeans de mujer en la ciudad de Lima, en el año 2021 si es económica y financieramente viable.

II. MARCO TEÓRICO

Para la presente investigación se realizó la exploración retórica para las variables de estudio. En el ámbito internacional se consideró la tesis de Garcés, Montoya & Posada (2017) su objetivo principal fue determinar la posibilidad de establecer una empresa especializada en la producción y comercialización de jean, en tallas grandes que atienden al mercado de las personas obesas y con sobrepeso. Teniendo una metodología descriptiva, de tipo cuantitativo, de estudio exploratorio, con un diseño aplicado. La muestra se conformó por 384 mujeres mayores de 18 años. Utilizó como instrumento la encuesta. Concluyendo que, al crear un taller de confección de jeans para personas obesas, que las mujeres que compran un jean son según el diseño, pues lo estético es importante para ellas, también que los indicadores de VIP y TIR indicaron financieramente que no es viable debido a toda la inversión que genera.

Con respecto a Rincón, Osorio, Villarreal & Acero (2018) en la investigación determinó estudiar la factibilidad para llevar a cabo un plan de negocio que permitió la creación de una boutique móvil de prendas de vestir y otros ofreciéndole a sus clientes desde un canal innovador. Orientado a ello, la metodología analítica y el enfoque cuantitativo. La muestra se conformó por 36 trabajadores que laboran en la empresa de esa localidad, con una población de 370,976 personas. Se empleó como instrumento la encuesta. Los autores concluyeron que, se puede identificar los gustos y preferencias del público al que va dirigido las prendas de vestir, pues su prioridad de calidad del material y el precio resaltan para estos clientes, logrando así que exista rentabilidad en ese proyecto, teniendo en cuenta que la diferencia de servicio y demanda es exigente, para ello se implementó los parámetros del diseño.

Mera & López (2017) en su investigación señalaron que su objetivo principal de esa investigación fue desarrollar modelos matemáticos y estadísticos que muestran valores numéricos a los parámetros que se usan en la gestión de microempresas en la ciudad de Tulcán. La metodología fue inductiva, deductiva, el tipo de investigación fue exploratoria, cualitativa y cuantitativa. Con una población de 102 microempresas constituidas legalmente, con una muestra de 330 personas entre empleados y directivos. Utilizando como

instrumento la encuesta. La conclusión de este trabajo fue establecer la viabilidad de poner el centro de servicios empresariales en la ciudad de Tulcán, pues gracias a la entrevista aplicada el personal necesita un organismo externo que les brinde asesoría, desarrollo de proyectos y capacitación continua para cumplir con los objetivos organizacionales y personales.

Álvarez (2018) su objetivo principal fue desarrollar un plan de negocios para establecer una empresa en la ciudad de Bogotá especializada en la producción y venta de calzado femenino por encargo. Orientado a ello el tipo de estudio fue exploratorio o cualitativa, el diseño de investigación analítico. Tuvo como instrumento la encuesta. La muestra fue de 106 personas, la población fue de 3594 personas entre los 24 y los 35 años de edad. Se concluyó que la industria del calzado es una industria importante en Colombia y que la industria del calzado tiene un gran potencial porque satisface muchas necesidades de sus clientes. La investigación financiera tuvo como conclusión, que la compañía está continuamente operando y siendo rentable. En circunstancias normales, el Valor Presente Neto (VPN) de \$341.587.010 es mayor que cero y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que el índice de equidad del proyecto (183,98%) > 16,54%.

Bernal & Triana (2016) en su proyecto de investigación señalaron que su objetivo principal era explorar la posibilidad de iniciar una empresa que fabricará y venderá jeans para mujeres. Con esto en mente, el tipo de estudio fue mixto, de tipo descriptivo, de metodología cuantitativa. Tuvo por instrumento la encuesta. En la ciudad de Bogotá tuvo como población 743 122 mujeres de 18 a 50 años, con una muestra de 384 personas. Se concluyó que el marketing y la publicidad enfocada en las redes sociales es positiva, dado que influye en un 96,1 %, dicho lo anterior, se observó que a los clientes les interesa saber sobre los productos por el fácil acceso que tienen al internet. Por otro lado, con base en la satisfacción del cliente, las personas expresaron que es importante del 47,6%, en cuanto a la aceptación de jeans personalizados y confianza en usarlos fue de 44,7% en las encuestas.

Manjarrez (2020) en su artículo de estudio tuvo como objetivo implicar las perspectivas académicas, metodológicas y geográficas, con la finalidad de demostrar si es viable el mercado de exportación textil, especialmente en el rubro de jeans en la ciudad de Bogotá. El tipo de estudio fue mixto, utilizando métodos

cualitativo y cuantitativo, con niveles descriptivos de transacción y de diseño transversal no experimental. La técnica de recolección de datos fue una encuesta. Tuvo como población a 92 empresas productoras textiles, y como muestra a 23 personas. El autor concluyó que, existe relación metodológica y académica con base en la interacción de los mercados internacionales, la producción, las estrategias de marketing y la internacionalización de lo mencionado anteriormente.

Con respecto al ámbito nacional, también existieron antecedentes que tuvieron datos relevantes, así pues, Cruz & Navarrete (2020) mencionaron en su investigación que tuvo como objetivo principal determinar la posibilidad de establecer una empresa especializada en la producción y comercialización de camisetas tipo polo a partir de materiales reciclados en la ciudad de Sullana para el año 2018. Se empleó como proyecto de investigación el método cuantitativo, descriptivo, no experimental, transaccional estudio, con una población de 62.305 y una muestra de 82 personas. El instrumento fue un cuestionario. Los resultados mostraron que, si es económicamente factible, el VAN y la TIR son mayores que 0: $VAN = 113\,819 > 0$ y $TIRE = 41\% > 15,90\%$ y relación costo-beneficio = $1,15 > 1$. A partir del punto de vista financiero, es rentable, el valor neto financiero $VANF = 1110,259 > 0$ y tasa interna de retorno financiero = $63\% > 15,50\%$, demuestra la viabilidad financiera. Finalmente, existe demanda potencial para la comercialización del producto, también según los indicadores el negocio es viable y rentable.

Roque & Rubio (2019) el presente estudio tuvo como objetivo principal determinar la viabilidad de un albergue de cuidados paliativos en la Ciudad de Piura en el año 2019. La metodología realizada se llevó a cabo mediante el estudio fue de diseño no experimental y transversal, de tipo de investigación aplicada, transaccional; de enfoque mixto. Utilizando como herramienta el cuestionario, se contabilizaron 384 personas cuyos cabezas de familia del municipio de Piura tenían familiares con enfermedades degenerativas o incurables. Se ha concluido que la creación de centros de cuidados paliativos es rentable, pues varias personas se beneficiaron de esos servicios, obteniendo el beneficio económico y financiero de su negocio.

Florian & Silva (2016) la presente investigación tuvo como objetivo principal elaborar un estudio de mercado para determinar la viabilidad comercial

de la creación de un bazar de prendas de vestir en la ciudad de Juanjuí– San Martín. Para ello se utilizó el método analítico para realizar el análisis de la información de las tablas estadísticas y de los gráficos; el método sintético se utilizó en la redacción de la introducción, así como del resumen y conclusiones; el método deductivo, dio un enfoque holístico, es decir unitario e interrelacionado. La muestra estuvo constituida por mujeres entre 15 y 49 años de edad de la Ciudad de Juanjuí. El instrumento de recolección de datos fue el cuestionario y la técnica empleada fue la encuesta. En conclusión, los resultados determinaron, que existieron limitaciones para la implementación de dicho proyecto, pues indicaron la inexistencia de condiciones necesarias. Por otro lado, mediante el estudio de mercado, se determinó que el perfil del consumidor de las pobladoras de la ciudad de Juanjuí, son mujeres jóvenes entre 15 y 45 años de edad, con ingresos que oscilan entre S/1001 y S/1500, las mismas que terminaron los estudios secundarios.

Martínez (2021) la investigación tuvo como objetivo determinar la viabilidad para la producción y comercialización de prendas de vestir en la empresa Bcreative, provincia Chiclayo – 2021. Para ello el estudio es aplicado, de tipo descriptivo y propositivo, con diseño no experimental, suministrando un cuestionario a 384 personas entre caballeros y damas de la provincia de Chiclayo. Finalmente obteniendo como dato que el negocio resultó ser viable en cuanto a mercado, con una participación del 5%, con producción de 858 prendas al mes, obteniendo un VAN económico de, 8,3912.57 soles y 96% de TIR económica, mientras que el VAN financiero resultó ser de 114,280.11 y 127% de TIR económica, respectivamente. Concluyendo que la producción y comercialización de prendas de vestir de parte de la empresa Bcreative resultó ser viable.

Agama & Villanueva (2021), la investigación tuvo como objetivo analizar la viabilidad del plan de negocio para la producción y comercialización de cojines de espuma hipersoft 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 identificando 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 años 9 meses y 29 días.

Por consiguiente, de carácter local se consideró la tesis de Minaya (2021) pues en su proyecto de investigación mencionó que el objetivo principal era determinar la viabilidad económica de desarrollar una plataforma digital para la oferta y demanda de servicios generales del hogar. Siendo de metodología de tipo exploratoria, de análisis cuantitativo, de diseño exploratorio, y enfoque cualitativo. La población de Lima Metropolitana fue de 1,643, 180 de personas entre 18 a 50 años de edad, la muestra estuvo compuesta por 385 personas. Concluyendo que fue viable y sostenible para el inversionista, pues la inversión fue de S/ 81, 578, la cual retornará a partir del tercer año, con un TIR de 33.1 % y una probabilidad de éxito de 88.2 %, en ese sentido la tasa fija del 12% o 18% fue la oportunidad para el proyecto.

Castillo, Hidalgo, Herrera & Valverde (2018) se fijaron como meta elaborar un plan de negocios, el cual fue abrir una empresa de confecciones para prendas de niñas de los segmentos A y B, de 3 a 12 años, para atender las necesidades y preferencias de las niñas a nivel socioeconómico A y B en la ciudad. Lima. La metodología fue de tipo aplicado, de enfoque cuantitativo y cualitativo, la población estuvo constituida por 482,000 niños en los distritos de San Borja, San Isidro, Miraflores y Surco, con una muestra de 384 personas. Se concluyó que si existe viabilidad en él proyecto con una inversión de S/ 107,195 con resultados favorables de acuerdo a los datos finales por el VAN y TIR proyecto tiene un alto valor en términos de flujo de caja, teniendo en cuenta un índice de costo de capital de 28,7%. Finalmente, los autores señalan después de realizar el estudio que es posible.

Choque, Domínguez, Navarro, & Palomino (2019) plantearon como objetivo evaluar la viabilidad comercial, operativa y económica de una empresa de servicios de ingredientes preparados mediante la elaboración de diversas

recetas y brindando asesoramiento de cocina casera a través de expertos en cocina. Orientado a ello, la metodología tuvo un alcance cuantitativo, no experimental, de enfoque cualitativo, no interactivo, de tipo exploratoria. La muestra estuvo compuesta por 380 hombres y mujeres de 25 a 55 años, con una población de 357,990 habitantes de la región Lima norte. Los autores concluyeron que el estudio ejecutado con respecto a la factibilidad del proyecto fue viable en los aspectos operativa, financiera y comercialmente.

Por lo tanto, todos los autores mencionados anteriormente, ayudaron a desarrollar la importancia presente investigación sobre la viabilidad comercial y productiva para la creación de la empresa de jeans.

La viabilidad se debe de realizar para iniciar un negocio, pues previamente hay que hacer un análisis para diagnosticar sus puntos débiles y fuertes con la finalidad de evaluar si el proyecto es viable, señala Martínez, (2017). Básicamente, se busca analizar cuán factible es el negocio, en el plano técnico, económico y legal, pues una inversión es rentable cuando los ingresos son mayores que los costos. Posterior a esto, la viabilidad se da cuando se puede ejecutar la inversión. Los beneficios de ejecutar la viabilidad son identificar una razón válida para desarrollar proyectos; conseguir mejores resultados evaluando ciertos puntos; orientar las alternativas de negocio y, por último, conseguir una clara gestión para mayor rentabilidad de inversión.

Viabilidad de Mercado: De acuerdo a Rodríguez (2018), el estudio de mercado es el punto de partida para el análisis de un proyecto de inversión. Por medio de esta se conocerá la oferta, demanda, las preferencias de los clientes y el precio aplicado por una encuesta. En cuanto se realiza el estudio se puede determinar si el proyecto será rentable económicamente de acuerdo a sus compras y ventas.

Demanda: Con respecto a la demanda, Rodríguez (2018), mencionó como demanda que la cantidad de bienes que produce la empresa, debe indicar si es de consumo final o intermedio, pero sobre todo debe ser suficiente, a su vez si fuera un servicio con base en la atención que se presta, sea óptimo. Es importante satisfacer la necesidad del público objetivo.

Oferta: Acerca de la oferta para Rodríguez (2018), planteó como concepto que es conocer el nivel de competencia, desde los productos parecidos o

sustitutos, hasta la cantidad del patrimonio, volumen de ventas y la posición competitiva en el mercado comercial.

Precio: Por su parte, Rodríguez (2018), describió que el precio es una métrica relevante para la competencia, pues genera la sensibilidad de los precios al consumidor y más aún la ventaja de los descuentos.

Preferencias de mercado: El consumidor tiene tendencias a buscar, satisfacer la necesidad de adquisición, ya sea dirigida por un bien o un servicio, además de buscar, reconocer las preferencias y necesidades para satisfacer, brindar un mejor servicio. Para Martínez (2017), puntualizó que el cliente es el factor fundamental del negocio, pues sin los clientes ninguna empresa puede sobrevivir, para lo cual se debe brindar un mejor servicio que la competencia, pues ello ayudará a un mejor posicionamiento de la empresa y/o marca.

Viabilidad Técnica: Es la selección de las instalaciones de producción, la organización de las actividades y la combinación de materias primas o suministros. El proceso de producción se realiza observando las instrucciones y luego analizando la información. Además, Rodríguez (2018), señala que la ubicación del negocio estará determinada por el método de ponderación. El proceso de producción se actúa con base en las instrucciones de observación y posterior análisis de la información.

Localización: De acuerdo a Martínez (2017), consideró que existen factores determinantes para la localización de proyectos, pues existe demanda si el mercado objetivo consigue lograr mayor ingreso. También es fundamental que el lugar tenga facilidades de acceso y sea cómodo. Por otro lado, Rodríguez (2018), considera que la ubicación sí importa, ya que determina el éxito o fracaso de la empresa y, por lo tanto, es de mayor importancia los factores como el tamaño del local, los costes de alquiler, la competencia, etc.

Tamaño: El tamaño es ideal para Rodríguez (2018), cuando proviene de un equilibrio de todos los componentes que intervienen en el proceso productivo, de modo que los equipos, las herramientas y las personas que trabajan simultáneamente en beneficio de la organización. Para saber el tiempo de un proceso de producción, necesitan un número específico en horas, días o meses, necesita alta precisión para obtener mayor productividad.

Proceso de producción: Según Rodríguez (2018), destacó que es importante conocer una serie de factores que permitan el desarrollo de manera

razonable que describen los pasos y actividades profesionales; así mismo requiere el análisis de la tecnología, los equipos y las instalaciones.

Viabilidad Legal y Organizacional: La viabilidad legal se ocupa de aspectos legales entre normas y leyes establecidas por cada país. El tipo de sociedad es crucial para el funcionamiento del negocio, pues a la hora de tomar decisiones se debe aprovechar las condiciones financieras, fiscales y legales para la adaptación del negocio. Como afirma Rodríguez (2018), efectuar el organigrama de la empresa se realiza según el rubro y diseño que tiene la organización.

Normas legales: De acuerdo con Martínez (2017), destacó que es fundamental que el negocio trabaje bajo las leyes del gobierno, con la finalidad de evitar multas y sanciones. Los requisitos para adquirir la licencia de funcionamiento en la municipalidad, los trámites en la SUNAT (Superintendencia nacional de administración tributaria), SUNARP (Superintendencia nacional de los registros públicos), y el conjunto de medidas de seguridad que solicita INDECI (Instituto nacional de defensa civil) son importantes para llevar a cabo un negocio esté acorde a la ley.

Estructura organizacional: Según Martínez (2017), describe que una empresa es una organización donde un grupo de personas laboran de modo coordinado para lograr objetivos. A su vez, crean y organizan departamentos para definir actividades, responsabilidades y funciones que se asignan a las personas que lo conforman. Mediante la dirección se logra establecer jerarquías dentro del sistema productivo.

Viabilidad Económica y Financiera: Por el lado de las finanzas, trata de analizar a la empresa disponiendo de suficientes fondos para hacerse cargo frente a las obligaciones del presente y futuro, pues debe tener una solvencia económica, seguridad y comodidad. De acuerdo con Rodríguez (2018), mencionó que en el campo económico se analiza la rentabilidad de la empresa. La viabilidad del proyecto se determina analizando el valor presente neto VAN y la TIR para calcular el flujo de caja neto con una tasa de interés donde la diferencia de ingresos sea cero.

VAN: Para Martínez (2017), etiqueto al valor actualizado neto como un método dinámico para seleccionar inversiones, además de permitir conocer el flujo de caja, se tiene en cuenta el periodo en el que se genera. El VAN trata de

comparar los flujos generados en los primeros y últimos años, para realizar una comparación homogénea.

TIR: La tasa de rentabilidad es el tipo de interés que iguala el VAN de una inversión a cero, destaca Martínez (2017). Esto permite conocer si un proyecto es rentable o no, así también se conoce el valor de los gastos que se generen al inicio del proyecto y facilita la participación de los socios para invertir.

Análisis de rentabilidad: Previamente, se analiza la inversión a actuar, así la empresa solo llevará a cabo algunas inversiones para prever la rentabilidad, mediante el análisis de los flujos de caja y EL VAN / TIR.

Costo beneficio: Desde el punto de vista de Martínez (2017), es fundamental conocer el beneficio generado por una inversión, comúnmente al proceder un proyecto de inversión se espera obtener beneficios por la producción generada de un bien o servicio.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación.

Tipo de investigación: Desde el punto de vista de Hernández et al. (2018), señalan que el tipo de investigación aplicada tiene como propósito aplicar los avances y resultados del estudio del investigador al análisis de las variables.

Diseño de investigación: De acuerdo con Hernández et al. (2018), declaran que el estudio utilizó un diseño no experimental empírico, de nivel descriptivo, de enfoque cuantitativo, debido al tipo de estudio y los procedimientos para recolectar los datos utilizados con la finalidad de analizar e interpretar los resultados. Por lo tanto, como resultado final, la investigación fue confiable y precisa.

3.2. Variables, operacionalización.

3.2.1. Variable: Viabilidad.

Definición Conceptual: Es un estudio que tiene por finalidad conocer la probabilidad de efectuar un proyecto, depende del balance de inversión para verificar si es rentable o no. De acuerdo con Martínez (2017), indica que es necesario que cualquier proyecto antes de ejecutarse se analice sus estados contables, financieros, económicos y patrimonial para diagnosticar sus puntos fuertes y débiles.

Definición Operacional: Según Rodríguez (2018), destaca que la variable viabilidad se mide por medio de las dimensiones de viabilidad de mercado, viabilidad legal - organizacional, viabilidad técnica, viabilidad económica y financiera, las mismas que se midieron por medio de un análisis completo de la situación gracias al instrumento que es el cuestionario. Este permitió analizar cada indicador como las preferencias del mercado, el precio, la demanda, la oferta, la localización y el tamaño. A su vez, se investigó las normas legales, la estructura organizacional, los procedimientos administrativos, el VAN/ TIR y por último el costo beneficio. Para todo ello se empleó una escala de tipo nominal.

3.3. Población (criterios de selección), muestra y muestreo, unidad de análisis.

Población: Está conformado por la población de Lima, 2, 191, 008 mujeres entre el rango de edad de 18 a 45 años de edad, según el CPI (2020). Se segmenta entre ese rango de edades, pues depende de muchos factores entre económico y social. La determinación de la muestra se realizó por medio de un muestreo probabilístico, debido a que la población es desconocida, infinita, por ello se toma en cuenta ciertos criterios, destacó Hernández et al., (2018). Haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$\frac{NZ^2p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2p(1-p)}$$

Dónde:

N = 2, 191 008 (Población)

Z = 1.96 (valor de la distribución normal estándar)

p = 0.5 (Probabilidad)

e = 0.05 (Error Estándar)

n = 384

$$n = \frac{(2,191\,008)(1.96)^2(0.5)(1-0.5)}{(1,643\,200-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(1-0.5)}$$

$$n = 384$$

Por lo tanto, la muestra para este estudio estuvo constituida por 384 mujeres de 18 a 45 años en la ciudad de Lima.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnicas de recolección de datos: La encuesta es la aplicación de un cuestionario a un grupo seleccionado del campo de estudio. De acuerdo con Baena (2017), declaró que el investigador se dirigirá al sujeto de estudio para obtener información, pues esta se procede cuando el sujeto responde a las preguntas que se formulan a medida que se avanzó el instrumento de modo no tan directo, sino menos objetivo. Por otro lado, la observación tuvo como objeto recoger y registrar datos principales del proyecto de estudio.

Instrumentos de recolección de datos: Los cuestionarios se utilizan para recopilar información más estructurada sobre la población estudiada en un

proyecto de investigación; pues comprenden más a fondo sus gustos, si están a favor o en contra del producto, su interés por el producto, si entienden o no el producto. Los autores Hernández et al. (2018), mencionan que las pautas de observación se emplean en todas las ciencias para obtener antecedentes sobre las variables de investigación con el fin de probar las hipótesis en cuestión.

Validez: De acuerdo a lo mencionado por Cohen & Gómez (2019), afirmaron que la validez es la concordancia entre lo medido y lo que se desea medir. Dicho ello, el instrumento de este proyecto fue validado por 3 docentes expertos en el tema, quienes fueron escogidos de acuerdo a la especialidad con la finalidad de comprobar y validar la información en relación con los objetivos planteados.

3.5. Procedimientos.

Se aplicó la encuesta para conocer la preferencia de las personas por los jeans, si están dispuestas a comprar, que precio estarían dispuestas a pagar, cuáles son sus preferencias en jeans, donde les parece a los clientes que debería de estar ubicado el punto de venta. Para Cohen & Gómez (2019), definen que el procedimiento se construye de cualquier variable, implica también como se lleva a cabo el conjunto de datos listos, para ser procesados en la tabulación que se efectuó, agrupándolos en categorías y dimensiones, luego pasó por Microsoft Excel para realizar la estadística y las figuras. También se clasificó la información mediante las variables de estudio y por último este proceso sirvió para descartar datos falsos por parte de los encuestados.

3.6. Método de análisis de datos.

El análisis de datos se realizó a nivel descriptivo con cada una de las preguntas del cuestionario, para continuar con las tablas de frecuencias y figuras. Después de aplicar las encuestas, se analizó financieramente, flujos de caja, costos, inversión en maquinaria, pagos de planilla, etc. y se procesó todo en el programa de Microsoft Excel para luego ser interpretado.

3.7. Aspectos éticos.

Se respetó a los autores, por eso fueron citados en la investigación, no se copió información que no corresponde, se buscó el beneficio de análisis para el

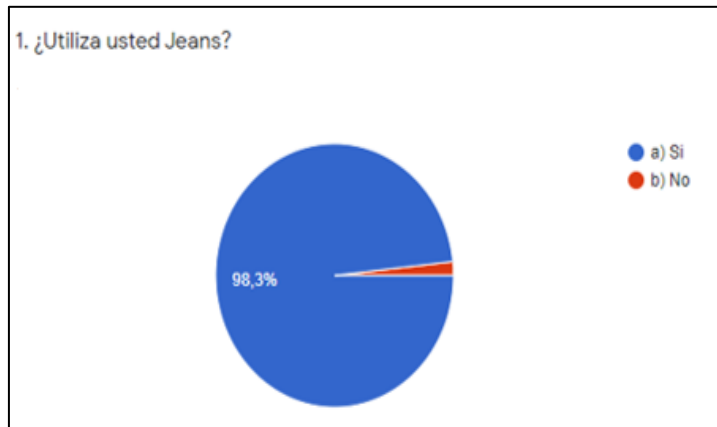
proyecto mencionado. Para el proyecto de investigación se utilizó las normas APA en el que se citaron a los autores con los que se trabajó para la teoría. Presenta un valor sobre la importancia de la variabilidad de negocio con el fin de brindar una serie de sugerencias para poder dar soluciones y mejores condiciones de vida para la organización y las personas que la conforman.

IV. RESULTADOS

4.1. Evaluar la viabilidad de mercado para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima.

Figura 1.

Utilización del producto.

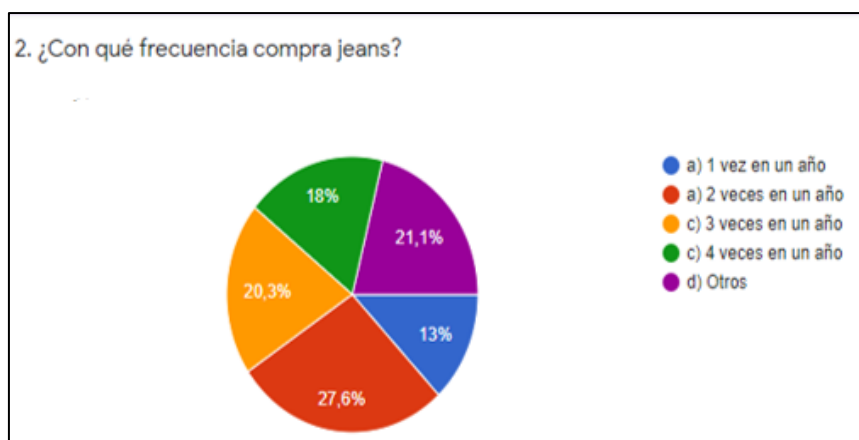


Fuente: Cuestionario a clientes potenciales.

Como se aprecia en la figura 1, el 98,3% de las encuestadas utiliza jeans, lo cual evidencia una posibilidad de mercado, dado que la mayor parte de la población en el rango de edad analizado utiliza estos productos.

Figura 2.

Frecuencia de uso del producto.



Fuente: Cuestionario a clientes potenciales.

Como se aprecia en la figura 2, un 27.6% de las encuestadas manifiesta que compra el producto dos veces al año, el 20.3% lo compra 3 veces al año, el 18% lo compra 4 veces al año, el 13% una vez al año y finalmente el 21.1% lo compra en diversas ocasiones, por ello al ser la mayor frecuencia de compra de dos veces por año, se asumirá que esta es la frecuencia que se debe utilizar para efectos de la presente investigación.

Figura 3.

Preferencias de marca.



Fuente: Cuestionario a clientes potenciales.

En la figura 3 se muestra que el 67.3% del público prefiere la opción de otros, o sea que prefieren marcas no muy comerciales, lo cual nos lleva a concluir que el producto que se desea lanzar tendría acogida.

Figura 4.

Disposición de compra.

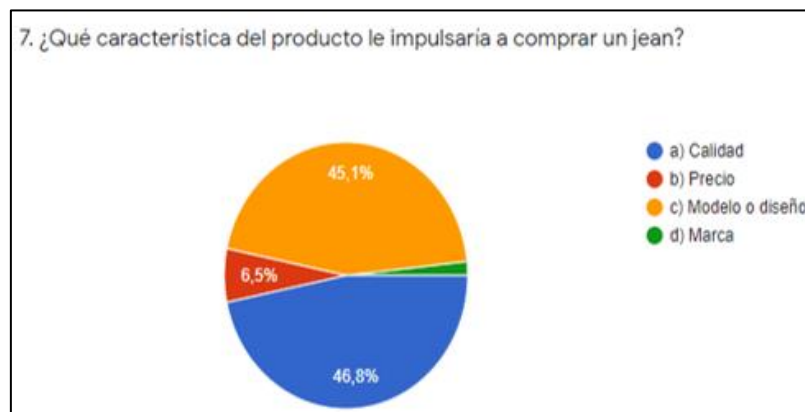


Fuente: Cuestionario a clientes potenciales.

En la figura 4 se muestra que el 99.2% de las encuestadas estarían dispuestas a comprar el producto, lo que nos indica que el negocio tendría acogida.

Figura 5.

Características que impulsan la compra.



Fuente: Cuestionario a clientes potenciales.

La figura 5 muestra que el 46.8% de las encuestadas prefiere que el producto sea de calidad, el 45.1% consideran un factor importante el modelo el 6.5% consideraron que el precio los impulsaba a comprar y solo 0,6% consideraban la marca, esto nos muestra que el producto a lanzarse debe ser de buena calidad, contar con diseños novedosos y tener precios accesibles.

Figura 6.

Factores a considerar para la compra del producto.



Fuente: Cuestionario a clientes potenciales.

El 57,9% de las encuestadas consideran importante que la tienda cuenta con variedad de tallas y colores, el 16.9% consideró importante la buena atención de los empleados, el 11.3% considero importante que confeccionen sus propios diseños, el 11.6% consideró que cuenten con ofertas y solo el 2.3% manifestó que consideraban importante la publicidad generada por la marca.

Demanda:

Tabla 1.

Población objetiva.

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO	
Población Urbana de Lima	9,762,200
Mujeres (50.8%)	4,959,198
Edad 18-45 años (43.7%)	2,167,169

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 2.

Población proyectada.

POBLACIÓN PROYECTADA - LIMA	
2021	2,191,008
2022	2,215,109
2023	2,239,476
2024	2,264,110
2025	2,289,015
2026	2,314,194

Fuente: Elaboración Propia

Se considera una tasa de crecimiento del 1.1%.

Tabla 3.

Determinación de la demanda.

AÑOS	MERCADO POTENCIAL POBLACIÓN FEMENINA DE LIMA ENTRE 18 Y 45 AÑOS DE EDAD (DEMANDA)	COMPRA PROMEDIO POR AÑO	PROYECCIÓN DE DEMANDA DE PANTALONES
2022	2,215,109	2	4,430,219
2023	2,239,476	2	4,478,951
2024	2,264,110	2	4,528,219
2025	2,289,015	2	4,578,030
2026	2,314,194	2	4,628,388

Fuente: Elaboración Propia.

Oferta:

Tabla 4.

Determinación de la oferta.

CONCEPTO		
Producción nacional de prendas de vestir	971,167,108	
Importación de prendas de vestir	4,076,000,000	
Prod. Nacional + Importación	5,047,167,108	
% Pantalones (7%)	353,301,698	
Precio promedio de la prenda (US\$14.00)	56	
Estimado Oferta Mac. Pantalones 2020	6,308,959	unidades
Proporción MCDO META: Pob. Lima	500,627	unidades
36.1%-Mujeres 50.3/- Edad 43.7%		

Fuente: BCRP; PRODUCE 2020.

Tabla 5.

Proyección de la oferta.

AÑOS	OFERTA
2021	511,701
2022	517,330
2023	523,021
2024	528,774
2025	534,591
2026	540,471

Fuente. Elaboración propia.

Se considera una tasa de crecimiento del 1.1%.

Tabla 6.

Balance demanda oferta.

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2022	4,430,219	511,701	3,918,517
2023	4,478,951	517,330	3,961,621
2024	4,528,219	523,021	4,005,199
2025	4,578,030	528,774	4,049,256
2026	4,628,388	534,591	4,093,798

Fuente. Elaboración propia.

La tabla 6 nos permite determinar la existencia de demanda insatisfecha por ello se puede decir que con esto se acepta la hipótesis: Existe viabilidad de mercado para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima.

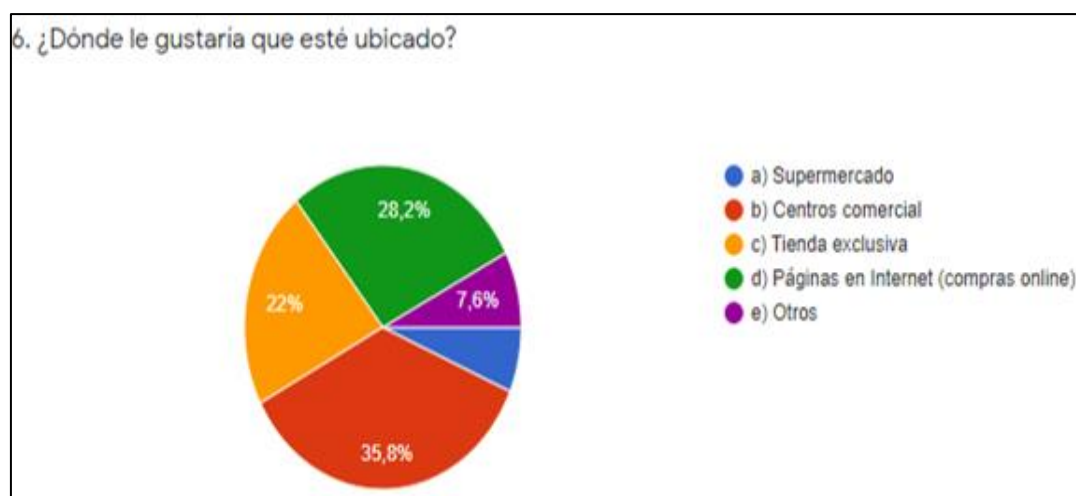
4.2. Establecer la viabilidad técnica para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima.

La viabilidad técnica del negocio se establecerá tomando en cuenta la localización y el tamaño del negocio.

Localización:

Figura 7.

Preferencias de ubicación.



Fuente: Cuestionario a clientes potenciales.

En la figura 7 muestra que el 35.8% de las encuestadas manifiesta que prefiere que el negocio debería estar ubicado en un centro comercial, el 28.2% consideró que se debería implementar el negocio a través de ventas por internet, el 22% manifestó que deberían ubicarse en una tienda exclusiva.

Tomando en cuenta estos resultados se determina que el público preferiría que el negocio se implemente en un centro comercial.

Al realizar un análisis de los centros comerciales en los cuales se podía implementar el negocio tomamos en cuenta las siguientes alternativas: Centro Comercial Unión, Centro Comercial La rambla y el Centro comercial Gamarrita.

A continuación, utilizando el método de ranking de factores se elige la mejor alternativa.

Tabla 7.*Matriz de ponderación de factores.*

VARIABLES	PONDERACIÓN	CENTRO COMERCIAL UNIÓN		CENTRO COMERCIAL LA RAMBLA		CENTRO COMERCIAL GAMARRITA	
		Puntaje	Peso	Puntaje	Peso	Puntaje	Peso
Seguridad	15%	4	0.60	4	0.60	3	0.45
Vías de Acceso	15%	3	0.45	3	0.45	4	0.60
Área de negocio	35%	2	0.70	1	0.35	4	1.40
Precios de alquiler accesibles	35%	3	1.05	3	1.05	4	1.40
TOTAL	100%		2.80		2.45		3.85

Fuente. Elaboración propia.

La tabla 7 nos muestra que la ubicación del negocio es el “Centro Comercial Gamarrita” ubicado en Jr. Agustín Gamarra N° 614, La Victoria 15018, siendo la opción óptima debido a que el área del negocio permitiría hacer la distribución de los espacios de tal manera que se pueda implementar la fábrica, la oficina, el almacén y el punto de venta de los productos.

Tamaño:

Para determinar el tamaño de mercado se toma en cuenta la capacidad instalada del negocio, que equivale la producción de 2,500 pantalones mensuales, es decir, 30,000 pantalones al año, sin embargo, cabe indicar que se establece que el primer año se planea producir solo al 80% de la capacidad instalada, ya que el negocio recién se estaría posicionando y posteriormente se incrementa en 5% la producción hasta llegar al 100% en el año 5.

Tabla 8.*Producción anual.*

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL
2022	24,000
2023	25,500
2024	27,000
2025	28,500
2026	30,000

Fuente. Elaboración propia.

Lo anterior nos permite aceptar la hipótesis en que se manifiesta que “Existe viabilidad técnica para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima.

4.3. Establecer la viabilidad legal y organizacional para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima.

Al iniciar para la creación de una empresa de jeans de dama, se debe cumplir los siguientes requisitos.

4.3.1. Inscripción de la empresa:

Paso 1: Para establecer el nombre de la empresa se debe de registrar en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), se solicitará que busque en la base de datos si hay un nombre similar o parecido al que se escoja, el requisito de respuesta dentro de los 30 días, Este procedimiento se puede realizar en una ventanilla o en la página web. Para ello se debe de especificar el tipo de empresa y los fondos que gastarán en su implementación. Finalmente, se llena el formulario correctamente y se registra con el DNI, posterior a ello se procede el pago de S/20.00 por derecho de trámite.

Paso 2: Se elabora la minuta, es un documento personal que puede ser redactado por un abogado, incluida la voluntad del socio o socios. El documento, tipo de empresa, datos del socio, normativa y todo lo relacionado con la misma. Como pequeña o microempresa, puede acudir a un notario y dentro de los 30 días. Las mercancías y el capital son sus constituyentes. La cantidad a pagar será determinada por el notario que luego propondrá

Paso 3: Se procede a registrar la sociedad en la SUNARP, puede ser Sociedad anónima (S.A.), Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.) o Sociedad Anónima Peruana de Responsabilidad Limitada (SRL). El trámite lo realiza un notario para obtener el asiento registral para que posteriormente exista la sociedad, más conocida como persona jurídica. Para lo cual, la sociedad en la que se registra el proyecto de investigación es una Sociedad Anónima Cerrada.

Paso 4. Se inscribe el RUC (Registro Único de Contribuyente) en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), es importante

que se registre al contribuyente para que ejecute declaraciones y trámites. Originalmente, se debe inscribir al régimen tributario al cual la empresa estará desarrollando.

Paso 5. El registro de la MYPE es relevante para desarrollar la actividad de producir y comercializar los jeans.

Paso 6. Se solicita a la municipalidad la licencia de funcionamiento, para que el negocio pueda ejercer las actividades comerciales a fin de crear desarrollo y progreso para la ciudad. Para ello es valioso que el negocio vaya acorde con la zona de ubicación de la empresa. También se debe tomar en cuenta las condiciones de seguridad del establecimiento según la supervisión de los inspectores por Defensa Civil, pues levantarán un reporte de la infraestructura y las condiciones en la que se encuentra el establecimiento antes de brindar la licencia de funcionamiento.

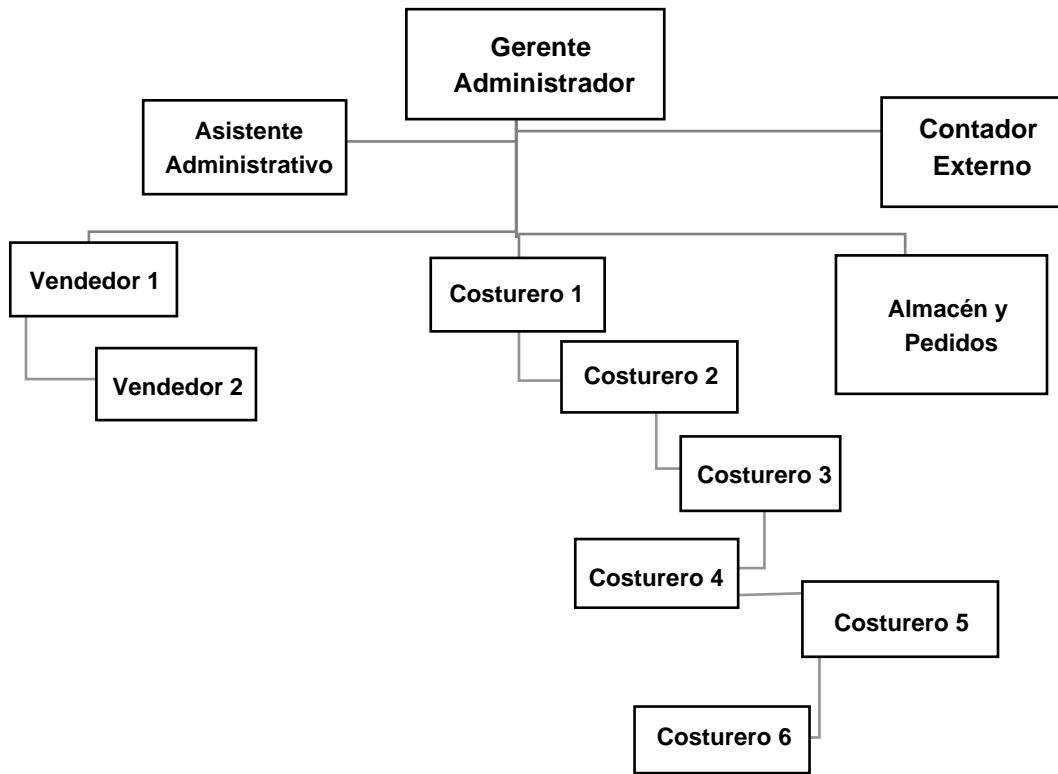
Paso 7. Para registrar una marca, según INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual), demora 04 meses, posterior a ello se debe tramitar una renovación, habiendo pasado el décimo año, válido solo en Perú. En la INDECOPI se debe presentar el logotipo que se va a registrar, se brinda la información de los productos o servicios con la cual se distinguirá la marca.

4.3.2. Estructura Organizacional.

Es de suma importancia la estructura que tomará la empresa, porque permitirá derivar responsabilidades y funciones a cada trabajador, la finalidad de ello es que el ambiente laboral se torne en una comunicación afectiva. La organización debe de lograr sus objetivos para cumplir la meta trazada. Con base en esto, la estructura organizacional ayuda a manejar el talento humano acorde a lo que se quiere lograr.

Figura 8.

Estructura orgánica.



Fuente. Elaboración propia.

4.4. Estudiar la viabilidad económica y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima.

Para evaluar la viabilidad económica y financiera se debe tomar en cuenta la siguiente información:

Tabla 9.

Inversión total.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN	MONTO S/.
Inversión fija tangible	S/ 44,107.40
Inversión fija intangible	S/ 7,790.00
Capital de trabajo	S/95,660.50
TOTAL, DE INVERSIÓN	S/147,557.90

Fuente. Elaboración propia

Tabla 10.

Estructura del financiamiento.

DETALLE	S/	%
Aporte de Socios	102,557.90	69.5%
Financiamiento Bancario	45,000.00	30.5%
Total	147,557.90	100%

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 11.

Precio de venta proyectado.

	2022	2023	2024	2025	2026
PV SIN IGV	S/ 47.46	S/ 50.49	S/ 53.73	S/ 57.17	S/ 60.82

Fuente. Elaboración propia.

El precio de venta se establece con base en las encuestas, se proyecta tomando en cuentas las expectativas inflacionarias que según el BCRP equivale a 6,4%.

Tabla 12.

Proyección de ingresos.

	2022	2023	2024	2025	2026
PRODUCTO	S/1,138,983.05	S/1,287,620.34	S/1,450,617.93	S/1,629,205	S/1,824,709.72

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 13.

Determinación de costo de materia prima por unidad.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	PRECIO X UNIDAD (S/.)	CONSUMO NETO	TOTAL
Denim	metro	25	1.30	32.5
Hilo	cono	4	0.17	0.692
Cierre	unidad	1	1.00	1
Botones	unidad	0.08	2.00	0.16
Broche	unidad	0.2	1.00	0.2
Etiqueta talla	unidad	0.1	1.00	0.1
Etiqueta marca	unidad	0.25	1.00	0.25
				34.902

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 14.*Proyección de costo de materia prima por unidad.*

COSTO UNITARIO	2022	2023	2024	2025	2026
Producto	S/ 34.90	S/ 37.14	S/ 39.51	S/ 42.04	S/ 44.73
Bolsas	0.15	0.16	0.17	0.18	0.19
Total	S/ 35.05	S/ 37.30	S/ 39.68	S/ 42.22	S/ 44.92

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 15.*Proyección de costos de materia prima.*

PRODUCTO	2022	2023	2024	2025	2026
	S/ 841,248.00	S/ 951,030.86	S/ 1,071,420.18	S/ 1,203,323.91	S/ 1,347,722.78

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 16.*Proyección de egresos.*

RUBROS	2022	2023	2024	2025	2026
I.- C. Producción	S/.946,077.48	S/.1,062,075.00	S/.1,189,076.71	S/.1,328,016.03	S/.1,479,900.76
Insumos y empaque	S/.841,248.00	S/.951,030.86	S/.1,071,420.18	S/.1,203,323.91	S/.1,347,722.78
Depreciación de maquinaria y equipo, muebles y enseres	S/.7,725.48	S/.7,725.48	S/.7,725.48	S/.7,725.48	S/.7,725.48
Mano de Obra directa (incluidos beneficios sociales)	S/.90,888.00	S/.96,704.83	S/.102,893.94	S/.109,479.15	S/.116,485.82
Servicios	S/.6,216.00	S/.6,613.82	S/.7,037.11	S/.7,487.48	S/.7,966.68
Alquiler	S/.42,000.00	S/.44,688.00	S/.47,548.03	S/.50,591.11	S/.53,828.94
II.- G. Operación	S/.115,308.50	S/.111,262.39	S/.116,919.47	S/.122,896.70	S/.129,213.29
2.1 G. Administrativos	S/.63,012.50	S/.66,978.71	S/.71,198.75	S/.75,688.88	S/.80,466.38
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	S/.51,640.00	S/.54,944.96	S/.58,461.44	S/.62,202.97	S/.66,183.96
Servicios	S/.1,332.00	S/.1,417.25	S/.1,507.95	S/.1,604.46	S/.1,707.15
Alquiler	S/.9,000.00	S/.9,576.00	S/.10,188.86	S/.10,840.95	S/.11,534.77
Depreciación	S/.1,040.50	S/.1,040.50	S/.1,040.50	S/.1,040.50	S/.1,040.50
2.2 G. de ventas	S/.52,296.00	S/.44,283.68	S/.45,720.72	S/.47,207.81	S/.48,746.91
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	S/.38,620.00	S/.41,091.68	S/.42,324.43	S/.43,594.16	S/.44,901.99
Publicidad en Redes sociales	S/.3,000.00	S/.3,192.00	S/.3,396.29	S/.3,613.65	S/.3,844.92
Servicios	S/.1,332.00	S/.1,417.25	S/.1,507.95	S/.1,604.46	S/.1,707.15
Depreciación	S/.344.00	S/.344.00	S/.344.00	S/.344.00	S/.344.00
Alquiler	S/.9,000.00	S/.9,576.00	S/.10,188.86	S/.10,840.95	S/.11,534.77
TOTAL	S/.1,061,385.98	S/.1,173,337.39	S/.1,305,996.18	S/.1,450,912.72	S/.1,609,114.05

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 17.*Balance inicial.*

ACTIVO	S/	PASIVO Y PATRIMONIO	S/
Activo Corrientes		Pasivo Corriente	
Existencias	S/70,104.00	Obligaciones Financieras a corto plazo	S/ 5,874.83
Disponibles	S/25,556.50	Pasivo No Corriente	
Total Activo Corriente	S/95,660.50	Obligaciones Financieras a largo plazo	S/ 39,125.17
Activo No Corriente		Total Pasivo	S/ 45,000.00
Tangible	S/44,107.40	Patrimonio	
Intangible	S/7,790.00	Capital	S/102,557.90
Total Activo No Corriente	S/51,897.40		
TOTAL ACTIVO	S/147,557.90	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/147,557.90

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 18.*Estado de pérdidas y ganancias.*

RUBRO	2022	2023	2024	2025	2026
Ingreso Por Ventas	S/ 1,138,983.05	S/ 1,287,620.34	S/ 1,450,617.93	S/ 1,629,205.11	S/ 1,824,709.72
Costo de Producción	S/946,077.48	S/1,062,075.00	S/1,189,076.71	S/1,328,016.03	S/1,479,900.76
UTILIDAD BRUTA	S/192,905.57	S/225,545.34	S/261,541.21	S/301,189.08	S/344,808.96
Gastos Operativos	S/115,308.50	S/111,262.39	S/116,919.47	S/122,896.70	S/129,213.29
Gastos de Administración	S/63,012.50	S/66,978.71	S/71,198.75	S/75,688.88	S/80,466.38
Gastos de Ventas	S/52,296.00	S/44,283.68	S/45,720.72	S/47,207.81	S/48,746.91
UTILIDAD OPERATIVA	S/77,597.07	S/114,282.95	S/144,621.74	S/178,292.39	S/215,595.67
Gastos Financieros	S/8,273.29	S/6,973.53	S/5,489.42	S/3,623.64	S/1,380.28
U. ANTES DE IMP.	S/69,323.78	S/107,309.42	S/139,132.32	S/174,668.75	S/214,215.39
I. Renta	S/20,450.52	S/31,656.28	S/41,044.03	S/51,527.28	S/63,193.54
U. NETA	S/48,873.27	S/75,653.14	S/98,088.29	S/123,141.47	S/151,021.85

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 19.*Flujo de caja económico – financiero.*

RUBROS	0	2022	2023	2024	2025	2026
I) INGRESOS		S/.1,138,983.05	S/.1,287,620.34	S/.1,450,617.93	S/.1,629,205.11	S/.1,829,120.46
VENTAS		S/.1,138,983.05	S/.1,287,620.34	S/.1,450,617.93	S/.1,629,205.11	S/.1,824,709.72
V. RESIDUAL						S/.4,410.74
II) EGRESOS		-S/.1,084,277.12	-S/.1,207,050.86	-S/.1,348,659.60	-S/.1,503,508.98	-S/.1,664,624.78
2.1 INVERSIONES	-S/.147,557.90					S/.8,090.00
2.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN		-S/.946,077.48	-S/.1,062,075.00	-S/.1,189,076.71	-S/.1,328,016.03	-S/.1,479,900.76
2.3. GASTOS OPERATIVO		-S/.115,308.50	-S/.111,262.39	-S/.116,919.47	-S/.122,896.70	-S/.129,213.29
2.5. IMPUESTO A LA RENTA		-S/.22,891.14	-S/.33,713.47	-S/.42,663.41	-S/.52,596.25	-S/.63,600.72
III) FLUJO NETO ECONÓMICO	-S/.147,557.90	S/.54,705.93	S/.80,569.48	S/.101,958.33	S/.125,696.13	S/.164,495.69
IV) FLUJO FINANCIERO						
PRÉSTAMO	S/.45,000.00					
AMORTIZACIÓN		-S/.5,874.83	-S/.7,174.59	-S/.8,658.70	-S/.10,524.48	-S/.12,767.40
INTERESES		-S/.8,273.29	-S/.6,973.53	-S/.5,489.42	-S/.3,623.64	-S/.1,380.28
COMISIONES		-S/.286.56	-S/.286.56	-S/.286.56	-S/.286.56	-S/.286.56
ESCUDO FISCAL		S/.2,440.62	S/.2,057.19	S/.1,619.38	S/.1,068.97	S/.407.18
V) FLUJO NETO FINANCIERO	-S/.102,557.90	S/.42,711.88	S/.68,191.99	S/.89,143.03	S/.112,330.43	S/.150,468.63

Fuente. Elaboración propia.

Para realizar la evaluación económica y financiera es necesario calcular las tasas de descuento económico y financiera, las cuales se calculan con las siguientes fórmulas:

Para el cálculo de la tasa de descuento económica se utiliza la fórmula:

$$K_e = R_f + (R_m - R_f) * \beta_e$$

$$\text{Donde } \beta_e = \beta_u * (1 + D * (1 - t) / E)$$

Para el cálculo de la tasa de descuento financiera se utiliza la fórmula:

$$WACC \text{ o CPPC} = K_e * E / (E + D) + K_d * D / (E + D) * (1 - T)$$

Para ello se necesita la siguiente información:

Tabla 20.

Datos para cálculos de tasas de descuento.

Concepto	Valor
Beta del sector de USA (Bu)	0.93
Beta ajustada (Be)	2.24
Tasa impositiva (T)	29.50%
Tasa libre de riesgo (Rf)	3.90%
Rendimiento de mercado (Rm)	5.65%
Capital propio (E)	S/ 102,557.90
Préstamo Bancario (D)	S/ 45,000.00
Total	S/ 147,557.90
Razón E=	69.50%
Razón D=	30.50%
Kd (tasa de Interés del préstamo)	22.13%
Ke (COK - Tasa de Descuento económica)	7.82%
Wacc (CPPC- Tasa de descuento Financiera)	10.19%

Fuente: Elaboración propia.

Tomando en consideración los datos obtenidos anteriormente se determina lo siguiente:

Tabla 21.

Indicadores financieros.

ECONÓMICA Y FINANCIERA	
VANE	S/ 259,744.60
TIRE	50.53%
B/CE	1.08
VANF	S/ 360,288.05
TIRF	62.33%
B/CF	1.01

Fuente: Elaboración propia.

Con base en los resultados mostrados en la tabla anterior, se realiza la evaluación económica y financiera.

Evaluación Económica:

Valor Actual Neto Económico (VANE): Valor Actual Neto Económico Positivo ($VANE = S/ 259,744.60 > 0$), esto implica que, si el capital del negocio es financiado al 100% por los socios, los beneficios generados son superiores a los costos incurridos, por lo tanto, se muestra que el proyecto es económicamente viable.

Tasa Interna de Retorno Económico (TIRE): La tasa Interna de Retorno económica es mayor que la tasa de rentabilidad mínima aceptable ($50.53\% > 7.93\%$). Esto quiere decir que la rentabilidad que generaría el negocio es superior al rendimiento mínimo aceptable, por ello se afirma que el proyecto sería económicamente rentable y se recomienda su ejecución.

Relación Beneficio / Costo Económica (B/CE): Se muestra una relación B/CE de 1.08, esto implica que los ingresos económicos son superiores a los gastos económicos.

Evaluación Financiera:

Valor Actual Neto Financiero (VANF): Se muestra un Valor Actual Neto Financiero Positivo ($VANF = S/ 360,288.05 > 0$), esto implica que, si el negocio es financiado parcialmente por el banco, los ingresos generados serían

superiores a los costos incurridos, por lo tanto, se muestra que el proyecto es financieramente viable.

Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF): La tasa interna de retorno financiera es mayor que la tasa de rentabilidad mínima aceptable (62.33% >10.6%). Esto quiere decir que la rentabilidad que generaría el negocio es superior al rendimiento mínimo aceptable, por ello se afirma que el proyecto sería financieramente rentable y se recomienda su ejecución.

Relación Beneficio / Costo Financiera (B/CF): Se muestra una relación B/CF de 1.01, esto implica que los ingresos financieros son superiores a los gastos financieros.

Los resultados muestran que el negocio sería viable y rentable desde el punto de vista económico y financiero, por ello se acepta la hipótesis: “Existe viabilidad económica y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima”.

Objetivo general: Precisar la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima 2021.

Los resultados anteriores nos permiten aceptar la hipótesis “Si existe viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima 2021”.

V. DISCUSIÓN:

Tras el desarrollo de los resultados, en este capítulo se realiza el contraste de estos en función al marco teórico.

El primer objetivo específico se encontró orientado a evaluar la viabilidad de mercado para implementar una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima para el año 2021; al realizar el análisis del mismo se determinó que el 98.3% de las encuestadas utiliza jeans, lo cual evidenciaba una posibilidad de mercado, además el 99.2% de las encuestadas estarían dispuestas a comprar el producto si se abre el negocio lo que nos indica que el negocio tendría acogida, asimismo tenemos que la tabla 6 muestra que la demanda insatisfecha es positiva y creciente, lo cual determina que existe, un mercado en crecimiento, asimismo el precio estimado del producto se determinó basándose en las sugerencias de los encuestados, estos resultados coinciden con planteado por Cruz (2018), quien determinó que existía viabilidad de mercado para la creación de una empresa de confecciones, ya que un alto porcentaje de varones y mujeres que si estaban dispuestos a comprar polos confeccionados con tela reciclada, asimismo demostró que existía demanda potencial por el producto propuesto y que puede ser cubierto con la oferta de la nueva empresa, también concuerda con lo establecido por Martínez (2021) quienes determinó que existía una demanda insatisfecha en el mercado de Chiclayo, por lo tanto, se podría determinar que existía viabilidad de mercado para la producción y comercialización de prendas de vestir en la Empresa creative de Chiclayo 2021, debido a los alentadores resultados obtenidos en cada uno de los indicadores mencionados, asimismo tomando en consideración lo que sostiene Rodríguez (2018) que el estudio de mercado es el punto de partida para el análisis de una inversión, por medio de esta se conocerá la oferta, demanda, las preferencias de los clientes y el precio aplicado por una encuesta y es la base para determinar si el proyecto será, por todo lo anterior se acepta la hipótesis que establece que “existe viabilidad de mercado para la implementación de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima”.

Con respecto al segundo objetivo específico, estuvo orientado a determinar la viabilidad técnica para establecer una empresa especializada en la

producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima. Por medio de los resultados se determinó que el 35.8% de las encuestadas manifiesta que prefiere que negocio debería estar ubicado en un centro comercial, asimismo de acuerdo al método de ranking de factores se determinó que la ubicación del negocio es el “Centro Comercial Gamarrita”, siendo la opción óptima debido a que el área del negocio permitiría hacer la distribución de los espacios de tal manera que se pueda implementar la fábrica, la oficina el almacén y el punto de venta de los productos, asimismo en cuanto al tamaño del negocio se tomó en cuenta la Capacidad Instalada del negocio que equivale a la producción de 2,500 pantalones mensuales es decir 30,000 pantalones al año, sin embargo, cabe indicar que se establece que el primer año se planea producir solo al 80% de la capacidad instalada, ya que el negocio recién se estaría posicionando y posteriormente se incrementa en 5% la producción hasta llegar al 100% en el año 5; estos resultados coinciden con lo presentado por Martínez (2021), quien determinó que existía viabilidad técnica para la producción y comercialización de prendas de vestir en la Empresa Bcreative, de Chiclayo pues determinó un tamaño de mercado en 11923 clientes el primer año mostrando además un incremento del 20% sobre el total de ventas y la localización del negocio sería el mercado modelo de Chiclayo, también coinciden con los resultados de Cruz (2018) quien demostró que existe viabilidad técnica para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de polos con tela reciclada en la ciudad de Sullana, ya que en el aspecto técnico, existen en el mercado maquinarias y equipos para la confección y no existen restricciones para su adquisición, asimismo; además el método ponderado permitió determinar que la ubicación exacta de la calle Sucre del centro de Sullana. Además, Rodríguez (2018) indicó que la viabilidad técnica incluye la determinación del tamaño y localización del negocio, en cuanto a la localización el mismo autor establece que la ubicación sí importa, ya que determina el éxito o fracaso de la empresa y , por tanto, factores como el tamaño del local, los costes de alquiler, la competencia, etc. es de primordial importancia, asimismo estableció que el tamaño ideal proviene de un equilibrio de todos los componentes que intervienen en el proceso productivo, de modo que equipos, herramientas y personas trabajen simultáneamente, por todo lo presentado anteriormente se concluyó que existe viabilidad técnica para la implementación

de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima.

En cuanto al tercer objetivo específico, que se encontró orientado a determinar la viabilidad legal y organizacional para la implementación de una empresa productora y comercializadora de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021. Los resultados mostraron que la empresa seguirá un proceso de constitución e inscripción en registros públicos y SUNAT. Además de que contará con una estructura orgánica con un gerente administrador como máximo representante de la organización, un asistente administrativo, contador externo, vendedores, costureros, y almacén. Resulta importante indicar que la viabilidad legal, desde la perspectiva de Rodríguez (2018), se ocupa de aspectos legales entre normas y leyes establecidas por cada país. El tipo de sociedad es crucial para el funcionamiento del negocio, pues a la hora de tomar decisiones se debe aprovechar las condiciones financieras, fiscales y legales para la adaptación del negocio. Entonces se puede indicar que existe viabilidad legal y organizacional para la implementación de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima.

Y finalmente, con respecto al cuarto objetivo específico, orientado a conocer la viabilidad económica y financiera para el establecimiento de la empresa productora y comercializadora de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021. Por medio de los resultados se determinó que para implementar el negocio se requería de S/147,557.90, de los cuales el 69.5% sería financiado por los socios y el 30.5% sería financiado a través de un crédito de libre disponibilidad del BBVA, asimismo los resultados muestran que el negocio sería viable y rentable desde el punto de vista económico y financiero, ya que se obtuvo un VANE de S/. 259,744.60, una TIRE de 50.53% y una relación B/CE de 1.08 y un VANF de S/. 360,288.05, una TIRF de 62.33% y una relación B/CF de 1.01; los resultados coinciden con lo investigado por Rueda y Rosado (2016) quien determinó que existía factibilidad económica y Financiera para emprender un proyecto de producción y comercialización y distribución de jeans para hombres y mujeres en el municipio de Yolombó (Antioquia), asimismo coincide con los resultados de Agama (2021) quien determinó la viabilidad económica y financiera para la producción y comercialización de cojines de espuma hipersoft., ya que el resultado de su 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 = $1.29 > 1$, demostrando con ello que el negocio sería rentable desde el enfoque económico y también desde el enfoque financiero el plan de negocio sería viable y rentable, ya que se obtendría un $VANF = 1'609,590.77 > 0$ y $TIRF = 53\% > 0$, y con relación al beneficio de costo = $1.25 > 1$ demostrando la viabilidad financiera. Cabe precisar que los resultados anteriores coinciden con lo planteado por Rodríguez (2018), quien establece que la viabilidad económica financiera determina la disponibilidad de fondos para solventar las obligaciones del presente y futuro, del negocio, asimismo analiza la rentabilidad de la empresa a través de la tasa interna de retorno y a viabilidad del negocio a través del valor actual neto, por todo lo presentado anteriormente se concluyó que existe viabilidad económica - financiera para la implementación de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima.

Por lo tanto, tras todo el análisis realizado se puede indicar que existe viabilidad suficiente para establecer una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima.

VI. CONCLUSIONES:

Primero se determinó que el 98.3% de las encuestadas utiliza jeans y el 99.2% de las mismas estarían dispuestas a comprar el producto si se abre el negocio, asimismo se muestran la existencia de demanda insatisfecha, lo cual determina que existe un mercado en crecimiento, por ello se acepta la hipótesis que establece que “Existe viabilidad de mercado para la implementación de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima”.

Segundo se determinó que la ubicación del negocio sería el “Centro Comercial Gamarrita”, siendo óptima debido a que el área del negocio permitiría hacer la distribución de los espacios y que se pueda implementar la fábrica, y el punto de venta, asimismo en cuanto al tamaño del negocio se tomó en cuenta la capacidad instalada del negocio que equivale a la producción 30,000 pantalones al año; sin embargo, el primer año solo se producirá al 80% de la capacidad instalada, por ello se acepta la hipótesis que establece que “Existe viabilidad de mercado para la implementación de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima”.

Tercero se determinó que la empresa cumple con los requisitos tributarios, legales y administrativos. Decidiendo así la creación de una Sociedad Anónima Cerrada (SAC) y pertenecer al régimen de MYPE, por ello se acepta la hipótesis que establece que “Existe viabilidad técnica y legal para la implementación de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima”.

Cuarto se determinó que para implementar el negocio se requería de S/ 147,557.90, de los cuales el 69.5% sería financiado por los socios y el 30.5% sería financiado a través de un crédito de libre disponibilidad del BBVA, asimismo los resultados muestran que el negocio sería viable y rentable desde el punto de vista económico y financiero, ya que se obtuvo un VANE de S/.259,744.60, una TIRE de 50.53% y una relación B/CE de 1.08 y un VANF de S/.360,288.05, una TIRF de 62.33% y una relación B/CF de 1.01, por ello se acepta la hipótesis que establece que “Existe viabilidad económica financiera para la implementación de una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima”.

VII. RECOMENDACIONES:

Primero, se sugiere que el proyecto entre en funcionamiento, pues todas las dimensiones de la viabilidad cumplen de modo positivo para realizar el proyecto. Cabe resaltar la importancia del diseño, debido al uso de vida que tiene cada prenda, los jeans deben de ser cómodos y que estén bajo las preferencias de los clientes.

Segundo, se recomienda que el negocio pueda ampliar el mercado brindando mayores opciones de modelos, para obtener mayor variabilidad, en cuanto a tallas, y colores. A si también se aconseja tener en cuenta la calidad de la prenda

Tercero, se recomienda establecer puntos de venta en centros comerciales, tiendas exclusivas en lugares clave de los distritos de Lima.

Cuarto, es importante trabajar en un equipo de marketing, para posicionar la marca por redes sociales, y lograr fidelización de los clientes.

REFERENCIAS

- Agama, J. & Villanueva, G. (2021). *Plan de negocio para la producción y comercialización de cojines de espuma hiper soft, Lima 2021*. Universidad César Vallejo. Perú. Tesis de Pregrado. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83605/Agama_MJD-Villanueva_PGADC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Álvarez, L. (2018). *Plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado sobre medida para dama*. Universidad Católica de Colombia. Bogotá: Tesis de Pregrado. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22608/1/Plan%20de%20negocio%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de%20producci%C3%B3n%20y%20comercializaci%C3%B3n%20de%20calzado%20sobre.pdf>
- Álvarez, M. (2018). *Plan de negocio para la creación de una empresa de producción y comercialización de calzado sobre medida para dama*. Universidad Católica de Colombia. Colombia: Tesis de Pregrado. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/22608/1/Plan%20de%20negocio%20para%20la%20creación%20de%20una%20empresa%20de%20producción%20y%20comercialización%20de%20calzado%20sobre.pdf>
- Álvaro, C. & Heredero, G. (2020). *Plan de Negocio y estudio de viabilidad de una empresa de ropa sostenible: MODECO*. Universidad Politécnica de Madrid. España: Tesis de Pregrado. Obtenido de https://oa.upm.es/59893/1/TFG_CARMEN_ALVARO_GRACIA_HEREDERO.pdf
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación Serie Integral por competencias* (Tercera ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Castillo, Y., Hidalgo, K., Herrera, D., & Valverde, M. (2018). *Plan de negocios para una empresa de ropa para niñas del segmento A-B en Lima Metropolitana*. Perú: ESAN. Obtenido de

- https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1375/2018_MAGEM_16-3_03_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Choque, S., Domínguez, P., Navarro, R. & Palomino, Y. (2019). *Plan de negocio para determinar la viabilidad comercial, operativa y financiera de una tienda especializada de productos saludables en Lima Norte*. Universidad ESAN. Lima, Perú: Tesis de Maestría. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1558/2019_MAGEM_17-1_06_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cohen, N. & Gómez, G. (2019). *Metodología de la Investigación, ¿Para qué? La producción de los datos y los diseños* (Primera Edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Teseo.
- Corrales, P., Criollo, F. & Díaz, P. (2021). *Plan de Negocio para la viabilidad comercial, operativa y económica en la Implementación de un gimnasio para bebés de 4 meses a niños de 5 años, en Lima Norte*. Universidad ESAN. Lima, Perú: Tesis de Maestría. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2163/2021_MATP_18-2_10_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cruz Navarro, M. & Navarrete Izaga, P. (2020). *Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de polos con tela reciclada en la ciudad de Sullana 2018*. Piura - Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/49088/Cruz_NMM-Navarrete_IPV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Florian, A. & Silva, I. (2016). *Estudio de mercado para determinar la viabilidad comercial de la creación de un bazar de prendas de vestir Red Apple S.A.C en la ciudad de Juanjui - San Martín 2015*. Universidad Privada Antenor Orrego. San Martín, Perú: Tesis de Posgrado. Obtenido de https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2341/1/RE_ADMI_ANGIE.FLORIAN_IRINA.SILVA_ESTUDIO.DE.MERCADO.PARA.DETERMINAR.LA.VIABILIDAD.COMERCIAL_DAOS.PDF
- Garcés, A., Montoya, V. & Posada, J. (2017). *Viabilidad para confeccionar y comercializar jeans para mujeres obesas, "Confecciones Antonella" en la comuna 8 de la ciudad de CALI*. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, Santiago de Cali. Obtenido de

- <https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/484/FUCLG0017292.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, M. & Morillo, L. (2017). *Viabilidad y efectos de la aplicación del estándar australiano como sistema de administración de riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo SARLAFT en el sector cooperativo ecuatoriano*. Revista publicando, 04(10 (2)), 167 - 177. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/484>
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A. & Moreno, L. (2018). *Metodología de Investigación Científica*. Manabí: Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. doi: <http://dx.doi.org/10.17993/CcyLI.2018.15>
- INEI, F. (2021). *Perú: Población 2021*. Market Report, 03, 22. Obtenido de https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/Market_Report_Mayo.pdf
- KYOCERA. (2016). *Los procesos de negocio como habilitadores del éxito en las organizaciones*. Claves y soluciones. eBook, 12. Obtenido de <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/insights-hub/articles/analisis-de-la-viabilidad-de-un-proyecto.html>
- Leal, A. (02 de abril de 2019). *Los jeans colombianos continúan conquistando a los mercados*. Pág. 7. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/jeans-colombianos-continuan-conquistando-a-los-mercados-528141>
- Martínez, E. (2017). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa. ADGD0210*. (Vol. 2° Edición). Antequera (Málaga): IC Editorial. Obtenido de <https://es.scribd.com/read/494619104/Proyecto-y-viabilidad-del-negocio-o-microempresa-ADGD0210#>
- Martínez, J. (2021). *Viabilidad de la producción y comercialización de prendas de vestir en la Empresa Bcreative, provincia Chiclayo, 2021*. Universidad César Vallejo. Chiclayo, Perú: Tesis de Posgrado. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/74157/Martinez_BJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Mera, W. & López, J. (2017). *Analysis of the financial economic viability for the implementation of a business services center in tulcán city*. *Revistas Digitales*, 61 - 83. doi: ISSN 1390-686
- Minaya, L. (2021). *Plan de Negocio para determinar la viabilidad de crear una plataforma digital de oferta y demanda de servicios generales para el hogar usando la gamificación*. ESAN, Lima. Obtenido de https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2412/2021_MATP_19-1_20_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Narváez, A. (2020). *Viabilidad comercial para la implementación del servicio de atención de siniestros vehiculares, empresa Maconar Ingeniería S.A.C., Trujillo - 2020*. Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú: Tesis de Maestría. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63285/Narváez_MAA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe, I., Pongo, F., & Surco, R. (2018). *Proyecto de inversión de producción de pantalones jeans*. Universidad Mayor de San Andrés. Bolivia: Contaduría Pública. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/19301/PROY-436.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rincón, K., Osorio, A., Villarreal, H., & Acero, S. (2018). *Estudio de factibilidad para la creación de una boutique móvil de ropa femenina en la ciudad de Bogotá*. UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios. Colombia Bogotá: Tesis de Pregrado. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/6959/1/TA_MonsalveVillarrealHernando_2018.pdf
- Rodríguez, A., & Rodríguez, A. (2019). *Management strategies to promote business management in SMEs of the Department of Atlántico*. *Revista Espacios*, 40(6), 26. Obtenido de <https://revistaespacios.com/a19v40n06/a19v40n06p26.pdf>
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Una propuesta metodológica*. (Vol. Primera). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Obtenido de <https://es.scribd.com/read/416316498/Formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-de-inversión-Una-propuesta-metodológica#>

- Roque, C. Rubio, C. (2019). *Viabilidad para la creación de una residencia de cuidados paliativos en la ciudad de Piura*. Piura: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/40903/Roque_ACV-Rubio_LCP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rueda, M. (2016). *Estudio de factibilidad para determinar la viabilidad para emprender un proyecto de producción y comercialización y distribución de jeans para hombres y mujeres en el municipio de Yolombo (Antioquía)*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Abierta y Distancia, Colombia. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/13215/39461474.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de operacionalización de variables.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Escala
Viabilidad	Es un estudio que tiene por finalidad conocer la probabilidad de efectuar un proyecto, depende del balance de inversión para verificar si es rentable o no. Según Martínez (2017), señala que es necesario que cualquier proyecto antes de ejecutarse se analice sus estados contables, financieros, económicos y patrimonial para diagnosticar sus puntos fuertes y débiles.	Para Rodríguez (2018), destaca que la variable viabilidad se mide por medio de las dimensiones de viabilidad de mercado, viabilidad legal - organizacional, viabilidad técnica, viabilidad económica y financiera, las mismas que se midieron por medio de un análisis completo de la situación gracias al instrumento que es el cuestionario. Este permitió analizar cada indicador como las preferencias del mercado, el precio, la demanda, la oferta, la localización y el tamaño. A su vez, se investigó las normas legales, la estructura organizacional, los procedimientos administrativos, el VAN/TIR y por último el costo beneficio. Para todo ello se empleó una escala de tipo nominal.	Viabilidad de Mercado	Concederá conocer las preferencias de los clientes en el mercado sobre el producto, la frecuencia de las compras, también el precio mediante la aplicación de una encuesta.	<ul style="list-style-type: none"> ● Preferencias del mercado (cliente) ● Precio ● Demanda ● Oferta 	● Nominal
			Viabilidad Técnica	Se delimitará la ubicación del local mediante el método de factores ponderados. El proceso de producción se realizará mediante la guía de observación y el análisis posterior de la información.	<ul style="list-style-type: none"> ● Tamaño ● Localización 	● Nominal
			Viabilidad Legal y Organizacional	Aportará definir el tipo de organización, según los requisitos establecidos por el estado peruano (SUNAT) los requisitos para la licencia de funcionamiento en la municipalidad. Se efectuará el organigrama según el diseño organizacional que vaya a tomar la organización.	<ul style="list-style-type: none"> ● Normas legales ● Estructura Organizacional (Organigrama) ● Procedimientos administrativos / (Mype) 	● Nominal
			Viabilidad Económica y Financiera	Se establecerá si es viable el proyecto a través del análisis de valor actual neto VAN y la TIR, para calcular el flujo de efectivo neto a una tasa de interés que la diferencia desde los ingresos sea equivalente a cero.	<ul style="list-style-type: none"> ● VAN – TIR ● Costo / Beneficio 	● Nominal

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2.

Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema General ¿Existe viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima, 2021?</p>	<p>Objetivo General Precisar la viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima, 2021.</p>	<p>Hipótesis General Es viable establecer una empresa especializada en producción y venta de jeans de dama en la ciudad de Lima, 2021.</p>	<p>Variable: Viabilidad</p> <p>Dimensiones: Viabilidad de Mercado</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo y cualitativo.</p> <p>Diseño: No experimental</p>
<p>Problemas Específicos ¿Existe viabilidad de mercado para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima? ¿Es viable técnicamente la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima? ¿Existe viabilidad legal y organizacional en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima? ¿Existe viabilidad económica y financiera en la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima?</p>	<p>Objetivos Específicos Evaluar la viabilidad de mercado para implementar una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima para el año 2021. Determinar la viabilidad técnica para establecer una empresa especializada en la producción y comercialización de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021 Determinar la viabilidad legal y organizacional para la implementación de una empresa productora y comercializadora de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021 Determinar la viabilidad económica y financiera para el establecimiento de la empresa productora y comercializadora de jeans para dama en la ciudad de Lima, 2021.</p>	<p>Hipótesis Específicos En el año 2021 es viable implementar en el mercado una empresa que produzca y venda jeans de mujer en la ciudad de Lima. Es técnicamente viable, crear una empresa dedicada a la fabricación y venta de jeans de mujer para el 2021. Es viable organizacional y legalmente establecer una empresa especializada en la producción y venta de jeans de mujer en la ciudad de Lima en el año 2021. Establecer una empresa especializada en la fabricación y venta de jeans de mujer en la ciudad de Lima, en el año 2021, si es económica y financieramente viable.</p>	<p>Viabilidad Técnica</p> <p>Viabilidad Legal – Organizacional</p> <p>Viabilidad Económica – Financiera</p>	<p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Escala: Nominal</p> <p>Población: Está conformada por 2, 191 008 personas entre 18 – 45 años de edad de la ciudad de Lima.</p> <p>Muestra: Conformada por 384 mujeres entre 18 y 45 años de edad.</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3.

Cuestionario aplicado a la muestra.

Cuestionario ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Cuestionario aplicado a mujeres entre 18 y 45 años de edad.
<p>Cordiales saludos: Molesto tu atención para pedirte de favor que respondas con absoluta veracidad el cuestionario que a continuación se muestra. Estos datos que se requieren son de carácter estrictamente académico y confidencial, que permitirán realizar un trabajo de investigación titulado "Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jean de dama en la ciudad de Lima, 2021.</p> <p>Marca con un aspa (X) o da una opinión de acuerdo a tu criterio personal.</p>
<p style="text-align: center;">DATOS GENERALES</p> <p>1. Edad. ____ 18 – 24 años ____ 25 – 34 años ____ 35 – 44 años</p>

1. ¿Utiliza usted Jeans?
 - a) Si
 - b) No

2. ¿Con qué frecuencia compra jeans?
 - a) 1 vez en un año
 - b) 2 veces en un año
 - c) 3 veces en un año
 - d) 4 veces en un año
 - e) Otros (especifique)

3. ¿Cuál es la marca de jeans que más compra o conoce en el mercado?
 - a) Kansas
 - b) Pionier
 - c) Kayra Poblet
 - d) La Cigarra
 - e) Otros

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 01 pantalón jean?
 - a) 25 a 35 soles
 - b) 35 a 45 soles
 - c) 45 a 55 soles
 - d) 55 a 75 soles

5. Si se abre un nuevo negocio de venta de jeans con precios accesibles y de buena calidad ¿Usted estaría dispuesto a comprarlos?
 - c) Si
 - d) No

6. ¿Dónde le gustaría que esté ubicado?
 - a) Supermercado
 - b) Centros comercial
 - c) Tienda exclusiva
 - d) Páginas en Internet (compras online)
 - e) Otros

7. ¿Qué característica del producto le impulsa a comprar un jean?
 - a) Calidad
 - b) Precio
 - c) Modelo o diseño
 - d) Marca

8. ¿Por cuál de estas características te gusta el jean?
 - a) El modelo
 - b) El rasgado
 - c) Las tallas anchas
 - d) La tela
 - e) El color

9. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría conocer los jeans?
 - a) Radio
 - b) Paneles publicitarios
 - c) Redes Sociales
 - d) Catálogos
 - e) Otros

10. ¿Qué factores considera usted que hace importante su compra de jeans?
 - a) Buena atención de los empleados
 - b) Que tenga variedad de tallas y colores
 - c) Oferta de precios rebajados
 - d) Solo confeccionada con diseños propios
 - e) Publicidad generada por la marca



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a)
MBA. Lizet Malena Farro Ruiz.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestro cordial saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes del programa de Titulación para alumnos de Universidades con Licencia Denegada de la Universidad César Vallejo en la sede Lima Ate Grupo G-24, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación.

El título de investigación es: "Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jean de dama en la ciudad de Lima, 2021", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas empresariales.

El expediente de validación, que le hacemos llegar, contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

MERCEDES CANDY SANTA FE VALDIVIA
D.N.I: 75946946

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VIABILIDAD.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				Observaciones
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN																						
1. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.														X							
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables.														X							
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.														X							
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.														X							
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.														X							
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación.														X							
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos –														X							

	científicos de la investigación.																			
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores.													X						
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación.													X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Farro Ruiz, Lizet Malena DNI: 45962909

Especialidad del validador: MBA: Master of Business Administration (Maestría en Administración y Dirección de Empresas)

INSTRUCCIONES: Este instrumento sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.



Firma del Experto Informante.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a)

MBA. Milena Carmen Noblecilla Saavedra

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestro cordial saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes del programa de Titulación para alumnos de Universidades con Licencia Denegada de la Universidad César Vallejo en la sede Lima Ate Grupo G-24, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación.

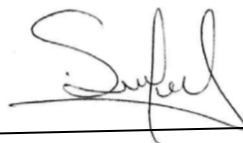
El título de investigación es: "Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jean de dama en la ciudad de Lima, 2021", y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas empresariales.

El expediente de validación, que le hacemos llegar, contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



MERCEDES CANDY SANTA FE VALDIVIA

D.N.I: 75946946

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VIABILIDAD.

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Bueno 41 - 60				Muy Bueno 61 - 80				Excelente 81 - 100				Observaciones
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN																						
10. Claridad	Está formulado con un lenguaje apropiado.															X						
11. Objetividad	Está expresado en conductas observables.															X						
12. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación.															X						
13. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems.															X						
14. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.															X						
15. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación.															X						
16. Consistencia	Basado en aspectos teóricos – científicos de la investigación.															X						

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor (a)
Dr. Freddy Castillo Palacios.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestro cordial saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiantes del programa de Titulación para alumnos de Universidades con Licencia Denegada de la Universidad César Vallejo en la sede Lima Ate Grupo G-24, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación.

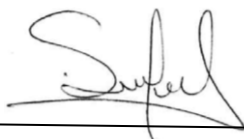
El título de investigación es:” Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jean de dama en la ciudad de Lima, 2021”, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas empresariales.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



MERCEDES CANDY SANTA FE VALDIVIA
D.N. I. 75946946

Anexo 3.

Mercado Potencial.

AÑOS	DEMANDA	MERCADO DISPONIBLE POBLACIÓN QUE UTILIZA JEANS 98.3%	MERCADO EFECTIVO POBLACIÓN QUE TIENE DISPOSICIÓN DE COMPRAR EN LA TIENDA 99.2%	MERCADO META	% DE ATENCIÓN
2022	3,918,517	3,851,902	3,821,087	24,000	0.6%
2023	3,961,621	3,894,273	3,863,119	25,500	0.7%
2024	4,005,199	3,937,110	3,905,613	27,000	0.7%
2025	4,049,256	3,980,419	3,948,575	28,500	0.7%
2026	4,093,798	4,024,203	3,992,010	30,000	0.8%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 4.

Inversión fija tangible.

MUEBLES Y ENSERES	DETALLE DE CONCEPTOS			DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO AL USO		
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRODUCCIÓN	ADMINISTRACIÓN	VENTAS
Sillas	6	S/40.00	S/240.00	S/120.00	S/120.00	
Escritorio	2	S/350.00	S/700.00		S/700.00	
Sillas de escritorio	2	S/120.00	S/240.00	S/120.00	S/120.00	
Estantes metálicos	8	S/350.00	S/2,800.00	S/1,400.00		S/1,400.00
TOTAL, DE MUEBLES Y ENSERES	16	S/860.00	S/3,980.00	S/1,640.00	S/940.00	S/1,400.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5.

Inversión fija tangible.

MAQUINARIAS Y EQUIPO	DETALLE DE CONCEPTOS			DISTRIBUCIÓN DE ACUERDO AL USO		
CONCEPTO	CANTID	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRODUCCIÓN	ADMINISTRAC.	VENTAS
Computadoras	3	S/2,500.00	S/7,500.00	S/5,000.00	S/2,500.00	
Impresora	1	S/590.00	S/590.00	S/590.00	S/590.00	
Maquina plana	6	S/ 1,850.00	S/11,100.00	S/11,100.00		
Remalladora	6	S/ 1,090.00	S/6,540.00	S/6,540.00		
Presilladora	3	S/ 1,550.00	S/4,650.00	S/4,650.00		
Botoneadora manual	2	S/ 110.00	S/220.00	S/220.00		
Plancha industrial	2	S/ 350.00	S/700.00	S/700.00		
Lavadora industrial	1	S/ 3,200.00	S/3,200.00	S/3,200.00		
Cortadora	2	S/ 1,150.00	S/2,300.00	S/2,300.00		
Mesa de corte	3	S/ 515.80	S/1,547.40	S/1,547.40		
Herramientas (Tijeras)	24	15	360	S/360.00		
Maquina etiquetadora	2	S/230.00	S/460.00	S/460.00		
Teléfonos	3	S/320.00	S/960.00	S/320.00	S/320.00	S/320.00
TOTAL, DE MAQUINARIAS	58	S/13,470.80	S/40,127.40	S/36,987.40	S/3,410.00	S/1,499.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6.

Inversión fija tangible.

ACTIVOS FIJOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	COSTO ACTIVO FIJO	DEP/ ANUAL	DEP/ MENSUAL	DEPRECIACIÓN POR AÑOS				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	SUNAT LIR								
COSTOS OPERATIVOS									
MUEBLES Y ENSERES	20.00%	S/1,640.00	S/328.00	S/27.33	S/328.00	S/328.00	S/328.00	S/328.00	S/328.00
MAQUINARIAS	20.00%	S/36,987.40	S/7,397.48	S/616.46	S/7,397.48	S/7,397.48	S/7,397.48	S/7,397.48	S/7,397.48
TOTAL, DE COSTOS OPERATIVOS		S/38,627.40	S/7,725.48	S/643.79	S/7,725.48	S/7,725.48	S/7,725.48	S/7,725.48	S/7,725.48
GASTOS									
ADMINISTRATIVOS									
MUEBLES Y ENSERES	20.00%	S/940.00	S/188.00	S/15.67	S/188.00	S/188.00	S/188.00	S/188.00	S/188.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	25.00%	S/3,410.00	S/852.50	S/71.04	S/852.50	S/852.50	S/852.50	S/852.50	
TOTAL, DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/4,350.00	S/1,040.50	S/86.71	S/1,040.50	S/1,040.50	S/1,040.50	S/1,040.50	S/188.00
GASTO DE VENTAS									
MUEBLES Y ENSERES	20.00%	S/1,400.00	S/280.00	S/23.33	S/280.00	S/280.00	S/280.00	S/280.00	S/280.00
MAQUINARIA Y EQUIPO	20.00%	S/320.00	S/64.00	S/5.33	S/64.00	S/64.00	S/64.00	S/64.00	S/64.00
TOTAL, DE GASTO DE VENTAS		S/1,720.00	S/280.00	S/23.33	S/344.00	S/344.00	S/344.00	S/344.00	S/344.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7.

Inversión intangible.

PREPARACIÓN DE LOCAL	
EXTINTORES Y SEÑALES	S/900.00
MÓDULO PARA RETIRO	S/1,500.00
GASTOS PARA REGISTRO	S/3,500.00
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	S/150.00
LIBROS CONTABLES	S/50.00
COMPROBANTES DE PAGO	S/190.00
PUBLICIDAD PARA LANZAMIENTO	
EVENO PARA LANZAMIENTO	S/1,000.00
PUBLICIDAD EN REDES	S/500.00
TOTAL, S/.	S/7,790.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8.

Capital de trabajo.

ALQUILER DE ALMACEN Y GARANTÍA	S/10,000.00
COSTOS DE MATERIA PRIMA	S/ 70,104.00
MANO DE OBRA PERSONAL DE PRODUCCIÓN	S/7,524.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/4,157.50
GASTOS DE VENTAS	S/3,135.00
SERVICIOS	S/740.00
TOTAL, DE INVERSIONES	S/95,660.50

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 9.

Planilla.

Descripción	Unidad	Cantidad	P. U	Valor	Anual
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gerente- Administrador	Unidad	1	S/2,000.00	S/2,000.00	S/24,000.00
Asistente Administrativo	Unidad	1	S/1,500.00	S/1,500.00	S/18,000.00
Contador Externo	Unidad	1	S/500.00	S/500.00	S/6,000.00
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Costureras	Unidad	6	S/1,200.00	S/7,200.00	S/86,400.00
GASTOS DE VENTAS					
Vendedores	Unidad	2	S/1,000.00	S/2,000.00	S/24,000.00
Encargado de Almacén y Pedidos	Unidad	1	S/1,000.00	S/1,000.00	S/12,000.00
				S/14,200.00	S/170,400.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 10.

Beneficios sociales.

Personal	N°	Sueldo	SIS 4.5%	CTS No	Vacaciones 15 días	TOTAL, ANUAL
Gerente- Administrador	1	S/2,000.00	S/.90.00		1000.00	S/2,080.00
Asistente Administrativo	1	S/1,500.00	S/.67.50		750.00	S/1,560.00
Costureras	6	S/1,200.00	S/.324.00		600.00	S/4,488.00
Vendedores	2	S/1,000.00	S/.90.00		500.00	S/1,580.00
Encargado de Almacén y Pedidos	1	S/1,000.00	S/.45.00		500.00	S/1,040.00
TOTAL			S/.616.50		S/.3,350.00	S/10,748.00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 11.

Servicios.

Descripción	Unidad	Cantidad	P. U	Valor Mensual	Valor anual
Luz	V.U	1.00	S/.350	S/.350	S/. 4,200
Agua	V.U	1.00	S/.150	S/.150	S/. 1,800
Teléfono e Internet	V.U	3.00	S/.80	S/.240	S/. 2,880
Total					S/. 8,880

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 12.

Gastos de venta.

Descripción	Unidad	Cantidad	P. U	Valor Mensual	Valor anual
Publicidad Redes Sociales	V.U	1.00	S/.250	S/.250	S/. 3,000
Total					S/. 3,000

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 13.

Proyección de costos de producción.

COSTOS DE PRODUCCIÓN	2022	2023	2024	2025	2026
Insumos y empaque	S/841,248.00	S/951,030.86	S/1,071,420.18	S/1,203,323.91	S/1,347,722.78
Depreciación de maquinaria y equipo, muebles y enseres	S/7,725.48	S/7,725.48	S/7,725.48	S/7,725.48	S/7,725.48
Mano de Obra directa (incluidos beneficios sociales)	S/90,888.00	S/96,704.83	S/102,893.94	S/109,479.15	S/116,485.82
Servicios	S/6,216.00	S/6,613.82	S/7,037.11	S/7,487.48	S/7,966.68
Alquileres	S/42,000.00	S/44,688.00	S/47,548.03	S/50,591.11	S/53,828.94
TOTAL	S/988,077.48	S/1,106,763.00	S/1,236,624.74	S/1,378,607.14	S/1,533,729.70

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 14.

Proyección de gastos administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	2022	2023	2024	2025	2026
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	S/51,640.00	S/54,944.96	S/58,461.44	S/62,202.97	S/66,183.96
Servicios	S/1,332.00	S/1,417.25	S/1,507.95	S/1,604.46	S/1,707.15
Alquiler	S/9,000.00	S/9,576.00	S/10,188.86	S/10,840.95	S/11,534.77
Depreciación	S/1,040.50	S/1,040.50	S/1,040.50	S/1,040.50	S/1,040.50
TOTAL	S/63,012.50	S/66,978.71	S/71,198.75	S/75,688.88	S/80,466.38

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 15.

Proyección de gastos de ventas.

GASTOS DE VENTAS	2022	2023	2024	2025	2026
Remuneraciones (incluye beneficios sociales)	S/38,620.00	S/41,091.68	S/42,324.43	S/43,594.16	S/44,901.99
Publicidad en Redes sociales	S/3,000.00	S/3,192.00	S/3,396.29	S/3,613.65	S/3,844.92
Servicios	S/1,332.00	S/1,417.25	S/1,507.95	S/1,604.46	S/1,707.15
Depreciación	S/344.00	S/344.00	S/344.00	S/344.00	S/344.00
Alquiler	S/9,000.00	S/9,576.00	S/10,188.86	S/10,840.95	S/11,534.77
Total, Gastos de Ventas	S/52,296.00	S/55,620.93	S/57,761.53	S/59,997.23	S/62,332.83

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 15.

Simulación de préstamo.

Mes	Vencimiento	Amortización	Interés	Comisiones + seguros	Cuota	Saldo
1	21/03/2022	S/ 458.48	S/ 720.53	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 44,541.52
2	19/04/2022	S/ 489.77	S/ 689.24	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 44,051.75
3	19/05/2022	S/ 473.66	S/ 705.35	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 43,578.09
4	20/06/2022	S/ 434.33	S/ 744.68	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 43,143.76
5	19/07/2022	S/ 511.40	S/ 667.61	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 42,632.36
6	19/08/2022	S/ 473.44	S/ 705.57	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 42,158.92
7	19/09/2022	S/ 481.28	S/ 697.73	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 41,677.64
8	19/10/2022	S/ 511.67	S/ 667.34	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 41,165.97
9	21/11/2022	S/ 453.37	S/ 725.64	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 40,712.60
10	19/12/2022	S/ 570.91	S/ 608.10	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 40,141.69
11	19/01/2023	S/ 514.67	S/ 664.34	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 39,627.02
12	20/02/2023	S/ 501.85	S/ 677.16	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 39,125.17
13	20/03/2023	S/ 594.62	S/ 584.39	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 38,530.55
14	19/04/2023	S/ 562.06	S/ 616.95	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 37,968.49
15	19/05/2023	S/ 571.06	S/ 607.95	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 37,397.43
16	19/06/2023	S/ 560.08	S/ 618.93	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 36,837.35
17	19/07/2023	S/ 589.18	S/ 589.83	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 36,248.17
18	21/08/2023	S/ 540.06	S/ 638.95	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 35,708.11
19	19/09/2023	S/ 626.46	S/ 552.55	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 35,081.65
20	19/10/2023	S/ 617.29	S/ 561.72	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 34,464.36

21	20/11/2023	S/ 590.07	S/ 588.94	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 33,874.29
22	19/12/2023	S/ 654.84	S/ 524.17	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 33,219.45
23	19/01/2024	S/ 629.23	S/ 549.78	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 32,590.22
24	19/02/2024	S/ 639.64	S/ 539.37	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 31,950.58
25	19/03/2024	S/ 684.61	S/ 494.40	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 31,265.97
26	19/04/2024	S/ 661.56	S/ 517.45	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 30,604.41
27	20/05/2024	S/ 672.51	S/ 506.50	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 29,931.90
28	19/06/2024	S/ 699.74	S/ 479.27	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 29,232.16
29	19/07/2024	S/ 710.95	S/ 468.06	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 28,521.21
30	19/08/2024	S/ 706.98	S/ 472.03	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 27,814.23
31	19/09/2024	S/ 718.68	S/ 460.33	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 27,095.55
32	21/10/2024	S/ 715.99	S/ 463.02	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 26,379.56
33	19/11/2024	S/ 770.81	S/ 408.20	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 25,608.75
34	19/12/2024	S/ 768.97	S/ 410.04	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 24,839.78
35	20/01/2025	S/ 754.54	S/ 424.47	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 24,085.24
36	19/02/2025	S/ 793.36	S/ 385.65	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 23,291.88
37	19/03/2025	S/ 831.11	S/ 347.90	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 22,460.77
38	21/04/2025	S/ 783.09	S/ 395.92	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 21,677.68
39	19/05/2025	S/ 855.22	S/ 323.79	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 20,822.46
40	19/06/2025	S/ 834.40	S/ 344.61	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 19,988.06
41	21/07/2025	S/ 837.45	S/ 341.56	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 19,150.61
42	19/08/2025	S/ 882.67	S/ 296.34	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 18,267.94
43	19/09/2025	S/ 876.68	S/ 302.33	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 17,391.26
44	20/10/2025	S/ 891.18	S/ 287.83	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 16,500.08
45	19/11/2025	S/ 914.81	S/ 264.20	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 15,585.27
46	19/12/2025	S/ 929.46	S/ 249.55	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 14,655.81
47	19/01/2026	S/ 936.46	S/ 242.55	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 13,719.35
48	19/02/2026	S/ 951.95	S/ 227.06	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 12,767.40
49	19/03/2026	S/ 988.31	S/ 190.70	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 11,779.09
50	20/04/2026	S/ 977.72	S/ 201.29	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 10,801.37
51	19/05/2026	S/ 1,011.87	S/ 167.14	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 9,789.50
52	19/06/2026	S/ 1,016.99	S/ 162.02	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 8,772.51
53	20/07/2026	S/ 1,033.83	S/ 145.18	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 7,738.68
54	19/08/2026	S/ 1,055.10	S/ 123.91	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 6,683.58
55	21/09/2026	S/ 1,061.20	S/ 117.81	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 5,622.38
56	19/10/2026	S/ 1,095.03	S/ 83.98	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 4,527.35
57	19/11/2026	S/ 1,104.08	S/ 74.93	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 3,423.27
58	21/12/2026	S/ 1,120.51	S/ 58.50	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 2,302.76
59	19/01/2027	S/ 1,143.38	S/ 35.63	S/ 23.88	S/ 1,202.89	S/ 1,159.38
60	19/02/2027	S/ 1,159.38	S/ 19.19	S/ 23.88	S/ 1,202.45	S/ 0.00
		S/ 45,000.00	S/ 25,740.16	S/ 1,432.80	S/ 72,172.96	S/ 0.00

Fuente: Elaboración propia.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, NOBLECILLA SAAVEDRA CARMEN MILENA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de jeans de dama en la ciudad de Lima, 2021.", cuyo autor es SANTA FE VALDIVIA MERCEDES CANDY, 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, 30 de Marzo del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
NOBLECILLA SAAVEDRA CARMEN MILENA DNI: 02879565 ORCID 0000-0001-5937-3459	Firmado digitalmente por: CMNOBLECILLAS el 28- 04-2022 09:54:58

Código documento Trilce: TRI - 0293393