



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES PARA
PROYECTAR MAYOR ALCANCE A LA CULTURA MUSICAL DE
LOS GÉNEROS DREAMPOP, SHOEGAZE, INDIE POP/ROCK EN
LIMA, 2024**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración
de Negocios**

ALEX OSCAR INDO RIVERA

(0009-0001-2694-3926)

JOSETH JOEL VARAS PEREZ

(0009-0005-8477-6969)

Lima – Perú

2024

ÍNDICE GENERAL

Resumen Ejecutivo.....	6
Introducción	8
Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad.....	9
Selección del Problema o Necesidad a Resolver	9
Validación del Problema.....	13
Descripción del Cliente.....	19
Capítulo II: Diseño del Producto o Servicio Innovador	23
Aplicación de la Metodología Design Thinking	23
Características del producto.....	47
Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio	51
Definición de la Propuesta de Valor del Negocio.....	51
Elaboración del Modelo de Negocio	57
Descripción del Prototipo de Lanzamiento.....	66
Capítulo IV: Validación del Modelo de Negocio.....	68
Aplicación de la Metodología Lean Startup	68
Descripción del Modelo de Negocio Validado.....	76
Capítulo V: Análisis de la Rentabilidad.....	78
Estimación del tamaño del mercado, demanda proyectada y proyección de ingresos. .	78
Determinación de las necesidades de inversión y financiamiento.....	81
Estimación de costos, clasificación de costos en fijos y en variables. Determinación del punto de equilibrio.	96

Estados financieros	97
Conclusiones	111
Recomendaciones	116
Referencias Bibliográficas.....	118
Anexos	120

Índice de tablas

Tabla 1. Validación del Problema	14
Tabla 2. Arquetipo del Cliente 1.....	21
Tabla 3. Arquetipo del Cliente 2.....	22
Tabla 4. Técnica Reto Creativo	26
Tabla 5. Scamper	28
Tabla 6. Usuario - Pregunta.....	44
Tabla 7. Presentación del Producto.....	66
Tabla 8. Indicadores claves de éxito: Gerencia General	70
Tabla 9. Indicadores claves de éxito: Comercial y Área de Asesoría Digital	71
Tabla 10. Indicadores claves de éxito: Administración y Área de Recursos Humanos	73
Tabla 11. Indicadores claves de éxito: Marketing	74
Tabla 12. Maquinaria y Equipo.....	82
Tabla 13. Muebles y Enseres.....	83
Tabla 14. Gastos de Constitución	85
Tabla 15. Sistemas, Licencias y Patentes	86
Tabla 16. Requerimiento de Servicios.....	87
Tabla 17. Mano de Obra Directa.....	88
Tabla 18. Mano de Obra Indirecta.....	88
Tabla 19. Materiales de Oficina.....	89

Tabla 20. Materiales de Limpieza	90
Tabla 21. Materiales de Producción Directos.....	91
Tabla 22. Materiales de Producción Indirectos	91
Tabla 23. Cálculo de Materiales	92
Tabla 24. Estructura de la Inversión.....	93
Tabla 25. Fuentes de Financiamiento.....	95
Tabla 26. Accionistas	95
Tabla 27 Punto de Equilibrio.....	96
Tabla 28 Flujo de Efectivo Mensual Proyectado.....	98
Tabla 29 Flujo de Efectivo Anual Proyectado.....	101
Tabla 30 Estado de Resultados Mensual Proyectado.....	104
Tabla 31 Estado de Resultados Anual Proyectado.....	106
Tabla 32 Cálculo de Depreciación.....	108
Tabla 33 Cálculo de VAN y TIR.....	109

Resumen Ejecutivo

El proyecto aborda la creciente demanda de productos textiles relacionados con la cultura musical independiente latinoamericana, especialmente en Lima, Perú, donde hay escasez de merchandising de calidad para los seguidores de esta música. A nivel internacional, se observa un aumento en los precios de la ropa en Brasil y un impulso en la promoción de la música independiente en Argentina debido a la pandemia. La digitalización ha permitido a artistas independientes competir con grandes sellos musicales. A nivel nacional, empresas como Veltrac Music han promovido la cultura musical independiente. Sin embargo, eventos como el Festival Perú Central enfrentan dificultades logísticas y altos costos en la adquisición de productos textiles de bandas independientes. En Lima, hay un mercado interesado en adquirir merch de bandas independientes, pero la oferta es limitada. El proyecto propone un plan para comercializar productos textiles reciclados con diseños exclusivos inspirados en la cultura musical independiente, respaldado por encuestas que muestran un alto interés del público objetivo. Se emplea la metodología Design Thinking, con técnicas como el mapa de empatía y el método SCAMPER, para comprender las necesidades del cliente y generar ideas innovadoras. El objetivo es crear una experiencia única para los seguidores de la música independiente, ofreciendo productos de calidad y respetuosos con el medio ambiente. Con un enfoque en la sostenibilidad y la satisfacción del cliente, se espera llenar un vacío en el mercado limeño y promover la cultura musical independiente latinoamericana. Los

análisis financieros muestran la viabilidad del proyecto con una TIR del 63% y una VAN positiva de 125,296.41. En resumen, el proyecto busca satisfacer una demanda creciente ofreciendo productos textiles reciclados con diseños exclusivos y a precios asequibles para jóvenes amantes de la música independiente en Lima, Perú.