



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

“PROYECTO DE INVERSIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE
JEANS PLUS SIZE EN LIMA NORTE PARA EL AÑO 2018.”

Tesis para optar el título profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Autores:

Br. Janet Miriam Salinas Balta
Br. Daniel Melquiades Villanueva

Asesor:

Mg. Roberto Yafac Da Cruz Gouvêa

Lima – Perú

2017

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** el informe de Investigación aplicada desarrollado por los Bachiller Janet Miriam Salinas Balta; Zacarias Daniel Melquiades Villanueva, denominada:

"PROYECTO DE INVERSIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE JEANS PLUS SIZE EN LIMA NORTE PARA EL AÑO 2018."

Mg. Roberto Yafac Da Cruz Gouvêa
ASESOR

MBA. Paola Valdivia Rodríguez.
JURADO
PRESIDENTE

Mg. Moises Meza
JURADO

Mg. Ricardo Cardenas
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. MARCO TEORICO	15
1.1. ENTORNO Y CONDICIONES GENERALES	15
1.1.1. Entorno Mundial	15
1.1.2. Entorno Nacional.....	20
1.1.3. La realidad Política del Perú.....	26
1.1.4. La Realidad Económica de Lima	30
CAPÍTULO 2. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES.....	33
2.1. ENFOQUE DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	33
2.2. DEMANDA POTENCIAL.....	34
2.3. EL SEGMENTO DE NUESTRO MERCADO OBJETIVO.....	34
2.3.1. Segmentación Geográfica	35
2.3.2. Segmentación Demográfica.....	36
2.3.3. Segmentación Socio Económico	37
2.3.4. Segmentación Psicográfica	37
2.4. TENDENCIAS ESPERADAS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO	37
2.5. TENDENCIAS DEL MERCADO.....	38
2.6. DIFERENCIAS DE NUESTRO PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA.....	39
2.6.1. Ventajas Comparativas	41
2.6.2. Ventajas Competitivas	41
2.7. ANÁLISIS FODA DE NUESTRO NEGOCIO.....	41
2.7.1. Análisis de Oportunidades	42
2.7.2. Análisis de Amenazas.....	42
2.7.3. Análisis de Fortaleza.....	43
2.7.4. Análisis de Debilidades	43
2.8. COMPARACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA	47
2.9. MEJORAS EN EL TIEMPO INCLUIDAS EN EL NEGOCIO.....	49
2.10. PLANES PARA EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA	50
CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO	51
3.1. LOS CLIENTES.....	51
3.1.1. Clientes Potenciales	51
3.1.2. Consumidor Final	51

3.2.	EL MERCADO POTENCIAL	52
3.3.	LA OFERTA EN EL MERCADO	52
3.4.	LA DEMANDA ESPERADA.....	53
3.5.	HÁBITOS DE CONSUMO	54
3.6.	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS	54
3.6.1.	Nuestros Competidores	54
3.7.	ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y DE LAS VENTAS	56
3.7.1.	Productos que estimas vender en el primer año	56
CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING:		58
4.1.	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO.....	58
4.1.1.	Estrategia de Pproducto	59
4.1.2.	Estrategia de Precios.....	61
4.1.3.	Estrategia de Promoción y Publicidad	61
4.1.4.	Estrategia de Distribución.....	65
4.2.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	67
4.3.	PRODUCTO	68
4.3.1.	Marca	68
4.3.2.	Eslogan	69
4.3.3.	Presentación	69
4.4.	BONDADES O VENTAJAS DEL PRODUCTO	70
4.5.	POLÍTICA DE PRECIOS	70
4.6.	INICIO DE VENTAS DEL PRODUCTO	72
4.7.	TÁCTICAS DE VENTAS	73
4.8.	OBJETIVOS DE VENTAS EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO.....	74
4.8.1.	Corto Plazo	74
4.8.2.	Mediano Plazo	74
4.9.	ESTRATEGIAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS	74
4.9.1.	Estrategias de Crecimiento Vertical.....	74
4.9.2.	Estrategias de Crecimiento Horizontal	74
CAPÍTULO 5. SISTEMA DE VENTAS Y DISTRIBUCION.....		75
5.1.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN.....	75

5.1.1.	Mayorista.....	79
5.1.2.	Minorista.....	79
5.2.	ESTRATEGIA DE VENTAS.....	80
5.2.1.	Canales de Ventas.....	80
5.2.2.	Sistemas de Entrega.....	81
CAPÍTULO 6. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN		82
6.1.	INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA	82
6.2.	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	92
6.2.1.	Ubicación de Centro de Operaciones	92
6.3.	CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN.....	92
6.3.1.	Equipamiento	94
6.3.2.	Maquinarias.....	95
6.4.	DIAGRAMA DE OPERACIONES DE PROCESO	95
6.4.1.	Dimensión de la Tienda	96
CAPÍTULO 7. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....		97
7.1.	INVERSIÓN EN TERRENOS	97
7.1.1.	Inversión en Construcción del local	97
7.1.2.	Inversión en Muebles y Enseres.....	97
7.1.3.	Inversión en Vehículos.....	98
7.1.4.	Inversión Maquinaria y Equipo.....	98
7.1.5.	Inversión de Herramientas	99
7.1.6.	Inversión Activos – Software.....	99
7.2.	CAPITAL DE TRABAJO.....	99
7.2.1.	Presupuestos de Ingresos y Egresos	100
7.2.2.	Presupuesto de Ingresos de Venta.....	101
7.2.3.	Presupuesto de Costos.....	102
7.2.4.	Mano de Obra Directa.....	104
7.3.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	104
7.4.	COSTOS FIJOS – OBLIGACIONES LABORALES	105
7.5.	COSTOS FIJOS – MATERIALES Y EQUIPOS	105
7.6.	COSTOS FIJOS –SERVICIOS VARIOS	106
7.7.	COSTOS FIJOS – COMBUSTIBLE	107
7.8.	COSTOS FIJOS - MANTENIMIENTO.....	107

7.9.	COSTOS FIJOS -SEGUROS VEHICULARES.....	107
7.10.	DEPRECIACIÓN ANUAL	107
CAPÍTULO 8. PLAN FINANCIERO.....		108
8.1.	INGRESOS GENERADOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO.	108
8.1.1.	Ingresos Diarios	108
8.1.2.	Ingresos Semanales	108
8.1.3.	Ingresos Mensuales.....	109
8.1.4.	Ingresos Anuales	109
8.1.5.	Ingresos Durante todo el Periodo	110
8.2.	EGRESOS GENERADOS DURANTE EL PROYECTO.	111
8.2.1.	Costos de Producción.....	112
8.2.2.	Costos Fijos	114
8.2.3.	Costos Variables	114
8.2.4.	Costos Laborales	115
8.2.5.	Costos Indirectos	117
8.2.6.	Costos Directos.....	117
8.2.7.	Impuesto a la Renta.....	118
8.2.8.	Impuesto General a las Ventas.....	118
8.3.	FINANCIAMIENTO	119
8.4.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	121
8.5.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	121
8.6.	MARGEN BRUTO Y OPERATIVO.....	122
8.7.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	123
8.8.	COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL.....	124
CAPÍTULO 9. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO.....		125
9.1.	CONCLUSIONES	125
9.2.	RECOMENDACIONES	126

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1.	EXPORTACIONES: PRODUCTOS TEXTILES - PAÍS DESTINO .	18
TABLA N° 2.	PERÚ – DEMANDA Y OFERTA GLOBAL 2015 AL 2018	20
TABLA N° 3.	EXPORTACIÓN TEXTIL POR EMPRESA	22
TABLA N° 4.	EXPORTACIÓN TEXTIL POR PAÍS DESTINO.....	22
TABLA N° 5.	IMPORTACIÓN TEXTIL POR PAÍS ORIGEN.	23
TABLA N° 6.	IMPORTACIÓN TEXTIL POR EMPRESA.	23
TABLA N° 7.	EMPRESAS EXPORTADORES DEL SECTOR TEXTIL.....	27
TABLA N° 8.	RANKING DE EXPORTADORES EN PRENDAS DE VESTIR	28
TABLA N° 9.	POBLACIÓN DEL PERÚ	33
TABLA N° 10.	POBLACIÓN LIMA Y DISTRITOS NORTE	33
TABLA N° 11.	NIVELES SOCIO ECONÓMICOS EN LIMA METROPOLITANA...	34
TABLA N° 12.	NIVEL SOCIOECONÓMICO POR ZONA GEOGRÁFICA 2017 ...	35
TABLA N° 13.	POBLACIÓN LIMA METROPOLITANA.....	36
TABLA N° 14.	POBLACIÓN DISTRITOS LIMA NORTE	36
TABLA N° 15.	MERCADO POTENCIAL DE MUJERES EN LIMA NORTE.....	36
TABLA N° 16.	NIVÉLELES SOCIOECONÓMICOS POR INGRESO	37
TABLA N° 17.	MATRIZ EFE	45
TABLA N° 18.	MATRIZ EFI	46
TABLA N° 19.	NIVEL SOCIO ECONÓMICO DE CLIENTES POTENCIALES	51
TABLA N° 20.	POBLACIÓN DE MUJERES POR DISTRITOS.....	52
TABLA N° 21.	DEMANDA ESPERADA.....	53
TABLA N° 22.	ESTIMACIÓN EN PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y VENTAS ..	56
TABLA N° 23.	ESTIMACIÓN DE LAS VENTAS EN MESES DEL PRIMER AÑO.	57
TABLA N° 24.	ESTIMACIÓN DE LAS VENTAS POR AÑO.....	57
TABLA N° 25.	PRECIOS POR TALLAS.....	61
TABLA N° 26.	PUBLICIDAD.....	62
TABLA N° 27.	DETALLE DEL PRODUCTO.....	68
TABLA N° 28.	RESUMEN DE PROYECCIONES SETIEMBRE 2017	71
TABLA N° 29.	PRECIO VENTA AL PÚBLICO	71
TABLA N° 30.	CANTIDAD DE VENTAS POR MES Y DÍA	71
TABLA N° 31.	JEANS PRECIO Y TALLAS.....	79
TABLA N° 32.	EQUIPAMIENTO.....	94
TABLA N° 33.	MAQUINARIAS	95
TABLA N° 34.	INFRAESTRUCTURA.....	97
TABLA N° 35.	MAQUINARIA Y EQUIPO	98
TABLA N° 36.	LICENCIAS SOFTWARE.....	99
TABLA N° 37.	CAPITAL DE TRABAJO.....	99

TABLA N° 38.	FLUJO DE CAJA.....	100
TABLA N° 39.	PRESUPUESTO DE INGRESO DE VENTA	101
TABLA N° 40.	PRESUPUESTO DE COSTOS.....	102
TABLA N° 41.	PUNTO DE EQUILIBRIO	103
TABLA N° 42.	MANO DE OBRA DIRECTA	104
TABLA N° 43.	COSTO DE PRODUCCIÓN.....	104
TABLA N° 44.	OBLIGACIONES LABORALES	105
TABLA N° 45.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	105
TABLA N° 46.	ÚTILES DE OFICINA	106
TABLA N° 47.	COSTOS FIJO	106
TABLA N° 48.	DEPRECIACION ANUAL.....	107
TABLA N° 49.	INGRESO DIARIO	108
TABLA N° 50.	INGRESO SEMANAL	108
TABLA N° 51.	INGRESO MENSUAL	109
TABLA N° 52.	INGRESO ANUAL.....	109
TABLA N° 53.	INGRESO DURANTE TODO EL PERIODO.....	110
TABLA N° 54.	VENTAS POR LA WEB	110
TABLA N° 55.	INVERSIÓN TOTAL.....	111
TABLA N° 56.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	112
TABLA N° 57.	COSTO PRESUPUESTO MENSUAL.....	113
TABLA N° 58.	COSTO TOTAL UNITARIO DE JEANS.....	113
TABLA N° 59.	COSTOS FIJOS.....	114
TABLA N° 60.	COSTOS VARIABLES	114
TABLA N° 61.	BALANCE RECURSOS HUMANOS	115
TABLA N° 62.	PLANILLA.....	116
TABLA N° 63.	COSTOS INDIRECTOS.....	117
TABLA N° 64.	COSTOS DIRECTOS	117
TABLA N° 65.	COSTO SERVICIO TERCERIZADO	117
TABLA N° 66.	IMPUESTO A LA RENTA	118
TABLA N° 67.	IMPUESTO GENERAL A LAS VENTAS	118
TABLA N° 68.	FINANCIAMIENTO	119
TABLA N° 69.	TASA EFECTIVA DE INTERÉS.....	119
TABLA N° 70.	CUADRO DEL PAGO DE LA DEUDA	120
TABLA N° 71.	VAN	121
TABLA N° 72.	TIR.....	121
TABLA N° 73.	ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	122
TABLA N° 74.	PAYBACK	123
TABLA N° 75.	FLUJO DE TESORERÍA	123
TABLA N° 76.	COK.....	124

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1. ECONOMÍA MUNDIAL - CRECIMIENTO EN TASA	15
FIGURA N° 2. PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO PBI, 2017-2018(VAR. %)	16
FIGURA N° 3. DEPRECIACIÓN DE MONEDA.....	16
FIGURA N° 4. CRECIMIENTO ECONÓMICO PARA 2017 (VAR. %)	17
FIGURA N° 5. DEMANDA DE LOS PRODUCTOS TEXTILES- PERÚ	18
FIGURA N° 6. MATRIZ PESTEL MUNDIAL.....	19
FIGURA N° 7. CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA PERUANA	20
FIGURA N° 8. PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES TEXTILES.....	21
FIGURA N° 9. RIESGO PAÍS DE PERÚ.....	24
FIGURA N° 10. MATRIZ PESTEL NACIONAL.....	25
FIGURA N° 11. SUCESOS DEL 2016 PERÚ.....	26
FIGURA N° 12. SUCESOS DEL 2016 PERÚ.....	27
FIGURA N° 13. DISTRIBUCIÓN DE EXPORTACIONES 2016	28
FIGURA N° 14. DISTRIBUCIÓN DE EXPORTACIONES 2017	29
FIGURA N° 15. ACTUALIDAD 2017 SOBRE PRODUCCIÓN TEXTIL.....	29
FIGURA N° 16. DISTRITOS CON MAYOR NIVEL DE OBESIDAD	30
FIGURA N° 17. REGIÓN CON MAYOR OBESIDAD	30
FIGURA N° 18. OBESIDAD Y SOBREPESO EN PERÚ	31
FIGURA N° 19. PAÍSES SOBRE EL ÍNDICE DE MASA CORPORAL	32
FIGURA N° 20. SOBREPESO Y OBESIDAD EN PERÚ, 2014-2016.....	32
FIGURA N° 21. DISTRIBUCIÓN DE PERSONAS - NSE.....	35
FIGURA N° 22. SOBREPESO Y OBESIDAD PERÚ 2014 - 2016.....	38
FIGURA N° 23. ESTILOS DE VIDA - PROACTIVOS Y REACTIVOS	38
FIGURA N° 24. ESTILOS DE VIDA ACTUALES	39
FIGURA N° 25. COMPETIDORES DIRECTOS	40
FIGURA N° 26. COMPETIDORES INDIRECTOS.....	40
FIGURA N° 27. FODA	44
FIGURA N° 28. LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER	47
FIGURA N° 29. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER	48
FIGURA N° 30. CONSUMIDOR FINAL	51
FIGURA N° 31. JEANS DE TALLA PLUS SIZE	52
FIGURA N° 32. ESCENARIOS DE LA DEMANDA	53
FIGURA N° 33. COMPETIDORES DIRECTOS	55
FIGURA N° 34. COMPETIDORES INDIRECTOS.....	55
FIGURA N° 35. MATRIZ ANSOFF- ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	58
FIGURA N° 36. LAS ESTRATEGIAS	64

FIGURA N° 37. TIENDA FÍSICA - CENTRO COMERCIAL ROYAL PLAZA.....	65
FIGURA N° 38. TIENDA VIRTUAL.....	66
FIGURA N° 39. POLÍTICA DE ENTREGA	66
FIGURA N° 40. DETALLES DEL JEANS PLUS SIZE.....	67
FIGURA N° 41. JEANS DE TALLA PLUS SIZE TERMINADO	67
FIGURA N° 42. MARCA DEL JEANS.....	68
FIGURA N° 43. ESLOGAN.....	69
FIGURA N° 44. PRESENTACIÓN.....	69
FIGURA N° 45. VISTA FRONTAL DE LA TIENDA	72
FIGURA N° 46. VISTA SATELITAL DE LA TIENDA	72
FIGURA N° 47. TÁCTICAS DE VENTA- PAGINA WEB	73
FIGURA N° 48. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN.....	75
FIGURA N° 49. DIAGRAMA DE BLOQUES.....	76
FIGURA N° 50. PROCESO DE LA PRENDA.....	78
FIGURA N° 51. CADENA PRODUCTIVA.....	79
FIGURA N° 52. SITIO DE NUESTRA TIENDA	80
FIGURA N° 53. VENTAS POR LA RED VIRTUAL.....	80
FIGURA N° 54. VENTAS POR TELÉFONO.....	81
FIGURA N° 55. SISTEMA DE ENTREGA.....	81
FIGURA N° 56. LA EMPRESA	82
FIGURA N° 57. CUADRO COMPARATIVO DE LOS REGÍMENES.....	82
FIGURA N° 58. REGLAS DE ACOGIMIENTO DE LOS REGÍMENES.....	82
FIGURA N° 59. ORGANIGRAMA.....	83
FIGURA N° 60. PERFIL Y FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR.....	84
FIGURA N° 61. PERFIL Y FUNCIONES DEL JEFE DE OPERACIONES	85
FIGURA N° 62. PERFIL Y FUNCIONES DEL DISEÑADOR	86
FIGURA N° 63. PERFIL Y FUNCIONES DEL ASESOR CONTABLE	87
FIGURA N° 64. PERFIL Y FUNCIONES DE CAJA - ALMACÉN (A).....	88
FIGURA N° 65. PERFIL Y FUNCIONES DEL VENDEDOR (A).....	89
FIGURA N° 66. PERFIL Y FUNCIONES DEL SERVICIO MOTORIZADO	90
FIGURA N° 67. FLUJOGRAMA.....	91
FIGURA N° 68. LOCALIZACIÓN DE NUESTRA TIENDA	92
FIGURA N° 69. CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN	93
FIGURA N° 70. CENTRO DE OPERACIONES.....	95
FIGURA N° 71. DIMENSIÓN DE LA TIENDA	96

RESUMEN

El siguiente proyecto de tesis consiste en la comercialización de Jeans plus size, lo cual estará ubicado en el distrito de independencia.

Empezaremos explicando el entorno mundial, nacional y las tendencias en el mercado actual.

Luego detallaremos el plan de inversión que deseamos desarrollar y el mercado objetivo, además de las estrategias y lo que esperamos lograr a futuro.

Señalaremos nuestro plan de distribución que se llevara a cabo en Lima Norte, en el distrito de Independencia dentro del centro comercial Royal plaza.

Especificaremos nuestro plan financiero, indicando nuestras proyecciones desarrolladas a diez años.

Finalizaremos con las conclusiones y recomendaciones de nuestro proyecto para así lograr un escenario más claro de lo que deseamos demostrar.

ABSTRACT

The next thesis project is the marketing of jeans with larger sizes, whatever it may be in the district of independence.

Begin to explain the national and global environment and trends in the current market. Next, we will detail the investment plan we wish to develop and the target market, as well as the strategies and what we hope to achieve in the future.

We are going to outline our distribution plan that takes place in Lima Norte, in the district of Independencia, inside the Plaza Real shopping center.

We will specify our financial plan, indicating our projections developed to ten years.

We will finish with the conclusions and recommendations of our project to achieve a clearer scenario of what we want to demonstrate.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

Tesis

Bernal Vinces, F.V. (2015). *Plan de negocios para introducir una nueva línea de ropa para mujeres con sobrepeso y obesidad de la empresa "Confecciones Inés" en la ciudad de Guayaquil a partir del año 2016.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Cercado Ordoñez, R.S., Menoscal Reyes, G.C., y Toala Franco, N.J. (2017). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa "Plus-Size Women".* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Díaz Estela, M.M. (2014). *Plan de negocio para una tienda de ropa y accesorios para mujeres.* (Tesis de Máster). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, UPC, Lima, Perú.

Fernández, L. (2008). *Plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de arte urbano a través de camisetas en Bogotá.* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Gaviria, A. (2009). *Plan de negocio para la creación de una empresa de confección de Jeans que permite a los compradores diseñar y adquirir el jean por medio de una página web.* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Herrera, N.L. (2009). *Plan de negocios para producir y comercializar confecciones con un excelente nivel de diseño y calidad, siñiendonos al cumplimiento cabal que exige el marco de la responsabilidad social empresarial, con énfasis en el capital humano.* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C.

Medina Carrasco, M.A. (2012). *Plan de negocios para el diseño, confección y comercialización de prendas de vestir de tallas grandes para mujeres con sobrepeso en la ciudad de Quito.* (Tesis de Licenciatura). Universidad de las Américas, Quito.

Mogrovejo Arenas, J. (2012). *Estudio de pre factibilidad para la creación de una imprenta en la ciudad de Lima.* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica, Lima, Perú.

Peña Donoso, N.E. (2008). *Plan de negocios para la creación de una empresa de confección y comercialización de prendas de vestir femeninas, especialmente chaquetas en dril, bajo la modalidad de "Closet"*. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C.

Rey Munévar, G.C., y Suarez Rodríguez, A.J. (2010). *Plan de negocios para una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de prendas para mujeres talla plus, de los estratos 3, 4 y 5 en la ciudad de Bogotá*. (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C.

Valarezo Pincay, J. (2016). *Estudio de mercado de consumo de las tallas plus para elaborar un plan de marketing para la fábrica Wined, en la ciudadela la Alborada de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Referencias Bibliográficas

Bruno Roque, C. (2009). *Fundamentos de comercialización internacional para Pymes*. Argentina: Machi.

Braidot Néstor, P. (2008). *Neuromanagement como usar el pleno cerebro en la conducta exitosa de las organizaciones*. Argentina: Granica.

Carrasco Martínez, R. (2011). *Investigación Comercial: Técnicas e Instrumentos*. España: Tébar.

Porter, M. (2008). *Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Patria.

Moreno, M. (2015). *Como triunfar en redes sociales*. España: Grupo Planeta.

Gitman, L. & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. México: Pearson.

Chopra, S. (2008). *Administración de la cadena de suministro*. México: Pearson.

Fred, D. (2003). *Concepto de administración estratégica*. México: Pearson.

- Fincowsky, E. (2009). *Organización de empresas*. México: McGraw.
- Kevin, P. K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
- López, A. (2011) *A la caza de las últimas tendencias*. España: Anaya.
- Gil, M. (2011). *Emprende convierte tu sueño en realidad*. España: Esic.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.