



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT PROGRAMA DE  
ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE BANCA Y FINANZAS**

**PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE JABONES ARTESANALES PARA EL  
CUIDADO DE LA PIEL Y PREVENIR EL ACNÉ EN LIMA**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de  
Administración de Banca y Finanzas**

**MARIA DEL ROSARIO LOAYZA CAHUA**

**(0000-0003-0267-6824)**

**ESTEFANY GIULIANA CERDANAVILA**

**(0000-0001-7734-7430)**

**Asesor:**

**Carlos Rolando Mateo Villa**

**Lima – Perú**

**2023**

Dedico esta tesis a Dios quien me ha dado fortaleza durante este camino y a mi madre,  
por su amor, paciencia y apoyo incondicional a lo largo de mi formación académica.

También se la dedico a mi hermano, que de una u otra forma me motiva a poder superarme y  
poder llegar a ser un ejemplo para él.

Maria Del Rosario Loayza Cahua

Este proyecto se lo dedico en primer lugar a Dios, a mis padres y hermano, quienes  
fueron un gran apoyo emocional en todo este proceso, les agradezco por inculcarme el ejemplo  
de esfuerzo, valentía y perseverancia, me enseñaron a no temer a las adversidades que pueda  
encontrar en el camino porque aun en medio de las situaciones más dolorosas y desconcertantes,

Dios está contigo.

Estefany Giuliana Cerdan Avila

# Tabla de contenido

- Capítulo 1 Definición de Idea de Negocio ..... 19
  - 1.1 Idea de Negocio ..... 19
  - 1.2 Oportuno..... 19
  - 1.3 Factible ..... 19
  - 1.4 Dirigido ..... 19
  - 1.5 Satisfacer ..... 20
  - 1.6 Diferente..... 20
  - 1.7 Rentable..... 20
  - 1.8 Diagnóstico de la Idea de Negocio ..... 20
  - 1.9 Justificación de Plan de Negocios..... 21
- Capítulo 2 Diagnóstico del Plan de Negocio ..... 24
  - 1.1 Análisis del Micro Entorno ..... 24
  - 1.2 Poder de Negociación de los Clientes ..... 24
  - 1.3 Poder de Negociación de los Proveedores ..... 24
  - 1.4 Amenaza de Nuevos Competidores Entrantes..... 25
  - 1.5 Amenaza de Nuevos Productos Sustitutos ..... 26
  - 1.6 Rivalidad Entre Competidores..... 26
  - 1.7 Análisis de Macro Entorno..... 28
  - 1.8 Aspecto Social ..... 28
  - 1.9 Aspecto Tecnológico..... 28
  - 1.10 Aspecto Ecológico ..... 29

1.11	Aspecto Legal.....	30
1.12	Aspecto demográfico .....	30
●	Capítulo 3 Planeamiento Estratégico .....	32
2.1	Visión .....	32
2.2	Misión .....	32
2.3	Valores .....	32
2.3.1	Excelencia .....	32
2.3.2	Responsabilidad Ambiental.....	32
2.3.3	Transparencia .....	33
2.3.4	Responsabilidad Social .....	33
2.4	Matriz FODA.....	34
2.5	Objetivos Estratégicos Generales .....	35
2.6	Estrategia Genérica de Porter .....	36
2.7	Cronograma de Actividades .....	36
●	Capítulo 4 Estudio de Mercado.....	39
3.1	Oferta .....	39
3.1.1	Análisis de la Competencia .....	39
3.1.2	Competidores Potenciales .....	40
3.2	Demanda.....	41
3.3	Objetivo.....	41
3.4	Metodología.....	41
3.5	Proyección .....	48
3.5.1	Metodología con Gráfica de Dispersión .....	48

- Capítulo 5 Plan de comercialización .....50
  - 4.1 Mercado.....50
    - 4.1.1 Características.....51
    - 4.1.2 Segmentación de Mercado .....51
    - 4.1.3 Producto .....53
    - 4.1.4 Marca .....54
    - 4.1.5 Color .....54
    - 4.1.6 Slogan.....54
    - 4.1.7 Logotipo .....55
    - 4.1.8 Empaque.....55
    - 4.1.9 Calidad .....56
    - 4.1.10 Plaza .....56
    - 4.1.11 Precio .....57
    - 4.1.12 Promoción .....57
  - 4.2 Formulación Estratégica.....58
  - 4.3 Proyección de Ventas.....59
    - 4.3.1 Estudio de mercado - Cantidad poblacional de mujeres de Lima .....59
    - 4.3.2 Crecimiento Anual del mercado objetivo.....60
    - 4.3.3 Proyección de la demanda objetiva para la venta.....61
    - 4.3.4 Año 1 (2023) - proyección de venta .....62
    - 4.3.5 Año 2 (2024) - proyección de venta .....63
    - 4.3.6 Año 3 (2025) - proyección de venta .....64
    - 4.3.7 Año 4(2026) - proyección de venta .....65

4.3.8	Año 5 (2027) - proyección de venta .....	66
●	Capítulo 6 Plan Técnico .....	69
5.1	Localización de la Empresa.....	69
5.2	Local de ventas .....	70
5.3	Tamaño de Negocio: .....	70
5.3.1	Zonas del Local Comercial .....	71
5.3.2	Distribución de áreas.....	72
5.4	Necesidades .....	73
5.4.1	Maquinaria.....	73
5.4.2	Equipos y muebles .....	74
5.4.3	Materia prima .....	80
5.4.4	Materiales .....	83
5.4.5	Mano de Obra.....	85
5.4.6	Costos.....	87
5.4.7	Proceso de Producción u Operación (Diagrama de Flujo).....	89
5.4.8	Certificaciones Necesarias .....	98
5.4.9	Licencia de Funcionamiento .....	99
5.4.10	Licencia para exhibir anuncios de publicidad .....	102
●	Capítulo 7 Plan Organizacional, Personal y Legal.....	105
6.1	Constitución de la Nueva Empresa.....	105
6.2	Tipo de Empresa .....	105
6.3	Socios .....	105
6.4	Aporte de Capital.....	106

6.5	Objeto Social .....	106
6.6	Proceso de Constitución de Empresa .....	107
6.7	Trámites.....	108
6.8	Costos.....	112
6.9	Obligaciones Tributarias y Laborales .....	112
6.9.1	Régimen Tributario.....	112
6.9.2	Régimen MYPE Tributario .....	113
6.9.3	Declaración y Pago de Impuestos.....	114
6.9.4	Impuesto General a las Ventas .....	115
6.9.5	Impuesto a la Renta de 3ra Categoría .....	115
6.9.6	Régimen Laboral .....	115
6.10	Ventajas y Beneficios de una MYPE .....	115
6.11	Comparativa de Beneficios Laborales de la MYPE y Pequeña Empresa .....	116
6.12	Estructura Organizacional .....	117
6.12.1	Organigrama .....	117
6.12.2	Descripción de Funciones .....	118
●	Capítulo 8 Planificación Financiera .....	123
7.1	Inversiones.....	123
7.2	Activos Fijos.....	124
7.3	Activos Intangibles .....	127
7.4	Costos de Producción.....	127
7.5	Gastos Administrativos .....	129
7.6	Gastos de Venta .....	130

7.7	Ingresos y egresos .....	131
7.7.1	Proyección de Ingresos Año 2023 .....	131
7.7.2	Proyección de Egresos Año 2023 .....	132
7.8	Deuda .....	134
7.8.1	Cronograma de pago del financiamiento externo (por año).....	135
7.9	Flujo de caja .....	139
7.10	Flujo de caja Económico .....	140
7.11	Flujo de caja Financiero .....	142
7.12	Evaluación Económica y Financiera (VAN, TIR).....	143
7.13	VAN y TIR Económico.....	143
7.14	Punto de Equilibrio .....	145
7.15	Punto de Equilibrio en Unidad .....	146
7.16	Margen de Contribución Unitaria .....	146
7.17	Punto de Equilibrio en soles .....	147
7.18	Estados financieros proyectados.....	148
7.19	Estado de Situación de Balance General.....	149
●	Conclusiones .....	151
●	Recomendaciones.....	152
●	Referencias.....	153
●	Anexos .....	159

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Descripción de proveedores</i>	25
<b>Tabla 2</b> <i>Descripción de Competidores entrantes</i>	25
<b>Tabla 3</b> <i>Descripción de Productos Sustitutos</i>	26
<b>Tabla 4</b> <i>Competidores Directos</i>	27
<b>Tabla 5</b> <i>Competidores Indirectos</i>	27
<b>Tabla 6</b> <i>Criterios del distrito enfocado</i>	31
<b>Tabla 7</b> <i>Matriz FODA</i>	34
<b>Tabla 8</b> <i>Análisis de la competencia indirecta</i>	39
<b>Tabla 9</b> <i>Análisis de competidores potenciales</i>	40
<b>Tabla 10</b> <i>Segmentación del mercado</i>	51
<b>Tabla 11</b> <i>Definición de colores</i>	53
<b>Tabla 12</b> <i>Cuadro de estrategia</i>	57
<b>Tabla 13</b> <i>Estudio de mercado objetivo</i>	58
<b>Tabla 14</b> <i>Crecimiento anual del mercado objetivo</i>	59
<b>Tabla 15</b> <i>Proyección de venta año 1</i>	61
<b>Tabla 16</b> <i>Proyección de venta año 2</i>	62
<b>Tabla 17</b> <i>Proyección de venta año 3</i>	63
<b>Tabla 18</b> <i>Proyección de venta año 4</i>	64
<b>Tabla 19</b> <i>Proyección de venta año 5</i>	65
<b>Tabla 20</b> <i>Resumen de proyección de ventas del año 2023 al 2027</i>	66
<b>Tabla 21</b> <i>Cuadro de mano de obra directa</i>	84
<b>Tabla 22</b> <i>Cuadro de mano de obra indirecta</i>	85

<b>Tabla 23</b> <i>Cuadro de personal de mano de obra</i>	86
<b>Tabla 24</b> <i>Cuatro de costos indirectos</i>	87
<b>Tabla 25</b> <i>Cuadro de resumen</i>	88
<b>Tabla 26</b> <i>Proceso de elaboración</i>	88
<b>Tabla 27</b> <i>Proceso de almacenaje</i>	91
<b>Tabla 28</b> <i>Proceso de compra de insumos</i>	94
<b>Tabla 29</b> <i>Tipo de trámite y costos</i>	111
<b>Tabla 30</b> <i>Definición de las características del Régimen MYPE Tributario</i>	112
<b>Tabla 31</b> <i>Comparativa de beneficios sociales de las empresas</i>	115
<b>Tabla 32</b> <i>Utilización de capital de trabajo</i>	123
<b>Tabla 33</b> <i>Capitalización del negocio</i>	123
<b>Tabla 34</b> <i>Inversión en maquinarias</i>	124
<b>Tabla 35</b> <i>Inversión en equipos y muebles</i>	124
<b>Tabla 36</b> <i>Inversión en materiales</i>	125
<b>Tabla 37</b> <i>Inversión en equipos de procesamiento de datos</i>	125
<b>Tabla 38</b> <i>Resumen de la inversión total de activos fijos</i>	126
<b>Tabla 39</b> <i>Resumen del registro de la empresas y gasto inicial</i>	126
<b>Tabla 40</b> <i>Materia prima directa</i>	127
<b>Tabla 41</b> <i>Presupuesto de mano de obra directa</i>	127
<b>Tabla 42</b> <i>Presupuesto de costos indirectos</i>	128
<b>Tabla 43</b> <i>Resumen de costos de producción</i>	128
<b>Tabla 44</b> <i>Gastos administrativos de la empresa Naturalis</i>	129
<b>Tabla 45</b> <i>Gastos de venta</i>	129

<b>Tabla 46</b> <i>Total del capital de trabajo</i>	130
<b>Tabla 47</b> <i>Inversión más capital de trabajo</i>	130
<b>Tabla 48</b> <i>Proyección de ingresos 2023</i>	131
<b>Tabla 49</b> <i>Proyección de egresos 2023</i>	131
<b>Tabla 50</b> <i>Resumen de estimación de utilidad</i>	132
<b>Tabla 51</b> <i>Pago a accionistas con capital externo</i>	133
<b>Tabla 52</b> <i>Financiamiento del Banco BBVA Continental</i>	133
<b>Tabla 53</b> <i>Resumen del cronograma de pagos anuales de financiamiento externo</i>	134
<b>Tabla 54</b> <i>Cronograma completo de pagos anuales de financiamiento externo</i>	134
<b>Tabla 55</b> <i>Financiamiento de los accionistas</i>	137
<b>Tabla 56</b> <i>Resumen de cronograma de pago anual de accionistas</i>	137
<b>Tabla 57</b> <i>TIR Y COK</i>	138
<b>Tabla 58</b> <i>Información de costo y tasas</i>	138
<b>Tabla 59</b> <i>Flujo de caja económico</i>	139
<b>Tabla 60</b> <i>Flujo de caja financiero</i>	141
<b>Tabla 61</b> <i>Evaluación económica y financiera</i>	142
<b>Tabla 62</b> <i>Proyección del VAN y TIR económico</i>	142
<b>Tabla 63</b> <i>Resultados del VAN y TIR económico</i>	143
<b>Tabla 64</b> <i>Proyección del VAN y TIR financiero</i>	143
<b>Tabla 65</b> <i>Resultados del VAN y TIR financiero</i>	143
<b>Tabla 66</b> <i>Punto de equilibrio</i>	144
<b>Tabla 67</b> <i>Punto de equilibrio en unidad</i>	145
<b>Tabla 68</b> <i>Margen de contribución unitaria</i>	145

<b>Tabla 69</b> <i>Punto de equilibrio en soles</i>	146
<b>Tabla 70</b> <i>Estados de resultados de Naturalis</i>	147
<b>Tabla 71</b> <i>Activo</i>	148
<b>Tabla 72</b> <i>Pasivo</i>	149
<b>Tabla 73</b> <i>Patrimonio</i>	149

## Lista de Figuras

Figura 1 PH en la piel	18
Figura 2 Brotes de acné	20
Figura 3 Dermatitis atópica	25
Figura 4 Digitalización de las empresas	26
Figura 5 Orientación a mujeres víctimas de violencia	30
Figura 6 Cronograma de Actividades Naturalis	34
Figura 7 Cronograma de Actividades Naturalis	34
Figura 8 Cronograma de Actividades Naturalis	35
Figura 9 Porcentaje de mujeres que tienen de 20 a 35 años de edad	39
Figura 10 Porcentaje de las mujeres que tienen una rutina de cuidado facial	39
Figura 11 Porcentaje del producto jabón que usan las mujeres con más frecuencia	40
Figura 12 Preferencia del consumidor	40
Figura 13 Porcentaje de preferencia en la presentación del producto	41
Figura 14 Porcentaje de aceptación sobre beneficios del jabón artesanal	41
Figura 15 Porcentaje de aceptación sobre añadir exfoliantes a los jabones artesanales	42
Figura 16 Porcentaje de disposición de compra del jabón artesanal de avena y romero	42
Figura 17 Porcentaje de cuánto dinero pagarían por nuestro producto	43
Figura 18 Porcentaje de medio de compra del producto final	43
Figura 19 Cuadro de proyección de la demanda	44
Figura 20 Gráfico de la demanda	45
Figura 21 Mercado según características y segmentación	47
Figura 22 Características del Marketing mix	49

Figura 23 Logotipo de la marca Naturalis	51
Figura 24 Empaque biodegradable	51
Figura 25 Canal directo	52
Figura 26 Gráfico de crecimiento de participación anual	56
Figura 27 Proyección de la demanda objetiva para la venta	57
Figura 28 Gráfico de la demanda por periodos	58
Figura 29 Gráfico de proyección de ventas resumido	63
Figura 30 Gráfico de monto de venta anual	64
Figura 31 Plano catastral de San Isidro	65
Figura 32 Ubicación del local comercial	66
Figura 33 Primer nivel	68
Figura 34 Segundo nivel	69
Figura 35 Cortadora	69
Figura 36 Horno eléctrico	70
Figura 37 Estante metálico	71
Figura 38 Mesa de acero inoxidable	71
Figura 39 Aire acondicionado	72
Figura 40 Computadora para el manejo de ingresos y egresos	73
Figura 41 POS Niubiz	73
Figura 42 Mueble exhibidor de melamina	74
Figura 43 Escritorio de oficina en L para el área administrativa	75
Figura 44 Silla de Oficina	75
Figura 45 Esencia de romero	76

Figura 46 Barra de glicerina	77
Figura 47 Avena en polvo	77
Figura 48 Romero en polvo	78
Figura 49 Jarra medidora resistente al calor	78
Figura 50 Bowl aluminio	79
Figura 51 Molde de silicona girasoles y plantas	79
Figura 52 Molde rectangular grande	80
Figura 53 Espátula de madera mediano	80
Figura 54 Cuadro de materia prima directa	83
Figura 55 Diagrama de flujo de proceso de elaboración	87
Figura 56 Diagrama de flujo de proceso de almacenaje	90
Figura 57 Diagrama de flujo de proceso de compra	93
Figura 58 Certificado de ITSE	94
Figura 59 Certificación UNE-ISO/PAS 45005	95
Figura 60 Solicitud de licencia de funcionamiento	96
Figura 61 Certificado ISO 9001	97
Figura 62 Certificado de ISO 14001	97
Figura 63 Formulario N° 1: solicitud de reserva de nombre de persona jurídica	105
Figura 64 Ficha de declaración jurada y solicitud de constitución de empresa	106
Figura 65 Organigrama de la empresa Naturalis	112

## **Lista de Anexos**

Anexo 1. Solicitud con carácter de declaración jurada para la obtención de Licencia de funcionamiento	143
Anexo 2. Número de población femenina en Lima para hallar el mercado objetivo.	144
Anexo 3. Procesos para constituir una empresa	145
Anexo 4. Cronograma completo de pagos anuales de financiamiento externo	146

## Resumen ejecutivo

Nuestro proyecto de negocio tiene por nombre “Naturalis” ya que nace de los insumos naturales que nos brinda la naturaleza, dedicada a la producción y comercialización de jabones artesanales de avena y romero, nuestro producto está orientado al público femenino de 20 a 35 años de edad con un nivel socioeconómico A-B y C del distrito de San Isidro y aledaños. La idea de negocio surgió por una experiencia propia de una de nosotras, sabemos que uno de los factores del acné y otras afecciones a la piel posiblemente sean desencadenadas por el estrés, es por ello que decidimos enfocarnos en lo natural ya que los productos de aseo personal comerciales contienen ingredientes nocivos e irritantes para la piel. Nuestro objetivo principal es contribuir al proceso de cuidado de la piel de aquellas mujeres que están pasando por algún caso de acné o desean cuidar su piel con un jabón natural. Se realizó una encuesta cuantitativa a una muestra de 378 mujeres, teniendo en cuenta un margen de error de 5%, y obtuvimos un grado de aceptación de 89.4% de mujeres dispuestas a comprar nuestro producto.

Los jabones de avena y romero se elaborarán en nuestro local de ventas en el área de producción que se encuentra en el segundo nivel, contando con la supervisión del encargado del control de calidad para así obtener un producto de alto nivel y finalmente sean empacados en cajas biodegradables listos para exhibir el producto y su posterior venta. Según el CPI 2022, Lima cuenta con 6,123.300 mujeres, al realizar una segmentación exhaustiva pudimos identificar el mercado objetivo de 41,522.485 mujeres. El canal de ventas será directo fabricante - consumidor, con un precio de producto de S/30.00, Naturalis no contará inicialmente con una página web con opción de compras virtuales, por ello invertiremos más en publicidad empleando el medio moderno BTL. Después de realizar nuestra proyección financiera de 5 años (2023-2027) y previsión de flujo de caja económico y financiero podemos apreciar que la idea

del negocio es viable. Nuestro Valor Actual Neto económico y Financiero son de S/ 126,084.88 y S/ 141,731.29 de igual forma la Tasa Interna de Retorno económico y financiero dio los siguientes valores porcentuales 98% y 91%, lo que indica que la idea de negocio es rentable para los accionistas.