



INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES

PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PAÑALES ECOLÓGICOS PARA BEBÉS
QUE BENEFICIEN EL CUIDADO DE LA PIEL Y CONSERVEN EL
MEDIO AMBIENTE

Trabajo de Aplicación Profesional para obtener el Título Profesional Técnico en
Administración de Negocios Internacionales

KAROLINE STEPHANIE DIAZ SILVA

(0009-0000-2028-5099)

NATALIA GRACIELA ELIAS HUAMÁN

(0009-0003-7268-8764)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

Aquellos que creyeron en mí, incluso cuando yo misma dudaba. A los que me brindaron su apoyo incondicional y me permitieron crecer. A la pasión que arde dentro de mí y me impulsa a seguir adelante. A la perseverancia que me ha llevado a alcanzar este logro.

Karoline Díaz Silva

Esta tesis, está dedicada a mis padres, Delsy y Sebastián, quienes me han apoyado incondicionalmente en todo este camino como estudiante y como persona, a Gadiel por darme la fortaleza y motivación que necesito para seguir adelante y a Sthefano que ha creído siempre en mí y me impulsa a seguir mis sueños.

Natalia Elías Huamán

Índice General

| | |
|---|-----------|
| Resumen Ejecutivo | 12 |
| Introducción | 13 |
| CAPÍTULO I | 14 |
| Definición del negocio | 14 |
| Idea de Negocio | 14 |
| Diagnóstico de la idea del negocio: | 15 |
| Competencia: | 16 |
| Sustitutos..... | 18 |
| Análisis FODA: | 21 |
| Misión y visión: | 22 |
| Justificación del Plan de Negocio:..... | 23 |
| Macro filtro:..... | 28 |
| Sustento macro filtro:..... | 29 |
| Micro filtro:..... | 34 |
| Conclusión: | 35 |
| Sustento microfiltro: | 35 |
| Oportunidad de negocio:..... | 36 |
| Innovación y creatividad:..... | 36 |
| CAPITULO II | 37 |
| Diagnostico plan de negocio: | 37 |
| Microentorno (Análisis)..... | 37 |
| Competidores (Grado de Rivalidad) | 38 |
| Análisis FODA de Competidores: | 40 |
| Introducción de las 3 competencias | 43 |
| Análisis de la competencia:..... | 45 |
| Proveedores (Poder de Negociación)..... | 46 |
| Poder de negociación: | 49 |
| Productos sustitutos: | 50 |
| Nuevos Entrantes – Potencial Comprador/Posible Comprador: | 53 |
| Macroentorno:..... | 58 |
| Económico: | 59 |
| Nuevos canales de compra..... | 60 |
| Cultural y Social: | 61 |

| | |
|---|------------|
| | 4 |
| Ambiental:..... | 62 |
| Político:..... | 64 |
| Legal:..... | 65 |
| Geográfico – Demográfico: | 66 |
| Tecnológico:..... | 67 |
| CAPÍTULO III..... | 68 |
| Planeamiento Estratégico..... | 68 |
| Misión:..... | 68 |
| Visión:..... | 70 |
| Valores:..... | 71 |
| Matriz FODA..... | 73 |
| Matriz DAFO:..... | 75 |
| Objetivos Generales:..... | 76 |
| Cronograma De Actividades (Diagrama De Gantt)..... | 80 |
| CAPÍTULO IV | 83 |
| Estudio De Mercado:..... | 83 |
| Oferta..... | 83 |
| Variables y Factores:..... | 90 |
| Matriz resumen de empresas competidoras directas:..... | 94 |
| Las empresas que se dedican a la producción y comercialización de pañales ecológicos como nuevos entrantes son: | 95 |
| Matriz Resumen De Empresa (Potenciales)..... | 103 |
| Demanda | 104 |
| Encuesta: (Link):..... | 113 |
| Resultados de encuesta | 117 |
| Resultado interpretación: | 118 |
| CAPÍTULO V..... | 142 |
| Plan de comercialización..... | 142 |
| Mercado:..... | 142 |
| Mercados Excel: Estudio del Mercado (Excel) | 144 |
| Segmentación:..... | 146 |
| Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)..... | 148 |
| Ficha técnica | 151 |
| Estrategias de publicidad: | 159 |

| | |
|---|------------|
| | 5 |
| Estrategia de posicionamiento: | 159 |
| Formulación estratégica | 160 |
| Cuadro de cruces:..... | 162 |
| Proyección de ventas: | 165 |
| CAPÍTULO VI..... | 166 |
| Plan Técnico | 166 |
| Localización de la empresa | 166 |
| Macro localización:..... | 168 |
| Factores condicionantes: | 171 |
| Micro localización: | 173 |
| Costo de cada etapa: | 175 |
| Evaluación de los factores: | 186 |
| Tamaño del Negocio: | 188 |
| Decisión del Tamaño del Proyecto | 189 |
| Necesidades (maquinaria y equipo, mano de obra y materia prima)..... | 199 |
| Costos directos e indirectos: | 208 |
| Cuadro de Costo de Ventas:..... | 209 |
| Representación gráfica del proceso productivo: | 221 |
| Flujograma para producción y Flujograma para ventas:..... | 222 |
| Flujograma Proceso de Ventas: | 223 |
| Certificaciones necesarias: | 224 |
| Impacto en el Medio Ambiente: | 232 |
| Impacto Positivo: | 232 |
| Impacto Negativo:..... | 233 |
| CAPÍTULO VII..... | 234 |
| Plan organizacional, personal y legal | 234 |
| Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos):..... | 234 |
| Obligaciones (tributarias y laborales)..... | 245 |
| Obligaciones Tributarias:..... | 245 |
| Obligaciones Laborales:..... | 245 |
| Según el Régimen: | 247 |
| Obligaciones Laborales..... | 249 |
| Estructura organizacional:..... | 251 |
| Focus Group | 268 |

| | |
|---|------------|
| Link de Focus Group: | 270 |
| Preguntas introductorias:..... | 270 |
| Preguntas sobre características y beneficios: | 271 |
| Preguntas sobre uso y experiencia: | 272 |
| Preguntas sobre marca y marketing: | 273 |
| Preguntas sobre precio y disponibilidad: | 274 |
| Preguntas de cierre..... | 275 |
| Preguntas a profesional del tema:..... | 276 |
| Link de la Entrevista..... | 278 |
| Preguntas sobre materiales y composición: | 279 |
| Preguntas sobre impacto ambiental: | 280 |
| Preguntas sobre salud y seguridad: | 282 |
| Preguntas sobre innovación y tecnología..... | 284 |
| Preguntas sobre mercado y tendencias: | 286 |
| Preguntas sobre regulación y certificación: | 287 |
| CAPITULO VIII..... | 289 |
| Planificación Financiera | 289 |
| Inversión: | 290 |
| Ventas: | 291 |
| Amortización:..... | 292 |
| Flujo de Caja:..... | 293 |
| VAN – TIR | 294 |
| Estados Financieros: | 295 |
| Conclusiones | 296 |
| Recomendaciones..... | 299 |
| Referencias Bibliográficas | 302 |
| Anexos | 304 |

Índice de Tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1: Competencias..... | 16 |
| Tabla 2: Sustitutos..... | 18 |
| Tabla 3: Misión y Visión | 22 |
| Tabla 4: Macro Filtro | 28 |
| Tabla 5: Idea 1 Pañal Orgánico..... | 29 |
| Tabla 6: Idea 2 Clases de Cuidado de mascotas y abuelos | 30 |
| Tabla 7: Idea 3 Diseño de edificios y espacios sostenibles..... | 31 |
| Tabla 8: Idea 4 Hoteles para mascotas..... | 32 |
| Tabla 9: Idea 5 Servicio de cuidado de mascotas en casa..... | 33 |
| Tabla 10: Micro Filtro..... | 34 |
| Tabla 11: Calificación Micro Filtro | 34 |
| Tabla 12: FODA Ecopipo Perú..... | 40 |
| Tabla 13: FODA Ekoalitas..... | 41 |
| Tabla 14: FODA Ecoprana (Bambo Nature)..... | 42 |
| Tabla 15: Proveedores..... | 46 |
| Tabla 16: Matriz FODA | 73 |
| Tabla 17: Matriz DAFO | 75 |
| Tabla 18: Colaboradores | 82 |
| Tabla 19: Asistente Recursos Humanos..... | 82 |
| Tabla 20: Matriz resumen de empresas competidoras directas..... | 94 |
| Tabla 21: Matriz resumen de empresas potenciales | 103 |
| Tabla 22: Detalle de fórmula..... | 111 |
| Tabla 23: Variables cuantificadas | 111 |
| Tabla 24: Tabla de frecuencia de "edad"..... | 118 |
| Tabla 25: Tabla de frecuencia de "sexo" | 120 |
| Tabla 26: Tabla de frecuencia de "ocupación" | 122 |
| Tabla 27: Tabla de frecuencia de "conocimiento de tipo de pañales"..... | 124 |
| Tabla 28: Tabla de frecuencia de "compra" | 126 |
| Tabla 29: Tabla de frecuencia de "impacto de pañales en el mundo"..... | 128 |
| Tabla 30: Tabla de frecuencia sobre "decisión" | 130 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 31: Tabla de frecuencia "importancia en compras" | 132 |
| Tabla 32: Tabla de frecuencia "disposición a pago" | 134 |
| Tabla 33: Tabla de frecuencia "cantidad de compra" | 137 |
| Tabla 34: Tabla de frecuencia "punto de venta" | 139 |
| Tabla 35: Resumen de segmentación | 147 |
| Tabla 36: Ficha Técnica | 151 |
| Tabla 37: Estrategias y acciones | 160 |
| Tabla 38: Cuadro de cruces | 162 |
| Tabla 39: Costo del pintado del local "a" | 175 |
| Tabla 40: Costo de vitrinas del local "a" | 176 |
| Tabla 41: Costos por servicios prestados local "a" | 177 |
| Tabla 42: Costo del pintado del local "b" | 178 |
| Tabla 43: Costo de producto e instalación del local "b" | 179 |
| Tabla 44: Costo de vitrinas del local "b" | 180 |
| Tabla 45: Costos por servicios prestados del local "b" | 181 |
| Tabla 46: Costo del pintado del local "c" | 182 |
| Tabla 47: Costo del producto e instalación del local "c" | 183 |
| Tabla 48: Costo de vitrinas del local "c" | 184 |
| Tabla 49: Costos por servicios prestados del local "c" | 185 |
| Tabla 50: Evaluación de factores | 186 |
| Tabla 51: Tamaño del negocio | 188 |
| Tabla 52: Relación tamaño | 190 |
| Tabla 53: Capacidad de trabajadores por área | 191 |
| Tabla 54: Capacidad Instalada | 191 |
| Tabla 55: Distribución de las instalaciones | 193 |
| Tabla 56: Maquinaria y equipos | 199 |
| Tabla 57: Muebles | 201 |
| Tabla 58: Información del personal | 204 |
| Tabla 59: Materia prima e insumos | 205 |
| Tabla 60: Inversión Tangible e Intangible | 289 |

Índice de Figuras

| | |
|--|-----|
| Figura 1: Análisis FODA | 21 |
| Figura 2: Logo Huggies | 53 |
| Figura 3: Logo Kuyaiky Wawa..... | 54 |
| Figura 4: Logo KUMIR..... | 55 |
| Figura 5: Logo BabyLoom..... | 56 |
| Figura 6: Factores del macroentorno..... | 58 |
| Figura 7: Gastos promedios | 59 |
| Figura 8: Organigrama | 76 |
| Figura 9: Diagrama de Gantt..... | 80 |
| Figura 10: Logo Ecopipo Perú | 83 |
| Figura 11: FODA Ecopipo Perú..... | 84 |
| Figura 12: Logo Ekoalitas | 86 |
| Figura 13: FODA Ekoalitas | 86 |
| Figura 14: Logo Ecoprana..... | 88 |
| Figura 15: FODA Ecoprana | 88 |
| Figura 16: Logo Huggies | 95 |
| Figura 17: FODA Huggies | 95 |
| Figura 18: Logo Kuyaiky Wawa..... | 97 |
| Figura 19: FODA Kuyaiky Wawa | 97 |
| Figura 20: Logo KUMIR..... | 99 |
| Figura 21: FODA Kumir..... | 99 |
| Figura 22: Logo BabyLoom..... | 101 |
| Figura 23: FODA BabyLoom | 101 |
| Figura 24: Fórmula | 110 |
| Figura 25: Título en Encuesta | 113 |
| Figura 26: Preguntas Edad y Sexo | 113 |
| Figura 27: Preguntas opciones de pañales que conoce el encuestado..... | 114 |
| Figura 28: Pregunta "frecuencia de compra" | 115 |
| Figura 29: Pregunta informativa | 115 |
| Figura 30: Preguntas para definir la importancia y costos..... | 116 |
| Figura 31: Preguntas para definir la cantidad de compra y establecimiento de preferencia | 116 |
| Figura 32: Resultado de la encuesta..... | 117 |

| | |
|--|-----|
| Figura 33: Gráfico edad..... | 119 |
| Figura 34: Gráfico sexo..... | 121 |
| Figura 35: Gráfico ocupación..... | 123 |
| Figura 36: Gráfico tipo de pañal que conocen | 125 |
| Figura 37: Gráfico frecuencia de compra..... | 127 |
| Figura 38: Gráfico impacto | 129 |
| Figura 39: Gráfico considerar cambios | 131 |
| Figura 40: Gráfico importancia de compra | 133 |
| Figura 41: Gráfico disposición de pago | 136 |
| Figura 42: Gráfico cantidad a comprar | 138 |
| Figura 43: Gráfico punto de venta | 140 |
| Figura 44: Demanda Proyectada | 141 |
| Figura 45: Estudio de Mercado | 144 |
| Figura 46: Logo EcoNido..... | 148 |
| Figura 47: Proyección de ventas Análisis: | 165 |
| Figura 48: 1er Planta - Zonificación..... | 194 |
| Figura 49: 1er Planta | 195 |
| Figura 50: Plano del Área de Recepción e informes | 196 |
| Figura 51: Plano del Área de Servicios Higiénicos..... | 196 |
| Figura 52: Plano del Área de Almacén | 197 |
| Figura 53: Plano del Área de Producción y Embalaje | 197 |
| Figura 54: Plano del Área Administrativa..... | 198 |
| Figura 55: Proforma Máquina de Coser..... | 200 |
| Figura 56: Proforma mesa de trabajo | 202 |
| Figura 57: Proforma escritorio | 203 |
| Figura 58: Proforma silla apilable plástica..... | 203 |
| Figura 59: Proforma total | 203 |
| Figura 60: Proforma de materia prima "elástico | 206 |
| Figura 61: Proforma de materia prima "velcro" | 207 |
| Figura 62: Proforma de materia prima "filtro de bambú" | 207 |
| Figura 63: Flujograma de costos directos e indirectos | 208 |
| Figura 64: Cuadro de costo de ventas | 209 |
| Figura 65: Cuadro margen operativo | 209 |

| | |
|---|-----|
| Figura 66: Gráfico del proceso productivo..... | 221 |
| Figura 67: Flujograma de producción | 222 |
| Figura 68: Flujograma de ventas..... | 223 |
| Figura 69: Logo Nordic Swan Ecolabel..... | 226 |
| Figura 70: Logo Asthma Allergy Nordic | 227 |
| Figura 71: Logo FSC..... | 228 |
| Figura 72: Logo Ecocert COSMOS | 229 |
| Figura 73: Logo Dermatologically Tested | 230 |
| Figura 74: Logo EU Ecolabe..... | 231 |
| Figura 75: Flujograma de trámites, permisos y costos..... | 244 |
| Figura 76: Obligaciones Laborales | 249 |
| Figura 77: Organigrama | 251 |
| Figura 78: Inversión Total..... | 290 |
| Figura 79: Ventas | 291 |
| Figura 80: Amortización | 292 |
| Figura 81: Flujo de caja..... | 293 |
| Figura 82: VAN - TIR..... | 294 |
| Figura 83: Estados Financieros | 295 |

Resumen Ejecutivo

Este proyecto propone la producción y comercialización de pañales ecológicos, una alternativa más sostenible a los pañales desechables tradicionales. Este proyecto fue seleccionado por que cada vez más consumidores buscan productos amigables con el medio ambiente, este proyecto es importante porque los materiales naturales utilizados en los pañales ecológicos son más suaves para la piel del bebe y reducen el riesgo de irritaciones, además existe una demanda creciente de productos ecológicos y una brecha en el mercado para pañales de este tipo. Los objetivos de este proyecto es desarrollar y producir pañales ecológicos de alta calidad a precios competitivos, posicionar la marca en el mercado de pañales ecológicos y generar empleo. La propuesta de valor de este proyecto es que los pañales ecológicos serán fabricados con materiales naturales y biodegradables, ofrecerán la misma absorción y comodidad que los pañales tradicionales, el precio será atractivo para los consumidores. Para la estrategia de comercialización de este proyecto, se escogieron como canales de distribución las tiendas, venta online, para el marketing digital se pensó en campañas en redes sociales y las relaciones públicas, colaboraciones con influencer y organizaciones ambientales. En los aspectos financieros se detallarán los costos de producción, equipos y marketing, se presentarán los ingresos proyectados, fastos y flujo de caja y se calculará el tiempo de recuperación de la inversión y la tasa de retorno. En conclusión, este proyecto representa una oportunidad para contribuir a un futuro más sostenible y satisfacer las necesidades de un mercado en crecimiento.