



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
IDAT**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE BRASIERES SIN COSTURA CON PRÓTESIS
DE GOMA REMOVIBLES PARA MUJERES QUE HAN PASADO POR
UNA MASTECTOMÍA O SUFREN DE HIPOPLASIA MAMARIA EN LIMA
METROPOLITANO**

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Administración de Empresas

**Farro Guillén Maria Isabel
(Administración de Empresa - 0000-0002-4613-4317)**

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

“Dedico este plan de negocios a mi esposo, a mis hijos, pues gracias a su paciencia y motivación me enseñaron que los sueños se pueden cumplir con mucha perseverancia durante este tiempo estudiando en la Institución “

Índice

Resumen	7
Introducción	9
Capítulo 1. Definición del Negocio	11
Idea del negocio	11
Diagnóstico de la idea del negocio.....	11
Justificación del plan de negocio	17
Capítulo 2. Diagnóstico del Plan de Negocios	26
Análisis del microfiltro.....	26
Análisis del macroentorno.....	32
Capítulo 3. Planteamiento Estratégico	51
Misión	51
Visión	51
Valores	51
MATRIZ FODA	54
Objetivos Estratégicos Generales.....	60
Estrategia Genérica de Porter.....	61
Cronograma de Actividades (Gantt).....	62
Capítulo 4. Estudio de Mercado	66
OFERTA	66
Demanda	73
Capítulo 5. Plan de Comercialización	102
Mercado.....	102
Marketing Mix.....	106
Capítulo 6. Plan Técnico	128
Localización de la Empresa.....	128
Tamaño del Negocio (capacidad instalada).....	138
Necesidades (Instrumentos, Equipos y Mano de Obra)	145
Costos de Producción (directos e indirectos)	159
Proceso de Operación.....	162
Certificaciones necesarias	164
Impacto en el Medio Ambiente	167

Capítulo 7. Plan Organizacional, Personal y Legal.....	174
Constitución de la Empresa.....	174
Obligaciones.....	188
Estructura Organizacional	191
Descripción de funciones	198
Capítulo 8. Plan Económico Financiero.....	204
Inversiones	204
Ingresos	208
Egresos	209
Deuda	212
Flujo de caja	214
Evaluación financiera y económica.....	215
Estados financieros.....	216
Conclusiones	218
Recomendaciones.....	223
Bibliografía	225
Anexo	226

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Competencia directa.....	14
Tabla 2: Sustitutos.....	16
Tabla 3: Generación de Ideas de Negocio.....	17
Tabla 4: MACROFILTRO.....	20
Tabla 5: MICROFILTRO.....	22
Tabla 6: INDICE DE CONFIANZA EMPRESARIAL.....	39
Tabla 7: FODA.....	54
Tabla 8: ANALISIS DAFO.....	57
Tabla 9:: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE LAS ETAPAS.....	64
Tabla 10:: MATRIZ DE RESUMEN DE EMPRESAS COMPETIDORAS.....	73
Tabla 11:: MUJERES EN LIMA METROPOLITANA.....	76
Tabla 12: FICHA TÉCNICA.....	77
Tabla 13: INFORMACIÓN DE FOCUS GROUP.....	78
Tabla 14: ENTREVISTA INDIVIDUAL.....	80
Tabla 15: ENTREVISTA AL ESPECIALISTA DE SALUD.....	81
Tabla 16: PRECIO DEL PRODUCTO.....	97
Tabla 17: DENSIDAD DE POBLACIÓN DE MUJERES.....	97
Tabla 18: DENSIDAD DE POBLACIÓN DE MUJERES.....	98
Tabla 19: MERCADO POTENCIAL.....	98
Tabla 20 : MERCADO DISPONIBLE.....	99
Tabla 21: MERCADO EFECTIVO.....	99
Tabla 22: PROYECCION DE LA DEMANDA.....	100
Tabla 23: PROYECCION DE VENTA POR SEMESTRE.....	100
Tabla 24: CARACTERISTICAS DEL MERCADO OBJETIVO.....	105
Tabla 25: ESTRATEGIAS DEL MERCADO.....	125
Tabla 26: EVALUACIÓN DE FACTORES.....	135
Tabla 27: ÁREA DE EMPRESA.....	139
Tabla 28: CAPACIDAD INSTALADA.....	142
Tabla 29: DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIÓN.....	143
Tabla 30:: PRODUCTOS TECNOLÓGICOS.....	146
Tabla 31: EQUIPOS TECNOLÓGICOS.....	150
Tabla 32: MATERIALES PARA MODIFICACIÓN DE TALLER.....	158
Tabla 33: MATERIALES DE LIMPIEZA GENERAL.....	158
Tabla 34: MATERIALES DE PREVENCIÓN EN EMERGENCIAS.....	159
Tabla 35: COSTO DE MANO DE OBRA.....	160
Tabla 36: COSTO DE MANO DE OBRA MENSUAL.....	161
Tabla 37: RESUMEN DE COSTO DE CONSTITUCIÓN.....	183
Tabla 38: INVERSION INICIAL.....	204
Tabla 39CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO.....	207

Tabla 40: PRESUPUESTO DE VENTAS	208
Tabla 41: PRODUCTOS ANUALES	208
Tabla 42 COSTOS SEMESTRALES A PLENA CAPACIDAD.....	209

INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: SERVICIOS DONDE SE EMPLEAN EL FM.....	14
IMAGEN 2: PIB Y PIB POTENCIAL (VAR. % INTERANUAL)	35
IMAGEN 3: TASAS DE INTERÉS E INFLACIÓN	36
IMAGEN 4: TIPO DE CAMBIO.....	36
IMAGEN 5: INFLACION VAR % INTERANUAL DEL IPC LIMA.....	37
IMAGEN 6: INDICADOR DE CONFIANZA EMPRESARIAL.....	39
IMAGEN 7: PERFIL SOCIOECONOMICO.....	40
IMAGEN 8: COMPARACION NSE	41
IMAGEN 9: DISTRIBUCIÓN DE ZONAS APEIM.....	42
IMAGEN 10: COMPETITIVIDAD DIGITAL	45
IMAGEN 11: MAPA GEOGRAFICO DEL PERU.....	46
IMAGEN 12: FOCUS GROUP	79
IMAGEN 13: ENTREVISTA PERSONAL	80
IMAGEN 14: LOGO.....	108
IMAGEN 15: PROPUESTA DEL VALOR DEL PRODUCTO.....	109
IMAGEN 16: UBICACION DE LA TIENDA.....	116
IMAGEN 17: PRESENTACION DE LA TIENDA.....	117
IMAGEN 18: PAGINA DEL INSTAGRAM.....	118
IMAGEN 19: PAGINA DEL FACEBOOK	120
IMAGEN 20: PAGINA DELWEB.....	118
IMAGEN 21: PAGINA DEL FACEBOOK	121
IMAGEN 29: LOCAL DEL FUNCIONAMIENTO	136
IMAGEN 30: CROQUIS	143
IMAGEN 31: PROCESO DE PRODUCCION.....	162
IMAGEN 19: PAGINA DEL FACEBOOK	120

Resumen

Esta idea de negocio consiste en la producción y comercialización de brasier sin costura con un par de prótesis de goma removible para mujeres que sufren de hipoplasia mamaria o que hayan pasado por una mastectomía, ubicadas en el distrito de LIMA METROPOLITANA. El cual tendrá un precio por producto de S/87.30 la cual se proyectará año a año según el PBI. El perfil de los clientes son mujeres con una edad de 18 a 50 años que busca recuperar su confianza y comodidad mediante productos diseñados para adaptarse perfectamente a sus necesidades. Valora la calidad, el confort y el estilo en cada detalle, eligiendo soluciones que reflejen su personalidad y fortalezcan su seguridad personal con la lencería que utiliza. La inversión necesaria es de S/ 128,477.67 nuevos soles el cual será financiada por un socio en un 75% y mediante un préstamo bancario 25%, teniendo como primera meta un punto de equilibrio de 15,173, se espera atender a 182,081 clientes de manera anual. BRASOS IERL tiene un resultado TIR del 85% indicando que el proyecto no solo recupera la inversión, sino que aporta beneficios para la economía general.