



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO CON LA CREACIÓN DE UNA TIENDA ONLINE
PARA LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANTELES CON
TELAS RECICLADAS EN EL DISTRITO SAN JUAN DE MIRAFLORES-
LIMA**

“TELA VIVA EN LA MESA”

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Empresas**

**CAHUA VICENTE DEYSI
(0009-0004-9209-1364)**

Lima -Perú

2025

Dedicatoria

Por cada tiempo y a tantas adversidades que tuve para avanzar el proyecto, lo dedico primordialmente a Mí por ser perseverante y no rendirme a ser alguien profesional y dejar huellas en cada labor que cumpla sea presente o futuro.

A Dios por la fuerza de mis días y a mis Padres por ser el empeño de cada madrugada que tenía de no rendirme hasta terminar lo que me proponía. Todas las personas que creen en el poder de mejorar, este proyecto está dedicado a aquellos que, con pasión y esfuerzo, transforman.

A nuestros futuros usuarios y asociados, quienes serán parte esencial. Gracias por la inspiración a seguir adelante y por ser el motor que impulsa mis visiones.

Índice General

Resumen Ejecutivo	12
Introducción.....	13
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio.....	14
Objetivo	14
Objetivo Específico	15
Descripción de la Idea de Negocio	15
Propuesta de Valor.....	16
<i>Matriz Bussines Model Canvas.....</i>	<i>16</i>
<i>Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas.....</i>	<i>18</i>
Capítulo II: Análisis Interno y Externo	24
Factores que Determinan el Éxito.....	24
Organización.....	25
Matriz de los Factores Internos MEFI.....	26
Análisis PESTEL.....	30
<i>Factores Legales y Políticos.....</i>	<i>31</i>
<i>Factores Financieros y Económicos.....</i>	<i>34</i>
<i>Factores Sociales, Culturales y Demográficos.....</i>	<i>38</i>
<i>Factores Tecnológicos y Científicos.....</i>	<i>41</i>
<i>Factores Ambientales y Ecológicos.....</i>	<i>44</i>
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	47
<i>Poder de Negociación con los Clientes.....</i>	<i>48</i>
<i>Poder de Negociación con los Proveedores.....</i>	<i>50</i>
<i>Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos.....</i>	<i>52</i>
<i>Rivalidad de los Competidores Actuales.....</i>	<i>56</i>
<i>Grado de Atracción de la Industrial o Sector.....</i>	<i>59</i>
Matriz de los Factores Externos MEFE.....	60
Capítulo III: Planteamiento Estratégico	61
Misión.....	61
Visión	62
Valores.....	62

Objetivo Estratégico	4
Objetivo Estratégico	63
FODA	63
<i>Fortalezas</i>	64
<i>Debilidades</i>	65
<i>Amenazas</i>	66
<i>Oportunidades</i>	67
<i>Estrategia FO</i>	68
<i>Estrategia DO</i>	69
<i>Estrategia FA</i>	69
<i>Estrategia DA</i>	70
Matriz FODA.....	70
Ventaja Competitiva	72
El Mapa Estratégico.....	73
Indicadores para Medir las Estrategias	75
Diagrama de Gantt.....	79
Capítulo IV: Análisis de Mercado	84
Análisis de Mercado	84
<i>Mercado Meta</i>	85
<i>Prototipo para la Encuesta</i>	86
<i>Método de Investigación</i>	92
<i>Población</i>	92
<i>Muestra</i>	92
<i>Conformación y Tamaño de Muestra</i>	93
<i>Resultados de la Encuesta</i>	93
Estimación de la Demanda	112
<i>Demanda en Unidades</i>	114
<i>Proyección de Ventas</i>	122
Capítulo V: El Plan de Marketing	124
Variables de Segmentación del Consumidor	124
Mapa de Experiencia del Cliente.....	126
Marketing Mix.....	128
<i>Estrategia del Producto o Servicio</i>	128

	5
<i>Estrategia de Precio</i>	134
<i>Estrategia de Distribución y Canales de Venta</i>	136
<i>Estrategia de Comunicación Integral</i>	137
Costos del Marketing.....	138
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas	142
Selección de la Ubicación del Negocio	142
Proceso de Producción del Producto o Servicio	144
Plan de Producción	144
<i>Equipos e Infraestructura</i>	144
<i>Tiempo de Producción</i>	155
<i>Capacidad de Producción</i>	155
<i>Nro. de Personas Necesarias para la Producción</i>	156
<i>Diagrama de Procesos</i>	156
<i>Diagrama de Procesos</i>	157
Gestión de Calidad.....	159
Costo de las Operaciones Productivas.....	159
Capítulo VII: La Gestión Logística	163
Gestión de las Compras	164
<i>Identificación de los Proveedores</i>	164
<i>Método de Control de Inventarios</i>	165
Gestión del Almacenamiento.....	167
<i>Diseño de Almacén – Descripción del Plano del Taller Textil: 140 m²</i>	167
<i>Método de Almacenamiento</i>	169
Gestión de la Distribución	171
<i>Determinación de las Unidades de Transporte</i>	172
Plan de rutas	172
Costo de la Gestión Logística	181
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales	184
Organigrama	184
Requerimiento de los Cargos.....	186
Funciones y Responsabilidades	187
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal.....	191

	6
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal.....	193
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal.....	195
Costo del Personal.....	196
Costo Del Personal No Operativo.....	197
Requisitos para Constitución del Negocio.....	198
Costos de Constituir el Negocio.....	199
Capítulo IX: Plan Financiero.....	204
Consideraciones Iniciales.....	204
Financiamiento de la Inversión.....	206
Estructura de Costos.....	211
<i>Costos Variables.....</i>	<i>211</i>
<i>Costos Fijos.....</i>	<i>212</i>
Proyección de Ventas.....	212
Análisis del Punto de Equilibrio.....	214
Inversión y el Capital de Trabajo.....	217
Estados Financieros.....	220
Evaluación Financiera.....	227
Conclusiones y Recomendaciones.....	231
Referencias Bibliográficas.....	233
ANEXOS.....	244

Índice de Tablas

Tabla 1.....	28
Tabla 2. <i>Factores políticos y legales</i>	33
Tabla 3. <i>Factores financieros y económicos</i>	36
Tabla 4. <i>Factores sociales, culturales y demográficos</i>	39
Tabla 5. <i>Factores tecnológicos y científicos</i>	42
Tabla 6. <i>Factores ambientales y ecológicos</i>	46
Tabla 7. <i>Poder de negociación con los clientes</i>	49
Tabla 8. <i>Poder de negociación de proveedores</i>	51
Tabla 9. <i>Amenaza de sustitutos</i>	53
Tabla 10. <i>Amenaza de entrantes</i>	55
Tabla 11. <i>Rivalidad de competidores</i>	58
Tabla 12. <i>Grado de atracción de la industria o sector</i>	59
Tabla 13. <i>Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i>	60
Tabla 14.....	71
Tabla 15.....	75
Tabla 16.....	79
Tabla 17.....	123
Tabla 1839 Resumen de flujo de caja	227

Índice de Figuras

Figura 1	32
Figura 2	36
Figura 3	38
Figura 4	41
Figura 5	44
Figura 6	47
Figura 7. Matriz FODA.....	71
Figura 8. Mapa Estratégico	73
Figura 9	75
Figura 10. Indicadores.....	75
Figura 11. Diagrama Gantt.....	79
Figura 12	79
Figura 13	87
Figura 14. Storyboard parte 1 (<i>manteles hechos con telas recicladas</i>).....	88
Figura 15	88
Figura 16. Storyboard parte 2 (<i>coordinación para la búsqueda de la solución</i>)	89
Figura 17	89
Figura 18. Storyboard parte 3.....	90
Figura 19	90
Figura 20	91
Figura 21	94
Figura 22	95
Gráfico Figura 23	97

Figura 24	99
Figura 25	100
Figura 26	103
Figura 27	106
Figura 28	107
Figura 29	109
Figura 30	111
Figura 31	118
Figura 32	120
Figura 33	129
Figura 34	130
Figura 35	131
Figura 36	132
Figura 37	133
Figura 38	134
Figura 39	135
Figura 40	137
Figura 41	141
Figura 42	143
Figura 43	144
Figura 44	145
Figura 45	145
Figura 46	146

Figura 47	147
Figura 48	148
Figura 49	149
Figura 50	150
Figura 51	150
Figura 52	152
Figura 53	153
Figura 54	154
Figura 55	158
Figura 56	165
Figura 57	169
Figura 58	173
Figura 59	174
Figura 60	176
Figura 61	177
Figura 62	179
Figura 63	180
Figura 64	185
Figura 65	192
Figura 66	192
Figura 67	193
Figura 68	193
Figura 69	194

Figura 70	195
Figura 71	201
Figura 72	202
Figura 73	203
Figura 74	207
Figura 75	208
Figura 76	214
Figura 77	244

Resumen Ejecutivo

La zona de San Juan de Miraflores, en Lima, nace el proyecto "Tela Viva para los manteles", un inicio que busca solucionar gran cantidad de telas que se desechan en la localidad, procedentes de talleres y comercios cercanos. Las telas, que aún se encuentran en buen estado, se recogen, separan por clase, condición, se lavan y las que no sirven se desechan. El proceso de elaboración, es ajustar las cualidades de cada tela, formando y terminando este proceso para la venta en la tienda online. Se usarán varios medios de venta y formas de pago sencillas para los usuarios, concientizar el respeto ambiental. El tiempo estimado para evaluar el negocio es de cinco años con mejoras para la sostenibilidad. Los cálculos económicos toman en cuenta el IGV al 18 %, el IR al 29.5 %, ventas en efectivo, una inflación estable, un tipo de cambio invariable (3.85 soles/dólar), una TCEA del 16 % y una depreciación anual del 20 % en los bienes fijos. La inversión total asciende a S/. 26,536 de los cuales contribuyen con S/. 10,168 con una socia y el saldo se cubrirá con un crédito de Caja Huancayo, con un interés especial del 16 % a un plazo de 60 meses, con cuotas mensuales. El nivel de ventas necesario para cubrir los costos se logrará con la venta de unidades al año y las previsiones sugieren que se excederá desde el principio, garantizando así ganancias y estabilidad económica desde los primeros meses.

Palabras clave: IGV, IR, TCEA, diversificación, sostenibilidad.