



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA INNOVACIÓN EN EL DISEÑO DE
SCRUNCHIES: CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE ACCESORIOS
CAPILARES SOSTENIBLES "VICKY ACCESORIOS PERU S.A.C**

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

VICTORIA VELASQUEZ GALLO

(0009-0008-5775-7617)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

Quiero dar gracias primero a Dios, quien me ha dado la vida y ha sido mi mayor fortaleza durante la realización de este trabajo.

A mis padres y familia que, con su amor, ejemplo y ayuda han sido el motor principal para la realización de nuestra investigación.

Victoria.

Índice General

Resumen Ejecutivo	21
Introducción	22
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio	25
1.1 Objetivo	25
1.2 Objetivo Específico	25
1.3 Descripción de la Idea de Negocio	26
1.4 Propuesta de Valor.....	30
<i>1.4.1 Matriz Bussines Model Canvas</i>	<i>31</i>
<i>1.4.2 Detalle de la matriz Bussines Model Canvas</i>	<i>32</i>
Capítulo II: Análisis Interno y Externo	34
2.1 Factores que Determinan el Éxito	34
2.2 Organización.....	35
2.3 Matriz de los Factores Internos MEFI.....	35
2.4 Análisis PESTEL.....	37
<i>2.4.1 Factores legales y políticos</i>	<i>37</i>
<i>2.4.2 Factores financieros y económicos</i>	<i>39</i>
<i>2.4.3 Factores sociales, culturales y demográficos</i>	<i>40</i>
<i>2.4.4 Factores tecnológicos y científicos</i>	<i>41</i>
<i>2.4.5 Factores ambientales y ecológicos</i>	<i>42</i>
2.5 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	43
<i>2.5.1 Poder de negociación con los clientes</i>	<i>44</i>
<i>2.5.2 Poder de negociación con los proveedores</i>	<i>44</i>
<i>2.5.3 Amenaza de los productos o servicios sustitutos</i>	<i>45</i>
<i>2.5.4 Amenaza de entrada de nuevos competidores</i>	<i>45</i>
<i>2.5.5 Rivalidad de los competidores actuales</i>	<i>46</i>
<i>Grado de atracción de la industrial o sector</i>	<i>46</i>
2.6 Matriz de los Factores Externos MEFE.....	47
Capítulo III: Planteamiento Estratégico	48
3.1 Misión.....	48

3.2 Visión	49
3.3 Valores.....	49
<i>Respeto</i>	49
<i>Calidad</i>	49
<i>Innovación</i>	50
<i>Trabajo En Equipo</i>	50
3.4 Objetivo Estratégico	50
3.5 FODA	51
3.5.1 Fortalezas	51
3.5.2 Debilidades	53
3.5.3 Amenazas	53
3.5.4 Oportunidades.....	55
3.5.5 Estrategia FO	56
3.5.6 Estrategia DO.....	56
3.5.7 Estrategia FA.....	57
3.5.8 Estrategia DA	57
3.6 Matriz FODA.....	57
3.7 Ventaja Competitiva	58
3.8 El Mapa Estratégico.....	59
3.9 Indicadores para Medir las Estrategias	61
3.10. Diagrama de Gantt.....	61
Capítulo IV: Análisis de Mercado	66
4.1 Análisis de Mercado	66
4.1.1 Mercado Meta.....	66
4.1.2 Prototipo para la Encuesta.....	68
4.1.2 Método de Investigación	70
4.1.3 Muestra	71
4.1.4 Conformación y Tamaño de Muestra	77
4.1.5 Resultados de la Encuesta	78
4.2 Estimación de la Demanda	100
4.2.1 Demanda en Unidades.....	100
4.2.2 Proyección de Ventas.....	101

4.3.1 Focus Group	102
4.3.2 Entrevista al especialista experto.....	103
Capítulo V: El Plan de Marketing.....	110
5.1 Variables de Segmentación del Consumidor.....	110
5.2 Mapa de Experiencia del Cliente.....	111
5.3 Marketing Mix.....	112
5.3.1 Estrategia del producto o servicio.....	113
5.3.2 Estrategia de precio.....	116
5.3.3 Estrategia de distribución y canales de venta.....	117
5.3.3 Estrategia de comunicación integral.....	117
<i>Campaña Publicitaria Física y Redes Sociales</i>	118
<i>Folletos:</i>	118
<i>Banner:</i>	119
.....	120
<i>Video de Descuento:</i>	120
<i>Sticker Circular – Para cajas de compra:</i>	120
<i>Vales de Consumo:</i>	121
<i>Sorteos y Promociones</i>	121
<i>Publicidad en Redes</i>	122
<i>Cotizaciones de Premios</i>	126
5.4 Costos del Marketing.....	127
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas.....	131
6.1 Selección de la Ubicación del Negocio	132
6.2 Proceso de Producción del Producto o Servicio	134
6.3.1 Equipos e Infraestructura	148
6.3.2 Tiempo de Producción	150
6.3.3 Capacidad de Producción.....	151
6.3.4 Nro. de Personas Necesarias para la Producción.....	152
6.3.5 Diagrama de Procesos.....	152
6.4 Gestión de Calidad	153
6.5 Costo de las Operaciones Productivas.....	155
Capítulo VII: La Gestión Logística	178

7.1 Gestión de las Compras	178
7.1.1 Identificación de los Proveedores.....	179
7.1.2 Método de Control de Inventarios	180
7.2 Gestión del Almacenamiento.....	181
7.2.1 Diseño de Almacén	182
7.2.2 Método de Almacenamiento.....	184
7.3 Gestión de la Distribución	185
7.3.1 Determinación de las Unidades de Transporte	186
7.3.2 Plan de Rutas.....	187
7.4 Costo de la Gestión Logística.....	192
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales	193
8.1 Organigrama	194
8.2 Requerimiento de los Cargos.....	195
8.3 Funciones y Responsabilidades.	198
8.4 Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal.....	199
8.5 Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal.....	201
8.6 Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal.....	203
8.7 Costo del Personal	205
8.8 Requisitos para Constitución del Negocio.....	205
8.9 Costos de Constituir el Negocio	208
.....	212
Capítulo IX: Plan Financiero	220
9.1 Consideraciones Iniciales	220
9.2 Financiamiento de la Inversión.....	221
9.3 Estructura de Costos	222
9.3.1 Costos Variables	222
9.3.2 Costos Fijos.....	223
9.4 Proyección de Ventas	223
9.5 Análisis del Punto de Equilibrio.....	224
9.6 Inversión y el Capital de Trabajo	225
9.10 Estados Financieros	226
9.11 Evaluación Financiera	228

Conclusiones y Recomendaciones	231
Bibliografía	233
Anexos 1	235

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Cuadro de Fundadores.</i>	35
Tabla 2 <i>Matriz MEFI.</i>	36
Tabla 3. <i>Factores políticos y legales.</i>	37
Tabla 4. <i>Factores financieros y económicos</i>	39
Tabla 5. <i>Factores sociales, culturales y demográficos</i>	40
Tabla 6. <i>Factores tecnológicos y científicos</i>	41
Tabla 7. <i>Factores ambientales y ecológicos</i>	42
Tabla 8. <i>Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i>	48
Tabla 9 <i>Matriz FODA</i>	57
Tabla 10 <i>Primera Actividad</i>	63
Tabla 11 <i>Segunda Actividad.</i>	63
Tabla 12 <i>Tercera Actividad.</i>	63
Tabla 13 <i>Cuarta Actividad</i>	64
Tabla 14 <i>Quinta Actividad</i>	64
Tabla 15 <i>Sexta Actividad.</i>	64
Tabla 16 <i>Séptima Actividad.</i>	65
Tabla 17 <i>Octava Actividad.</i>	65
Tabla 18 <i>Decima Actividad.</i>	65
Tabla 19. <i>Mercado meta.</i>	66
Tabla 20 <i>Marque según su edad</i>	79
Tabla 21 <i>Con qué frecuencia compras accesorios para el cabello</i>	80
Tabla 22 <i>Ha comprado scrunchies el último mes</i>	81
Tabla 23 <i>Le gustan los colores satinados en sus accesorios de cabello.</i>	82

Tabla 24	<i>Dónde sueles comprar accesorios.....</i>	83
Tabla 25	<i>Qué tipo de accesorios textiles compras con mayor frecuencia</i>	85
Tabla 26	<i>Cuánto sueles gastar en accesorios textiles por compra</i>	86
Tabla 27	<i>Qué factores influyen en tu decisión de compra de accesorios textiles</i>	87
Tabla 28	<i>Qué materiales prefieres en los accesorios textiles</i>	88
Tabla 29	<i>Qué estilos o diseños de accesorios textiles te atraen más</i>	89
Tabla 30	<i>Te interesa la compra de accesorios textiles sostenibles o producidos éticamente</i>	91
Tabla 31	<i>Consideras que el elástico trencilla que utilizamos les da mayor duración a nuestros productos.....</i>	92
Tabla 32	<i>la costura de nuestros scrunchies es la correcta, para ti</i>	93
Tabla 33	<i>Qué canales de información utilizas para conocer las tendencias de moda en accesorios de cabello</i>	94
Tabla 34	<i>Qué características valoras más en una empresa de accesorios para el cabello</i>	95
Tabla 35	<i>Cuáles de los siguientes scrunchies le gusta más</i>	97
Tabla 36	<i>Estaría dispuesto a pagar un precio adicional por un empaque especial para regalo</i>	98
Tabla 37	<i>Califica la calidad de nuestros productos (scrunchies) marque según su experiencia</i>	99
Tabla 38	<i>Demanda en Unidades</i>	100
Tabla 39	<i>Presupuesto de marketing</i>	127
Tabla 40	<i>Presupuestos anual con proyección a 5 años</i>	128
Tabla 41	<i>Ubicación ideal para Vicky Accesorios</i>	132
Tabla 42	<i>Cantidad de Equipos e Infraestructura</i>	148
Tabla 43	<i>Capacidad de Producción por año</i>	151
Tabla 44	<i>Cuadro de personas para la producción.....</i>	152

Tabla 45 <i>Costos de insumos servicios por proveedor</i>	159
Tabla 46 <i>Proveedores</i>	179
Tabla 47 <i>Proveedor por tipo de producto</i>	181
Tabla 48 <i>Tipo de Almacenamiento</i>	185
Tabla 49 <i>Unidad de transporte</i>	186
Tabla 50 <i>Ruta por distrito y días</i>	188
Tabla 51 <i>Costos por abastecimiento Vicky accesorios</i>	192
Tabla 52 <i>Costos por Almacenamiento Vicky accesorios</i>	192
Tabla 53 <i>Costos por Distribución Vicky accesorios</i>	193
Tabla 54 <i>Cuadro de Cargos de Vicky Accesorios</i>	195
Tabla 55 <i>Funciones según el cargo</i>	198
Tabla 56 <i>Proceso de inducción</i>	202
Tabla 57 <i>Proceso de capacitación</i>	202
Tabla 58 <i>Estrategias de Remuneración</i>	204
Tabla 59 <i>DNI de los socios</i>	214
Tabla 60. <i>Fuente de financiamiento</i>	222
Tabla 61. <i>Flujo de financiamiento neto</i>	222
Tabla 62 <i>Costos Fijos de Vicky Accesorios</i>	223
Tabla 63. <i>Capital de trabajo</i>	225
Tabla 64. <i>Estado de resultados</i>	226

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Encuesta LCV 2014</i>	26
Figura 2 <i>Contaminación que se genera en zona de Gamarra</i>	27
Figura 3 <i>Matriz Bussines Model canvas</i>	31
Figura 4 <i>Tienda Cliente de Vicky Accesorios</i>	33
Figura 5 <i>Foto de la clausura del II curso aprende a emprender 2025</i>	38
Figura 6 <i>Clausura y Premiación II curso aprende a emprender 2025</i>	38
Figura 7 <i>Análisis cinco fuerzas de Porter</i>	46
Figura 8. <i>Mapa Estratégico</i>	60
Figura 9. <i>Indicadores</i>	61
Figura 10 <i>Diagrama Gantt Plan de Acción</i>	61
Figura 11 <i>Scrunchie</i>	68
Figura 12 <i>Gancho Lazo</i>	69
Figura 13 <i>Liga lazo</i>	69
Figura 14 <i>Vinchas</i>	70
Figura 15 <i>Miniscrunchie de regalo por la encuesta</i>	71
Figura 16 <i>Miniscrunchies con las paletas 1</i>	72
Figura 17 <i>Miniscrunchies con las paletas 2</i>	72
Figura 18 <i>Visita la victoria Gamarra para realizar la encuesta</i>	73
Figura 19 <i>Pancarta de Encuesta</i>	74
Figura 20 <i>Personas Encuestadas Muestra 1</i>	74
Figura 21 <i>Personas Encuestadas Muestra 2</i>	75
Figura 22 <i>Personas Encuestadas Muestra 3</i>	75
Figura 23 <i>Personas Encuestadas Muestra 4</i>	76

Figura 24 <i>Personas Encuestadas Muestra 5</i>	76
Figura 25 <i>Personas Encuestadas Muestra 6</i>	77
Figura 26 <i>Total, Encuestados</i>	78
Figura 27 <i>Pregunta Número 1</i>	79
Figura 28 <i>Pregunta Número 2</i>	80
Figura 29 <i>Pregunta Número 3</i>	81
Figura 30 <i>Pregunta Número 4</i>	82
Figura 31 <i>Pregunta Número 5</i>	83
Figura 32 <i>Pregunta Número 6</i>	84
Figura 33 <i>Pregunta Número 7</i>	85
Figura 34 <i>Pregunta Número 8</i>	87
Figura 35 <i>Pregunta Número 9</i>	88
Figura 36 <i>Pregunta Número 10</i>	89
Figura 37 <i>Pregunta Número 11</i>	90
Figura 38 <i>Pregunta Número 12</i>	91
Figura 39 <i>Pregunta Números 13</i>	93
Figura 40 <i>Pregunta Número 14</i>	94
Figura 41 <i>Pregunta Número 15</i>	95
Figura 42 <i>Pregunta Número 16</i>	96
Figura 43 <i>Pregunta Número 17</i>	97
Figura 44 <i>Pregunta Número 18</i>	99
Figura 45 <i>Proyección de Ventas Vicky Accesorios</i>	101
Figura 46 <i>Visita a la tienda en la Victoria</i>	103

Figura 47 <i>Visita a la tienda en la Victoria 2</i>	104
Figura 48 <i>Evidencia de entrevista 4</i>	105
Figura 49 <i>Solicitud de entrevista Sifrah Bijou S.A.C</i>	105
Figura 50 <i>Evidencia de la entrevista 1</i>	108
Figura 51 <i>Evidencia de entrevista 2</i>	109
Figura 52 <i>Evidencia de entrevista 3</i>	109
Figura 53 <i>Mapa de Experiencia del cliente</i>	111
Figura 54 <i>Scrunchies Vicky Accesorios. Perú</i>	113
Figura 55 <i>Variedad de colores de scrunchies 1</i>	114
Figura 56 <i>Variedad de colores de scrunchies 2</i>	115
Figura 57 <i>Logo de la empresa Vicky Accesorios Perú S.A.C</i>	116
Figura 58 <i>Folleto 1</i>	118
Figura 59 <i>Folleto 2</i>	119
Figura 60 <i>Banner Dia de la Madre</i>	119
Figura 61 <i>Sticker para las cajas o bolsas</i>	120
Figura 62 <i>Vales de premios por consumo</i>	121
Figura 63 <i>Gigantografía para Tiendas</i>	121
Figura 64 <i>Página de Facebook 1</i>	122
Figura 65 <i>Página de Facebook 2</i>	122
Figura 66 <i>Página de Facebook 3</i>	123
Figura 67 <i>Página de Instagram 1</i>	123
Figura 68 <i>Página de Instagram 2</i>	124
Figura 69 <i>Página de Instagram 3</i>	124

Figura 70 <i>Página de Instagram 4</i>	124
Figura 71 <i>Página de Tik Tok</i>	125
Figura 72 <i>Imagen referencial de Publicidad 1</i>	125
Figura 73 <i>Premio 1</i>	126
Figura 74 <i>Premio 2</i>	126
Figura 75 <i>Premio 3</i>	126
Figura 76 <i>Ubicación del Negocio - Vicky Accesorios Perú S.A.C</i>	133
Figura 77 <i>Proceso de Producción Vicky Accesorios</i>	134
Figura 78 <i>Proceso producción</i>	137
Figura 79 <i>Taller de Costura 1</i>	138
Figura 80 <i>Taller de Costura 2</i>	138
Figura 81 <i>Taller de Costura 3</i>	139
Figura 82 <i>Taller de Costura 4</i>	140
Figura 83 <i>Recortamos el molde</i>	141
Figura 84 <i>Dibujamos el molde sobre la tela</i>	141
Figura 85 <i>Recortamos la tela según las medidas</i>	142
Figura 86 <i>Procedemos a coser uniendo ambos bordes de la tela</i>	142
Figura 87 <i>Cosemos los laterales de la tela</i>	143
Figura 88 <i>Colocamos el elástico antes de darle vuelta a la tela</i>	143
Figura 89 <i>Le dan vuelta al derecho a la tela</i>	144
Figura 90 <i>Colocan el elástico trencilla</i>	144
Figura 91 <i>Sellan la costura con el logo de la empresa</i>	145
Figura 92 <i>Se limpian los hilos sobrantes</i>	145

Figura 93	<i>Se procede a colocar en sus cajitas o bolsa con el logo de la empresa</i>	146
Figura 94	<i>Se sella la caja con el logo y lista para entregar</i>	146
Figura 95	<i>Producto final</i>	147
Figura 96	<i>Producto final 2</i>	147
Figura 97	<i>Máquina de Coser Recta</i>	149
Figura 98	<i>Máquina Remalladora</i>	149
Figura 99	<i>Máquina de Corte de tela</i>	150
Figura 100	<i>Tiempo de Producción en Unidades</i>	151
Figura 101	<i>Chep list control de calidad</i>	154
Figura 102	<i>Costo de personal primer año</i>	155
Figura 103	<i>Costo de personal segundo año</i>	156
Figura 104	<i>Costo de personal tercer año</i>	156
Figura 105	<i>Costo de personal cuarto año</i>	157
Figura 106	<i>Costo de personal quinto año</i>	158
Figura 107	<i>Costo de insumos</i>	158
Figura 108	<i>Compra de tela Razo 24 metros en diferentes colores</i>	162
Figura 109	<i>Compra de satín con diseño</i>	162
Figura 110	<i>Presupuesto solicitado Elástico trencilla</i>	163
Figura 111	<i>Cotización de Telas satín y Razo 1</i>	164
Figura 112	<i>Cotización de Telas satín y Razo 2</i>	164
Figura 113	<i>Tarjetas de las empresas que venden saldos</i>	165
Figura 114	<i>Cotización de telas Tony textiles 1</i>	166
Figura 115	<i>Cotización de telas Tony textiles 2</i>	166

Figura 116 <i>Producto Cotizado Hilos 1</i>	167
Figura 117 <i>Producto Cotizado Tela 1</i>	167
Figura 118 <i>Producto Cotizado Elástico 1</i>	168
Figura 119 <i>Comprando Saldos para reciclar</i>	168
Figura 120 <i>Comprando tela satín con diseño</i>	169
Figura 121 <i>Cotizando tela Razo</i>	170
Figura 122 <i>Cotizando tela con diseño peruano</i>	171
Figura 123 <i>Cotizando Hilos para reciclar</i>	172
Figura 124 <i>Comprando y Cotizando telas de saldos de Algodón 1</i>	173
Figura 125 <i>Comprando y Cotizando telas de saldos de Algodón 2</i>	174
Figura 126 <i>Comprando y Cotizando telas de saldos de Algodón 3</i>	175
Figura 127 <i>Comprando y Cotizando telas de saldos de Algodón 4</i>	176
Figura 128 <i>Comprando y Cotizando telas de saldos de Algodón 5</i>	177
Figura 129 <i>Costos de servicios</i>	178
Figura 130 <i>Almacén áreas divididas con su respectiva medida</i>	182
Figura 131 <i>Imagen 3D del Taller Vicky Accesorios 1</i>	183
Figura 132 <i>Imagen 3D del Taller Vicky Accesorios 2</i>	183
Figura 133 <i>Plan de Rutas en Mapa</i>	187
Figura 134 <i>Ruta de Lunes Zona 1</i>	188
Figura 135 <i>Ruta de Martes Zona 2</i>	189
Figura 136 <i>Ruta de Miércoles – Zona 3</i>	190
Figura 137 <i>Ruta de Jueves– Zona 2</i>	191
Figura 138 <i>Ruta de Viernes – Otro- Sur</i>	191

Figura 139	<i>Organigrama de Vicky Accesorios</i>	194
Figura 140	<i>Proceso de Gestión Talento Humano de Vicky Accesorios</i>	200
Figura 141	<i>Proceso de Inducción capacitación y evaluación del personal de Vicky accesorios</i>	201
Figura 142	<i>Costo de Personal de Vicky Accesorios</i>	205
Figura 143	<i>Costos proyectados a 5 años</i>	205
Figura 144	<i>Requisitos de constitución de Vicky accesorios</i>	207
Figura 145	<i>Precios de tramites en zona de los Olivos</i>	208
Figura 146	<i>Costos de tramites de Vicky Accesorios</i>	209
Figura 147	<i>Ficha de constitución de empresas</i>	210
Figura 148	<i>Constitución de Sociedad Anónima Cerrada</i>	211
Figura 149	<i>Imagen 2 Solicitud de publicidad registral</i>	212
Figura 150	<i>Búsqueda de Indeces</i>	213
Figura 151	<i>Índice nacional de personas jurídicas</i>	213
Figura 152	<i>Imagen 3 Modelo de Minuta</i>	215
Figura 153	<i>Reserva de nombre de persona jurídica</i>	215
Figura 154	<i>Imagen 5 Registro Único de contribuyentes</i>	216
Figura 155	<i>Ficha Ruc Vicky Accesorios Perú S.A.C</i>	217
Figura 156	<i>Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa</i>	218
Figura 157	<i>Modelo de contrato laboral de Microempresa</i>	218
Figura 158	<i>Solicitud de Registro de Marca INDECOPI</i>	219
Figura 159	<i>Financiamiento Mibanco</i>	221
Figura 160	<i>Costos Variables de Vicky Accesorios</i>	222

Figura 161 <i>Demanda estimada</i>	224
Figura 162 <i>Estado de flujo de caja financiero escenario optimista</i>	227
Figura 163 <i>Estado de flujo de caja económico escenario optimista</i>	228
Figura 164 <i>VAN Financiero</i>	229
Figura 165 <i>TIR</i>	229
Figura 166 <i>Estado de Situación Financiera</i>	231

Índice de Ilustración

Ilustración 1 <i>Cotización 1</i>	235
Ilustración 2 <i>Cotización 2</i>	236
Ilustración 3 <i>Cotización 3</i>	236
Ilustración 4 <i>Cotización 4</i>	237
Ilustración 5 <i>Cotización 5</i>	237
Ilustración 6 <i>Cotización 6</i>	238
Ilustración 7 <i>Cotización 7</i>	238
Ilustración 8 <i>Cotización 8</i>	239
Ilustración 9 <i>Cotización 9</i>	239
Ilustración 10 <i>Cotización 10</i>	240
Ilustración 11 <i>Cotización 11</i>	240
Ilustración 12 <i>Cotización 12</i>	241
Ilustración 13 <i>Focus Group pantallazo 1</i>	241
Ilustración 14 <i>Focus Group pantallazo 1</i>	242
Ilustración 15 <i>Focus Group pantallazo 3</i>	242
Ilustración 16 <i>Focus Group pantallazo 4</i>	243

Ilustración 17 <i>Focus Group pantallazo 5</i>	243
Ilustración 18 <i>Focus Group pantallazo 6</i>	244
Ilustración 19 <i>Focus Group pantallazo 7</i>	244
Ilustración 20 <i>Focus Group pantallazo 8</i>	245
Ilustración 21 <i>Focus Group pantallazo 9</i>	245
Ilustración 22 <i>Focus Group pantallazo 10</i>	246
Ilustración 23 <i>Focus Group pantallazo 11</i>	246
Ilustración 24 <i>Focus Group pantallazo 12</i>	247
Ilustración 25 <i>Focus Group pantallazo 13</i>	247
Ilustración 26 <i>Focus Group pantallazo 14</i>	248
Ilustración 27 <i>Focus Group pantallazo 15</i>	248
Ilustración 28 <i>Focus Group pantallazo 16</i>	249
Ilustración 29 <i>Focus Group pantallazo 17</i>	249
Ilustración 30 <i>Focus Group pantallazo 18</i>	250
Ilustración 31 <i>Focus Group pantallazo 19</i>	250
Ilustración 32 <i>Focus Group pantallazo 20</i>	251
Ilustración 33 <i>Focus Group pantallazo 21</i>	251
Ilustración 34 <i>Focus Group pantallazo 22</i>	252
Ilustración 35 <i>Focus Group pantallazo 23</i>	252
Ilustración 36 <i>Focus Group pantallazo 24</i>	253
Ilustración 37 <i>Focus Group pantallazo 25</i>	253
Ilustración 38 <i>Focus Group pantallazo 26</i>	254
Ilustración 39 <i>Focus Group pantallazo 27</i>	254

Ilustración 40 <i>Focus Group pantallazo 28</i>	255
Ilustración 41 <i>Focus Group pantallazo 29</i>	255
Ilustración 42 <i>Focus Group pantallazo 30</i>	256
Ilustración 43 <i>Focus Group pantallazo 31</i>	256
Ilustración 44 <i>Focus Group pantallazo 32</i>	257
Ilustración 45 <i>Focus Group pantallazo 33</i>	257
Ilustración 46 <i>Focus Group pantallazo 34</i>	258
Ilustración 47 <i>Focus Group pantallazo 35</i>	258

Resumen Ejecutivo

El plan de negocios tiene como finalidad principal la creación de una línea de accesorios capilares sostenibles para la empresa "Vicky Accesorios Perú S.A.C.", utilizando materiales reciclados y ecológicos, Esta propuesta se realiza ante la creciente demanda del mercado por productos eco amigables y éticos en el sector de la moda. Sus scrunchie están dirigidos a un público femenino joven entre 15 a 35 años que busca expresar su estilo individual a través de complementos únicos y atractivos en tendencia. Este proyecto abarca desde la descripción de la idea de negocio hasta la gestión logística y de personal, proporcionando un análisis exhaustivo del mercado, la competencia y las estrategias para alcanzar el éxito. "Vicky Accesorios" se posiciona como una marca emergente con potencial de liderazgo en el mercado de accesorios de moda, destacando por su variedad, calidad y diseños únicos, La estrategia se centra en la calidad, las tendencias y la satisfacción del cliente. Tiene como Visión Brindar a sus clientes, productos cómodos que cumplan con sus necesidades y exigencias, incluyendo sus gustos de acuerdo a su estilo de ver y vivir la vida, buscan contribuir con la disminución de la contaminación del medio ambiente por ello, busca alianzas con empresas textiles con telas como el satín o Razo de calidad pero reciclados de igual manera los hilos, elásticos trencilla y en paralelo con la compra de telas de saldos, por ello se proyecta a vender el primer año S/ 187,840.02 soles generando una utilidad del 18 % con respecto a sus ingresos.