



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**WAWACOOOL
COMERCIALIZACIÓN DE NIDO MULTIFUNAL PORTABLES PARA
BEBÉS**

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

CINTHYA JOSELIN VASQUEZ CLAROS

(0000-0001-5746-7849)

YAZMIN MARISOL VILCHEZ LEÓN

(0000-0003-3753-6610)

Lima – Perú

(2022)

Dedico este proyecto en primer lugar a Dios, a mis padres, a mis abuelas, a mi hermana, a toda mi familia y amigos quienes me apoyaron y alentaron, siendo las personas más importantes en mi vida.

Cintha Joselin Vasquez Claros.

El presente proyecto de investigación lo dedico en primer lugar a Dios por permitirme llegar una vez más hasta esta etapa, a mis padres, mi hijo Gabrielito y a mi esposo quienes son el motor y motivo para seguir creciendo personal y profesionalmente.

Yazmin Marisol Vilchez León.

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	11
Capítulo 1: Definición de Idea de Negocio.....	12
Idea de Negocio	12
Diagnóstico de la Idea de Negocio	13
Justificación de Plan de Negocio	14
Capítulo 2: Diagnóstico del Plan de Negocio	17
Análisis del Micro Entorno	17
Análisis de Macro Entorno	20
Capítulo 3: Planeamiento Estratégico.....	26
Visión.....	26
Misión	26
Valores	26
Matriz FODA	28
Objetivos Específicos Generales.....	29
Estrategia Genérica de Porter.....	30
Cronograma de Actividades.....	31
Capítulo 4: Estudio de Mercado.....	33
Oferta	33
Demanda	34
Capítulo 5: Plan de Comercialización.....	43
Mercado	43
Marketing Mix	45

Formulación Estratégica	50
Proyección de Ventas.....	52
Capítulo 6: Plan Técnico	60
Localización de la Empresa	60
Tamaño del Negocio	61
Necesidades.....	62
Costos.....	74
Proceso de Producción u Operación (Diagrama de Flujo).....	77
Certificaciones Necesarias	83
Impactos en el Medio Ambiente	87
Capítulo 7: Plan Organizacional, Personal y Legal.....	90
Constitución de la Nueva Empresa	90
Obligaciones Tributarias	96
Obligaciones Laborales.....	99
Estructura Organizacional.....	101
Descripción de Funciones	102
Capítulo 8: Planificación Financiera.....	108
Inversiones	108
Ingresos y Egresos	115
Deuda	117
Flujo de Caja	121
Evaluación Económica Y Financiera (VAN, TIR y P.E)	123

Estados Financieros Proyectados	5 127
Conclusiones	130
Recomendaciones	132
Referencias Bibliográficas.....	134
Anexos	138

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Descripción de proveedores.....	18
Tabla 2. Competidores Indirectos	20
Tabla 3. Criterios del distrito enfocado.....	25
Tabla 4. Matriz FODA.....	28
Tabla 5. Análisis de la competencia indirecta	33
Tabla 6. Análisis de competidores potenciales	34
Tabla 7. Cuadro de proyección de la demanda.....	41
Tabla 8. Segmentación de Mercado.....	45
Tabla 9. Definición de colores de la marca.....	47
Tabla 10. Cuadro de estrategia.....	50
Tabla 11. Estudio de Mercado Objetivo	52
Tabla 12. Crecimiento anual del mercado objetivo	52
Tabla 13. Proyección de la demanda objetiva para la venta	54
Tabla 14. Proyección de ventas del año 1	55
Tabla 15. Proyección de ventas del año 2.....	55
Tabla 16. Proyección de ventas del año 3.....	56
Tabla 17. Proyección de ventas del año 4.....	57
Tabla 18. Proyección de ventas del año 5.....	57
Tabla 19. Resumen de proyección de ventas 2023 al 2027	58
Tabla 20. Cuadro de mano de obra directa	73
Tabla 21. Cuadro de mano de obra indirecta	74
Tabla 22. Cuadro de materia prima directa.....	75
Tabla 23. Cuadro del personal de mano de obra directa.....	75
Tabla 24. Cuadro de costos indirectos	76
Tabla 25. Resumen de precio unitario variable	76
Tabla 26. Proceso de preparación de local comercial.....	77
Tabla 27. Proceso de atención al cliente	79
Tabla 28. Proceso de adquisición de producto terminado	81
Tabla 29. Costos de trámites	96
Tabla 30. Definición de las características del Régimen MYPE Tributario.....	97
Tabla 31. Comparativa de beneficios laborales de las empresas	100

Tabla 32. Utilización de capital de trabajo	108
Tabla 33. Capitalización del negocio	108
Tabla 34. Registro de la empresa e inversión inicial	109
Tabla 35. Inversiones en equipos y maquinarias	110
Tabla 36. Inversiones en muebles y enseres	110
Tabla 37. Inversión en equipos de procesamiento de datos	111
Tabla 38. Tablero de resumen de total de inversiones en activos fijos.....	111
Tabla 39. Materia prima directa.....	112
Tabla 40. Presupuesto de mano de obra directa.....	112
Tabla 41. Costos de materiales indirectos.....	112
Tabla 42. Cuadro de gastos administrativos	113
Tabla 43. Gastos de ventas.....	113
Tabla 44. Detalles de flujo de caja.....	114
Tabla 45. Total del capital de trabajo.....	114
Tabla 46. Inversión más capital de trabajo	114
Tabla 47. Proyección de ingresos 2023	115
Tabla 48. Proyección de egresos 2023.....	116
Tabla 49. Resumen de estimación de la utilidad antes de impuestos	116
Tabla 50. Pago de accionistas más capital externo	117
Tabla 51. Financiamiento del banco BBVA	117
Tabla 52. Resumen del cronograma de pagos anuales de financiamiento externo.....	118
Tabla 53. Cronograma completo de pagos anuales de financiamiento externo.....	118
Tabla 54. Resumen de cronograma de pagos anuales de accionistas	120
Tabla 55. TIR y COK.....	121
Tabla 56. Flujo de caja económico y financiero	121
Tabla 57. Flujo de caja económico	122
Tabla 58. Flujo de caja financiero.....	123
Tabla 59. Evaluación económica y financiera	124
Tabla 60. Proyección del VAN y TIR económico	124
Tabla 61. Proyección del VAN y TIR financiero	124
Tabla 62. Punto de equilibrio.....	125
Tabla 63. Punto de equilibrio en unidad	125
Tabla 64. Mg. de contribución unitaria.....	126
Tabla 65. Punto de equilibrio en soles	126

Tabla 66. Estado de situación balance general	127
Tabla 67. Estados de resultados	128

Índice de Figuras

	Pág.
Figura 1. Ejemplo de plagiocefalia postural	16
Figura 2. Feria de emprendedores afectados por la pandemia	21
Figura 3. Digitalización de las empresas	22
Figura 4. Albergues para mujeres maltratadas	23
Figura 5. Obtención de licencia de funcionamiento mediante WhatsApp.....	24
Figura 6. Centro de rehabilitación	27
Figura 7. Cronograma de Actividades WawaCool	31
Figura 8. Porcentaje de familias que tienen infantes de 0 a 2 años.....	35
Figura 9. Porcentaje de preferencia de equipaje para llevar las pertenencias del bebé	36
Figura 10. Porcentaje de preferencia de producto a usar en el descanso del bebé.....	36
Figura 11. Porcentaje de prioridad en el momento de la compra	37
Figura 12. Porcentaje de disposición de compra de nuestro producto.....	37
Figura 13. Porcentaje de tipos de funcionalidades que se puedan añadir al producto final.....	38
Figura 14. Porcentaje de medios de comunicación de preferencia para la promoción del producto nido portable para bebés	38
Figura 15. Porcentaje de tipos de problemas que se pueden resolver con este producto.....	39
Figura 16. Porcentaje de medio de compra del producto final	39
Figura 17. Porcentaje de disposición a pagar por nuestro producto	40
Figura 18. Gráfico de la demanda.....	42
Figura 19. Mercado según características y segmentación	44
Figura 20. Características del marketing mix	45
Figura 21. Logotipo de la marca WawaCool	48
Figura 22. Empaque biodegradable de la marca	48
Figura 23. Distribución directa	49
Figura 24. Gráfico de crecimiento de participación anual	53
Figura 25. Gráfico de la demanda por periodos.....	54
Figura 26. Gráfico de proyección de ventas resumido.....	58
Figura 27. Gráfico de monto de venta anual.....	59
Figura 28. Catastro municipal del distrito enfocado	60
Figura 29. Distribución de almacén	62
Figura 30. Cortadora de telares	62

Figura 31. Mostrador o exhibidor para local comercial.....	63
Figura 32. Estante para local comercial	64
Figura 33. Computadora para control publicitario y comercial	64
Figura 34. Impresora para área administrativa.....	65
Figura 35. Silla giratoria para área administrativa	66
Figura 36. Escritorio para área administrativa	66
Figura 37. POS para área de ventas	67
Figura 38. Mesa de corte para almacén.....	68
Figura 39. Tijeras de metal para área de almacén.....	68
Figura 40. Juego de reglas para área de almacén	69
Figura 41. Tiza sastre para área de almacén	69
Figura 42. Tela bramante blanco de algodón.....	70
Figura 43. Relleno de nido portable para bebés.....	71
Figura 44. Plancha de espuma para nido portable	71
Figura 45. Cierre metálico para nido portable para bebés	72
Figura 46. Tela artesanal para el nido portable.....	72
Figura 47. Broches para nido portable	73
Figura 48. Diagrama de flujo de preparación de local comercial	78
Figura 49. Diagrama de flujo de atención al cliente	80
Figura 50. Diagrama de flujo de adquisición de producto terminado.....	82
Figura 51. Licencia de funcionamiento del distrito enfocado.....	83
Figura 52. Certificado ITSE.....	84
Figura 53. Certificado UNE-ISO/PAS 45005.....	84
Figura 54. Certificado ISO 9001.....	85
Figura 55. Certificado ISO 14001	86
Figura 56. Patente de diseño único	86
Figura 57. Organigrama de la empresa WawaCool	102

Resumen Ejecutivo

WawaCool es un plan de negocio para la comercialización de nidos portables para bebés para cuidar y prevenir las deformaciones craneales, está dirigido a las mamás con nivel socioeconómico B y C del distrito de Santiago de Surco y aledaños.

Haciendo un estudio del micro entorno, se identificaron que los poderes de negociación los cuales nos favorecen, ya que nuestro producto será un modelo recién visto en el mercado. Para el análisis del macro entorno, realizaremos ayuda social, nuestra empresa ira de la mano con la tecnológico, tendremos un empaque ecológico y legalmente se patentará el diseño.

Nuestra visión es ser la mejor empresa del rubro manufacturero de productos para bebés, como misión es la comercialización de nidos portables, brindando comodidad y cuidado a los infantes, como valores son la responsabilidad social, ambiental, calidad e innovación. Nuestra estrategia genérica es la Diferenciación y culminando nuestro proyecto en 89 días.

Nuestra competencia indirecta son las empresas POTITOS, Baby Infanti y Kukuli; y nuestros competidores potenciales son Chicco, Ebaby y Jhonson & Jhonson, para la obtención de información se realizó una encuesta cualitativa de 10 preguntas y así definir nuestra proyección de la demanda.

De un total de 6,12,300 mujeres en Lima Metropolitana, nuestro mercado objetivo es de 22.460 definiéndolas por distrito, rango de edad, NSE y aceptación del 72%. El nombre de la marca surge de “Wawa” que es bebé en quechua y “Cool” por la reacción de algunos entrevistados; teniendo de colores al turquesa, blanco y gris; producto que ofrece calidad con empaque biodegradable; el precio del producto será de S/. 110.00. Teniendo un beneficio costo de S/25.50, siendo aceptable, ya que el producto tiene una lenta rotación.

Nuestro local de ventas es de 120m², cuenta con 4 zonas y un aforo total de 13 personas. Teniendo como maquinaria a la cortadora de tela industrial ya que se subcontratará el servicio de costura, 11 equipos o muebles y 6 insumos de materia prima. Como mano de obra directa solo se contará con el personal de corte y supervisor control de calidad, cumpliendo con las certificaciones necesarias para poner en marca nuestro negocio.

Los indicadores del VAN económico y financiero dieron como resultado el valor monetario positivo de S/221,187.30 y S/93,932.20 respectivamente. También el TIR financiero económico y financiero, dando como valor porcentual positivo de 71.02% y 84.03%, esto representa que el plan de negocio es rentable para los inversionistas.