



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Liptusana
Laminas portátiles de jabón natural

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

Rufino Nieves, Milene Dayanna

(0000-0001-8419-9456)

Zeña Yarango, Katty Lizet

(0000-0002-4137-2201)

**Lima – Perú
2022**

DEDICATORIA:

Dedico este trabajo a mi padre que está en el cielo, y a mi madre por todo su apoyo, confianza y amor incondicional que me brinda día a día, sin ella esto no hubiese sido posible.

Milene Rufino.

Este trabajo realizado se lo dedico a Dios, mi madre y hermano que ustedes más que nadie conoce el sacrificio que existe detrás de este logro y son quienes me han dado la fuerza en todo este proceso para terminar mi proyecto.

Katty Zeña.

AGRADECIMIENTOS:

Agradezco a Dios por permitirme llegar a culminar una de mis metas, a mi familia por su apoyo incondicional, pese a las adversidades que se vinieron presentando en el camino, nunca dejaron de confiar en mí; así mismo agradecer al profesor Carlos Mateo por su gran aporte de conocimiento y sabiduría, ya que sin el esto no hubiese sido posible.

Milene Rufino.

Agradezco a Dios y la Virgen María, a mi familia que siempre me han dado su apoyo incondicional en este largo camino y compartieron lo caótico que era estudiar y trabajar al mismo tiempo. A mi compañera Milene Rufino por su compromiso en todo este proceso que hemos realizado, a mis docentes del curso SIDET por su paciencia y dedicación para concluir mi proyecto de manera exitosa.

Katty Zeña.

RESUMEN:

Liptusana, es un proyecto de producción y comercialización de láminas portátiles de jabón natural. Debido a la coyuntura que estamos viviendo hemos podido observar la gran necesidad y oportunidad de negocio con un producto en el sector de higiene personal y protección de la salud, siendo una gran tendencia en el nivel socio económico B y C en el distrito de Ate Vitarte.

El uso de estas láminas de jabón no tiene intervención de componentes químicos, son a base de productos naturales, teniendo un doble beneficio el de hidratar las manos y además evitar la propagación de las bacterias.

Se realizó un estudio de mercado en base a la concientización y el beneficio que genera el hacer uso de este producto, teniendo bastante aceptación en el distrito de Ate Vitarte del NSE B y C siendo muy accesible al poder adquirirlo.

Gestionando la investigación de lo que se necesita para el inicio del proyecto, se contará con dos lugares para desarrollarlo, siendo Huaycán donde se realizará la elaboración y Ate Vitarte lugar que nos facilitará la distribución del producto.

Realizando los estudios financieros por la gran aceptación en nuestro mercado objetivo, nuestro emprendimiento indica ser viable para cualquier socio que decida invertir en nuestro proyecto, por lo mismo que representa rentabilidad en nuestros años proyectados.

TABLA DE CONTENIDO

1.	CAPÍTULO: RESUMEN EJECUTIVO	8
2.	CAPÍTULO: DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	10
2.1.	IDEA DEL NEGOCIO	10
2.2.	DIAGNÓSTICO DE LA IDEA DE NEGOCIO	10
2.3.	JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....	11
3.	CAPÍTULO: DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	12
3.1.	ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	12
3.1.1.	Poder de negociación con los clientes	12
3.1.2.	Rivalidad entre competidores.....	13
3.1.3.	Poder de negociación de los proveedores	13
3.1.4.	Poder de productos sustitutos	14
3.2.	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	15
3.2.1.	Social.....	15
3.2.2.	Tecnológico:	16
3.2.3.	Ecológico	17
3.2.4.	Legal	18
4.	CAPITULO: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	18
4.1.	VISIÓN.....	19
4.2.	MISIÓN.....	19
4.3.	VALORES:	19
4.4.	MATRIZ FODA	20
4.5.	OBJETIOS ESTRATÉGICOS GENERALES:.....	20

4.6.	ESTRATEGICA GENÉRICA DE PORTER	22
4.7.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (GANTT)	22
5.	CAPÍTULO: ESTUDIO DE MERCADO	22
5.1.	OFERTA	22
5.2.	DEMANDA DE INVESTIGACIÓN.....	23
5.2.1.	Objetivo:.....	24
5.2.2.	Metodología	24
5.2.3.	Resultado de la muestra.....	24
5.2.4.	Proyección de demanda	29
6.	CAPÍTULO: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	30
6.1.	MERCADO.....	30
6.2.	MARKETING MIX	33
6.3.	FORMULACIÓN ESTRATEGICA.....	37
6.4.	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	39
7.	PLAN TÉCNICO:	45
7.1.	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	45
7.1.1.	Local de producción (Elaboración).....	46
7.1.2.	Local de comercialización (Venta).....	47
7.2.	TAMAÑO DEL NEGOCIO	48
7.3.	NECESIDADES	50
7.4.	COSTOS.....	52
7.5.	PROCESO DE PRODUCCIÓN U OPERACIÓN	54
7.6.	CERTIFICACIONES NECESARIAS	60

7.7.	IMPACTOS DE MEDIO AMBIENTE	62
8.	CAPÍTULO: LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	63
8.1.	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	63
8.2.	OBLIGACIONES.....	65
8.2.1.	Régimen Tributario.....	65
8.2.2.	Régimen Laboral.....	67
8.3.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	68
8.4.	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.....	69
8.4.1.	Funciones del gerente general	69
8.4.2.	Departamento Administrativo	69
8.4.3.	Departamento Comercial	70
8.4.4.	Departamento de Producción:	71
9.	CAPÍTULO: PLANIFICACIÓN FINANCIERA	72
9.1.	INVERSIONES	72
9.2.	INGRESOS Y EGRESOS.....	76
9.3.	DEUDA (Cuadro de amortización).....	77
9.4.	FLUJO DE CAJA (Económico y financiero).....	80
9.5.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA (VAN, TIR, P.E)	82
9.6.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS:	84
	CONCLUSIONES	86
	RECOMENDACIONES	87

1. CAPÍTULO: RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro proyecto de titulación presentado es con la finalidad de crear y poner en marcha nuestro emprendimiento el cual se dedicará al rubro de producción y comercialización de jabones en laminas, teniendo una gran acogida en el nivel socio económico B y C del distrito de Ate Vitarte, gestionándose así un plan de negocio con la finalidad de que sea viable.

Siendo una gran estrategia para evitar los contagios de enfermedades debido a la coyuntura que estamos viviendo, brindando practicidad al poder usarlo, además de ser elaborado con productos naturales, que no requiere uso del agua.

Considerando que el consumo de productos de aseo personal ha incrementado, lo cual ha reflejado que las personas tomen conciencia sobre el cuidado de la salud y el medio ambiente, sobre todo debido a la coyuntura, por ello hemos optado por cumplir con todos los aspectos legales y así poder generar confianza por parte del cliente al momento de adquirir nuestro producto.

Nuestra visión al 2027 es posicionar nuestra marca en el distrito de Ate Vitarte, donde al plasmar nuestra matriz FODA nos ha permitido poder identificar las diferentes estrategias para superar nuestras debilidades y amenazas, ya que nuestros objetivos tienen el fin de lograr una rentabilidad del 20%.

Realizando un análisis de nuestra competencia indirecta, a través de nuestra encuesta realizada a nuestro público objetivo nos ha permitido identificar las diferentes preferencias y prioridades para poder generar estrategias; y así poder cumplir y satisfacer las expectativas de nuestra segmentación.

Hemos podido identificar más a fondo sobre nuestro público objetivo a través de nuestra segmentación de mercado abarcando diferentes criterios, lo cual nos permitió realizar nuestra proyección de ventas. Además, nos ha permitido plasmar nuestra creatividad en la elaboración del nombre y logo de nuestra marca.

Nuestros locales donde se realizará la elaboración y comercialización de nuestro producto contarán con las licencias y permisos que gestionaremos en la Municipalidad de Ate Vitarte. Considerándose las diferentes necesidades para la elaboración de nuestro proyecto como los insumos, maquinarias al igual que nuestros costos directos e indirectos.

El tipo de empresa que estamos eligiendo es una SAC (Sociedad Anónima Cerrada) y por ser nuevos en el mercado optamos por el régimen MYPE tributario.

Finalmente, nuestra capitalización será cubierta con un 70% por parte de las socias y un 30% por la entidad bancaria, siendo que para realizar el cálculo del cronograma de pago a los accionistas es con la tasa COK (Costo de Oportunidad de Capital) lo cual se llegó a determinar un 24%, obteniendo un VAN y TIR positivo, por ende, podemos indicar que nuestro proyecto es viable.