



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y  
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“RECUPRENDA”**

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

**LLUEN VIVANCO, MARYSOL ANSICE**

(Código 0000-0002-0693-9321)

**SÁNCHEZ SOLÍS, NAYELY**

(Código 0000-0001-7000-4216)

**LIMA - PERÚ**

**2022**

## TABLA DE CONTENIDOS

<b><i>CAPITULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO</i></b>	<b><u>12</u></b>
<b>1.1 IDEA DE NEGOCIO</b>	<b><u>12</u></b>
<b>1.2 DIAGNOSTICO DE LA IDEA DE NEGOCIO</b>	<b><u>13</u></b>
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO</b>	<b><u>14</u></b>
<b><i>CAPITULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO</i></b>	<b><u>15</u></b>
<b>2.1 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO</b>	<b><u>15</u></b>
2.1.1 Poder de negociación de los clientes	<u>15</u>
2.1.2 Poder de negociación con los proveedores	<u>15</u>
2.1.3 Amenaza de nuevos entrantes	<u>16</u>
2.1.4 Amenaza de productos sustitutos	<u>16</u>
2.1.5 Rivalidad entre competidores	<u>17</u>
<b>2.2 ANÁLISIS MACROENTORNO</b>	<b><u>18</u></b>
2.2.1 Político	<u>18</u>
2.2.2 Económico	<u>19</u>
2.2.3 Social	<u>19</u>
2.2.4 Ecológico	<u>20</u>
2.2.5 Legal	<u>21</u>
<b><i>CAPITULO III PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO</i></b>	<b><u>22</u></b>
<b>3.1 MISIÓN</b>	<b><u>22</u></b>
<b>3.2 VISIÓN</b>	<b><u>22</u></b>
<b>3.3 VALORES</b>	<b><u>22</u></b>

<b>3.4 MATRIZ FODA</b>	<b>23</b>
<b>3.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES</b>	<b>24</b>
<b>3.6 ESTRATEGIA GENÉRICA DE PORTER</b>	<b>25</b>
<b>3.7 DIAGRAMA DE GANTT</b>	<b>26</b>
<b><i>CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO</i></b>	<b>27</b>
<b>4.1 ESTUDIO DE OFERTA</b>	<b>27</b>
4.1.1 Análisis de la competencia	27
4.1.2 Competidores potenciales	27
<b>4.2 ESTUDIO DE LA DEMANDA</b>	<b>28</b>
4.2.1 Objetivo	28
4.2.2 Metodología	28
4.2.3 Cuestionario	29
4.2.4 Proyección de la demanda	34
<b><i>CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN</i></b>	<b>35</b>
<b>5.1 MERCADO</b>	<b>35</b>
<b>5.2 MARKETING MIX</b>	<b>37</b>
5.2.1 Producto	37
5.2.2 Plaza	40
5.2.3 Precio	42
5.2.4 Promoción	43
<b>5.3 FORMULACIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>44</b>
<b>5.4 PROYECCIÓN DE VENTAS</b>	<b>45</b>

<b>CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO</b>	<b>51</b>
6.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	51
6.2 TAMAÑO DEL NEGOCIO (CAPACIDAD INSTALADA)	53
6.3 NECESIDADES	55
6.4 COSTOS (DIRECTOS E INDIRECTOS)	59
6.5 PROCESO DE PRODUCCIÓN U OPERACIÓN (DIAGRAMA DE FLUJO)	61
6.6 CERTIFICACIONES NECESARIAS	67
6.7 IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE	69
<b>CAPITULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, PERSONAL Y LEGAL</b>	<b>72</b>
7.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	72
7.1.1 Gestión	74
7.1.2 Permisos	76
7.1.3 Costos	76
7.2 OBLIGACIONES (TRIBUTARIAS Y LABORALES)	76
7.2.1 Régimen tributario	76
7.2.2 Régimen laboral	80
7.2.3 Impuesto a la renta	79
7.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	82
7.3.1 Organigrama	83
7.4 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	84
<b>CAPITULO VIII. PLANIFICACIÓN FINANCIERA</b>	<b>95</b>

<b>8.1 INVERSIONES</b>	<b>95</b>
<b>8.2 INGRESOS Y EGRESOS</b>	<b>101</b>
<b>8.3 DEUDA (CUADRO DE AMORTIZACIÓN)</b>	<b>102</b>
<b>8.4 FLUJO DE CAJA (ECONÓMICO Y FINANCIERO)</b>	<b>105</b>
8.4.1 Flujo de caja económico	106
8.4.2 Flujo de caja financiero	106
<b>8.5 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA (VAN TIR Y P.E)</b>	<b>107</b>
8.5.1 Van y Tir económico:	107
8.5.2 Van y tir financiero:	107
8.5.3 Punto de equilibrio:	108
<b>8.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS (Estado de situación financiera y Estado de Resultados)</b>	<b>110</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>116</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	<i>Diferencia con competidores</i> .....	14
<b>Tabla 2</b>	<i>Diferencia con competidores</i> .....	14
<b>Tabla 3</b>	<i>Lista de proveedores</i> .....	15
<b>Tabla 4</b>	<i>Amenaza productos sustitutos</i> .....	16
<b>Tabla 5</b>	<i>Competidores sustitutos</i> .....	17
<b>Tabla 6</b>	<i>Competidores</i> .....	17
<b>Tabla 7</b>	<i>Análisis FODA</i> .....	23
<b>Tabla 8</b>	<i>Cronograma de actividades</i> .....	26
<b>Tabla 9</b>	<i>Análisis de la competencia</i> .....	27
<b>Tabla 10</b>	<i>Competidores potenciales</i> .....	27
Tabla 11:	Proyección de crecimiento poblacional .....	34
<b>Tabla 12</b>	<i>Diseño de distribución</i> .....	42
<b>Tabla 13:</b>	Resultados de la encuesta con respecto al precio .....	42
<b>Tabla 14</b>	<i>Formulación estratégica</i> .....	44
<b>Tabla 15</b>	<i>Proyección del mercado objetivo</i> .....	45
<b>Tabla 16</b>	<i>Resultados de encuesta "Frecuencia de compra"</i> .....	47
Tabla 17:	Proyección de objetivos de ventas .....	47
Tabla 18:	Capacidad de aforo .....	54
Tabla 19:	Proceso de selección .....	62
Tabla 20:	Proceso de confección de polos .....	64
Tabla 21:	Proceso de atención al cliente .....	66
Tabla 22:	Características de la Sociedad Anónima Cerrada .....	72

Tabla 23: Repartición del porcentaje .....	73
Tabla 24: Detalle de abono de capital.....	75
Tabla 25:Detalle costo de constitución del negocio .....	76
Tabla 26:Características del Régimen MYPE TRIBUTARIO .....	77
Tabla 27: Detalle puesto junta general de accionistas .....	84
Tabla 28: Detalle puesto gerente general.....	85
Tabla 29: Detalle del puesto de gerente de operaciones .....	86
Tabla 30: Detalle del puesto de jefe de producción .....	87
Tabla 31: Detalle del puesto de modista.....	88
Tabla 32: Detalle del puesto de cortadora.....	89
Tabla 33: Detalle del puesto de costurera.....	90
Tabla 34: Detalle del puesto de bordadora .....	91
Tabla 35: Detalle de puesto de administrador.....	92
Tabla 36: Detalle del puesto de asistente administrativo.....	93
Tabla 37: Detalle del puesto de asistente contable .....	94
Tabla 38: Resumen de inversión total del proyecto.....	95
Tabla 39: Estructura de financiamiento y capital propio .....	95
Tabla 40: Inversión detallada inicial.....	96
Tabla 41: Inversión detallada de maquinarias y equipos .....	96
Tabla 42: Inversión detallada de equipos y muebles de oficina .....	97
Tabla 43: Capital de trabajo resumido .....	100
Tabla 44: Inversión + Capital .....	100
Tabla 45: Estimación de utilidad del primer año .....	101

Tabla 46: Aportes de capital .....	102
Tabla 47: Cronograma de pagos a entidad bancaria .....	103
Tabla 48: Cuotas de pago a accionistas .....	104
Tabla 49: Flujo de caja económico proyectado .....	106
Tabla 50: Flujo de caja financiero proyectado.....	106
Tabla 51:Proyección, precio y costo por polo .....	108
Tabla 52:Porcentaje de participación por polo .....	108

## **ÍNDICE DE FIGURA**

<b>Figura 1.</b> <i>Resultados de mercado</i> .....	35
---	----

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto con todo mi amor y cariño a mi abuela y a mi padre Javier por su amor y su apoyo en todo momento, por su sacrificio y esfuerzo para poder darme una carrera profesional para mi futuro.

A mi abuelo Gregorio, aunque no está físicamente con nosotros, pero sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía para que todo salga bien.

A mi amiga Gaby que estuvo apoyándome de una u otra manera para poder culminar con el logro de mis objetivos.

A mi amigo Segundo por su motivación constante y por estar siempre presente durante estos años apoyándome incondicionalmente.

Lluen Vivanco, Marysol Ansice

En Primer lugar, dedico este trabajo a mi amado dios todo poderoso por que el me dio fuerzas para seguir adelante a pesar de todas las circunstancias que pase, a mis padres que siempre estuvieron a mi lado guiándome y apoyándome para no rendirme y seguir adelante.

Sánchez Solís, Nayely

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme guiado y dado la fortaleza de seguir adelante Agradezco también a mi asesor que gracias a su ayuda pude culminar con este proyecto de tesis, a mis familiares por su apoyo y a todos aquellos que siguen estando cerca de mí.

Lluen Vivanco, Marysol Ansice

Agradezco a dios por permitirme alcanzar uno de mis sueños más en mi vida, a mis padres por el impulso que me dieron día a día porque yo sé que sin el apoyo de nuestro señor y de mis padres no se estaría haciendo hecho realidad mis sueños también agradezco a nuestro asesor Carlos Mateo por cada paso que nos brindó por la paciencia y el tiempo que se tomaba para poder asesorarnos, a mi compañera Marysol por el gran equipo que formamos juntas para poder lograr nuestro objetivo.

Sánchez Solís, Nayely

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente el mercado de prendas reutilizables en el rubro de venta para bebés y pequeños está muy reducido en solo poder brindar calidad o reducir costos para generar precios bajos. Pero no se piensa en que existen mayores necesidades que van fuera de la misma necesidad del consumidor, sino que se condensa en el impacto positivo que se pueda generar al trabajar un modelo de negocio positivo para este rubro.

Ante todo, surge Recuprenda, un modelo de negocio que considera un aporte al medio ambiente siendo una idea oportuna para este rubro. Debido a la factibilidad del proyecto por la reutilización y fácil adquisición de los recursos para hacer los productos.

El público objetivo seleccionado luego de las investigaciones realizadas comprende a ciudadanos de Chiclayo entre los 18 y 55 años de los Niveles Socioeconómicos B y C, que una nueva alternativa de poder comprar prendas para los pequeños del hogar con conciencia ambiental y social.

La proyección de la demanda se realizó a partir de un estudio de mercado y concluyó que es bastante positivo el resultado, dado que el último Reporte de Inflación del BCR del 2021, estableciera que después de la recuperación de la economía, entre el 2023 y el 2026.

La proyección de ventas anuales es positiva para el proyecto. Luego de establecidas las principales estrategias de mercado, se ha llegado a la conclusión de que no exista pérdida, en todo momento.

Finalmente, tomando en cuenta la evaluación de la viabilidad comercial y financiera a través de las investigaciones realizadas, la empresa cuenta con la capacidad económica para responder con sus obligaciones y tiene la capacidad de generar un rendimiento sobre el patrimonio.