INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ECONOVA: TEJIDOS A CROCHET CON DISEÑOS DE CULTURAS PERUANAS

TRABAJO DE APLICACIÓN PROFESIONAL PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL TÉCNICO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA

FLOR GARCIA LABAN

(0009-0003-0134-8084)

MICHELLE GIANELLA GOMEZ TORRES

(0009-0008-4600-0424)

Lima – Perú

2026

Dedicatoria

Dedicamos este informe a nuestras familias, por su amor y apoyo incondicional, a nuestros docentes, por su guía constante y a nosotros mismos, por el esfuerzo, la dedicación y el trabajo en equipo que hicieron posible este logro.

Índice General

Resumen Ejecutivo **11**
Introducción **12**
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio **13**
Objetivo 13
Objetivo Específico 13
Descripción de la Idea de Negocio 13
Propuesta de Valor 14
Matriz Business Model Canvas *15*
Detalle de la matriz Business Model Canvas *15*
Capítulo II: Análisis Interno y Externo **20**
Factores que Determinan el Éxito 20
Organización 20
Matriz de los Factores Internos MEFI 21
Análisis PESTEL 24
Factores legales y políticos *24*
Factores financieros y económicos *25*
Factores sociales, culturales y demográficos *27*
Factores tecnológicos y científicos *28*
Factores ambientales y ecológicos *29*
Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter 30
Poder de negociación con los clientes *30*
Poder de negociación con los proveedores *32*
Amenaza de los productos o servicios sustitutos *34*
Amenaza de entrada de nuevos competidores *35*
Rivalidad de los competidores actuales *36*
Grado de atracción de la industria o sector *37*
Matriz de los Factores Externos MEFE 38
Capítulo III: Planteamiento Estratégico **42**
Misión 42

Visión 42
Valores 42
Objetivo Estratégico 42
FODA 43
Fortalezas *43*
Debilidades *44*
Amenazas *45*
Oportunidades *46*
Estrategia FO *46*
Estrategia DO *47*
Estrategia FA *47*
Estrategia DA *47*
Matriz FODA 48
Ventaja Competitiva 48
El Mapa Estratégico 49
Indicadores para Medir las Estrategias 50
Diagrama de Gantt 51
Capítulo IV: Análisis de Mercado 52
Análisis de Mercado 52
Mercado meta *52*
Prototipo para la encuesta *53*
Método de investigación *54*
Muestra *54*
Conformación y tamaño de muestra *54*
Resultados de la encuesta *55*
Estimación de la Demanda 62
Demanda en unidades *62*
Proyección de ventas *63*
Capítulo V: El Plan de Marketing 64
Variables de Segmentación del Consumidor 64
Mapa de Experiencia del Cliente 65
Marketing Mix 66

Estrategia del producto o servicio *66*
Estrategia de precio *66*
Estrategia de distribución y canales de venta *67*
Estrategia de comunicación integral *68*
Costos del Marketing 69
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas 70
Selección de la Ubicación del Negocio 70
Proceso de Producción del Producto o Servicio 71
Plan de Producción 73
Equipos e infraestructura *73*
Tiempo de producción *74*
Capacidad de producción *75*
Número de personas necesarias para la producción *76*
Diagrama de procesos *78*
Gestión de Calidad 80
Costo de las Operaciones Productivas 82
Capítulo VII: La Gestión Logística 86
Gestión de las Compras 86
Identificación de los proveedores *86*
Método de control de inventarios *87*
Gestión del Almacenamiento 87
Diseño de almacén *88*
Método de almacenamiento *88*
Gestión de la Distribución 89
Determinación de las unidades de transporte *90*
Plan de rutas *90*
Costo de la Gestión Logística 91
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales 93
Requerimiento de los Cargos 93
Funciones y Responsabilidades 93
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal 99
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal 101

Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal 102
Costo del Personal 103
Requisitos para Constitución del Negocio 103
Costos de Constituir el Negocio 104
Capítulo IX: Plan Financiero 105
Consideraciones Iniciales 105
Financiamiento de la Inversión 106
Estructura de Costos 108
Costos variables 108
Costos fijos 112
Proyección de Ventas 115
Análisis del Punto de Equilibrio 116
Inversión y el Capital de Trabajo 117
Estados Financieros 119
Evaluación Financiera 121
Conclusiones y Recomendaciones 125
Referencias Bibliográficas 129
Anexos 132

Índice Tablas

Tabla 1 *Socios de la organización* 20

Tabla 2 *Matriz MEFI* 23

Tabla 3 *Factores políticos y legales* 25

Tabla 4 *Factores financieros y económicos* 27

Tabla 5 *Factores sociales, culturales y demográficos* 28

Tabla 6 *Factores tecnológicos y científicos* 29

Tabla 7 *Factores ambientales y ecológicos* 30

Tabla 8 *Poder de negociación con los clientes* 31

Tabla 9 *Poder de negociación de proveedores* 33

Tabla 10 *Amenaza de sustitutos* 34

Tabla 11 *Amenaza de entrantes* 35

Tabla 12 *Rivalidad de competidores* 36

Tabla 13 *Grado de atracción de la industria o sector* 37

Tabla 14 *Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)* 40

Tabla 15 *Mercado meta* 52

Tabla 16 *Mercado efectivo* 62

Tabla 17 *Estimación de la demanda* 62

Tabla 18 *Proyección de ventas* 63

Tabla 19 *Costos de marketing* 69

Tabla 20 *Comparativo de localización del local de producción* 70

Tabla 21 *Comparativo de localización del local de ventas y distribución* 71

Tabla 22 *Maquinaria y equipos de producción* 74

Tabla 23 *Fases del proceso de producción* 75

Tabla 24 *Capacidad de producción mensual* 75

Tabla 25 *Capacidad de producción anual* 76

Tabla 26 *Personal de producción* 77

Tabla 27 *Sueldo del personal anual* 82

Tabla 28 *Proyección del sueldo del personal* 83

Tabla 29 *Costo de insumos* 83

Tabla 30 *Proyección del costo de insumos* 84

Tabla 31 *Costo de servicios* 84

Tabla 32 *Proyección del costo de servicios* 85

Tabla 33 *Proveedores* 86

Tabla 34 *Método de almacenamiento* 89

Tabla 35 *Costo de abastecimiento* 91

Tabla 36 *Costo de almacenamiento* 91

Tabla 37 *Costo de distribución* 92

Tabla 38 *Costo del personal administrativo* 103

Tabla 39 *Costos de constituir el negocio* 104

Tabla 40 *Fuente de financiamiento* 106

Tabla 41 *Tasas de las Entidades Financieras* 107

Tabla 42 *Flujo de financiamiento neto* 108

Tabla 43 *Resumen de costos variables* 109

Tabla 44 *Costo del personal de operaciones* 109

Tabla 45 *Proyección del costo del personal de operaciones* 110

Tabla 46 *Costo de materia prima* 110

Tabla 47 *Proyección del costo de materia prima* 110

Tabla 48 *Costo de servicios* 111

Tabla 49 *Proyección del costo de servicios* 111

Tabla 50 *Costo de abastecimiento* 112

Tabla 51 *Costo de almacenamiento* 112

Tabla 52 *Costo de distribución* 112

Tabla 53 *Resumen de costos fijos* 113

Tabla 54 *Costo de personal administrativo* 113

Tabla 55 *Costo de servicios de apoyo* 114

Tabla 56 *Costos de marketing* 115

Tabla 57 *Demanda estimada* 116

Tabla 58 *Proyección de ventas* 117

Tabla 59 *Cuadro resumen de inversion inicial* 118

Tabla 60 *Inversión inicial* 118

Tabla 61 *Capital de trabajo* 119

Tabla 62 *Estado de resultados* 120

Tabla 63 *Estado de flujo efectivo* 121

Tabla 64 *Resumen de flujo de caja* 122

Tabla 65 *Resultados del VAN y TIR* 123

Tabla 66 *Periodo de recuperación de capital tomando en cuenta el COK* 123

Tabla 67 *Periodo de recuperación de capital tomando en cuenta el WACC* 124

Índice Figuras

Figura 1 *Matriz Bussines Model Canvas* 15

Figura 2 *Matriz FODA* 48

Figura 3 *Mapa estratégico* 49

Figura 4 *Indicadores* 50

Figura 5 *Diagrama* 51

Figura 6 *Mapa de experiencia del estudiante* 65

Figura 7 *Flujo del producción* 73

Figura 8 *Diagrama de procesos* 78

Figura 9 *Flujo de distribución* 90

Figura 10 *Organigrama* 93

Resumen Ejecutivo

En el presente plan de negocio evaluamos la viabilidad de Econova S.A.C., un negocio dedicado al diseño, producción y comercialización de colchas y prendas textiles tejidos a crochet inspirados en culturas peruanas, dirigido a un mercado urbano de nivel económico medio a bajo, y a turistas interesados en productos con identidad cultural.

Promoveremos nuestro producto a través de las redes sociales, las cuales servirán como nuestro principal canal de ventas, acompañado de nuestra página web oficial. También participaremos en ferias artesanales y colaboraciones con influencers para la promoción de nuestros tejidos. Para la elaboración de nuestros tejidos tenemos una línea de producción que cuenta con control de calidad para garantizar que no haya errores y para la distribución optamos por contratar a una empresa de Delivery para hacer llegar nuestro producto a los clientes.

Para el desarrollo de este proyecto se requiere una inversión inicial que proyecta ingresos crecientes desde el segundo año, demostrando una alta rentabilidad que se respalda en la diferenciación cultural y artesanal, donde lo que nos diferencia de los demás negocios es la combinación de diseño contemporáneo e identidad cultural.

Palabras clave: Identidad cultural; artesanal; calidad; diversidad; negocio; técnicas artesanales; mercado; diseño peruano.