



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

“Empresa de servicios de alquiler de un nuevo diseño de baños portátiles
para eventos en Lima Metropolitana”

Plan de Negocio para optar el Título de:

Licenciado en Administración de Empresas;
Bachiller Espinoza Romucho, Enrique Miguel

Licenciada en Administración de Empresas;
Bachiller Huamán López, María Cristina

Lima – Perú

2016

DEDICATORIA

A nuestra familia, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante brindada, por fomentar en nosotros el deseo de superación, pero especialmente, por el amor que nos dan.

AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias, por el constante apoyo brindado a lo largo de nuestra carrera profesional, en especial a nuestros padres, que se preocupan por darnos siempre lo mejor y son fuente de energía cuando lo necesitamos.

A nuestros profesores, por los conocimientos y experiencias brindadas en clases y en asesorías, las cuales han hecho posible la realización del presente Plan de Negocios.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
DESCRIPCIÓN	17
CAPITULO 1 - ESTUDIO DE MERCADO	18
1.1. Descripción de la Idea de Negocio	18
1.1.1. Equipo de trabajo	18
1.2. Objetivos del estudio de mercado.....	19
1.2.1. Objetivo General	19
1.2.2. Objetivos Específicos	19
1.3. Identificación del mercado objetivo	20
1.3.1 Perfil del Usuario	20
1.3.2. Metodología para la Segmentación de Mercado.....	21
1.3.3. Tamaño de la muestra, encuestas piloto y general	25
1.3.4. Proceso estadístico de los resultados e interpretación	32
1.4. Estudio de la demanda, análisis cuantitativo y cualitativo	34
1.4.1. Información histórica	35
1.4.2. Proyección de la demanda con información primaria (métodos de proyección)	35
1.4.3. Factores Estacionales	36
1.5. Estudio de la oferta, análisis cuantitativo y cualitativo	36
1.5.1. Identificación y análisis de la competencia.....	36
1.5.2. Productos sustitutos y complementarios	40
1.5.2.1. Productos Sustitutos	40
1.5.2.2. Productos Complementarios.....	43
1.5.3. Análisis de los precios.....	47
1.5.3.1. Factores que influyen en los precios del negocio	47
1.5.3.2. Fijación del precio de Mercado	54
1.6 Balance Demanda – Oferta	55
1.6.1. Cálculo de la demanda potencial insatisfecha	56
1.6.2. Proyección de las ventas y participación de Mercado	58

CAPITULO 2 – PLAN DE MARKETING	59
2.1. Plan de Marketing	59
2.1.1. Visión	59
2.1.2. Misión.....	59
2.1.3. Objetivos	59
2.1.3.1. Objetivo General.....	59
2.1.3.2. Objetivos Específicos	59
2.1.4. Valores.....	60
2.1.5 Planeamiento Estratégico.....	61
2.1.6 Diagnóstico	66
2.2. Estrategia general de Marketing	68
2.2.1. Producto o Servicio	68
2.3. Política de Precios	70
2.4. Tácticas de Venta	72
2.5. Política de Servicios y Garantía	72
2.6. Publicidad y Promoción.....	72
2.7. Diseño de la cadena de comercialización, fundamentos técnicos.....	74
 CAPITULO 3: PLAN DE PRODUCCIÓN.....	 79
3.1. Costo de Producción	79
3.1.1 Costos de Fabricación	79
3.1.2. Costos Administrativos.....	82
3.1.3 Costos de Distribución	84
3.1.4. Gasto de Ventas	85
3.1.6. Proyección del consumo.....	86
3.1.7. Depreciación.....	99
3.1.8. Procedimiento para hallar el Precio de Venta	101
 CAPITULO 4 - ORGANIZACIÓN.....	 104
4.1 Organización	104

4.1.1 Tipo de sociedad.....	104
4.1.2 MYPES	104
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	106
4.2.1 DEBERES DE UNA EMPRESA.....	107
4.3 DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN.....	112
4.3.1 Estudio de la Organización	112
4.4 Puestos y funciones Principales	115
4.4.1 Estructura salarial.....	117
CAPITULO 5 – PRESUPUESTOS, INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	118
5.1. Presupuestos – Inversión - Financiamiento.....	118
5.1.1. Presupuesto Operativo.....	118
5.1.2. Presupuesto Financiero	132
5.1.3. Presupuesto Maestro	133
5.2. Estructura de la Inversión.....	134
5.2.1. Inversión Tangible	134
5.2.3. Capital de Trabajo	138
5.3. Financiamiento de la Inversión	138
5.3.1. Evaluación de las fuentes de financiamiento	138
5.3.2. Estructura del financiamiento	139
5.3.3. Cuadro de servicio de la deuda	139
CAPITULO 6 – EVALUACIÓN FINANCIERA y SENSIBILIZACIÓN	144
6.1. Evaluación financiera del negocio	144
6.1.1 Estado de Resultados	144
6.1.2 Análisis de Estado de Resultados por ratios	145
6.1.3 Flujo de caja de efectivo	148
6.1.4 Flujo de caja económico / financiero.....	149
6.1.5 Estado de Situación Financiera	149
6.2. Herramientas de evaluación	156
6.2.1. Valor actual neto y Tasa de retorno	159

6.2.2. Ratio beneficio-costo y Payback	160
6.3. Identificación de las variables para sensibilizar	161
6.3.1. Definición de los escenarios	162
6.3.2. Análisis cualitativo de los resultados	163
CONCLUSIONES	164
RECOMENDACIONES	165
BIBLIOGRAFIA	166
ANEXOS	169

ÍNDICE DE TABLAS

▪ Tabla Nº 1: Segmentación Geográfica	21
▪ Tabla Nº 2: Segmentación Demográfica	21
▪ Tabla Nº 3: Ingreso familiar por NSE mensual	22
▪ Tabla Nº 4: NSE Distribución.....	22
▪ Tabla Nº 5: Segmentación Psicográfica.....	24
▪ Tabla Nº 6: Encuesta Piloto.....	25
▪ Tabla Nº 7: Mercado Objetivo Insatisfecho de la Muestra	32
▪ Tabla Nº 8: Consumo Per-Cápita (Cpc)	33
▪ Tabla Nº 9: Proyección de Demanda	34
▪ Tabla Nº 10: Meses de atención del servicio de baños	35
▪ Tabla Nº 11: Estructura de drenaje.....	48
▪ Tabla Nº 12: Productos a utilizar	50
▪ Tabla Nº 13: Productos a utilizar	51
▪ Tabla Nº 14: Productos a utilizar	51
▪ Tabla Nº 15: Demanda y Oferta expresados en población	53
▪ Tabla Nº 16: Demanda y Oferta expresados en unidades	54
▪ Tabla Nº 17: Cálculo de la demanda insatisfecha	55
▪ Tabla Nº 18: Proyección de la demanda 2017-2021	56
▪ Tabla Nº 19: Variables de la demanda	56
▪ Tabla Nº 20: Matriz Foda	61
▪ Tabla Nº 21: Matriz EFI	62
▪ Tabla Nº 22: Matriz EFE	63
▪ Tabla Nº 23: Diferenciación de Costos.....	68
▪ Tabla Nº 24: Política de Precio.....	69
▪ Tabla Nº 25: Punto de Equilibrio.....	69
▪ Tabla Nº 26: Costo de implementación Feria Nacional.....	71
▪ Tabla Nº 27: Costos de materia prima	75
▪ Tabla Nº 28: Otros costos de materia prima.....	76

▪ Tabla N° 29: Costos de mano de obra directa	77
▪ Tabla N° 30: Costos de mano de obra indirecta	77
▪ Tabla N° 31: Costos Indirectos de Fabricación.....	78
▪ Tabla N° 32: Costos de equipos administrativos	79
▪ Tabla N° 33: Costos de muebles de oficina.....	79
▪ Tabla N° 34: Costos Mano de Obra.....	80
▪ Tabla N° 35: Costos Indirectos.....	80
▪ Tabla N° 36: Costos de distribución.....	81
▪ Tabla N° 37: Costos Mano de Obra.....	81
▪ Tabla N° 38: Costos Mano de Obra.....	81
▪ Tabla N° 39: Otros Costos.....	82
▪ Tabla N° 40: Consumo de Servicio anual	82
▪ Tabla N° 41: Porcentaje de Depreciación	83
▪ Tabla N° 42: Depreciación Maquinaria y Equipo	83
▪ Tabla N° 43: Depreciación de Equipos.....	84
▪ Tabla N° 44: Depreciación de Mobiliario	84
▪ Tabla N° 45: Depreciación de Otros Bienes	84
▪ Tabla N° 46: Depreciación Acumulada	85
▪ Tabla N° 47: Costo Indirectos de Fabricación	85
▪ Tabla N° 48: Costo Indirectos de Fabricación	86
▪ Tabla N° 49: Costo Unitario de Producción	86
▪ Tabla N° 50: Costo Unitario de Producción	87
▪ Tabla N° 51: Proyección de Ingresos	87
▪ Tabla N° 52: Características de una PYME	88
▪ Tabla N° 53: Niveles de Venta Anual	89
▪ Tabla N° 54: Pasos para constitución de la empresa	90
▪ Tabla N° 55: Porcentaje de Impuesto a la Renta	91
▪ Tabla N° 56: Porcentaje de Impuesto a los Dividendos	91
▪ Tabla N° 57: Porcentaje Tributos Municipales.....	92

▪ Tabla N° 58: Cuotas de Arbitrios.....	93
▪ Tabla N° 59: Estructura Salarial	99
▪ Tabla N° 60: Identificación de Costos de mano de obra	100
▪ Tabla N° 61: Identificación materiales indirectos	101
▪ Tabla N° 62: Gastos de Fabricación	102
▪ Tabla N° 63: Gastos de Activos Intangibles.....	102
▪ Tabla N° 64: Identificación de los Gastos de Administración.....	103
▪ Tabla N° 65: Identificación de los Gastos de Ventas.....	103
▪ Tabla N° 66: Identificación de Costos de materia prima e Insumos.....	104
▪ Tabla N° 67: Identificación de Costos de materia prima e Insumos.....	104
▪ Tabla N° 68: Identificación de Costos de mano de obra	105
▪ Tabla N° 69: Identificación materiales indirectos	105
▪ Tabla N° 70: Activos Intangibles	106
▪ Tabla N° 71: Identificación de los Gastos de Administración.....	106
▪ Tabla N° 72: Identificación de los Gastos de Administración.....	107
▪ Tabla N° 73: Identificación de Costos de materia prima e Insumos.....	107
▪ Tabla N° 74: Identificación de Costos de materia prima e Insumos.....	108
▪ Tabla N° 75: Identificación materiales indirectos	109
▪ Tabla N° 76: Identificación de los Gastos de Administración.....	110
▪ Tabla N° 77: Identificación de los Gastos de Administración.....	110
▪ Tabla N° 78: Identificación de Costos de materia prima e Insumos.....	111
▪ Tabla N° 79: Identificación de Costos de materia prima e Insumos.....	111
▪ Tabla N° 80: Identificación de Costos de mano de obra	112
▪ Tabla N° 81: Identificación materiales indirectos	112
▪ Tabla N° 82: Identificación materiales indirectos	113
▪ Tabla N° 84: Identificación de los Gastos de Administración.....	113
▪ Tabla N° 83: Identificación de los Gastos de Administración.....	114
▪ Tabla N° 85: Identificación de los Ingresos	114
▪ Tabla N° 86: Identificación de los Egresos	115

▪ Tabla Nº 87: Proyección de las Ventas 2017 – 2021	115
▪ Tabla Nº 88: Clasificación de costos proyectado 2017 – 2021	116
▪ Tabla Nº 89: activos tangibles – maquinaria y equipo	116
▪ Tabla Nº 90: Activos Fijos tangibles – Equipos de Oficina	117
▪ Tabla Nº 91: Activos Fijos tangibles – Muebles de Oficina.....	117
▪ Tabla Nº 92: Activos Fijos tangibles – Otros Activos	118
▪ Tabla Nº 93: Activos Intangibles	119
▪ Tabla Nº 94: Activos Fijos tangibles – Otros Activos	120
▪ Tabla Nº 95: Opciones de financiamiento en bancos	120
▪ Tabla Nº 96: Inversión Total Año 2017	121
▪ Tabla Nº 97: Estructura de capital	121
▪ Tabla Nº 98: Detalles de la operación financiera	121
▪ Tabla Nº 99: Cronograma de pagos	122
▪ Tabla Nº100: Inversión Total Año 2018	123
▪ Tabla Nº 101: Estructura de capital	123
▪ Tabla Nº 102: Inversión Total Año 2019	123
▪ Tabla Nº 103: Estructura de capital	124
▪ Tabla Nº 104: Inversión Total Año 2020	124
▪ Tabla Nº 105: Estructura de capital	124
▪ Tabla Nº 106: Inversión Total Año 2021	124
▪ Tabla Nº 107: Estructura de capital	125
▪ Tabla Nº 108: Resumen del Financiamiento del 2018 – 2021.....	125
▪ Tabla Nº 109: Estado de Resultados proyectado del año 2017 – 2021 (Nuevos Soles)	126
▪ Tabla Nº 110: Proyección de la tasa del impuesto a la renta	126
▪ Tabla Nº 111: Margen de Utilidad Bruta proyectado 2017 – 2021	127
▪ Tabla Nº 112: Margen de Utilidad Operativa proyectado 2017 – 2021	128
▪ Tabla Nº 113: Margen de Utilidad Neta proyectado 2017 – 2021	129
▪ Tabla Nº 114: Flujo de caja efectivo proyectado 2017 – 2021 (Nuevos Soles)	130
▪ Tabla Nº 115: Flujo de caja económico proyectado 2017- 2021 (Nuevos Soles)	131

▪ Tabla N° 116: Estado de Situación Financiera proyectado 2017- 2021 (Nuevos Soles)	132
▪ Tabla N° 117: Liquidez corriente proyectado 2017 – 2021	133
▪ Tabla N° 118: Prueba Acida proyectado 2017 – 2021	134
▪ Tabla N° 119: ROE proyectado 2017 – 2021	135
▪ Tabla N° 120: ROI proyectado 2017 – 2021	136
▪ Tabla N° 121: ROA proyectado 2017 – 2021	137
▪ Tabla N° 122: Formula Beta	138
▪ Tabla N° 123: Formula Beta	139
▪ Tabla N° 124: Calculo del COK	140
▪ Tabla N° 125: Valor del COK	140
▪ Tabla N° 126: Valor del WACC	140
▪ Tabla N° 127: Flujo de caja económico	141
▪ Tabla N° 128: Calculo del Van	141
▪ Tabla N° 129: Calculo del TIR	141
▪ Tabla N° 130: Flujo de caja financiero	141
▪ Tabla N° 131: Cálculo del TIR y VAN del proyecto	142
▪ Tabla N° 132 : Ratio beneficio costo con el flujo caja económica	142
▪ Tabla N° 133: Ratio beneficio costo con el flujo caja financiero	143

ÍNDICE DE FIGURAS

▪ Figura N° 1: Baños Vipper.....	35
▪ Figura N° 2: Baños Vipper.....	36
▪ Figura N° 3: Baños Ancro.....	38
▪ Figura N° 4: Diseño de Espejo.....	42
▪ Figura N° 5: Diseño de Jabonera.....	43
▪ Figura N° 6: Diseño de Papelera.....	43
▪ Figura N° 7: Estructura de Semirremolque.....	45
▪ Figura N° 8: Trailer.....	46
▪ Figura N° 9: Estructura de Container.....	47
▪ Figura N° 10: Fijación y estructura de la plataforma.....	47
▪ Figura N° 11: Diseño de los baños.....	49
▪ Figura N° 12: Utensilios para el acabado.....	49
▪ Figura N°13: Logotipo de la Marca.....	67
▪ Figura N° 14: Mapa del departamento de Lima Metropolitana.....	74

ÍNDICE DE GRAFICOS

▪ Gráfico N° 1: Resultados de la encuesta piloto.....	31
▪ Gráfico N° 2: Margen de utilidad bruta proyectado 2017 – 2021.....	127
▪ Gráfico N° 3: Margen de utilidad operativa proyectado 2017 – 2021	128
▪ Gráfico N° 4: Margen de utilidad neta proyectado 2017 – 2021	129
▪ Gráfico N° 7: ROE proyectado 2017 – 2021	133
▪ Gráfico N° 6: Prueba Acida Proyectado 2017 – 2021.....	134
▪ Gráfico N° 7: ROE proyectado 2017 – 2021	135
▪ Gráfico N° 8: ROI proyectado 2017 – 2021.....	136
▪ Gráfico N° 9: ROI proyectado 2017 – 2021	137
▪ Gráfico N° 10: SEXO	151
▪ Gráfico N° 11: Porcentaje de edad	152
▪ Gráfico N° 12: Usted alguna vez asistió a algún evento?	153
▪ Gráfico N° 13: ¿A qué tipo de eventos suele recurrir?	154
▪ Gráfico N° 14: ¿Con que frecuencia usted asiste a un evento?	155
▪ Gráfico N° 15: ¿Usa usted los servicios del baño portátil cuando asiste a los eventos?	156
▪ Gráfico N° 16: ¿Conoce usted que empresas brindan este servicio de baños portátiles? .	157
▪ Gráfico N° 17: ¿Cómo califica el servicio de los baños portátiles?.....	158
▪ Gráfico N° 18: ¿Cuánto tiempo espero para hacer uso de los baños portátiles?.....	159
▪ Gráfico N° 19: ¿Cómo califica la limpieza de los baños portátiles?	160
▪ Gráfico N° 20: ¿Que no le gustó de este servicio de baños portátiles?	161
▪ Gráfico N° 21: ¿Qué más te gustaría encontrar en el baño?	162
▪ Gráfico N° 22: ¿Cuantas veces asistes al baño en un evento?.....	163
▪ Gráfico N° 23: ¿Qué tiempo te toma utilizar el baño?	164
▪ Gráfico 24: ¿Qué servicio complementario te gustaría utilizar mientras esperas baño?...	165
▪ Gráfico N° 25: ¿Qué importante consideras tener un baño diferenciado en eventos?	166
▪ Gráfico N° 26: ¿Que olor de jabón de manos te gustaría encontrar en baños portátiles? .	167
▪ Gráfico N° 27: ¿Qué color te gustaría que sea la decoración?.....	168
▪ Gráfico N° 28: ¿En lo general consideras seguros los servicios de los baños portátiles?...	169
▪ Gráfico N° 29: Si en la pregunta anterior marcaste SI, porque?	170
▪ Gráfico N° 30: El uso inadecuado de los baños portátiles en algunos casos se debe a:	171
▪ Gráfico N° 31: ¿Le gustaría un personal de mantención para los baños portátiles?	172

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de negocio surgió a medida de una gran necesidad en las personas de Lima Metropolitana cuando asisten a los diferentes eventos dentro de la sociedad que cuenten con estos servicios de baños portátiles, el negocio consiste en la creación de un nuevo diseño de baños portátiles para generar una sensación de satisfacción en los usuarios ya que nuestro diseño contara con una mejoría en los aspectos de infraestructura, hacer sentir al usuario como si estuvieran en los servicios de sus hogares.

CleanToi como empresa que ha sido formada tiene la ventaja de contar con alianzas estratégicas para llegar de una manera más sencilla a la mente del consumidor, cuenta con baños para personas con discapacidades ya incorporadas y la facilidad para su desplazamiento.

El servicio consta de dos ambientes tanto para hombres como mujeres bien acondicionadas y diferenciadoras para un público objetivo sofisticado. Las razones por las que se ha encontrado atractiva la idea de negocios, es decir, las razones por las que se ha considerado como una oportunidad de negocio es que hoy en día las personas cuidan mucho su higiene personal y buscan también que los servicios higiénicos sean favorables para evitar las diferentes enfermedades y/o malos olores.

Para lo que vamos a necesitar de inversión es una fuerte cantidad pero con el transcurso de los años podremos recuperarlo, también hemos obtenido financiamiento de bancos para poder mínimo nuestro capital de trabajo.

Como se puede apreciar en la información detallada del Plan de Negocios, es un proyecto rentable, en el cual se tendrá que trabajar arduamente durante el primer año de vida del negocio, para poder obtener un porcentaje considerables de utilidades netas.