



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ  
FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS

“Fabricación y comercialización de piletas hechas de fibra de vidrio en la  
ciudad de Lima”

Plan de negocio para optar el título de

Licenciada en Administración de Empresas;

Bachiller Coronel Chuquillanqui, Leslye Eneida

Licenciada en Administración de Empresas;

Bachiller Lopez Trucios; Cinthia Angela

Licenciado en Administración Banca y Finanzas;

Bachiller Reyes Galindo, Jean Christian

LIMA, Perú

2015

CODIGO 2015-14-2

## DEDICATORIA

Primero que nada a Dios por habernos permitido llegar a este momento tan simbólico de nuestras vidas, por todos los triunfos y momentos difíciles que nos han enseñado a valorar cada día más, a nuestros padres por habernos brindando su apoyo incondicional y habernos dado esta gran herencia que es nuestra carrera y habernos realizado como profesionales. A nuestros profesores que a lo largo de nuestra carrera siempre estuvieron guiándonos y brindándonos su apoyo así como la sabiduría que nos transmitieron en el desarrollo de nuestra formación profesional.

## AGRADECIMIENTO

A nuestros asesores que nos guiaron para poder realizar nuestro plan de negocio de la manera más correcta, al profesor Hans Burmester por habernos ofrecido su incondicional apoyo y asesoramiento aún sin haber estado sujeto a ello y habernos dado siempre ánimos para la continuidad de este proyecto.

## INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	10
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPITULO 1 - ESTUDIO DE MERCADO .....	13
1.1. Descripción de la Idea de Negocio .....	13
1.1.1. Equipo de trabajo .....	14
1.2. Objetivos del estudio de mercado.....	14
1.3. Identificación del mercado objetivo.....	15
1.3.1. Perfil del consumidor .....	19
1.3.2. Metodología para la segmentación de mercado .....	24
1.3.3 Tamaño de la muestra, encuesta piloto y general.....	26
1.4. Estudio de la demanda .....	36
1.4.1. Información Primaria.....	36
1.4.2. Proyección de la demanda con información primaria (métodos de proyección) .....	39
1.5. Estudio de la oferta, análisis cuantitativo y cualitativo .....	40
1.5.1. Identificación y análisis de la competencia .....	40
1.5.2. Productos sustitutos y complementarios .....	42
1.5.3. Análisis de los precios.....	43
1.5.3.1. Factores que influyen en los precios del negocio .....	43
1.5.3.2. Fijación del precio de Mercado .....	45
1.6. Balance Demanda-Oferta.....	45
1.6.1. Proyección de las ventas. ....	46
CAPITULO 2: PLAN DE MARKETING .....	49
2.1 Plan de Marketing .....	49
2.1.1. Estratégica general de marketing .....	52
2.1.2. Política de precios .....	56
2.1.3. Tácticas de venta .....	56
2.1.4. Política de servicios y garantía .....	57
2.1.5. Publicidad y promoción .....	57
2.1.6. Diseño de la cadena de comercialización, fundamentos técnicos .....	62
3.2. Análisis de la estructura del capital social .....	66
3.3. Diseño de la organización.....	66
3.3.1 Modelo de organización:.....	66

3.3.2. Organigrama.....	67
3.4. Requerimiento de recurso humano .....	67
3.4.1. Estructura salarial.....	73
CAPITULO 4: PLAN OPERATIVO .....	74
4.1 Concepto .....	74
4.2 Distribución de la planta .....	78
CAPITULO 5: PRESUPUESTOS, INVERSION Y FINANCIAMIENTO .....	81
5.1. Presupuesto .....	81
5.1.1. Presupuesto Operativo.....	81
5.1.2. Presupuesto Financiero .....	99
5.1.3 Presupuesto Maestro .....	104
5.2 Estructura de la Inversión.....	106
5.2.1 Inversión tangible.....	106
5.2.2 Inversión Intangible.....	107
5.2.3 Capital de Trabajo .....	108
5. 3 Financiamiento .....	115
5.3.1 Evaluación de las fuentes de financiamiento. ....	116
5.3.2 Estructura del Financiamiento.....	116
5.3.3 cuadro de Servicio de la Deuda .....	118
5.3.4. Preparación de los EE.FF.....	119
CAPITULO 6: EVALUACION FINANCIERA Y SENSIBILIZACION .....	121
6.1 Evaluación Financiera del negocio.....	121
6.2 Herramientas de evaluación.....	123
6.2.1 COK.....	123
6.2.2. Valor actual neto y Tasa de retorno .....	123
6.2.3. Ratio beneficio-costo.....	124
6.2.3.1Ratio Beneficio/Costo.....	124
6.2.3.2B/C.....	124
6.2.3.3 Indicador .....	124
6.3. Identificación de las variables para sensibilizar .....	124
6.3.1. Definición de los escenarios .....	124
6.3.2. Análisis cualitativo de los resultados .....	126
CAPITULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	127

7.1 CONCLUSIONES .....	127
7.2 RECOMENDACIONES .....	128
ANEXOS.....	130

## INDICE DE TABLAS

Tabla N°01 Niveles socioeconómicos por Zona de Lima Metropolitana. ....	16
Tabla N°02 Distritos donde compran más Adornos en Fibra de Vidrio.....	18
Tabla N°03 Análisis de la selección del Mercado Objetivo.....	19
Tabla N°04 Porcentaje del nivel socioeconómico por Zona.....	19
Tabla N°05 Tipos de vivienda según NSE.....	20
Tabla N°06 Distribucion de los gastos mensuales por nivel socioeconómico.....	21
Tabla N°07 Perfil por nivel socioeconómico.....	23
Tabla N°08 Características Geográficas de La Zona 6 y La Zona 7.....	25
Tabla N°09 Descripción del precio de la demanda y el volumen de venta en el mercado .....	37
Tabla N°10 Demanda de los últimos 5 años de piletas en fibra de vidrio.....	38
Tabla N°11 Demanda de los últimos 5 años. ....	39
Tabla N°12 Demanda proyectada hasta el 2020. ....	40
Tabla N°13 Proveedores.....	42
Tabla N°14 Costo y Precio de cada modelo de Pileta.....	45
Tabla N°15 Proyección de las ventas.....	46
Tabla N°16 Cálculo de la demanda insatisfecha.....	46
Tabla N° 17 Matriz EFE - Evaluación de Factores Externos.....	53
Tabla N°18 Puntuación.....	54
Tabla N°19 Matriz EFE - Evaluación de Factores Externos.....	54
Tabla N°20 Matriz FODA.....	55
Tabla N°21 Producto .....	56
Tabla N°22 Resumen de estrategias.....	61
Tabla N°23 Constitución de empresa-costos.....	65
Tabla N°24 Capital.....	66
Tabla N°25 Administrador.....	68
Tabla N°26 Ventas.....	69
Tabla N°27 Operativo .....	70
Tabla N°28 Operario.....	71
Tabla N°29– Proceso de Fabricación .....	77
Tabla N°30 – Presuuesto ventas .....	81
Tabla N°31 – Precio de los productos .....	82
Tabla N°32 – Pileta de león .....	82

Tabla N°33 Pileta de cántaro .....	83
Tabla N°34 Pileta con gruta .....	83
Tabla N°35 Pileta de serpiente .....	84
Tabla N°36 Pileta de doble leon .....	84
Tabla N°37 Presupuesto de Materia Prima del Primer Año.....	85
Tabla N°38 Presupuesto de Materia Prima del Segundo Año .....	86
Tabla N°39 Presupuesto de Materia Prima de los tres últimos Años .....	87
Tabla N°40 Presupuesto de Materia de Obra y Costo Indirecto de Fabricación en el Primer Año.....	88
Tabla N°41 Presupuesto de Materia de Obra y Costo Indirecto de Fabricación en el Segundo Año.....	89
Tabla N°42 Presupuesto de Materia de Obra y Costo Indirecto de Fabricación en los tres últimos Años .....	90
Tabla N°43 Presupuesto de Gastos Administrativos en el primer Año.....	91
Tabla N°44 Presupuesto de Gastos Administrativos en el Segundo Año.....	92
Tabla N°45 Presupuesto de Gastos Administrativos en los tres últimos Años .....	93
Tabla N°46 - Presupuesto Operativo 2016 .....	94
Tabla N°47 Presupuesto Operativo 2017 .....	96
Tabla N°48 - Presupuesto Operativo 2018,2019 Y 2020.....	98
Tabla N°49 Presupuesto Financiero 2016 .....	99
Tabla N°50 Presupuesto Financiero 2017 .....	101
Tabla N°51 Presupuesto Financiero 2018, 2019 Y 2020 .....	103
Tabla N°52 Presupuesto MAESTRO .....	104
Tabla N°53 - Inversion Tangible.....	106
Tabla N°54 : Resumen de la Inversión Tangible .....	107
Tabla N°55 Resumen de la Inversión Inangible .....	107
Tabla N°56 Capital de trabajo.....	109
Tabla N°57 Resumen de la inversión .....	110
Tabla N°58 Estructura de capital .....	115
Tabla N°59 Datos de la Modalidad de Crédito.....	116
Tabla N°60 cronograma de Pago .....	117
Tabla N°61 Cuadro de servicio de la deuda.....	118
Tabla N°62 Estado De Situación Financiera .....	119
Tabla N°63 Estado De Resultados .....	120



Tabla N°64 Flujo De Caja Económico- Financiero.....	121
Tabla N°65 COK Y WACC.....	123
Tabla N°66 Valor Actual Neto Económico y Financiero .....	123
Tabla N°67 Tasa de Retorno Económico y Financiero .....	124
Tabla N°68 Variación del precio Venta .....	125
Tabla N°69 Resumen de los escenarios .....	126

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico N° 01: Precios de los adornos en Fibra de Vidrio. ....	17
Grafico N° 02: Adquisición de piletas según el Nivel Socioeconómico por Tamaño .....	18
Grafico N° 03. Demanda de adornos en el Centro Comercial Galería Central.....	38
Grafico N° 04 Proyección de la demanda.....	39
Grafico N°05 Árbol de la demanda insatisfecha .....	47
Grafico N° 06 Resumen De La Inversión Intangible.....	107
Grafico N° 07 Gastos de Puesta en Marcha.....	108
Grafico N° 08 Materiales.....	110
Grafico N° 09 Resumen de La Inversión.....	111

## RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra idea de negocio que tiene por nombre MOLDEAR S.A.C se basa en la fabricación y comercialización de piletas a base de fibra de vidrio en Lima-Perú, es por ello que mediante el análisis e investigación que realizaremos se podrá alcanzar resultados beneficiosos para poder entrar en el mercado que hemos, fijado de esta forma cubrir la necesidad insatisfecha que existe.

El presente documento es un Plan de negocio que tiene por enfoque principal el departamento de Lima que envuelven los niveles socioeconómicos A y B, a través de la correcta aplicación de los puntos que haremos mención posteriormente y que se detallaran para la mejora de este producto tanto en su calidad, estructura y precio.

Este Plan de negocio consta de los siguientes capítulos que se mencionan, a continuación:

El primer capítulo, el **ESTUDIO DE MERCADO** comprende los puntos de la descripción de la Idea de Negocio, objetivos del estudio de mercado, Identificación del mercado objetivo, Estudio de la demanda y oferta, análisis cuantitativo y cualitativo y el Balance Demanda-Oferta.

El segundo capítulo, el **PLAN DE MARKETING** comprende los puntos como el Plan de Marketing que contiene las Estrategia general de Marketing, Política de Precios, Tácticas de Venta, Política de Servicios y Garantía, Publicidad, Promoción, el Diseño de la cadena de comercialización y fundamentos técnicos.

El tercer capítulo, que vendría a ser **ORGANIZACIÓN** ya que nosotros no exportamos, este capítulo comprende los puntos de Personería jurídica de la sociedad, Análisis de la estructura del capital social, Diseño de la organización, Organigrama, Requerimiento de recurso humano y la Estructura salarial.

El cuarto capítulo viene a ser **PLAN OPERATIVO**, que comprende un concepto general al término propio y la distribución de nuestra planta.

El quinto capítulo comprende **PRESUPUESTOS, INVERSION Y FINANCIAMIENTO** que encierra los puntos de Presupuestación, Estructura de la Inversión y Financiamiento de la Inversión.

El sexto y último capítulo comprende **EVALUACION FINANCIERA y SENSIBILIZACION** y detalla los puntos Evaluación financiera del negocio, Herramientas de evaluación e Identificación de las variables para sensibilizar. También dentro de este capítulo se mostrará la **RENTABILIDAD** del negocio, con este plan de negocio se pretende superar las 600 unidades mensuales en los 5 primeros años, asegurando una rentabilidad promedio anual mínima para el inversionista de 21.09%. Estos aportes fueron capaces

---

de generar un valor actual neto de S/. 360017.20 y contribuyendo a un crecimiento promedio de 150% anuales en la utilidad. Estos aportes han permitido generar por cada sol de estos ingresos 0.38 centavos de utilidad.