



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

“Bella for me”

Trabajo de investigación para optar el grado de
Bachiller en Administración de Empresas

Integrantes:

Alba Alvaro, Maria Camila
Zevallos Laupa, Melany Gredda
Cucho Pacheco, Elizabeth Rosario
Encarnacion Arias, Della Paola

LIMA- PERÚ

2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ANEXO 6
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER por Antonio Ramos Lira

Fecha: _25___/_07___/2020

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Antonio Ramos Lira

En el curso de:

Business Plan

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

BELLA FOR ME

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
100029416	Alba Alvaro Maria Camila	milaka.009t49@gmail.com	969074526
100024889	Zevallos Laupa Melany Gredda	melanyzevalloslaupa@gmail.com	983541553
100031509	Cucho Pacheco Elizabeth Rosario	rosaeli.9911@gmail.com	981561413
100030836	Encarnacion Arias Della Paola	dpaolaea@gmail.com	995263437

 Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Empresas** en la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100029416	Alba Alvaro Maria Camila	Aprobado (18)	Desaprobado (Nota)

 *Este documento debe ser enviado por correo electrónico a smezab@cientifica.edu.pe

100024889	Zevallos Laupa Melany Gredda	Aprobado (18)	Desaprobado (Nota)
100031509	Cucho Pacheco Elizabeth Rosario	Aprobado (18)	Desaprobado (Nota)
100030836	Encarnacion Arias Della Paola	Aprobado (18)	Desaprobado (Nota)
		Aprobado (Nota)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Antonio Ramos Lira

Revisar que toda la información este
CORRECTA y COMPLETA, caso
contrario será de responsabilidad del
**ALUMNO LA DENEGACIÓN AL
REGISTRO DEL TRABAJO, AL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

*Este documento debe ser enviado por correo electrónico a smezab@cientifica.edu.pe

Índice general

Índice general	2
Índice de figuras.....	5
Índice de tablas.....	7
Índice de anexos	8
Resumen ejecutivo.....	9
Introducción	10
CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA	12
1. Presentación de la Empresa	12
2. Descripción de la idea de negocio y la oportunidad	13
2.1. Oportunidad	13
2.2. Descripción de la idea de negocio	14
3. Validación de la solución	15
4. Responsabilidad Social	17
CAPITULO II: PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	18
1. Análisis del entorno	18
1.1. Político.....	18
1.2. Económico:	18
1.3. Social	19
1.4. Tecnológico.....	20
1.5. Ecológico	21
1.6. Conclusiones del análisis PESTEL	22
2. Análisis FODA.....	23
3. Análisis de la Industria – 5 fuerzas de Porter	24
3.1. Rivalidad entre los competidores	24
3.2. Rivalidad entre competidores	24
3.3. Nuevos entrantes.....	25
3.4. Poder de negociación de los proveedores	25
3.5. Amenazas de los productos sustitutos.....	26
4. Modelo de Negocios Cavas y propuesta de valor	27

5.	Objetivos Estratégicos.....	28
CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING		30
1.	Objetivos de Marketing.....	30
2.	Análisis de la competencia:	30
3.	Mezcla de Marketing.....	34
4.	Estrategia de producto o servicio	35
4.1.	Beneficio del producto:.....	35
4.2.	Líneas de producto de Bella For Me:	36
4.3.	Packing	37
5.	Estrategia de Precio	38
6.	Estrategia de distribución o plaza	39
7.	Actividades de publicidad:.....	40
7.1.	Cupones:.....	41
7.2.	Sorteos:	41
7.3.	Programa de fidelización:.....	42
8.	Estrategia de servicio al cliente o postventa	43
9.	Posicionamiento	45
CAPITULO IV: PLAN DE OPERACIONES		47
1.	Objetivos de operaciones.....	47
2.	Actividades previas al inicio de la producción	48
2.1.	Diseño y prueba del producto	48
2.2.	Aspectos técnicos	49
2.3.	Determinación de la ubicación	53
2.4.	Diseño y distribución de las instalaciones.....	54
3.	Proceso de producción del bien o servicio	56
3.1.	Proceso productivo	56
3.2.	Estándares de calidad	56
CAPITULO V: PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....		58
1.	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación de personal	58
1.1.	Reclutamiento	58
1.2.	Selección.....	59
1.3.	Contratación (pretensiones salariales en la etapa inicial).....	59
2.	Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal	60

2.1.	Estrategia de inducción:	60
2.2.	Estrategia de capacitación:.....	60
2.3.	Estrategia de evaluación del personal:	61
3.	Estrategias de motivación y desarrollo del personal	62
3.1.	Programa de formación continua	62
3.2.	Programa de reconocimiento.....	63
3.3.	Comunicación efectiva	64
4.	Políticas de remuneraciones y compensaciones	66
CAPITULO VI: PLAN FINANCIERO		68
1.	Supuestos y políticas financieras	68
1.1.	Supuestos	68
1.2.	Políticas Financieras.....	68
2.	Plan de Ventas	69
3.	Análisis de Costos.....	71
3.1.	Costo de mano de obra por producto.....	72
3.2.	Costo indirecto de fabricación.....	72
3.3.	Determinación del precio.....	73
4.	Punto de Equilibrio.....	73
4.1.	Gráfico del punto de equilibrio por combo	74
5.	Inversión Inicial	76
6.	Capital de Trabajo	78
7.	Fuentes de financiamiento	79
7.1.	Préstamo	80
8.	Proyección de flujo de caja.....	81
9.	Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa.	83
10.	Balance General proyectado.	84
11.	Análisis de sensibilidad y riesgo.....	85
Conclusiones.....		87
Recomendaciones.....		88
Anexos.....		89
Fuente: Elaboración propia		91
REFERENCIAS.....		92

Índice de figuras

<i>Figura 1 Logo de la empresa BELLA FOR ME</i>	12
Figura 2.. Porcentaje de satisfacción a la hora de comprar lencería.....	15
Figura 3. Principales problemas al momento de adquirir lencería	15
Figura 4. Gráfico de aceptación de la propuesta de Bella For Me	16
Figura 5. Gráfico de Satisfacción de las necesidades del cliente	16
Figura 6. Análisis FODA de la empresa BELLA FOR ME	23
Figura 7. Marcas que cubren el atributo Sensual	26
Figura 8. Marcas que cubre el atributo comodidad	26
Figura 9. Kayser - Relación de tallas.....	31
Figura 10. Lili Pink - Personalidad de la marca	32
Figura 11. Koketa - Ejemplo de producto y tallas.....	33
Figura 12. Imagen referencial de la Bella Box - Línea Basic	35
Figura 13. Línea de productos de Bella For me	36
Figura 14. Packing de Bella for me.....	37
Figura 15. Descripción de canal de distribución.....	39
Figura 16. Imagen referencial de la WEB	40
Figura 17. Página de Instagram “Bella For Me”	40
Figura 18. Imagen referencial “Sorteo Bella For Me”	41
Figura 19. Imagen referencial de la tarjeta de agradecimiento.....	43
Figura 20. Imagen referencial de la encuesta de satisfacción	43
Figura 21. Buzón de sugerencias	44
Figura 22. Mapa de posicionamiento	45
Figura 23. Proceso de diseño del producto.....	48

Figura 24. Proceso de desarrollo de la prenda final	49
Figura 25. Etiqueta Bella For Me	50
Figura 26. Bella For Me = Amor propio	51
Figura 27. Envase de Bella For Me de 27x23x10 cm.....	52
Figura 28. Gráfico de localización y distancia entre el taller de Producción y ShowRoom de BELLA FOR ME.	53
Figura 29. Mapa de distribución de planta	55
Figura 30. Diagrama del proceso productivo	56
Figura 31. Estándar internacional.....	56
Figura 32. Norma internacional que permite a las empresas demostrar el compromiso asumido con la protección del medio ambiente	57
Figura 33. Proceso de reclutamiento. Descripción de proceso de reclutamiento en la empresa BELLA FOR ME.	58
Figura 34. Proceso de inducción del personal.....	60
Figura 35. Desarrollo del personal de Bella For Me	62
Figura 36. Organigrama de la empresa Bell For Me	63
Figura 37. Diseño del plan de reconocimiento.....	63
Figura 38. Punto de equilibrio de combo 1	74
Figura 39. Punto de equilibrio de combo 2	75
Figura 40. Punto de equilibrio de combo 3	75
Figura 41. Punto de equilibrio de combo 4	75
Figura 42. Información de préstamo de la entidad Scotiabank	79

Índice de tablas

Tabla 1. Posibles combinaciones entre calidad y precio	38
Tabla 2: Competidores Principales	46
Tabla 3: Competidores Secundarios	46
Tabla 4: Especificaciones técnicas – Trusas	49
Tabla 5: Especificaciones técnicas – Brasier.....	50
Tabla 6: Cronograma del Feedback para colaboradores	64
Tabla 7: Mercado Objetivo.....	69
Tabla 8: Estimación de ventas totales 2021	69
Tabla 9: Estimación de unidades a vender 2021	70
Tabla 10: Proyección de ventas en soles 2021	70
Tabla 11: Costo de materia prima para elaborar una trusa	71
Tabla 12: Costo de materia prima para elaborar un brasier.....	71
Tabla 13: Costos de Mano de Obra Directa por combo	72
Tabla 14: Costo indirecto de fabricación por combo.....	72
Tabla 15: Determinación de precio por combo.....	73
Tabla 16: Costos variables unitarios por combo	73
Tabla 17: Punto de equilibrio por combo	74
Tabla 18: Inversión activos fijos tangibles.....	76
Tabla 19: Inversión activos fijos intangibles.....	77
Tabla 20: Total de inversión inicial	77
Tabla 21: Total de estructura de capital	77
Tabla 22: Flujo neto del proyecto del capital de trabajo	78
Tabla 23: Fuentes de financiamiento.....	79

Tabla 24: Préstamo del banco	80
Tabla 25: Amortización de dos años	81
Tabla 26: Supuestos determinados	81
Tabla 27: Flujo de caja proyectado a 5 años	82
Tabla 28: Estado de resultados de 2021	83
Tabla 29: Estado de situación financiera 2021	84
Tabla 30: Análisis d sensibilidad cuando el VAN=0.....	85
Tabla 31: Datos Actuales	85
Tabla 32: Soporta	86

Índice de anexos

Anexo 1: Formato de la encuesta realizada para la validación de la solución.....	89
Anexo 2: Situación actual del ECommerce en el Perú	90
Anexo 3: Plan de Capacitación	91

Resumen ejecutivo

El presente trabajo se analizará el modelo de negocios de la marca BELLA FOR ME, donde se comenzará desarrollando nuestra propuesta para el mercado - prendas interiores a la medida con las cuales nuestras clientas se puedan sentir cómodas seguras y sensuales -. Se comenzará analizando las oportunidades que existen para este tipo de negocios, así mismo se hablara de la demanda insatisfecha y como la marca BELLA FOR ME es la ideal para cubrir dicha demanda. En el CAPITULO I abarcaremos temas como la presentación de la empresa, en el CAPITULO II se abarcará el planeamiento estratégico, donde se presentarán diversas matrices entre ellas el Modelo Canvas y la presentación de nuestros objetivos SMART. CAPITULO III: plan de marketing, donde se hablarán sobre nuestras estrategias con las que entraremos al mercado desde productos, precio, plaza y promoción. Seguido del plan de operaciones (CAPITULO IV) donde se verá un poco del proceso productivo, CAPITULO V: Recursos humanos, que abarcará temas como reclutamiento y selección del personal que se adecue más a nuestra empresa, así como también la capacidad de la empresa BELLA FOR ME para crear un buen ambiente laboral. Y por último el CAPÍTULO VI: Plan financiero donde veremos la proyección de ventas, inversión necesaria y si nuestra marca será rentable en el mercado futuro.