



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS

“C’EST MALVE”

Trabajo de Investigación para optar el grado académico de  
Bachiller en Administración de Empresas

Edith Mariluz Choquecondo Bernabe  
Dilan Cesar Vicente Checalla

Lima - Perú  
2019



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6**

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 18 / Dic / 2019

Estimado docente,

A fin de cumplir con la nueva ley universitaria 30220 la cual exige que para la obtención del grado de bachiller los alumnos deberán presentar un Trabajo de Investigación, deberá consignar la siguiente información al termino del ciclo/módulo académico.

<b>TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:</b>	C'EST MALVE
<b>COMENTARIO/ SUGERENCIAS/ RECOMENDACIONES/ OBSERVACIONES:</b>	Los alumnos están bastante motivados, y ya está trabajando para hacer realidad el plan. Sugiero que la universidad tenga algún tipo de programa de acompañamiento para este tipo de proyectos, que al resultar exitosos, además de ser una excelente experiencia para el alumno, son un inmejorable medio de publicidad para atraer nuevos estudiantes.

RESULTADO DEL TRABAJO FINAL					
*CODCAR	CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	**NOTA FINAL
ADM	100038178	Choquecondo Bernabe Edith Mariluz	<a href="mailto:100038178@ucientifica.edu.pe">100038178@ucientifica.edu.pe</a>	988 486 471	17
ADM	100021092	Vicente Checalla Dilan Cesar	<a href="mailto:100021092@ucientifica.edu.pe">100021092@ucientifica.edu.pe</a>	998 277 065	16

**\*\*Nota final del curso aprobatoria (Excluir a quienes hayan desaprobado el curso)**

**Leyenda:**

NOTA	CALIFICACION
13-15	Aprobado
16-18	Aprobado – Muy Buena
19-20	Aprobado – Sobresaliente

CODCAR	CARRERA
ISE	Ingeniería de Sistemas Empresariales
ANI	Administración de Negocios Internacionales
ADM	Administración de Empresas
ADMC	Administración de Empresas - CPE

Finalmente, presentar el siguiente informe en señal de conformidad tomando en cuenta los criterios de evaluación para calificar este **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller.

**Jurado revisor / profesor del curso**  
MBA Ramos Lira Antonio

**\*Este documento debe ser enviado por correo electrónico a [smezab@cientifica.edu.pe](mailto:smezab@cientifica.edu.pe)**

## Contenido

I.	Resumen ejecutivo.....	9
II.	Aspectos generales del negocio .....	10
2.1.	Presentación de la empresa .....	10
2.2.	Detección de la necesidad .....	10
III.	Plan Estratégico .....	12
3.1.	Modelo de Negocio: Canvas .....	12
3.2.	Propósito de la Empresa.....	12
3.3.	Cultura Organizacional .....	12
3.4.	Objetivos Estratégicos .....	13
3.5.	Análisis entorno .....	13
3.5.1.	Político .....	13
3.5.2.	Económico .....	14
3.5.3.	Social.....	15
3.5.4.	Tecnológico.....	16
3.5.5.	Ecológico .....	18
3.5.6.	Legal.....	18
3.6.	Análisis de la industria (5 fuerzas de Porter) .....	19
3.7.	Análisis FODA .....	23
3.8.	Responsabilidad social.....	24
IV.	Plan de marketing .....	25
4.1.	Objetivos marketing.....	25
4.2.	Segmentación y mercado total .....	25
4.3.	Tamaño de Mercado .....	26
4.4.	Tendencias en el mercado .....	26
4.5.	Análisis de competencia .....	28

4.6.	Mix de Marketing .....	29
4.6.1.	Precio .....	29
4.6.2.	Plaza .....	29
4.6.3.	Producto .....	30
4.6.4.	Promoción .....	31
4.7.	Plan de Ventas y proyección de la demanda.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
V.	Plan de Operaciones .....	33
5.1.	Diseño y Especificaciones del producto .....	33
5.2.	Diseño de las Instalaciones .....	35
5.3.	Proceso de Producción.....	36
5.4.	Inventarios y Gestión de proveedores .....	39
5.4.1.	Inventarios .....	39
5.4.2.	Gestión de proveedores .....	40
<input type="checkbox"/>	Elección de proveedores.....	40
<input type="checkbox"/>	Indicadores de desempeño para evaluar al proveedor .....	40
VI.	Estructura organizacional y recursos humanos.....	41
6.1.	Objetivos Organizacionales .....	41
6.2.	Organigrama .....	41
6.3.	Descripción de puestos y plan de compensación .....	41
VII.	Plan Financiero.....	44
7.1.	Datos, supuestos y políticas económicas y financieras .....	44
7.2.	Plan de Ventas .....	44
7.3.	Análisis de costos.....	45
7.4.	Punto de Equilibrio .....	50
7.5.	Adquisición de materiales e insumos para la producción .....	51
7.6.	Inversión Inicial .....	53

7.7.	Capital de Trabajo.....	53
7.8.	Fuentes de Financiamiento.....	56
7.9.	Flujo de Caja.....	56
7.10.	Análisis de Rentabilidad.....	57
7.11.	Estado de pérdidas y ganancias .....	57
7.12.	Balance General.....	58
7.13.	Análisis de riesgos cualitativos del proyecto .....	58
VIII.	Conclusiones y recomendaciones .....	59
IX.	Referencias Bibliográficas.....	62

## Tabla de Ilustraciones

<b>Tabla 1.</b> Modelo de Negocio de Malve.....	12
<b>Tabla 2.</b> Posicionamiento de empresas en Comercio Electrónico .....	20
<b>Tabla 3.</b> Análisis de la Competencia .....	21
<b>Tabla 4.</b> Análisis de Amenaza de Sustitutos.....	21
<b>Tabla 5.</b> Análisis del Poder de Negociación de los Clientes.....	22
<b>Tabla 6.</b> Análisis del Poder de Negociación de los Proveedores .....	22
<b>Tabla 7.</b> Análisis de Ingreso de Rivales Potenciales.....	23
<b>Tabla 8.</b> Evaluación de las Fuerza del Mercado .....	23
<b>Tabla 9.</b> Foda de la Empresa Malve .....	23
<b>Tabla 10.</b> Segmentación y Total .....	25
<b>Tabla 11.</b> Productos de la Competencia.....	28
<b>Tabla 12.</b> Precios de los Productos .....	29
<b>Tabla 13.</b> Productos de la Empresa.....	31
<b>Tabla 14.</b> Publicidad por Redes Sociales Anual .....	32
<b>Tabla 15.</b> Plan de Ventas y proyección de la demanda.....	33
<b>Tabla 16.</b> Plan de Compensaciones .....	43
<b>Tabla 17.</b> Resumen del total de ventas proyectados a 5 años .....	45
<b>Tabla 18.</b> Gastos Administrativos.....	45
<b>Tabla 19.</b> Gastos de Mano de Obra .....	46
<b>Tabla 20.</b> Gastos de Servicio .....	46
<b>Tabla 21.</b> Gastos de Limpieza .....	46
<b>Tabla 22.</b> Gastos Publicitarios .....	46
<b>Tabla 23.</b> Depreciación.....	46
<b>Tabla 24.</b> Amortización .....	47
<b>Tabla 25.</b> Préstamo .....	47
<b>Tabla 26.</b> Gastos de Alquiler .....	47
<b>Tabla 27.</b> Resumen de Costos Fijos.....	48
<b>Tabla 28.</b> Costos Variables - Producto: Joggers .....	49
<b>Tabla 29.</b> Costos Variables - Producto: Polos .....	49

<b>Tabla 30.</b> Resumen de Costos Variables .....	49
<b>Tabla 31.</b> Costo Total Anual.....	50
<b>Tabla 32.</b> Punto de Equilibrio de Joggers .....	50
<b>Tabla 33.</b> Punto de Equilibrio de Polos .....	50
<b>Tabla 34.</b> Kardex de Jogger.....	51
<b>Tabla 35.</b> Kardex de Polo .....	52
<b>Tabla 36.</b> Inversión Tangible.....	53
<b>Tabla 37.</b> Inversión Intangible.....	55
<b>Tabla 38.</b> Capital de Trabajo .....	55
<b>Tabla 39.</b> Fuentes de Financiamiento .....	56
<b>Tabla 40.</b> Flujo de Caja Proyectado.....	56
<b>Tabla 41.</b> VAN Y TIR.....	57
<b>Tabla 42.</b> Estado de pérdidas y ganancias .....	57
<b>Tabla 43.</b> Balance General.....	58
<b>Tabla 44.</b> Análisis de Sensibilidad.....	59

## Tabla de Ilustraciones

<b>Ilustración 1.</b> Fuerzas de Porter de la Empresa .....	19
<b>Ilustración 2.</b> Certificado de los textiles .....	24
<b>Ilustración 3.</b> Distribución Exclusiva .....	30
<b>Ilustración 4.</b> Bolsas especiales.....	30
<b>Ilustración 5.</b> Ficha Técnica del Polos .....	33
<b>Ilustración 6.</b> Ficha Técnica de Joggers .....	34
<b>Ilustración 7.</b> Marca de la Empresa.....	34
<b>Ilustración 8.</b> Ubicación del taller de fabricación .....	35
<b>Ilustración 9.</b> Ubicación de la Fábrica .....	36
<b>Ilustración 10.</b> Flujo de Producción .....	37
<b>Ilustración 11.</b> Formato de Autenticación de Prendas.....	38
<b>Ilustración 12.</b> Estructura Organizacional.....	41



## I. Resumen ejecutivo

El sector textil es un mercado atractivo con respecto al mercado internacional, es un generador constante de dinero para el país, en términos de exportación, dado que el Perú tiene una de las mejores telas. Así mismo dentro del mercado local es más interesante dado que si la propuesta de valor es lo suficientemente atractiva, está puede ejercer algún predominio en el mercado al que se dirige ya sea en mujeres o en hombres.

C'est Malve SAC, es una empresa que desarrolla prendas de vestir semi-deportivas, teniendo como público objetivo a los hombres de Lima Metropolitana que tienen entre 14 a 38 años y que pertenecen a un NSE A y B a través de este análisis la empresa detecto un público objetivo de 30 mil 940, su propuesta es dar al público prendas que le hagan vivir y aspirar a ser deportistas, dado que la empresa busca la identificación y pertenencia que estas prendas les puedan crear.

Es por ello por lo que dentro de su modelo de negocio la empresa presenta como estrategias de comunicación las redes sociales en este caso Facebook e Instagram dado al gran impacto que tienen estos medios al sector al que se dirige la empresa.

La rentabilidad de la empresa representada por el VAN a nivel anual está representada con 1 217 472.53 soles que nos proyecta la empresa tiene una viabilidad económica a largo plazo, mientras que el TIR tiene una tasa de 631% lo que nos permite saber que tiene una rentabilidad alta.

El impacto que logro el plan de negocio fue: el mejoramiento de los conocimientos referentes al análisis y desarrollo de nuevas técnicas, permitiendo también identificar la oportunidad que existe para la venta de ropa semi deportiva aspiracional, ingresando con más seguridad a este entorno competitivo.