



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS**

**“MA DARING: LENCERIA FINA PARA DAMAS DE ALGODÓN PIMA  
ORGÁNICA”**

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

Presentado por:

CHALCO MENDOZA, ABDEL YURI

ESPINAL CUADROS, MARELY

LIMA - PERÚ

2018

### ANEXO 6

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

Fecha: 14 / 12 / 2018

<b>Facultad</b>	Ciencias Empresariales
<b>Carreras de CPE</b>	
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Integrantes:</b>	
CHALCO MENDOZA, ABDEL YURI	
ESPINAL CUADROS, MARELY	

**Título del trabajo de investigación:**

“MA DARING: LENCERIA FINA PARA DAMAS- DE ALGODÓN PIMA ORGÁNICA”

El Jurado revisor concluye que el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller es:

Aprobado (13 – 15)	<input type="checkbox"/>
Aprobado – Muy Buena (16 – 18)	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)	<input type="checkbox"/>
Desaprobado (0 – 12)	<input type="checkbox"/>

Calificándola con nota de: 16 en letras ( \_\_\_\_\_ dieciséis \_\_\_\_\_ )

**Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:**

- **Trabajo aprobado**
- Algunas breves sugerencias de mejora (en *cursiva el texto de tu trabajo*; en fuente normal: mis sugerencias, pedidos de aclaraciones)
- P.34: *Así mismo cabe recalcar que esta tendencia de aumento de proveedores ofertantes de nuestros insumos será mayor, esto respaldado por **nuevas exigencias respecto al cuidado y conservación del medio ambiente**, por ello no causará extrañeza que en el futuro las empresas ofertarán sus productos o servicios ligados a normas de cuidado ambiental. El algodón pima y otros materiales que usaremos contribuyen a esta causa.*
- *Nuevas exigencias ambientales*: es un término muy genérico. precisar si se trata de nuevas normativas nacionales, internacionales, de certificaciones por tercero, o exigencias clientes. Ver también estas nuevas o futuras normativas muy probablemente no tendrán el mismo nivel de exigencia con Grandes empresas o PYMES industriales. Ver con PRODUCE.GOB.PE.

\*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

- P.34: *por ello no causará extrañeza que en el futuro las empresas ofertarán sus productos o servicios ligados a normas de cuidado ambiental. El algodón pima y otros materiales que usaremos contribuyen a esta causa.*
  - Afirmaciones probablemente relevantes pero que merecen ser argumentadas.
  - Al leer su párrafo entiendo que “el algodón pima y otros materiales” (que son otros materiales?) generan menor impacto ambiental. ¿Puede argumentarlo? ¿No se refiere al algodón orgánico?

- Párrafo 4.4 Factor ambiental:

1-“*exigencia para el cuidado y mantenimiento del no deterioro del ecosistema, para ello:*”

Puedes redactar algo más general. El cuidado del ecosistema es una pequeña parte de la problemática ambiental. En el caso de la industria textil tiene impactos directos e indirectos. Recomiendo **apreciar el impacto ambiental por 4 ejes en todo el ciclo de vida del producto:**

1.IMPACTO SOBRE AIRE: emisión de Gas a efecto invernadero generando cambio climático por fuentes de energía fósiles –gas, petróleo-

2.IMPACTO SOBRE AGUA: consumo de agua en cultivo algodón y fabricación tela, y contaminación por colorantes químicos en la fase fabricación.

3.IMPACTO SOBRE SUELO: sobretodo la ausencia de uso de plaguicidas.

3.IMPACTO SOBRE BIODIVERSIDAD: El algodón es un cultivos intensivos? ¿O asociado a otros productos? ¿Se necesitó deforestar para el cultivo?

En todo ello fabricar **ropa con productos orgánicos tiene múltiples ventajas.**

Valorizarlo en los 4 ejes mencionados arriba.

- Además, puede mencionar la reducción de los impactos sociales negativos por de los productos orgánicos a comparación de productos convencionales:
- para la salud de los productores: no uso de plaguicidas

Conclusión:

Él nicho de ropa orgánica (también para hombres) tiene buen potencial de crecimiento.

Sin embargo sus clientas están cada vez más informadas. Además, la competencia en textil orgánico, es dinámica. Por ello diferenciarse con argumentos nuevos o mejor argumentado. Si desea mencionar estrategia de preservación del ambiente, hágalo con argumentación fundada. No basta mencionar la palabra “cuidado del ambiente”. Caso contrario, sería una contra publicidad, las clientas podrían considerarlo, injustamente o no, como Green Washing.

Atentamente,



**Jurado Revisor**

Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

\*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado a Dios por la salud y el bienestar que nos ha brindado, a nuestros padres por nuestra existencia y por el apoyo en todo momento para la realización de este proyecto.

A nuestros detractores para demostrarles que sus críticas nos hicieron mejores y ello consta estos logros. A nuestros docentes que nos brindaron sus conocimientos y experiencias para poder nutrir nuestro aprendizaje de manera eficiente para contribuir a nuestro desarrollo profesional y personal.

## 1 Contenido

DEDICATORIA .....	4
INTRODUCCIÓN .....	8
2 RESUMEN EJECUTIVO .....	9
3 DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA O FORMULACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	11
4 ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	13
4.1 Factor económico.....	14
4.2 Factor social .....	15
4.3 Factor tecnológico .....	15
4.4 Factor ambiental .....	16
4.5 Sondeo de mercado.....	16
5 SONDEO DE MERCADO A NIVEL NACIONAL.....	17
5.1 Segmentación geográfica.....	17
5.2 Segmentación demográfica .....	18
5.3 Segmentación socioeconómica.....	18
5.4 Segmentación geográfica- mercado destino.....	19
5.5 Estimación de mercado .....	23
5.6 Determinación de muestra .....	23
5.7 Tipo de muestreo.....	24
5.8 Diseño de encuesta.....	24
5.9 Resultado de encuesta.....	26
5.10 Conclusión de la encuesta .....	35
6 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA .....	35
6.1 Proveedores .....	36
6.2 Nuestros clientes .....	37
6.3 Competencia interna.....	38
6.4 Competidores sustitutos .....	38
6.5 Competidores potenciales.....	39
6.6 Barreras de ingreso.....	40
6.7 Barreras de salida .....	41
7 PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA .....	42
.....	47
7.1 Visión .....	47
7.2 Misión .....	47
7.3 Objetivos generales.....	47
7.4 Objetivos estratégicos.....	48

7.5	Estrategia del negocio .....	48
7.6	Estructura organizacional.....	48
7.7	Organigrama .....	50
8	PLAN DE MARKETING .....	51
8.1	Objetivos de marketing .....	51
8.2	La mezcla del marketing.....	52
8.3	Descripción del producto.....	52
8.4	Estrategia de precio .....	53
8.5	Estrategia de distribución o plaza .....	54
8.6	Estrategia de promoción.....	55
8.7	Estrategia de servicio al cliente o postventa .....	56
8.8	Estrategia de posicionamiento .....	56
9	PLAN DE OPERACIONES.....	56
9.1	Objetivo de operaciones.....	56
9.2	Actividades previas al inicio de la producción.....	57
9.2.1	Ubicación física del local .....	57
9.2.2	Diseño y distribución de instalaciones .....	59
9.3	Proceso de producción del bien o servicio .....	60
9.3.1	Producción de Brasier.....	60
9.3.2	Producción de trusa .....	65
10	DISEÑO DE ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS .....	66
10.1	Estrategia de reclutamiento, selección y contratación de personal .....	66
10.2	Estrategia de inducción, capacitación y evaluación del personal.....	67
10.3	Estrategia de motivación y desarrollo del personal.....	68
10.3.1	Motivación:.....	68
10.3.2	Desarrollo Personal- profesional:.....	68
10.4	Políticas de remuneraciones y compensaciones .....	69
11	PLAN FINANCIERO .....	74
11.1	Historia Financiero de la empresa .....	74
11.2	Datos, supuestos y políticas económicas financieras .....	74
11.3	Costos Unitarios .....	75
11.4	Costos Totales, Costos Fijos y Costos Variables.....	76
11.5	Plan de Ventas de la nueva unidad de negocio .....	78
11.6	Análisis de costos.....	80
11.7	Adquisición de materiales e insumos para la producción .....	82
11.8	Punto de Equilibrio de la nueva unidad de negocio.....	83

11.9	Inversión inicial .....	84
11.10	Capital de trabajo.....	84
11.11	Fuentes de financiamiento .....	85
11.12	Proyección de flujo de caja .....	86
11.13	Análisis de rentabilidad.....	86
11.14	Estado de ganancias y pérdidas proyectado de la empresa.....	87
11.15	Análisis de Sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio .....	89
12	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	90
13	BIBLIOGRAFÍA:.....	91
14	ANEXOS .....	93
14.1	ANEXO A: Matriz de las 5 fuerzas de porter.....	93
14.2	ANEXO B: Pastel de producción de fibra textil.....	93
14.3	ANEXO C: Pastel de producción y comercio de algodón orgánico a nivel mundial.....	94
14.4	ANEXO D: Niveles de organización .....	94
14.5	ANEXO E: Tiendas de venta de telas en gamarra.....	94
14.6	ANEXO F: Monto de ingresos para acogerse al RER .....	95

## INTRODUCCIÓN .....

Hoy en día el rubro de la lencería es un fiel acompañante de la mujer, está presente en todo momento y en todas partes. Este compañero fiel tiene un mensaje oculto para cada mujer, como son demostrar la personalidad, dar el toque feminista en cada una de ellas y demostrar la sensualidad que se lleva.

Actualmente, dentro de todas las funciones que realiza una mujer, es la personalización y cuidado que le da a las prendas íntimas para ir a trabajar, para hacer labores domésticas, y/o para ir a cualquier lugar. Cualquiera sea la magnitud de la atención siempre está a la vanguardia y en ocasiones trata de estarlo, porque también se presentan dificultades como son tener el tiempo insuficiente para poner énfasis es ese tema, los precios son elevados, el producto no cumple sus expectativas. Lo cierto es que hoy el diseño de ropa interior es muy amplio y creativo, por lo que el closet de una mujer tiene ropa interior que usa cotidianamente y estas varían según la temporada o tipo de funciones que cumplen como son: la de fin de semana, para fiestas o compromisos u ocasiones especiales.

Es por esta razón que en estos últimos años en el Perú han aumentado el número de tiendas que venden lencería, en estas no solo se ofrecen ropa interior sexy sino disfraces y productos complementarios como: lociones, prendas exóticas o con sabores o también juguetes sexuales. El desgaste del tabú que en años anteriores tenía gran resistencia hoy en día se ha vuelto más civilizada y aquellas ideologías, pensamientos o maneras de vivir de antaño ahora forma parte de la vida cotidiana de las personas. Pero algo muy cierto que a lo largo de los años ha prevalecido desde la civilización es el cuidado que toda dama siempre ha tenido consigo misma que son la delicadeza y el cuidado del aspecto personal de su imagen (Algo que no siempre era demostrada para las demás personas sino para sí misma).

Ma Daring, contara con 3 grandes fortalezas: **La Calidad del producto, los diseños innovadores y el precio justo**, la calidad se refleja desde el tipo de tela y materiales, el proceso de confección hasta la distribución y post venta ya que confeccionaremos las prendas con tela de algodón pima apropiada no solo

para demostrar la sensualidad de la mujer, sino que también cuide su salud (cuidado de la piel evitando alergias, irritaciones y sofocación) brindándole comodidad y seguridad. Los diseños innovadores se reflejan desde gustos y preferencias de la moda actual y el precio justo que va de acuerdo con la calidad y demanda de mercado.

## 2 RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de diseño, confección y distribución de lencería exclusiva en algodón pima (satisfaciendo necesidad de vestimenta) mostrará diferentes maneras de como apreciar una prenda íntima, cómoda y segura. Cabe recalcar que la etapa en la cual se encuentra el proyecto es la de introducción.

Nuestra idea de negocio surge para satisfacer a un mercado desatendido como es la mujer moderna dirigido objetivamente al sector **económico A y B** dando origen a una Micro y Pequeña Empresa (**MYPE**) conformada por dos (2) accionistas y socios fundadores que no solo servirá para satisfacer las necesidades de nuestro público objetivo, sino; que también contribuiremos con el desarrollo del país por medio de la formalidad ya que nuestras proyecciones de crecimiento nos permitirá la demanda laboral por lo que uno de los beneficios para la sociedad es contribuir con el empleo formal y el aporte económico al país por medio de las tributaciones a las cuales estaremos sujetos según las exigencias de ley.

Observamos que la gran mayoría de empresas que se dedican a la producción y distribución de lencería ofrecen prendas con materiales sintéticos y como consecuencia ocasiona un perjuicio a la salud de las mujeres.

La confección de brasier y trusas tiene un público muy fiel, basta con darse un paseo por las tiendas de lencería para ver a mujeres de diferentes edades en busca de uno ideal. Seleccionamos prendas de brasier y trusa para ser presentado a nuestros clientes destacándose del resto por colores innovadores, moda y tendencia que le dará un realce a la mujer al momento del uso, trabajaremos con productos nacionales contribuyendo no solo al desarrollo económico del país, sino que también a la conservación del ecosistema, es decir; usaremos algodón pima orgánico, encajes, entre otros que ayudan a proteger la salud de la mujer y la sociedad en su conjunto.

En la sociedad actual las personas buscan cada vez el mejor cuidado de su imagen informándose de las últimas tendencias en moda, salud y bienestar, este proyecto es una alternativa diferente e innovadora, lo que nos resulta beneficioso para entrar a este mercado y satisfacerlo.

Para hacer posible la existencia de este proyecto hemos realizado un estudio del mercado analizando a ofertantes del mismo rubro como: Leonisa, Bombon Rojo, Peter Pan Internacional, Etc. Así mismo a demandantes para saber sus gustos y preferencias, en base a ello reducir posibles contingencias y direccionar con mucha mayor aceptación nuestro producto. Cabe resaltar que alguno de nuestros procesos de confección serán tercerizados (ejemplo: producción de telas, corte de telas, confección y costura, algunos otros detalles derivados de la misma) a empresas que cumplan con nuestras exigencias, para lo cual a fin de asegurar nuestra calidad estableceremos algunos parámetros como: Tener un personal idóneo supervisando los servicios tercerizados, realizando controles de calidad antes de poner los productos a la venta. Respecto a la comercialización optaremos por cuatro (4) canales de distribución las cuales comprenden algunas alianzas estratégicas y otra de distribución directa: Venta por catálogo Natura, Catalogo Italian Macs, Tienda retail Lulipa, que es una tienda especializada en venta de lencerías, está ubicado en Open Plaza Angamos, y por último a través de venta directa por medio E-Commerce.

Uno de los principales pasos que realizaremos es la constitución de una empresa de denominación Industria Textil A & M Del Perú Sociedad Anónima Cerrada **(S.A.C)** además de cumplir con exigencias municipales para la operatividad como son: la licencia de funcionamiento, defensa civil, otros. En lo que respecta a estructura organizacional vamos a establecer una estructura de orden jerárquico que nos permita saber cuál es el rol y cuáles van a ser las labores de cada trabajador dentro de la compañía.

Algo muy importante destacar para además de atraer personal con talento es que fortaleceremos el empoderamiento de nuestros colaboradores lo cual consideramos personas claves para el éxito de nuestro negocio gestionando factores como: Alinear a colaboradores hacia un objetivo común, crear ambiente estable y motivador, incitar a que nuestros colaboradores alcancen su máximo potencial y fomentando un equipo sólido de liderazgo. Así mismo una

contribución que nos permitirá ventaja de distinción y fortalecimiento de comercialización será el registro y patente de propiedad de marca.

El proyecto “MA DARING” se encuentra dentro del sector de actividades económicas secundarias, específicamente lo que corresponde a manufactura que comprende la industria textil la cual está destinado a atender público objetivo del mercado nacional.

Dentro del enfoque financiero se contará con una inversión inicial de S/ 44,895 soles, además de un capital de trabajo de S/5,952.82 Soles la misma que cubrirá los gastos operativos. Se establecerá los costos unitarios de cada producto (teniendo en cuenta costo o gasto del producto o servicio que interviene desde la elaboración hasta la puesta en venta del producto final) a elaborar para fijar precios de venta y medir el grado de utilidad y otros indicativos financieros. Una vez obtenido los costos, se va poder determinar los ingresos y egresos del proyecto, estos serán necesarios para elaborar el flujo de caja donde se pueda determinar la viabilidad del proyecto obteniendo indicadores rentables con un período de recuperación de *14 meses, una TIR de 129% Y un B/C de 1.23*. Este proyecto contará con un flujo de caja sensibilizado en el cual se pueda determinar la viabilidad de nuestro proyecto en un precio de 178, 067,08 soles, el cual debe soportar la disminución o incremento de la inversión.

Ma Daring como responsabilidad social desarrollará la contribución constante con sus socios, clientes, proveedores y demás stakeholder, así como el cuidado del medio ambiente con el mayor de las posibilidades necesarias, una de estas contribuciones será por medio de talleres gratuitos de bordados que dictaran en las instalaciones en San Juan De Lurigancho a personas de tercera edad y luego de ello estos productos venderlos para así generarles ingreso con su propio trabajo, Ma Daring solo financiara la materia prima y la enseñanza.

### **3 DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA O FORMULACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**

MA DARING nace ante la identificación de una necesidad que no está siendo satisfecha de la forma correcta que el público objetivo exige o tiene como percepción, esta oportunidad de negocio nació en primera instancia en conversaciones de un grupo de féminas dentro de ellas integrada por la socia