



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS, BEBIDAS VARIAS,
ÚTILES DE ASEO Y ESCOLARES EN MÁQUINAS DISPENSADORAS
AUTOMÁTICAS**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Empresas**

**KEVIN THOMAS ALVINO ALBURQUEQUE
(0009-0005-4246-2400)**

**MILAGROS KATHERINE LAOS SEDANO
(0000-0002-7089-3188)**

Lima – Perú

(2024)

Dedicatoria

A nuestros padres.

Índice General

Dedicatoria	2
Resumen Ejecutivo	8
Introducción	11
Idea de Negocio	15
Diagnóstico de la idea del negocio	18
Justificación del plan de negocio	24
Capítulo II.	27
Diagnóstico del Plan de Negocio	27
Análisis del microentorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos, nuevos entrantes).....	28
Clientes	28
Competidores	28
Proveedores.....	33
Intermediarios	34
La empresa VENDING MÁQUINAS ofrece una máquina expendedora seminueva Modelo P, diseñada para vender snacks y bebidas en botellas o latas, además de otros productos. Esta máquina viene equipada con un sistema de validación de monedas que detecta monedas falsas y proporciona cambio a los clientes.	34
Productos Sustitutorios	34

Nuevos entrantes	37
Análisis del macroentorno	38
Factor económico.....	38
Factor cultural – social.....	39
Factor tecnológico.....	41
Factor ecológico medio ambiental	42
Factor legal.....	43
Factor político	43
CAPÍTULO III.....	45
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	45
Misión	46
Visión.....	46
Valores	46
Colaboradores	46
Clientes	47
Matriz FODA	48
Objetivos estratégicos generales	49
Estrategia genérica de Porter	51
Cronograma de actividades (diagrama de Gantt).....	52
CAPITULO IV.....	54

ESTUDIO DE MERCADO	54
Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales).....	55
Competencia directa.....	55
Competencia Potencial.....	72
Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección)	84
CAPITULO V	107
PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....	107
Mercado (características y segmentación)	108
Mercado Objetivo	108
Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción).....	111
Producto	111
Precio	117
Plaza.....	120
Promoción.....	121
Formulación estratégica	128
CAPITULO VI.....	131
PLAN DE TÉCNICO	131
Localización de la empresa.....	131
Macro localización.....	131

Micro localización	135
.....	145
Tamaño del negocio (capacidad instalada).....	164
Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima).....	169
Costos (directos e indirectos).....	171
Proceso de producción u operación (diagrama de flujo)	172
Certificaciones necesarias	173
Impacto en el medio ambiente	173
CAPITULO VII	176
PLAN ORGANIZACIONAL, PERSONAL Y LEGAL	176
Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos).....	176
Capítulo 2 ADJUNTANDO.....	198
Obligaciones (tributarias y laborales)	201
Estructura organizacional.....	202
Descripción de funciones MOF	203
CAPÍTULO VIII.....	212
PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO.....	212
Inversiones (Estructura).....	212
Ingresos y Egresos	214
Deuda (Cuadro de Amortización).....	215

Flujo de Caja (Económico y Financiero)	219
Evaluación Económíca y Financiera (VAR, TIR Y Punto de Equilibrio).....	219
Estados Financieros Proyectados (Estado de situación Financiera y Estado de Resultados integrales)	220
Conclusiones	222
Recomendaciones	224

Indice de Tabla

Figura 1	16
Figura 2	17
Figura 3	18
Figura 4	19
Figura 5	20
Figura 6	23
Figura 7	24
Figura 8	28
Figura 9	29
Figura 10	30
Figura 11	32
Figura 12	34
Figura 13	35
Figura 14	36
Figura 15	37
Figura 16	39
Figura 17	40
Figura 18	41
Figura 19	42
Figura 20 FODA de la empresa	48
Figura 21	49
Figura 22	71
Figura 23	73

Figura 24	74
Figura 25	75
Figura 26	76
Figura 27	77
Figura 28	77
Figura 29	78
Figura 30	80
Figura 31	81
Figura 32	83
Figura 33	109
Figura 34	110
Figura 35	110

Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo de VendMix destaca como una empresa innovadora en el mercado, con una inversión inicial de 161,890.15 soles. Este proyecto se basa en un modelo de financiamiento donde el 75% será provisto por una entidad financiera efectiva, mientras que el 25% restante será aportado por los dos accionistas principales.

VendMix se posiciona como una empresa de vanguardia en su sector, con un enfoque claro en la satisfacción del cliente y la excelencia operativa. Su propuesta de valor radica en la combinación de tecnología de punta y un servicio personalizado, lo que garantiza una experiencia única para sus usuarios.

El mercado objetivo de VendMix abarca un amplio espectro de consumidores, desde pequeños negocios hasta grandes corporaciones. Su oferta de productos y servicios se adapta a las necesidades específicas de cada cliente, lo que le otorga una ventaja competitiva significativa.

La visión a largo plazo de VendMix es consolidarse como líder indiscutible en el mercado, expandiendo su presencia tanto a nivel nacional como internacional. Para lograr este objetivo, la empresa se enfocará en la innovación continua, la optimización de procesos y la inversión estratégica en talento humano.

En resumen, VendMix representa una oportunidad única de inversión, respaldada por un equipo sólido, una propuesta de valor diferenciada y un mercado en constante crecimiento. Con un enfoque claro en la rentabilidad y el crecimiento sostenible, VendMix está preparada para alcanzar nuevos niveles de éxito en el mercado.