



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR PRIVADO IDAT**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN  
MARKETING**

**PLAN DE NEGOCIOS  
PROBIOL**

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de  
Profesional Técnico en Marketing

**Yoselin Gianella Quiroz Escobar  
(0000-0001-8139-3974)**

**LIMA - PERÚ**

**2022**

**Dedicatoria**

*A mis padres*

## ÍNDICE GENERAL

### Resumen ejecutivo

### Introducción

#### Capítulo 1: Definición del negocio

- 1.1. Idea de negocio 1
- 1.2. Diagnóstico de la idea de negocio 3
- 1.3. Justificación del plan de negocio 6

#### Capítulo 2: Diagnóstico del plan de negocio

- 2.1. Análisis de microentorno 7
- 2.2. Análisis de macroentorno 13

#### Capítulo 3: Planeamiento estratégico

- 3.1. Misión 22
- 3.2. Visión 22
- 3.3. Valores 22
- 3.4. Matriz FODA 24
- 3.5. Objetivos estratégicos generales 27
- 3.6. Estrategia genérica de Porter 29
- 3.7. Cronograma de actividades 31

#### Capítulo 4: Estudio de mercado

- 4.1. Oferta 35
- 4.2. Demanda 38

#### Capítulo 5: Plan de comercialización

- 5.1 Mercado 59
- 5.2 Marketing Mix 61
- 5.3 Formulación estratégica 70
- 5.4 Proyección de ventas 72

#### Capítulo 6: Plan técnico

- 6.1 Localización de la empresa (matriz de localización) 73
- 6.2 Tamaño del negocio 77
- 6.3 Necesidades 80
- 6.4 Costos
- 6.5 Proceso de producción u operación 84
- 6.6 Certificaciones necesarias 85
- 6.7 Impacto en el medio ambiente 86

#### Capítulo 7: Plan organizacional, personal y legal

- 7.1 Constitución de la empresa 86
- 7.2 Obligaciones 90
- 7.3 Estructura organizacional 95
- 7.4 Descripción de funciones

## **Capítulo 8: Plan económico - Financiero**

8.1 Inversiones	95
8.2 Ingresos y egresos	96
8.3 Deuda	98
8.4 Flujo de caja	100
8.5 Evaluación económica y financiera	101
8.6. Estados financieros proyectados	102

### **Conclusiones**

### **Recomendaciones**

### **Referencias bibliográficas**

### **Anexos**

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de evaluación de producto	8
Tabla 2: Matriz FODA	25
Tabla 3: Aspecto de diferenciación	30
Tabla 4: Cronograma de actividad Gantt	31
Tabla 5: Matriz de evaluación de competidores	37
Tabla 6: Sexo de participantes	51
Tabla 7: Edad de participantes	51
Tabla 8: Distrito de residencia del participante	52
Tabla 9: ¿Consume caramelos antivirales para aliviar los malestares de la garganta o síntomas del resfriado?	52
Tabla 9: Cuando siente malestares en la garganta. ¿Con qué frecuencia prefiere consumir caramelos antivirales en lugar de pastillas o jarabes?	53
Tabla 10: ¿Cómo evalúa su experiencia consumiendo caramelos antiviral?	53
Tabla 11: ¿Considera que los caramelos antivirales han solucionado efectivamente sus malestares?	54
Tabla 12: ¿Considera que el precio pagado por los caramelos antivirales respalda su efectividad?	54
Tabla 13: Si le presentan una opción de caramelos saludables a base de propóleo y que no generen caríes. ¿Estaría dispuesto a comprarlo?	55
Tabla 14: ¿En qué presentación lo prefiere consumir los caramelos duros para refriados?	55
Tabla 15: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto similar?	56
Tabla 16: ¿Dónde prefiere adquirir el producto?	56
Tabla 17: ¿Qué aspecto tiene en cuenta a la hora de comprar los caramelos antigripales? Puede elegir más de una opción	57
Tabla 18: Variables y mercado objetivo	59
Tabla 19: Paleta de colores en imagen de marca	62
Tabla 20: Variables y mercado objetivo	66
Tabla 21: Proyección de ventas primer año	72

Tabla 22: Factor de determinación de Macrolocalización	74
Tabla 23: Factor de determinación de Macrolocalización.	76
Tabla 24: Proyección de unidades demandas por tipo de producto	77
Tabla 25: Capacidad instalada	78
Tabla 26: Distribución de las instalaciones	79
Tabla 27: Matriz de Factores para la ubicación del centro de operaciones	79
Tabla 28: Requerimiento de equipos y utilería	82
Tabla 29: Requerimientos de materia prima	82
Tabla 30: Estimación de costos para requerimiento de equipos y utilería	83
Tabla 31: Requerimientos de materia prima	84
Tabla 32: Diagrama de flujo del Proceso general de producción	84
Tabla 33: Costos para Inscripción de la empresa en registros público	88
Tabla 34: Pago de tasas para la obtención de la licencia municipal	89
Tabla 35: Aportes de socios de la empresa PROBIOL S.A.C.	89
Tabla 36: Definiciones de Ley Mype	90
Tabla 37: Características régimen MYPE tributario	91
Tabla 38: Inversión Inicial	95
Tabla 39: Requerimiento de insumos y materia prima	96
Tabla 40: Inversión inicial	97
Tabla 41: Costos directos	97
Tabla 42: Costos directos	98
Tabla 43: Estructura del capital	98
Tabla 44: Inversión inicial	99
Tabla 45: Flujo de caja proyectado	100
Tabla 46: Evaluación Económica y Financiera	101
Tabla 47: Estado de ganancias y pérdidas proyectado	102
Tabla 48: Estado de situación financiera proyectado	103

## Resumen Ejecutivo

La idea negocio consiste en la creación de una empresa comercializadora de caramelos naturales a base de Tagatosa y propóleo denominado PROBIOL. La idea responde a la problemática de la automedicación en la población peruana en temporadas de resfriado. El objetivo principal es brindar una opción efectiva para aliviar síntomas derivados del resfriado común como alternativa al consumo indiscriminado de comprimidos farmacéuticos sustentándose en pilares como el ser apto para niños, diabéticos, gestantes, ser ecoamigable, libre de octógonos y tartrazina

El producto, será inicialmente comercializado en los distrito de Santa Anita, San Juan de Lurigancho y Ate Vitarte. Estos distritos fueron seleccionados a través de criterios como la segmentación demográfica, estratos socioeconómicos, paridad conductual; además de ser los distritos que registran las mas bajas temperaturas en la Ciudad de Lima. Su distribución se realizará a través de las farmacias y boticas comunitarias para las cuales se han establecidos un perfil de canal acorde a la identidad corporativa de la empresa.

Para llevar a cabo el proyecto se estimó que será necesario un financiamiento externo correspondiente al 25% de la inversión inicial. Además, a través de un análisis de flujo de caja proyectado se obtuvo que la inversión inicial superará la inversión inicial en el mes once y un coeficiente de costo beneficio igual al 2.93