



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
IDAT
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN**

BEBIDA NUTRITIVA

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

WENDY JAKELIN

(0000-0002-9291-9799)

ROSARIO CAROLINA BARRANTES SOTO

(0000-0003-4747-2120)

LIMA-PERÚ

2022

Dedicatoria

*Con especial cariño y agradecimiento
a nuestros padres y familia por
el apoyo incondicional.*

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	10
Capítulo I.....	11
Definición de Negocio.....	11
Idea de Negocio.....	11
Diagnóstico de la Idea de Negocio.....	12
Justificación del plan de negocio.....	13
Oportunidad de Negocio.....	15
Innovación y Creatividad.....	16
Capítulo II.....	16
DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	16
Análisis del Microentorno.....	19
Clientes.....	20
Competidores.....	22
Proveedores.....	25
Intermediarios.....	31
Productos sustitutos.....	32
Nuevos Entrantes.....	34
Análisis del Macro Entorno.....	35
Factor económico.....	35
Factor Cultural y Social.....	38
Factor Político.....	39
Factor geográfico – demográfico.....	41
Factor tecnológico.....	43
Factor Ambiental.....	45
Capítulo III.....	47
Planeamiento estratégico.....	47
Misión.....	47
Visión.....	47
Valores.....	47
Colaboradores:.....	47
Clientes.....	48
Matriz FODA.....	48
Objetivos Estratégicos.....	50

	4
Corto Plazo	50
Mediano Plazo.....	51
Largo Plazo	51
Estrategia Genérica de Porter	52
Cronograma de Actividades (Gantt)	52
Capítulo IV.....	56
Estudio de Mercado	56
Oferta	56
Competidores Directos:	56
Competidores Potenciales:	60
Demanda.....	62
Objetivos Específicos.....	62
Metodología.....	64
Tamaño Muestral.....	65
Encuesta.....	66
Capítulo V.....	79
Plan de Comercialización	79
Mercado.....	79
Segmentación	79
Marketing Mix.....	83
Producto.....	83
Precio	89
Plaza o distribución	90
Promoción.....	92
Formulación Estratégica.....	94
Estrategias FO	94
Estrategias FA.....	96
Estrategias DO.....	96
Estrategias DA	96
Proyección de Ventas.....	97
Capítulo VI.....	103
Plan Técnico	103
Localización de la empresa	103
Macro Localización.....	103
Micro Localización.....	106
Tamaño del Negocio	111

	5
Necesidades	113
Costos (Directos e indirectos)	116
Proceso de Producción.....	119
Certificaciones necesarias.....	122
Impacto en el medio ambiente.....	127
Capítulo VII.....	128
Plan Organizacional, Personal y Legal.....	128
Constitución de la empresa	128
Obligaciones de la empresa	135
Estructura Organizacional.....	139
Descripción de las Funciones MOF	140
Capítulo VIII.....	147
Planificación Financiera	147
Inversiones (estructura).....	147
Ingresos y Egresos.....	150
Deuda (cuadro de amortizaciones).....	155
Flujo de Caja (económico y financiero).....	157
Evaluación Económica y Financiera (VAN, TIR y punto de equilibrio)	159
Punto de equilibrio.	160
Estados Financieros Proyectados (estado de situación financiera y estado de resultado)	161
Conclusiones	164
RECOMENDACIONES.....	166
Anexos.....	167
Referencias Bibliográficas	177

Índice Tablas

Tabla 1: Análisis del grado de obesidad y su relación con las enfermedades	15
Tabla 2: Proveedor Campo Grande.....	24
Tabla 3: Cuadro resumen para Tetra Pak S. A.....	26
Tabla 4: Cuadro resumen para Maqfruex del Perú E.I.R.L	27
Tabla 5: Matriz FODA del proyecto de negocio.....	46
Tabla 6: Análisis FODA del proyecto de negocio	46
Tabla 7: Actividades para objetivos estratégicos generales.....	50
Tabla 8: Actividades específicas por estudio de mercado y distribución... ..	51
Tabla 9: Actividades Generales Iniciales.....	51
Tabla 10: Actividades de Contratación de personal... ..	52
Tabla 11: Factores comparados de los competidores.....	57
Tabla 12: Proyección de ventas... ..	94
Tabla 13: La proyección de oferta	95
Tabla 14: Población potencial La Molina	95
Tabla 15: Población efectiva de La Molina	96
Tabla 16: Calculo per cápita de consumo al año... ..	96
Tabla 17: Calculo demanda efectiva.....	97
Tabla 18: Brecha demanda – oferta	98
Tabla 19: Capacidad de producción de la planta... ..	98

Tabla 20: Tamaño – Mercado.....	99
Tabla 21: Volumen de ventas estimado en el mercado objetivo.....	100
Tabla 22: Evaluación de los factores económicos	105
Tabla 23: Necesidades de las alternativas para local de producción... ..	109
Tabla 24: Equipos, Muebles y enseres.....	111
Tabla 25: Envases necesarios por año... ..	111
Tabla 26: Costos de materia prima para la producción por año.....	112
Tabla 27: Mano de obra del personal necesario para la empresa.....	113
Tabla 28: Costos Directos.....	114
Tabla 29: Costos Indirectos... ..	115
Tabla 30: Gastos para el Registro Sanitario.....	122
Tabla 31: Costos totales de la constitución de la empresa.....	131
Tabla 32: Beneficios de los trabajadores MYPE... ..	133
Tabla 33: Descripción Régimen MYPE... ..	134
Tabla 34: MOF para el Gerente General.....	137
Tabla 35: MOF para el puesto de Administrador	139
Tabla 36: MOF para puesto de Jefe de Logística.....	141
Tabla 37: MOF para puesto de Encargado de Marketing y Ventas... ..	143
Tabla 38: Inversión total	145
Tabla 39: Ingresos y egresos.....	147
Tabla 40: Precio de Venta.....	149

Tabla 41: Presupuesto de Venta.....	149
Tabla 42: Ventas en soles... ..	150
Tabla 43: Materiales de fabricación por año.....	150
Tabla 44: Costos fijos y variables.....	151
Tabla 45: Financiamiento del proyecto.....	152
Tabla 46: Cuadro de amortización del préstamo elegido.....	153
Tabla 47: Flujo de Caja (económico y financiero)	155
Tabla 48: VAN – TIR –COK.....	156
Tabla 49: Índice Neto de Rentabilidad... ..	157
Tabla 50: Punto de equilibrio.....	157
Tabla 51: Estado de resultados... ..	158

Índice de Figuras

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocio se basa en la producción y comercialización de una bebida nutritiva “Q-POWER”, elaborada mediante productos peruanos como la harina de quinua, cacao, leche de almendras, harina de chía y endulzado con stevia; es un negocio que busca ubicarse en un lugar estratégico para su buena producción, distribución y comercialización en el distrito de la Molina. En la actualidad se observa un cambio en el estilo de vida de la sociedad, las personas se vienen incorporando día a día a la vida laboral, los tiempos de refrigerio se vienen reduciendo constantemente, la elaboración de los alimentos en el hogar ha pasado a un segundo plano todos estos factores han promovido el desarrollo de “Q-POWER” donde las personas pueden adquirir un producto rápido. El mercado objetivo está conformado por ejecutivos, trabajadores, Universitarios dependientes e independientes que pertenecen al nivel socioeconómico “B y C” que estén entre 18 a 58 años de edad y que no cuenta con tiempo suficiente para preparar su alimentó por lo menos 3 o 4 veces por semana. Dentro de las características están los horarios extendidos, brindar mejores precios, promociones y contribuir a una mejora calidad de vida de la comunidad al ofrecer un producto fresco y de calidad. Para establecer la factibilidad del proyecto se realiza un estudio de mercado para identificar y cuantificar. Finalmente, luego de realizar la evaluación económica y financiera del proyecto, se obtiene un VAN de S/407,871.94 y un TIR anual de 125.32% y un índice de beneficio costo de S/.0.06 haciendo de este un proyecto rentable.