



idat

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

“NUTRI CANDYS”

**ELABORACIÓN DE CAMELOS ENRIQUECIDOS EN HIERRO
PARACOMBATIR Y TRATAR LA ANEMIA**

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

CORO PÉREZ, Marco Antonio

(0000-0001-6265-1640)

CALDERÓN SILVA, Ariana Gisell

(0000-0002-6752-1842)

LIMA – PERÚ 2022

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a este primer objetivo logrado y a mi abuela Rosa Córdova por motivarme cada día a seguir y luchar por mis sueños.

Marco Antonio Coro Pérez.

Dedico este trabajo a mi padre, Luis Alberto Calderón Juárez, que ha estado de inicio a fin motivándome y ayudándome a cumplir esta primera meta, esperando a cumplir muchas más con su apoyo incondicional.

Ariana Gisell Calderón Silva.

AGRADECIMIENTO

Primero agradecer a Dios, a cada uno de mis profesores de carrera por ayudarme a ampliar mis conocimientos y a mi familia que me enseñaron buenos valores, gracias a ellos pude llegar a esta gran etapa de mi vida.

Marco Antonio Coro Pérez.

Agradezco a Dios y a mi familia por estar conmigo y apoyarme en cada momento, por otro lado a mi compañero Marco por su esfuerzo y dedicación en este proyecto y finalmente a mis amigas Leyla y Nicol por el apoyo emocional y las palabras de aliento de siempre.

Ariana Gisell Calderón Silva.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	12
Capítulo I: Definición Del Negocio	14
Idea Del Negocio	14
Diagnóstico de la Idea de Negocio	15
Justificación del Plan de Negocio	16
Capítulo II: Diagnóstico del Plan de Negocio	18
Análisis del Micro Entorno	18
Análisis del Macro Entorno	19
Capítulo III: Planeamiento Estratégico.....	23
Visión:.....	23
Misión:	23
Valores:	23
Matriz FODA	25
Objetivos Estratégicos Generales	26
Estrategia Genérica de Porter	27
Cronograma de Actividades.....	28
Capítulo IV: Estudio de Mercado	30
Oferta	30
Demanda.....	31
Capítulo V: Plan de Comercialización.....	40
Mercado (Características y Segmentación)	40

Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción)	44
Formulación estratégica:	48
Proyección de ventas.	49
Capítulo VI: Plan Técnico.....	57
Localización de la Empresa	57
Tamaño del negocio (capacidad instalada).....	59
Necesidades	60
Costos (directos e indirectos).....	62
Proceso de Producción u Operación (Diagrama de Flujo).....	63
Certificaciones Necesarias.....	70
Impacto en el Medio Ambiente.....	71
Medidas de Manejo Ambiental	71
Capítulo VII: Plan Organizacional, Personal y Legal.....	73
Constitución De La Empresa	73
Obligaciones (Tributarias y Laborales)	76
Estructura Organizacional.....	78
Descripción de Funciones.....	78
Capítulo VIII: Planificación Financiera	85
Inversiones (Estructura).....	85
Ingresos y Egresos	89
Deuda.....	91

Flujo de Caja (Económico y Financiero)	95
Evaluación económica (VAN, TIR Y P.E)	98
Estados Financieros Proyectados.....	100
Conclusiones.....	101
Recomendaciones.....	103
Referencias Bibliográficas.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Materia prima y proveedores	18
Tabla 2 Competidores Indirectos	19
Tabla 3 Análisis Foda	25
Tabla 4 Competidores Indirectos	30
Tabla 5 Competidores Potenciales.....	30
Tabla 6 Ficha Técnica de Encuesta.....	31
Tabla 7 Población por Periodo 2013 - 2027	38
Tabla 8 Características del mercado potencial	40
Tabla 9 Segmentación de Mercado	43
Tabla 10 Marketing Mix	44
Tabla 11 Formulación Estratégica.....	48
Tabla 12 Crecimiento del Mercado Objetivo.....	49
Tabla 13 Cantidad de Bodegas existentes en Perú.....	50
Tabla 14 Participación de las bodegas en el mercado.....	51
Tabla 15 Costo Variable Unitario.....	52
Tabla 16 Proyección de Ventas 2023	52
Tabla 17 Proyección de Ventas 2024	53
Tabla 18 Proyección de Ventas 2025	54
Tabla 19 Proyección de Ventas 2026	55
Tabla 20 Proyección de Ventas 2027	56
Tabla 21 Equipos	60
Tabla 22 Herramientas y Otros	61
Tabla 23 Materia Prima.....	61
Tabla 24 Mano de Obra	61

Tabla 25 Insumos	62
Tabla 26 Mano de Obra directa.....	62
Tabla 27 Costo Indirecto de Fabricación	63
Tabla 28 Diagrama de Flujo 1	64
Tabla 29 Diagrama de Flujo 2	66
Tabla 30 Diagrama de Flujo 3	68
Tabla 31 Constitución de la Empresa	76
Tabla 32 Régimen MYPE tributario.....	76
Tabla 33 Beneficios Laborales	77
Tabla 34 Gastos de Registro de la empresa	85
Tabla 35 Gastos de Instalación	85
Tabla 36 Activos Fijos.....	86
Tabla 37 Inversión	86
Tabla 38 Costo de producción.....	87
Tabla 39 Gastos Administrativos	87
Tabla 40 Gastos Comerciales.....	87
Tabla 41 Capital de Trabajo	88
Tabla 42 Total de Inversión.....	88
Tabla 43 Capitalización	88
Tabla 44 Ingresos	89
Tabla 45 Egresos.....	90
Tabla 46 Tasas.....	91
Tabla 47 Cronograma de Pago del Financiamiento	91
Tabla 48 Amortización del capital externo.....	92
Tabla 49 Cronograma de Pago del Accionista	94
Tabla 50 COK.....	94

Tabla 51 Resumen de Inversión	95
Tabla 52 Flujo de caja Económico	96
Tabla 53 Flujo de caja Financiero.....	97
Tabla 54 VAN y TIR económico	98
Tabla 55 VAN y TIR financiero.....	98
Tabla 56 Punto de equilibrio.....	99
Tabla 57 P.E en unidades.....	99
Tabla 58 Margen de Ganancia Unitaria	99
Tabla 59 P.E en soles	99
Tabla 60 Balance General	100
Tabla 61 Estado de Resultados	100

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Prevalencia de Anemia en Perú.....	16
Ilustración 2 Niñas y Niños Consumieron Suplemento de Hierro.....	17
Ilustración 3 Nivel de desnutrición Crónica en el Perú.....	17
Ilustración 4 Pobreza Monetaria en Perú.....	20
Ilustración 5 Dimensiones de la Pobreza en Perú.....	20
Ilustración 6 Evolución de la pobreza monetaria en Piura	21
Ilustración 7 Formula de Tamaño de Muestra	32
Ilustración 8 Pregunta 1	33
Ilustración 9 Pregunta 2	33
Ilustración 10 Pregunta 3	34
Ilustración 11 Pregunta 4	34
Ilustración 12 Pregunta 5	35
Ilustración 13 Pregunta 6	35
Ilustración 14 Pregunta 7	36
Ilustración 15 Pregunta 8	36
Ilustración 16 Pregunta 9	37
Ilustración 17 Pregunta 10	37
Ilustración 18 Crecimiento de la Demanda	38
Ilustración 19 Proyección de la demanda.....	39
Ilustración 20 Resumen de Mercados.....	42
Ilustración 21 Colores de la Marca	45
Ilustración 22 Diseño de Empaque.....	45
Ilustración 23 Participación al Mercado Objetivo.....	49
Ilustración 24 Mapa catastral.....	57

Ilustración 25 Mapa de Google	58
Ilustración 26 Mapa de los distritos de Piura	58
Ilustración 27 Mapa del Local	60
Ilustración 28 Proceso de Elaboración	65
Ilustración 29 Proceso de Ventas.....	67
Ilustración 30 Proceso de Delivery.....	69
Ilustración 31 Organigrama	78

RESUMEN EJECUTIVO

Nutri Candys es una empresa que se dedicará a la elaboración y comercialización de caramelos altos en hierro para combatir y tratar la anemia. Este proyecto se considera oportuno porque hay una necesidad por parte de los padres en querer tratar de disminuir los índices de anemia en sus hijos. Para ello se realizó un estudio de mercado, dirigido al NSE B, C y D donde se evaluó el grado de aceptación y la frecuencia de compra y consumo del cliente.

En Piura, se estima que existen 100,000 niños menores de tres años que padecen anemia. De acuerdo a las cifras oficiales, de cada 10 niños, 4 en promedio la sufren, dato que aún no es buena noticia. Es por ello que se planteó esta idea y para contrarrestar este problema se crearon caramelos 100% naturales elaborados a base de algarrobina y sangrecita de pollo cumpliendo con el Decreto Legislativo 1062, que propone la Ley de Inocuidad de los alimentos.

Nuestro local de producción estará ubicado en el distrito de Sullana y distribuiremos nuestro producto en 4 distritos de la región de Piura (Paita, Talara, Sullana y Piura), nuestras ventas se realizarán vía delivery a través de nuestras redes sociales. Aplicaremos buenas estrategias de marketing que nos ayudaran alcanzar clientes y conseguir más ventas.

Si bien es cierto, existen muchos productos en la categoría de golosinas (competidores indirectos) pero son pocos los que tienen el objetivo de combatir o tratar la anemia. Frente a ello utilizaremos la estrategia de segmentación enfocada a la diferenciación. Nuestro producto será un paquete de 5 caramelos en forma de animalitos y una caja contendrá 20 paquetes a un precio accesible de S/16, obteniendo un margen de ganancia del 40%.

Nuestras envolturas tendrán un impacto ambiental pero lo transformaremos en algo positivo para la empresa. Utilizaremos bolsas kraft para lo que serán los paquetitos y para la venta al por mayor cajas de cartón. También, haremos uso de focos led para el ahorro de energía y donaremos los envases de vidrio a las empresas de reciclaje.

Nuestra empresa será una SAC y al encontrarnos en la tercera categoría (Renta empresarial), superar las ventas anuales de 15 UIT y tener más de 10 trabajadores, nos corresponde el Régimen MYPE tributario (pequeña empresa). El negocio estará compuesto por 2 accionistas con una inversión de S/. 53,390 cada uno. La inversión será de S/. 152,544 de los cuales el 70% se repartirá en los 2 socios accionistas y el 30% restante serán con ayuda del financiamiento por parte del banco.

Parte de nuestra inversión, lo conforman los gastos pre – operativos (Registro y/ o constitución de la empresa), gastos de instalación y la compra de activos fijos. Para nuestro capital de trabajo se ha considerado los costos de producción, gastos administrativos y comerciales para los dos primeros meses.

Finalmente, en el análisis de viabilidad, el VAN económico da un resultado positivo con un monto de S/. 450,862 y una TIR de 78%, En el VAN financiero también da un resultado positivo de S/. 327,528 y una TIR de 93%. Esto quiere decir que si realizamos nuestra idea de negocio con dinero propio o con ayuda de un financiamiento, el proyecto sigue siendo rentable.