



idat

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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE GALLETAS CON
COLAGENO HIDROLIZADO - COLIGOLI**

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de

Administración de Empresas

**LOURDES YLIANA INCA VICENTE
(0000-0001-6572-2125)**

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria

Dedico este trabajo a todas aquellas personas que me apoyaron, que hicieron posible poder culminar este trabajo de una manera óptima, en momentos difíciles. Especialmente a mis padres, hermanos, amigos, jefe de trabajo y profesores.

INDICE DE CONTENIDO

| | |
|------------------------------------------------------------|-----------|
| DEDICATORIA | 1 |
| INDICE DE CONTENIDO | 2 |
| INDICE DE TABLAS | 5 |
| INDICE DE FIGURAS..... | 7 |
| RESUMEN | 9 |
| INTRODUCCIÓN | 10 |
| 1 CAPÍTULO 1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO..... | 11 |
| 1.1 IDEA DE NEGOCIO | 11 |
| 1.2 DIAGNÓSTICO DE LA IDEA DE NEGOCIO | 19 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO | 20 |
| 2 CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO..... | 22 |
| 2.1 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO | 22 |
| 2.1.1 Poder de negociación de los clientes | 22 |
| 2.1.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores..... | 22 |
| 2.1.3 Poder de negociación de los proveedores | 22 |
| 2.1.4 Rivalidad entre los competidores existentes | 23 |
| 2.1.5 Amenaza de productos y servicios sustitutivos..... | 24 |
| 2.2 ANÁLISIS DE MACRO ENTORNO | 28 |
| 2.2.1 Análisis económico | 28 |
| 2.2.2 Análisis cultural y social..... | 28 |
| 2.2.3 Análisis político..... | 29 |
| 2.2.4 Análisis geográfico- demográfico y tecnológico..... | 30 |
| 2.2.5 Análisis ecológico..... | 31 |
| 2.2.6 Análisis legal..... | 31 |
| 3 CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO | 34 |
| 3.1 MISIÓN..... | 34 |
| 3.2 VISIÓN | 34 |
| 3.3 VALORES | 34 |
| 3.4 MATRIZ FODA | 35 |
| 3.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES | 36 |
| 3.5.1 OBJETIVOS DE LARGO PLAZO..... | 36 |
| 3.5.2 OBJETIVOS DE CORTO PLAZO | 36 |
| 3.5.3 DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS..... | 37 |
| 3.6 ESTRATEGIA GENÉRICA DE PORTER..... | 38 |
| 3.6.1 Estrategia genérica de enfoque..... | 38 |

| | | |
|----------|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.7 | CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (DIAGRAMA DE GANTT) | 38 |
| 4 | CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO..... | 40 |
| 4.1 | OFERTA (QUÉ OFRECEN LOS COMPETIDORES – DIRECTOS Y POTENCIALES)..... | 40 |
| 4.2 | DEMANDA | 44 |
| 4.2.1 | <i>Objetivo general</i> | 44 |
| 4.2.2 | <i>Objetivo secundario</i> | 45 |
| 4.2.3 | <i>Metodología</i> | 47 |
| 4.2.4 | <i>Resultado e Interpretación</i> | 48 |
| 4.2.5 | <i>Estudio de mercado</i> | 60 |
| 4.2.5.1 | Mercado total..... | 60 |
| 4.2.5.2 | Mercado potencial | 60 |
| 4.2.5.3 | Mercado disponible..... | 61 |
| 4.2.5.1 | Mercado efectivo | 61 |
| 4.2.5.2 | Mercado objetivo | 62 |
| 4.2.5.3 | Proyección de la demanda | 62 |
| 5 | CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN | 64 |
| 5.1 | MERCADO | 64 |
| 5.1.1 | <i>Características</i> | 64 |
| 5.1.2 | <i>Segmentación</i> | 65 |
| 5.2 | MARKETING MIX | 65 |
| 5.2.1 | <i>Producto</i> | 65 |
| 5.2.2 | <i>Precio</i> | 68 |
| 5.2.2.1 | Formas de pago..... | 68 |
| 5.2.3 | <i>Plaza</i> | 69 |
| 5.2.3.1 | Estrategia de distribución..... | 69 |
| 5.2.3.2 | Almacenamiento | 69 |
| 5.2.3.3 | Canal de distribución | 70 |
| 5.2.3.4 | Cobertura | 70 |
| 5.2.3.5 | Proveedores | 71 |
| 5.2.4 | <i>Promoción</i> | 71 |
| 5.3 | FORMULACIÓN ESTRATÉGICA..... | 73 |
| 5.4 | PROYECCIÓN DE VENTAS..... | 74 |
| 6 | CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO | 75 |

| | | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| 6.1 | LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA..... | 75 |
| 6.2 | TAMAÑO DEL NEGOCIO (CAPACIDAD INSTALADA) | 79 |
| 6.3 | NECESIDADES | 81 |
| 6.4 | COSTOS (DIRECTOS E INDIRECTOS) | 89 |
| 6.4.1 | <i>Costos directos</i> | 89 |
| 6.4.2 | <i>Costos indirectos</i> | 91 |
| 6.5 | PROCESO DE PRODUCCIÓN U OPERACIÓN (DIAGRAMA DE FLUJO) | 92 |
| 6.5.1 | <i>6.5.1 Proceso de operación</i> | 92 |
| 6.5.2 | <i>Proceso de producción</i> | 94 |
| 6.6 | CERTIFICACIONES NECESARIAS | 95 |
| 6.7 | IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE | 99 |
| 6.7.1 | <i>Impacto negativo</i> | 99 |
| 6.7.2 | <i>Impacto positivo</i> | 99 |
| 7 | CAPÍTULO VII: PLAN ORGANIZACIONAL, PERSONAL Y LEGAL..... | 101 |
| 7.1 | CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA (PROCESO, TRÁMITES, PERMISOS Y COSTOS) | 101 |
| 7.1.1 | <i>Constitución de la empresa</i> | 101 |
| 7.1.2 | <i>Pasos para constituir una empresa</i> | 101 |
| 7.1.3 | <i>Registro de la marca en Indecopi</i> | 107 |
| 7.2 | OBLIGACIONES (TRIBUTARIAS Y LABORALES)..... | 107 |
| 7.3 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 109 |
| 7.4 | DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES..... | 110 |
| 8 | CAPÍTULO VIII: PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO | 111 |
| 8.1 | INVERSIONES (ESTRUCTURA) | 111 |
| 8.2 | INGRESOS Y EGRESOS | 113 |
| 8.2.1 | <i>Ingresos</i> | 113 |
| 8.2.2 | <i>Egresos</i> | 114 |
| 8.3 | DEUDA (CUADRO DE AMORTIZACIÓN)..... | 116 |
| 8.4 | FLUJO DE CAJA (ECONÓMICO Y FINANCIERO)..... | 118 |
| 8.5 | EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA (VAN, TIR Y PUNTO DE EQUILIBRIO) | 120 |
| 8.5.1 | <i>Indicadores de rentabilidad</i> | 120 |
| 8.6 | FINANCIEROS PROYECTADOS | 121 |
| 8.6.1 | <i>Estado de situación financiera</i> | 121 |
| 8.6.2 | <i>Estado de resultados integrales</i> | 124 |
| | CONCLUSIONES | 125 |
| | RECOMENDACIONES..... | 128 |
| | BIBLIOGRAFIA..... | 129 |
| | ANEXOS..... | 130 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABLA 1: MODELO BUSSINES CANVA | 12 |
| TABLA 2: MATRIZ EFI | 27 |
| TABLA 3: MATRIZ EFE..... | 32 |
| TABLA 4: IE | 33 |
| TABLA 5: FODA | 35 |
| TABLA 6: MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO | 44 |
| TABLA 7: FICHA TÉCNICA..... | 47 |
| TABLA 8: POBLACIÓN TOTAL..... | 60 |
| TABLA 9: MERCADO TOTAL..... | 60 |
| TABLA 10: MERCADO POTENCIAL..... | 60 |
| TABLA 11: MERCADO DISPONIBLE..... | 61 |
| TABLA 12: MERCADO EFECTIVO | 61 |
| TABLA 13: MERCADO OBJETIVO | 62 |
| TABLA 14: PROYECCIÓN DE DEMANDA | 63 |
| TABLA 15: FODA COMERCIAL | 73 |
| TABLA 16: UNIDADES A VENDER | 74 |
| TABLA 17: PRECIO..... | 74 |
| TABLA 18: INGRESOS | 74 |
| TABLA 19: OPCIONES DE LOCALES..... | 75 |
| TABLA 20: MATRIZ DE LOCALIZACIÓN | 75 |
| TABLA 21: DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES (M22)..... | 78 |
| TABLA 22: CUADRO DE PRODUCCIÓN DE PAQUETE DE GALLETAS POR TRABAJADORES DE LA EMPRESA..... | 79 |
| TABLA 23: CUADRO DE PRODUCCIÓN DE PAQUETES MENSUALES Y ANUALES. | 80 |
| TABLA 24: CAPACIDAD INSTALADA TOTAL DEL TALLER DE PRODUCCIÓN. | 80 |
| FIGURA 35: UTENSILIOS | 83 |
| TABLA 25: CUADRO DE CANTIDAD Y COSTOS DE MAQUINARIAS, EQUIPOS Y ENSERES..... | 88 |
| TABLA 26: MATERIA PRIMA | 89 |
| TABLA 27: MANO DE OBRA..... | 89 |
| TABLA 28: COSTO DIRECTO MENSUAL DE MANO DE OBRA..... | 89 |
| TABLA 29: COSTO DIRECTO ANUAL DE MANO DE OBRA | 90 |
| FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA..... | 90 |
| TABLA 30: COSTO DIRECTO MENSUAL DE MATERIA PRIMA | 90 |
| TABLA 31: COSTO INDIRECTO MENSUAL | 91 |
| TABLA 32: COSTO INDIRECTO ANUAL..... | 91 |
| TABLA 33: PRECIO DE VENTA | 92 |
| TABLA 34: PROCESO DE PRODUCCIÓN..... | 94 |

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| TABLA 35: MATRIZ DE IMPACTO DE MEDIO AMBIENTE | 100 |
| TABLA 36: COSTO DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA..... | 106 |
| TABLA 37: DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES | 110 |
| TABLA 38: ACTIVOS FIJOS..... | 111 |
| TABLA 39: CAPITAL DE TRABAJO PRE OPERATIVO..... | 112 |
| TABLA 40: CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO | 112 |
| TABLA 41: RESUMEN DE INVERISIONES | 112 |
| TABLA 42: VENTA MENSUAL CORRESPONDIENTE AL AÑO 2023 | 113 |
| TABLA 43: INGRESOS ANUALES | 113 |
| TABLA 44: GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES..... | 114 |
| TABLA 45: GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES | 114 |
| TABLA 46: GASTOS DE VENTAS MENSUALES..... | 115 |
| TABLA 47: GASTO DE VENTA ANUAL | 115 |
| TABLA 48: RESUMEN DE COSTOS DE VENTAS | 115 |
| TABLA 49: RESUMEN DE EGRESOS..... | 116 |
| FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA..... | 116 |
| TABLA 50: CUADRO DE AMORTIZACIÓN | 116 |
| TABLA 51: DETALLES DEL FINANCIAMIENTO | 117 |
| TABLA 52: AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO | 117 |
| TABLA 53: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO | 118 |
| TABLA 54: FLUJO DE CAJA FINANCIERO | 119 |
| TABLA 55: INDICADORES DE RENTABILIDAD | 120 |
| TABLA 56: PUNTO DE EQUILIBRIO | 121 |
| TABLA 57: ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO | 122 |
| TABLA 58: ESTADO DE RESULTADO INTEGRALES..... | 124 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| FIGURA 1: GALLETAS CON COLÁGENO | 40 |
| FIGURA 2: IMAGEN DE PRODUCTOS COLNATUR | 41 |
| FIGURA 3: IMAGEN DE GALLETAS BREZA | 42 |
| FIGURA 4: PREGUNTA 1 | 48 |
| FIGURA 5: PREGUNTA 2 | 49 |
| FIGURA 6: PREGUNTA 3 | 50 |
| FIGURA 7: PREGUNTA 4 | 50 |
| FIGURA 8: PREGUNTA 5 | 51 |
| FIGURA 9: PREGUNTA 6 | 52 |
| FIGURA 10: PREGUNTA 7 | 53 |
| FIGURA 11: PREGUNTA 8 | 54 |
| FIGURA 12: PREGUNTA 9 | 54 |
| FIGURA 13: PREGUNTA 10..... | 55 |
| FIGURA 14: PREGUNTA 11..... | 56 |
| FIGURA 15: PREGUNTA 12..... | 57 |
| FIGURA 16: PREGUNTA 13..... | 58 |
| FIGURA 17: PREGUNTA 14..... | 58 |
| FIGURA 18: PREGUNTA 15..... | 59 |
| FIGURA 19: EMPAQUE | 67 |
| FIGURA 20: TABLA NUTRICIONAL (100G)..... | 67 |
| FIGURA 21: UBICACIÓN DEL LOCAL COMERCIAL..... | 69 |
| FIGURA 22: KEY WORDS..... | 72 |
| FIGURA 23: PUERTA PRINCIPAL..... | 76 |
| FIGURA 24: ENTRADA HACIA LOS ESPACIO | 76 |
| FIGURA 25: BAÑO | 77 |
| FIGURA 26: ÁREA DE VENTA MOSTRADOR Y ESTANTES | 77 |
| FIGURA 27: ANAQUELES | 77 |
| FIGURA 28: ÁREA DE ALMACÉN..... | 78 |
| FIGURA 29: ÁREA DE PRODUCCIÓN (COCINA)..... | 78 |
| FIGURA 30: HORNO INDUSTRIAL | 81 |
| FIGURA 31: COCINA INDUSTRIAL..... | 81 |
| FIGURA 32: LICUADORA | 82 |
| FIGURA 33: BATIDORA | 82 |
| FIGURA 34: REFRIGERADORA | 83 |
| FIGURA 36: MANDIL | 83 |
| FIGURA 37: OLLAS..... | 84 |
| FIGURA 38: PLATOS | 84 |

| | |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| FIGURA 39: GUANTES DE COCINA..... | 84 |
| FIGURA 40: BANDEJAS | 85 |
| FIGURA 41: HERVIDOR..... | 85 |
| FIGURA 42: BOWLS | 85 |
| FIGURA 43: MAQUINA PARA BOLETA..... | 86 |
| FIGURA 44: COMPUTADORA | 86 |
| FIGURA 45: SILLA | 87 |
| FIGURA 46: MESA | 87 |
| FIGURA 47: DIAGRAMA DE FLUJO – OPERACIÓN | 93 |
| FIGURA 48: DIAGRAMA DE FLUJO - PRODUCCIÓN | 95 |
| FIGURA 49: BÚSQUEDA DE RAZÓN SOCIAL | 102 |
| FIGURA 50: BÚSQUEDA DE NOMBRE..... | 103 |
| FIGURA 51: SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE | 103 |
| FIGURA 52: FICHA DE SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN E EMPRESAS | 104 |
| FIGURA 53: CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA | 106 |
| FIGURA 54: REGISTRO DE MARCA | 108 |
| FIGURA 55: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 109 |

RESUMEN

La empresa COLIGOLI, constituida por una sola accionista; Lourdes Inca (20años); ingresa al mercado de suplementos alimenticios, constituyéndose como una productora y comercializadora de galleta con colágeno hidrolizado, siendo esta proteína el insumo principal en su elaboración, dándole un valor agregado con sabor agradable de vainilla, contando con proveedores nacionales reconocidos.. El público objetivo son hombres y mujeres de 25 años a más, pertenecientes a un nivel socioeconómico B en los distritos de Lince, Surquillo, Barranco, Breña y San Luis, donde un estudio realizado indica que son los distritos con mayor índice de una cultura alimentaria sana y un ingreso cuantioso, además se encuentran dentro del mundo de las redes sociales como Facebook, Instagram y Wasap, medios por donde la empresa realizará su promoción. El local comercial de esta empresa se encontrara en el distrito de Lince, por ser un lugar céntrico y con alto fluido de transeúntes, se distribuirá de forma adecuada para contar con el área de producción, área de venta y almacén, cumpliendo con todos los requisitos pedidos por la ley para integrar la formalidad, otorgando confianza y calidad al cliente. Esta empresa buscara la manera de distribuir su producto a mercados y bodegas aledañas a los distritos mencionados.

Según el estudio del plan financiero, se estima que el negocio a desarrollar es viable y rentable, por motivo de que se puede costear los montos directos e indirectos de la empresa y aun así tener remuneración alta, permitiendo cubrir el pago de la tasa de interés por el préstamo bancario.