



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**CARRERA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Plan de negocios para la constitución de una empresa dedicada a la
fabricación y comercialización de postres saludables en la ciudad de Lima,
“Natural Desserts”

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:
“Bachiller en Administración de Empresas”

Presentado por:

Castillo Herbas, Nayrobi Kori.

Delgado Camones, Haydeé.

Díaz Velásquez, Ana Claudia.

Sotelo Sánchez, Andrés Alonso.

Vargas Reyes, Gissella del Carmen.

Lima – Perú

2019



ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 06 / 03 / 2019

Facultad	Ciencias Empresariales		
Carreras de CPE			
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>		
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>		
Integrantes:			
Código	Alumno	Correo electrónico	Teléfono
	Castillo Herbas, Nayrobi Kori.		
	Delgado Camones, Haydeé.		
	Díaz Velásquez, Ana Claudia.		
	Sotelo Sánchez, Andrés Alonso.		
	Vargas Reyes, Gissella del Carmen.		

Título del trabajo de investigación:

Plan de negocios para la constitución de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de postres saludables en la ciudad de Lima, "Natural Desserts"

El Jurado revisor concluye que el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller es:

Aprobado (13 – 15)	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado – Muy Buena (16 – 18)	<input type="checkbox"/>
Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)	<input type="checkbox"/>
Desaprobado (0 – 12)	<input type="checkbox"/>

Calificándola con nota de: 14 en letras (catorce)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

Trabajo aprobado

Para la implementación del proyecto se recomienda:

- Si los insumos son realmente orgánicos, mencionar la certificación orgánica. Si no tienen certificación son productos genéricamente ecológicos.
- Vigilar atentamente la competencia desleal (e ilegal) de vendedores de productos presentados engañosamente como orgánicos, ecológicos o naturales sin certificación. Por ende presentan productos seudo saludables sin garantía a precios mas bajos.

Atentamente,

Profesor del curso

Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

Dedicatoria

Con amor y gratitud a nuestros padres que nos motivaron a conseguir este trabajo.

AGRADECIMIENTOS

Ante todo damos gracias a Dios, gracias a nuestros padres que son nuestros pilares y gracias a todos aquellos que nos impulsaron a seguir adelante.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE ILUSTRACIONES	ix
RESUMEN EJECUTIVO.....	x
ABSTRACT.....	xi
CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO.....	13
1.1. Formulación de la idea de negocio	13
1.1.2 Descripción de la necesidad Insatisfecha.....	14
1.1.3 Producto a ofrecer	15
1.1.4 Mercado Objetivo	19
1.2 Análisis de la oportunidad	19
1.3 Presentación del modelo de negocio	20
CAPÍTULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO	22
Análisis de la industria, del mercado y estimación de la demanda (Análisis externo)	22
2.1. Análisis de la Industria	22
2.1.1 Competidores Actuales	23
2.1.2 Productos Sustitutos.....	25
2.1.3 Clientes	26
2.1.4 Proveedores.....	27

2.2. Análisis del mercado	27
2.3. Estimación de la demanda	34
CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	36
3.1. Análisis FODA	36
3.1.1 Fortalezas	36
3.1.2 Oportunidades	36
3.1.3 Debilidades	36
3.1.4 Amenazas	37
3.2. Misión	37
3.3. Visión	37
3.4. Objetivos estratégicos	37
3.5. Estrategias Genéricas	38
3.5.1 Estrategias de Ventas	38
3.5.2 Estrategias de desarrollo del producto.	38
3.5.3 Estrategias de diferenciación	39
3.6. Fuentes de ventaja competitivas.	40
3.7. Alianzas estratégicas	40
CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING	41
4.1. Estrategias generales de Marketing	41
4.2. Políticas de precio	43
CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES	46
5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones	46
5.2. Estrategias de Crecimiento	51

5.3. Alcance de las operaciones 51

CAPÍTULO VI. DISEÑO DE LA ESTRUCTURA Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS

..... 52

6.1 Diseño de la Estructura 52

6.2. Plan de Recursos Humanos 54

CAPÍTULO VII. PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS 55

7.1. Plazos y gastos de puesta en marcha 55

7.2. Estados Financieros proyectados 57

7.2.1. Ingresos proyectados..... 57

7.2.2. Costo de Ventas y gastos proyectado..... 58

7.2.3 Estado de Resultado Proyectado 61

7.3 Flujo de Caja 62

7.4. Balance General 62

CAPÍTULO VIII. EVALUACIÓN FINANCIERA 64

8.1 Valor Neto Actual 64

8.2 Rentabilidad 65

8.3 Punto de Equilibrio 65

8.4 Tasa Interna de Retorno (TIR) 67

CAPÍTULO IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 68

9.1 Conclusiones 68

9.2 Recomendaciones 69

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 70

INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1 Valor Actual Neto.....	64
-----------------------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Niveles Socios Económicos.....	35
Tabla 2 Demanda Estimada	36
Tabla 3 Precios de Ventas 1.....	43
Tabla 4 Precios de Ventas 2.....	44
Tabla 5 Tabla de Precios 3.....	44
Tabla 6 Inversión Inicial.....	55
Tabla 7 Inversión en Activos Fijos.....	56
Tabla 8 Activos Llevados al gasto.....	56
Tabla 9 Presupuesto de Ventas en Unidades	57
Tabla 10 Presupuesto de Ventas en Nuevos Soles.....	58
Tabla 11 Presupuesto Costo de Ventas.....	59
Tabla 12 % Gastos de Producción	59
Tabla 13 Gastos de Administración y Gerencia	59
Tabla 14 Presupuesto de Marketing.....	60
Tabla 15 Nómina Proyectada.....	60
Tabla 16 Estado de Resultados	61
Tabla 17 Flujo de Caja.....	62

Tabla 18 Balance General.....	63
Tabla 19 Punto de Equilibrio.....	66
Tabla 20 Comprobación cálculo punto de equilibrio.....	66

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Helado de Chocolate.	15
Figura 2. Pudín Chía Coco/Fresa/ Maracuyá.....	15
Figura 3. Pudín de Plátano.....	16
Figura 4. Mouse de Fresa.....	16
Figura 5. Buñuelos de Manzana	17
Figura 6. Trufas sin gluten.....	17
Figura 7. Cake Manzana	17
Figura 8. Flan de Chocolate.....	18
Figura 9. Torta de Queso.	18
Figura 10. Tartaleta de Fresas.....	19
Figura 11. Producto Raw Café.....	24
Figura 12. Carta Raw Café	25
Figura 13. Perú: PBI según actividad económico 2007-2017.....	29
Figura 14. Perú: Valor Agregado Bruto 2007-2017	30
Figura 15. Perú: IMC promedio en personas de 15 y más años de edad, según sexo y región natural, 2014 – 2016.	31
Figura 16. Perú: personas de 15 y más años de edad con sobrepeso, según sexo y región natural, 2014 - 2016 (porcentaje).....	32
Figura 17. Perú: personas de 15 y más años de edad con obesidad, según sexo y área de residencia, 2014 – 2016.	33

Figura 18. Perú: personas de 15 y más años de edad con exceso de peso, según sexo y región natural, 2014 – 2016.	34
Figura 19. Logo de la Empresa.	40
Figura 20. Canal de Distribución Corto.....	46
Figura 21. Canal de distribución directo.....	46
Figura 22. Proceso de Ventas en ShowRooms	48
Figura 23. Proceso Productivo.....	49
Figura 24. Distribución del local.	50
Figura 25. Organigrama.....	52

RESUMEN EJECUTIVO

Durante los últimos años el concepto de vida saludable ha sido adoptado por muchos peruanos y lo han relacionado con mejorar su alimentación. El tema del consumo de comidas y productos saludables ha impactado tanto en el país que, en la actualidad, existen políticas de estado relacionados a los alimentos procesados y el consumo en los escolares, esto debido a los altos niveles de obesidad que presenta la población en la actualidad, de acuerdo con

Delgado (2018) “El 65% de las causas de muerte en el 2025 será a consecuencia de enfermedades crónicas debido a la mala alimentación y hábitos de vida”.

Esta tendencia hacia el consumo de comidas saludables y al cuidado con los alimentos ingeridos, crean una oportunidad de negocios para una pastelería que ofrezca una alternativa distinta dejando al alcance del consumidor postres saludables elaborados con productos naturales, bajos en azúcares y grasas, dirigida a personas que mantengan un estilo de vida saludables brindándoles una opción de adquirir un postre que les permita deleitar su paladar y cuidar su estado físico.

Para la puesta en marcha de la empresa se requiere una inversión total de 60,529 Soles; durante el primer año captando el 3,89% del segmento del mercado se facturarán 52,964 unidades para un total de 321,286.36 Soles, que generarán una utilidad neta de 20,500.94 Soles con una contribución marginal del 6,38%, una tasa de retorno del 64% y un VAN de 140,454 Soles, indicadores financieros que muestran la viabilidad de la inversión y que la misma será recuperada durante los primeros cuatro años de funcionamiento.

ABSTRACT

During the last years the concept of healthy life has been adopted by many Peruvians and they have related it to improve their diet. The issue of the consumption of healthy foods and products has impacted so much in the country that, at present, there are state policies related to processed foods and schoolchildren's consumption, this due to the high levels of

obesity that the population presents. Currently, according to Delgado (2018) "65% of the causes of death in 2025 will be a consequence of chronic diseases due to poor diet and lifestyle

This tendency towards the consumption of healthy foods and the care with ingested food create a business opportunity for a bakery that offers a different alternative, making available to the consumer healthy desserts made with natural products, low in sugars and fats, aimed at people that maintain a healthy lifestyle by giving them an option to acquire a dessert that allows them to delight their palate and take care of their physical condition

For the start-up of the company, a total investment of 60,529 Soles is required; during the first year, capturing the 3.89% of the market segment, 52,964 units will be billed for a total of 321,286.36 Soles, which will generate a net profit of 20,500.94 Soles with a marginal contribution of 6.38%, a 64% return rate and a NPV of 140,454 Soles, financial indicators that show the viability of the investment and that it will be recovered during the first four years of operation.