



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**CARRERA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
MOCHILAS PARA TRANSPORTAR GATOS PERSONALIZADAS MARCA
KATBAG EN LIMA, PERÚ 2019”**

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

PRESENTADO POR:

JULCA DAVILA, Brenda Alexandra

LIMA, PERÚ

2019

ANEXO 6

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

Fecha: **07 / 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
	JULCA DAVILA, Brenda Alexandra		

Título del trabajo de investigación:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MOCHILAS PARA TRANSPORTAR GATOS PERSONALIZADAS MARCA KATBAG EN LIMA, PERÚ 2019”

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: 13 en letras (trece)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

Trabajo aprobado a la condición que pase satisfactoriamente un programa antiplagio

Atentamente,



Profesor del curso
Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

El presente trabajo es un homenaje a mis padres, por darme una carrera profesional y apoyarme de forma incondicional a cumplir mis metas. A mis compañeros y amigos, quienes sin esperar nada a cambio compartieron conmigo sus experiencias, enseñanzas, consejos y me brindaron su apoyo en el largo y difícil camino en la búsqueda del logro personal y profesional.

Quiero agradecer y realizar una mención especial para mi abuelita Alejandrina Vásquez por su gran apoyo, la orientación que me ha dado y la pauta para poder realizarme en mis estudios y vida. Gracias por la paciencia, por ser mi mejor amiga y ayudarme a cumplir mis sueños.

A la Universidad Científica del Sur, por brindarme la oportunidad de desarrollar mis capacidades, competencias y optar el Grado de Bachiller en Administración de Negocios Internacionales.

ÍNDICE

Resumen Ejecutivo.....	8
1. Formulación de la idea de negocio	10
1.1. Oportunidad de negocio	10
1.2. Idea de negocio	11
1.3. Datos técnicos.....	11
1.4. Análisis FODA	12
2. Análisis del entorno.....	13
2.1. Análisis del macro entorno	13
2.2. Análisis del micro entorno	15
2.2.1. Poder negociador de clientes.....	15
2.2.2. Poder negociador de proveedores.....	15
2.2.3. Rivalidad del sector.....	16
2.2.4. Amenaza de nuevos ingresos.....	16
2.2.5. Amenaza de sustitutos.	16
3. Estudio de mercado	17
3.1. Metodología.....	17
3.2. Objetivos de la investigación de mercados.....	17
3.3. Población de estudio.....	18
3.4. Muestreo.....	19
3.5. Herramientas utilizadas.....	20
3.5.1. Focus Groups.....	20

3.5.2. Resultados.....	26
4. Análisis de la industria	27
4.1. Análisis de la competencia	27
4.2. Análisis de la distribución comercial.....	27
5. Plan estratégico de la empresa	27
5.1. Visión.....	28
5.2. Misión	28
5.3. Objetivos estratégicos	28
5.4. Estrategia del negocio	28
5.5. Fuentes generadoras de ventaja competitiva.....	29
6. Plan de marketing.....	29
6.1. Objetivos	29
6.1.1. Mezcla de marketing.....	29
6.1.2. Producto.....	29
6.1.3. Precio.....	30
6.1.4. Plaza.	30
6.1.5. Promoción.....	31
7. Plan de operaciones	36
7.1. Objetivos de operaciones	36
7.2. Actividades previas al inicio de producción.....	36
7.3. Proceso de producción del bien o servicio.....	37

7.3.1. Flujograma del proceso.....	37
8. Diseño y estructura de recursos humanos.....	38
8.1. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación.....	38
8.2. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal.....	38
8.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal.....	39
8.4. Políticas de remuneración y compensaciones.....	39
9. Plan financiero.....	40
9.1. Datos, supuestos y políticas económico financieras.....	40
9.2. Plan de ventas de la nueva unidad de negocio.....	40
9.3. Análisis de costos, materiales e insumos.....	41
9.4. Punto de equilibrio.....	42
9.5. Inversión inicial y fuentes de financiamiento.....	42
9.6. Proyección de flujo de caja.....	43
9.7. Análisis de rentabilidad.....	43
9.8. Estado de ganancias y pérdidas proyectado.....	44
9.9. Balance Proyectado.....	44
9.10. Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio.....	46
10. Conclusiones.....	46
11. Referencias bibliográficas.....	47

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Cuantificación del mercado meta	19
Cuadro 2. Encuesta	24
Cuadro 3. Datos de control	25
Cuadro 4. Porcentajes de las respuestas	26
Cuadro 5. Proyección de ventas en unidades primer año	28
Cuadro 6. Mapa de distribución	31
Cuadro 7. Cronograma de marketing	35
Cuadro 8. Diagrama de Proceso	37
Cuadro 9. Plan de ventas en unidades y en soles	40
Cuadro 10. Inversión en tangibles e intangibles	41
Cuadro 11. Costos de insumos	42
Cuadro 12. Aportes y financiamiento	42
Cuadro 13. Flujo de caja proyectado	43
Cuadro 14. Van y Tir	43
Cuadro 15. Estado de ganancias y pérdidas proyectado	44
Cuadro 16. Balance Proyectado	45
Cuadro 17. Análisis de sensibilidad	46

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios se ha desarrollado para evaluar la viabilidad económica para la producción y comercialización de la marca de mochilas porta gatos Katbag. Esta mochila es un producto nuevo e innovador, que aún no es muy conocido en el mercado peruano, salvo por algunas que circulan y que han sido compradas a través de plataformas de internet.

El producto a diferencia de los que se pueden encontrar en internet es personalizable, que es donde radica su principal ventaja diferencial dado que permite elegir colores y colocar fotografías en la mochila. Se va a aprovechar una oportunidad de mercado, dado que en los últimos años el número de gatos y el gasto en productos para estos han venido en aumento a nivel nacional, aunque para los primeros años de operaciones solamente se ha contemplado la venta en Lima.

Al evaluar el mercado se encontró que por las características del producto y su propuesta, este debe estar dirigido a los niveles socio económicos más altos, que son los que gastan más en sus mascotas y los que valoran más los productos personalizados y de calidad. Por eso el producto se dirige a los NSE A y B de la ciudad de Lima, a mujeres de entre 15 y 45 años de los distritos tradicionalmente poblados por los NSE mencionados.

La investigación de mercados realizada utilizó herramientas cualitativas y cuantitativas, mostrando que existe una buena aceptación del concepto del producto, sus atributos, así como una intención de compra alta, lo cual dibuja un escenario favorable para el lanzamiento del producto.

A nivel de marketing se va a utilizará publicidad ATL, BTL y OTL para llegar con la propuesta de marketing al mercado, se va a enfatizar el uso de herramientas digitales debido a las características del mercado y a su costo. Si bien el producto tiene un precio alto, este obedece a que es un producto Premium y que ofrece atributos que no tienen los rivales del mercado. La

distribución va a ser mediante medios propios y a través de intermediarios para poder así cubrir el mercado de manera eficiente, siempre buscando que la venta directa a través de canales propios vaya creciendo.

El capital utilizado para el lanzamiento del negocio surge del parte de los socios y de un préstamo bancario a pagar en cinco años. El proyecto se muestra viable económicamente debido a que tiene indicadores financieros favorables. El proyecto arroja utilidades desde el primer año, contando con una TIR de 277% y un VAN de 609,351. El proyecto genera utilidades y rentabilidad para los inversionistas según las proyecciones financieras realizadas, por lo que se muestra como una opción de inversión válida.