



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

EMPRESA CASO: MINIMARKET PERUANOS S.A.C

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

Presentado por:

Lincol Fonseca Inga

Profesor:

MBA. Ing. Gustavo Montoya Cárdenas

LIMA, PERÚ

10 de diciembre del 2018

ANEXO 6

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

Fecha: 30/01/2019

Facultad	Ciencias Empresariales
Carreras de CPE	
Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión	<input type="checkbox"/>
Administración de Empresas	<input checked="" type="checkbox"/>
Integrantes:	
Fonseca Inga, Lincol	

Título del trabajo de investigación:
Implementación de Mini market Peruanos

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

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

Calificándola con nota de: 19 en letras Diecinueve

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

- Fortalecer su investigación de mercado, determinando el tamaño de la muestra.

Atentamente,



Jurado Revisor
Mg. Ing. Montoya Cárdenas, Gustavo Adolfo.

*Este documento puede ser enviado por correo electrónico

CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO</u>	4
<u>INTRODUCCION</u>	5
CAPITULO I.	
1. <u>Descripción del Negocio</u>	6
1.1 <u>Justificación de la Idea de Negocio</u>	6
1.2 <u>Breve Descripción del Negocio</u>	9
1.3 <u>Visión, Misión, Objetivos</u>	9
1.4 <u>Estructura Organizacional</u>	11
1.5 <u>Análisis Interno y Externo del Negocio</u>	15
1.5.1 <u>Análisis Interno del Negocio</u>	15
1.5.2 <u>Análisis Externo del Negocio</u>	21
1.5.3 <u>Análisis y Matriz Foda</u>	18
1.6 <u>Análisis de la Industria</u>	31
CAPITULO II.	
2. <u>Análisis del Mercado</u>	32
2.1 <u>Estimación del Mercado</u>	32
2.2 <u>Investigación del Mercado</u>	33
2.3 <u>Segmentación del Mercado</u>	33
2.4 <u>Encuestas</u>	33
2.5 <u>Mercado Potencial</u>	42
2.6 <u>Análisis de la Competencia</u>	46
2.7 <u>Ventaja Competitiva</u>	47
2.8 <u>Estrategias del Marketing</u>	47
2.9 <u>Análisis y Pronóstico de Venta</u>	59
CAPITULO III.	
3. <u>Análisis Técnico</u>	60
3.1 <u>Diseño del Producto o Servicio</u>	60
3.2 <u>Descripción del Proceso/Operaciones</u>	61
3.3 <u>Localización y Distribución Física del Negocio</u>	64
3.3.1 <u>Layout del Negocio</u>	64
3.4 <u>Recursos Necesarios: Materiales, Equipos, Instalaciones y Humanos</u>	64
CAPITULO IV.	

4.	<u>Evaluación Económica y Financiera</u>	78
4.1	<u>Inversión Inicial</u>	78
4.2	<u>Cálculo de Costos</u>	81
4.3	<u>Costo Unitario de Producto</u>	86
4.4	<u>Precio de Venta</u>	94
4.5	<u>Determinación del Punto de Equilibrio</u>	104
4.6	<u>Flujo de Caja Económico Proyectado</u>	106
4.7	<u>Estado de Situación Financiera</u>	109
4.8	<u>Estado de Resultados</u>	112
4.9	<u>Van y Tir</u>	115

CAPITULO V.

5.	<u>Conclusiones y Recomendaciones</u>	116
5.1	<u>Conclusiones</u>	116
5.2	<u>Recomendaciones</u>	117
5.3	<u>Bibliografía</u>	117
5.4	<u>Anexos</u>	120

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestra idea de proyecto surgió debido al constante crecimiento que tiene el Emporio Comercial Gamarra todos los años y que en la zona no cuentan con una bodega o Minimarket, por lo que generó una oportunidad de negocio para personas emprendedoras como nosotros.

En la actualidad en el distrito de La Victoria, en específico Gamarra percibe ingresos aproximados de más de US\$ 2 mil millones de dólares anuales, indicando así el incremento de las ventas de los diversos negocios en la zona.

Cabe destacar que el crecimiento sostenido de la economía peruana de los últimos diez años, contribuye al incremento de las compras por parte de los consumidores.

A su vez, nosotros realizamos un estudio de mercado con el fin de obtener información y saber si las personas que trabajan en la zona y las personas que transitan por el mismo comprarían los productos ofrecidos por nuestra empresa y resultado de dicha encuesta fue positivo lo cual nos impulsó a diseñar este plan de negocio. Por lo tanto, MINIMARKET PERUANOS S.A.C. será la razón social de nuestro proyecto, y MINIMARKET D'BARRIO el nombre comercial, lo cual está dedicada a la venta de productos de consumo masivo minorista como abarrotes, bebidas, golosinas, etc. Así mismo ofreceremos servicios como el Agente BCP, Delivery (solo en la zona de Gamarra), maquina automática de recargas de celular, servicio de fotocopias, etc. De tal manera satisfacer las necesidades del mercado.

Nuestra diferenciación es que se tendrá variedad de productos como servicios ya que en la zona de Gamarra no hay algún negocio igual al nuestro, tan solo encontramos ambulantes y quioscos que solo ofrecen golosinas y bebidas. Esto nos permitirá captar con facilidad a los clientes y mantenerlos satisfechos tanto en los productos que encontraran y el servicio de calidad que se le brindara.

Aprovecharemos nuestras fortalezas como la unidad laboral y el conocimiento del mercado, procesos y proveedores de insumos de nuestro producto para que así se logre obtener el resultado deseado y lo que el cliente está esperando calidad a su alcance.