

CIENTÍFICA

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Pregrado (Regular, CPE)

CARRERA PROFESIONAL DE

Administración de Empresas

“CHOCOTEJAS DE AGUAYMANTO”

Trabajo de investigación para optar el grado de

Bachiller en Administración de Empresas

Integrante:

Código	Apellido Paterno – Materno - Nombres	Correo electrónico	Teléfono
100024064	SANTOME BERNAOLA, JUAN CARLOS	juancarlos.santome@gmail.com	951395156

LIMA- PERÚ

2019

ANEXO 6

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

Fecha: 10 / 09 / 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
100024064	SANTOME BERNAOLA, JUAN CARLOS	juancarlos.santome@gmail.com	951395156

Título del trabajo de investigación:

“CHOCOTEJAS DE AGUAYMANTO”

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

Aprobado (13 – 15)

Aprobado – Muy Buena (16 – 18)

Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)

Desaprobado (0 – 12)

Calificándola con nota de: 14 en letras (catorce)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

Trabajo aprobado. Buena idea de negocio, buen análisis, aunque muy optimista en sus previsiones: querer ingresar enseguida en supermercados parece a primera vista un objetivo muy ambicioso, error frecuente de emprendedores. Recomendaría empezar por tiendas de productos gourmet y de productos ecológicos, luego el retail.

Otra sugerencia: para una mejor valorización comercial, una chocoteja con cacao orgánico se podría hacer con relleno orgánico (existe producción de aguaymanto orgánico).

Atentamente,



Profesor del curso

Mg. Frederic Henri Pradal Sapin

Índice

INTRODUCCIÓN.....	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS	
CAPITULO I	
1. Formulación de la idea de negocio.....	7
1.1. Oportunidad de negocio	7
1.2. Idea de negocio.....	7
CAPITULO II	
2. Análisis del entorno	8
2.1. Análisis del macro entorno.....	8
2.1.1. Político legal.....	8
2.1.2. Económico.....	9
2.1.3. Socio cultural demográfico.....	10
2.1.4. Tecnológico.....	13
2.1.5. Ecológico.....	15
CAPITULO III	
3. Estudio de mercado	18
3.1. Sondeo de mercado a nivel local	18
3.2. Encuestas.....	19
3.2.1. Conclusiones.....	22
CAPITULO IV	
4. Análisis de la industria.....	24
4.1. Poder Negociador de clientes.....	24
4.2. Poder negociador de proveedores.....	24
4.3, Rivalidad del sector.....	25
4.4. Amenaza de nuevos ingresos.....	26
4.5 Amenaza de sustitos.....	27

CAPITULO V

5. Plan estratégico de la empresa.....	29
5.1. FODA.....	30
5.2. Misión.....	31
5.3. Visión.....	31
5.4. Objetivos estratégicos.....	31
5.5. Estrategia del negocio	31
5.6. Fuentes generadoras de ventaja competitiva.....	32

CAPITULO VI

6. Plan de marketing.....	33
6.1. Objetivos.....	33
6.2. Mezcla del marketing	34
6.2.1. Producto.....	34
6.2.2. Estrategia de Precio.....	36
6.2.3. Estrategia de Promoción.....	37
6.2.4. Estrategia de Distribución y Plaza.....	38
6.2.5. Estrategia de servicio al cliente o Postventa.....	39
6.2.6. Estrategia de Posicionamiento.....	40

CAPITULO VII

7. Plan de operaciones.....	41
7.1. Objetivos de operaciones.....	41
7.2. Actividades previas al inicio de producción	41
7.3. Proceso de producción del bien o servicio.....	48

CAPITULO VIII

8. Diseño y estructura de recursos humanos	51
8.1. Diseño de la Estructura	51
8.2. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación.....	52
8.3. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal.....	54

8.4. Estrategias de motivación y desarrollo del personal.....	54
8.5. Políticas de remuneración y compensaciones.....	55

CAPITULO IX

9. Plan financiero.....	56
9.1. Datos, supuestos y políticas económico financieras.....	56
9.2. Plan de ventas de la nueva unidad de negocio.....	56
9.3. Análisis de costos, materiales e insumos.....	57
9.4. Punto de equilibrio.....	59
9.5 Adquisición de materiales e insumos de producción.....	60
9.6. Inversión inicial.....	62
9.7. Capital de trabajo	62
9.8. Fuentes de financiamiento.....	63
9.9. Proyección de flujo de caja.....	64
9.10. Análisis de rentabilidad.....	64
9.11. Estado de ganancias y pérdidas proyectado.....	66
9.12. Balance Proyectado	67

CAPITULO X

Conclusiones y recomendaciones.....	68
-------------------------------------	----

CAPITULO XI

Bibliografía.....	69
-------------------	----

INTRODUCCIÓN

El mercado está en constantes cambios y los consumidores se ven influenciados por nuevos estilos de vida y cada grupo poblacional requiere de necesidades específicas. Uno de estas grandes corrientes que se han generado en la población está relacionada con los hábitos alimentarios y comportamientos de compra.

Las empresas por su lado, han tomado un giro en cuanto a métodos y procesos de preparación de sus productos, con la finalidad de ofrecer alternativas más saludables y medio ambientalmente más seguras. Así mismo, el consumidor está cada vez más interesado en conocer la procedencia y el valor nutricional de los productos que adquiere.

El Perú no se ha visto ajena a esta transformación debido a que los consumidores peruanos están cada día más preocupados por su salud y por otro lado, gracias al impulso económico nacional se ha generado una corriente de apoyo a productores y empresarios peruanos a desarrollar una oferta de productos con materia prima nacional.

En ese contexto, el plan de negocio que se presenta a continuación es una empresa comercializadora de las tradicionales chocotejas, pero añadiendo a su elaboración un alto contenido de cacao orgánico peruano y rellenas de Aguaymanto deshidratado. Este producto resultará ser una dosis de placer al paladar y beneficiosa para la salud.

De esta manera planteamos a través de este plan de negocios la sustentación de la viabilidad del proyecto y colaborar con la promoción del mejor cacao del mundo, el peruano.

RESUMEN EJECUTIVO

Desde el año 2015 el consumo de chocolate fino en el Perú ha aumentado, debido a que el público ya aceptó la calidad, el sabor y el precio de un chocolate fino. Este crecimiento en el consumo local es producto de un trabajo coordinado entre las organizaciones de productores, fabricantes, emprendedores y el estado, los cuales vienen poniendo en valor el cacao peruano como producto originario y de amplia diversidad genética en el Perú.

En este contexto de crecimiento en el consumo y lo atractivo del mercado, es como nace la idea de elaborar el siguiente Plan de Negocios, que tiene como objetivo principal definir el modelo de gestión de una empresa dedicada a la comercialización de productos de confitería fina en el Perú.

Para dicho fin, se crea la empresa Nahwa Perú S.A, que tiene como principal meta introducir en el mercado peruano, una nueva tendencia de productos deliciosos y saludables. Para ello, escogimos a las tradicionales Chocotejas de Ica, pero dándole un valor agregado en su elaboración debido a que usaremos como relleno el nutritivo Aguaymanto deshidratado. Además, de estar cubiertas por un delicioso chocolate con 50% de cacao orgánico peruano.

El sistema de distribución que tendrán las chocotejas denominadas “Dulce Tentación” será mediante supermercados, tiendas de conveniencia y tiendas especializadas. Nuestra presentación será en una caja conteniendo 8 unidades a un precio de 42 soles. La inversión para poner en marcha el proyecto es de S/. 65,872.00 soles considerando la inversión inicial y capital de trabajo. Finalmente, consideramos contar con altos márgenes de ganancia, esto debido al bajo costo del proceso de producción.