



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
“ZEGEL”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA VENTA DE GOMITAS CON  
VITAMINAS**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en  
Administración de Negocios**

**FLORIRA JHULIANA CHAVEZ ALBAÑIL  
(0009-0009-0405-1802 )**

**Piura – Perú  
2023**

## Indice General

<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	7
<b>Capítulo I: Definición de Negocio</b> .....	8
Idea de negocio: .....	8
Diagnóstico de la idea de negocio.....	9
Justificación de la idea de negocio.....	10
<b>Capítulo II: Diagnóstico del Plan de negocio</b> .....	11
Análisis Microentorno .....	11
Análisis macroentorno .....	16
<b>Capitulo III: Planteamiento Estratégico</b> .....	25
Misión .....	25
Visión .....	25
Valores.....	25
Objetivos Estratégicos: .....	26
Matriz FODA .....	26
Estratégica Genéricas de Porter .....	29
Cronograma de Actividades .....	30
<b>Capítulo IV Estudio De Mercado</b> .....	32
Oferta .....	32
Demanda .....	33
<b>Capítulo V Plan De Comercialización</b> .....	40
Mercado: .....	40

Marketing Mix .....	41
Formulación Estratégica ANSOFF .....	44
Proyección de ventas.....	44
<b>Capítulo VI Plan Técnico</b> .....	<b>45</b>
Localización de la empresa.....	45
Tamaño del negocio .....	47
Necesidades.....	48
costos.....	49
Flujograma de procesos .....	51
Certificaciones Necesarias .....	51
Impacto en el ambiente: .....	52
<b>Capitulo VII. Plan organizacional de personal y legal</b> .....	<b>53</b>
Constitución de la empresa .....	53
Obligaciones Tributarias Y Legales: .....	54
Estructura Organizacional.....	54
Descripción De Funciones: .....	55
<b>Capítulo VIII: Plan Económico Financiero</b> .....	<b>61</b>
Inversión .....	61
Ingresos y egresos .....	62
Deuda .....	63
Flujo De Caja económico y Financiero.....	64
Evaluación Económica y Financiera.....	65
Estados Financieros proyectados:.....	68
<b>Conclusiones</b> .....	<b>69</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>70</b>

<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	71
Anexo.....	74

## Índice de Tablas

Tabla 1.Foda Cruzado .....	30
Tabla 2. Cronograma de actividades .....	32
Tabla 3. Descripción de la oferta directa reconocible .....	34
Tabla 4.Mercado Objetivo .....	49
Tabla 5. Matriz de localización .....	50
Tabla 6. Inversiones tangibles e intangibles .....	53
Tabla 7.Costos variables .....	54
Tabla 8. Personal Operativo .....	55
Tabla 9.Cantidad de personal por área .....	61
Tabla 10.Inversiones Tangibles e intangibles .....	68
Tabla 11. Capital de trabajo .....	69
Tabla 12. Estado de Resultados anualizado .....	69
Tabla 13. Proporción del aporte de capital total .....	70
Tabla 14. Amortización de deuda .....	70
Tabla 15. Flujo de caja .....	71
Tabla 16. Cálculo de la tasa de descuento metodología CAPM .....	72
Tabla 17. Cálculo de VAN y TIR .....	72
Tabla 18. Cálculo de Punto de equilibrio .....	73
Tabla 19. Estado de situación financiera inicial .....	74

## Índice de Figuras

Figura 1. Mapa de empatía para la investigación .....	11
Figura 3. Perfil del cliente .....	42
Figura 4. Imágenes referenciales .....	47
Figura 5. Desarrollo ANSOFF .....	48
Figura 6. Gráfico de demanda a futuro .....	49
Figura 7. Mapa de localización .....	51
Figura 8 .Layout .....	51
Figura 9. Flujograma .....	56
Figura 10. Organigrama .....	60

## **Resumen Ejecutivo**

El trabajo de investigación tiene realmente como finalidad el diseño y la implementación de un negocio que sea rentable de la venta y distribución de gomitas llevándose a cabo en la tierra del eterno calor Piura. Se ha realizado un análisis para establecer las posibilidades de fabricación y comercialización en el mercado de las gomitas.

El proyecto está basado en el departamento de Piura de Perú , la cual se realizó de un estudio de mercado. Donde se vio oportuno realizar una investigación a través de la herramienta de la encuesta , esto se hizo con la finalidad de poder principalmente recolectar información, asimismo nos ayudó muchísimo a poder determinar de la demanda de nuestros productos, ya que nos hemos enfocado en realizar esta encuesta a personas que consuman productos similares y que les llamen la atención ya que ellas ya conocen muy bien ese mercado.

Se analizaron los precios de nuestra competencia más allegada e identificamos el canal de distribución que cada una de ellas están sometidas. Nosotros como negocios estimamos tener un crecimiento en las ventas bueno, ya que hemos visto que hay una demanda fuerte en el mercado, por el motivo que hay una determinada población que compran frecuentemente este producto para su consumo o sus familiares.