



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “ZEGEL
IPAE”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PROYECTO DE GESTIÓN DE FABRICACION DE GOMITAS
NUTRITIVAS A BASE DE SANGRECITA YAWAR EN EL DISTRITO DE
SAN MARTIN DE PORRES**

**Proyecto de aplicación empresarial para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Empresas**

ROCIO NATHALY BRAVO BRAVO

(0009-0004-3951-1577)

PRISCYLLA DEXTRE LOZANO

(09-0003-1982-0949)

Lima – Perú

2023

Dedicatoria

A Dios por las oportunidades brindadas, por su guía y la fuerza para seguir adelante en toda esta etapa, a mi madre Telecila Bravo por su sacrificio, apoyo, comprensión y amor en esta etapa.

A mis papitos Hermildo Bravo y Brisaida Davila por su comprensión ya que durante esta etapa tuve que sacrificar momentos a su lado, gracias por ser mi mayor motivación. A mi

Hermano Cesar Saavedra por el apoyo y aliento.

A mis padrinos por su apoyo incondicional, por el esfuerzo, dedicación y aliento brindando para obtener este logro profesional.

Finalmente, a nuestros compañeros ya que sin ellos esta etapa no se hubiera culminado con éxito.

Índice General

Resumen Ejecutivo	
Introducción	
Capitulo I: Definición del Negocio	14
Idea del negocio	14
Diagnóstico de la idea de negocio.....	16
Justificación de la idea de negocio.....	17
Capitulo II: Diagnostico del Plan de Negocio.....	18
Análisis del microentorno	18
Análisis de clientes.....	18
Análisis de competidores	18
Análisis de proveedores	19
Análisis de intermediarios.....	19
Análisis de productos sustitutos.....	19
Análisis del macroentorno.....	20
Factor económico	20
Factor cultural y social	21
Factor Político legal	21
Factor Geográfico –demográfico	22
Factor tecnológico	23
Capitulo III: Planeamiento Estratégico	25
Misión	25
Visión.....	25
Valores	25

	4
Objetivos estratégicos generales	26
FODA.....	26
Estrategia genérica de Porter.....	27
Poder de negociación del cliente (ALTO)	27
Poder de negociación del proveedor (MEDIA)	27
Poder de negociación de nuevos competidores (Media).....	28
Poder de negociación de productos sustitutos (MEDIA).....	28
Cronograma de actividades	29
Capitulo IV: Estudio de Mercado	31
Oferta.....	31
Demanda	31
Resultados	34
Demanda proyectada	41
Capitulo V: Plan De Comercialización	43
Mercado.....	43
Marketing Mix	44
Producto	44
Precio.....	44
Plaza	45
Promoción	45
Formulación ANSOOF	46
Proyección de ventas	46
Capítulo VI: Plan Tecnico.....	48

Localización de la empresa	48
Tamaño del negocio	50
Necesidades	50
Costos.....	53
Procesos de producción u operación	53
Certificaciones necesarias	55
Capítulo VII: Plan Organizacional de Personal Y Legal	58
Constitución de empresa	58
Obligaciones.....	60
Obligación tributaria según LEY N°27711	60
Obligaciones de carácter laboral (planilla).....	61
Estructura organizacional.....	61
Descripción de funciones	62
Capítulo VIII Plan Económico - Financiero	65
Inversiones	65
Ingresos y egresos	71
Estado de situación financiera.....	71
Estado de resultados	72
8.3 Deuda	73
Flujo de caja	77
Evaluación Financiera.....	78
Conclusiones	80
Recomendaciones.....	81

Referencias Bibliográficas	82
Anexos.....	84

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Dominante de anemia</i>	15
Tabla 2. <i>Criterios de selección de ideas de negocio</i>	15
Tabla 3. <i>Matriz FODA</i>	26
Tabla 4. <i>Preguntas</i>	32
Tabla 5. <i>Cuestionario</i>	33
Tabla 6. <i>Proyección de demanda (2024-2028)</i>	41
Tabla 7. <i>Matriz ANSOFF</i>	46
Tabla 8. <i>Alquileres</i>	49
Tabla 9. <i>Disponibilidad del producto por distritos.</i>	49
Tabla 10. <i>Necesidades</i>	50
Tabla 11. <i>Costos</i>	53
Tabla 12. <i>Gastos por constitución de empresa</i>	58
Tabla 13. <i>Registro de Planilla</i>	61
Tabla 14. <i>Distribución de inversiones</i>	65
Tabla 15. <i>Costos de materia prima e insumos</i>	67
Tabla 16. <i>Costos de materia prima e insumos anual</i>	67
Tabla 17. <i>Costos de materia prima en los 5 años</i>	68
Tabla 18. <i>Mano de obra (sueldos)</i>	69
Tabla 19. <i>Gastos administrativos y otros</i>	70
Tabla 20. <i>Estado de situación financiera</i>	72
Tabla 21. <i>Estados de resultados</i>	73
Tabla 22. <i>Inversiones y financiamiento</i>	73

Tabla 23. <i>Estructura de inversiones</i>	75
Tabla 24. <i>Cronograma de pago</i>	75
Tabla 25. <i>Flujo de caja</i>	77
Tabla 26. <i>Cálculo de la VANE y VANF</i>	79
Tabla 27. <i>Cálculo de TIRE y TIRF</i>	79

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Población por distritos de Lima</i>	23
Figura 2. <i>Crecimiento de redes sociales</i>	23
Figura 3. <i>Cronograma</i>	29
Figura 4. <i>Cantidad de hijos</i>	34
Figura 5. <i>Rango de edades de hijos</i>	35
Figura 6. <i>Alimentación</i>	35
Figura 7. <i>Alimentos básicos</i>	35
Figura 8. <i>Forma de presentación</i>	36
Figura 9. <i>Nivel de información</i>	36
Figura 10. <i>Conocimiento de la anemia</i>	37
Figura 11. <i>Padecimiento de anemia</i>	38
Figura 12. <i>Productos para combatir la anemia</i>	38
Figura 13. <i>Disposición del producto</i>	39
Figura 14. <i>Presentación del producto</i>	39
15. <i>Ubicación del producto</i>	40
Figura 16. <i>Preferencia de precio</i>	40
Figura 17. <i>Logo de marca</i>	44
Figura 18.	50
Figura 19. <i>Diagrama de flujo del proceso de abastecimiento</i>	53
Figura 20. <i>Diagrama de flujo de proceso de operación</i>	54
Figura 21. <i>Diagrama de proceso de comercialización</i>	54
Figura 22.	56
Figura 23.....	59

Figura 24. *Organigrama de la empresa*..... 61

Resumen Ejecutivo

En nuestro Perú 4 de cada 10 niños padecen de anemia, existen diversas investigaciones que afirman que estas enfermedades afectan al desarrollo emocional, social y cognitivo. Esta enfermedad se puede desencadenar por diversos factores, entre ellos el principal es una mala alimentación, es decir no existe un consumo de alimentos altos en hierro. Asimismo, después de pandemia se incrementó la tendencia de productos saludables donde se incluyen insumos naturales y beneficiosos para la salud.

El presente proyecto de gestión muestra la viabilidad de aprovechar ambas oportunidades en nuestro entorno para elaborarar y comercializar gomitas con sangre bovina atomizada (sangrecita de pollo) “YAWAR” es una golosina alta en hierro la cual se obtiene de la sangrecita de pollo con sabor a mango y chocolate para disimular el sabor de la sangrecita la cual sirve para prevenir y contrarrestar la anemia en los niños. La presentación será de 25 gramos y serán en forma de osos.

Con el estudio de mercado hemos podido identificar nuestro público objetivo al cual estamos dirigiendo nuestro producto que está conformado por hombres y mujeres de 25 a 50 años de edad y que son padres de familia de niños menores de 10 años y que pertenecen a los sectores B y C de San Martin de Porres.

La estrategia genérica será la diferenciación de las características del producto en gestión. El precio de venta será de S/5.00 para canal tradicional, cabe mencionar que nuestro canal de ventas serán las bodegas y mercados mayoristas.