



UNIVERSIDAD
MARCELINO CHAMPAGNAT
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

TÍTULO:

Comercialización de yogur artesanal customizado en el
distrito de Miraflores, Lima - Perú

AUTORES:

BAELLA ORTEGA, Verónica Antonella
ROJAS GRADOS, Jessica Stefhania
SAIRE PARIONA, Guissel Evelyn

ASESOR / ASESORA:

Rivera Vásquez, Gustavo

PARA OPTAR AL
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN:

Administrador y Contador Público

Dedicatoria

Dedico este proyecto especialmente a mis padres, por su apoyo incondicional día a día y sus consejos para no darme por vencida, a mi hermano por siempre motivarme, a mis familiares y amigos por el apoyo que siempre me brindaron y que gracias a ellos pude lograr mi objetivo.

Guissel Evelyn Saire Pariona

El presente trabajo se lo dedico primero a Dios por guiarme siempre, a mi mamá, familiares, amigos y a todas las personas que me apoyaron para poder cumplir esta meta y que me incentivaron día a día a nunca rendirme y seguir luchando por lo que deseo, todos y cada uno de ellos forman parte de esto y me ayudaron a alcanzar un peldaño más en mi vida profesional.

Verónica Antonella Baella Ortega

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios quien me ha dado la capacidad y la fuerza para alcanzar cada logro, a mi mamá por ser mi mayor fuente de inspiración y por darme su apoyo incondicional para lograr culminar y cumplir esta meta tan deseada, y a todas aquellas personas que me ayudaron en este sueño.

Jessica Stefhania Rojas Grados

Agradecimientos

Agradecemos a los profesores del PAT Gustavo Rivera, Jimmy Barrio y Julio César Roca por su apoyo incondicional, por la ayuda y conocimientos necesarios que nos brindaron para elaborar este plan de negocio.

A la Universidad Marcelino Champagnat por nuestra formación, a nuestros padres, amigos y familiares que con su apoyo día a día nos motivaron para poder continuar y culminar este proyecto, gracias por querer que seamos mejores profesionales.

Índice

Resumen Ejecutivo	9
Introducción	11
1. Marco teórico.....	12
2. Oportunidad y justificación.....	29
2.1 Oportunidad	29
2.2 Justificación	30
3. Modelo de negocio.....	31
4. Factores críticos de éxito	32
5. Componentes estratégicos (visión, misión, valores).....	34
5.1 Visión.....	34
5.2 Misión	34
5.3 Valores	34
6. Objetivos.....	35
6.1 Objetivo general.....	35
6.2 Objetivos específicos	35
7. Diseño organizacional.....	36
8. Planeamiento societario	37
9. Planeamiento tributario.....	39
10. Conocimiento del mercado	43
10.1 Análisis	43
10.1.1 Pestel.....	43
10.1.2 Cinco fuerzas de Porter	46
10.1.3 Dimensionamiento del mercado.....	49
10.2 Investigación de mercado.....	55
10.2.1 Objetivos del estudio.....	55

10.2.2	Diseño metodológico del estudio	56
10.2.3	Población, muestra y unidad de muestreo.....	58
10.2.4	Hallazgos y limitaciones del estudio.....	60
10.2.5	Conclusiones de investigación	62
10.3	Propuesta estratégica del modelo de negocio.....	63
10.3.1	Estrategia del mix de marketing.....	63
10.3.1.4	Promoción	70
10.3.2	Estrategia de posicionamiento	76
10.3.3	Indicadores de gestión del plan de marketing (KPI).....	77
11.	Operaciones.....	79
11.1	Mapa de procesos.....	79
11.1.1	Análisis de procesos estratégicos	79
11.1.2	Análisis de procesos operativos	80
11.1.3	Determinación procesos de apoyo	81
11.2	Estrategia de gestión de recursos	86
11.3	Definición de estándares de calidad.....	87
11.3.1	Métodos y sistemas de verificación	87
11.4	Gestión de recursos	88
11.4.2	Propuesta de evaluación de desempeño del personal.....	92
12.	Plan de implementación	94
12.1	Descripción de tareas	94
12.2	Cronograma de tareas.....	96
13.	Valorización de la propuesta.....	98
13.1	Presupuesto de ventas	98
13.2	Definición de la estructura de costos del producto	98
13.3	Costeo estándar del producto	99

13.4 Presupuesto de gastos operativos	101
13.5 Punto de equilibrio	102
13.6 Cálculo del WACC	103
13.7 Flujo de caja libre.....	105
13.8 Escenarios	106
13.9 VAN, TIR	107
Conclusiones	109
Recomendaciones	109
Referencias.....	110

Índice de tablas

Tabla 1. Concentración de los compuestos mayoritarios por cada 100g de yogurt	17
Tabla 2. Concentración de vitaminas por cada 100g de yogurt	18
Tabla 3. Participación de accionistas	38
Tabla 4. Población Total Lima Moderna según NSE y Rango de edades	53
Tabla 5. Población Total Distrito de Miraflores según NSE y Rango de edades	54
Tabla 6. Observación de Ventas diarias Principales Competidores.....	54
Tabla 7. Oportunidad de Mercado	55
Tabla 8. Lima Metropolitana: Personas por zonas geográficas según el Nivel Socioeconómico 2017.	59
Tabla 9. Variables para determinar el tamaño de la muestra.....	60
Tabla 10. Características del envase.....	67
Tabla 11. Características del local	68
Tabla 12. Descripción del puesto de Gerencia.....	89
Tabla 13. Descripción del puesto de Administración	90
Tabla 14. Descripción del puesto de Ventas	91
Tabla 15. Descripción del puesto de Producción.....	92
Tabla 16. Presupuesto de Ventas	92
Tabla 17. Estructura de Costos Enyurt.....	92
Tabla 18. Costeo Estándar	92
Tabla 19. Gastos Administrativos	92
Tabla 20. Gastos de Ventas	92
Tabla 21. Punto de Equilibrio	92
Tabla 22. Determinación de Costo Capital - WACC.....	92
Tabla 23. Free Cash Flow - FCF.....	92
Tabla 24. Equity Cash Flow - ECF	92
Tabla 25. Análisis de Sensibilidad según Precio	92
Tabla 26. Análisis de Sensibilidad según Cantidad de Ventas diarias.....	92
Tabla 27. Cuadro VAN y TIR - FCF	92
Tabla 28. Cuadro VAN y TIR - ECF	92

Índice de figuras

Figura 1. Proceso de elaboración de los tipos de yogur.....	26
Figura 2. Modelo de negocio Enyurt	31
Figura 3. Organigrama de Enyurt	36
Figura 4. Estructura de tributos.....	40
Figura 5. Fuerzas de Porter	46
Figura 6. Participación del mercado lácteo comercial y artesanal.....	49
Figura 7. Participación de mercados lácteos.....	50
Figura 8. Participación de Yogurt de la empresa Gloria.....	51
Figura 9. Población según edad y NSE 2017.....	53
Figura 10. Fórmula para determinar el tamaño de la muestra	60
Figura 11. Yogur y acompañamientos de Enyurt	65
Figura 12. Envase del producto	66
Figura 13. Ubicación de Local.....	69
Figura 14. Diseño del local	69
Figura 15. Beneficios de la sandía	71
Figura 16. Beneficios de la mandarina	71
Figura 17. Beneficios de la piña	72
Figura 18. Beneficios de las almendras	72
Figura 19. Promoción por likes y compartir	73
Figura 20. Promoción el Segundo a mitad de precio	74
Figura 21. Promoción del Insta Stories.....	75
Figura 22. Promoción con hashtag.....	76
Figura 23. Mapa de procesos	82
Figura 24. Selección y ubicación de local	83
Figura 25. Selección de personal	84
Figura 26. Preparación de acompañamientos	85
Figura 27. Cronograma de tareas.....	97

Índice de anexos

Anexo 1: Plano del local	115
Anexo 2: Facebook de Enyurt.....	116
Anexo 3: Guía de pautas	118
Anexo 4: Clasificación de NSE	121
Anexo 5: Resultados del focus group	122
Anexo 6: Respuestas cuestionario.....	139
Anexo 7: Encuesta de evaluación de desempeño al personal	147
Anexo 8:Costo Principales maquinarias	148
Anexo 9: Precios de Frutas personal.....	149
Anexo 10: Gastos de Inversión	151
Anexo 11: Depreciación y Amortización.....	153

Resumen Ejecutivo

Enyurt S.A.C. Es una empresa ubicada en Miraflores, Lima - Perú, dedicada a la comercialización de yogurt artesanal elaborado con los ingredientes naturales para el consumidor de nivel socioeconómico A y B.

A Enyurt le dará una ventaja competitiva la personalización de su producto, tanto en el sabor como en los snacks que le darán una mayor carga nutricional.

A Enyurt le dará una ventaja competitiva, además de lo mencionado anteriormente, el contar con productos naturales de calidad incentivando a mantener una vida saludable que además brindará satisfacción a nuestro cliente al consumir un producto con una mixtura de agradables sabores.

Nuestros canales de distribución serán por nuestro local ubicado en Miraflores.

Nuestro yogurt artesanal tendrá una presentación personal de 300 gramos en un envase de plástico de aproximadamente 10 oz, donde irá el sabor de yogur escogido; y los acompañamientos irán por separado de acuerdo al ingrediente que elijan.

Se puso en marcha esta idea de negocio debido a que existe una parte de la población insatisfecha que no encuentra con facilidad un producto 100% natural y que contenga los nutrientes necesarios que su cuerpo necesita, es por ello que Enyurt viene con una propuesta nueva de un yogurt artesanal con acompañamientos naturales para que el cliente lo pueda adquirir fácilmente.

Para llegar al cliente objetivo se establecerán estrategias de publicidad e interacción frecuente a través de redes sociales.

Al realizar el análisis financiero se concluye la viabilidad del proyecto, para lo cual se requerirá de una inversión de S/. 87,760.87.