

# PLAN DE NEGOCIO

## ► *INTEGRANTES :*

Karina Enciso.

Juan Zacarias.

Karla Cornejo.

# IDEA DE NEGOCIO :

NUESTRA IDEA DE NEGOCIO , NACE EN BASE A LA ESCASES DE VENTA DE PRODUCTOS SALUDABLES, POR ENDE SE DIO LA CREACIÓN DE NUESTRO “ ”, DONDE OFRECEMOS PRODUCTOS SALUDABLES , COMO NUESTRO PRODUCTO ESTRELLA , LA ENSALADA DE FRUTA , Y OTROS COMPLEMENTOS COMO JUGOS ENTRE OTROS APERITIVOS .

ESTE NEGOCIO ESTA BASADO EN SER SOLO PARA VENTA AL PASO Y DELIVERY , YA QUE ESTOS APERITIVOS SON DE CONSUMO RÁPIDO, DEJANDO LA NECESIDAD DE ENCONTRAR LUGARES CÓMODOS PARA TOMARSE SU TIEMPO.

BRINDÁNDOLE, PERSONALIZACIÓN, RAPIDEZ Y CALIDAD.

PRESENTACIÓN: ENSALADAS DE FRUTAS ESPECIAL EN UN ENVASE EN FORMA DE CONO, DE MATERIAL ECO AMIGABLES.



# VIABILIDAD

- ▶ La idea de Negocio de la ensalada de fruta en presentación de cono, sería viable ya que la mayoría de las personas están tomando conciencia en su hábito alimenticio desde que se pusieron los octógonos en los alimentos industrializados cuando se aprobó la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable. A esto, podemos añadir futuros clientes que ya tengan un hábito alimenticio saludable, para así sorprender a todos y seguir captando nuevos clientes con nuestra presentación en forma de cono y con los cortes especiales que le daremos a las frutas.



Ser la primera opción de consumo en la zona, llegando con nuestros productos a nuevos mercados.



Ofrecer a todos nuestros clientes alimentos cuidadosamente seleccionados para fomentar hábitos saludables de alimentación.

# MACROENTORNO : P . E . S . T . E . L





# MACROENTORNO

- Análisis Político:

La crisis política que esta abarcando actualmente en el Perú, hace que la población entre en incertidumbre y esto afecta negativamente al comportamiento de la inversión privada, al consumo privado, la productividad de la gente y la disminución de los niveles de ventas en los negocios; ya que el Presidente Vizcarra mediante Decreto Supremo N°165-2019-PCM, disolvió constitucionalmente el Congreso de la República. Ésta decisión esta amparada por el artículo 134 de la Constitución política del Perú; por el cual, se ha convocado para el 26 de enero de 2020 las elecciones congresales.

Ante ésta coyuntura, algunos negocios se podrían ver afectados.



- Análisis Económico:

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), la economía peruana creció 3.39% en Agosto, resultando la tasa más alta de éste año. Esto se dio gracias a la recuperación de sectores Servicios y Minería e hidrocarburos; donde el acumulado de Enero a Agosto, el PBI acumula una expansión de 2.14%.

En el mes de Julio del presente año, la U.N.I. organizó un Simposio Internacional en Gestión Minera (SIGEMIN 2019) donde mostraron que entre los años 2000 y 2018, el PBI Per cápita (ingreso promedio) del Perú creció a una tasa promedio anual de 3.8%, siendo la tasa más alta entre los países de América de Sur y México.

Los analistas internacionales de Focus Economics emitieron un informe donde proyectan que el tipo de cambio en el Perú en este año sería de S/3.37 por dólar estadounidense y en el 2020 llegaría a S/3.34. Teniendo en cuenta que desde el 2016, el tipo de cambio comenzó a disminuir de S/3.373 a S/3.258 (2017) y a S/3.221 (2018).



- Análisis Tecnológico:

En los últimos años en el sector tecnología ha ido aumentando en el Perú ya que en la mayoría de las personas lo emplean en su vida diaria; como por ejemplo, las redes sociales ya que siempre están conectados e informados de los sucesos que transcurren a diario. También tenemos las aplicaciones que descargan en sus celulares, esto hace que les facilite las actividades que tienen que hacer y/o satisfacer sus necesidades.

Por otro lado, tenemos a las empresas que también están invirtiendo en tecnologías para la optimización de sus procesos y así ahorrar en costos.

En consecuencia, toda empresa tiene que emplear la tecnología ya que así puede lograr adaptarse y cumplir con las necesidades de sus clientes.



- Análisis Ecológico:

En estos últimos años, las personas están tomando más conciencia con respecto al cuidado del medio ambiente; por ejemplo, están usando bolsas biodegradables o bolsas de tela para hacer sus compras. También las empresas están utilizando embaces ecoamigables; es decir que los componentes de estos embaces no generan un impacto fuerte de contaminación hacia el medio ambiente como lo hace el plástico, el tecnopor, etc.

- Análisis Legal:

En el año 2013, el Congreso de la República aprobó la implementación de la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (Ley N°30021); donde a partir del 17 de junio de 2019, todos los alimentos industrializados que se vendan en el Perú están obligados a llevar el etiquetado de advertencia en forma de octógonos que contengan altos niveles de azúcar, sodio o grasas saturadas.

# **LAS 5 FUERZAS DE PORTER :**



# Poder de negociación de los clientes :

## Adquisición por el cliente:

### Producto y servicio:

- Es factible el poder llegar al cliente con nuestros productos innovadores , fuera de lo tradicional con la personalización, innovación, calidad y rapidez que ofrece nuestro negocio.
- Diferentes variedades de consumo:

Tenemos diferentes competencias que siendo indirectos o directos , no podemos tener una negociación directa con el cliente , al ser aperitivos al paso, y en la zona demanda mucha competencia sustituta.



# Rivalidad entre las empresas:

## Disfruta :

La empresa disfruta es nuestra competencia, ya que se dedica a la venta de jugos , lo cual es una empresa que cuenta con 25 tiendas en diferentes lugares del Perú con franquicias .

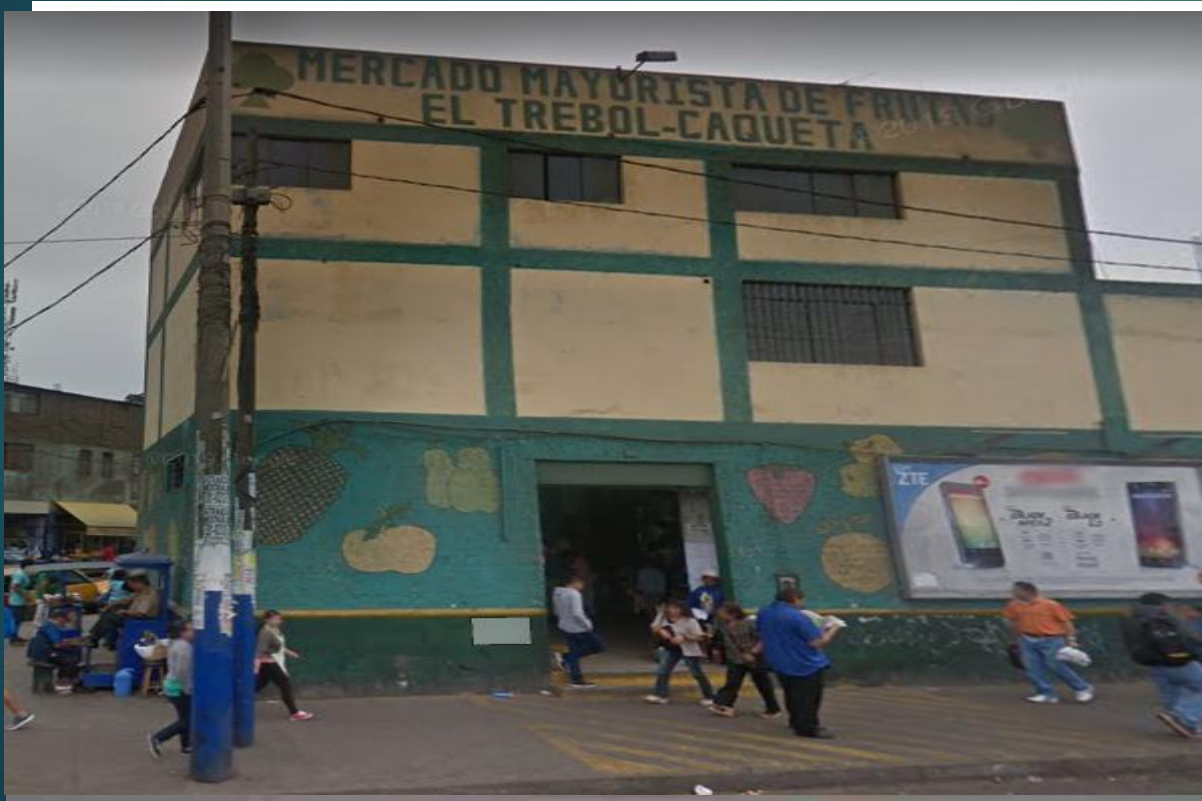
Ya que esta empresa maneja insumos naturales , y como resultado podía implementar nuestra idea de negocio fácilmente.





# Poder de negociación de los proveedores

- ▶ Proveedor único:
- ▶ Proveedor Variado:



## Amenazas de nuevos entrantes

Amenazas de nuevos entrantes:

- Food Truck ( venta de comida saludable)





# Amenazas de productos sustitutos:

POTENCIALES



SUSTITUTO



INDIRECTOS



# CADENA DE VALOR





# CADENA DE VALOR

**COMPRAS:** Gestión de proveedores (mayoristas mayorista de frutas),

Equipamiento del local (vitricas, congeladoras, licuadoras, decoración)

Publicidad y marketing (volantes, pagina web, redes sociales) mantenimiento de equipos.

**DESARROLLO DE TECNOLOGIA:** Implementación de un sistema de ventas y logística, implementación de pedidos por el Smartphone, tipos de pagos (efectivo y tarjeta)

**GESTION DE RECURSOS HUMANOS :**  
capacitación constante a los trabajadores,  
incentivos, reconocimiento, etc.

**INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA:** Nuestra empresa se ubica en la Av. arequipa 2097, cuenta con un local alquilado, cuenta con 2 vitricas, 3 licuadoras , 3 cortadoras especiales y 1 cuchillo .

## LOGISTA DE ENTRADA

Almacenamiento de materia prima (frutas, yogurt natural, complementos, etc.). Recopilación de datos del cliente.

## OPERACIONES

Elaboración del pedido del cliente (jugos, ensalada de frutas, yogurt frutado,) elaboración de paquetes de promociones a clientes.

## LOGISTICA EXTERNA :

Manejo de depósitos, preparación de informes, delivery de pedidos a oficinas, domicilios, ect.

**MARKETING Y VENTAS :** Fuerzas de ventas, promociones, publicidad en la página web y redes sociales

## SERVICIO

Atención al cliente, instalación de libro de reclamaciones, instalación de buzón de sugerencias



		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		01	Creciente tendencia por el consumo de la comida saludable	A1	El cambio climático podría interrumpir el abastecimiento de las frutas.
		02	Uso de nuevas tecnologías para comunicarse con el público objetivo	A2	La posible inconformidad de algunos clientes por la atención o por el producto que se le brinda.
		03	El aumento del número de trabajadores en la zona.	A3	El Estado aumente algunos impuestos que perjudiquen al negocio.
		04	Aperturas de otros negocios cerca a la zona como consultorios, oficinas, etc.	A4	El incremento de los precios de la materia prima en el mercado.
		05	Cursos, capacitaciones, charlas gratuitas ofrecidos por las entidades públicas y/o privadas para el desarrollo de los negocios.	A5	Renuncia del personal.
				A6	Aparición de nuevos competidores.
				A7	El gobierno incentive a la población para disminuir el consumo de la comida al paso.
FORTALEZAS		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS FA	
F1	Tenemos una atención esmerada	(F1,F4;04) Contar con ofertas atractivas como una cartilla de acumulación de consumos para los clientes que consumen seguido.		(F1,F3,F4;A2) Desarrollar una campaña publicitaria para incentivar al público a consumir nuestros productos, como por ejemplo el volanteo en la zona	
F2	Tenemos calidad en los productos				
F3	Contamos con un ambiente agradable.				
F4	Nos ubicamos en una zona estratégica.	(F1,F2;02) Ofrecer a los clientes por las redes sociales, nuevas promociones en los productos que más consumen.		(F2;A2,A6) Desarrollar nuevos productos o mejorar los existentes	
F5	El uniforme del personal que atiende esta limpio y completo			(F1;A5) Promover la participación de trabajadores teniendo reuniones para escuchar sus ideas.	
DEBILIDADES		ESTRATEGIAS DO		ESTRATEGIAS DA	
D1	Tenemos poco espacio en el local	(D1;01,02,04) Facilitar a los clientes en la forma de pago con la máquina POS cuando ellos deseen pagar con tarjetas de crédito o débito.		(D1,D2;A5) Mantener satisfechos a los trabajadores con reconocimientos e incentivos anuales de S/100	
D2	Contamos con poca capacidad productiva			(D3;A6) Crear un Facebook de la empresa para ganar más publicidad.	
D3	No tenemos carteles u otras formas de publicidad en la fachada del local	(D2;05) Los trabajadores deben asistir a capacitaciones, charlas presenciales o vía online para que les ayude a desarrollar mejor sus funciones laborales.		(D2;A4) Tener una cartera de proveedores para saber cuál de ellos le podemos comprar la cantidad que necesitamos de productos y/o materia prima a un menor costo o promociones que nos puedan ofrecer	
D4	No contamos con todas las redes sociales para promocionar nuestros productos				