



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE MARKETING

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA EMPRESA DE CATERING EN LA CIUDAD DE
TRUJILLO”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Marketing

Autoras:

Blanca Alexandra Ramírez Pinillos
Claudia Lizbeth Vargas Villena

Asesor:

Mg. Lic. Jose Benites Vargas

Trujillo – Perú
2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE DE CONTENIDOS	
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	vi
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Formulación del problema.....	3
1.3. Justificación.....	4
1.4. Limitaciones	4
1.5. Objetivos	4
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	4
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	5
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases Teóricas	6
2.2.1 <i>Visión:</i>	6
2.2.2 <i>Misión:</i>	7
2.2.3 <i>Definición de análisis FODA y diagnóstico</i>	8
2.2.4 <i>Formulación estratégica: Objetivos, estrategias, posicionamiento, segmentación de mercado</i>	11
a)	<i>Objetivos</i>
1	11
b)	<i>Estrategias</i>
2	12
c) <i>Posicionamiento</i>	13
d) <i>Segmentación de mercado</i>	16
2.2.5 <i>Plan Operativo de Marketing: Marketing Mix</i>	18
a) <i>Importancia del Marketing Mix:</i>	19
b) <i>Componentes</i>	19
c) <i>Marketing Mix usado por la Competencia:</i>	19

2.2.6	Monitoreo y Control del Plan de Marketing.....	23		
a)	Pasos: Los pasos a seguir son:.....	24		
b)	Controles: Los controles pueden ser:.....	24		
CAPÍTULO 3.HIPÓTESIS		26		
3.1.	Formulación de la hipótesis	26		
3.2.	Variables de la Hipótesis.....	26		
a)	Variable dependiente: Implementación de la empresa Dely Catering.	26		
b)	Variable independiente: Empresa Transportes Vía, en la ciudad de Trujillo.	26		
CAPÍTULO	4.	DESCRIPCIÓN	DE	LA
EMPRESA.....				27
4.1.	Nombre de la Empresa :			27
4.2.	Sector o Industria			27
4.3.	Estrategias de Entrada y Crecimiento			27
	4.3.1. Estrategia de Entrada:.....			27
	4.3.2. Estrategia de Crecimiento:.....			28
4.4.	Horizonte de Evaluación			28
4.5.	Ejecutor			28
CAPÍTULO	5.	ESTUDIO	DE	
MERCADO.....				29
5.1.	Análisis del Entorno			29
	5.1.1. Análisis del Macro entorno e Incidencias en el Sector			29
	5.1.1.1. Entorno Económico			29
	5.1.1.2. Entorno Tecnológico			30
	5.1.1.3. Entorno Sociodemográfico y Cultural.....			31
	5.1.1.4. Entorno Legal			34
	5.1.1.5. Entorno Político			35
	5.1.1.6. Entorno Internacional			38
	5.1.1.7. Entorno Ecológico			39
	5.1.2. Microentorno			40
	5.1.2.1. Tendencias del Mercado.....			40
	5.1.2.2. Comportamiento del consumidor			41
	5.1.2.3. Clientes Potenciales y Consumidores finales			42
	5.1.2.4. Proveedores			42
	5.1.2.5. Análisis de la Distribución			42
	5.1.2.6. Análisis de la Competencia: Principales competidores (análisis de las 5 fuerzas de Porter).....			43
	5.1.2.7. Barreras de Entrada y Salida.			44
5.2.	Investigación de Mercado			44
	5.2.1. Segmentación			44
	5.2.2. Definición del Cliente.....			47
	5.2.3. Fuentes de Información			47
	5.2.3.1. Fuentes Primarias:.....			47
	5.2.3.2. Fuentes Secundarias			48

5.2.4.	<i>Metodología a Emplear</i>	48
5.2.5.	<i>Análisis de la Demanda</i>	50
5.2.5.1.	<i>Producto Real</i>	50
5.2.5.2.	<i>Demanda Histórica y Actual</i>	50
5.2.5.3.	<i>Variables que Afectan a la Demanda</i>	51
5.2.5.4.	<i>Demanda Proyectada</i>	52
5.2.6.	<i>Análisis de la Oferta</i>	53
5.2.6.1.	<i>Identificación de la Competencia</i>	53
5.2.6.2.	<i>Oferta Histórica y Presente</i>	54
5.2.6.3.	<i>Variable que Afectan a la Oferta</i>	54
5.2.6.4.	<i>Oferta Proyectada</i>	55
5.2.7.	<i>Deducción del Mercado Meta u Objetivo</i>	56
5.2.7.1.	<i>Mercado Proyectado (Potencial – Disponible – Efectivo - Meta)</i>	56
5.3.	<i>Análisis Situacional</i>	57
5.3.1.	<i>Análisis FODA de la Empresa</i>	57
5.4.	<i>FORTALEZAS</i>	57
5.8.	<i>DEBILIDADES</i>	58
5.10.	<i>OPORTUNIDADES</i>	58
5.14.	<i>AMENAZA</i>	58
5.4.	<i>Análisis de la Comercialización</i>	61
5.4.1.	<i>Marketing Mix Usado por la Competencia</i>	61
5.4.1.1.	<i>Producto – Valor</i>	61
5.4.1.2.	<i>Precio – Coste</i>	61
5.4.1.3.	<i>Plaza – Conveniencia</i>	61
5.4.1.4.	<i>Promoción – Comunicación</i>	62
5.4.2.	<i>Análisis del Mercado Proveedor</i>	62
5.4.2.1.	<i>Criterios de Selección</i>	62
5.4.2.2.	<i>Identificación de Proveedores</i>	63
5.4.2.3.	<i>Selección de Proveedores</i>	65
CAPÍTULO		6.ESTUDIO
TÉCNICO	68
6.1.	<i>Especificaciones Técnicas del Producto</i>	68
6.1.1.	<i>Servicio de medio día:</i>	68
6.2.	<i>Servicio de noche: ofrecerá lonche y desayuno</i>	71
6.2.1.	<i>Ingeniería Básica</i>	73
6.2.1.1.	<i>Descripción de Procesos</i>	73
6.2.1.2.	<i>Proceso de Abastecimiento</i>	76
6.2.1.3.	<i>Proceso de Producción</i>	77
6.2.1.4.	<i>Proceso de Control de Calidad</i>	77
6.2.1.5.	<i>Proceso de Comercialización</i>	78
6.2.1.6.	<i>Otros Procesos y/o Subprocesos</i>	80
6.2.1.7.	<i>Identificación de Cuellos de Botella</i>	82

6.3.	Descripción de Tecnologías.....	82
6.3.1.	<i>Descripción de Maquinarias, Equipos y Herramientas</i>	82
6.3.2.	<i>Descripción de Mobiliario y Software</i>	87
6.4.	Detalle sobre Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas	88
6.4.1.	<i>Macro y Micro-Localización</i>	88
6.4.1.1.	<i>Macro Localización</i>	88
6.4.1.2.	<i>Micro Localización</i>	88
6.4.2.	<i>Diseño de Edificaciones e Instalaciones</i>	90
6.4.3.	<i>Capacidad Instalada del Proyecto</i>	91
6.4.4.	<i>Capacidad Máxima</i>	92
6.4.5.	<i>Criterios y Porcentaje de ocupabilidad</i>	92
CAPÍTULO 7. ESTUDIO LEGAL.....		92
7.1.	Forma Societaria.....	92
7.1.1.	<i>Los órganos de la Empresa:</i>	93
7.1.2.	<i>El patrimonio de esta Empresa lo Constituyen:</i>	93
7.2.	Licencia de Funcionamiento	94
7.3.	Anuncios Publicitarios y otros	94
7.4.	Legislación Laboral y Tributaria	95
7.4.1.	<i>Legislación Laboral</i>	95
7.4.2.	<i>Legislación Tributaria</i>	97
7.5.	Registro de Marca	100
7.6.	Regulación Sanitaria	101
7.7.	Regulación Ambiental	101
CAPÍTULO 8. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....		103
8.1.	Direccionamiento Estratégico	103
8.1.1.	<i>Visión y Misión Estratégica</i>	103
8.1.1.1.	<i>Visión:</i>	103
8.1.1.2.	<i>Misión:</i>	103
8.1.2.	<i>Objetivos Estratégicos:</i>	103
8.1.2.1.	<i>Objetivos Institucionales</i>	103
8.1.2.2.	<i>Objetivos de Marketing</i>	104
8.1.2.3.	<i>Objetivos Operacionales</i>	104
8.1.2.4.	<i>Objetivos Financieros</i>	104
8.2.	Organización Empresarial.....	105
8.2.1.	<i>Equipo de Trabajo</i>	105
8.2.2.	<i>Descripción de Cargos y Perfiles</i>	105
8.2.3.	<i>Tareas, Funciones y Responsabilidades</i>	108
8.2.4.	<i>Mecanismo de Reclutamiento y Selección</i>	112
8.2.5.	<i>Programa de Capacitación y Evaluación de Personal</i>	114
8.2.6.	<i>Política Salarial y Fijación de Sueldos</i>	115
8.2.7.	<i>Tipo de Organización</i>	115
8.2.8.	<i>Organigrama Estructural y Funcional</i>	116
8.2.8.1.	<i>Organigrama Estructural</i>	116

	8.2.8.2. Organigrama Funcional.....	117
CAPÍTULO	9.	OBJETIVOS
METAS.....		Y
9.1.	Objetivos Estratégicos de Marketing	118
	9.1.1. <i>Objetivos de Ventas y Cuotas del Mercado.</i>	118
	9.1.2. <i>Objetivos de Beneficios y Rendimiento sobre la Inversión</i>	118
	9.1.3. <i>Objetivos de Posicionamiento. (Cliente)</i>	118
CAPÍTULO 10.	ANÁLISIS Y SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING	119
10.1.	Estrategias del Mix de Marketing	119
	10.1.1. <i>Producto:</i>	119
	10.1.1.1. <i>Definición del Producto, Portafolio (Matriz BCG):</i>	119
	10.1.1.2. <i>Ciclo de Vida</i>	120
	10.1.1.3. <i>Características: Beneficios para el consumidor, Marca,</i>	121
	10.1.1.4. <i>Etiqueta, Calidad, Servicios y garantías, Formas de uso y cuidados.</i>	121
	10.1.1.5. <i>Desarrollo del producto</i>	121
	10.1.2. <i>Precio</i>	122
	10.1.2.1. <i>Niveles de precios</i>	122
	10.1.2.2. <i>Márgenes de ganancia</i>	122
	10.1.2.3. <i>Plazos y condiciones de pago</i>	123
	10.1.3. <i>Plaza</i>	123
	10.1.3.1. <i>Transporte</i>	124
	10.1.3.2. <i>Almacenamiento</i>	124
	10.1.4. <i>Promoción</i>	125
	10.1.4.1. <i>Características</i>	125
	10.1.4.2. <i>Característica de las campañas</i>	125
	10.1.4.3. <i>Promoción de Ventas</i>	125
	10.1.4.4. <i>Relaciones públicas.</i>	126
	10.1.4.5. <i>Marketing Directo</i>	126
	10.1.4.6. <i>Posicionamiento</i>	126
	10.1.4.7. <i>Ventaja Diferencial</i>	126
	10.1.4.8. <i>Estrategias de posicionamiento: Campaña publicitaria, imagen de marca,</i> <i>relaciones públicas</i>	127
CAPÍTULO 11.	TÁCTICAS DE MARKETING – DESARROLLO DE ESTRATEGIAS.....	128
11.1	Cronograma de Acciones de Marketing de Dely Catering.....	128
CAPÍTULO 12.	PRESUPUESTO DE MARKETING.....	130
12.1.	Presupuesto de Marketing	130
12.2.	Proyección de Ventas: en Valores y en Volúmenes	130
CAPÍTULO 13.	PROYECCIÓN FINANCIERA.....	131
13.1.	Proyección del Estado de Resultados	131

13.2.	Proyección del Flujo de Caja	132
13.3.	Análisis del Punto de Equilibrio.....	134
13.4.	VAN: 87,746 soles	134
CAPÍTULO	14. CONTROL Y MONITOREO DEL PLAN.....	135
14.1.	Herramientas de control del plan	135
14.2.	Cronograma de monitoreo y control	135
14.3.	Presupuesto del plan de control	136
	Conclusiones.....	137
	Recomendaciones	138
	Referencia bibliográfica.....	139
	Anexos	142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla nro. 01	
Población del Área Metropolitana de Trujillo 2007.....	32
Tabla nro. 02	
PERU: Población Censada y Tasa de Crecimiento Promedio Anual al 2007.....	32
Tabla nro. 03	
Población de la ciudad de Trujillo 2012.....	46
Tabla nro. 04	
Niveles Socioeconómicos de Trujillo 2009.....	47
Tabla nro. 05	
Demanda Histórica y Actual.....	51
Tabla nro. 06	
Demanda Proyectada.....	53
Tabla nro. 07	
Oferta Histórica y Actual.....	54
Tabla nro. 08	
Oferta Proyectada.....	56
Tabla nro. 9	
Mercado Proyectado.....	57
Tabla nro. 10	
Método de Ponderación de Factores.....	63

Tabla nro. 11

Selección de Proveedores.....66

Tabla nro. 12

Mapa de interacción de Procesos.....74

Tabla nro. 13

Maquinarias y Equipos.....83

Tabla nro. 14

Herramientas.....86

Tabla nro. 15

Mobiliario.....86

Tabla nro. 16:

Capacidad Instalada.....89

Tabla nro. 17:

Capacidad Máxima.....92

Tabla nro. 18:

Capacidad Máxima.....92

Tabla nro. 19

Equipo de Trabajo de Dely Catering.....105

Tabla nro. 20

Margen de ganancia unitaria de Dely Catering.....121

Tabla nro. 21

Margen de ganancia anual de Dely Catering en servicio Gold.....122

Tabla nro. 22:

Cronograma de Acciones 1 de Marketing de Dely Catering.....127

Tabla nro. 23:

Cronograma de Acciones 2 de Marketing de Dely Catering.....128

Tabla nro. 24:

Proyección de Ventas en Volumen de Dely Catering.....129

Tabla nro. 25:

Proyección de Ventas en Valores de Dely Catering.....129

Tabla nro. 26:

Proyección de Estados de Resultados.....131

Tabla nro. 27:

Proyección del Flujo de Caja.....132

Tabla nro. 28:

Análisis del Punto de Equilibrio.....133

Tabla nro. 29:

Cronograma de monitoreo y control de Dely Catering.....134

Tabla nro. 30:

Presupuesto del plan de control de Dely Catering.....135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico nro. 01 :Las 5 Fuerzas de Porter	44
Gráfico nro. 02 : Proceso de Abastecimiento	75
Gráfico nro. 03 : Proceso de Producción.....	76
Gráfico nro. 04 : Proceso de Producción de Infusiones.....	77
Gráfico nro. 05 : Proceso de Control de Calidad	78
Gráfico nro. 06 : Proceso de Comercialización	78
Gráfico nro. 07 : Proceso de Preparación de Alimentos.....	80
Gráfico nro. 08 : Proceso de Facturación.....	81
Gráfico nro. 09 : Organigrama Estructural.....	115
Gráfico nro. 10 : Organigrama Funcional	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura nro. 01:

El Poder de la Gastronomía Peruana 2

Figura nro. 02:

Tipos de Comida Preferida 2

Figura nro. 03

Distribución de Gastos de Turistas 3

Figura nro. 04

Ubicación Dely Catering 90

Figura nro. 05

Edificación e Instalaciones..... 91

Figura nro. 09

Modelo de Contenedores Isotérmicos..... 115.

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito diseñar un Plan de Negocios para la implementación de la empresa denominada Dely Catering, dedicada a ofrecer servicio de alimentación, exclusivo a la empresa Transportes VÍA en la ciudad de Trujillo y, a la vez, determinar la viabilidad técnica, económica y financiera del negocio.

Se eligió la propuesta del estudio, teniendo en cuenta que Transportes VÍA es una empresa familiar que requiere proveedores de catering para sus pasajeros, de esta manera, se crea y aprovecha la oportunidad de esta demanda para la implementación de la empresa en estudio. Por consiguiente, la propuesta es instalar la empresa en la urbanización el Golf, El Palmar 151 en la ciudad de Trujillo, que brinde servicio de alimentación de estilo casero con un toque de gourmet respondiendo a los requerimientos de los pasajeros que son cada vez más exigentes.

La inversión inicial que requiere el proyecto es de S/. 54,376.95, monto que será financiado únicamente con capital propio de la inversionista, según los resultados obtenidos tomando en cuenta un horizonte de evaluación de 5 años, el periodo de recuperación de la inversión será en el año 5 de la operación. Se estima que en el primer año de operación se obtenga un ingreso por ventas de S/. 357,612. La rentabilidad del proyecto, medida a través del Valor Actual Neto (VAN) es de S/. 87,746 aún al día de hoy, indicador por excelencia que calcula la rentabilidad del proyecto. The profitability of the project, measured by the net present value (VAN) is S / . 87,746 even to this day, indicator par excellence that calculates the profitability of the project.

ABSTRACT

This research aims to design a Business Plan for the implementation of the named Dely Catering company, dedicated to offer exclusive food service to the VIA transport company in the city of Trujillo and, at the same time, to determine the technical, economic and financial viability of the business.

Was the proposal of the study, bearing in mind that public transport VIA is a family business that requires providers of catering to passengers, in this way, is created and takes the opportunity of this demand for the implementation of the company in study. Therefore, the proposal is to install company in urbanization Golf, El Palmar 151 in the city of Trujillo, to provide food service for home style with a touch of gourmet responding to the requirements of passengers who are increasingly demanding.

The initial investment that requires the project is S /. 54,376.95, the amount to be financed solely with the investor's own capital, According to the results taking into account a horizon of 5 years evaluation, investment recovery period will be in the 5th year of operation. It is estimated that in the first year of operation, you get an income by sales of S /. 357,612.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- VAN HORNE, James C. Administración Financiera. México, Prentice Hall, 9ª Edición, 1996.
- SAPAG Chain, Nassir y SAPAG Chain, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyecto. Chile, Mc Graw Hill, 3ra Edición , 1996.
- SAPAG Chain, Nassir y SAPAG Chain, Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyecto. México, Mc Graw Hill, 4ta Edición , 2004
- DOLORIER TORRES, Javier R. Derecho laboral empresarial. Perú, Gaceta Jurídico S.A., 2001, PP. 471.
- PORTER, Michael. Estrategia competitiva. Edit CECSA. 1996. México D.F. México.
- PORTER, Michael. Ventaja competitiva. Edit CECSA. 1996. México D.F. México.
- CORNEJO RAMIREZ, Enrique. Comercio Internacional. Hacia una gestión competitiva. Editorial San Marcos. 2003. Lima. Perú.
- SAPAG, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos. 4º edición edit. Mc Graw Hill. México 2000.
- GITMAN, Lawrence. Fundamentos de Administración Financiera. México, Pearson Educación, 10ª Edición,2003.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- **BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ**
2014, “Tasa de Inflación del Perú”
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2014/Nota-Informativa-BCRP-20100413.pdf>

- **INEI**
2014, “Producción Nacional del Perú”
<http://www.inei.gob.pe/web/NuestrasActividadesFlotantePrincipal.asp?file=1209.jpg>

- **DIARIO EL COMERCIO**
2014, “La BBC Evalúa el Escenario Político”
<http://elcomercio.pe/politica/692215/noticia-bbc-evalua-escenario-politico-peru-2014>

- **DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD AMBIENTAL**
2013, “Texto Único de Procedimientos Administrativos”
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/expedientes/detalles.aspx?id=28>

- **RPP NOTICIAS**
2014, “Incentivos Crediticios Para Formalizar MYPES”
http://www.rpp.com.pe/2011-02-16-fuerza-2014-propone-incentivo-credicio-para-formalizar-mypes-noticia_337219.html

- **PUBLICIDAD EN MONOGRAFÍA**
2009, “Plan Estratégico para una Imagen Corporativa”
http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/Marketing/

- **MINISTERIO DEL TRABAJO DEL PERÚ**
2006, “Indicadores Socio Económico Laborales y Formativos La Libertad”
http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/estadisticas/Triptico_022006_Indicadores_LaLibertad.pdf

- **INVESCA**
2011, “Mi Empresa Propia”
<http://www.miempresapropia.com/2007/registro-sanitario-de-alimentos-y-bebidas-industrializados-instituciondigesa/>

- **MPT**
2013, “Licencias de Funcionamiento”
http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/tramites/1313/5_1_2_0.htm

- **MVL**
2013, “Ley Marco de Licencia de Funcionamiento”
http://www.munivictorlarco.gob.pe/joomlavictorlarco/descargas/LicenciasFuncionamiento/ley_n28976.pdf

- **LA ECONOMIA**
2014, “Análisis Económico Actual”
<http://laeconomia.pe/pbi-peru-2011-2014.html>