



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C  
alimentaria, Chiclayo**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestro en Administración de Negocios – MBA

**AUTOR:**

Gastelo Gastelo, Luis Angel (ORCID: 0000-0002-9198-6252)

**ASESOR:**

Dr. Huiman Tarrillo, Hugo Enrique (ORCID: 0000-0002-8152-7570)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y herramientas gerenciales

CHICLAYO - PERÚ

2022

### **Dedicatoria**

A mi madre Francisca y mi padre Segundo por su apoyo y amor incondicional. Durante este transcurso del desarrollo del proyecto de investigación y la tesis me ha tocado convivir nuevamente con ellos y me están reiterando su amor, su dedicación, su confianza y su respaldo inobjetable. Desde siempre ellos son el motivo y motor en cada uno de mis proyectos y emprendimientos. El soporte brindado por ellos es sin duda un factor importante para alcanzar los resultados exitosos obtenidos en mi tesis.

Luis Angel.

### **Agradecimiento**

En primera instancia a Dios todo poderoso, por permitirme estar con buena salud y con la capacidad de seguir creciendo y aprendiendo en esta vida tan sofisticada y complicada. Agradecer a mi familia por brindarme el apoyo cuando requerí su apoyo, del mismo modo agradezco a mis compañeros de maestría por su tiempo y actitud solidaria, a todos los docentes que influenciaron para bien en mi formación y por supuesto a la Universidad Cesar Vallejo por la oportunidad y por sus excelentes plataformas digitales que facilitaron nuestro aprendizaje.

Autor.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras .....	v
Resumen .....	v
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III.METODOLOGÍA.....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Operacionalización de las variables .....	13
3.3. Población, muestra y muestreo. ....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	15
3.5. Procedimientos.....	16
3.6. Métodos de análisis de datos. ....	16
3.7. Aspectos éticos. ....	17
IV.RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN.....	32
VI.CONCLUSIONES.....	36
VII.RECOMENDACIONES .....	37
VIII.PROUESTA .....	38
REFERENCIAS .....	40
ANEXOS.....	44

## Índice de tablas

Tabla 1 Estado de ganancias y pérdidas de A&C alimentaria.....	19
--	----

## Índice de figuras

Figura 1 Nivel de aceptación de los servicios .....	22
Figura 2 Nivel de aceptación de precios de servicios .....	23
Figura 3 Nivel de aprobación del staff de profesionales .....	24
Figura 4 Nivel de posicionamiento en el mercado .....	25
Figura 5 Nivel de retorno de inversión en el cliente .....	26
Figura 6 Nivel de rentabilidad de ejecutar un programa de asesoría.....	27
Figura 7 Nivel de capacidad tecnológica .....	28
Figura 8 Nivel de aprobación de procedimientos .....	29
Figura 9 Nivel de diferenciación con la competencia .....	30
Figura 10 Nivel de incremento de los ingresos .....	31

## Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo proponer un plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo, tomando como referencia a la variable independiente “plan de negocio” y a la variable dependiente, la cual es “rentabilidad”. Cuya investigación es de tipo básica, enfoque cuantitativo, descriptiva, propositiva y con un diseño no experimental. La población y muestra fue de 15 personas, se utilizaron instrumentos de recolección de datos como una entrevista al gerente general, entrevista a 2 expertos en finanzas de pequeñas empresas y una encuesta aplicada a 12 representantes de las 06 empresas asesoradas por la organización A&C. Obteniéndose como resultado que la rentabilidad no es la esperada, con valores de 10,15 y 20% según el estado de ganancias y pérdidas, así mismo se obtuvo que la calidad del servicio brindado en las asesorías y consultorías es un atributo fuerte y que el 58,33% está totalmente conforme con los servicios recibidos, sin embargo, un 33,34% le fue difícil contactar con la organización y esto se debe a la falta de un plan de marketing, estudio de mercado y económico financiero, todo aquello está contemplado en la propuesta de plan de negocio.

**Palabras clave:** Rentabilidad, Plan de Negocio y Asesoría Alimentaria.

## **Abstract.**

The present research work aims to propose a business plan for the profitability of the food A&C organization in the city of Chiclayo, taking as reference the independent variable "business plan" and the dependent variable, which is "profitability". Whose research is of a basic type, quantitative, descriptive, purposeful approach and with a non-experimental design. The population and sample were 15 people, data collection instruments were used such as an interview with the general manager, an interview with 2 experts in small business finance and a survey applied to 12 representatives of the 6 companies advised by the A&C organization. Obtaining as a result that the profitability is not as expected, with values of 10%, 15% and 20% according to the profit and loss statement, likewise it was obtained that the quality of the service provided in the consultancies and consultancies is a strong attribute and that the 58.33% are fully satisfied with the services received, however, 33.34% found it difficult to contact the organization and this is due to the lack of a marketing plan, market study and financial economy, all that is contemplated in the business plan proposal.

**Keywords:** Profitability, Business Plan and Food Advice.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La rentabilidad es una definición que se aplica a toda actividad económica en donde participan recursos como materiales, mano de obra, así como recursos financieros con la intención de obtener resultados esperados, tanto así que su análisis permite, al personal de alta dirección tomar decisiones partiendo de un enfoque estructurado y asertivo con el que podrían mejorar ostensiblemente la productividad en sus organizaciones. En vista de ello, (Zamora 2019), refirió que rentabilidad es aquella relación existente entre dos conceptos: la utilidad obtenida y la inversión realizada. Del mismo modo afirmo que rentabilidad es la medición de la eficacia y eficiencia de una organización y el respectivo aprovechamiento de las inversiones.

Para incrementar la rentabilidad se tiene que aplicar una estrategia basada en dar valor agregado a un bien existente, en el caso de los servicios se puede añadir mejoras que generen satisfacción en el cliente y permitan incrementar la oferta y estudiar el comportamiento de la competencia frente a este acontecimiento Ochoa y Núñez (2014).

En ese contexto las organizaciones y/o empresas de baja escala están supeditadas a confrontar distintos escenarios hostiles, entre los cuales se destaca el alcanzar un nivel organizativo que afiance y coadyuve el logro de un incremento en la rentabilidad posible y sobrevivir en el mercado. Al respecto, (León 2019), sugirió que uno de los más importantes motivos de la desaceleración financiera, económica corporativa es el excesivo costo de los servicios ofertados, así como también el déficit en el control de los egresos que influyen directamente en la utilidad y se ven reflejados en los índices de rentabilidad.

En México, las micro y pequeñas empresas proporcionan en líneas generales un 52% del PIB (Producto Interno Bruto) y son generadoras del 72% de fuente de trabajo para los mexicanos. No obstante, dichas compañías sobreviven en frecuente mercado agresivo, exigente y con un déficit referido a las herramientas y coberturas tecnológicas no pudiendo involucrarse más en el aspecto tecnológico. Por otra parte, existe una burocracia enmarcada en los trámites administrativos,



mucha complejidad al momento de realizar los procedimientos administrativos, también existe una dificultad pronunciada para poder acceder al sistema crediticio nacional y así poder aumentar su capital de trabajo, entre otros. (Castañeda y Chiatchoua,2015).

En el Perú, según Ortega et al (2021), las MYPES representan casi el 95% del total de compañías existentes en territorio nacional, de allí que otorgan el 47.7% de empleos reportados en el país y a pesar de tener un tiempo de vida no mayor a 7 años, estas empresas generalmente logran la rentabilidad deseada; no obstante, presentan limitaciones como la deficiencia en el direccionamiento empresarial y bajo volumen de ventas, producción y ganancias.

La rentabilidad para las empresas es de vital importancia pues les permite subsistir en el mercado; no obstante, esto puede verse limitado en proporción a que las compañías van fortaleciéndose y que el mercado va experimentando nuevos escenarios, y si no se establecieron las medidas de contingencia es muy probable que estas se estanquen o salgan del mercado o caso contrario tomar estos cambios como nuevas oportunidades. Tal es el caso de la organización A&C alimentaria, que si bien está emergiendo con sus servicios de asesoría y consultoría en la industria alimentaria de la región norte; no obstante, su nivel de rentabilidad no es el esperado; ello se debe a que, antes de su conformación no se realizaron estudios como: un plan de marketing, estudio de mercado; tampoco se tuvo en cuenta un planeamiento estratégico; es por ello que la empresa actualmente no se encuentra formalizada, lo cual limita su nicho de mercado y minimiza sus ingresos. A partir de estos indicios, es que se ha optado por elaborar y luego proponer un plan de negocio para incrementar la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo.

En este sentido, el problema general de investigación, se formuló de la siguiente manera: ¿Cómo un plan de negocio permitirá incrementar la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en Chiclayo?

De otro lado, el objetivo general de la investigación fue el siguiente: Proponer un plan de negocio para incrementar la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo. Además, los objetivos específicos, son: realizar un diagnóstico sobre la rentabilidad actual de la organización A&C alimentaria, diseñar el plan de negocio para la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo y validar el plan de negocio propuesto para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria.

Por lo antes expuesto se plantearon las siguientes hipótesis: La propuesta de un plan de negocio incrementara la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo, y como hipótesis nula: La propuesta de un plan de negocio no incrementara la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo.

A nivel investigativo, se justificó la presente tesis, buscando incrementar la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo y a partir de esos resultados presentar recomendaciones que se espera ayuden a la toma de decisiones generando cambios positivos. En la justificación a nivel social, porque busca que la organización implemente las conclusiones y recomendaciones, pues esto generaría canalizar las estrategias y procedimientos para de manera sostenida se incremente la rentabilidad de la organización y así encaminar al éxito corporativo, logrando un prestigio y para que los colaboradores se desenvuelvan profesionalmente logrando alcanzar sus objetivos propuestos, sustentado a su vez en una mejora de su desempeño dentro de la organización. A nivel científico, se justificó en la necesidad de generar un importante aporte a las futuras tesis que sigan bajo la misma línea de investigación, de tal forma que se profundice en el ámbito temático en cuestión.

## II. MARCO TEÓRICO.

En el presente capítulo, se detallaron los trabajos previos realizados por otros investigadores que siguen la misma línea de trabajo, analizando las similares variables de la presente tesis, tanto a nivel internacional, nacional como local. Posteriormente, se presentaron las bases teóricas que sustentan la presente investigación.

A nivel internacional se encontraron los siguientes trabajos relacionados, tal es el caso de Baque et al (2020). En su trabajo de investigación considero como objetivo primordial elaborar el esquema de un plan de negocios para los emprendedores y sendos emprendimientos de la economía local, solidaria y popular de la provincia de Los Ríos en Ecuador. Su investigación fue de carácter descriptiva y mixta (cualitativa y cuantitativa) se desarrolló la recolección de información de 24 emprendedores pertenecientes al proyecto “impulso joven” liderados por la secretaria técnica de juveniles. En cuanto a la metodología utilizada se optó por el métodos inductivo, deductivo y analítico los mismos que permitieron interpretar la data, data que posteriormente facilito arribar a las conclusiones pertinentes. La presente investigación dio a conocer la necesidad para elaborar, diseñar y proponer un plan de negocio, el mismo que tiene que estar supeditado a las particularidades y peculiaridades de los emprendimientos. Después de procesarse la información recolectada se concluyó que el 42% de los emprendedores están en el rango de 26-29 años, entre 22 -25 años se sitúa el 37% y mientras que de 18 a 21 años de edad le corresponde un 21%. A mayor edad, mayor capacidad de decidir y de autosostenerse.

Por otro lado, Ramírez et al (2017) estudió la competencia imperfecta de las microempresas, las cuales podían fijar el precio que les parecía idóneo aunque este se encontrase sobre el margen de lo normal; para la comprobación del manejo de precios se empleó el modelo econométrico contemplando como variable independiente al índice de Lerner; por medio del cual se concluyó que las microempresas podrían lograr la estabilidad esperada logrando un posicionamiento óptimo en el mercado, por ello las organizaciones debían centrarse en fortalecer su publicidad, estrategia de ventas, producción y su capacidad de oferta bienes y servicios. A manera de conclusión, los principales retos fueron la subsistencia en el

mercado adecuándose a los cambios, evitando así la descapitalización ocasionada por el desgaste de los activos de capital, por tanto se debió fomentar la práctica de mecanismos orientados en aminorar las limitaciones productivas, de capital y otras que podrían presentarse a fin de mejorar la inversión y el posicionamiento en el mercado logrando competir con los pares comerciales y mejorar los ingresos sin afectar la calidad del servicio ofertado o del producto terminado

Por su parte Villarán (2014), afirma para que un plan de negocio influya e incrementa la rentabilidad se debe partir comprendiendo que este documento debe ser atractivo para el inversionista y/o decisor de una compañía en específico. El plan debe reunir data importante sobre el giro del negocio, ya sea un negocio ya instalado o uno por iniciar. En un plan bien estructurado se debe contemplar la información económica financiera, tanto lo que se debe invertir y la factibilidad de que habrá una recuperación con utilidades de la inversión inicial.

Para Mancero (2017), su trabajo tuvo como objetivo principal el diseño de un proyecto para lograr un incremento económico financiero en la organización HR Mega Stones. Asimismo, se desarrollaron herramientas financieras como ratios y análisis de estados financieros. Para poder medir la incidencia y crecimiento que otorga tener una correcta estructura financiera y estrategias de negocio. Se desarrolló un tipo de investigación exploratoria descriptiva, pues se utilizó un amplio margen de recolección de datos, y se describieron los hechos, llegando a la conclusión que si bien no existe un proyecto que asegure la obtención de un incremento de la rentabilidad, esto se puede lograr teniendo una correcta planeación y gestión financiera lo cual permite a los altos directivos saber tomar y en el momento oportuno las mejores decisiones para la organización.

A nivel nacional tenemos los siguientes trabajos relacionados al presente trabajo de investigación tal es el caso de Casamayou (2019) quien en su estudio determinó que la rentabilidad y el apalancamiento financiero se encuentran proporcionalmente relacionados y que alguna variación o desviación de este último repercute en la rentabilidad. Cito que el apalancamiento influye en un 21.85 %, así mismo influye en el precio de acción con una significancia de 23,18%. Para ello se llevó a cabo un estudio de diseño no experimental debido a que las variables no

fueron manipuladas, el tipo de investigación fue descriptiva, las variables de estudio tenían relación directa, es por ello que existe correlación, causal. En total se contó con una población de 34 empresas, el método fue el tipo panel debido a que se realizó un análisis simultáneo en un lapso de 10 años.

Según Crispancho et al (2021) En su trabajo investigativo, señaló que por lo general los emprendedores necesitan planes de negocio para de esta manera canalizar y echar andar sus ideas y sus proyectos. Para su estudio utilizó una población de 440 personas entre universitarios, catedráticos, docentes y ya profesionales de los que se obtuvo el elemento más relevante es el legal (constitución formal), seguido del elemento de las finanzas sobre todo por las implicaciones en la protección a los accionistas y en caso de los posibles riesgos y obligaciones. Pero hubo un sector encabezado por los profesionales quienes afirman que el componente estratégico de venta y de mercado es el más preponderante.

De otro lado Conchas (2020) señaló que, con el propósito de diseñar y proponer un plan de mejoras para incrementar la rentabilidad, se deben de llevar a cabo ciertos ajustes y ejecutar actividades por parte de la empresa en mención. En este caso se trató de una empresa molinera especialmente en la línea de producción de harina de trigo, área en la que se detectaron algunos inconvenientes. Vale señalar que para solucionar este tipo de inconvenientes los altos directivos deberán controlar ciertos aspectos como son: el control de los inventarios y sus políticas, los diversos productos y derivados que se vienen produciendo a partir de la misma materia prima y en sendos procesos productivos.

Para Ortega (2020). Quien afirmó que la rentabilidad y crecimiento empresarial, cuya relación se han venido analizando a menudo en diversas ciudades en donde las micro y medianas empresas funcionan de forma empírica. En este caso se realizó un estudio descriptivo realizado con 80 comerciantes y se llegó a obtener lo siguiente: la rentabilidad de las MYPES se ve influenciada por el crecimiento empresarial. Otro hallazgo del estudio fue que la rentabilidad y crecimiento organizacional dependían más del nivel económico de las empresas que de los conocimientos que pueden llegar a tener los comerciantes.

Según Gutiérrez y Tapia (2018) en su trabajo de investigación tuvieron como objetivo general determinar la relación entre rentabilidad y liquidez para un grupo de compañías que realizan sus cotizaciones en la bolsa de valores de la capital del Perú en el periodo 2005 al 2014. Su tipo de investigación fue de tipo descriptiva con un diseño no experimental-longitudinal retrospectivo. Como población utilizaron un total de 33 empresas del rubro industrial que cotizan en la bolsa de valores de Lima en los 10 periodos. La información fue tomada de los estados financieros en contraste de la memoria anual y de la página web que reporta la bolsa de valores de Lima.

A nivel local tenemos los siguientes trabajos relacionados al trabajo de investigación como el de Carhuajulca (2020). Quien en su trabajo preciso como objetivo general determinar en qué medida es viable un plan de negocio para la producción y comercialización de semilla certificada de arroz. Para ello realizó un análisis DAFO enfocado en semillas, el análisis determinó la experiencia y reconocimiento de la empresa en lo que respecta a la producción. Esto fue de suma importancia pues reducía el riesgo de fracaso del presente plan. También se llevó a cabo un estudio de mercado, con el que se detectó la existencia de una demanda por cubrir de aproximadamente 580,000 Kg, este dato fue resaltante para incrementar la probabilidad de aceptación del plan de negocio. El presente plan contempla un panorama de 5 años y durante este lapso resulta beneficioso para la organización pues en los indicadores económicos financieros son positivos. VAN: 5556,94 Y TIR: 54.10%. Se concluyó que es viable el plan de negocio en mención.

Por otro lado, para Ticlia (2020) quien en su trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar en qué medida era viable la instauración de un E-retail de pijamas para público femenino cuyo rango de edad oscila entre 18-45 años a través de la modalidad ventas por internet, dicho público objetivo eran damas del nivel socioeconómico A y B de la localidad de Chiclayo, región Lambayeque en el periodo 2016-2017. Para cristalizar su formulación elaboró un plan de negocio bajo los lineamientos de un método basado en una guía de fuentes primarias y secundarias. Como instrumento utilizó una encuesta virtual aplicada a

3398 participantes, la encuesta se preparó con el objetivo de determinar las inclinaciones, medios de pago, gustos, las fuerzas de motivación, tiempo que están en internet y la frecuencia de compra. Los resultados obtenidos fueron los siguientes el 50,3% poseen de 0 a 3 horas libres por día y afirman que los E-retails son una opción latente para adquirir productos. El 48,82 % muestra interés por renovar su pijama. Otro dato importante fue que un 60.95% de las encuestadas realizó el pago con tarjetas ya sea débito o crédito, por lo general se hicieron estas transacciones y/o adquisiciones en fechas representativas como el día de la madre, aniversario, navidad u otras. Se llevaron a cabo estudios económicos- financieros mostrando que una rentabilidad positiva con un aproximado de 2726 prendas en el primer año considerando un precio de S/52.4. Cuyos indicadores económicos arrojan lo siguiente: un VNA de S/ 329576.8 y un TIR DE 78.92% por su parte los indicadores financieros son los siguientes VNAF de S/ 358909.39 y un TIRF de 175%.

Por su parte Zelada et al (2021) en su trabajo de investigación cuyo objetivo general fue determinar la viabilidad para implementar un centro productivo de servicios de ensayos de materiales, pavimentos, suelos y en otros en una universidad privada de la región Lambayeque. Para ello se elaboró y propuso el plan de negocio el cual contemplo las diversas estrategias para la implementación de dicho centro, el valor agregado es fortalecer el prestigio de dicha universidad y asegurar la confiabilidad de los resultados. Cabe mencionar que en la realización del estudio de mercado la variable o la propiedad más importante a tener en cuenta fue la confiabilidad de los resultados.

A manera de conclusión se destacó que la implementación del centro de producción era viable, pues se calculó y detecto que se contaba con la demanda y el capital mínimo de inversión, además se poseía con el soporte organizacional, operativo, la infraestructura y el personal capacitado. De los indicios antes mencionados podemos inferir, que un plan de negocio bien estructurado y con la estricta ejecución de las actividades y procedimientos es beneficioso para la compañía, para ello se debe utilizar instrumentos calibrados, propensos a su respectiva verificación y validación. Del mismo modo se deberá contar con las medidas correctivas si por algún factor extrínseco o intrínseco.

Todo inversionista o responsable de manejar el tema administrativo (gerente general) de una empresa, siempre desea que su plan de negocio para su organización se desarrolle de manera deseada y que logre alcanzar los resultados anhelados. Al margen de ser robusto, tecnificado y con ideas visionarias. Un plan de negocio debe de ser realista, medible, coherente, claro en cuanto a metas a corto, mediano y largo plazo, debe ser específico en lo que se desea alcanzar y estipular las unidades de medición, debe contemplar medidas correctivas, debe considerar alternativas de contingencia para enfrentar diversos escenarios desfavorables como es el caso de la pandemia en este último tiempo. Además, lo que se plasme en el plan de negocio se deberán llevar a cabo plenamente y estarán estructuradas en acciones y actividades sincronizadas y lógicamente concatenadas. (Ugalde Resentera, S/f).

En lo que respecta a plan de negocio para Gallo (2015) afirmo que, para asegurar la rentabilidad de la organización, en el plan de negocio se debe contemplar lo siguiente: Estudio de Mercado (precio, producto, plaza, competencia, oferta y proyección de la demanda), Análisis FODA. Y Análisis PESTEL.

Todo plan, lineamiento o programa antes de haberse puesto en acción se deberá que de forma preliminar llevar a cabo un conjunto de consideraciones y estratégicas para de esta manera poder tener la certeza de que el desarrollo y desenlace sean los esperados. Sin duda que uno de los elementos a tener en cuenta es el estudio de mercado, el cual consta de actividades vinculadas y estructuradas de forma coherente permitirán aterrizar y contrastar lo que se quiere con lo que se tiene. Este estudio nos permitirá tener un panorama con más certeza. Y esta información es muy relevante ya que nos permitirá ubicarnos y tratar de adecuar nuestro producto o servicio en función a la necesidad de los clientes y consumidores. Adicionalmente nos proporciona valiosa data sobre la inversión a realizar, los gastos y también los ingresos a recaudar. Otro de los estudios importantes es el de marketing y el financiero, estos serán tratados más adelante.



Primera dimensión, estudio de mercado, según García (2014) es uno de los elementos más importantes al momento de proponer e implementar un plan de negocio, en su enfoque se aborda la demanda (necesidad), oferta (competencia) y definitivamente los precios con los cuales se entraría a competir. Ahora no es nada nada fácil realizar este tipo de estudio, se necesita conocer, de aterrizar los conceptos y contrastarlos con el contexto real. Cuando se llevan a cabo la formulación, ampliación o mejoramiento de ciertos proyectos el estudio de mercado se constituye como una de los estudios claves. Ya que de no realizarse imperaría la incertidumbre y es mas no daría la posibilidad de realizar los estudios complementarios como el administrativo y el financiero. A manera de indicador se deben realizar los análisis FODA Y PESTEL.

Segunda dimensión Plan de Marketing. Camelo (2018) afirmo, todo proceso de planeación empresarial debe tener en cuenta 03 elementos para asegurar su éxito, sin duda que uno de ellos es el plan de marketing. El cual debe poseer claridad y que debe impulsar a la organización de manera permanente en su consecución y que impida que esta se desvíe de sus objetivos. El plan de marketing es vital para asegurar su permanencia en el mercado. Ahora como Marketing se debe entender como una herramienta para fidelizar a los clientes y captar aquellos potenciales clientes. Partiendo de que son dos cosas distintas el consumidor y el cliente. Un buen planeamiento en marketing repercute en la mejora organizacional y sobre todo de la imagen y prestigio de la marca.

Tercera dimensión. Estudio Económico Financiero para García (2014) en todo plan de negocio se debe de considerar de forma obligatoria el tema económico-financiero y básicamente para ilustrarnos el desenvolvimiento financiero en una cierta línea de tiempo, así como las tendencias y proyecciones deseadas. Un estudio de este tipo permite identificar las desviaciones financieras y que lo originan, facilita conocer las reservas propias y permite calcular su futura y correcta utilización por parte de la organización. Un adecuado estudio económico-financiero no solo se queda con la última foto, es decir no se centra en el último balance general ni en el último flujo de caja, siempre es recomendable contar con extensa información en cuanto a los expedientes, archivos, informes y anexos.

Por otra parte, un plan financiero siempre debe de formar parte de los planeamientos y estrategias que se estipulan dentro de un plan de negocio de una empresa, ya sea pequeña, mediana o de gran escala. Cabe señalar que las decisiones tomadas por la alta dirección en el desarrollo del plan de negocio deben de ser contempladas en el estudio financiero, debido a que cada una de estas decisiones generara un efecto en los ratios y estados financieros de la organización.

Cuando hablamos de decisiones nos referimos a ampliar el stock de productos, introducir una nueva presentación, incursionar en otros mercados, implementar o fortalecer las instalaciones de proceso, enriquecer la publicidad o de incrementar el staff de colaboradores. Todas estas decisiones y acciones definitivamente influyen y afectan a los estados financieros.

Respecto a la variable Rentabilidad, Díaz et al (2016), la definió como el resultado de la división entre el beneficio logrado y el capital requerido para su obtención. En ese sentido, la rentabilidad hace referencia a cuanto se gana por cada moneda invertida (Nogales, 2016). No obstante, Gómez et al (2017), sugirió tener especial cuidado con el riesgo de las inversiones pues a mayor inversión habrá mayor probabilidad de riesgo.

Por otro lado, Para Pellitero (2016), la rentabilidad está dividida en rentabilidad económica y financiera; donde la rentabilidad económica, refleja el resultado de las inversiones de una persona natural o jurídica como resultados del uso de todos los activos disponibles, cuya fórmula es: beneficio obtenido antes de impuestos e interese/ activo total, promedio. Y la rentabilidad financiera, la cual solo toma en cuenta los recursos propios de la empresa utilizados para lograr la rentabilidad esperada, cuya fórmula es: beneficio después de impuestos/ fondos propios, promedio.

Primera dimensión Rendimiento, el diccionario Larousse, (2001) en su apartado conceptualiza al rendimiento obtenido como el producto o servicio generado por un sistema, equipo o persona. Partiendo de la perspectiva económica se concibe como aquella capacidad de convertir ingresos en salidas en una determinada unidad de tiempo. Por su parte Downes y Eliot (2002) señalo que el rendimiento es aquella definición relacionada con ganancias medido en títulos o inversiones de capital expresado comúnmente en porcentaje de tasa al año. Por

otro lado, para Ross, Westerfield y Jaffe (2009) señalaron como concepto de rendimiento a la utilidad producida en base a una inversión respectiva ya sea de capital o de valores. Existe un concepto de rendimiento relacionado a las operaciones, este rendimiento operativo se enfoca en sus componentes, el margen sobre ventas y la rotación. De esta forma tenemos que la estructura del rendimiento operativo, es utilizado por el análisis financiero para interpretar las decisiones corporativas y la influencia de los factores externos.

Segunda dimensión utilidad, según Hurtado (2013) señaló que la utilidad es el beneficio obtenido por una compañía, luego de realizar referidas actividades, del mismo modo es un indicador de satisfacción de un respectivo consumidor al obtener el provecho de un producto. Por su parte Menger, citado por Campuzano (2019) es quien asumió una visión más moderna sobre utilidad y especifica que el nuevo concepto radica en la maximización de la utilidad promedio, esto quiere decir que las organizaciones exijan el incremento de las expectativas individuales ya que esto repercute en las expectativas organizacionales y por ende en el beneficio general. Del mismo modo este autor afirma que en el presente la definición y teorías de utilidad desempeñan un rol importante para describir el desempeño económico de una referida organización, ya sea esta utilidad favorable o desfavorable.

Tercera dimensión productividad, según Jara (2014) la productividad evidencia el conocimiento, la certeza y la destreza de saber usar los recursos inmiscuidos (capital humano, materiales, dinero, ideas, espacios y otros). Abreviar operaciones, reducir tiempos, evitar cuellos de botella e incrementar excelentes rendimientos es referirnos a una mejora sustancial de los procesos y eso es justamente LA PRODUCTIVIDAD. Numéricamente hablando señala que es la cantidad de bienes producidos con ciertos recursos y o factores involucrados, con la particularidad de los que bienes superen lo planteado. Uno de los caminos más promisorios para estudiar el crecimiento de una economía es sin duda analizar las fuentes de productividad factorial de las empresas. Las mejores tecnologías y los cambios organizacionales ocurren a nivel de firmas específicas. Las organizaciones buscan mayores beneficios y para ello es clave disminuir sus costos y esto se logra con las mejoras en la productividad.

### III. METODOLOGÍA.

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

Es del tipo básica porque produjo conocimientos, teorías o fortalece las ya existentes. Es descriptivo porque se relató y analizó la problemática relacionada con lograr el incremento de la rentabilidad de la organización alimentaria A&C. Según Morales, citado por Universia (2017), define que la investigación descriptiva es la que permite relatar y aterrizar lo real de sendos escenarios, circunstancias, fenómenos, individuos, conjuntos u otros que se estén tratando y que se pretenda tomar como objeto de estudio. Por otro lado, es propositiva, ya que de acuerdo a lo manifestado por Hurtado (2015) se presenta una propuesta con la finalidad de dar solución a un problema existente (incrementar la rentabilidad); la solución a plasmar es la elaboración, propuesta de un plan de negocio.

Asimismo, el diseño es no experimental debido a que no se realizó una manipulación de las viables de estudio, así mismo el desarrollo de la investigación aborda categorías, términos, definiciones, acontecimientos, variables, poblaciones y distintos escenarios que suscitan sin la intervención fehaciente del autor de la investigación. Es válido ponderar que, en este tipo de diseño, se aprecian los sucesos como tal en su escenario tal cual para posteriormente ser analizados.

#### 3.2. Operacionalización de las variables

**Variable independiente:** Plan de negocio.

Para Wieland et al, (2017), quien parte desde una óptica tradicional y afirma que un plan de negocio se constituye como un documento estratégico, el cual se establece de manera meticulosa y extensiva. Asimismo, expresa que en un plan de negocio se explora la relevancia de las oportunidades identificadas para el micro empresario y el inversionista, del mismo modo se contempla la realidad problemática actual y se plantea las soluciones oportunas.

Además, Rusu, (2016), expresa que es crucial considerar los temas financieros del emprendimiento y de esta forma se pueda conocer, tratar e incrementar la rentabilidad y se pueda cuantificar de forma palpable. Ya que esto facilitara y fomentara relaciones con aliados estratégicos y los propios actores involucrados en sendos procesos productivos. A manera de corolario un aspecto

financiero observable, medible favorablemente permitirá establecer un proceso dinámico de correcta implementación y de desarrollo constante.

### **Variable dependiente: Rentabilidad.**

Por rentabilidad en líneas generales se infiere, como aquella destreza y decisión de una corporación para lograr de manera sostenida un excedente favorable partiendo de una suma de recursos e inversiones realizadas. Dicho esto, concluiríamos que ser rentable es tener la capacidad y los medios para concretar un resultado esperado, para que ello ocurra se deberá realizar ciertas actividades, operaciones y procesos productivos que generen productos o servicios rentables y atractivos para los consumidores. Para Zamora (2019), refiere que rentabilidad es aquella relación existente entre dos conceptos: la utilidad obtenida y la inversión realizada. Del mismo modo afirma que rentabilidad es la medición de la eficacia y eficiencia de una organización y el respectivo aprovechamiento de las inversiones.

### **3.3. Población, muestra y muestreo.**

**Población:** Se define como el conglomerado total de cosas, personas o parámetros que poseen en común cualidades, características en un determinado contexto y en una línea de tiempo Hernández (2013).

En este caso particular de investigación como población y muestra se eligió a 6 empresas que han requeridos los servicios de A&C Alimentaria, es decir se elegirán 2 personas de cada empresa cuyos cargos son de los departamentos de calidad, producción y marketing y que hayan tenido contacto con los asesores y consultores de A&C.

Además, se considerará la participación de 2 expertos en finanzas, los cuales nos proporcionaron un enfoque más pragmático, sensato y nos orientaron en términos de finanzas e inversiones de pequeñas empresas.

El gerente general de A&C también forma parte de la población y muestra.

En conclusión, la población y muestra estarán conformados por un total de 15 personas. Considerándose del tipo censal.

**Muestra:** 15 personas. Pues al ser la población pequeña esta se asume como muestra para la presente tesis.

Muestreo: Es del tipo censal, es decir existe un número pequeño de entrevistados y de encuestados, cuando esto ocurre se ve en la obligación de trabajar con la misma cantidad de personas como muestra y población.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

Como técnicas se utilizaron la entrevista y encuesta, y como instrumentos un cuestionario y una relación de 10 ítems respectivamente. Según Hernández (2018) estos instrumentos son muy utilizados y básicamente son un grupo de interrogantes relacionadas a las variables a las que se pretenden medir; para este caso el instrumento está compuesto por 10 ítems.

En el caso de la entrevista se realizó al gerente de operaciones de la organización A&C alimentaria. Con la finalidad de recabar información sobre la rentabilidad, si en el transcurso de este periodo de operatividad es la esperada o la deseada, así como consultarle desde su perspectiva que se está haciendo para mejorar la rentabilidad organizacional. Del mismo modo se realizaron entrevistas a 2 expertos en los temas de finanzas, rentabilidad e inversiones en pequeñas empresas. Ellos nos proporcionaron un enfoque más pragmático, objetivo y sensato, asimismo orientaron sobre las acciones preventivas y correctivas que se deben ejecutar para redireccionar la organización.

Para la encuesta se llevó a cabo con 2 representantes de las 6 empresas que fueron asesoras por A&C alimentaria en el año de funcionamiento de la organización en estudio. Fueron un total de 12 representantes de las áreas de calidad, producción y de marketing, áreas muy ligadas a los servicios brindados por A&C. La encuesta presento una escala de Likert con valores de 1 al 5 donde 1 representa al totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. Es válido recalcar que los 3 instrumentos: 2 para la variable rentabilidad y uno para la variable plan de negocio fueron validados por 2 profesionales con grado de magister.

### **3.5. Procedimientos.**

Se solicitó a los 12 representantes de las 6 empresas clientes para que accedan a responder la encuesta en función al servicio brindado por los profesionales de A&C. Los mismos que gestionaron, evaluaron y calificaron el servicio brindado por A&C alimentaria, en total fueron 6 empresas que formaron parte de la muestra del trabajo de investigación y en los que se buscó medir el nivel de satisfacción por los servicios de asesoría y consultoría otorgados. Se garantiza la debida instrucción y la confidencialidad con la información recibida por cada participante. La encuesta se creó en la plataforma de Google drive y se envió a través de las redes sociales personales y corporativos de los 12 representantes participantes.

En el tema de la entrevista, se solicitó al gerente general de A&C conceda una entrevista telefónica, a lo cual accedió y se desarrolló la misma por un lapso de 47 minutos 28 segundos el día 03 de noviembre del 2021. Para el caso de los 2 expertos se coordinó con los profesionales y se les envió el cuestionario a sus despachos, los expertos respondieron de manera digital en Microsoft Word y en pdf respectivamente. Ambos profesionales poseen el expertis y conocimiento requerido e ilustraron con sus respuestas.

### **3.6. Métodos de análisis de datos.**

Una vez recolectada los datos tanto de las 12 encuestas como de las 03 entrevistas, se procedió a procesarlos y analizarlos. En el caso de las encuestas se procedió a determinar la confiabilidad con el alfa de Cronbach y analizar las respuestas a través de los instrumentos estadísticos.

En el caso de las 3 entrevistas por ser un número reducido no se procedió a aplicar SPSS y se optó por revisar, analizar e inferir los aportes brindados por los emisarios de las respuestas. Lo recabado en las entrevistas se contrastará con la información de otras fuentes y sin duda significará un aporte notable para los capítulos como conclusiones, resultados y discusiones.

### **3.7. Aspectos éticos.**

De acuerdo a la información de según Wiersma y Jurs, citados por Sampieri (2013) Se aplico el principio de consentimiento o aprobación de participación, que consiste en que los participantes expresen claramente su conformidad en participar voluntariamente del estudio, y el principio de Confidencialidad, que consiste en guardar en absoluta reserva de la identidad de los participantes a fin de no ocasionar ningún tipo de perjuicio para quienes formaron parte de la muestra del estudio. Así mismo se respetaron los procedimientos y protocolos de la universidad Cesar Vallejo. Del mismo modo se respetaron las normas internacionales de investigación.



#### IV. RESULTADOS

Para obtener los resultados en la presente investigación se contó con una población y muestra de 15 personas, entre los cuales se destaca la presencia del gerente de operaciones de la organización A&C alimentaria, 02 expertos en finanzas e inversiones en pequeñas empresas y 12 representantes de las 06 empresas que fueron y vienen siendo asesoradas por A&C alimentaria.

En cuanto al **primer objetivo específico**, realizar un diagnóstico de la rentabilidad actual de la organización A&C alimentaria. En una entrevista al gerente de operaciones de la organización Ing. Larry Fernando Peña Saavedra manifiesto que la rentabilidad no es la deseada por todos los socios de la organización, que si bien es cierto se tuvo un inicio alentador con grandes expectativas y contratos por cumplir, hubo periodos en los que no se realizó ningún servicio de asesoría y consultoría y eso mermo significativamente los ingresos de la organización y repercutió directamente en la rentabilidad.

El ingeniero afirmó que una de las limitantes para poder incrementar la rentabilidad es la falta de un plan de marketing, el desarrollo y ejecución de una estrategia asertiva y el aspecto jurídico. Pues la organización no está constituida de manera formal. Manifestó que tuvieron aproximaciones con grandes empresas para brindar el servicio y que debido a la falta de cumplir con requisitos no se pudo realizar.

A continuación, se ilustra una tabla del estado de ganancias y pérdidas de la organización, desde su inicio de funcionamiento hasta la actualidad. Es válido mencionar que recién tiene un año y meses de operatividad.

**Tabla 1***Estado de ganancias y pérdidas de A&C Alimentaria Año 2020-2021*

Concepto	ago-20	se-20	oct-20	nov-20	dic-20	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	set-21	oct-21	Nov-21
<b>A. Ingresos</b>	-	550.0	350.	300.0	150.0	180.	500.0	500.0	500.	-				
<b>B. Costos</b>	<b>300.00</b>	<b>200.0</b>	<b>100.0</b>	<b>50.0</b>	<b>110.0</b>	<b>80.00</b>	<b>50.00</b>	<b>20.00</b>	<b>40.0</b>	<b>350.0</b>	<b>350.0</b>	<b>350.</b>	<b>120.00</b>	<b>20.0</b>
-Costos por servicio	30.00	80.00	30.0	60.00	50.00	30.0	250.0	250.0	250.	-				
-Requerimiento de materiales	120.00	40.00				10.0	50.00	50.00	50.0	-				
-Costos Indirectos	150.0	120.0	60.0	20.0	110.0	20.00	50.0	50.0	50.0					
<b>C. Utilidad bruta</b>	<b>300.00</b>	<b>350.0</b>	<b>100.0</b>	<b>300.</b>	<b>110.0</b>	<b>220.0</b>	<b>00.00</b>	<b>20.00</b>	<b>40.0</b>	<b>150.0</b>	<b>150.0</b>	<b>150.</b>	<b>120.00</b>	<b>0.00</b>
-Administración	-	150.0	-	100.	-	-	50.00	-	60.0	50.00	50.00	50.0	-	
<b>D. Utilidad de operación</b>	<b>300.00</b>	<b>2200.</b>	<b>100.0</b>	<b>220</b>	<b>110.0</b>	<b>220.0</b>	<b>550.0</b>	<b>20.00</b>	<b>880.</b>	<b>1100.</b>	<b>1100.</b>	<b>110</b>	<b>120.00</b>	<b>0.00</b>
<b>E. Utilidad sin impuestos</b>	<b>300.00</b>	<b>200.0</b>	<b>100.0</b>	<b>190</b>	<b>110.0</b>	<b>217.8</b>	<b>50.00</b>	<b>20.00</b>	<b>80.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>00.0</b>	<b>120.00</b>	<b>20.0</b>
<b>Utilidad neta</b>	<b>300.00</b>	<b>200.0</b>	<b>100.0</b>	<b>190.</b>	<b>110.0</b>	<b>217.8</b>	<b>50.00</b>	<b>20.00</b>	<b>80.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.</b>	<b>120.00</b>	<b>20.0</b>
<b>%RENTABILIDAD (Utilidad neta/ ingresos ) *100</b>	<b>0.00</b>	<b>36.36</b>	<b>0.00</b>	<b>54.3</b>	<b>0.00</b>	<b>72.60</b>	<b>33.33</b>	<b>0.00</b>	<b>44.4</b>	<b>00.00</b>	<b>00.00</b>	<b>00.0</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>

El Ing. Larry Peña compartió el reporte de estado de ganancias y pérdidas de su organización en los que se evidencia que la rentabilidad no es la deseada, al inicio de sus operaciones, en el mes de octubre, diciembre del 2020 y octubre, noviembre del presente año el balance es negativo y en algunos meses del 2020 el capital disponible no era suficiente para atender las obligaciones organizacionales.

En una entrevista a dos expertos en finanzas, Cont. Mercedes Bances Acosta y C.P.C Miguel Ángel Gonzales Medina mencionan que el estudio económico financiero, los instrumentos y la realización del flujo de caja son elementales para el control y buen manejo de cualquier organización.

**Segundo objetivo específico**, diseñar el plan de negocio para la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo, al respecto uno de los expertos en finanzas, Bances Acosta manifestó que el diseño e implementación de un plan de negocio es de vital importancia para conocer el mercado, de lo relacionado con la empresa y que además proporciona herramientas para prevenir y estar preparados ante futuros inconvenientes.

Por su parte el Gonzales afirmo que el éxito o el fracaso de todo emprendimiento depende de la planificación y ejecución de las estrategias. Asimismo, asevero que dentro de un plan de negocio debe contemplarse un estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y un estudio económico financiero para determinar si el negocio es viable. Ambos especialistas coinciden que para el diseño de un plan de negocio se necesita una inversión acorde a los objetivos que se pretenden alcanzar y el valor de las estrategias a desarrollar. Mencionan que el diseño del plan de negocio es una realidad distinta, que no hay un estereotipo de plan definido para todas las compañías.

**Tercer objetivo específico**, validar el plan de negocio propuesto para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria. La validación estuvo a cargo de 03 expertos profesionales con grado de magister, los cuales en consenso y por unanimidad validaron, aprobaron y exhortaron a implementar, aplicar y desarrollar el presente plan de negocio. Pues cumple con los más altos

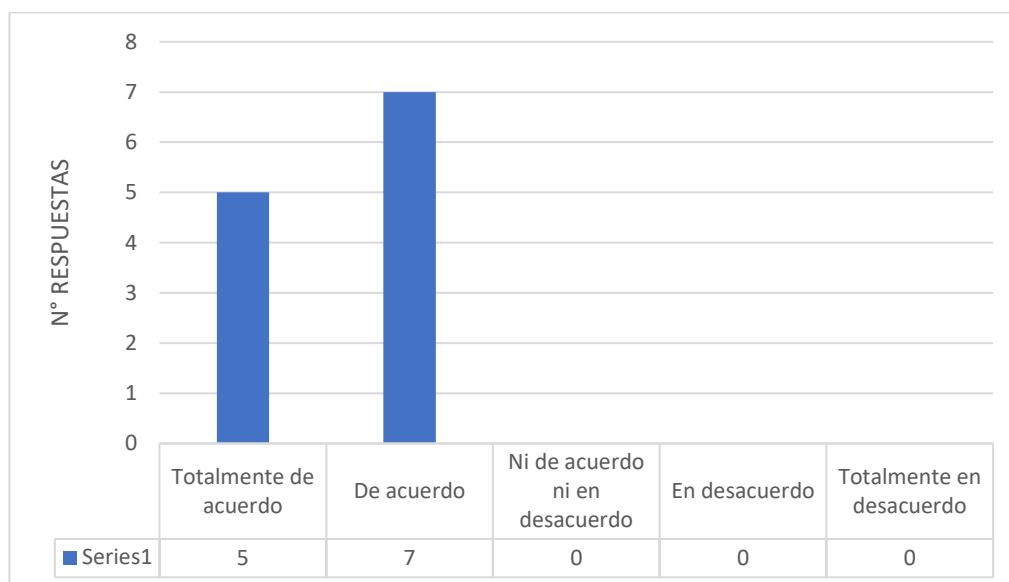
porcentajes en cuando a aplicabilidad, pertinencia y contextualización siendo los valores de 97%, 98% y 99% respectivamente.

Los expertos en su revisión ponderaron el aspecto económico financiero consideran que un TIR del 44.22%, VNA de 16281.92, beneficio costo de 1.94 y un lapso de retorno de inversión de 2.8 años confirman la VIABILIDAD del plan de negocio.

Por otra parte, los datos recolectados en la encuesta aplicada a los 12 representantes, fueron procesadas en el Excel en el alfa de Cronbach arrojando el siguiente valor:  $\alpha$ : 0748357612- confiable. Obteniéndose los siguientes gráficos con sus respectivas interpretaciones.

**Figura 1**

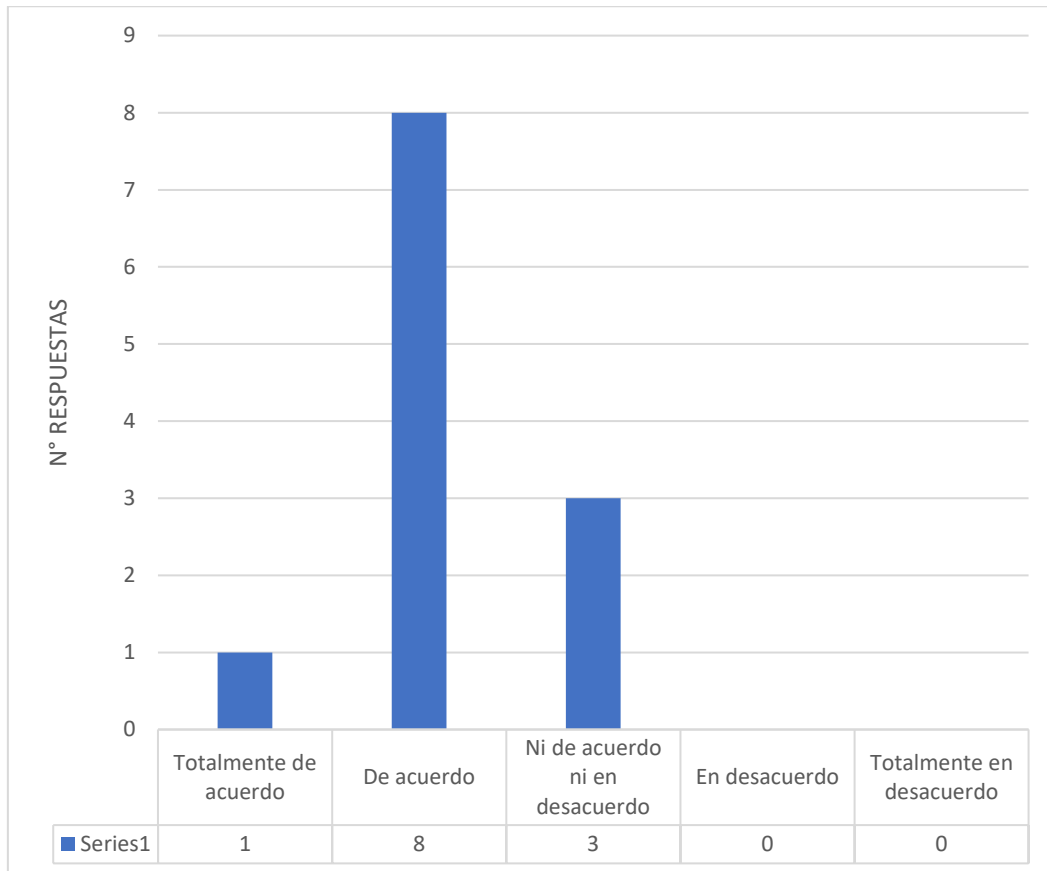
*Nivel de aceptación de los servicios*



*Nota.* Conformidad a los Servicios brindados por A&C Alimentaria. Respecto a la conformidad por los servicios brindados por A&C alimentaria, del total de encuestados el 58,33% se mostró de acuerdo y el 41,67% está totalmente de acuerdo.

**Figura 2**

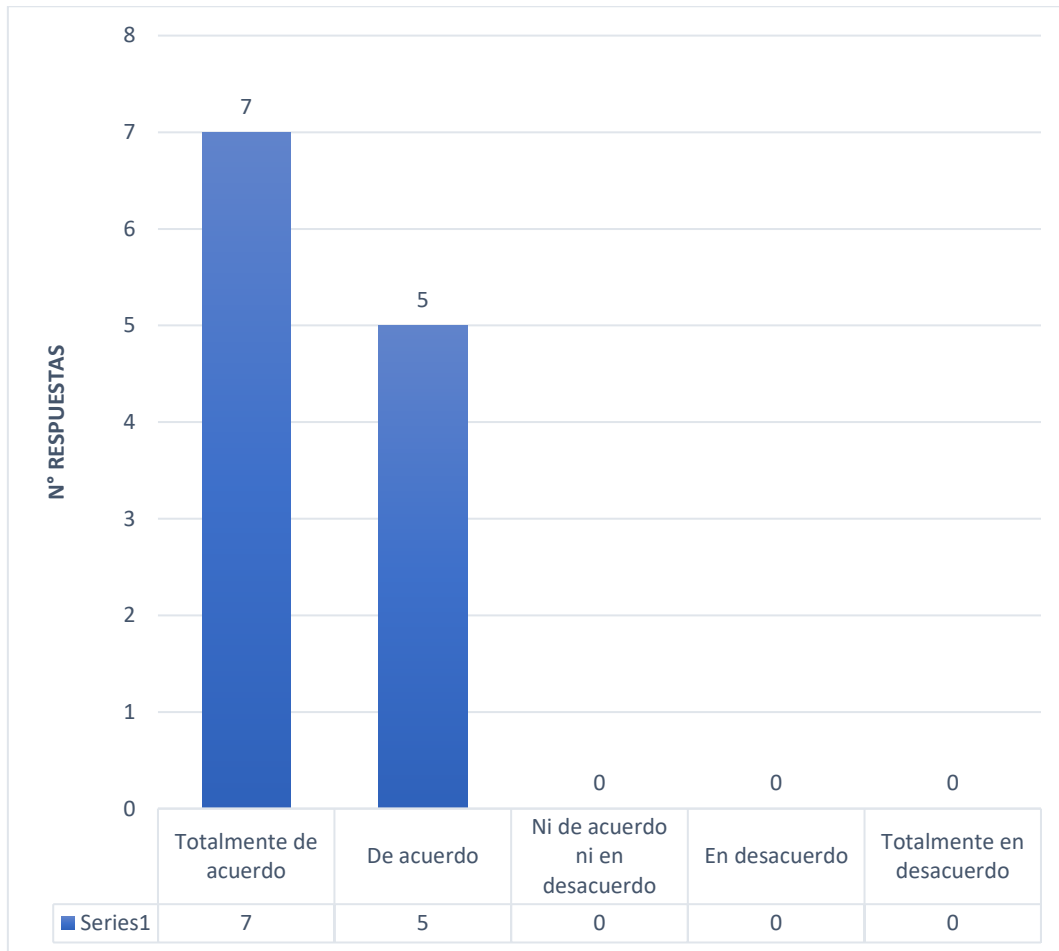
*Nivel de aceptación de precios de servicios*



*Nota.* Costo de los servicios de A&C en relación a la competencia. De lo que el 66,67% está de acuerdo, el 25% no está de acuerdo ni en desacuerdo y un 8,33% expresa estar totalmente de acuerdo en comparación con lo ofertado por la competencia

**Figura 3**

*Nivel de aprobación del staff de profesionales*

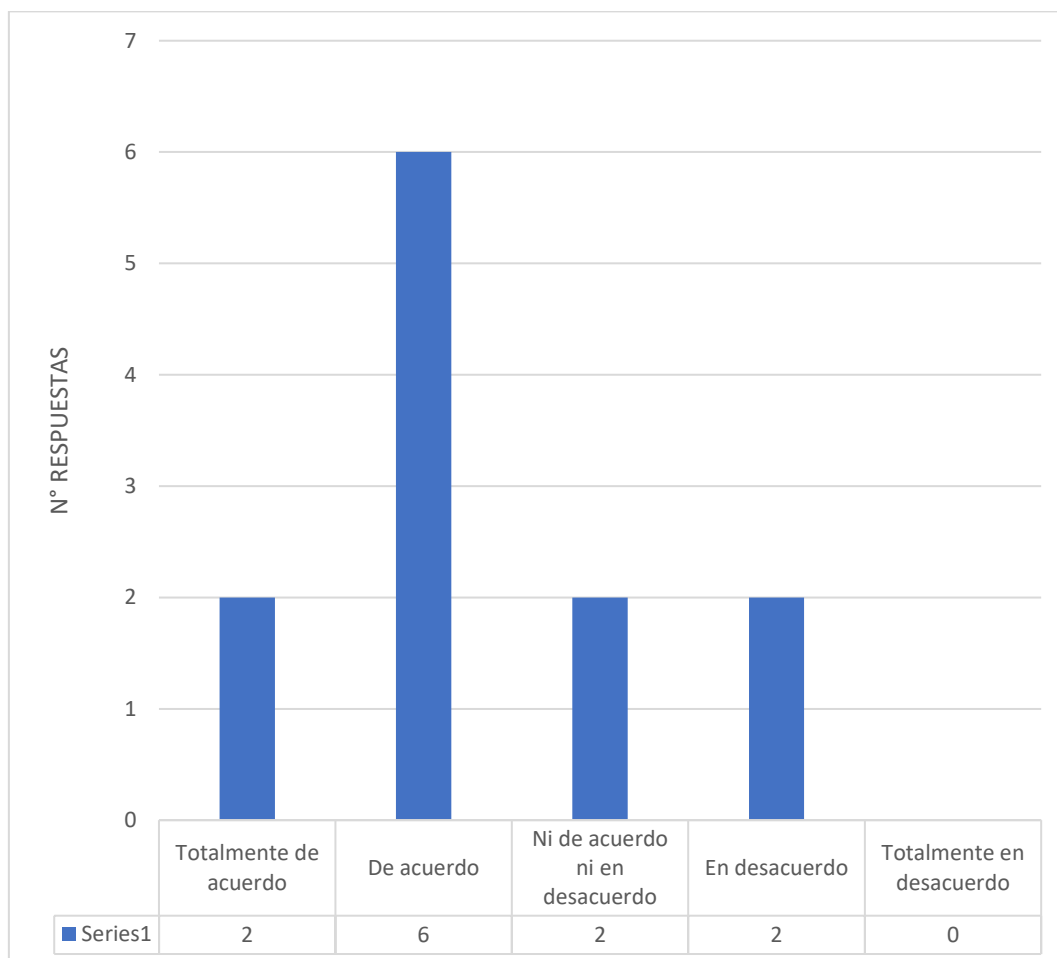


*Nota.* Calificación al staff de asesores y consultores de A&C Alimentaria.

En este apartado el 58,33% está totalmente de acuerdo con el desempeño del personal de A&C y el 41,67% está de acuerdo con la performance.

**Figura 4**

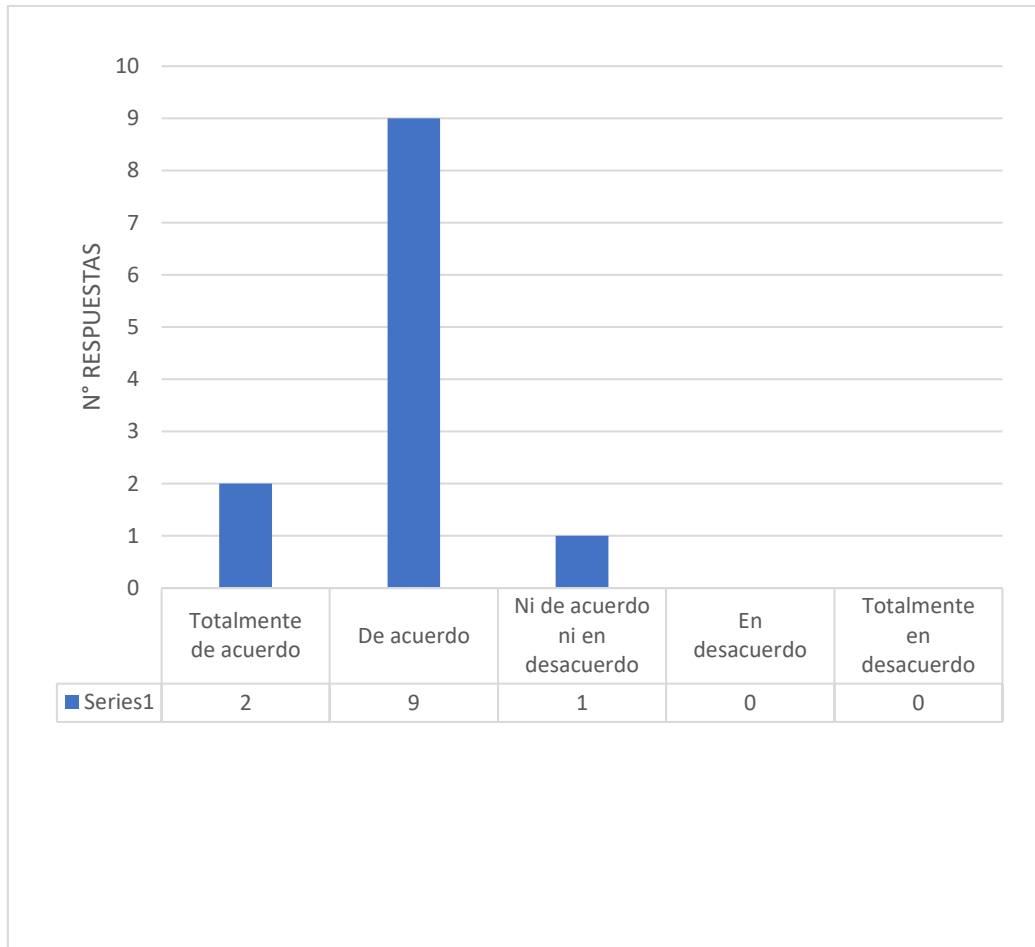
*Nivel de posicionamiento en el mercado*



*Nota.* Facilidad de contactar a la organización A&C Alimentaria. A lo que concierne a este ítem el 50% de los participantes expresa estar de acuerdo, el 16,67% afirma que está totalmente de acuerdo, un 16,67% expresa estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y otro 16,67% está en desacuerdo.

**Figura 5**

*Nivel de retorno de inversión en el cliente*

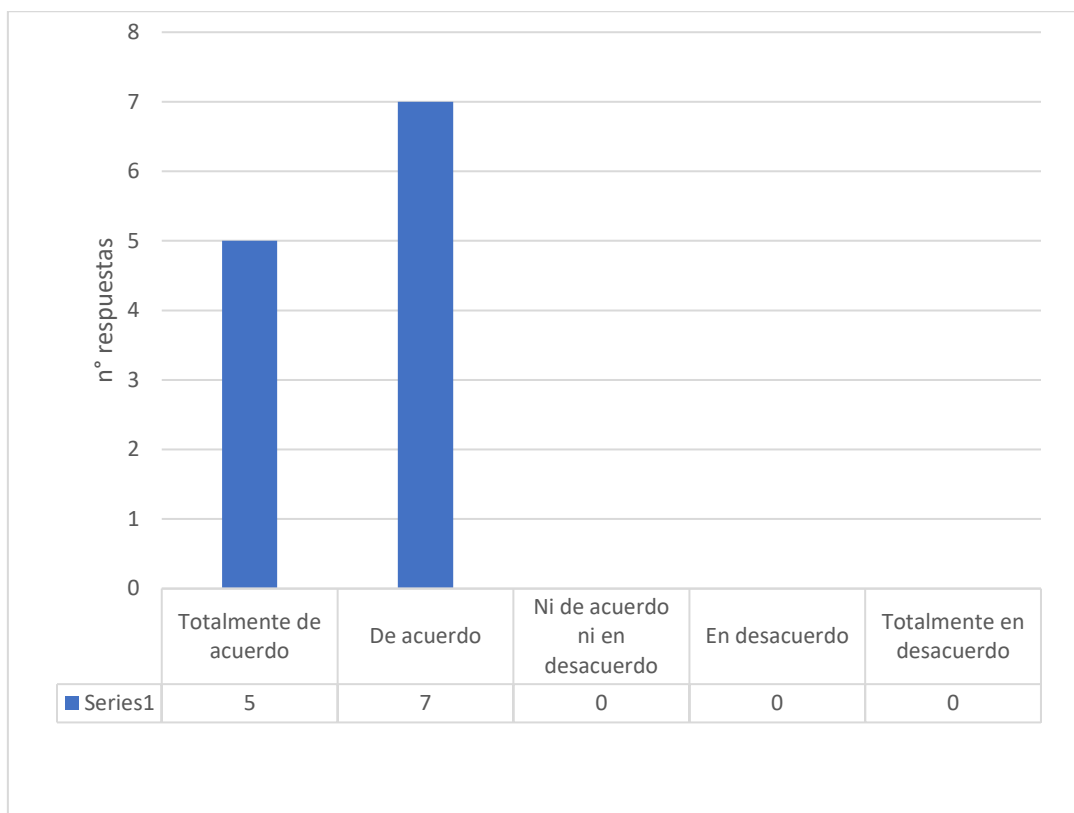


*Nota.* Los servicios de A&C Alimentaria generan retorno de inversión en corto tiempo. El 75% de los encuestados expresan estar de acuerdo, el 16,67% dice estar totalmente de acuerdo y por su parte un 8,33% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.



**Figura 6**

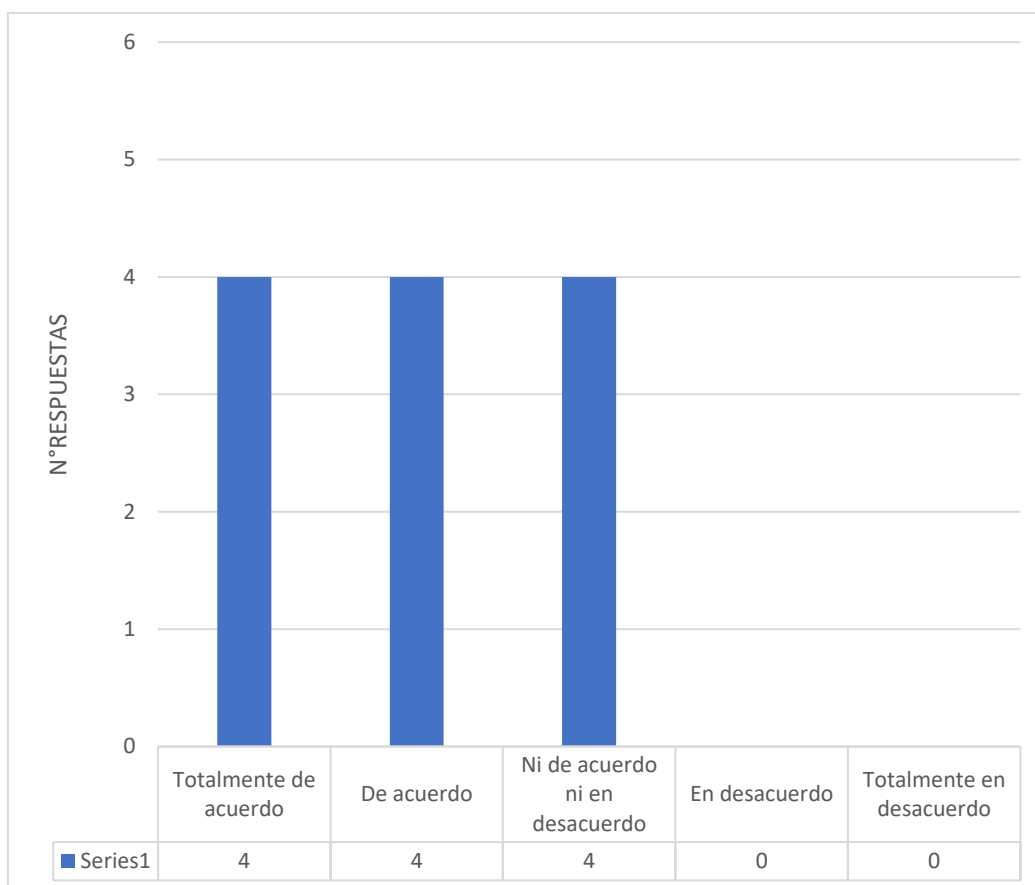
*Nivel de rentabilidad de ejecutar un programa de asesoría*



*Nota.* Desarrollar un plan y/o programa de asesoría y consultoría asegura mayores ingresos. El 58,33% expresa estar de acuerdo, y el 41,66% estar totalmente de acuerdo. En relación a desarrollar y/o adoptar un plan de asesoría y consultoría alimentaria.

**Figura 7**

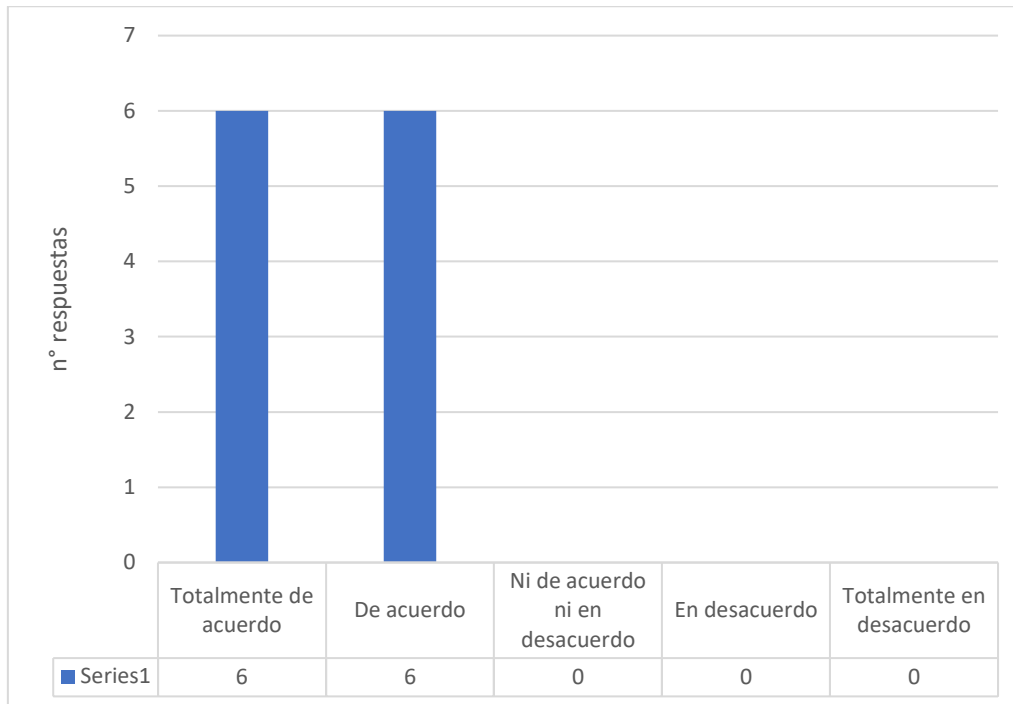
*Nivel de capacidad tecnológica*



*Nota.* A&C Alimentaria cuenta con las herramientas tecnológicas para fortalecer sus servicios. El 33,33% dijo estar totalmente de acuerdo, un 33,33% estar de acuerdo y el otro 33,33% no está en desacuerdo ni de acuerdo.

**Figura 8**

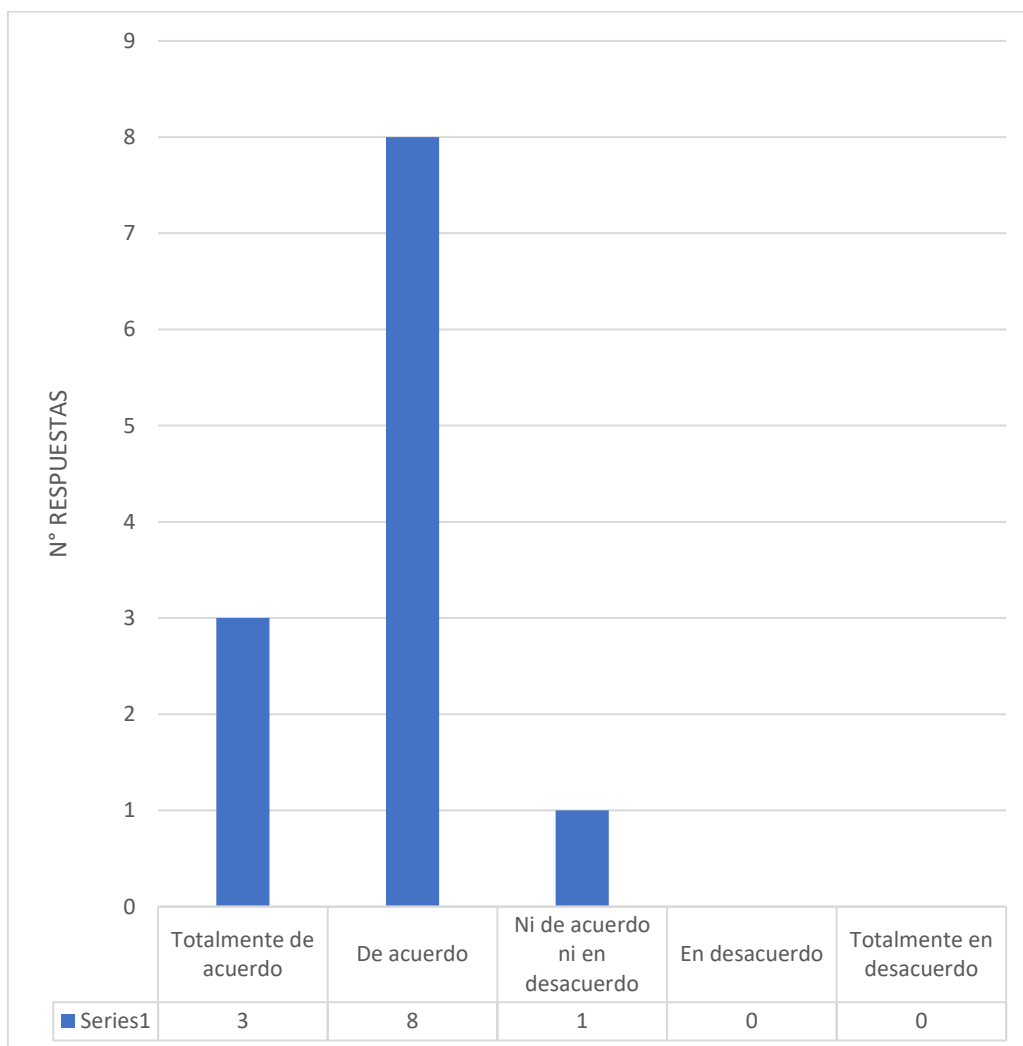
*Nivel de aprobación de procedimientos*



*Nota.* Son adecuados los procedimientos y formas de trabajo de A&C Alimentaria. A lo que el 50% de los encuestados expreso estar totalmente de acuerdo y el otro 50% estar de acuerdo con los procedimientos y formas de trabajo al momento de brindar sus servicios.

**Figura 9**

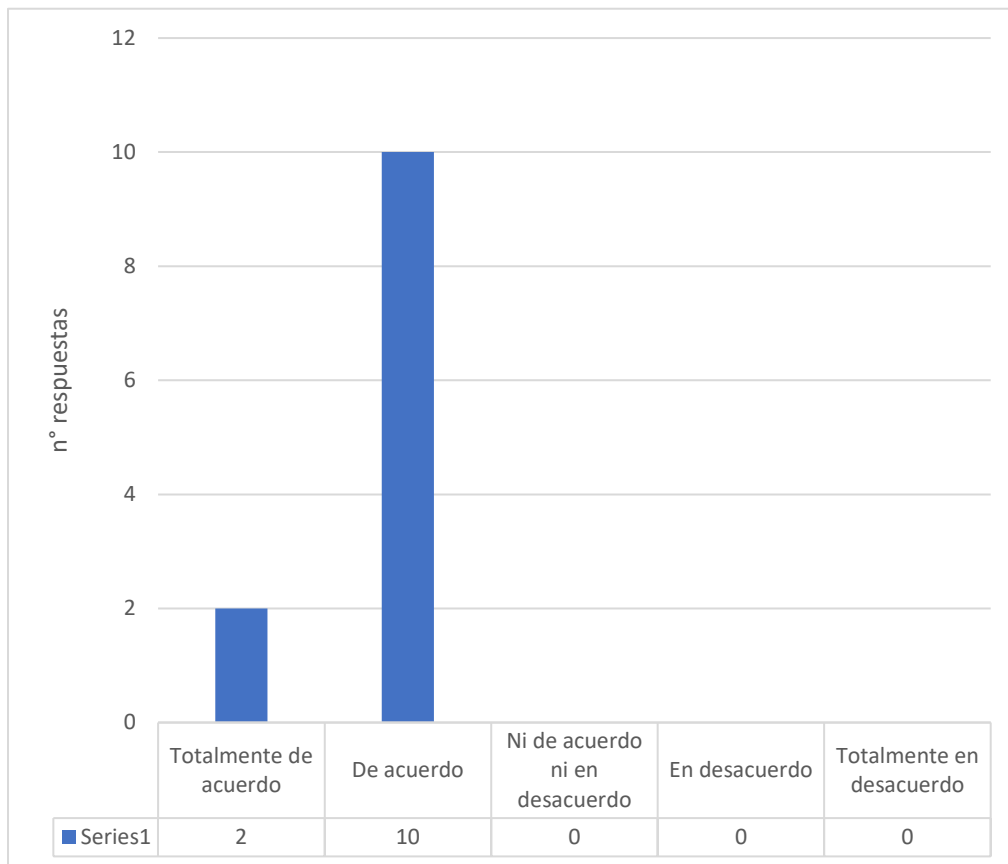
*Nivel de diferenciación con la competencia*



*Nota.* Con los servicios de A&C lograre diferenciarme de la competencia. Al respecto, el 66,67% de los encuestados afirmo estar de acuerdo, el 25% está totalmente de acuerdo y un 8,33% expreso estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 10**

*Nivel de incremento de los ingresos*



*Nota.* Los servicios brindados por A&C mejoraran los ingresos de la empresa. El 83,33 % de los participantes expreso estar de acuerdo, mientras que un 16,67% expreso estar totalmente de acuerdo.

## V. DISCUSIÓN

En el presente capítulo se realiza la discusión de los resultados obtenidos en este trabajo de investigación el cual tiene como objetivo general “proponer un plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo”.

En referencia al primer objetivo específico: **realizar un diagnóstico de la rentabilidad actual de la organización A&C alimentaria**. Luego de analizar la tabla de estado de ganancias y pérdidas definitivamente la rentabilidad no es la esperada por todos los socios de la organización. Según el estado de ganancias y pérdidas desde el inicio de las operaciones hasta la fecha hay meses como en octubre, diciembre del 2020, mayo, octubre y noviembre del 2021 no hubo ingresos por ende el porcentaje de rentabilidad de ventas de los servicios fue 0%, en otros meses como setiembre 2020, abril y julio del 2021 el porcentaje de rentabilidad fue bajo con niveles de 36.36%, 33.33% y 20% respectivamente. Al respecto Cueva, (2021) en su trabajo de investigación estipula un rango de ponderación a los niveles de rentabilidad de la empresa de estudio donde: 1-29% es poco rentable, 30-60% rentable y 66-100% muy rentable. Estos porcentajes asigno tanto para la rentabilidad económica y financiera. Encontrándose en ambos casos una rentabilidad adecuada y muy buena respectivamente. Si trasladamos dichos intervalos a los valores de la organización A&C encontramos que es poco rentable en la mayoría de los periodos.

Al analizar y visualizar los resultados negativos de rentabilidad. El gerente general considero que al inicio de las operaciones el capital para invertir fue austero, no se realizó un estudio de mercado y no se constituyeron de manera formal lo cual sumado a otros factores externos no permitieron y no permiten obtener una rentabilidad ideal. Al respecto (Fatama 2016) en su trabajo de investigación nos muestra que la formalidad de las micro y pequeñas empresas es un requisito fundamental para acceder a créditos y de esta manera fortalecer sus competencias influyendo positivamente en la rentabilidad. En su trabajo el 95% de las micro empresas eran formales y el 5% no lo era y justamente en estas últimas la rentabilidad no era la óptima. Por otro lado, Casamayou, (2019)

sostiene que el apalancamiento financiero es una opción para incrementar la rentabilidad, en su trabajo de investigación nos muestra que un correcto apalancamiento financiero influye en el incremento de la rentabilidad en un 21,85%.

Parte de los resultados negativos en cuanto a rentabilidad se originan desde la interna de la organización, pero sin duda que hay factores externos que generan una repercusión ya sea negativa o positiva. Tal es el caso de Mena (2019) quien, en su trabajo de investigación, sostiene que su rentabilidad obtenida hasta el momento es favorable, esto se debe a la expansión del servicio que la empresa comercializa y justamente por ser considerado como el boom del momento, con grandes ventajas al producto tradicional. Así mismo asevera que con el plan de negocio propuesto, el apalancamiento financiero y el estudio de mercado se incrementara la rentabilidad en un 16% y 21% en los 2 y 3 años respectivamente.

Respecto al segundo objetivo específico: ***diseñar el plan de negocio para la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo***, los resultados de la entrevista a 2 expertos en finanzas e inversiones. Ambos profesionales consideran que, para el diseño de un plan de negocio eficiente, se debe de conocer a fondo el mercado objetivo, realizar análisis, proyecciones y simulaciones. Además, coinciden que cada plan de negocio es una realidad distinta y por ende se debe diseñar en función a los objetivos a alcanzar y considerando la posibilidad de inversión a realizar. Vargas Belmonte (2014) asume que para que un plan de negocio empresarial alcance el éxito, el diseño del mismo debe estar basado en el producto o servicio que ofrece la empresa, además recalca que se debe de ponderar la aceptación en el mercado del producto o servicio ofertado. Ya que de existir se fomentará una interacción entre la parte que oferta y la demanda. Por su parte Izquierdo et al (2018) citado por Baque et al (2020) sostiene que la estructura de un plan de empresa debe contemplar hasta el más mínimo detalle, ya que para iniciar o redireccionar una empresa, las estrategias, investigación previa, planes de acción, de contingencia y financiamiento son pilares y estructuras base. De otro lado Zorita (2015) citado por Baque et al (2020) propone un modelo de plan de negocio en el que se citan

ciertos componentes y procedimientos, pero estos no siempre se cumplen en todas las organizaciones por ser realidades y necesidades diferentes. Por otra parte, los resultados obtenidos de la encuesta a las empresas clientes de los servicios de A&C muestran que el 58,33% están de acuerdo y el 41,67% estar totalmente de acuerdo con la calidad de los servicios recibidos por A&C alimentaria.

En contraste a la virtud antes mencionada el 33,34% expresa que es difícil contactar con el personal de la organización, sugieren mejorar ese aspecto. Al respecto Mechan, (2019) sostiene en su trabajo de investigación que el 26,92% contacto con la marca de la empresa de estudio a través de publicidad física (volantes, dípticos e impresiones), el 37,18% por que había visualizado los locales comerciales y tenido contacto directo, mientras que un 35.90% menciona que no ha podido tener contacto con la marca. Así mismo Mechan, (2019) se refiere a la calidad de los productos y asevera que el 40,67% de sus encuestados valora y fideliza con una determinada marca por ese atributo. Mechan plantea que se debe de buscar diferenciar con valor agregado para incrementar la captación y fidelización de clientes.

Respecto al tercer objetivo específico: ***validar el plan de negocio para la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo***, Para Cabrera et al (2020) en su trabajo de investigación sostienen que para validar un plan de negocio existen diversos factores, pero sin duda el más preponderante es el aspecto económico financiero. En su estudio realizaron simulaciones y evaluaciones el VNA arrojó un valor de S/ 671,307 soles y un TIR de 51,1% por lo que concluyen que el plan es viable y recomiendan su correcta implementación. El estudio económico financiero del presente plan proyecta un VNA de 16,281.92 una TIR de 44.22% una tasa de descuento de 15%, con lo cual el segundo año se habrá recuperado la inversión inicial; por lo tanto en comparación a los 5 años de flujo este indicador señala que el proyecto es viable.

Por otra parte, Diaz y Vílchez (2017) en su trabajo de investigación afirmaron que la aplicación de las entrevistas a los clientes (turistas) permitió mejorar ostensiblemente el diseño de la propuesta de valor, así como también perfeccionar, mejorar y validar los procesos, categorías y procedimientos de



aplicación. Recalcan que, sin dicha opinión, no hubieran inspirado a generar dinámica e innovación. Así mismo mencionan que si bien es cierto un plan de negocio puede estar validado, no obstante, este modelo de negocio nunca ha terminado de perfeccionarse, debido a que constantemente se está evolucionando y hay nuevas necesidades y exigencias de los clientes y factores externos que alteran o sugieren realizar actualizaciones o lo que es mejor redireccionamientos.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. Se realizó el diagnóstico de la rentabilidad en la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo. Cuyo nivel de rentabilidad no es el esperado, encontrándose periodos en los que no se ha percibido ingresos y por ende el valor porcentual de rentabilidad es 0. En algunos meses se ha obtenido ingresos, pero los porcentajes de rentabilidad que han oscilado entre 15-20% valores para nada esperados por parte de los socios.
2. Se logró diseñar el plan de negocio para incrementar la rentabilidad de la organización A&C alimentaria. Para ello se tuvo en cuenta el aporte de 2 expertos en finanzas e inversiones, la información del gerente general y la opinión de los representantes de las empresas encuestadas, así como toda la problemática actual y real de la organización. En base a ello se diseñó la propuesta de un plan de negocio estratégico, moderno, alentador y capaz de generar un incremento de la rentabilidad de ahora en adelante.
3. Se llevó a cabo la validación del plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria para ello se contó con la revisión y aprobación de 3 expertos con grado de magister. Los mismos que luego de la revisión otorgaron la aprobación de la propuesta.
4. Se logró proponer un plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria en la ciudad de Chiclayo.

## VII. RECOMENDACIONES

Con la finalidad de incrementar la rentabilidad de la organización A&C alimentaria. Se propone aplicar las siguientes recomendaciones.

A la gerencia de la organización A&C alimentaria.

1. Constituirse como empresa formal, ejerciendo un control activo sobre sus operaciones y desarrollando estrategias para incrementar la rentabilidad.
2. Fortalecer el área comercial, debido a que se trata de la venta de servicios relacionados a la industria alimentaria. Para ello se deberá contratar a un profesional del área para captar, ampliar el número de clientes y en el corto plazo fidelizarlos.
3. Incorporar al staff de profesionales un colaborador para el área contable de la organización. Ya que teniendo un manejo responsable de los recursos coadyuvara a tomar mejores decisiones para el crecimiento de la organización.
4. Incluir dentro del staff un profesional para asumir la asesoría legal, para de esta manera estar respaldados y amparados ante cualquier tipo de inconvenientes a suscitarse. Cabe mencionar que la asesoría y consultoría ofertada engloba una diversidad de leyes, decretos, directivas, resoluciones de índole alimentario y la salud.
5. Aplicar el plan de negocio propuesto para mejorar los niveles de rentabilidad, el mismo que contempla todas los estudios, análisis, números, contingencias y estrategias para generar un incremento en la rentabilidad de la organización y de esta manera alcanzar la sostenibilidad económica, financiera y social.

## **VIII. PROPUESTA**

La presente propuesta del plan de negocios demuestra que es factible aprovechar las oportunidades del entorno y brindar asesorías y consultorías en temas alimenticios, para generar ventajas competitivas que hagan sostenible un modelo de negocio orientado a satisfacer la demanda del consumidor, con productos de calidad y exigencias sanitarias. El estudio de mercado realizado mediante fuentes primarias y análisis estratégico como FODA y PESTEL, donde se determinó que el negocio en marcha presenta dificultades de posicionamiento y rentabilidad. En ese sentido se propone un plan de marketing para superar la problemática, la misma que se centra en publicidad digital y medios de pago electrónicos, los cuales facilitan al consumidor al contratar un servicio.

De acuerdo con las proyecciones financieras, se espera que, al finalizar el quinto año de operación se contara con una utilidad neta de 8,515, un VAN equivalente a 16,281.92, contándose con una TIR de 44.22% a una tasa de descuento de 15%, con lo cual el segundo año se habrá recuperado la inversión inicial; por la tanto en comparación a los 5 años de flujo este indicador señala que el proyecto es viable.

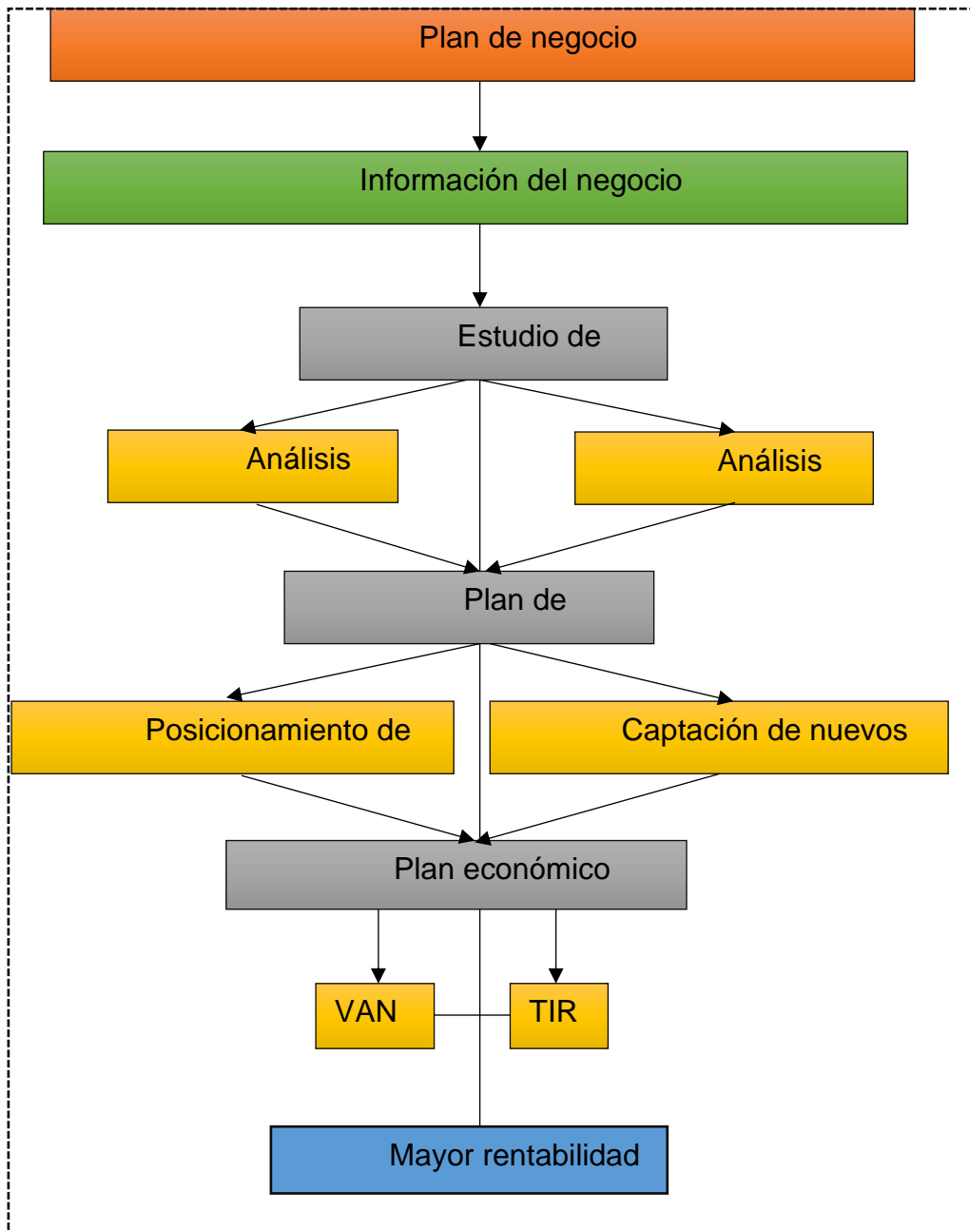
**MISIÓN:** Somos profesionales con amplia experiencia en la industria alimentaria brindamos soluciones específicas e integrales de calidad e inocuidad generando valor y promoviendo el éxito de nuestros clientes a través de la mejora continua.

**VISIÓN:** Al 2025 ser reconocidos como una empresa líder en asesoría y consultoría en la industria alimentaria de la región norte del país, favoreciendo al desarrollo y consolidación de las empresas peruanas en el mercado regional y nacional.

### **OBJETIVOS**

1.- Incrementar las ventas. 2.- Posicionar la marca

## ESQUEMA DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIO.



## REFERENCIAS

- Baque, V. *et al* (2020), Plan de Negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. Tomado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Cabrera, M et al 2020. Plan de negocio de implementación de una distribución exclusiva para una compañía de consumo masivo en el sector perfumero. Tomado de: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654991/Cabrera\\_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654991/Cabrera_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Campuzano, J. (2019). Importancia y cálculo de la utilidad en las empresas productoras de bienes tangibles. Tomado de [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14708/1/E-2417\\_TITUANA%20HURTADO%20HARTMAN%20MEDARDO.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14708/1/E-2417_TITUANA%20HURTADO%20HARTMAN%20MEDARDO.pdf)
- Casamayou, E. (2019). *Apalancamiento financiero y su influencia en la rentabilidad de las empresas, en el periodo 2008-2017*. Recuperado de: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15983>
- Camelo, D. (2018) Plan de negocio para la creación de una empresa de vestidos de baño bruna vives. Tomado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16193/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20DE%20VESTIDOS%20DE%20BA%C3%91O%20BRUNA%20VIVES%20.pdf>
- Carhuajulca, A (2020). Plan de negocio para la producción y comercialización de semilla certificada de arroz en la empresa agro servicios Pacasmayo S.A.C. Tomado de: [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2973/1/TL\\_CarhuajulcaDelgadoAlember.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2973/1/TL_CarhuajulcaDelgadoAlember.pdf)
- Cristancho, et al (2021), Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. Tomado de: <https://doaj.org/article/0183669afd50429e98d17abfa003ec58>
- Cruz, M; López, E; Cruz, R y Meneses, G. (2016) *¿Por qué no crecen las Micro y Pequeñas empresas en México?* Tomado de: [https://www.ecorfan.org/actas/A\\_1/29.pdf](https://www.ecorfan.org/actas/A_1/29.pdf)

- Cochas, K. L. (2020). Diseño de una estructura de costos estimados y propuesta de un plan de mejoras para incrementar la rentabilidad en la empresa molinera. Tomado de: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/11237>
- Cueva, J. (2021), Niveles de rentabilidad de la empresa LUBRISAC, con o sin la importación de sus productos, Nuevo Chimbote-2021 Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73313/Cueva\\_EJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73313/Cueva_EJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Díaz, K; Vílchez, J. (2017), Diseño y validación de un modelo de negocio basado en la metodología running lean para una guía de atractivos turísticos del departamento de Lambayeque por medio de un smartphone. Tomado de: [http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/1248/TL\\_DiazTerronesKeyla\\_VilchezAvalolvan.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/1248/TL_DiazTerronesKeyla_VilchezAvalolvan.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Díaz, M, (2012), Análisis contable con un enfoque empresarial. Tomado de: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1229/que-es-rentabilidad.html>
- Díaz, R.; Rondán, F. y Díez, E. (2016). *Gestión de precios*. Tomado de: <https://books.google.com.pe/books?id=YckHEAAQBAJ&pg=PT61&dq=rentabilidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjx7tLqxa3zAhXBTTABHRrBDtM4MhDoAXoECAoQAg#v=onepage&q=rentabilidad&f=false>
- Fatama, J. (2016) *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del distrito de Punchana, 2016*. Tomado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1187/FINANCIAMIENTO\\_CAPACITACION\\_RENTABILIDAD\\_FATAMA\\_SALDANA\\_JOSE\\_ESTEBAN.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1187/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_RENTABILIDAD_FATAMA_SALDANA_JOSE_ESTEBAN.pdf?sequence=1)
- Gallo, P. (2015). *“Plan de negocio para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de productos de limpieza ecológicos biodegradables, cantón la maná, año 2015”* Recuperado de: <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/458/1/T-UTEQ-0045.pdf>.
- García, M. (2014) *Introducción a las finanzas*. Tomado de: <https://books.google.com.pe/books?id=XdXhBAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=rentabilidad+%2Bdefinicion%2Blibros%2Bpdf&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwiy2Oumtq3zAhVMRjABHRmjC3AQ6AF6BAgJEAI#v=onepage&q&f=false>





- Sanchez, E. (2018). Plan de negocios para la rentabilidad en una empresa consultora y constructora de Lambayeque. Tomado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21385/sanchez\\_de.pdf?sequence=1&isAllowed=](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21385/sanchez_de.pdf?sequence=1&isAllowed=)
- Ticlia, J. (2020), plan de negocio para la creación de un E-retail de pijamas para la población del distrito de Chiclayo, Lambayeque periodo 2016-2018 Tomado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3100>
- Ortega, C, Vásquez, S, & Vásquez, S, (2021), crecimiento empresarial y su influencia sobre la rentabilidad en las empresas de la cámara de industria de Huaycán, Perú. Recuperado de: <https://doaj.org/article/74051736a03a46ec89c2233d603de264>
- Villaran, K (2014), Plan de negocios. Recuperado de [http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf)
- Wieland,H; Hartman,N & Vargo,S (2017) Bussines Models as service strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45, 925-943. 10.1007/s11747-017-0531-z AS Y UNA ENCUESTA
- Zamora, I. (2019). Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el estado de Michoacán. Recuperado de: <https://www.eumed.net/librosgratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>
- Zelada, H; Montenegro M y Echeandia, G, (2021). Plan de negocio para el centro de producción de servicios de ensayos de materiales, suelos y pavimentos en una universidad privada de Lambayeque. Recuperado de: [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3394/1/TM\\_EcheandiaVanderghemGonzalo\\_MontenegroG%C3%B3mezMar%C3%ADaTeresa\\_ZeladaValdiviesoHectorMiguel.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3394/1/TM_EcheandiaVanderghemGonzalo_MontenegroG%C3%B3mezMar%C3%ADaTeresa_ZeladaValdiviesoHectorMiguel.pdf)

## ANEXOS

### ANEXO 01

#### Matriz de operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>Plan de Negocio</b>	Es un documento fundamental y preponderante para gestar y alcanzar el éxito empresarial.	Es una herramienta fundamental para la puesta en marcha y desarrollo de una organización.	Estudio de mercado.	- Análisis FODA - Análisis PESTEL	Ordinal
	Contiene un conjunto de actividades concatenadas para lograr el desarrollo de una estrategia o para emprender un nuevo proyecto. Gallo, 2015	Los resultados alcanzados se medirán a través de indicadores económicos.	Plan de marketing	Posicionamiento de la marca Captación de nuevos clientes	Ordinal Ordinal
	.		Plan económico financiero	VNA TIR	Razón, proporción

<b>Rentabilidad</b> (dependiente)	<p>La rentabilidad es la capacidad de obtener los resultados esperados utilizando de manera eficiente los recursos invertidos</p> <p>La rentabilidad mide la efectividad de la alta dirección demostrada en las utilidades obtenidas como producto de las operaciones realizadas. (García 2014)</p>	<p>El incremento de los ingresos económicos debido a las estrategias desarrolladas contempladas en el plan de negocio. Para ello se calcula y se evalúa los balances en el flujo de caja.</p>	Rendimiento	Liquidez Solvencia	Ordinal
			Utilidad (es)	Flujo de caja	Ordinal
			Productividad	Nivel de eficiencia Nivel de eficacia	Ordinal

**ANEXO 02: INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**Entrevista al gerente de operaciones de la organización A&C  
alimentaria.**

DATOS INFORMATIVOS.

EMPRESA/ORGANIZACIÓN:.....

ÁREA:.....

CARGO:.....

Nombre y Apellidos:.....

Fecha: .....

INSTRUCCIONES: La información que nos proporcionas será solo de conocimiento del investigador, por tanto, se recopilará información sobre la rentabilidad de su organización, para lo cual le pedimos nos brinde información real, veraz y objetiva.

01. - ¿Considera usted que la actual rentabilidad es la esperada por los socios de la organización?

.....  
.....

02.- ¿Cómo siente que ha evolucionado la liquidez en su organización durante los últimos 2 trimestres?

.....  
.....  
.....

03.- ¿Cómo califica el nivel de solvencia de A&C??

.....  
.....

04.- ¿Como realizan o que instrumento financiero utilizan para determinar la liquidez y solvencia de A&C alimentaria?

.....  
.....  
.....

05.- ¿Realizan el cálculo de flujo de caja, y con qué frecuencia?

.....  
.....  
.....

06.- ¿Cómo calificaría usted la productividad durante los últimos trimestres?

.....  
.....

07.- ¿Desde su perspectiva que tan eficientes y eficaces creen que son?

.....  
.....

08.- ¿Cómo se ha implementado el plan de marketing y que resultados se han obtenido?

.....  
.....

09.- ¿Se realizo un estudio de mercado antes de la puesta en marcha de la organización?

.....  
.....

10.- ¿Se han realizado simulaciones financieras en diversos escenarios para determinar la tendencia de la organización A&C?

.....  
.....

**Entrevista a 02 expertos en finanzas e inversiones en pequeñas empresas.**

DATOS INFORMATIVOS.

Nombre y Apellidos.....

Experiencia:.....

CARGO:.....

Nombre y Apellidos:.....

Fecha: .....

INSTRUCCIONES: La información que nos proporcionas será solo de conocimiento del investigador, por tanto, se recopilará información sobre la rentabilidad de su organización, para lo cual le pedimos nos brinde información real, veraz y objetiva

01.- ¿Qué tan solvente puede llegar a ser una organización dedicada al rubro de asesoría y consultoría alimentaria?

.....  
.....  
.....

2.-¿Que indicadores deberían considerarse para medir la liquidez y solvencia de la organización de esta dimensión y rubro?

.....  
.....  
.....

3.- ¿Considera que una organización como A&C debería realizar el cálculo de flujo de caja y con qué frecuencia debería realizarla?

.....  
.....  
.....

4.- ¿Qué otro instrumento financiero debería tomar en consideración A&C?

.....  
.....

5.- ¿Qué factores debería evaluar la organización A&C para incrementar las utilidades?

.....  
.....

6. ¿Como cree que el nivel de eficiencia y eficacia pueden influir en la rentabilidad de la organización?

.....  
.....

7.- ¿Qué tan importante es contar con un plan de negocio antes de poner en marcha las operaciones de la organización?

.....  
.....

8.- ¿Cuanta inversión es necesaria para desarrollar un plan de negocio para una organización de esta dimensión?

.....  
.....

9.- ¿Qué tan factible considera usted que el plan de negocio propuesto pueda incrementar la rentabilidad de A&C Alimentaria?

.....  
.....

10.- ¿Que estrategias financieras recomienda a la organización para incrementar su rentabilidad?

.....  
.....

**Encuesta aplicada al personal de cada una de las empresas asesoradas por A&C alimentaria.**

5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

Instrucciones: encierre con un círculo una de las opciones de cada ítem que considere la correcta.

Afirmaciones	Opciones de respuestas				
1.- Está conforme con los servicios brindados por A&C son	1	2	3	4	5
2.- Los servicios de A&C tienen menor costo en relación a la competencia.	1	2	3	4	5
3.- Desarrollar un plan y/o programa de asesoría y consultoría asegura mayores ingresos.	1	2	3	4	5
4.- A&C cuenta con las herramientas tecnológicas para fortalecer sus servicios.	1	2	3	4	5
5.- A&C cuenta con personal calificado para brindar asesoría y consultoría para su organización.	1	2	3	4	5
6.- Me fue fácil contactar a la organización A&C alimentaria	1	2	3	4	5
7.- Estoy de acuerdo con el procedimiento y forma de trabajo de A&C alimentaria.	1	2	3	4	5
8.- Asesorándome con A&C lograre diferenciarme de la competencia.	1	2	3	4	5
9.- Los recursos invertidos en los servicios de A&C son retornados fácilmente después del servicio.	1	2	3	4	5
10.- Los servicios que brindan A&C realmente nos ayuda a mejorar el nivel de ingresos de la empresa.	1	2	3	4	5



## ANEXO 03: FICHAS DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS POR LOS EXPERTOS

### FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

#### 1. Nombre del instrumento:

Entrevista al gerente de operaciones de A&C alimentaria para determinar el nivel de la rentabilidad.

#### 2. Estructura detallada:

Es esta sección se presenta un cuadro donde puede apreciar la variable las dimensiones e indicadores que la integran (en caso que el instrumento no abarque todas las dimensiones precisar en nota al final del cuadro que dimensiones se abordarán y los ítems del cuestionario o guion que correspondan)

#### Estructura

Variable (s)	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Rentabilidad	Rendimiento	Liquidez	
		Solvencia	
	Utilidades	Flujo de caja	
	Productividad	Nivel de eficacia	
Nivel de eficiencia			

**FICHA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTOS.**

**TÍTULO DE LA TESIS:** Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS  Solamente detallar la pregunta, las opciones de respuesta se observan en el cuestionario adjunto.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES		
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM			RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)	
				SI	NO	SI	NO	SI	NO		SI	NO
RENTABILIDAD	RENDIMIENTO	<i>Liquidez</i>	1.- ¿Considera usted que la actual rentabilidad es la esperada por los socios de la organización?	✓		✓		✓		✓		
			2.- ¿Cómo siente que ha evolucionado la liquidez en su organización durante los últimos 2 trimestres?	✓		✓		✓		✓		

	Solvencia	1.- ¿Cómo califica el nivel de solvencia de A&C?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			✓		✓		✓		✓			
		2.- ¿Como realizan o que instrumento financiero utilizan para determinar la liquidez y solvencia de A&C alimentaria?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			✓		✓		✓		✓			
	UTILIDAD	Flujo de caja	1.- ¿Realizan el cálculo de flujo de caja, y con qué frecuencia?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI		NO
				✓		✓		✓		✓		
PRODUCTIVIDAD	Nivel de eficacia	1.- ¿Cómo calificaría usted la productividad durante los últimos trimestres?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			✓		✓		✓		✓			



## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Entrevista al gerente de operaciones de A&C alimentaria para determinar el nivel de la rentabilidad.

### III. TESISISTA:

Br. Luis Angel Gastelo Gastelo

### IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad. (esto lo redacta en experto en función a LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN con su conocimiento teórico, experiencia profesional, y aplicabilidad, construyendo un escenario en función a la trilogía de teoría, práctica y resultados)

OBSERVACIONES: *PRACER A SU APLICACION*.....  
.....  
.....

APROBADO: SI

NO

Chota, 17 de octubre del 2021

Mg. Julissa Licet Cieza Sempertegui

Código de registro de Sunedu:

Centro de labores: Consorcio "SERVIMEDICOS"

Nº de celular: 993124155

Firma



## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Entrevista al gerente de operaciones de A&C alimentaria para determinar el nivel de la rentabilidad.

### III. TESISISTA:

Br.Luis Angel Gastelo Gastelo

### IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad. (esto lo redacta en experto en función a LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN con su conocimiento teórico, experiencia profesional, y aplicabilidad, construyendo un escenario en función a la trilogía de teoría, practica y resultados)

OBSERVACIONES:..... *proceder con su aplicación* .....

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 17 de octubre del 2021

Mg..... *Patty Jackeline Flores Huamán* .....

Código de registro de Sunedu: *052-116546*

Centro de labores: *Municipalidad Distrital de San Juan de Lircapiz*

N° de celular: *960 730 448*

Firma

*Patty Flores*  
MBA. Patty J. Flores Huamán  
DNI: 45329255

## FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

### 1. Nombre del instrumento:

Entrevista a 02 expertos en finanzas e inversiones en pequeñas empresas.

### 2. Estructura detallada:

Es esta sección se presenta un cuadro donde puede apreciar la variable las dimensiones e indicadores que la integran (en caso que el instrumento no abarque todas las dimensiones precisar en nota al final del cuadro que dimensiones se abordarán y los ítems del cuestionario o guion que correspondan)

#### Estructura

Variable (s)	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Rentabilidad	Rendimiento	Liquidez	
		Solvencia	
	Utilidades	Flujo de caja	
	Productividad	Nivel de eficacia	
Nivel de eficiencia			

**FICHA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTOS.**

**TÍTULO DE LA TESIS:** Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS  Solamente detallar la pregunta, las opciones de respuesta se observan en el cuestionario adjunto.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
RENTABILIDAD	RENDIMIENTO	Liquidez	1.- ¿Que indicadores deberían considerarse para medir la liquidez y solvencia de la organización de esta dimensión y rubro?	✓		✓		✓		✓		



	UTILIDAD	<b>Solvencia</b>	1.- ¿Qué tan solvente puede llegar a ser una organización dedicada al rubro de asesoría y consultoría alimentaria?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
				✓		✓		✓		✓		
		Flujo de caja	1.- ¿Considera que una organización como A&C debería realizar el cálculo de flujo de caja y con qué frecuencia debería realizarla?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
				✓		✓		✓		✓		
			2.- ¿Qué factores debería evaluar la organización A&C para incrementar las utilidades?			✓		✓		✓		
PRODUCTIVIDAD	Nivel de eficacia	1.- ¿Como cree que el nivel de eficacia puede influir en la rentabilidad de la organización?	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
				✓		✓		✓		✓		

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria,  
Chiclayo.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Entrevista a 02 expertos en finanzas e inversiones en pequeñas empresas.

### III. TESISISTA:

Br. Luis Angel Gastelo Gastelo

### IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad. (esto lo redacta en experto en función a LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN con su conocimiento teórico, experiencia profesional, y aplicabilidad, construyendo un escenario en función a la trilogía de teoría, práctica y resultados)

OBSERVACIONES: PROCEDER A APLICACION  
.....  
.....

APROBADO: SI

NO

Chota, 17 de octubre del 2021

Mg. Julissa Licet Cieza Sempertegui

Código de registro de Sunedu:

Centro de labores: Consorcio "SERVIMEDICOS"

N° de celular: 993124155

Firma

JLC

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Entrevista a 02 expertos en finanzas e inversiones en pequeñas empresas.

### III. TESISISTA:

Br.Luis Angel Gastelo Gastelo

### IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad. (esto lo redacta en experto en función a LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN con su conocimiento teórico, experiencia profesional, y aplicabilidad, construyendo un escenario en función a la trilogía de teoría, practica y resultados)

OBSERVACIONES: *Proceder con su aplicación*

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 17 de octubre del 2021

Mg. *Patty Jackeline Flores Huamán*

Código de registro de Sunedu: *052 - 116546*

Centro de labores: *Municipalidad Distrital de San Juan de Licope*

N° de celular: *960 730 448*

Firma

*Patty Flores*  
MBA. Patty J. Flores Huamán  
DNI: 45329255

## FICHA TÉCNICA INSTRUMENTAL

### 1. Nombre del instrumento:

Encuesta aplicada al personal representativo de cada una de las empresas asesoradas por la organización A&C alimentaria.

### 2. Estructura detallada:

Es esta sección se presenta un cuadro donde puede apreciar la variable las dimensiones e indicadores que la integran (en caso que el instrumento no abarque todas las dimensiones precisar en nota al final del cuadro que dimensiones se abordarán y los ítems del cuestionario o guion que correspondan)

#### Estructura

Variable (s)	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Plan de negocio	Estudio de Mercado	ANALISIS FODA	
		ANALISIS PESTEL	
	Plan de marketing	Posicionamiento de marca	
		Captación de nuevos clientes	
	Plan económico financiero	VNA	
		TIR	

**FICHA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTOS.**

**TÍTULO DE LA TESIS:** Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS Solamente detallar la pregunta, las opciones de respuesta se observan en el cuestionario adjunto.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN DE NEGOCIO	ESTUDIO DE MERCADO	ANALISIS FODA	1.- Los servicios de A&C tienen menor costo en relación a la competencia	✓		✓		✓		✓		
			2.- A&C cuenta con personal calificado para brindar asesoría y consultoría para su organización.	✓		✓		✓		✓		

PLAN DE MARKETING	ANALISIS PESTEL	1.- A&C alimentaria cuenta con las herramientas tecnológicas para fortalecer sus servicios.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	POSICIONAMIENTO DE MARCA	2.- Desarrollar un plan y/o programa de asesoría y consultoría asegura mayores ingresos.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		
	CAPTACION DE NUEVOS CLIENTES	1.- Me fue fácil contactar a la organización A&C alimentaria	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
				<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	1.- Asesorándome con A&C lograre diferenciarme de la competencia.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			

	PLAN ECONOMICO FINANCIERO	VNA	1.-. Los servicios que brindan A&C realmente nos ayuda a mejorar el nivel de ingresos de la empresa.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
				✓		✓		✓		✓		
	TIR	1.- Los recursos invertidos en los servicios de A&C son retornados fácilmente después del servicio.	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
			✓		✓		✓		✓			

Grado y Nombre del Experto: Mg. Julissa Licet Cieza Sempertegui.

Firma del experto :



EXPERTO EVALUADOR

## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Encuesta aplicada al personal representativo de cada una de las empresas asesoradas por la organización A&C alimentaria.

### III. TESISISTA:

Br. Luis Angel Gastelo Gastelo

### IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad. (esto lo redacta en experto en función a LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN con su conocimiento teórico, experiencia profesional, y aplicabilidad, construyendo un escenario en función a la trilogía de teoría, práctica y resultados)

OBSERVACIONES: PROCEDA A SU APLICACION  
.....  
.....

APROBADO: SI

NO

Chota, 17 de octubre del 2021

Mg. Julissa Licet Cieza Sempertegui

Código de registro de Sunedu:

Centro de labores: Consorcio "SERVIMEDICOS"

N° de celular: 993124155

Firma





## INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

### I. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

### II. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Encuesta aplicada al personal representativo de cada una de las empresas asesoradas por A&C alimentaria.

### III. TESISISTA:

Br. Luis Angel Gastelo Gastelo

### IV. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad. (esto lo redacta en experto en función a LA PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN con su conocimiento teórico, experiencia profesional, y aplicabilidad, construyendo un escenario en función a la trilogía de teoría, práctica y resultados)

OBSERVACIONES: *Se puede proceder con su aplicación*  
.....  
.....

APROBADO: SI

NO

Chiclayo, 17 de octubre del 2021

Mg. *Patty Jackeline Flores Huamán*

Código de registro de Sunedu: *052-116546*

Centro de labores: *Municipalidad Distrital de San Juan de Luyán*

N° de celular: *960 730 448*

Firma

*P. Flores*

MBA. Patty J. Flores Huamán  
DNI: 45329255

## Anexo N°04

### Confiabilidad de encuesta en escala de Likert de recolección de datos

Sujetos	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	TOTAL
1	5	3	5	5	5	3	5	4	4	4	43
2	5	3	4	3	5	3	5	4	4	4	40
3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
4	5	4	4	3	4	2	4	4	4	4	38
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	43
6	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
7	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
8	4	3	4	3	5	2	4	3	4	4	36
9	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
10	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
11	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	41
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
	0.27	0.33	0.27	0.73	0.27	0.97	0.27	0.33	0.27	0.15	3.70

K	10	ítems
Σvi	3.848	Sumatoria de varianza individual
VT	11.788	Varianza total (total ítems)

Sección 1	1.111111111
Sección 2	0.674
Absoluto s2	0.674


$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$



<b>α</b>	<b>0.748357612</b>
----------	--------------------

---

**Anexo N°05: PROPUESTA PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN  
A&C ALIMENTARIA, CHICLAYO.**




**Tambien  
BRINDAMOS**

- Consultorías
- Capacitaciones
- Auditorias
- Tramites

**CONFÍA EN NUESTRO TRABAJO**

**CONTACTANOS :**

960 461 065  
993 375 705

 Alimentaria.ayc@gmail.com

 A&C - Consultoria Alimentaria

**A&C ALIMENTARIA**  
Chiclayo

---

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios demuestra que es factible aprovechar las oportunidades del entorno y brindar asesorías y capacitaciones en temas alimenticios, para generar ventajas competitivas que hagan sostenible un modelo de negocio orientado a satisfacer la demanda del consumidor, con productos de calidad y exigencias sanitarias.

El estudio de mercado realizado mediante fuentes primarias y análisis estratégico como FODA y PESTEL, donde se determinó que el negocio en marcha presenta dificultades de posicionamiento y rentabilidad.

En ese sentido se propone un plan de marketing para superar la problemática, la misma que se centra en publicidad digital y medios de pago electrónicos, los cuales facilitan al consumidor al contratar un servicio.

De acuerdo con las proyecciones financieras, se espera que, al finalizar el quinto año de operación se contara con una utilidad neta de 8,515, un VAN equivalente a 16,281.92, contándose con una TIR de 44.22% a una tasa de descuento de 15%, con lo cual el segundo año se habrá recuperado la inversión inicial; por la tanto en comparación a los 5 años de flujo este indicador señala que el proyecto es viable.

---

## 1. INFORMACIÓN DEL NEGOCIO

### 1.1. Datos de la idea de negocio

FORMATO					
<b>Nombre de idea / Negocio en marcha:</b> Servicios de asesoría y consultoría orientada a la mejora de la gestión de la calidad e inocuidad alimentaria.					
<b>Nombre propuesto para la empresa:</b> A&C Alimentaria					
<b>Nombre del / la participante o líder del equipo</b>	Ing.CIP Larry Fernando Peña Saavedra			<b>Edad</b>	30 años
<b>Teléfonos celular o móvil:</b>	+51 991 841 421			<b>Antigüedad del negocio</b>	1 AÑO
<b>Dirección:</b>	Condominio Los pinos de la plata, Block E-Dpto. 401				
<b>Correo electrónico:</b>	alimentaria.ayc@gmail.com				
<b>Etapa en la cual está la idea de negocio:</b>	<b>Idea</b>	<b>Plan de Negocio</b>	<b>Negocio en Marcha</b>	<b>Otros</b>	
			X		
<b>Tipo de Negocio</b>	<b>Producción</b>	<b>Transformación</b>	<b>Comercialización</b>	<b>Otros</b>	
				X	
<b>Productos o Servicios:</b> Servicios de asesoría y consultoría en calidad alimentaria.					
<b>Forma de conducir el negocio</b>	<b>individual</b>	<b>Grupal</b>	<b>Familiar</b>	<b>Otros</b>	
		X			
<b>Números de personas que integran el equipo</b>					
<b>Nombres y Apellidos</b>		<b>DNI</b>	<b>Edad</b>	<b>Años de experiencia en el producto</b>	
Ing. Jenny del Rocio Sipion Zambrano		72515720	25	1/2 año	
Ing.CIP Larry Peña Saavedra		46929262	30	1 año	
Ing.CIP Luis Angel Gastelo Gastelo		46931973	30	1 año	

---

## 1.2. Identificación de la idea de negocio

IDEA DE NEGOCIO	¿QUÉ NECESIDAD SATISFACE?	¿QUÉ SOLUCIÓN OFRECE TU NEGOCIO?
Implementar un plan de negocio para mejorar la rentabilidad de la empresa A&C Alimentaria, Chiclayo.	Actualmente la región Lambayeque existe producción de productos alimenticios elaborados en condiciones inadecuadas de calidad e inocuidad.  Por otro lado, existe baja rentabilidad en la empresa A&C Alimentaria.	Ayudar a las pymes a brindar productos en condiciones de calidad.  Además, incrementar la rentabilidad de la empresa.

---

## 2. Matriz de MODELAMIENTO DEL NEGOCIO CANVAS

<b>SOCIOS CLAVES (8)</b>	<b>ACTIVIDADES CLAVES (7)</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR (2)</b>	<b>RELACIÓN CON EL CLIENTE (4)</b>	<b>SEGMENTO DE CLIENTE (1)</b>
Personal especialista  Medios de pago online  Proveedores de dominio y hosting	Gestión de la producción del servicio  Gestión del Mk. y ventas  Desarrollo y soporte de la plataforma	Capacitación al personal involucrado  Facilidades de pago  Servicios personalizados	Durante la prestación del servicio Descuentos por frecuencia  Seguimiento de satisfacción del cliente	Pymes agroindustriales Restaurantes  Estudiantes  Público en general
	<b>RECURSOS CLAVES (6)</b> Personal especializado  Colaboradores  Tecnología web		<b>CANALES (3)</b> En el establecimiento Sitio web Redes sociales Chat en vivo Llamadas telefónicas	
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS (9)</b> Maquinaria y equipamiento de oficina Formalización y organización del negocio Capital de trabajo Personal especialista Alquileres Desgaste de equipos y herramientas Mantenimiento de plataforma Gastos de administración y ventas			<b>FUENTES DE INGRESOS (5)</b> Asesoría y consultoría Inspección e informe Registro sanitario Cursos y talleres	

---

### 3. FACTIBILIDAD DEL NEGOCIO

#### 3.1. Producto o Servicio

**¿Cuál es el producto o servicio que ofrezco?**

A&C Alimentaria ofrece servicios de asesoría y consultoría orientada a la mejora de la gestión de la calidad e inocuidad alimentaria.

**¿Cuántas variedades de productos o servicios tengo para ofrecer?**

Asesoría y consultoría.

inspección e informe

Registro sanitario.

Cursos y talleres prácticos.

**¿Cuáles son las características principales de los servicios?**

Staff de profesionales expertos en el campo.

Servicios de calidad y promociones.

#### 3.2. Análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades Y Amenazas (Análisis FODA)

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con profesionales con experiencia y sólidos conocimientos en gestión de la calidad e inocuidad alimentaria.</li><li>• Los profesionales de la organización poseen colegiatura y la formación curricular y extracurricular en la industria alimentaria.</li><li>• El activo principal es el conocimiento y la respectiva transferencia a las empresas clientes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Es un emprendimiento asociado, no posee la conformación legal.</li><li>• No posee el rango de persona jurídica.</li><li>• No emite boletas, facturas al momento de realizar el cobro de los servicios.</li><li>• No posee un planeamiento estratégico que le pueda incrementar y/o captar clientes.</li><li>• Falta integrar personal ligado al tema administrativo y de las finanzas</li></ul>

---



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los integrantes son jóvenes proactivos, innovadores y comprometidos con brindar el mejor servicio.</li> </ul>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formalizarse como persona jurídica para brindar servicios a cualquier entidad.</li> <li>• Acaparar el mercado industrial creciente en la región norte.</li> <li>• Aprovechar los requerimientos de la pandemia para brindar buenas prácticas de manipulación y preparación de alimentos y bebidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen empresas afines que están que acaparan el mercado.</li> <li>• La inestabilidad política.</li> <li>• La inestabilidad económica.</li> </ul>

### 3.3. Análisis de la matriz PESTEL

<b>Político-Legales</b>	<b>Económicos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis política que afecta a nuestro país.</li> <li>• Cambios que surgen en las normas ambientales para utilizar insumos de contaminación.</li> <li>• Política tributaria categorizada en regímenes.</li> <li>• Políticas laborales que se pretenden aprobar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política económica por covid e inestabilidad política.</li> <li>• Tipo de cambio para la prestación de nuestros servicios.</li> <li>• Tasas de interés para adquirir financiamiento.</li> <li>• Volatilidad económica por el covid.</li> </ul>
<b>Socio cultural</b>	<b>Tecnológicos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilos de vida de la población producto del COVID-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación de tecnologías.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nueva normalidad trae consigo cambio de paradigmas y percepciones.</li> <li>• Nivel educativo para la adquisición de productos.</li> <li>• Hábitos de consumo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de nuevos productos por otras empresas.</li> <li>• Velocidad de actualización tecnológica.</li> <li>• Investigaciones tecnológicas.</li> </ul>
--	--

### 3.4. Identificación de la necesidad o problema

Identificar la necesidad o problema de tu zona (barrio, distrito, provincia, región) que puedes atender de acuerdo a tus fortalezas y oportunidades principalmente, tomando en cuenta también las debilidades y amenazas.

Formalizarnos como persona jurídica y aprovechar el talento de los jóvenes para desempeñar los trabajos que demanden los clientes y acaparar el mercado creciente con nuevos estilos de vida postcovid.

## 4. VISIÓN ESTRATÉGICA

### 1. MISIÓN

Somos profesionales con amplia experiencia en la industria alimentaria brindamos soluciones específicas e integrales de calidad e inocuidad generando valor y promoviendo el éxito de nuestros clientes a través de la mejora continua.

### 2. VISIÓN

Al 2025 ser reconocidos como una empresa líder en asesoría y consultoría en la industria alimentaria de la región norte del país, favoreciendo al desarrollo y consolidación de las empresas peruanas en el mercado regional y nacional.

---

### 3. VALORES

Calidad  
Compromiso  
Responsabilidad  
Puntualidad

### 4. OBJETIVOS (Logros previsto para el mediano plazo)

Incrementar las ventas, posicionar la marca.

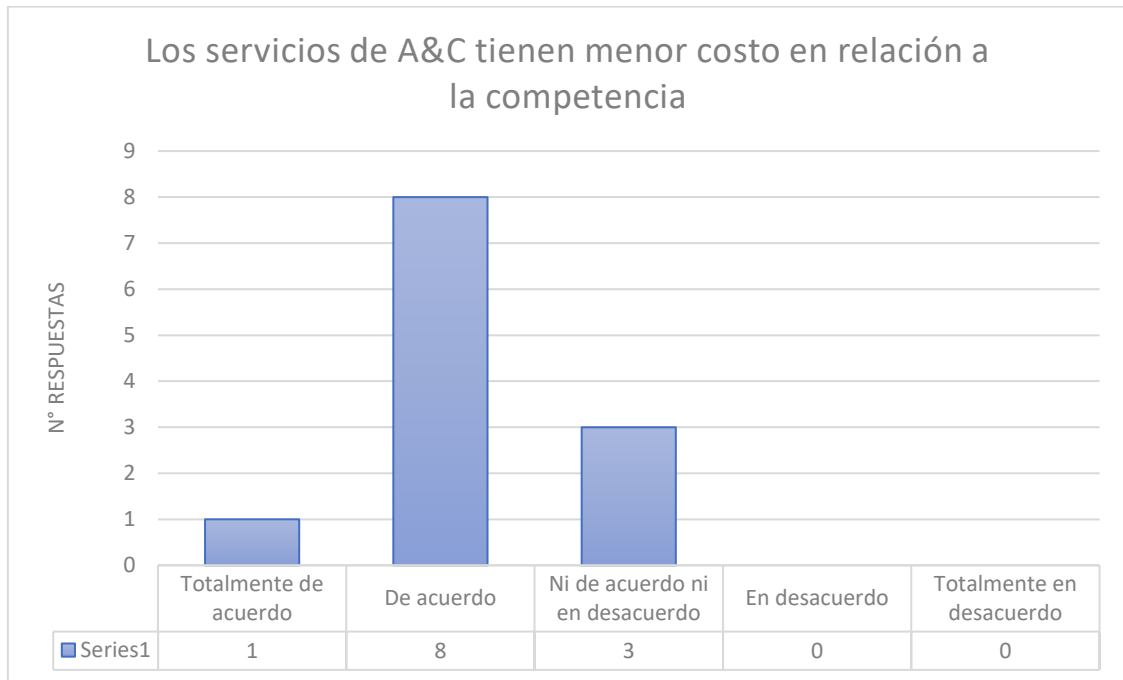
### 5. PRODUCTOS

Asesoría y consultoría  
Inspección e informe  
Registro sanitario  
Cursos y talleres

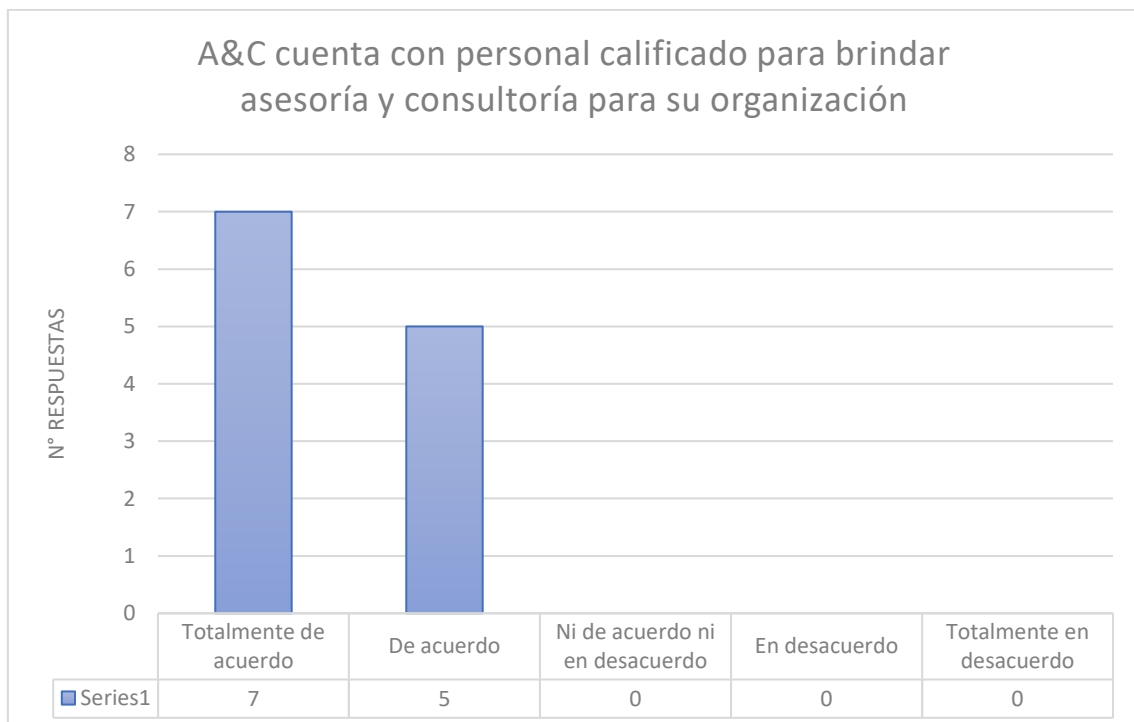
---

## 5. PLAN DE MARKETING

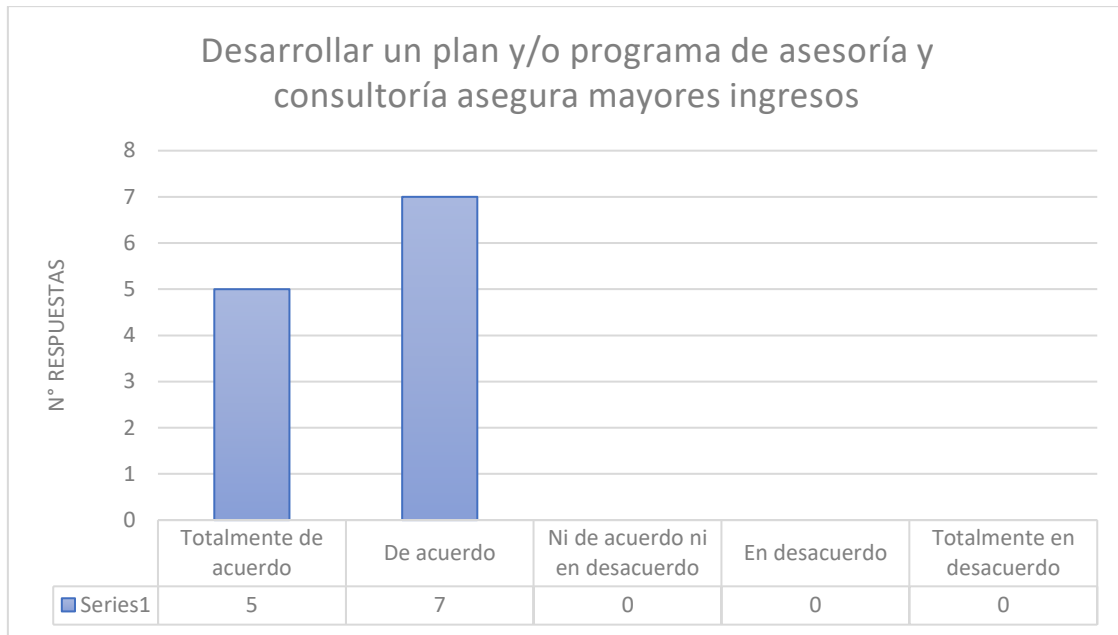
### 5.1. investigación del mercado



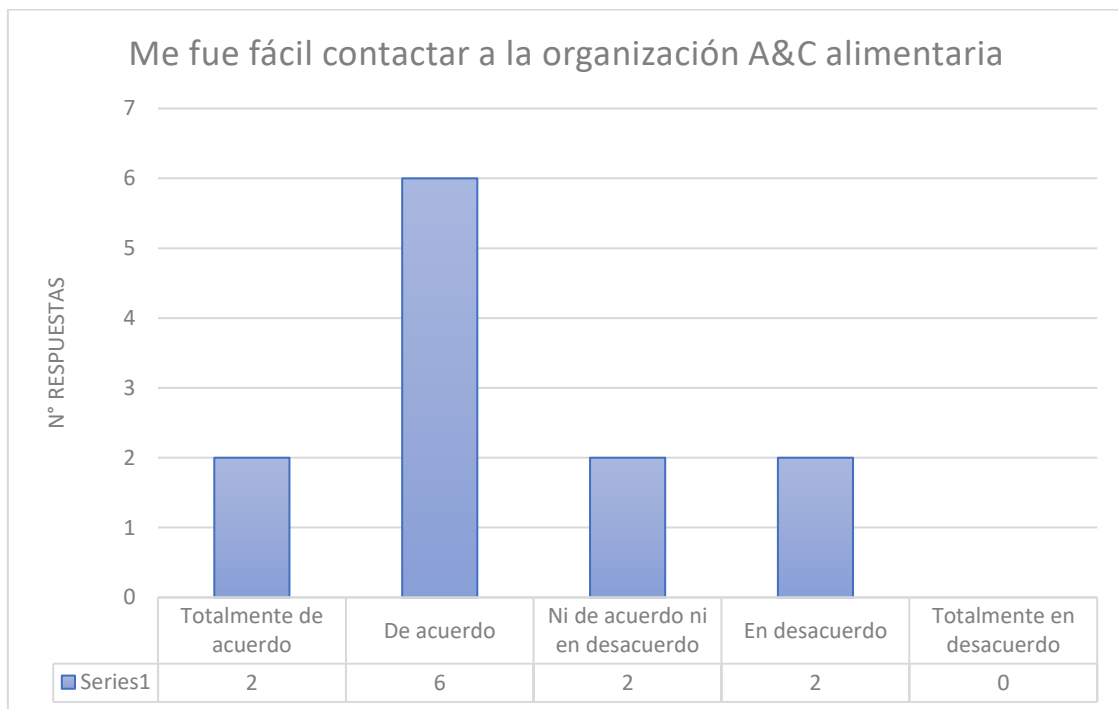
*Nota.* Se ilustra el nivel de aceptación de precios en contraste con la competencia



*Nota.* En la presente figura, se evidencia la ponderación al personal de A&C.



*Nota.* Se evidencia el nivel de aprobación al desarrollo de un programa de asesoría y consultoría.



*Nota.* Se detecta el poco o nulo posicionamiento de la marca en el mercado.

Con los hallazgos de la encuesta se puede ver que una de las fortalezas que posee el negocio son bajos precios que les diferencia ante la competencia, además destaca el personal de excelencia que posee como organización. otra de las respuestas de los encuestados fue que si el negocio realiza planes o programas para sus asesorías ayuda a mejorar sus ingresos económicos. finalmente existe un porcentaje relevante de respuestas que se les dificultó contactarse con A&C Alimentario; es por ello que surge la necesidad de implementar un plan de marketing que ayude a contrarrestar dicha situación, además que ayudara al negocio a posicionarse en el mercado.

## 5.2. Formulación de objetivos

Los objetivos propuestos en el presente plan de marketing de A&C Alimentaria, son fundamentales para la elaboración adecuada de aquellas estrategias y acciones u actividades que deben desarrollarse con el propósito de incrementar el posicionamiento y captar nuevos clientes.

Objetivo	Estrategia
Incrementar las ventas	Establecer otros medios de pagos y canales de compra acorde a las exigencias de los clientes.
Incrementar posicionamiento de marca	Establecer mecanismos de comunicación en redes sociales.

## 5.3. Plan de acción

Objetivo	Actividad	Responsable	Presupuesto
Incrementar las ventas	Apertura de cuentas en bancos BCP y BBVA para hacer uso de las apps yape, plin y otros.	Gerencia	20.00
Incrementar el posicionamiento de marca	Elaborar anuncios publicitarios para difundir por redes sociales. Webinars gratuitos (apoyarse de amistades)	Marketing	60 mensual

A continuación, se dan a conocer algunas propuestas en base a las actividades planteadas:



**REGISTRO SANITARIO**  
Empieza a comercializar tu producto

Tramite de registro sanitario de Alimentos industrializados

**CONTACTANOS :**  
960 461 065  
993 375 705

Alimentaria.ayc@gmail.com A&C - Consultoria Alimentaria



**NUESTROS SERVICIOS**

- ✓ Consultoría para la Validación técnica Oficial de Plan HACCP por DIGESA.
- ✓ Consultoría para la implementación y certificación de los Principios Generales de higiene (PGH) por DIGESA.
- ✓ Capacitación de personal en temas de Seguridad e inocuidad alimentaria (BPM, POES, HACCP, etc.).
- ✓ Tramite de registro sanitario en Alimentos industrializados.
- ✓ Consultoría en el uso permitido de aditivos alimentarios según el Codex Alimentario.

Nos caracterizamos por nuestra :

- CALIDAD
- RESPONSABILIDAD
- COMPROMISO
- PUNTUALIDAD

**CONTACTANOS :**  
960 461 065  
993 375 705

Alimentaria.ayc@gmail.com A&C - Consultoria Alimentaria



**Tambien BRINDAMOS**

- Consultorías
- Capacitaciones
- Auditorias
- Tramites

**CONFÍA EN NUESTRO TRABAJO**

**CONTACTANOS :**  
960 461 065  
993 375 705

Alimentaria.ayc@gmail.com A&C - Consultoria Alimentaria

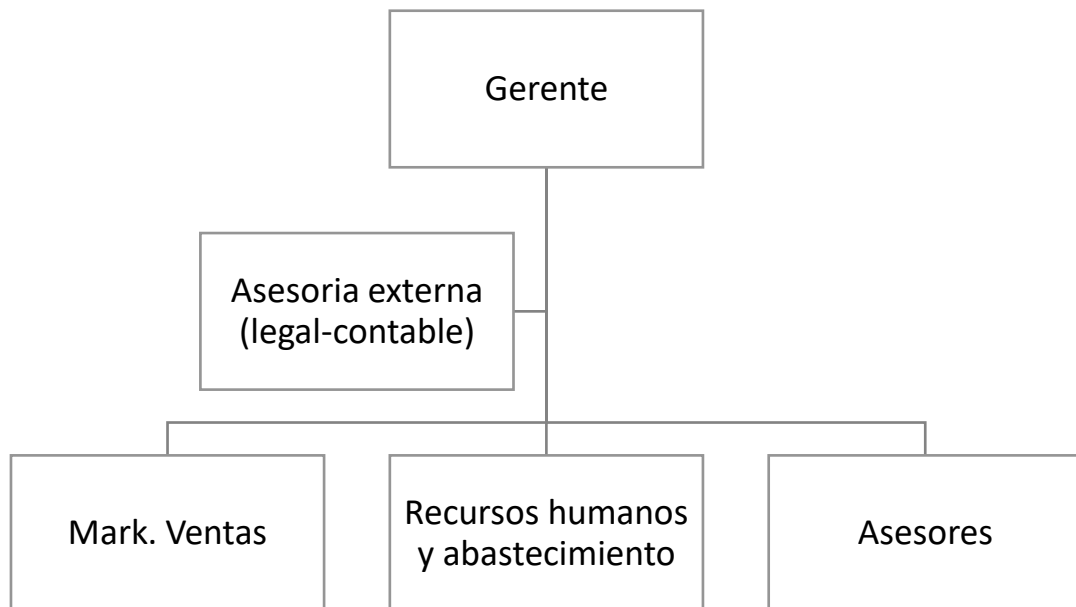
---

## 6. PLAN ORGANIZACIONAL

### 6.1. Recursos humanos requeridos para mejorar el negocio

Área	Puesto de Trabajo	Funciones	Número de Trabajadores
Gerencia	Gerente	Planificar, organizar, dirigir y controlar	1
Recursos humanos	RR.HH.	Planificación de personal, contratos laborales y logística	1
Comercial	Marketing	Cerrar ventas y promocionar la empresa	1
Producción	Asesores	Brindar servicios de asesoría, consultoría	2
Total, número de trabajadores de la Empresa:			5

### 6.2. Estructura organizativa (organigrama)





## 7. PLAN FINANCIERO

### 7.1. INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL						
Rubros de Inversiones	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio con IG	IG	Precio sin IG
<b>Inversión en ACTIVO FIJO (1)</b>				<b>5,310.00</b>	<b>810.00</b>	<b>4,500.00</b>
<b>Equipamiento de Oficina</b>				<b>1,850.00</b>	<b>282.20</b>	<b>1,567.80</b>
PC para oficina	Unidad	1	1,500.00	1,500.00	228.81	1,271.19
Impresora	Unidad	1	350.00	350.00	53.39	296.61
<b>Equipos de limpieza y otros</b>				<b>50.00</b>	<b>7.63</b>	<b>42.37</b>
Otros equipos de limpieza	Global	1	50.00	50.00	7.63	42.37
<b>Herramientas</b>				<b>650.00</b>	<b>99.15</b>	<b>550.85</b>
Auriculares	Global	1	150.00	150.00	22.88	127.12
Vestimenta	Global	1	500.00	500.00	76.27	423.73
<b>Muebles en General</b>				<b>2,760.00</b>	<b>421.02</b>	<b>2,338.98</b>
Estantes	Unidad	2	200.00	400.00	61.02	338.98
Escritorios	Unidad	5	300.00	1,500.00	228.81	1,271.19
Sillas	Unidad	7	80.00	560	85	474.58
Otros Muebles	Global	1	300	300	46	254.24
<b>Inversión en GASTOS INTANGIBLES (2)</b>				<b>1,920.00</b>	<b>-</b>	<b>1,920.00</b>
<b>Gasto de organización y constitución</b>				<b>1,600.00</b>	<b>-</b>	<b>1,600.00</b>
Formalización de empresa	Global	1	1,600.00	1,600.00		1,600.00
<b>Gastos en Publicidad y Promoción inicial</b>				<b>320.00</b>	<b>-</b>	<b>320.00</b>
Gastos de en material gráfico	Global	1	320.00	320.00		320.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO (3)</b>				<b>10,092.83</b>	<b>-</b>	<b>10,092.83</b>
Requerimiento de Capital de Trabajo	Global	1	10,092.83	10,092.83		10,092.83
<b>TOTAL, DE INVERSIÓN (\$)</b>				<b>17,322.83</b>	<b>810.00</b>	<b>16,512.83</b>

## 7.2. GASTOS DE OPERACIÓN del negocio (mes a mes)

### COSTOS FIJOS

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor. Unit. (\$)	Monto Mensual	AÑOS				
					1	2	3	4	5
<b>Gastos GENERALES (1)</b>				<b>95</b>	<b>8,340</b>	<b>8,590</b>	<b>8,848</b>	<b>9,113</b>	<b>9,387</b>
Alquiler de local para taller	Mes	1	400	400	4,800	4,944	5,092	5,245	5,402
Internet	Mes	1	90	90	1,080	1,112	1,146	1,180	1,216
Energía eléctrica (Of. Administrativas)	Mes	1	70	70	840	865	891	918	945
Agua	Mes	1	35	35	420	433	446	459	473
Otros	Mes	1	100	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
<b>Gastos ADMINISTRATIVOS (2)</b>				<b>3,300</b>	<b>39,600</b>	<b>39,636</b>	<b>39,673</b>	<b>39,711</b>	<b>39,751</b>
Personal de Administración				3,200	38,400	38,400	38,400	38,400	38,400
Útiles de oficina	Mes	1	100.0	100	1,200	1,236	1,273	1,311	1,351
<b>Gastos de MARKETING y VENTAS (3)</b>				<b>990</b>	<b>11,880</b>	<b>11,902</b>	<b>11,924</b>	<b>11,947</b>	<b>11,97</b>
Personal de Marketing y Ventas				930	11,160	11,160	11,160	11,160	11,160
Actividades de marketing	Mes	1	60.00	60	720	742	764	787	810
<b>Total, de Gastos de Gestión (\$)</b>				<b>4,985</b>	<b>59,820</b>	<b>60,128</b>	<b>60,445</b>	<b>60,771</b>	<b>61,108</b>

### 7.3. Proyección de los INGRESOS

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUAL (5 AÑOS)					
ÍTEMS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>UNIDADES PRODUCIDAS X AÑO</b>					
Ingresos Producto 1	12	12	12	12	12
Ingresos Producto 2	12	12	12	12	12
Ingresos Producto 3	9	9	9	9	9
Ingresos Producto 4	10	10	10	10	10
<b>PRECIOS DE PRODUCTOS</b>					
% Crec. Del Precio x Año		1%	1%	1%	1%
Precio de Producto 1	2,440.00	2,452.20	2,464.46	2,476.78	2,489.16
% Crec. Del Precio x Año		1%	1%	1%	1%
Precio de Producto 2	2,866.80	2,881.13	2,895.54	2,910.01	2,924.56
% Crec. Del Precio x Año		1%	1%	1%	1%
Precio de Producto 3	1,632.63	1,640.79	1,649.00	1,657.24	1,665.53
% Crec. Del Precio x Año		1%	1%	1%	1%
Precio de Producto 4	1,637.23	1,645.42	1,653.64	1,661.91	1,670.22
<b>INGRESOS ANUALES X VENTAS DE PRODUCTOS</b>					
ÍTEMS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Producto 1	29,280	29,721	30,168	30,622	31,083
Ingresos Producto 2	34,402	34,919	35,445	35,978	36,520
Ingresos Producto 3	14,694	14,915	15,139	15,367	15,598
Ingresos Producto 4	16,372	16,619	16,869	17,123	17,380
<b>Total Ing. Anuales (\$)</b>	<b>94,748</b>	<b>96,173</b>	<b>97,621</b>	<b>99,090</b>	<b>100,581</b>

#### 7.4. Proyección de EGRESOS

A continuación, vamos a calcular los egresos de mi negocio proyectado para los siguientes 12 meses

##### Resumen de Costos

<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN (\$)</b>	<b>24,871</b>	<b>25,119</b>	<b>25,370</b>	<b>25,624</b>	<b>25,880</b>
Materiales e insumos	291	293	296	299	302
Mano de Obra Directa	5,973	6,033	6,093	6,154	6,216
Gastos indirectos de fabricación	18,607	18,793	18,981	19,171	19,363
<b>GASTOS DE OPERACIÓN (\$)</b>	<b>61,248</b>	<b>61,556</b>	<b>61,873</b>	<b>62,200</b>	<b>62,536</b>
Gastos Generales	8,340	8,590	8,848	9,113	9,387
Gastos Administrativos	39,600	39,636	39,673	39,711	39,751
Gastos de ventas	11,880	11,902	11,924	11,947	11,970
Depreciación	1,044	1,044	1,044	1,044	1,044
Amortización de intangible	384	384	384	384	384
<b>Total, de Costos (\$)</b>	<b>86,119</b>	<b>86,675</b>	<b>87,244</b>	<b>87,824</b>	<b>88,417</b>

#### 7.5. Proyección FLUJO DE CAJA (Ingresos menos gastos)

##### Estado de Resultados (EGYP)

<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas (\$)</b>	<b>94,748</b>	<b>96,173</b>	<b>97,621</b>	<b>99,090</b>	<b>100,581</b>
Costo de producción	24,871	25,119	25,370	25,624	25,880
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>69,877</b>	<b>71,054</b>	<b>72,250</b>	<b>73,466</b>	<b>74,701</b>
Gastos Generales	8,340	8,590	8,848	9,113	9,387
Gastos Administrativos	39,600	39,636	39,673	39,711	39,751
Gastos de Ventas	11,880	11,902	11,924	11,947	11,970

<b>Utilidad de Operación - EBITDA</b>	<b>10,057</b>	<b>10,926</b>	<b>11,806</b>	<b>12,695</b>	<b>13,593</b>
Depreciación	1,044	1,044	1,044	1,044	1,044
Amortización de Intangible	384	384	384	384	384
<b>Utilidad antes de Intereses e Impuestos - EBIT</b>	<b>8,629</b>	<b>9,498</b>	<b>10,377</b>	<b>11,266</b>	<b>12,165</b>
<b>Utilidad Antes de Impuestos - BAT</b>	<b>8,629</b>	<b>9,498</b>	<b>10,377</b>	<b>11,266</b>	<b>12,165</b>
Impuestos (30%)	2,589	2,849	3,113	3,380	3,649
<b>Utilidad Neta (\$)</b>	<b>6,040</b>	<b>6,649</b>	<b>7,264</b>	<b>7,886</b>	<b>8,515</b>

### Flujo de Caja Económico

DETALLE	AÑOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos Por Ventas (\$)</b>		<b>94,748</b>	<b>96,173</b>	<b>97,621</b>	<b>99,090</b>	<b>110,674</b>
Ventas		94,748	96,173	97,621	99,090	100,581
Valor Rescate de Activo Fijo						-
Valor Rescate de Capital Trabajo						10,093
<b>Total, Ingresos</b>		<b>94,748</b>	<b>96,173</b>	<b>97,621</b>	<b>99,090</b>	<b>110,674</b>
Costos de producción		24,871	25,119	25,370	25,624	25,880
Gastos de Operación		59,820	60,128	60,445	60,771	61,108
Impuestos		2,589	2,849	3,113	3,380	3,649
Inversión	17,323					
<b>Total, Egresos</b>	<b>17,323</b>	<b>87,279</b>	<b>88,096</b>	<b>88,928</b>	<b>89,775</b>	<b>90,638</b>
<b>Flujo Neto Económico (\$)</b>	<b>17,323</b>	<b>7,468</b>	<b>8,077</b>	<b>8,693</b>	<b>9,315</b>	<b>20,037</b>

### Flujo de Caja Financiero

DETALLE	AÑOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos por Venta</b>						
Ventas de productos (\$)		94,748	96,173	97,621	99,090	100,581
Valor Rescate de Activo Fijo						-
Valor Rescate de Capital Trabajo						10,093
Préstamo	-					
<b>Total, de Ingresos</b>	<b>-</b>	<b>94,748</b>	<b>96,173</b>	<b>97,621</b>	<b>99,090</b>	<b>110,674</b>
Costo de producción		24,871	25,119	25,370	25,624	25,880
Gastos de operación		59,820	60,128	60,445	60,771	61,108
Intereses (Gastos financieros)		-	-	-	-	-
Amortización de Préstamo		-	-	-	-	-
Impuesto		2,589	2,849	3,113	3,380	3,649
Inversión	17,323					
<b>Total, Egresos</b>	<b>17,323</b>	<b>87,279</b>	<b>88,096</b>	<b>88,928</b>	<b>89,775</b>	<b>90,638</b>
<b>Flujo Neto Financiero (\$)</b>	<b>17,323</b>	<b>7,468</b>	<b>8,077</b>	<b>8,693</b>	<b>9,315</b>	<b>20,037</b>

<b>Tasa de Descuento</b>	<b>15.00%</b>
--------------------------	---------------

### Indicadores de Evaluación

Indicadores Económicos	Económico	Financiero	VIABILIDAD
Valor Actual Neto (VAN)	16,281.92	16,281.92	VIABLE
Tasa Interna de Retorno (TIR)	44.22%	44.22%	VIABLE
Beneficio Costo	\$1.94	\$1.94	VIABLE
Periodo de Recuperación de la Inversión (Años)	2.81	2.81	

El valor actual neto de la inversión en este momento es 16,281.92 Soles; como es positiva, conviene que realicemos la inversión debido a que generan beneficios económicos. Asimismo, Como se observa el proyecto analizado devuelve el capital invertido más una ganancial adicional del 44.22%, por tanto, como este índice es superior a la tasa de descuento (15%) podemos decir que el proyecto es viable. El resultado del beneficio costo es mayor que 1, indicando que

---

los ingresos son superiores a los egresos por lo tanto el proyecto es aceptado. Según este esquema de inversión tardaremos 2,81 años en recuperar el dinero desembolsado, por lo tanto en comparación a los 5 años de flujo este indicador señala que el proyecto es viable.

---

## ANEXO 06: FICHA DE VALIDACIÓN DE PROPUESTA



### VALIDACIÓN DE PROPUESTA (JUICIO DE EXPERTOS)

#### FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN A&C ALIMENTARIA, CHICLAYO.

Yo, Lizana Guevara Nikolays Pedro, identificado con DNI N°71874276, con Grado Académico de Maestra en ciencias con mención en proyectos de inversión en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo con código de inscripción en SUNEDU.

Hago constar que he leído y revisado el Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios- MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura.

La propuesta corresponde a la tesis: Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

#### a. Pertinencia con la investigación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		



### b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en su aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
95%	98%	97%	98%

### DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

En consideración a lo revisado y verificando el cumplimiento del objetivo general del presente trabajo. Afirmo que la presente propuesta cumple con un buen plan de marketing, un estudio de mercado concienzudo y sobre todo un estudio y planeamiento económico financiero que asegure incrementar la rentabilidad de la organización, así mismo el plan económico financiero presenta una proyección de la tasa de retorno de la inversión en poco tiempo y un VAN =16,281.92 TIR= 44.22% Y beneficio costo de S/1.94 resultados positivos lo que garantiza ala viabilidad del plan de negocio.


### OBSERVACIONES

Recomiendo la aplicación y puesta en marcha del presente plan de negocio.

Chiclayo, 20 de diciembre del 2021.

Mg. Lizana Guevara Nikolays Pedro

Centro de labores: Iconex Peru EIRL/Gerente general N° de celular: 975083857

  
Lic. M.Sc. Nikolays Pedro Lizana Guevara  
CONSULTOR EN  
INCOMPAN

Mg. Nikolays Pedro Lizana Guevara

Mg. Lizana Guevara Nikolays Pedro  
DNI: 71874276



**VALIDACIÓN DE PROPUESTA  
(JUICIO DE EXPERTOS)**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE  
LA ORGANIZACIÓN A&C ALIMENTARIA, CHICLAYO.**

Yo, **Patty Jackeline Flores Huamán**, identificado con DNI N°45325295, con Grado Académico de **Maestra en Administración de Negocios** en la Universidad Cesar Vallejo, con código de inscripción en SUNEDU N° **052-116546**:

Hago constar que he leído y revisado el **Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo** correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios- MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura.

La propuesta corresponde a la tesis: **Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.**

**a. Pertinencia con la investigación**

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		

#### b. Pertinencia con la aplicación

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en su aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
99%	97%	99%	98%


#### DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:

Visto la propuesta del plan de negocio para la rentabilidad de la organización, el cual me parece sensato, practico y orientado a solucionar la problemática de dicha organización. Además, en el presente se plasman análisis financieros muy alentadores, con proyecciones en escenarios muy favorables. Así mismo estipula la diversificación de los servicios brindados, estrategias de marketing e ideas como la de brindar valor agregado a los clientes y consumidores. Otro punto a valorar es la recomendación para ampliar el numero de profesionales colaboradores, así como también la formalización de la organización. El calculo del punto de equilibrio, VAN =16,281.92 TIR= 44.22% Y beneficio costo de S/1.94

OBSERVACIONES: Exhorto a realizar y ejecutar el presente plan de negocio.

Mg. Patty Jackeline Flores Huamán Código de registro de Sunedu: 052-116546

Centro de labores Municipalidad Distrital de San Juan de Licupis N° de celular:  
960730448

  
MBA. Patty J. Flores Huamán  
DNI: 45329255

Mg. Patty Jackeline Flores Huamán  
DNI: 45325295  
EXPERTO



FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN A&C ALIMENTARIA, CHICLAYO.

Yo, Cieza Sempertegui Julissa Licet, identificado con DNI N°43386714, con Grado Académico de **Maestra en Gestión Pública** en la Universidad Cesar Vallejo, con código de inscripción en SUNEDU N° 052-051628:

Hago constar que he leído y revisado el **plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo** correspondientes a la Tesis del mismo nombre, de la Maestría en Administración de Negocios- MBA de la Universidad Cesar Vallejo.

La propuesta contiene la siguiente estructura.

La propuesta corresponde a la tesis: Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.

**a. Pertinencia con la investigación**

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación.	X		
2	Pertinencia con las variables y dimensiones.	X		
3	Pertinencia con las dimensiones e indicadores.	X		
4	Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia).	X		
5	Pertinencia con los fundamentos teóricos	X		
6	Pertinencia con la estructura de la investigación	X		
7	Pertinencia de la propuesta con el diagnóstico del problema	X		

**b. Pertinencia con la aplicación**

N°	CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
1	Es aplicable al contexto de la investigación	X		
2	Soluciona el problema de la investigación	X		
3	Su aplicación es sostenible en el tiempo	X		
4	Es viable en sus aplicación	X		
5	Es aplicable a otras instituciones con características similares	X		

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta: Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo.			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
98%	95%	99%	97%

**DECISIÓN O FUNDAMENTACIÓN DEL EXPERTO:**

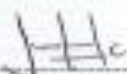
Considerando lo estipulado en el presente plan de negocio para la organización A&C ALIMENTARIA, El cual parte de un análisis de la realidad actual de la organización, así mismo contiene un detallado plan de marketing el cual asegura el posicionamiento de la marca, concibe un plan de acción que diversificara la gama de productos ofertados con la intención de incrementar las ventas y tácitamente la rentabilidad, es por ello que se ha creído por conveniente validar la propuesta.

OBSERVACIONES:.....

Chota, 18 de diciembre del 2021.

Mg. Julissa Licet Cieza Sempertegui Código de registro de Sunedu: 052-051628

Centro de labores: Instituto Superior Tecnológico "San Simón" N° de celular: 993124155



Mg. Cieza Sempertegui Julissa Licet  
DNI: 43386714  
EXPERTO

---

## ANEXO 07: AUTORIZACIÓN DE APLICACIÓN DEL TRABAJO EN EMPRESA



“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

18 de octubre del 2021

Señor.  
Larry Fernando Peña Saavedra  
Gerente General de la organización A&C alimentaria

Presente.

Es grato dirigimos a ustedes, para expresar nuestro cordial saludo y a la vez presentar al Bach. Luis Angel Gastelo Gástelo, alumno la escuela de Posgrado del III ciclo del Maestría en Administración de Negocios - MBA, de nuestra casa superior de estudios; quien desea desarrollar la aplicación de su Proyecto de Tesis; en su representada; dicho trabajo se titula: Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&C alimentaria, Chiclayo

Agradecemos anticipadamente la atención que pudieran brindar a la presente.

Expedimos la presente a solicitud del alumno.



Dra. Mercedes Alejandrina Collazos Alarcón

JEFA EPG-UCV-CH

LARRY FERNANDO PEÑA SAAVEDRA  
INGENIERO EN NEGOCIOS APLICADOS  
REG. CIP. 235892

C.C.: VAGS-DTC-EPG, Interesado (a) y Archivo.

**CAMPUS CHICLAYO**  
Carretera Chiclayo Pimentel Km. 3.5.  
Telf. (074) 480210/Anexo:6520

---

## ANEXO 08: AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA PARA PUBLICACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 1046929262
<b>A&amp;C ALIMENTARIA</b>	
Nombre del Titular o Representante legal: <b>Gerente general</b>	
Nombres y Apellidos <b>Larry Fernando Peña Saavedra</b>	DNI: <b>46929262</b>

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7°, literal T° del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo <sup>(1)</sup>, autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la Investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
<b>Plan de negocio para la rentabilidad de la organización A&amp;C alimentaria, Chiclayo.</b>	
Nombre del Programa Académico: <b>Maestría en Administración de negocios- MBA</b>	
Autor: Nombres y Apellidos <b>Luis Angel Gastelo Gastelo</b>	DNI: <b>46931973</b>

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras Investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Chiclayo, 18 de diciembre del 2021

LARRY FERNANDO PEÑA SAAVEDRA  
Gerente general A&C ALIMENTARIA  
RUC: 1046929262

Firma:

Ing. Larry Peña Saavedra  
Gerente general

**ANEXO 09: MATRIZ DE CONSISTENCIA**

ENUNCIADO	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	POBLACIÓN
<p>¿Cómo un plan de negocio permitirá incrementar la rentabilidad de la organización A&amp;C alimentaria en Chiclayo?</p>	<p>Proponer un plan de negocio para incrementar la rentabilidad de la organización A&amp;C alimentaria, Chiclayo.</p>	<p>“La propuesta de un plan de negocio incrementara la rentabilidad de la organización A&amp;C alimentaria, Chiclayo”.</p>	<p>INDEPENDIENTE: Plan de negocio</p> <p>DEPENDIENTE: Rentabilidad</p>	<p>-Análisis DAFO -Análisis PESTEL -Posicionamiento de marca -Capitación de nuevos clientes. VAN, TIR Solvencia -Liquidez -Utilidades Rendimiento -Productividad</p>	<p>15 personas</p>



PREGUNTA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	ENFOQUE	INSTRUMENTOS	MUESTRA
<p>¿Cómo lograr incrementar la rentabilidad de la organización A&amp;C alimentaria, Chiclayo?</p>	<p>1.- Realizar un diagnóstico sobre la rentabilidad actual de la organización A&amp;C.</p> <p>2.- Diseñar el plan de negocio para la organización A&amp;C alimentaria en la ciudad de Chiclayo.</p> <p>3.- Validar el plan de negocio propuesto.</p>	<p>1.- Si se realiza un diagnóstico sobre la rentabilidad se incrementaría en la organización A&amp;C alimentaria.</p> <p>2.- Si se diseña un plan de negocio se podrá incrementar la rentabilidad en la organización A&amp;C alimentaria.</p>	<p>Cuantitativo</p>	<p>Entrevista al gerente de operaciones de A&amp;C.</p> <p>Entrevista a 2 expertos en finanzas.</p> <p>Una encuesta aplicada a 2 personas de las empresas asesoradas por A&amp;C.</p>	<p>15 personas.</p>

---

## ANEXO 10: RECOLECCIÓN DE DATOS

Entrevista al gerente de operaciones de la organización A&C alimentaria,  
Chiclayo.

### DATOS INFORMATIVOS.

ORGANIZACIÓN: A&C Alimentaria

AREA: Gerencia

Cargo: Gerente de Operaciones

Nombre y Apellidos: Larry Fernando Peña Saavedra

Fecha: 05/11/2021

INSTRUCCIONES: La información que nos proporcionas será solo de conocimiento del investigador, por tanto, se recopilará información sobre la rentabilidad de su organización, para lo cual le pedimos nos brinde información real, veraz y objetiva.

LARRY FERNANDO PEÑA SAAVEDRA  
GERENTE DE OPERACIONES ALIMENTARIA  
A&C S.A. CIP. 235592

01. - ¿Considera usted que la actual rentabilidad es la esperada por los socios de la organización?

No, no es la esperada. Por mi y por mis socios.

02.- ¿Cómo siente que ha evolucionado la liquidez en su organización durante los últimos 2 trimestres?

Empezamos bien con 3 clientes y de renombre los 2 primeros meses, sin embargo, factores internos y externos como el alza de combustible, la incertidumbre de la contienda electoral influencio en la captación de clientes, esto sumado a la crisis sanitaria por la pandemia. Tanto así que en el segundo semestre del 2021 no brindamos servicios.

03.- ¿Cómo califica el nivel de solvencia de A&C?

Para el rubro al que estamos enfocados que es transmitir conocimientos y experiencias a nuestros clientes. Podría afirmar que la rentabilidad es favorable pues partiendo de la premisa que la relación entre nuestros activos/pasivos es positiva.

---

---

Y como nuestros activos: Conocimientos, experiencias, ideas, innovaciones.

Y como nuestros pasivos: no hemos utilizado a menudo o mejor dicho no hemos necesitado de estos. Pues no hay pago de alquiler, no hemos adquirido equipo o materiales de alto valor económico. Solo se realizó la inversión en actividades de publicidad y uniformes.

**04.- ¿Como realizan o que instrumento financiero utilizan para determinar la liquidez y solvencia de A&C alimentaria?**

Actualmente no utilizamos instrumentos financieros, debido a que no contamos con los flujos económicos rimbombantes adicional a ello no se cuenta con personal encargado de manejar o controlar el tema financiero.

Sin duda alguna es algo que debemos considerar en el redireccionamiento que vamos a aplicar como organización.

**05.- ¿Realizan el cálculo de flujo de caja, y con qué frecuencia?**

No se realiza flujo de caja, se suelen realizar simples balances de ingresos y egresos, sobre todo a inicio de año con nuestros primeros clientes en donde se tuvo que realizar gastos, inversiones y algunas adquisiciones.

**06.- ¿Cómo calificaría usted la productividad durante los últimos trimestres?**

Con el último servicio, la productividad ha sido baja, debido a varios factores intrínsecos y extrínsecos. falta de contactos y destreza en la toma de decisiones para agilizar las actividades con el servicio en mención.

**07.- ¿Desde su perspectiva que tan eficientes y eficaces creen que son?**

En algunos servicios si hemos sido eficaces, cumplimos con el objetivo, satisfacemos la necesidad del cliente. por otra parte, en cuanto a eficiencia: considero que en este aspecto hemos tenido altos y bajos, tal es el caso de que en algunos servicios se presentaron inconvenientes que mermaron la calidad de nuestros servicios. Es un punto a mejorar el nivel de eficiencia organizacional e individual de cada uno de los asesores y consultores.

LUIS FERNANDO REA SALAZAR  
INGENIERO FINANCIERO ALIMENTARIA  
R.E.A. CIP: 245592

**08.- ¿Cómo se ha implementado el plan de marketing y que resultados se han obtenido?**

No hemos tenido un plan de marketing, pero hemos desarrollado actividades, como elaborar brochure, carta de presentación, página de Facebook, red de contactos, compartir publicaciones, entre otros.

Sin duda que hace falta implementar y desarrollar un plan de marketing. Se cuenta con la capacitación y con las ideas visionarias pero ambos componentes deben ser concatenados de manera secuencial y coherente.

**09.- ¿Se realizó un estudio de mercado antes de la puesta en marcha de la organización?**

No se realizó, había un antecedente con uno de nuestros colaboradores que había formado parte de un emprendimiento similar en años anteriores, además se tenía mapeado la existencia de algunas empresas similares que están operando en la región. Asimismo, por la distribución de nuestros colegas en las diversas empresas alimentarias quienes nos comentaban la carencia o la necesidad de la asesoría y consultoría.

Sin duda que el estudio de mercado está enmarcado en nuestro redireccionamiento como organización y está catalogado como un eje prioritario.

**10.- ¿Se han realizado simulaciones financieras en diversos escenarios para determinar la tendencia de la organización A&C?**

No se han realizado simulaciones del tipo financieras, se considerará empaparnos más del tema o contratar a un profesional a cargo.



Ing. Larry Fernando Peña Saavedra  
Gerente General de A&C alimentaria

LARRY FERNANDO PEÑA SAAVEDRA  
INGENIERO EN INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
REG. CIP. 235592

LARRY FERNANDO PEÑA SAAVEDRA  
INGENIERO EN INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
REG. CIP. 235592

---

**Entrevista a 02 expertos en finanzas e inversiones en pequeñas empresas.**

DATOS INFORMATIVOS.

EMPRESA/ORGANIZACIÓN: **CORPORACIÓN YHOMER SAC**

ÁREA: **contabilidad**

Cargo: **contador**

Nombre y Apellidos: **Mercedes Bances Acosta**

Fecha: **22-10-2021**

**01.- ¿Qué tan solvente puede llegar a ser una organización dedicada al rubro de asesoría y consultoría alimentaria?**

El rubro alimenticio a raíz de la pandemia, ha tenido un impacto al consumo en los restaurantes pequeños, medianos y grandes, por lo que su sistema de despacho DELIVERY se ha implementado utilizando formas de ventas como son: aplicaciones vía internet.

La solvencia de una organización dedicada a la asesoría alimentaria tiene resultados positivos.

El hecho de medir la solvencia económica brinda un indicador muy importante en el área de finanzas de una organización. Sirve para ver si la empresa aún posee la capacidad de endeudamiento o si ya comprometió buena parte de sus recursos. Como sucede con otros indicadores, estos resultados deben analizarse bajo la lupa de distintos profesionales, hasta cruzar opiniones.

**2.- ¿Que indicadores deberían considerarse para medir la liquidez y solvencia de la organización de esta dimensión y rubro?**

Los indicadores financieros permiten evaluar los resultados de las operaciones de una empresa mediante el análisis de los estados financieros, facilitando una mejor toma de decisiones dentro de la empresa de los cuales son

  
CPC. Mercedes Bances Acosta  
MAT: 04 - 4483

- 
- Estado de resultados
  - El balance general
  - El estado de cambios en la situación financiera.

Estos estados financieros brindan información imprescindible para la toma de decisiones, centrándose principalmente en la evaluación de la situación financiera, la rentabilidad y la liquidez de la compañía.

**3.- ¿Considera que una organización como A&C debería realizar el cálculo de flujo de caja y con qué frecuencia debería realizarla?**

Sí, porque mediante este instrumento financiero fundamentara en que muestra una información muy relevante, así como de sus ingresos o gastos de efectivo. Dicho de otro modo, cuando en un negocio se calcula su flujo de caja, se puede conocer con todo lujo de detalles su liquidez y solvencia económica. Se emplea la siguiente fórmula: Flujo de efectivo = ingreso neto + pérdidas y ganancias por inversiones y financiación + cargos no monetarios + cambios en las cuentas de operación. El flujo de caja siempre ha de compararse con el ingreso neto de la compañía.

**4.- ¿Qué otro instrumento financiero debería tomar en consideración A&C?**

- Tasa de interés
- Riesgo de liquidez
- Riesgo de volatilidad

**5.- ¿Qué factores debería evaluar la organización A&C para incrementar las utilidades?**

- Incremente el volumen de ventas.
- Incremente el margen de ganancia.
- Disminuya costos.
- Disminuya gastos.
- Aplique la ley de Pareto, (para productos, costos, ventas, utilidad)

---

**6. ¿Como cree que el nivel de eficiencia y eficacia pueden influir en la rentabilidad de la organización?**

En la automatización de sus procesos para el logro de sus objetivos

**7.- ¿Qué tan importante es contar con un plan de negocio antes de poner en marcha las operaciones de la organización?**

Tener mayor conocimiento de todo lo relacionado con la empresa, además proporciona herramientas para prevenir futuros inconvenientes.

**8.- ¿Cuanta inversión es necesaria para desarrollar un plan de negocio para una organización de esta dimensión?**

Una inversión mínima, ya que el plan se desarrolla en función a que es lo que se va a emprender.

**9.- ¿Qué tan factible considera usted que el plan de negocio propuesto pueda incrementar la rentabilidad de A&C Alimentaria?**

En función al análisis del mercado

**10.- ¿Que estrategias financieras recomienda a la organización para incrementar su rentabilidad?**

- Ampliar el alcance el producto y el mercado
- Reutilizar los activos estratégicos
- Aprovechar la información sobre los clientes
- Modificar la estructura de precios

  
-----  
**CPC. Mercedes Bancos Acosta**  
**MAT: 04 - 4483**

---

**Entrevista a 02 expertos en finanzas e inversiones en pequeñas empresas.**

**DATOS INFORMATIVOS.**

EMPRESA/ORGANIZACIÓN: Asesoría Financiera & Contable  
Gonzales

ÁREA: Gerencia

Cargo: Gerente

Nombre y Apellidos: Miguel Angel Gonzales  
Medina

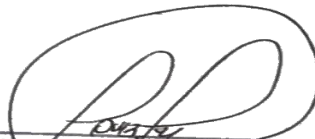
Fecha: 23 de oct. de 21

**01.- ¿Qué tan solvente puede llegar a ser una organización dedicada al rubro de asesoría y consultoría alimentaria?**

La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus obligaciones (deudas) a largo plazo; por lo tanto, una empresa de servicios, dedicada al rubro de asesoría y consultoría en materia alimentaria puede ser solvente siempre y cuando la deuda o los pasivos guarden relación con el patrimonio y activos.

**2.- ¿Que indicadores deberían considerarse para medir la liquidez y solvencia de la organización de esta dimensión y rubro?**

INDICES DE LIQUIDEZ	FORMULA
LIQUIDEZ GENERAL	$\text{ACTIVO CORRIENTE} / \text{PASIVO CORRIENTE}$
PRUEBA ACIDA	$\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIOS} - \text{OGCPA} / \text{PASIVO CORRIENTE}$
RATIO PRUEBA DEFENSIVA	$\text{EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO} + \text{INVERSIÓN FINANCIERA} / \text{PASIVO CORRIENTE}$
CAPITAL DE TRABAJO	$\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CORRIENTE}$

  
C.P.C. Miguel A. Gonzales Medina  
MAT.-1673

---



C. ÍNDICES DE SOLVENCIA	FORMULA
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{TOTAL ACTIVO}}$
RAZÓN ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	$\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{PATRIMONIO}}$

**3.- ¿Considera que una organización como A&C debería realizar el cálculo deflujo de caja y con qué frecuencia debería realizarla?**

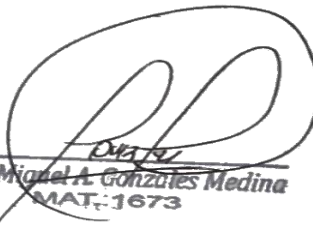
Toda empresa de cualquier rubro económico tiene que realizar un flujo de caja económico y financiero en coordinación con todas las áreas claves; tales como ventas, compras, marketing, contabilidad y tesorería; en cuanto al tiempo de proyección del flujo de caja se recomienda realizarlo cada 3 meses. Además, unavez elaborado el flujo de caja se tiene que dar seguimiento con la finalidad de determinar el nivel de avance en cuanto a la ejecución y de ser necesario realizar los respectivos ajustes correspondientes.

**4.- ¿Qué otro instrumento financiero debería tomar en consideración A&C?**

Se recomienda elaborar los estados financieros de manera trimestral, con la finalidad de analizarlo e interpretarlo y de esa manera sirva como insumo paratomar las decisiones por parte de la gerencia.

**5.- ¿Qué factores debería evaluar la organización A&C para incrementar lasutilidades?**

Las utilidades de una empresa dependen del nivel de ventas y de las estrategiasde reducción de costos; por lo tanto, para poder incrementar las utilidades en laempresa, la gerencia en coordinación con las áreas claves tiene que elaborar un plan de acción para poder incrementar el nivel de ventas y/o implementar estrategias para reducir los costos.



C.P.C. Miguel A. Gonzales Medina  
MAT. 1673

---

**6. ¿Cómo cree que el nivel de eficiencia y eficacia pueden influir en la rentabilidad de la organización?**

La eficiencia y eficacia de toda empresa es una variable que influye de manera significativa en la rentabilidad; ya que a mayor eficiencia y eficacia en la ejecución de los procesos y optimización de los recursos mayor será la rentabilidad.

**7.- ¿Qué tan importante es contar con un plan de negocio antes de poner en marcha las operaciones de la organización?**

Analizando la realidad de las micros y pequeñas empresas en el Perú, la gran mayoría de MYPES son creadas y gestionadas de manera precaria, es decir al momento de dar inicio un emprendimiento no realiza una planificación, lo que consiste en realizar un estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y finalmente un estudio económico y financiero para determinar si el negocio es viable desde un aspecto técnico y económico. Por lo tanto, al no contar con un plan de negocio bien estructurado, no tienen un norte bien definido, por consiguiente, el negocio no es sostenible en el tiempo y la mayoría de emprendimientos tienden a morir antes de cumplir el año de funcionamiento.

**8.- ¿Cuanta inversión es necesaria para desarrollar un plan de negocio para una organización de esta dimensión?**

La inversión que se tiene que realizar para iniciar un negocio depende de los objetivos y estrategias, una vez definido los objetivos y estrategias se tiene que costear cada objetivo y estrategia a implementar y de esa manera se establece cuanto de presupuesto de capital se necesita.


**9.- ¿Qué tan factible considera usted que el plan de negocio propuesto pueda incrementar la rentabilidad de A&C Alimentaria?**

En el plan de negocio se tiene que considerar todas las acciones a implementar para poder incrementar la rentabilidad de A&C Alimentaria, tales como mejorar las estrategias de posicionamiento, realizar reajustes en el producto, ampliar la capacidad instalada, etc.

---

---

**10.- ¿Que estrategias recomienda a la organización para incrementar su rentabilidad?** Al ser A&C Alimentaria una empresa con baja participación en el Mercado, recomiendo que realice una alianza estratégica con otra empresa del mismo rubro y que tenga una marca mejor posicionada en el mercado, de esa manera podría incrementar sus ventas, y por ende su rentabilidad.



C.P.C. Miguel A. González Medina  
MAT: 1673



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, HUIMAN TARRILLO HUGO ENRIQUE, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA RENTABILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN A&C ALIMENTARIA, CHICLAYO", cuyo autor es GASTELO GASTELO LUIS ANGEL, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 13 de Enero del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
HUIMAN TARRILLO HUGO ENRIQUE <b>DNI:</b> 16418702 <b>ORCID</b> 0000-0002-8152-7570	Firmado digitalmente por: HTARRILLOH el 13-01- 2022 23:11:47

Código documento Trilce: TRI - 0270894