

UNIVERSIDAD ESAN



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
DESAYUNOS SALUDABLES PARA LA POBLACIÓN DE LOS
SEGMENTOS A Y B QUE SE EJERCITAN AL AIRE LIBRE EN LIMA
METROPOLITANA**

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el
grado de Magister en Administración por:

Luz Guadalupe Blancas Palacios

Mención en Marketing

Jack Flores Esteves

Mención en Dirección de Proyectos

Maria Elena Villar Panizo

Mención en Dirección de Proyectos

Programa de Maestría en Administración a Tiempo Parcial 59 -2

Lima, 26 de Setiembre de 2017

Resumen Ejecutivo

El plan de negocios de comercialización de desayunos saludables, tiene como objetivo contribuir al mejoramiento sostenible de la calidad de vida y promoción del cuidado de la salud integral de la población de los segmentos A y B que se ejercita al aire libre en Lima Metropolitana.

Las personas que se ejercitan al aire libre en Lima no cuentan con una oferta de desayunos saludables que les permita complementar los ejercicios con una alimentación saludable a un precio accesible y que pueda satisfacer, también, la necesidad de ahorrar tiempo luego de realizar sus ejercicios en las mañanas, siendo de vital importancia alimentarse de buena manera luego de realizar ejercicio para que los resultados que se buscan sean satisfactorios.

Para analizar y evaluar la factibilidad se ha realizado el diagnóstico del entorno tanto a nivel interno como externo a fin de determinar los factores que podrían afectar tanto positiva como negativamente el plan de negocio. Dado que el modelo de negocio obedece a una relación directa con el consumidor, a partir del diseño efectuado para la aplicación metodológica cualitativa y cuantitativa a nivel descriptivo, se desarrolló la investigación de mercado en las cuatro zonas emblemáticas para la realización de actividades físicas al aire libre a fin de estudiar la demanda en términos del conocimiento de las percepciones y hábitos para caracterizar el perfil del cliente, evaluar el nivel de aceptación del concepto y disposición de pago para determinación del precio, determinar los atributos valorados y expectativas del producto, estimar la demanda tanto efectiva como objetiva. Se complementó la investigación de mercado con el estudio de la oferta actual disponible de productos alternativos y logrado el estudio integral de la investigación, que permitió sentar las bases para la estimación del plan de ventas, diseño del producto, establecimiento de las estrategias y planes específicos.. Finalmente, se ha propuesto la estrategia para la puesta en marcha y funcionamiento del negocio y se ha realizado una evaluación económico financiero para evaluar la viabilidad del negocio.

La empresa se denominará “Healthy Breakfast” la cual ofrecerá un servicio de desayunos saludables diseñados de acuerdo a los siguientes tres objetivos nutricionales; bajar de peso, subir de peso y mantener el peso. El servicio incluirá evaluación y seguimiento nutricional. El producto será entregado a través de dos módulos situados en la zona alrededor del Pentagonito en San Borja y en el Malecón de Miraflores. Se facilitará la reserva del desayuno y las citas nutricionales a través de un apps diseñado exclusivamente para estos objetivos.

Como resultado del estudio se determinó que el público objetivo está conformado por personas que realizan ejercicios al aire libre de los niveles socio económicos A y B entre las edades de 18 y 60 años y que están interesados en el cuidado de su salud.

Se determinó que los lugares de mayor preferencia para el desarrollo de ejercicios al aire libre y que presentan un entorno favorable para la implementación del negocio “El Pentagonito” en San Borja y “El Malecón de Miraflores”, razones por las cuales se definieron como los puntos de distribución y al mismo tiempo permitió localizar al distrito de Surquillo como el centro donde se prepararán los desayunos, por ubicarse en el centro de los dos distritos seleccionados y por ende facilitar la distribución y cercanía de otros dos puntos donde se encuentra el público objetivo, como son los alrededores del Golf de San Isidro y del Parque Mariscal Castilla en Lince, y hacia donde podría extenderse el negocio.

Se aplicará la estrategia de segmentación enfocada a diferenciación basado en el estudio de mercado que indica que el público objetivo busca ciertas características de desayunos; atributos que en este momento no son ofrecidos; como son desayunos saludables de alta calidad, diferenciado según el objetivo nutricional del cliente, puesto en el punto donde se realiza el ejercicio al aire libre, con asesoramiento nutricional y facilidades tecnológicas para realizar los pedidos.

La capacidad instalada está diseñada para preparar 500 desayunos diarios, utilizando para el primer año el 46% de esta capacidad, incrementándose hasta alcanzar el quinto año el 64%.

Como producto del análisis económico financiero se determinó que la inversión inicial asciende a S/169,675 que será financiado en un 26% por un banco local y 74% por los accionistas que será recuperada en 2 años 2 mes y 29 días. La deuda será de S/43,387 que se pagará en 2 años a una tasa de interés de 12% anual. El ingreso estimado para el primer año es de S/. 834,712, obteniéndose un margen de utilidad de S/. 27, 946 equivalente al 3% de las ventas, el cual se va incrementando anualmente hasta llegar a 12% el quinto año. El VANE obtenido es de S/274,881 y la TIR de 59%, considerando un WACC de 13.3%, indicadores que sustentan la rentabilidad del negocio propuesto.