



**Plan de negocio para una empresa de venta de helados en
rollo en Lima Metropolitana**

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

Ximena Delgado Wetzell _____

Kathleen Griselle Nuñez Clemente _____

Randy Christian Valdivia Machuca _____

Programa de la Maestría en Administración a Tiempo Parcial 61

Lima, 17 de setiembre de 2018

RESUMEN EJECUTIVO



Maestría en: Maestro en Administración
Título de tesis: "Plan de negocios para una empresa de venta de helados en rollos en Lima Metropolitana"
Autores: Delgado Wetzell, Ximena
Núñez Clemente, Kathleen Griselle
Valdivia Machuca, Randy Christian

RESUMEN:

El presente trabajo de tesis pretende evaluar la viabilidad económica de un plan de negocios para una empresa de venta de helados artesanales en forma de rollos en Lima Metropolitana para los niveles socioeconómicos AB y proponer las estrategias para una implementación exitosa.

A partir de este objetivo general, se desprenden cinco objetivos específicos:

1. Realizar un diagnóstico integral de la situación actual del mercado de la venta de helados.
2. Realizar una investigación de mercado.
Por el lado de la demanda: Para estimar la demanda del producto, medir la disposición a pagar por parte de los consumidores, determinar el perfil del consumidor e identificar atributos de valor para el producto.
Por el lado de la oferta: Realizar un análisis de la oferta competitiva, identificando:
 - Productos y servicios, precios y mercados.
 - Competidores directos e indirectos.
3. Diseñar el producto a ser ofrecido según los resultados del estudio de mercado e identificar los atributos principales y secundarios del producto.
4. Proponer la estrategia para la puesta en marcha y posterior operación del negocio desarrollando los planes de marketing y ventas, operaciones y finanzas, además del plan de implementación, identificando las ventajas competitivas del negocio.
5. Evaluar el atractivo del negocio propuesto.

Para alcanzar estos objetivos, se utilizó información estadística disponible en el mercado y se realizaron estudios tanto cuantitativos como cualitativos para determinar las tendencias y preferencias del público objetivo.

Respecto al primer objetivo específico, se utilizó información de fuentes secundarias como INEI, CPI y APEIM. Como resultado de este trabajo se determinó el tamaño de la población de Lima Metropolitana que pertenecen al nivel socioeconómico A y B que consume helados (de cualquier tipo), asimismo se determinó su consumo per cápita en litros de helado.

Respecto al segundo objetivo específico, se determinó la demanda del producto en base a la información obtenida por fuente primaria respecto al interés del público encuestado por consumir el producto. Asimismo, se utilizó la misma fuente primaria para determinar la disposición a pagar por el producto.

El tercer objetivo específico tuvo como resultado el diseño completo del producto, especificando las características y atributos de este, desde la adquisición de los materiales y equipos involucrados, pasando por el detalle del proceso de transformación hasta la entrega del producto al cliente.

Respecto al cuarto objetivo específico, se concluyó que la estrategia de precios a utilizar será “más por lo mismo”, en base a ello se ha realizado el plan de marketing con el objetivo de posicionar el producto como una marca saludable que ofrece una experiencia única a sus consumidores debido al atractivo visual durante la preparación de este. Adicionalmente, se desarrolló el plan de implementación y operación del negocio, especificando los requerimientos de infraestructura y equipo necesario.

Respecto al quinto objetivo específico, se obtuvo como resultado la viabilidad económica del proyecto, determinando que este es viable en el escenario evaluado, reportando un VANE de 174,837 y una TIRE de 56.40%. En adición se realizó el análisis de sensibilidad del proyecto gracias al cual se determinó que las variables que más afectan a la viabilidad económica del mismo son: el precio y la participación de mercado.

En síntesis, después del análisis realizado en el presente trabajo de tesis, se determina que el presente plan de negocio es viable y conveniente en el escenario evaluado. Por tanto, en atención al objetivo general de este plan de negocio, se recomienda su implementación y puesta en marcha.