

UNIVERSIDAD ESAN



**PLAN DE NEGOCIOS PARA IMPLEMENTAR UN SERVICIO DE
DELIVERY DE ALMUERZOS NUTRICIONALES PARA ESCOLARES
DEL DISTRITO DE SANTIAGO DE SURCO DE 1RO A 5TO DE
PRIMARIA**

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

Rosario Adriana Arze Zapata	Mención en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión
Rosario Chiclla Medina	Mención en Finanzas Corporativas
Carlos Manuel Elorreaga Aldana	Mención en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión
Luis Antonio Soles Valdivia	Mención en Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión
Alexander Vidalón Oppe	Mención en Marketing

Programa de Magíster a Tiempo Parcial 58

Lima, 29 de Marzo de 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocios consiste en la elaboración y distribución por delivery de almuerzos nutricionales dirigidos a niños que cursan entre primero a quinto grado de primaria que asisten a alguno de los 9 colegios seleccionados que corresponden al distrito de Santiago de Surco y que se encuentran ubicados desde la zona del Jirón Jacarandá hasta la Av. Primavera.

Los 9 colegios seleccionados son el colegio Inmaculada, Casuarinas, Monterrico Christian School, Trener, Hans Christian Andersen, Antares, Nuestra Sra. del Consuelo, Regina Pacis y San José de Monterrico.

Todos los colegios seleccionados se ajustan al perfil del público objetivo determinado para el negocio, el cual se centra en los NSE A y B+, por lo tanto los usuarios potenciales del servicio se encuentran estudiando actualmente en dichos colegios.

El servicio de delivery de almuerzos nutricionales presenta un cuidado especial en la preparación de los menús para los niños ofreciendo un balance adecuado en cuanto a contenido de elementos energéticos (carbohidratos y grasas), reguladores (frutas y verduras) y constructores (proteínas y vitaminas) además de estar acompañados de una permanente asesoría nutricional interna en el negocio para la preparación de la variedad de platos y externa a través de las charlas de orientación en nutrición dirigidas a las autoridades de las instituciones educativas, a los padres y los alumnos que conforman el público objetivo. Adicionalmente, el servicio contempla una supervisión por parte del personal del negocio para garantizar una buena recepción y consumo de los almuerzos en el punto de entrega.

El local destinado como centro de operaciones para la preparación de los almuerzos y coordinación de la distribución de los mismos se encuentra ubicado en Jirón Los Laurales 141 a pocos metros del Plaza Vea del Jr. Jacarandá, ello debido a la facilidad operativa prevista para la distribución en los colegios seleccionados.

El negocio se constituirá como MYPE, bajo la denominación de “NutriLunch SAC”. El actual competidor principal no ejerce influencia directa en el negocio debido a que se dirige a otro segmento de mercado, pese a que su modelo de negocio es similar pero con menos relevancia en el valor nutricional de su oferta.

De la investigación de mercado se concluye que existe un interés de los padres de familia por lo nutritivo y saludable para sus hijos a la hora de almuerzo y conforme a ello, frente a la oferta del servicio propuesto por NutriLunch, el estudio muestra un 24% de intención de compra segura para el cálculo de la demanda potencial que bordea los 758 almuerzos diarios de un universo de 3,203 almuerzos diarios considerados para el conjunto de los 9 colegios seleccionados. La demanda efectiva calculada con un 33% de cobertura de atención sobre la demanda potencial arroja una demanda efectiva de 250 almuerzos diarios para el primer año de operación en NutriLunch.

La estrategia de marketing busca generar un crecimiento intensivo de la demanda desde el primer año con un crecimiento del 25%, 27%, 25% y 23% para el 2do. 3ro, 4to y 5to año respectivamente. Para ello se han establecido estrategias de difusión específicas a través de medios de comunicación digitales y actividades presenciales para alcanzar dichos objetivos de crecimiento propuestos.

Financieramente, el negocio es viable, con un VAN económico de S/. 306,103 y una TIR económica de 63%.