



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS

“Venta de abarrotes y productos de consumo masivo
vía online en los distritos de Lince, Jesús María y
Pueblo Libre – Lima”

Programa especial de titulación para optar por el
título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Bachiller: Huamán Garay, Jorge Luis

Licenciado en Administración de Empresas

Bachiller: Esperilla Vadillo, Juan Carlos

Lima – Perú

2017

Grupo 2017-26A-3

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como objetivo demostrar que el plan de negocio para el establecimiento de una bodega online de productos de consumo masivo en los distritos de Lince, Jesús María y Pueblo Libre de la ciudad de Lima es viable de implementar.

Con la implementación de la tienda online se pretende satisfacer las necesidades de alimentación y compra de artículos para el hogar de los clientes y sus deseos de ahorrar costos y tiempo en realizar las compras de productos y a la vez, se busca mejorar su calidad de vida. Nuestro negocio expenderá productos de consumo masivo, principalmente alimentos, nuestro público objetivo primario está conformado por las personas encargadas de hacer las compras para el hogar, de 25 a 45 años de edad, pertenecientes a los NSE B y C que vivan en los distritos de Lince, Jesús María y Pueblo Libre de la ciudad de Lima y cuyo estilos de vida son progresistas y sofisticados.

I

Este plan se inicia describiendo la idea de negocio y su representación a través del desarrollo del mismo. Luego, analizamos los factores del entorno externo que afectarán a nuestro plan de negocio a lo largo del tiempo y mediante el análisis del sector de alimentos y artículos de higiene personal y limpieza de los distritos mencionados, se demuestra que estos poseen un grado de posicionamiento importante.

La investigación de mercado incluyó entrevistas a expertos del sector minimarket y encuestas a amas de casa que realizan sus compras en los mercados de Lobaton, Rospigliosi y Riso, y en supermercados de los distritos mencionados; se demostró que el negocio de la bodega online es rentable y que existe una intención certera de las amas de casa pertenecientes al segmento por la compra de productos en el negocio propuesto. El análisis interno a través de la cadena de valor, y luego a través del análisis de los recursos y capacidades, determinaron como elementos de la ventaja competitiva el poseer una mejor y rápida respuesta a las necesidades de los clientes.

Con la información del análisis externo e interno y tomando en cuenta los factores más valorados por los clientes en la encuesta en cuanto a productos de consumo masivo, principalmente alimentos, se definió el plan estratégico, en el cual optamos por la estrategia genérica de enfoque de mejor valor, que nos permite ofrecer productos a un segmento de clientes con la mejor relación beneficio - costo disponible para ellos.

II

En el Plan de Marketing, buscamos posicionar al negocio como la empresa de venta online de productos de consumo masivo de referencia del sector por tener los mejores precios, el mejor servicio, una buena selección de productos y diferenciarse por la experiencia de compra con la rapidez y comodidad.

En el plan de Operaciones describimos los procesos, desde la compra de inventario hasta el servicio postventa, esto se hará en un local alquilado de 200 m, ubicado, en la Av. Militar en el distrito de Lince. La calidad del producto se asegurará a través de una buena elección de proveedores y políticas de inocuidad de alimentos. Se describen también el diseño y distribución de planta, la capacidad de las operaciones, el soporte de los sistemas de información y la formalización de la empresa.

III

El Plan de Organización muestra la estructura organizacional de la empresa, formada como una organización profesional. La cultura organizacional estará basada en valores, en las relaciones humanas con los colaboradores y en dirección de servicio al cliente, aspectos que permitirán propiciar un clima laboral bueno. Se busca atraer a personal con talento y con vocación de servicio a través de las buenas prácticas en la gestión de recursos humanos.

IV

El Plan Financiero indica que las fuentes de financiamiento estarán conformadas por aporte de accionistas con un 70% y 30% de deuda con el Banco de crédito del Perú. Realizado el cálculo de los estados financieros y del flujo de caja, en base a los presupuestos requeridos para tal fin, los indicadores de rentabilidad en todos los niveles de sensibilidad determinaron que el negocio es rentable económica y financieramente.

Se implementarán prácticas de gestión para darle valor a la empresa y así alcanzar las expectativas de los inversionistas y socios estratégicos de la empresa.

V

Evaluamos nuestro plan de negocio identificando, valorando y comparando entre si los costos y beneficios, para esto contemplamos todos los flujos financieros de nuestro plan de negocio.

Por todo esto, concluimos que el plan de negocio de la tienda online de abarrotes es viable y reúne las condiciones para su implementación y desarrollo.
