



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

“Establecimiento de una panadería especializada en panes andinos en Lima Metropolitana, distrito de Jesús María”

Plan de Negocios para optar el Título de:

Licenciada en Administración de Empresas;

Bachiller Fiestas Ruiz, Eleonora Katerin

Licenciada en Administración de Empresas;

Bachiller Mayta Huaman, Susán Eliandra

Licenciada en Administración de Empresas;

Bachiller Parcco Tica, Lina Flor

Agosto, 2016

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a Dios por que nos dio la fortaleza que necesitábamos, luego a nuestros padres por creer en nuestra capacidad y a cada uno de nuestros docentes por sus conocimientos brindados en el trayecto de nuestra carrera.

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del presente plan de negocio es demostrar la factibilidad y viabilidad del establecimiento de una panadería especializada en panes andinos para así tomar la decisión de su posible ejecución

La panadería tendrá por nombre PanaMisky y se dedicará a la elaboración y venta de panes andinos y productos de cafetería, iniciará operaciones con un local ubicado en el distrito de Jesús María en la Av. Horacio Urteaga N° 1208, estratégicamente seleccionado, considerando que a sus alrededores se encuentran centros de gran afluencia de público tales como: iglesia, parques, bancos, supermercados, heladerías, restaurantes, etc.

Para la realización de este plan de negocio se recopiló información a través de fuentes primarias y secundarias, es en ese sentido que de acuerdo a las encuestas realizadas por el equipo de trabajo se logró conocer que el 92.92% de las personas estarían dispuestas a cambiar su panadería predilecta por una que le ofrezca variedad de panes andinos.

En el distrito se identificó a 3 competidores directos (Panadería San José, Panadería “El Arte del Pan” y Panadería Metro) los cuales venden tres tipos de panes andinos (pan chapla, serrano y quinua) enfocándose principalmente en la venta de panes tradicionales, a diferencia de su competencia PanaMisky buscará revalorar lo nuestro introduciendo en su cartera mayor variedad de panes oriundos de los diferentes departamentos del Perú.

El pan andino estará dirigido a un segmento de mercado conformado por hombres y mujeres del nivel socio económico “B” que buscan consumir productos que aporten a su salud. En cuanto a los panes tradicionales, estos estarán enfocados a un público en general puesto que es un alimento imprescindible en la dieta de las personas. De igual forma las estrategias de marketing que se usaran estarán direccionadas a captar mayor clientela a partir de la venta de panes andinos junto con productos de cafetería aprovechando el producto principal. En cuanto a la inversión total de este plan de negocio se ha presupuestado un total de S/.147,389.73, el cual será financiado en un 74.69% por los socios y un crédito de capital de trabajo del 25.31%, otorgado por el banco Scotiabank (entidad elegida por presentar menor tasa de interés).

Con respecto a la evaluación financiera del presente plan se determinó un VAN económico de S/.167,581.04 y una TIR de 50.58 %, con un periodo de recuperación de 2 años y 2 meses y 24 días.

Por lo expuesto en líneas anteriores y por los argumentos que son exployados en las siguientes páginas, se cree firmemente en la viabilidad y rentabilidad de este plan de negocio.