

UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL SUR
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

Desarrollo de un plan de negocio de una panadería orgánica - Pandino

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:

Karina Jacki Mercado Vasquez
Dora Herlinda Espino Ventura
Julio Andrés Guzmán Tipacti
Mariela Marleni Quispe Huamani

LIMA - PERÚ

2019

ANEXO 6

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 20/05/2019

Facultad	Ciencias Empresariales			
Carreras de pre grado				
Ingeniería de Sistemas Empresariales	<input type="checkbox"/>	Ingeniería de Sistemas de Información y Gestión - CPE	<input type="checkbox"/>	
Ingeniería Económica y de Negocios	<input type="checkbox"/>	Administración de Empresas - CPE	<input checked="" type="checkbox"/>	
Administración de Negocios Internacionales	<input type="checkbox"/>			
Administración de Empresas	<input type="checkbox"/>			
Marketing y Administración	<input type="checkbox"/>			
Semestre /ciclo académico /módulo : CPE 2019-01 / DECIMO / 1				
Código	Alumno	Correo electrónico	Teléfono	Nota*
100028051	Mercado Vasquez,Karina Jacki	964073026mv@gmail.com		14
100028093	Espino Ventura,Dora Herlinda	despino@preansa.com.pe		15
100011118	Guzmán Tipacti,Julio Andrés	miguel_18_07@hotmail.com		14
100035052	Quispe Huamani,Mariela Marleni	mariela1292q@gmail.com		14

***Nota final del curso aprobatoria**

Título del trabajo de investigación:

DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIO DE UNA PANADERIA ORGANICA - PANDINO

El Jurado revisor toma en cuenta estos criterios de evaluación para calificar el **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller:

Aprobado (13 – 15)

Aprobado – Muy Buena (16 – 18)

Aprobado – Sobresaliente (19 – 20)

Desaprobado (0 – 12)

Comentario/sugerencias/recomendaciones/observaciones:

Los alumnos cumplieron con los requisitos mínimos del trabajo. Los comentarios son los siguientes:

- Se deben colocar las fuentes en los cuadros. Falta un índice de tabla
- Lo que se define como estrategia de plaza y distribución, es lo medios o canales donde se realizara la venta del producto, no los proveedores donde se ubican
- Rediseñar la estrategia de operaciones, porque la localización es un tema de marketing. Aquí se debe hablar sobre como será el layout del local. Como está ligada la estructura operacional para soportar el plan de marketing y ventas. El proceso debe conversarse los tiempos que demora en producir un pan o una línea de producción cuantas unidades tendrán, cuantas, horneadas, cuantas veces al día, etc etc. Se debe rehacer todo el plan de operaciones y ser más exacto. Adicionalmente, como será el plan logístico en este caso. Sera controlado los inventarios mediante un kardex?
- Se debe adjuntar en el ppt, el plan de operaciones y el plan financiero de manera completa
- En el plan de RRHH, se debe hablar sobre el proceso de contratación del personal si este será a tiempo completo, cuantas personas se tendrá. ¿Se debe trabajar de madrugada o no? ETC. Se debe complementar de lo brindado
- Se debe ingresar el costo logístico dentro de los estados de ganancias y pérdidas. Al igual que se debe desarrollar el plan logístico

Los alumnos levantaron todas las observaciones

Atentamente,



Profesor del curso

Mg. Carlo Antonio Zevallos Balceda

INDICE GENERAL

INDICE GENERAL	3
LISTA DE TABLAS	7
LISTA DE GRÁFICOS	10
CAPITULO I	11
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	11
1.1 La idea del negocio.....	11
1.2 Descripción y nombre del negocio	11
1.2.1 Beneficios de la implementación de la kiwicha y la maca	12
1.2.2 Nombre de la empresa	12
1.3 Nombre comercial y logo de la empresa	12
1.3.1 Nombre comercial	13
1.3.2 Logo del plan de negocio.....	13
CAPITULO II	13
2. ANÁLISIS DEL MERCADO	13
2.1 Análisis del entorno	13
2.1.1 Factor Social:.....	14
2.1.2 Factor Económico:.....	15
2.1.3 Factor Político:	15
2.1.4 Factor Tecnológico:.....	17
2.1.5 Factor Ecológico.....	20
2.2 Análisis de la industria	21
2.2.1 Tendencia de panes tradicionales y artesanales.....	22
2.3 Análisis del sector.....	23
2.3.1 Análisis geográfico	23
2.3.2 Análisis demográfico	24
2.4 Análisis del estudio.....	28
2.4.1 Distrito de Santiago de Surco (L33).....	28
2.4.2 Distrito de Surquillo	29
2.4.3 Distrito de San Borja	30

CAPITULO III.....	32
3. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO	32
3.1 Estrategia	32
3.1.1 Fuerzas de Porter	32
3.1.1.1 Amenaza de nuevos competidores	32
3.1.1.2 Poder de negociación de los proveedores.....	33
3.1.1.3 Poder de negociación de los clientes	37
3.1.1.4 Amenaza de productos sustitutos	39
3.1.1.5 Rivalidad entre competidores	39
3.1.2 Ventajas competitivas.....	43
3.2 Misión.....	43
3.3 Visión	43
3.4 Objetivos estratégicos.....	43
3.5 Análisis FODA	44
3.6 Estrategias genéricas.....	45
3.6.1 Estrategia de diferenciación.....	45
3.6.2 Calidad/Precio del producto	46
3.7 Análisis del plan estratégico	47
3.7.1 Análisis estratégico.....	47
3.7.2 Marketing mix	48
3.7.2.1 Análisis de las 5P's.....	48
CAPITULO IV:	53
4. PLAN DE MARKETING	53
4.1 Objetivos de posicionamiento y mezcla de marketing	53
4.1.1 Objetivos de posicionamiento	53
4.1.2 Estrategia y ciclo de vida del producto.....	54
4.1.3 Objetivos del producto	56
4.1.4 Objetivos de la promoción.....	56
4.1.5 Objetivos de la plaza.....	57
4.1.6 Objetivos Del precio.....	57
4.1.7 Objetivos de las personas	57

4.1.8	Recuperación del capital invertido	58
4.2	Estrategia de producto	61
4.3	Estrategia de Precio	61
4.4	Estrategia de plaza o distribución	63
4.4.1	Micro localización	63
4.4.2	Punto de producción	68
4.4.3	Conclusión de la ubicación del proyecto	70
4.5	Estrategia de promoción y publicidad	70
4.6	Estrategia de ventas	71
4.7	Canales de distribución.....	72
4.8	Análisis de plan de marketing	73
CAPÍTULO V:.....		74
5.	PLAN DE OPERACIONES.....	74
5.1	Estrategia de operaciones	74
5.2	Gestión de operaciones	75
5.2.1.	Diseño del producto o servicio	75
5.2.2.	Proceso productivo	77
5.3	Alcances y limitaciones del diseño de las operaciones	77
5.3.1.	Alcances.....	78
5.3.2.	Limitaciones del diseño de operaciones	78
5.4	Análisis del Plan de Operaciones	78
5.4.1	Uso de metodología del Kardex para producción de PANDINO.....	79
6.	ORGANIZACIÓN Y PLAN DE RECURSOS HUMANOS	82
6.1	Diseño organizacional	82
6.1.1	Elementos y parámetros de diseño	83
6.1.2	Configuraciones organizacionales.....	85
6.1.2.1	Perfil del Profesional, Descripción de las Funciones	86
6.2	Gestión de recursos humanos	88
6.2.1	Clima Organizacional.....	89
6.2.2	Selección de personal	90
6.2.3	Política salarial y laboral	90

6.3	Análisis del plan organizativo y de recursos humanos.....	91
CAPÍTULO VII:		96
7.	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	96
7.1	Presentación del plan financiero.....	96
7.1.1	Proyecciones.....	96
7.1.1.1	De los tres escenarios de mercados distritales.....	97
7.1.1.2	Determinación de Cantidad de Panes PANDINO a repartir.....	98
7.1.2	Supuestos y políticas financieras.....	98
7.1.3	La inversión	99
7.1.3.1	Estructura de inversión tangible e intangible	99
7.1.4	Proyección de ventas	102
7.1.5	Proyección de costos	103
7.1.5.2	Requisición de materiales para elaboración de PANDINO.....	103
7.1.6	Análisis económico y financiero	105
7.1.7	Indicadores de rentabilidad del proyecto.....	106
7.2	Fuentes de financiamiento	107
7.3	Análisis del plan financiero y económico.....	108
8.	CONCLUSION	108
9.	ANEXOS	109
10.	BIBLIOGRAFIA	135

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Datos Socioeconómicos	24
Tabla 2: Perú: Población Censada y tasa de crecimiento promedio Anual, de los distritos de LM al 2017	25
Tabla 3: público objetivo	26
Tabla 4: Estilos de Vida	27
Tabla 5: Población del Distrito de Surquillo	29
Tabla 6: Población del distrito de San Borja	31
Tabla 7: Participación de mercado d Casagrande S.A.A.....	35
Tabla 8: Participación de mercado de categorías y posicionamiento.....	36
Tabla 9: Participación de panaderías en Stgo. De Surco.....	39
Tabla 10: Competidores de panadería en Surquillo	40
Tabla 11: Competidores directos en San Borja	40
Tabla 12: Resumen del Análisis de la Propuesta de Porter	42
Tabla 13: Medios	51
Tabla 14: Plan de Marketing	59
Tabla 15: Presupuesto anual de plan de marketing	61
Tabla 16: Características del producto PANDINO	75
Tabla 17: Requisición de Materiales para PAN PANDINO	79
Tabla 18: Tarjeta Kardex de la Harina de Maca y/o Kiwicha	80
Tabla 19: Política salarial y laboral	90
Tabla 20: Repartición Retail a Surco, Surquillo y San Borja.....	97
Tabla 21: Inversión intangible de PANDINO	99

Tabla 22: Inversión Intangible de PANDINO	100
Tabla 23: Supuestos para la proyección de ventas	102
Tabla 24: Proyección de ventas del 2019 al 2023	102
Tabla 25: Materiales para Elaboración de PAN PANDINO	103
Tabla 26: Determinación de Pan Pandino por mes	104
Tabla 27: gastos de Planilla de remuneraciones.....	104
Tabla 28: Flujo de caja económico-Financiero Proyectado	105
Tabla 29: Indicadores financieros VANE, TIRE y VANF y TIRF	106
Tabla 30: Supuestos de Financiamiento con Scotiabank.....	107

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logo Pandino	13
Figura 2: Herramientas digitales	19
Figura 3: Ubicación del proyecto	24
Figura 4: Dirección específico del proyecto en Distrito de Surco.....	29
Figura 5: 5 fuerzas de Porter	32
Figura 6: Portafolio de productos de ALICORP	34
Figura 7: Identificación de Tipo de clientes	37
Figura 8: Estilos de vida de los clientes	38
Figura 9: Estrategia de diferenciación	46
Figura 10Calidad del pan PANDINO.....	46
Figura 11: Razones de la idea del negocio	47
Figura 12: Ciclo de vida del proyecto	54
Figura 13: Matriz BGC.....	56
Figura 14: Localización Av .Los Próceres	66
Figura 15: Localización B.- Av. Ramón Castilla	67
Figura 16: Localización C.- Av. Alfredo Benavides	68
Figura 17: Formas de presentación de panes PANDINOS	71
Figura 18: Proceso DOP de Fabricación de PANDINO	77
Figura 19: Organigrama de la MYPE PANDINO.....	85

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estacionalidad de la producción de trigo	21
Gráfico 2: Datos socioeconómicos de Stgo. De Surco	27
Gráfico 3: Ventas por país	35

CAPITULO I

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1 La idea del negocio

El plan de negocio que vamos a desarrollar es la elaboración y distribución de pan a base de Maca y Kiwicha, porque queremos que al momento que nuestros clientes consuman el pan de molde se complemente con estos ingredientes nutritivos ya que contienen vitaminas, minerales que te ayuda a tener mayor energía durante el día, consideramos importante elaborar el pan de molde con estos 2 ingredientes porque uno de los problemas que afecta a nuestro país es la desnutrición y sobre todo la desnutrición infantil, con este producto queremos que nuestros clientes lleven a su mesa un producto nutritivo que puede ser consumido por todos los miembros de la familia.

Nuestro punto de venta estará situado en el Distrito de Santiago de Surco (344 242), Av. Próceres cdra. 4 donde se realizará la elaboración y la distribución de nuestros productos. Mediante este plan de negocio queremos aprovechar nuestros recursos nutritivos que nos brinda nuestro País, la oportunidad de desarrollo de nuestro plan de negocio es muy amplio debido que el producto es innovador, nutritivo que la mayoría lo consume en su desayuno o cena, tenemos un amplio mercado para desarrollarnos.

1.2 Descripción y nombre del negocio

Se elaborará y distribuirá pan a base de maca y kiwicha, el desarrollo de productos panificados funcionales es un requerimiento actual, ya que favorecen a la prevención de padecimientos y optimizan la salud de los individuos, sin embargo, para que eso se produzca los panes deberán poseer ingredientes que le ofrezcan funcionalidad y favorezcan la salud de