

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



**ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**“PLAN DE NEGOCIOS APERTURA DE UNA
POLLERÍA QUE BRINDE GUARNICIONES
DIFERENTES EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

GUTIERREZ HONORES ALEJANDRA VICTORIA
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-4460-6982

DE LA CRUZ RIXE SONIA ELIZABETH
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-6586-4681

ASESOR:

Mg. GÓMEZ ACHOCALLA JOSE LUIS
CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5410-0512

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y
DESARROLLO INSTITUCIONAL**

LIMA, PERÚ

NOVIEMBRE, 2013

Dedicatoria

Este trabajo fue realizado con todo mi cariño, esfuerzo y dedicación, se lo dedico a mis padres, quienes siempre estuvieron acompañándome en toda mi vida personal y profesional.

Los considero las personas a quienes les debo todos mis logros y agradeceré siempre por ayudarme a ser la mujer y profesional que soy.

Papá y Mamá

Agradecimiento

Gracias a cada persona que fue parte de mi vida profesional, compañeros y maestros a quienes agradezco sus consejos y amistad.

Quisiera darles las gracias también a las personas que me brindados una oportunidad laboral y confiaron en mis habilidades para poder aportar en sus actividades.

Resumen

El presente trabajo empresarial denominado “SUMAQ” analiza la propuesta de un plan de negocios en Lima.

El origen del nombre de la empresa es quechua; esto, para causar una mayor relevancia en los productos nativos que estamos utilizando, siendo estos la papa tarmeña, la papa perricholi, la papa negra y la yuca, pues todas ellas cuentan con un sabor agradable y adecuado al momento de preparar nuestros platos.

El consumo de pollos a la brasa se ha incrementado notablemente con el paso de los últimos años, por ello, vimos una oportunidad de negocio en uno de los distritos de mayor población en Lima denominado Los Olivos.

Sin embargo, se puede observar que se ha mantenido la misma presentación del mencionado potaje, por este motivo pretendemos incursionar en el mercado, ofreciendo un adicional que se encuentra dentro de los gustos de los peruanos, siendo estos: plátano, huevos fritos, deliciosas y llamativas ensaladas en las que destacan sus ingredientes de origen nativo.

Nuestra pollería ofrece a los comensales, formas adicionales de acompañar al pollo a la brasa, actualmente nuestros precios nos permiten atraer al cliente, porque nuestros competidores directos ofrecen precios mucho más elevados.

El nombre de nuestro restaurante “SUMAQ” significa agradable, sabroso; a su vez es sugestivo para el público objetivo, teniendo como base que la comida peruana ha crecido y ganado reconocimiento internacional, por lo cual las personas están más orgullosas y se sienten más identificados con nuestra cultura.

Pudimos observar que un 74% de los encuestados solicita o le gustaría acudir a un restaurante diferente de pollo a la brasa, lo que nos permite afirmar que hay gran demanda. Cabe indicar que gran parte de los encuestados degusta del pollo a la brasa frecuentemente. Se ha identificado un gran porcentaje de encuestados interesados en nuevos acompañamientos para el pollo a la brasa.

Palabras Clave: consumo, mercado, gustos, comensales, precios, cultura, demanda.

Abstract

The origin of the name of the company “SUMAQ” is Quechua; this, to cause a greater relevance in the native products that we are using, these being the “tarmeña” potato, the “prricholi” potato, the black potato, and yucca, since all of them have pleasant and appropriate flavor when preparing our dishes.

The consumption of grilled chicken has increased notably over the last few years, therefore, we saw a business opportunity in one of the most populated districts in Lima called Los Olivos.

However, it can be appreciated the same presentation as aforementioned stew has been maintained, that’s why we pretend enter in Lima market, offering an additional that is within the tastes of Peruvians, these being: banana, fried eggs, delicious and striking salads in which their ingredients of native origin stand out.

Our chicken restaurant offers additional ways to accompany grilled chicken, currently our prices allow us to attract the customer, because our direct competitors offer much higher prices.

The name of our restaurant “SUMAQ” means nice, tasty; at the same time, it is suggestive for the target audience, based on the fact that peruvian food has grown and gained international recognition, for which people are more proud and feel more identified with our culture.

We are able to observe that 74% of those surveyed request or would like to go to a different grilled chicken restaurant, which allows us to affirm that there is a great demand. It should be noted the most of the respondents frequently eat grilled chicken. A large percentage of respondents interested in new accompaniments for grilled chicken have been identified.

Keywords: consumption, market, tastes, diners, prices, culture, demand.