



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
IDAT  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN CONTABILIDAD**

**Trabajo de Aplicación Profesional para obtener el título profesional**

**Elaboración y comercialización de chocolate de cacao orgánico  
integrado con frutos secos y cereales andinos**

**Trabajo de Aplicación Profesional para obtener el título profesional**

**Ingrid Castro Mendoza  
(0009-0006-9848-4913)  
Sindy León Ortega  
(0009-0007-2829-2841)**

**Lima – Perú  
2025**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| ÍNDICE.....   | 2  |
| RESUMEN EJECUTIVO.....  | 4  |
| INTRODUCCIÓN.....   | 5  |
| CAPÍTULO I: DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....   | 6  |
| 1.1. Idea de Negocio.....   | 6  |
| 1.2. Diagnóstico de la Idea de Negocio.....   | 8  |
| 1.3. Justificación del Plan de Negocio (Análisis de la Oportunidad).....  | 17 |
| CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO.....   | 21 |
| 2.1. Análisis del Microentorno (5 Fuerzas de Porter).....   | 21 |
| 2.2. Análisis del Macroentorno (Factores PESTE: político, económico, social, tecnológico, ecológico y ambiental)..... | 29 |
| CAPÍTULO III: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.....   | 39 |
| 3.1. Misión.....  | 39 |
| 3.2. Visión.....  | 39 |
| 3.3. Valores Empresariales.....   | 40 |
| 3.4. Matriz FODA y Matriz DAFO.....   | 40 |
| 3.5. Objetivos Estratégicos.....  | 43 |
| 3.6. Estrategia Genérica de Porter.....   | 44 |
| 3.7. Cronograma de Actividades (Diagrama de Gantt).....   | 47 |
| CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO.....  | 49 |
| 4.1. Análisis de la Oferta (Competencia directa y potencial).....   | 49 |
| 4.2. Análisis de la Demanda.....  | 57 |
| CAPÍTULO V: PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.....   | 85 |
| 5.1. Análisis del Mercado (Características y segmentación).....   | 85 |

|   |     |
|---|-----|
| 5.2. Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción).....                        | 92  |
| 5.3. Formulación Estratégica (basada en el FODA). ....                              | 115 |
| 5.4. Proyección de Ventas.....  | 118 |
| CAPÍTULO VI: PLAN TÉCNICO.....  | 125 |
| 6.1. Localización del negocio (Macro y Micro localización) .....                    | 125 |
| 6.2. Tamaño del negocio (Capacidad instalada) .....                                 | 130 |
| 6.3. Necesidades (Equipos, mano de obra, insumos).....                              | 132 |
| 6.4. Costos (Directos e indirectos).....  | 135 |
| 6.5. Proceso de producción u operación (Diagrama de flujo).....                     | 142 |
| 6.6. Certificaciones necesarias .....   | 144 |
| 6.7. Impacto en el medio ambiente .....   | 146 |
| CAPÍTULO VII: PLAN ORGANIZACIONAL, PERSONAL Y LEGAL .....                           | 153 |
| 7.1. Constitución de la empresa (trámites, permisos, costos). ....                  | 153 |
| 7.2. Obligaciones tributarias y laborales.....                                      | 155 |
| 7.4. Descripción de funciones (MOF).....  | 159 |
| CAPÍTULO VIII: PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO.....                                     | 161 |
| 8.1. Estructura de inversiones. ....  | 162 |
| 8.2. Presupuesto de ingresos y egresos. ....  | 163 |
| 8.3. Cuadro de amortización (financiamiento externo). ....                          | 165 |
| 8.4. Flujo de caja (económico y financiero).....                                    | 165 |
| 8.5. Evaluación financiera (VAN, TIR, Punto de equilibrio). ....                    | 166 |
| 8.6. Estados financieros proyectados (Balance general y Estado de resultados). .... | 167 |
| CONCLUSIONES .....  | 169 |
| RECOMENDACIONES.....  | 171 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....   | 172 |
| ANEXOS .....  | 175 |

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios propone la creación de **ChocoVida Funcional E.I.R.L.**, una empresa innovadora dedicada a la elaboración y comercialización de chocolate funcional premium, elaborado con **70 % de cacao fino de aroma peruano**, cereales andinos (quinua y kiwicha) y frutos secos (pecanas, castañas), dirigido a un segmento de consumidores conscientes, saludables y sostenibles. El producto estará disponible en presentaciones individuales y en packs promocionales, con un enfoque en el distrito de **Miraflores**, Lima Metropolitana, reconocido por su estilo de vida cosmopolita y saludable.

La propuesta busca posicionarse como una marca emergente en el nicho de alimentos funcionales gourmet, con un enfoque de **triple impacto**: nutricional, ambiental y social. Para ello, se contempla una inversión inicial de S/ 78,450, la cual incluye maquinaria, acondicionamiento del local, marketing inicial, capital de trabajo y desarrollo de activos intangibles. El modelo de negocio se sustenta en una producción semindustrial de 1,200 unidades mensuales, con la capacidad de escalar según la demanda.

El estudio de mercado revela una tendencia creciente hacia productos saludables, sin aditivos artificiales, sostenibles y de origen local, lo que valida la propuesta de valor. Además, el plan contempla canales de venta mixtos (ferias, e-commerce, puntos boutique), campañas de marketing digital y alianzas con influencers del ámbito healthy & fitness.

El análisis financiero proyecta una recuperación de la inversión en un periodo de tres años, con utilidades crecientes desde el segundo año. La evaluación financiera refleja indicadores positivos como un VAN atractivo, una TIR superior al costo de oportunidad y un punto de equilibrio alcanzable desde el primer año.