



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ESCUELA DE NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE

GELATERÍA ARTESANAL ITALIANA, QUE COMBINA LA

REPOSTERÍA Y FRUTAS EXÓTICAS DEL PERÚ - DISTRITO DE

MIRAFLORES.

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Escuela de

Negocios

LUZ ARACELY MARTINEZ NAPANGA

(0009-0007-6811-9461)

MIJHAEL ALEXSANDER CONDORI PARIONA

(0009-0002-8755-6302)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

Dedico este proyecto a Dios, a mis padres, por su amor y fe constante en mis capacidades; a mi asesor por su guía sabia y paciencia académica que enriqueció este trabajo; y a mí mismo(a) por la perseverancia y compromiso que dediqué para este proyecto.

Luz Aracely Martinez Napanga

Mijhael Alexsander Condori Pariona

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	12
Introducción	13
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio	14
Objetivo.....	14
Objetivo específico	14
Descripción de la idea de negocio	14
Propuesta de valor.....	15
<i>Matriz Bussines Model Canvas.....</i>	<i>15</i>
<i>Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas</i>	<i>16</i>
Capítulo II: Análisis interno y externo	18
Factores que Determinan el Éxito.....	18
Organización.....	18
Matriz de los Factores Internos MEFI.	20
<i>Fortalezas</i>	<i>20</i>
<i>Debilidades</i>	<i>21</i>
Análisis PESTEL	24
<i>Factores legales y políticos</i>	<i>24</i>
<i>Factores Financieros y Económicos.....</i>	<i>24</i>
<i>Factores Sociales, Culturales y Demográfica</i>	<i>25</i>
<i>Factores Tecnológicos y Científicos.....</i>	<i>26</i>
<i>Factores Ambientales y Ecológicos</i>	<i>26</i>
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	27

	4
<i>Poder de Negociación con los Clientes</i>	27
<i>Poder de negociación con los proveedores</i>	28
<i>Amenaza de los productos o servicios sustitutos</i>	29
<i>Amenaza de entrada de nuevos competidores</i>	30
<i>Rivalidad de los competidores actuales</i>	31
<i>Grado de atracción de la industria o sector</i>	31
Matriz de los Factores Externos MEFE	32
Capítulo III: Planeamiento Estratégico	34
Misión	34
Visión	34
Valores	34
Objetivo Estratégico.....	35
FODA.....	35
<i>Fortaleza</i>	35
<i>Debilidades</i>	36
<i>Amenazas</i>	37
<i>Oportunidades</i>	38
<i>Estrategia FO</i>	39
<i>Estrategia DO</i>	40
<i>Estrategia FA</i>	40
<i>Estrategia DA</i>	41
Matriz FODA	42
Ventaja competitiva	42

El Mapa Estratégico.....	44
Indicadores para Medir las Estrategias	45
Diagrama de Gantt	46
Capítulo IV: Análisis de Mercado.....	48
Análisis de mercado.....	48
<i>Mercado meta</i>	48
<i>Prototipo para la encuesta</i>	49
<i>Método de investigación</i>	49
<i>Muestra</i>	50
<i>Conformación y tamaño de muestra</i>	50
<i>Resultados de la encuesta</i>	50
Estimación de la Demanda.....	53
<i>Demanda en unidades</i>	53
Proyección de ventas.....	54
Capítulo V: El Plan de Marketing.....	55
Variables de segmentación del consumidor.....	55
Mapa de experiencia del cliente.....	57
Marketing Mix	58
<i>Estrategia del producto o servicio</i>	58
<i>Estrategia de precio</i>	60
<i>Estrategia de distribución y canales de venta</i>	61
<i>Estrategia de comunicación integral</i>	62
Costos de Marketing	64

Capítulo VI: Gestión de Operaciones Productivas	66
Selección de la Ubicación del Negocio.	66
Proceso de Producción del Producto.....	67
Plan de Producción	68
<i>Equipos e infraestructura</i>	68
<i>Tiempo de producción</i>	69
<i>Capacidad de producción</i>	70
<i>Número de personas necesarias para la producción</i>	71
<i>Diagrama de procesos</i>	71
Gestión de Calidad.....	72
Costo de las Operaciones Productivas	73
Capítulo VII: La Gestión Logística	76
Gestión de las Compras	76
<i>Identificación de los proveedores</i>	76
<i>Método de control de inventarios</i>	77
Gestión del Almacenamiento.....	79
<i>Diseño de almacén</i>	79
<i>Método de almacenamiento</i>	80
Gestión de la Distribución	81
<i>Determinación de las unidades de transporte</i>	82
<i>Plan de rutas</i>	82
Costo de la Gestión Logística	83
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales.....	84

Organigrama	84
Requerimiento de los Cargos	84
Funciones y Responsabilidades	86
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal	90
Proceso de inducción, capacitación y evaluación del personal.....	91
Estrategias de motivación y remuneración para el personal.	93
Costo del Personal.....	95
Requisitos para constitución del negocio.....	95
Capítulo IX: Plan Financiero.....	99
Consideraciones Iniciales.....	99
Financiamiento de la Inversión.....	99
Estructura de Costos	100
<i>Costos Variables</i>	100
<i>Costos Fijos</i>	101
Proyección de Ventas.....	101
Análisis del Punto de Equilibrio	102
Inversión y el Capital de Trabajo.....	103
Estados Financieros	105
Evaluación Financiera.....	107
Conclusiones y Recomendaciones.....	109
Referencias Bibliográficas.....	112
Anexos	115

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Matriz MEFI</i>	22
Tabla 2. <i>Factores Políticos y Legales</i>	24
Tabla 3. <i>Factores Financieros y Económicos</i>	25
Tabla 4. <i>Factores Sociales, Culturales y Demográficos</i>	25
Tabla 5. <i>Factores Tecnológicos y Científicos</i>	26
Tabla 6. <i>Factores Ambientales y Ecológicos</i>	27
Tabla 7. <i>Poder de Negociación con los Clientes</i>	28
Tabla 8. <i>Poder de Negociación de Proveedores</i>	28
Tabla 9. <i>Amenaza de Sustitutos</i>	29
Tabla 10. <i>Amenaza de Entrantes</i>	30
Tabla 11. <i>Rivalidad de Competidores</i>	31
Tabla 12. <i>Grado de Atracción de la Industria o Sector</i>	32
Tabla 13. <i>Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)</i>	32
Tabla 14. <i>Mercado meta</i>	48
Tabla 15. <i>Resumen de Encuestas</i>	52
Tabla 16. <i>Demanda en unidades</i>	53
Tabla 17. <i>Proyección de Ventas</i>	54
Tabla 18. <i>Identificación de Costos de Marketing</i>	64
Tabla 19. <i>Presupuesto de Marketing</i>	65
Tabla 20. <i>Selección de la Ubicación del Negocio</i>	66
Tabla 21. <i>Maquinaria y Equipo</i>	68
Tabla 22. <i>Tiempo de Producción</i>	69
Tabla 23. <i>Capacidad de Producción</i>	70

Tabla 24. <i>Capacidad Personal de Producción.</i>	71
Tabla 25. <i>Costo de las Operaciones Productivas.</i>	73
Tabla 26. <i>Costo de Gelato de Suspiro a la Limeña.</i>	74
Tabla 27. <i>Costos de Servicios.</i>	75
Tabla 28. <i>Identificación de los proveedores.</i>	76
Tabla 29. <i>Método de Control de Inventarios.</i>	77
Tabla 30. <i>Método de Almacenamiento.</i>	80
Tabla 31. <i>Horarios de Distribución.</i>	82
Tabla 32. <i>Costo de la Gestión Logística.</i>	83
Tabla 33. <i>Requerimiento de los Cargos.</i>	84
Tabla 34. <i>Costo del Personal.</i>	95
Tabla 35. <i>Inscripción al RUC para Persona Jurídica.</i>	97
Tabla 36. <i>Financiamiento de la inversión.</i>	99
Tabla 37. <i>Financiamiento Neto.</i>	100
Tabla 38. <i>Costos Variables.</i>	100
Tabla 39. <i>Costos Fijo.</i>	101
Tabla 40. <i>Demanda Estimada.</i>	101
Tabla 41. <i>Análisis del Punto de Equilibrio.</i>	102
Tabla 42. <i>Inversión y el Capital de Trabajo.</i>	103
Tabla 43. <i>Estados de Resultados.</i>	105
Tabla 44. <i>Estado de Flujo de Efectivo.</i>	106
Tabla 45. <i>Resumen de Flujo de Caja.</i>	107
Tabla 46. <i>Resultados del VAN y TIR.</i>	108

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Matriz Bussines Model Canvas</i>	15
Figura 2. <i>Matriz FODA</i>	42
Figura 3. <i>Gelatos</i>	43
Figura 4. <i>Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)</i>	44
Figura 5. <i>Indicadores</i>	45
Figura 6. <i>Diagrama de Gantt</i>	46
Figura 7. <i>Prototipo para la Encuesta</i>	49
Figura 8. <i>Mapa Geográfico.</i>	55
Figura 9. <i>Mapa de Experiencia del Cliente.</i>	57
Figura 10. <i>Ficha técnica D'Gelarti.</i>	58
Figura 11. <i>Logo D'Gelarti.</i>	59
Figura 12. <i>Precio unitario de gelato.</i>	60
Figura 13. <i>Precio competencia.</i>	61
Figura 14. <i>Publicidad de Venta.</i>	63
Figura 15. <i>Diagrama de Flujo del Gelato.</i>	71
Figura 16. <i>Diseño de almacén.</i>	79
Figura 17. <i>Organigrama.</i>	84

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene como finalidad desarrollar el plan de negocio de una gelatería llamada D'Gelarti, que fusiona la tradición italiana del gelato con la repostería peruana y frutas exóticas, ofreciendo una experiencia culinaria saludable y original. El objetivo general fue diseñar un modelo de negocio rentable que destaque por su propuesta de valor basada en productos naturales, sin colorantes ni saborizantes artificiales, enfocados en el bienestar y la innovación gastronómica.

Se empleó una metodología de enfoque cuantitativo, aplicando encuestas estructuradas a potenciales consumidores ubicados en la Zona 4 del distrito de Miraflores. La muestra estuvo conformada por 396 personas, de las cuales se estimó un mercado meta de aproximadamente 59259 consumidores interesados en este tipo de productos.

Los resultados muestran una alta aceptación hacia la propuesta, donde el 90.4 % de los encuestados se mostró dispuesto a probar D'Gelarti, gelatos que mezclan técnicas italianas con ingredientes peruanos. La propuesta será implementada en Malecón Cisneros, aprovechando la alta afluencia de turistas y residentes.

Palabras clave: Gelatería, repostería peruana, frutas exóticas, fusión gastronómica, gelato.