



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE GALLETAS NUTRITIVAS PARA UN DESAYUNO INFANTIL
EQUILIBRADO A BASE DE CEREALES, JENGIBRE Y SEMILLAS DE
GIRASOL, EN EL DISTRITO DE TACNA, 2025.**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el bachiller técnico en administración de
empresas.**

**YESSICA CATHERINE ARRATIA CANAL
(0009-0004-5840-0960)**

**MARIA RAQUEL VIZCARRA YNUMA
(0009-0005-9771-8135)**

**Tacna – Perú
2025**

Dedicatoria

*A todas aquellas personitas que siempre están
allí, brindándonos su apoyo incondicional e
impulsándonos a seguir adelante.*

Índice General

PORTADA -----	1
DEDICATORIA -----	2
Índice General -----	3
Índice de tablas -----	7
Índice de Figuras -----	12
Índice de Anexos -----	15
Resumen ejecutivo -----	16
Introducción -----	17
Capítulo I -----	18
Descripción de la Idea de Negocio -----	18
Objetivo-----	18
Objetivos Específicos-----	18
Descripción de la Idea de Negocio-----	19
Propuesta de Valor-----	20
Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas-----	22
Capítulo II -----	25
Análisis Interno y Externo -----	25
Factores que Determinan el Éxito-----	25
Organización-----	26
Matriz de los Factores Internos MEFI-----	27
<i>Fortalezas</i> -----	27
<i>Debilidades</i> -----	28
Análisis PESTEL-----	30
<i>Factores Legales y Políticos</i> -----	30
<i>Factores Financieros y Económicos</i> -----	31
<i>Factores Tecnológicos y Científicos</i> -----	32
<i>Factores Ambientales y Ecológicos</i> -----	33
Análisis de las 5 Fuerzas de Poder-----	34
<i>Poder de Negociación con los Clientes</i> -----	35
<i>Poder de Negociación con los Proveedores</i> -----	35
<i>Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos</i> -----	37
<i>Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores</i> -----	37
<i>Rivalidad de los Competidores Actuales</i> -----	38
<i>Rivalidad de los Competidores Actuales</i> -----	39
<i>Barreras de entrada y salida</i> -----	40
Matriz de los Factores Externos MEFE-----	41

	4
Capítulo III -----	43
Planteamiento Estratégico -----	43
Misión -----	43
Visión -----	43
Valores -----	44
Objetivo Estratégico -----	45
Análisis FODA -----	45
<i>Ventajas de usar la herramienta FODA</i> -----	45
<i>Fortalezas (F):</i> -----	46
<i>Oportunidades (O):</i> -----	46
<i>Debilidades (D):</i> -----	47
<i>Amenazas (A):</i> -----	47
Estrategias FODA -----	48
<i>Fortalezas + Oportunidades (FO)</i> -----	48
<i>Debilidades + Oportunidades (DO)</i> -----	48
<i>Fortalezas + Amenazas (FA)</i> -----	49
<i>Debilidades + Amenazas (DA)</i> -----	49
Matriz FODA -----	49
Ventaja Competitiva -----	52
El Mapa Estratégico -----	52
Indicadores para Medir las Estrategias - El Cuadro de Mando Integral (BSC) -----	54
Diagrama de Gantt -----	56
Capítulo IV -----	64
Análisis de Mercado -----	64
Análisis de Mercado -----	64
<i>Mercado Meta</i> -----	64
<i>Prototipo para la Encuesta</i> -----	67
<i>Método de Investigación</i> -----	68
<i>Muestra</i> -----	69
<i>Conformación y Tamaño de Muestra</i> -----	70
<i>Resultados de la encuesta</i> -----	70
Estimación de la Demanda -----	92
<i>Demanda en Unidades</i> -----	92
<i>Proyección de Ventas</i> -----	93
Entrevista a experto -----	95
Focus Group -----	96

	5
Capítulo V -----	100
El Plan de Marketing -----	100
Variables de Segmentación del Consumidor-----	100
Mapa de Experiencia del Cliente -----	101
<i>Estrategia del Producto o Servicio</i> -----	102
<i>Estrategia de Precio</i> -----	103
<i>Estrategia de Distribución y Canales de Venta</i> -----	104
<i>Estrategia de Comunicación Integral</i> -----	105
Costos del Marketing -----	109
Capítulo VI -----	111
Gestión de las Operaciones Productivas -----	111
Selección de la Ubicación del Negocio -----	111
Proceso de Producción del Producto o Servicio-----	113
<i>Almacenamiento de Ingredientes</i> -----	115
<i>Mezclado de Ingredientes</i> -----	115
<i>Amasado y Laminado</i> -----	115
<i>Corte y Moldeado</i> -----	115
<i>Horneado</i> -----	115
<i>Enfriado</i> -----	115
<i>Empaque y Sellado</i> -----	116
<i>Almacenamiento</i> -----	116
<i>Distribución</i> -----	116
Plan de Producción -----	116
<i>Equipos e Infraestructura</i> -----	116
<i>Tiempo de Producción</i> -----	119
<i>Capacidad de Producción</i> -----	121
<i>Nro. de Personas Necesarias para la Producción</i> -----	122
<i>Diagrama de Procesos</i> -----	123
Gestión de Calidad -----	124
Costo de las Operaciones Productivas -----	124
<i>Costo del personal</i> -----	124
<i>Costo de Insumos y equipos</i> -----	125
<i>Costo de Servicios</i> -----	127
Capítulo VII -----	128
La Gestión Logística -----	128

	6
Gestión de las Compras	128
<i>Identificación de los Proveedores</i>	128
<i>Método de Control de Inventarios</i>	130
Gestión del Almacenamiento	131
<i>Diseño de Almacén</i>	131
<i>Método de Almacenamiento</i>	132
Gestión de la Distribución	133
<i>Determinación de las Unidades de Transporte</i>	134
<i>Plan de Rutas</i>	135
Costo de la Gestión Logística	137
Capítulo VIII	139
La Gestión de Personas y Legales	139
Organigrama	139
Requerimiento de los Cargos	141
Funciones y Responsabilidades	142
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal	144
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal	145
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal	146
Costo del Personal	147
Requisitos para Constitución del Negocio	148
Costos de Constituir el Negocio	151
Capítulo IX	152
Plan Financiero	152
Consideraciones Iniciales	152
Financiamiento de la inversión	153
Estructura de Costos	157
<i>Costos Variables</i>	158
<i>Costos Fijos</i>	158
Proyección de Ventas totales con Estrategias de Marketing	159
Análisis del Punto de Equilibrio	160
Inversión y el Capital de Trabajo	161
Estados Financieros	161
Evaluación Financiera	165
Conclusiones y Recomendaciones	167
Referencias Bibliográficas	170
Anexos	177

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Matriz Business Canvas</i> -----	21
Tabla 2 <i>Roles del Proyecto</i> -----	26
Tabla 3 <i>Matriz de los Factores Internos MEFI</i> -----	29
Tabla 4 <i>Factores Políticos y Legales</i> -----	30
Tabla 5 <i>Factores Financieros y Económicos</i> -----	31
Tabla 6 <i>Factores Sociales, Culturales y Demográficos</i> -----	32
Tabla 7 <i>Factores Tecnológicos y Científicos</i> -----	33
Tabla 8 <i>Factores Ambientales y Ecológicos</i> -----	34
Tabla 9 <i>Poder de Negociación con los Clientes</i> -----	35
Tabla 10 <i>Poder de Negociación de Proveedores</i> -----	36
Tabla 11 <i>Amenaza de Sustitutos</i> -----	37
Tabla 12 <i>Amenaza de Entrantes</i> -----	37
Tabla 13 <i>Rivalidad de Competidores</i> -----	38
Tabla 14 <i>Grado de Atracción de la Industria o Sector</i> -----	39
Tabla 15 <i>Barreras de entrada y salida</i> -----	41
Tabla 16 <i>Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)</i> -----	42
Tabla 17 <i>Matriz FODA Aplicado al Plan de Negocios</i> -----	50
Tabla 18 <i>Cuadro de Mando Integral- Indicadores</i> -----	54
Tabla 19 <i>Criterios del Mercado Meta</i> -----	64
Tabla 20 <i>Distribución de la Población del Distrito de Tacna - Inicio del 2025</i> -----	65
Tabla 21 <i>Extracto de la Población Etaria Requerida del Distrito de Tacna, 2025</i> -----	66
Tabla 22 <i>Población Representativa del Distrito de Tacna 2025</i> -----	69
Tabla 23 <i>Cálculo de la Muestra del Universo N del Distrito de Tacna 2025</i> -----	70

Tabla 24	<i>Pregunta 1. ¿En qué distrito vive y a qué etapa de vida pertenece?</i> -----	71
Tabla 25	<i>Pregunta 2. ¿Consume Ud. con regularidad alimentos naturales y nutritivos?</i> -----	72
Tabla 26	<i>Pregunta 3. ¿Considera importante que el desayuno de un niño cumpla con los valores nutricionales adecuados para iniciar su día?</i> -----	73
Tabla 27	<i>Pregunta 4. ¿Conoce Ud. los valores nutricionales que requiere un niño en su desayuno?</i> -----	74
Tabla 28	<i>Pregunta 5. ¿Qué le parece la idea de una galleta que cumpla con los valores nutricionales para el desayuno de un niño en etapa escolar?</i> -----	75
Tabla 29	<i>Pregunta 6. ¿Estaría interesado/a en adquirir las galletas nutritivas?</i> -----	76
Tabla 30	<i>Luego de probar la galleta nutritiva, ¿Cómo calificaría su sabor?</i> -----	77
Tabla 31	<i>¿Qué aspecto de la galleta nutritiva le gustaría mejorar?</i> -----	78
Tabla 32	<i>¿Qué otros sabores le gustaría que tuvieran estas galletas nutritivas?</i> -----	79
Tabla 33	<i>Pregunta 10. ¿Conoce usted algún proveedor local en Tacna que comercialice ingredientes como quinua, avena, semillas de girasol o jengibre?</i> -----	80
Tabla 34	<i>Pregunta 11. ¿Considera importante que trabajemos con proveedores locales para la producción de las galletas nutritivas?</i> -----	81
Tabla 35	<i>Pregunta 12. ¿Cree usted que trabajar con proveedores locales influye en la economía del distrito?</i> -----	82
Tabla 36	<i>Pregunta 13. ¿Cuál medio de publicidad tiene mayor alcance para usted?</i> -----	83
Tabla 37	<i>Pregunta 14. ¿Tiene acceso regular a internet en su hogar o celular?</i> -----	84
Tabla 38	<i>Pregunta 15. ¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?</i> -----	85
Tabla 39	<i>Pregunta 16. ¿Por qué medio le gustaría recibir información más detallada sobre este producto?</i> -----	86

Tabla 40 <i>Pregunta 17. ¿Qué le llamaría más la atención sobre este producto en la publicidad?</i>	87
Tabla 41 <i>Pregunta 18. ¿Comúnmente dónde suele comprar otras galletas o snacks?</i>	88
Tabla 42 <i>Pregunta 19. ¿Le gustaría que las galletas nutritivas estén disponibles en los quioscos escolares?</i>	89
Tabla 43 <i>Pregunta 20 ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un paquete de galletas nutritivas?</i>	90
Tabla 44 <i>Pregunta 21. ¿Le gustaría que las galletas nutritivas estén disponibles con servicio a domicilio?</i>	91
Tabla 45	92
Tabla 46 <i>Proyección de la Demanda en Unidades</i>	93
Tabla 47 <i>Comparación con Competidores</i>	94
Tabla 48 <i>Proyección de Ventas en Soles de las Galletas Nutritivas</i>	94
Tabla 49 <i>Datos de la especialista en producción de galletas</i>	95
Tabla 50 <i>Perfil de participantes del focus group</i>	97
Tabla 51 <i>Temática evaluado el focus groups</i>	99
Tabla 52 <i>Variables de Segmentación</i>	100
Tabla 53 <i>Características del Producto</i>	102
Tabla 54 <i>Estrategia de Precios</i>	104
Tabla 55 <i>Estrategia de Distribución de la Galleta Nutritiva</i>	104
Tabla 56 <i>Puntos Importantes para la Estrategia de Comunicación</i>	105
Tabla 57 <i>Estrategias de Comunicación en Redes Sociales</i>	106
Tabla 58 <i>Presupuesto de Comunicación Integral</i>	109

Tabla 59	<i>Opción de Localización del Local de Venta y Distribución</i>	112
Tabla 60	<i>Matriz de Localización del Local de Producción</i>	113
Tabla 61	<i>Tiempo por Etapa de Elaboración de Shoko Forti en Minutos</i>	119
Tabla 62	<i>Tiempo de Uso de Máquinas en la Producción de Shoko Forti en Minutos</i>	120
Tabla 63	<i>Capacidad de la Producción por Periodos de Tiempo</i>	121
Tabla 64	<i>Cálculo de la cobertura de demanda</i>	121
Tabla 65	<i>Mano de Obra Directa</i>	122
Tabla 66	<i>Mano de Obra Indirecta</i>	122
Tabla 67	<i>Procedimientos de Control de Calidad por Actividades</i>	124
Tabla 68	<i>Planilla Mensual del Personal en Soles (S/)</i>	125
Tabla 69	<i>Costo de Insumos Alimentarios para la Producción de Shoko Forti en Soles (S/)</i>	125
Tabla 70	<i>Costo de Equipos para la Producción de Shoko Forti en Soles (S/)</i>	126
Tabla 71	<i>Costos de Servicios 2025-2030</i>	127
Tabla 72	<i>Información de Proveedores</i>	129
Tabla 73	<i>Comparación de Precios por Proveedor</i>	129
Tabla 74	<i>Fundamentación del Sistema de Reposición Continua de Insumos</i>	130
Tabla 75	<i>FIFO para la Gestión de Inventarios de Shoko Forti</i>	133
Tabla 76	<i>Justificación del Modelo de Distribución Mixta</i>	134
Tabla 77	<i>Opciones de Distribución Tercerizada</i>	135
Tabla 78	<i>El plan de rutas</i>	135
Tabla 79	<i>Opciones de Transporte Tercerizado Locales (Tacna)</i>	137
Tabla 80	<i>Opciones de Transporte Tercerizado Nacionales</i>	138
Tabla 81	<i>Requerimiento de Cargo para el Plan de Negocios de Shoko Forti</i>	141

Tabla 82	<i>Funciones y Responsabilidades para el Plan de Negocios de Shoko Forti</i>	142
Tabla 83	<i>Estrategias de Motivación para el Plan de Negocios de Shoko Forti</i>	146
Tabla 84	<i>Beneficios Sociales Según Régimen Laboral – Personal No Operativo</i>	147
Tabla 85	<i>Costos del Personal no Operativo en Planilla</i>	148
Tabla 86	<i>Costos del Personal No Operativo Recibo por Honorarios</i>	148
Tabla 87	<i>Costos de Trámites para el Plan de Negocios de Shoko Forti</i>	151
Tabla 88	<i>Inversión Total Requerida para Iniciar Operaciones del Plan de Negocios “Shoko Forti”</i>	154
Tabla 89	<i>Fuente de Financiamiento</i>	154
Tabla 90	<i>Información del Préstamo -Financiera Confianza</i>	155
Tabla 91	<i>Flujo de Financiamiento Neto</i>	156
Tabla 92	<i>Comparativo de Tasas de Costo Efectivo Anual</i>	157
Tabla 93	<i>Costos Variables Estimados para la Producción de Shoko Forti en Soles</i>	158
Tabla 94	<i>Costos Fijos para la Producción de Shoko Forti en Soles</i>	158
Tabla 95	<i>Demanda Estimada y Proyección de Ventas con Descuentos</i>	159
Tabla 96	<i>Punto de Equilibrio Aplicado a Shoko Forti</i>	160
Tabla 97	<i>Capital de Trabajo Aplicado a Shoko Forti</i>	161
Tabla 98	<i>Estado de Resultados Aplicado a Shoko Forti</i>	162
Tabla 99	<i>Flujo de Efectivo Aplicado a Shoko Forti</i>	163
Tabla 100	<i>Balance General Proyectado para Shoko Forti - (en Soles)</i>	164
Tabla 101	<i>Resumen de Flujo de Caja</i>	165
Tabla 102	<i>Resultados del VAN y TIR Aplicado a Shoko Forti</i>	165

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Logo de Inversiones CFC -Proveedor-----</i>	36
Figura 2 <i>Galleta nutritiva Nutri H-----</i>	40
Figura 3 <i>Mapa estratégico-----</i>	53
Figura 4 <i>Diagrama de Gantt – Cronograma -----</i>	57
Figura 5 <i>Diagrama de Gantt –especifico -----</i>	62
Figura 6 <i>Prototipo de empaque de la galleta nutritiva-----</i>	67
Figura 7 <i>Galletas Nutritivas en Degustación -----</i>	68
Figura 8 <i>Pregunta 1. ¿En qué distrito vive y a qué etapa de vida pertenece? -----</i>	71
Figura 9 <i>Pregunta 2. ¿Consume Ud. con regularidad alimentos naturales y nutritivos? -----</i>	72
Figura 10 <i>Pregunta 3. ¿Considera importante que el desayuno de un niño cumpla con los valores nutricionales adecuados para iniciar su día?-----</i>	73
Figura 11 <i>Pregunta 4. ¿Conoce Ud. los valores nutricionales que requiere un niño en su desayuno? -----</i>	74
Figura 12 <i>Pregunta 5. ¿Qué le parece la idea de una galleta que cumpla con los valores nutricionales para el desayuno de un niño en etapa escolar? -----</i>	75
Figura 13 <i>Pregunta 6. ¿Estaría interesado/a en adquirir las galletas nutritivas? -----</i>	76
Figura 14 <i>Pregunta 7. Luego de probar la galleta nutritiva, ¿Cómo calificaría su sabor? -----</i>	77
Figura 15 <i>Pregunta 8. ¿Qué aspecto de la galleta nutritiva le gustaría mejorar? -----</i>	78
Figura 16 <i>Pregunta 9. ¿Qué otros sabores le gustaría que tuvieran estas galletas nutritivas?-79</i>	79
Figura 17 <i>Pregunta 10. ¿Conoce usted algún proveedor local en Tacna que comercialice ingredientes como quinua, avena, semillas de girasol o jengibre? -----</i>	80

Figura 18 <i>Pregunta 11. ¿Considera importante que trabajemos con proveedores locales para la producción de las galletas nutritivas?</i> -----	81
Figura 19 <i>Pregunta 12. ¿Cree usted que trabajar con proveedores locales influye en la economía del distrito?</i> -----	82
Figura 20 <i>Pregunta 13. ¿Cuál medio de publicidad tiene mayor alcance para usted?</i> -----	83
Figura 21 <i>Pregunta 14. ¿Tiene acceso regular a internet en su hogar o celular?</i> -----	84
Figura 22 <i>Pregunta 15. ¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?</i> -----	85
Figura 23 <i>Pregunta 16. ¿Por qué medio le gustaría recibir información detallada sobre este producto?</i> -----	86
Figura 24 <i>Pregunta 17. ¿Qué le llamaría más la atención sobre este producto en la publicidad?</i> -----	87
Figura 25 <i>Pregunta 18. ¿Comúnmente dónde suele comprar otras galletas o snacks?</i> -----	88
Figura 26 <i>Pregunta 19. ¿Le gustaría que las galletas nutritivas estén disponibles en los quioscos escolares?</i> -----	89
Figura 27 <i>Pregunta 20. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un paquete de galletas nutritivas?</i> -----	90
Figura 28 <i>Pregunta 21. ¿Le gustaría que las galletas nutritivas estén disponibles con servicio a domicilio?</i> -----	91
Figura 29 <i>Entrevista a experto en el rubro de galletas artesanales</i> -----	95
Figura 30 <i>Preguntas aplicadas a entrevista</i> -----	96
Figura 31 <i>Evidencia del Focus group aplicado a Shoko Forti</i> -----	98
Figura 32 <i>Mapa de Experiencia del Cliente - Shoko Forti</i> -----	101
Figura 33 <i>Características del Producto</i> -----	103

Figura 34	<i>Página de Facebook de Shoko Forti</i>	106
Figura 35	<i>Página de Facebook de Shoko Forti</i>	107
Figura 36	<i>Página de tik tok de Shoko Forti</i>	107
Figura 37	<i>Modelo de banner publicitario de Shoko Forti</i>	108
Figura 38	<i>Propuesta de flyer de Shoko Forti</i>	110
Figura 39	<i>Local de Venta y Distribución</i>	112
Figura 40	<i>Proceso de Producción de las Galletas Nutritivas Shoko Forti</i>	114
Figura 41	<i>Infraestructura para la Producción Shoko Forti</i>	118
Figura 42	<i>Bizagi Modeler de Elaboración de las Galletas Shoko Forti</i>	123
Figura 43	<i>Distribución del Área de Almacén en Shoko Forti</i>	131
Figura 44	<i>Esquema de Organización del Almacén</i>	132
Figura 45	<i>Ruta de nuestro punto hacia el mercado central</i>	136
Figura 46	<i>Ruta de entrega a colegio Bolognesi</i>	136
Figura 47	<i>Organigrama del Plan de Negocios de Galletas Nutritivas</i>	140
Figura 48	<i>Proceso de Reclutamiento en Shoko Forti</i>	144
Figura 49	<i>Proceso De Inducción, Capacitación Y Evaluación De Personal En Shoko Forti</i>	145

Índice de Anexos

Anexo 1 <i>Modelo de Encuesta Aplicado</i> -----	177
Anexo 2 <i>Transcripción focus group</i> -----	180
Anexo 3 <i>Transcripción de entrevista a experto en el ámbito de repostería artesanal</i> -----	181
Anexo 4 <i>Cotización de marketing y publicidad</i> -----	183
Anexo 5 <i>Cotización de Insumos Alimentarios</i> -----	184
Anexo 6 <i>Cotización de insumos no favorable</i> -----	185
Anexo 7 <i>Cotización de Equipos</i> -----	186
Anexo 8 <i>Cotización no favorable de maquinaria y equipo I</i> -----	187
Anexo 9 <i>Cotización de maquinaria y equipo no favorable II</i> -----	188
Anexo 10 <i>Solicitud de reserva de nombre</i> -----	189
Anexo 11 <i>Solicitud de registro único del contribuyente</i> -----	190
Anexo 12 <i>Solicitud de Carnet de sanidad</i> -----	191
Anexo 13 <i>Cotización de análisis de laboratorio</i> -----	192
Anexo 14 <i>Proforma de Crédito en financiera confianza</i> -----	192
Anexo 15 <i>Proforma de crédito no favorable - mi banco</i> -----	192
Anexo 16 <i>Proforma de Crédito no favorable II -Los Andes</i> -----	192

Resumen ejecutivo

El presente plan de negocios tiene como propósito la producción y comercialización de galletas nutritivas elaboradas con ingredientes naturales como avena, quinua, semillas de girasol y jengibre, dirigidas a niños en edad escolar del distrito de Tacna. Esta iniciativa surge como respuesta a la necesidad de mejorar el desayuno infantil, promoviendo una alimentación saludable desde temprana edad con una alternativa práctica, accesible y libre de conservantes. Mediante una investigación de mercado aplicada a 382 personas, se obtuvo una aceptación del 97.9 %, reflejando un alto interés en productos funcionales para el público infantil. El modelo de negocio se basa en ofrecer un snack nutritivo que contribuya a la reducción de la desnutrición infantil, mejore los hábitos alimenticios y facilite el consumo de nutrientes esenciales en contextos de tiempo limitado para las familias.

Se emplearon herramientas como el Business Model Canvas, el análisis FODA, el Cuadro de Mando Integral y el mapa estratégico, para estructurar las acciones en producción, marketing, operaciones, talento humano, logística y aspectos legales. Todo ello alineado a una propuesta innovadora, sostenible y socialmente responsable.

Los resultados financieros del capítulo 9 muestran que el negocio es viable y rentable. Se proyecta alcanzar el punto de equilibrio en el mes 11. El Valor Actual Neto (VAN) es de S/ 32,182.21 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 38 %, lo que garantiza retorno de inversión, sostenibilidad y potencial de expansión.

Palabras clave: galletas nutritivas; desayuno infantil; alimentación saludable; plan de negocios; nutrición escolar.