



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

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS / GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE BEBIDA NATURAL A BASE DE LA CEBADA QUE CONTRIBUYE A  
LA SALUD**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en  
Administración de Empresas / Gestión Administrativa**

**IVETT LUCERO TEJEDA VILLAVICENCIO**

**(0009-0009-0513-2030)**

**LILIANA MARISOL MOSTACERO VEGA**

**(0009-0007-6717-4741)**

**Lima-Perú**

**2025**

**Dedicatoria**

*Este proyecto está dedicado a quienes nos dieron su apoyo incondicionalmente. Gracias por inspirarnos a dar lo mejor de nosotros, y a nuestra familia que nos apoyaron en seguir cumpliendo nuestros objetivos.*

## Índice General

<b>Resumen Ejecutivo</b> .....	<b>15</b>
<b>Introducción</b> .....	<b>16</b>
<b>Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio</b> .....	<b>19</b>
Objetivo .....	19
Objetivo Específico .....	19
Descripción de la Idea de Negocio .....	20
Propuesta de valor .....	24
<i>Matriz Business Model Canvas</i> .....	24
<i>Detalle de la Matriz Business Model Canvas</i> .....	25
<b>Capítulo II: Análisis Interno y Externo</b> .....	<b>27</b>
Factores que Determinan el Éxito .....	27
Organización.....	28
Matriz de los Factores Internos MEFI.....	28
Matriz MEFI.....	29
Análisis PESTEL.....	31
<i>Factores Legales y Políticos</i> .....	31
<i>Factores Financieros y Económicos</i> .....	34
<i>Factores Sociales, Culturales y Demográficos</i> .....	36
<i>Factores Tecnológicos y Científicos</i> .....	38
<i>Factores Ambientales y Ecológicos</i> .....	40
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter .....	42
<i>Poder de Negociación con los Clientes</i> .....	42
<i>Poder de Negociación con los Proveedores</i> .....	44
<i>Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos</i> .....	45
<i>Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores</i> .....	46
<i>Rivalidad de los Competidores Actuales</i> .....	48
<i>Grado de Atracción de la Industria o Sector</i> .....	50
Matriz de los Factores Externos MEFE.....	51
<b>Capítulo III: Planteamiento Estratégico</b> .....	<b>53</b>
Misión.....	53

	<b>4</b>
Visión .....	53
Valores.....	53
Objetivo Estratégico .....	55
FODA .....	55
<i>Fortalezas</i> .....	55
<i>Debilidades</i> .....	56
<i>Amenazas</i> .....	56
<i>Oportunidades</i> .....	57
<i>Estrategia FO</i> .....	57
<i>Estrategia DO</i> .....	57
<i>Estrategia FA</i> .....	57
<i>Estrategia DA</i> .....	57
Matriz FODA.....	58
Ventaja Competitiva .....	59
El Mapa Estratégico.....	60
Indicadores para Medir las Estrategias .....	61
Diagrama de Gantt.....	64
<b>Capítulo IV: Análisis de Mercado .....</b>	<b>66</b>
Análisis de Mercado .....	66
<i>Mercado Meta</i> .....	66
<i>Prototipo del producto para la Encuesta</i> .....	70
<i>Método de Investigación</i> .....	71
<i>Muestra</i> .....	71
<i>Conformación y Tamaño de Muestra</i> .....	72
<i>Resultados de la Encuesta</i> .....	72
Estimación de la Demanda .....	96
<i>Demanda en Unidades</i> .....	96
<i>Proyección de Ventas</i> .....	97
<b>Capítulo V: El Plan de Marketing .....</b>	<b>99</b>
Variables de Segmentación del Consumidor .....	99
Mapa de Experiencia del Cliente.....	100
Marketing Mix.....	101

	<b>5</b>
<i>Estrategia del Producto o Servicio</i> .....	101
<i>Estrategia de Precio</i> .....	103
<i>Estrategia de Distribución y Canales de Venta</i> .....	106
<i>Estrategia de Comunicación Integral</i> .....	106
Costos del Marketing.....	110
<b>Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas</b> .....	<b>112</b>
Selección de la Ubicación del Negocio .....	113
Proceso de Producción del Producto o Servicio .....	114
Plan de Producción .....	120
<i>Equipos e Infraestructura</i> .....	120
<i>Tiempo de Producción</i> .....	121
<i>Capacidad de Producción</i> .....	121
<i>Nro. Personas Necesarias para la Producción</i> .....	122
<i>Diagrama de Procesos</i> .....	122
Gestión de Calidad .....	123
Costo de las Operaciones Productivas .....	124
<b>Capítulo VII: La Gestión Logística</b> .....	<b>129</b>
Gestión de las Compras .....	129
<i>Identificación de los Proveedores</i> .....	129
<i>Método de Control de Inventarios</i> .....	130
Gestión del Almacenamiento.....	130
<i>Diseño de Almacén</i> .....	130
<i>Método de Almacenamiento</i> .....	132
Gestión de la Distribución .....	134
<i>Determinación de las unidades de transporte</i> .....	134
<i>Plan de Rutas</i> .....	135
Costo de Logística .....	138
<b>Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales</b> .....	<b>140</b>
Organigrama .....	140
Requerimiento de los Cargos.....	141
Funciones y Responsabilidades .....	141
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal.....	143

	6
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal.....	144
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal.....	145
Costo del Personal .....	146
Requisitos para Constitución del Negocio.....	148
Costos de Constituir el Negocio .....	153
<b>Capítulo IX: Plan Financiero .....</b>	<b>155</b>
Consideraciones iniciales.....	155
Financiamiento de la Inversión.....	155
Estructura de Costos .....	159
<i>Costos variables</i> .....	159
<i>Costos fijos</i> .....	160
Proyección de Ventas .....	160
Análisis del Punto de Equilibrio.....	162
Inversión y el Capital de Trabajo .....	164
Estados Financieros .....	167
Evaluación Financiera .....	172
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>173</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>175</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>182</b>

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1: Matriz MEFI.....</i>	29
<i>Tabla 2: Factores políticos y legales .....</i>	34
<i>Tabla 3: Factores financieros y económicos.....</i>	35
<i>Tabla 4: Factores sociales, culturales y demográficos.....</i>	38
<i>Tabla 5: Factores tecnológicos y científicos.....</i>	40
<i>Tabla 6: Factores ambientales y ecológicos.....</i>	41
<i>Tabla 7: Poder de negociación con los clientes .....</i>	44
<i>Tabla 8: Poder de negociación de proveedores.....</i>	45
<i>Tabla 9: Amenaza de sustitutos.....</i>	46
<i>Tabla 10: Factores de producto y costo .....</i>	47
<i>Tabla 11: Rivalidad de competidores .....</i>	48
<i>Tabla 12: Grado de atracción de la industria o sector.....</i>	50
<i>Tabla 13: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....</i>	51
<i>Tabla 14: Matriz FODA.....</i>	58
<i>Tabla 15. Edades.....</i>	67
<i>Tabla 16. Mercado potencial .....</i>	67
<i>Tabla 17. Mercado disponible .....</i>	68
<i>Tabla 18. Mercado efectivo.....</i>	68
<i>Tabla 19. Tamaño de muestra.....</i>	68
<i>Tabla 20. Demanda Proyectada.....</i>	69
<i>Tabla 21. Datos recolectados de encuesta.....</i>	73
<i>Tabla 22. Respuestas a los Focus Groups .....</i>	91

<i>Tabla 23. Preguntas de responsabilidad al profesional de nutrición</i> .....	93
<i>Tabla 24. Preguntas de responsabilidad al profesional de administración</i> .....	95
<i>Tabla 25. Demanda Proyectada</i> .....	96
<i>Tabla 26. Proyección de ventas</i> .....	97
<i>Tabla 27. Matriz Macro localización</i> .....	112
<i>Tabla 28. Matriz de Factores para evaluar</i> .....	113
<i>Tabla 29. Capacidad diaria</i> .....	121
<i>Tabla 30. Capacidad mensual</i> .....	121
<i>Tabla 31. Lista de precios</i> .....	126
<i>Tabla 32. Costos de insumos</i> .....	128
<i>Tabla 33. Proveedores</i> .....	130
<i>Tabla 34. Logística</i> .....	138
<i>Tabla 35. Requerimiento de los Cargos</i> .....	141
<i>Tabla 36. Costos de Constituir el Negocio</i> .....	153

## Índice de Figuras

<i>Figura 1. Modelo Canva</i> .....	24
<i>Figura 2. Información de los profesionales responsables</i> .....	28
<i>Figura 3. Factores legales y políticos</i> .....	31
<i>Figura 4. La corrupción</i> .....	32
<i>Figura 5. La inseguridad</i> .....	33
<i>Figura 6. Crecimiento de la productividad total de factores en el Perú (1991–2022)</i> .....	34
<i>Figura 7. ¿Por qué no logran atenderse los peruanos?</i> .....	36
<i>Figura 8. Peruanos de 15 años a más con obesidad y sobre peso por área de residencia (2017-2023)</i> .....	37
<i>Figura 9. Información al usuario</i> .....	39
<i>Figura 10. Menos plásticos</i> .....	41
<i>Figura 11. Mapa estratégico</i> .....	60
<i>Figura 12. Objetivos estratégicos</i> .....	63
<i>Figura 13. Diagrama de Gantt</i> .....	64
<i>Figura 14. Subtareas del Diagrama de Gantt</i> .....	65
<i>Figura 15. Mercado Meta</i> .....	67
<i>Figura 16. Total, anual del mercado meta</i> .....	67
<i>Figura 17. Frecuencia de compra anual</i> .....	69
<i>Figura 18. Envase donde se contendrá la bebida</i> .....	70
<i>Figura 19. Tamaño de muestra</i> .....	71
<i>Figura 20. Pregunta 1. ¿Cuál es tu edad?</i> .....	77
<i>Figura 21. Gráfico de barras de la pregunta 1</i> .....	77

<i>Figura 22. Pregunta 2. ¿Cuál es tu género?.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 23. Gráfico de Barras de la pregunta 2.....</i>	<i>78</i>
<i>Figura 24. Pregunta 3. ¿Qué factores son más importantes para ti a la hora de elegir una bebida?.....</i>	<i>78</i>
<i>Figura 25. Gráfico de barras de la pregunta 3.....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 26. Pregunta 4. ¿Qué tipo de bebida sueles consumir con frecuencia? .....</i>	<i>79</i>
<i>Figura 27. Gráfico de barras de la pregunta 4.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 28. Pregunta 5. ¿Estarías dispuesto a consumir bebidas con insumos naturales?.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 29. Gráfico de barras de la pregunta 5.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 30. Pregunta 6. ¿Qué bebida prefieres para mantenerte saludable? .....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 31. Gráfico de barras de la pregunta 6.....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 32. Pregunta 7. ¿En qué ocasión consumirás una bebida natural? .....</i>	<i>82</i>
<i>Figura 33. Gráfico de barras de la pregunta 7.....</i>	<i>83</i>
<i>Figura 34. Pregunta 8. ¿En qué momento del día prefieres consumir bebidas saludables?.....</i>	<i>83</i>
<i>Figura 35. Gráfico de Barras de la pregunta 8.....</i>	<i>84</i>
<i>Figura 36. Pregunta 9. ¿Te atreves a probarla? ¡Te encantará! .....</i>	<i>84</i>
<i>Figura 37. Gráfico de barras de la pregunta 9.....</i>	<i>85</i>
<i>Figura 38. Pregunta 10. ¿Qué tipo de envase prefieres para nuestras bebidas?.....</i>	<i>85</i>
<i>Figura 39. Gráfico de barras de la pregunta 10.....</i>	<i>86</i>
<i>Figura 40. Pregunta 11. ¿Cuál es el rango de precio que pagarías por una bebida de 12 onz? .....</i>	<i>86</i>
<i>Figura 41. Gráfico de barras de la pregunta 32.....</i>	<i>87</i>
<i>Figura 42. Pregunta 12. ¿Qué beneficio principal buscas al consumir nuestra bebida saludable? .....</i>	<i>87</i>

<i>Figura 43. Gráfico de barras de la pregunta 12.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 44. Pregunta 13. ¿Con qué frecuencia comprarías nuestras bebidas? .....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 45. Gráfico de barras de la pregunta 14.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 46. Pregunta 14. Si tuvieras que elegir, ¿Qué topping te gustaría que se incluyera en las bebidas saludables? .....</i>	<i>89</i>
<i>Figura 47. Gráfico de Barras de la pregunta 14.....</i>	<i>90</i>
<i>Figura 48. Focus Group .....</i>	<i>90</i>
<i>Figura 49. Documentación de profesionales entrevistados .....</i>	<i>93</i>
<i>Figura 50. Mapa de experiencia del cliente .....</i>	<i>101</i>
<i>Figura 51. Logo de la innovación.....</i>	<i>101</i>
<i>Figura 52. Marketing de Toppings .....</i>	<i>102</i>
<i>Figura 53. Marketing de Toppings .....</i>	<i>102</i>
<i>Figura 54. Información Nutricional.....</i>	<i>103</i>
<i>Figura 55. Marketing de promoción del producto innovador .....</i>	<i>103</i>
<i>Figura 56. Marketing de promoción del producto innovador .....</i>	<i>104</i>
<i>Figura 57. Información importante sobre el producto innovador.....</i>	<i>105</i>
<i>Figura 58. Página de Vita Truck .....</i>	<i>106</i>
<i>Figura 59. Página de Instagram de Vita Truck .....</i>	<i>107</i>
<i>Figura 60. Comunicación con Vita Truck.....</i>	<i>108</i>
<i>Figura 61. Promoción de Vita Truck.....</i>	<i>108</i>
<i>Figura 62. Cartel promocional de Vita Truck.....</i>	<i>109</i>
<i>Figura 63. Estructura del Plan Marketing.....</i>	<i>110</i>
<i>Figura 64. Proyección de gastos de Marketing .....</i>	<i>110</i>

<i>Figura 65. Proyección de Inflación .....</i>	<i>111</i>
<i>Figura 66. Ubicación de trayectoria del producto .....</i>	<i>114</i>
<i>Figura 67. Ingredientes de Vita Truck.....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 68. Agua de Cebada.....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 69. Paso 1 para la elaboración del producto innovador.....</i>	<i>116</i>
<i>Figura 70. Paso 2 para la elaboración del producto innovador.....</i>	<i>117</i>
<i>Figura 71. Paso 3 para la elaboración del producto innovador.....</i>	<i>117</i>
<i>Figura 72. Paso 4 para la elaboración del producto innovador.....</i>	<i>118</i>
<i>Figura 73. Envase etiquetado con la marca del producto.....</i>	<i>118</i>
<i>Figura 74. Producto completado .....</i>	<i>119</i>
<i>Figura 75. Plan de producción .....</i>	<i>120</i>
<i>Figura 76. Contenido del producto innovador .....</i>	<i>121</i>
<i>Figura 77. Periodos de compra de licuadora en cada mes .....</i>	<i>122</i>
<i>Figura 78. Personas Necesarias para la Producción.....</i>	<i>122</i>
<i>Figura 79. Bizagi Modeler.....</i>	<i>123</i>
<i>Figura 80. Control de Calidad.....</i>	<i>124</i>
<i>Figura 81. Costo del personal operativo periodo I.....</i>	<i>124</i>
<i>Figura 82. Costo del personal operativo periodo II.....</i>	<i>125</i>
<i>Figura 83. Costo del personal operativo periodo III.....</i>	<i>125</i>
<i>Figura 84. Costo del personal operativo periodo 5.....</i>	<i>125</i>
<i>Figura 85. Precios por producto.....</i>	<i>126</i>
<i>Figura 86. Multiservice - Publicidad.....</i>	<i>127</i>
<i>Figura 87. Servicios .....</i>	<i>128</i>

<i>Figura 88. Diseño de Almacén.....</i>	<i>131</i>
<i>Figura 89. Clasificación.....</i>	<i>133</i>
<i>Figura 90. Gestión de Distribución .....</i>	<i>134</i>
<i>Figura 91. Horario de Rutas.....</i>	<i>135</i>
<i>Figura 92. Organigrama.....</i>	<i>140</i>
<i>Figura 93. Procesos de Reclutamiento .....</i>	<i>144</i>
<i>Figura 94. Proceso de Inducción.....</i>	<i>145</i>
<i>Figura 95. Costo de personal.....</i>	<i>146</i>
<i>Figura 96. Cajero.....</i>	<i>147</i>
<i>Figura 97. Administrador.....</i>	<i>148</i>
<i>Figura 98. Total de Administrador y Cajero .....</i>	<i>148</i>
<i>Figura 99. Sunarp.....</i>	<i>149</i>
<i>Figura 100. Constitución de la empresa.....</i>	<i>149</i>
<i>Figura 101. Ruc .....</i>	<i>151</i>
<i>Figura 102. Inscripción de Digesa .....</i>	<i>151</i>
<i>Figura 103. Requisitos .....</i>	<i>152</i>
<i>Figura 104. Flujo de financiamiento .....</i>	<i>156</i>
<i>Figura 105. Comparación de intereses.....</i>	<i>157</i>
<i>Figura 106. Flujo de cuotas.....</i>	<i>158</i>
<i>Figura 107. Costos variables .....</i>	<i>159</i>
<i>Figura 108. Costos fijos.....</i>	<i>160</i>
<i>Figura 109. Proyección de Ventas.....</i>	<i>161</i>
<i>Figura 110. Demanda estimada.....</i>	<i>162</i>

<i>Figura 111. Resumen por los 5 años.....</i>	<i>162</i>
<i>Figura 112. Punto de Equilibrio.....</i>	<i>163</i>
<i>Figura 113. Inversión y el Capital de Trabajo .....</i>	<i>164</i>
<i>Figura 114. Inversión fija intangible .....</i>	<i>165</i>
<i>Figura 115. Inversión fija tangible .....</i>	<i>165</i>
<i>Figura 116. Capital de trabajo.....</i>	<i>166</i>
<i>Figura 117. Resumen inversión fija.....</i>	<i>166</i>
<i>Figura 118. Estado de resultados .....</i>	<i>167</i>
<i>Figura 119. Balance general .....</i>	<i>169</i>
<i>Figura 120. flujo efectivo.....</i>	<i>170</i>
<i>Figura 121. flujo de caja.....</i>	<i>171</i>
<i>Figura 122. Evaluación Financiera.....</i>	<i>172</i>
<i>Figura 123. VAN y TIR.....</i>	<i>172</i>

## Resumen Ejecutivo

En el presente proyecto se presenta el negocio de un móvil de bebida saludable dirigido a personas de 25 a 35 años del distrito de Miraflores, el cual el ingrediente principal de la bebida natural es la cebada, y está diseñado para ofrecer bienestar, aportar a la salud, y al medio ambiente, ya que se utilizará material biodegradable. Además, el móvil se desplazará por el distrito de Miraflores, en puntos estratégicos de un mayor tránsito como la Av. Larco, atrayendo a un público consciente por la salud. El objetivo principal de este proyecto es brindar bebidas saludables, que es ideal para mejorar la digestión, controlar el colesterol y proporcionar energía. Y con esta existente demanda de productos saludables, con el ingrediente de la cebada se aprovecha esta creación de negocio creciente en el mercado. El estudio de mercado permite identificar diversas consideraciones para tener en cuenta al desarrollar el proyecto, como el precio, la calidad, la estrategia de posicionamiento y ubicación. de los resultados obtenidos se pudo apreciar que el público objetivo tiene un gran interés hacia nuestra bebida por el gran beneficio y el aporte al medio ambiente. Para iniciar este proyecto de VITA TRUCK se requiere una inversión inicial de S/129,998.37. De las dos socias provendrá S/69,998.37 de manera equitativa. Además, se realizará un préstamo bancario de S/60,000.00. Y financieramente el análisis presenta una TIRE de 54,8%, y un VANE de S/85,676.74. Estos indicadores son un buen resultado para la viabilidad del proyecto Vita Truck, con un alto potencial de éxito y rentabilidad.

**Palabras clave:** *bebidas saludables, cebada, emprendimiento móvil, negocio sostenible, salud y bienestar, materiales biodegradables, estudio de mercado, viabilidad financiera.*