



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO**

**“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADM. DE EMPRESAS /  
GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACION DE SERVICIO DE CATERING  
PARA MASCOTAS EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES**

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

**CINTHIA ISABEL MONGYLARDI CUZQUE**

**0009-0001-0173-3800**

**KASSANDRA NOEMI ZAMORA**

**SILVA 0009-0002-8837-6434**

**Lima – Perú**

**2025**

## **Dedicatoria**

A nuestros padres, hermanos y todos aquellos que nos acompañaron durante este tiempo para  
lograr todas nuestras metas

## Índice General

Resumen Ejecutivo .....	10
Introducción.....	11
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio.....	12
Objetivo .....	12
Objetivo Específico .....	12
Descripción de la Idea de Negocio .....	13
Propuesta de Valor.....	16
Matriz Bussines Model Canvas .....	16
Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas.....	17
Capítulo II: Análisis Interno y Externo .....	22
Factores que determinan el éxito .....	22
Organización.....	22
Matriz de los Factores Internos MEFI .....	23
Análisis PESTEL.....	25
Factores Legales y Políticos .....	26
Factores Financieros y Económicos .....	28
Factores Sociales, Culturales y Demográficos.....	30
Factores Tecnológicos y Científicos .....	31
Factores Ambientales y Ecológicos .....	33
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter .....	34
Poder de Negociación con los Clientes .....	34
Poder de Negociación con los Proveedores.....	35
Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos .....	36
Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores.....	36
Rivalidad de los Competidores Actuales .....	37

Grado de Atracción de la Industrial o Sector.....	37
Matriz de los Factores Externos MEFE.....	38
Capítulo III: Planteamiento Estratégico.....	41
Misión.....	41
Visión .....	41
Valores.....	41
Objetivo Estratégico .....	42
FODA .....	43
Fortalezas.....	43
Debilidades .....	44
Amenazas.....	44
Oportunidades.....	45
Estrategia FO.....	45
Estrategia DO .....	45
Estrategia FA.....	46
Estrategia DA .....	46
Matriz FODA.....	46
Ventaja Competitiva.....	46
El Mapa Estratégico.....	47
Indicadores para Medir las Estrategias .....	47
Diagrama de Gantt.....	48
Capítulo IV: Análisis de Mercado .....	56
Análisis de mercado.....	56
Mercado meta .....	57
Prototipo del servicio.....	59
Método de investigación.....	61
Muestra .....	61
Conformación y tamaño de muestra .....	62
Resultados de la encuesta, focus group y entrevista a especialistas .....	62

Estimación de la Demanda .....	97
Demanda en unidades .....	98
Proyección de ventas .....	98
Capítulo V: El Plan de Marketing .....	100
Variables de Segmentación del Consumidor .....	100
Mapa de Experiencia del Cliente.....	101
Marketing Mix.....	101
Estrategia del Producto o Servicio.....	101
Estrategia de Precio .....	103
Estrategia de Distribución y Canales de Venta.....	104
Estrategia de Comunicación Integral.....	105
Costos del Marketing.....	106
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas.....	110
Selección de la Ubicación del Negocio .....	110
Proceso de Producción del Producto o Servicio .....	113
Plan de Producción .....	115
Equipos e Infraestructura .....	116
Tiempo de Producción .....	117
Capacidad de Producción .....	118
Nro. de Personas Necesarias para la Producción.....	118
Diagrama de Procesos .....	119
Gestión de Calidad.....	121
Costo de las Operaciones Productivas .....	123
Capítulo VII: La Gestión Logística .....	127
Gestión de las Compras .....	127
Identificación de los Proveedores .....	128
Método de Control de Inventarios .....	133
Gestión del Almacenamiento .....	135
Diseño de Almacén.....	135

Método de Almacenamiento .....	136
Gestión de la Distribución .....	137
Determinación de las Unidades de Transporte .....	137
Costo de la Gestión Logística .....	138
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales .....	141
Requerimiento de los Cargos.....	142
Funciones y Responsabilidades .....	146
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del personal .....	147
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal.....	148
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal.....	149
Costo del Personal .....	150
Requisitos para Constitución del Negocio.....	151
Costos de Constituir el Negocio .....	157
Capítulo IX: Plan Financiero .....	158
Consideraciones Iniciales .....	158
Financiamiento de la Inversión.....	158
Estructura de Costos .....	161
Costos Variables .....	163
Costos Fijos .....	164
Proyección de Ventas .....	165
Análisis del Punto de Equilibrio .....	166
Inversión y el Capital de Trabajo.....	167
Estados Financieros .....	169
Evaluación Financiera .....	171
Conclusiones y Recomendaciones .....	174
Referencias Bibliográficas .....	176
Anexos .....	178

## Índice de Tablas

<i>Tabla 1. Fuente de ingresos</i> .....	19
<i>Tabla 2. Proyección costo de servicio</i> .....	21
<i>Tabla 3. Costo de servicios</i> .....	21
<i>Tabla 4. Organización de la empresa</i> .....	23
<i>Tabla 5. Matriz MEFI</i> .....	24
<i>Tabla 6. Factores políticos y legales</i> .....	26
<i>Tabla 7. Factores Financieros y Económicos</i> .....	28
<i>Tabla 8. Factores sociales, culturales y demográficos</i> .....	30
<i>Tabla 9. Factores tecnológicos y científicos</i> .....	31
<i>Tabla 10. Factores ambientales y ecológicos</i> .....	33
<i>Tabla 11. Poder de negociación con los clientes</i> .....	35
<i>Tabla 12. Poder de negociación de proveedores</i> .....	36
<i>Tabla 13. Amenaza de los productos o servicios sustitutos</i> .....	36
<i>Tabla 14. Amenaza de entrada de nuevos competidores</i> .....	37
<i>Tabla 15. Rivalidad de competidores</i> .....	37
<i>Tabla 16. Grado de atracción de la industria o sector</i> .....	38
<i>Tabla 17. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)</i> .....	39
<i>Tabla 18. Mercado meta</i> .....	58
<i>Tabla 19. Mercado potencial</i> .....	58
<i>Tabla 20. Mercado potencial (encuesta)</i> .....	59
<i>Tabla 21. Mercado disponible</i> .....	59
<i>Tabla 22. Mercado eficiente</i> .....	59
<i>Tabla 23. Muestra</i> .....	62
<i>Tabla 24. Análisis de entrevista a veterinario</i> .....	86
<i>Tabla 25. Análisis de entrevista a organizador de eventos</i> .....	90

Tabla 26. Entrevista a clientes que cumplen con el perfil consumidor. ....	94
Tabla 27. Matriz de localización del local de producción .....	112
Tabla 28. Equipos requeridos para la elaboración del catering .....	116
Tabla 29. Equipos requeridos para la decoración del evento .....	116
Tabla 30. Infraestructura requerida para la elaboración del catering .....	117
Tabla 31. Equipos para utilizar y capacidad de producción diaria.....	117
Tabla 32. Equipos a utilizar y capacidad de producción mensual.....	118
Tabla 33. Personas necesarias para la producción .....	118
Tabla 34. Tablero de control de calidad.....	121
Tabla 35. Costo del personal operativo por periodo .....	124
Tabla 36. Costo de servicios.....	126
Tabla 37. Proyección de costo de servicio .....	127
Tabla 38. Proveedores.....	128
Tabla 39. Método de control de inventarios.....	133
Tabla 40. Método de almacenamiento.....	137
Tabla 41. Unidades de transporte .....	138
Tabla 42. Costo de abastecimiento.....	138
Tabla 43. Costo de almacenamiento.....	139
Tabla 44. Costo de distribución.....	140
Tabla 45. Requerimiento de los cargos .....	142
Tabla 46. Funciones y responsabilidades.....	146
Tabla 47. Costo de personal administrativo periodo 1.....	150
Tabla 48. Costos de constituir el negocio .....	157

## Índice de figuras

<i>Figura 1. Dato gasto promedio por mascota</i> .....	13
<i>Figura 2. Data Petcare</i> .....	16
<i>Figura 3. Matriz Bussines Model Canvas</i> .....	17
<i>Figura 4. Análisis PESTEL</i> .....	25
<i>Figura 5. Ley de protección animal</i> .....	26
<i>Figura 6. SENASA PERÚ</i> .....	27
<i>Figura 7. Importación de productos veterinarios</i> .....	27
<i>Figura 8. Pet friendly en el distrito de Miraflores</i> .....	28
<i>Figura 9. Variación % del Índice de precios al consumidor de Lima Metropolitana</i> .....	29
<i>Figura 10. Promedio de adopciones en Perú</i> .....	31
<i>Figura 11. Las mascotas y su impacto en la salud de los dueños</i> .....	32
<i>Figura 12. 5 fuerzas de Porter</i> .....	34
<i>Figura 13. Matriz FODA</i> .....	46
<i>Figura 14. Matriz de mapa estratégico</i> .....	47
<i>Figura 15. Indicadores para medir las estrategias</i> .....	48
<i>Figura 16. Diagrama de Gantt</i> .....	49
<i>Figura 17. Pet Grooming Services Market</i> .....	57
<i>Figura 18. Bosquejo de servicio</i> .....	60
<i>Figura 19. Adquirir el servicio</i> .....	60
<i>Figura 20. Página web: “CHOPPER GAT”</i> .....	61

## Resumen Ejecutivo

Chopper Gat es un servicio de catering para mascotas 100% personalizable, dirigido a adultos entre los 30 a 45 años con macotas, perros y gatos, residentes en el distrito de Miraflores, especializado en alimentación saludable y una experiencia visual innovadora que busca ofrecer una dieta de alta calidad y brindar detalles únicos en momentos especiales. El enfoque de Chopper Gat combina ingredientes naturales, recetas supervisadas por veterinarios y una experiencia gourmet única, de la mano de la mejor decoración en tendencia y la personalización adaptada a las necesidades de la mascota y los dueños. La tendencia creciente hacia el bienestar animal, junto con la humanización de las mascotas, ha generado una demanda creciente por productos personalizados, además de buscar también el hacer sentir a la mascota uno más de la familia con diferentes innovaciones adaptadas para ellos. Chopper Gat se posiciona para cubrir esta creciente necesidad ofreciendo calidad e innovación en celebraciones especiales (cumpleaños, adopciones, bautizos). El modelo de negocio de Chopper Gat se basa en una estructura simple, constante y segura de producción, alianzas con proveedores de ingredientes frescos y de calidad, y una fuerte presencia digital para captar a todo tipo de usuarios. Chopper Gat considera una inversión inicial de s/30 000, para el cual s/.15.000 serán financiados por un préstamo en Caja Piura y el restante por los socios, teniendo flujo de caja proyectado al 3er año una variable positiva en adelante , además el Valor Anual Neto (VAN) resulta positivo dando como resultado s/98 633.00 al 5to año proyectado, la Tasa Interna de Retorno (TIR) indica una viabilidad de 13.1% con un Costo de Oportunidad del Capital (COK) de 10,50% lo que respalda la realización del proyecto.

**Palabras clave:** [Catering, Mascotas Alimentación saludable, Personalizable]