INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA CREAR UNA EMPRESA QUE BRINDE ASESORIA DE COACHING Y MINDFULNESS A DOCENTES, PADRES DE FAMILIA Y ADOLESCENTES EN ETAPA ESCOLAR EN EL DISTRITO DE SAN MIGUEL EN LIMA

Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Adm. de Empresas

JOSELYN MISHEL ARELLANO QUINTANILLA

(0009-0008-3611-0830)

LIZET KATHERINE RODRIGUEZ ROSSEL

(0009-0005-1086-3066)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a nuestras familias, quienes, con su apoyo incondicional, palabras de aliento y confianza en nosotras, fueron un pilar fundamental para seguir adelante. También extendemos nuestra gratitud a nuestro docente, por brindarnos las herramientas necesarias para crecer personal y profesionalmente. Finalmente, este trabajo lo dedicamos a nosotras mismas, como compañeras y amigas, por el compromiso, la responsabilidad y el esfuerzo conjunto que pusimos en cada etapa de este proyecto. Gracias por caminar juntas hacia un mismo objetivo y hacer de esta experiencia algo significativo.

Índice General

Resumen Ejecutivo **12**
Introducción **13**
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio **15**
Objetivo 15
Objetivo Específico 15
Descripción de la Idea de Negocio 16
Propuesta de Valor 17
Matriz Bussines Model Canvas *17*
Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas *19*
Capítulo II: Análisis Interno y Externo **23**
Factores que Determinan el Éxito 23
Organización 23
Matriz de los Factores Internos MEFI 24
Análisis PESTEL 26
Factores Legales y Políticos *26*
Factores Financieros y Económicos *27*
Factores Sociales, Culturales y Demográficos *28*
Factores Tecnológicos y Científicos *29*
Factores Ambientales y Ecológicos *31*
Análisis de las 5 Fuerzas de Poder 32
Poder de Negociación con los Clientes *32*
Poder de Negociación con los Proveedores *33*
Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos *34*
Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores *35*
Rivalidad de los Competidores Actuales *36*
Grado de Atracción de la Industrial o Sector *37*
Matriz de los Factores Externos MEFE 38
Capítulo III: Planteamiento Estratégico **40**
Misión 40
Visión 40
Valores 40

Objetivo General 41
Objetivos Estratégicos 41
FODA 42
Fortalezas *42*
Debilidades *43*
Amenazas *43*
Oportunidades *44*
Estrategia FO *44*
Estrategia DO *45*
Estrategia FA *45*
Estrategia DA *46*
Matriz FODA 46
Ventaja Competitiva 48
Cuadro de Mando Integral (CMI) – BSC 49
El Mapa Estratégico 51
Indicadores para Medir las Estrategias 52
Diagrama de Gantt 54
Capítulo IV: Análisis de Mercado 56
Análisis de Mercado 56
Mercado Meta *56*
Prototipo para la Encuesta *58*
Método de Investigación *59*
Muestra *59*
Conformación y Tamaño de Muestra *60*
Resultados de la Encuesta *61*
Estimación de la Demanda 66
Demanda en Unidades *67*
Proyección de Ventas *69*
Capítulo V: El Plan de Marketing 72
Variables de Segmentación del Consumidor 72
Mapa de Experiencia del Cliente 73
Marketing Mix 78

Estrategia del Producto o Servicio ... *78*
Estrategia de Precio ... *80*
Estrategia de Distribución y Canales de Venta ... *81*
Estrategia de Comunicación Integral ... *82*
Costos del Marketing ... 83
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas ... 86
Selección de la Ubicación del Negocio ... 86
Proceso de Producción del Servicio ... 89
Plan de Producción ... 92
Equipos e Infraestructura ... *92*
Tiempo de Producción ... *93*
Capacidad de Producción ... *94*
Nro de Personas Necesarias para la Producción ... *96*
Diagrama de Procesos ... *97*
Gestión de Calidad ... 99
Costo de las Operaciones Productivas ... 100
Capítulo VII: La Gestión Logística ... 107
Gestión de las Compras ... 107
Identificación de los Proveedores ... *108*
Método de Control de Inventarios ... *112*
Gestión del Almacenamiento ... 113
Diseño de Almacén ... *113*
Método de Almacenamiento ... *114*
Gestión de la Distribución ... 118
Determinación de las Unidades de Transporte ... *118*
Plan de Rutas ... *119*
Costo de la Gestión Logística ... 122
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales ... 126
Organigrama ... 126
Requerimiento de los Cargos ... 127
Funciones y Responsabilidades ... 129
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal ... 132

Figura 26 *Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal* 134
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal 134
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal 141
Costo del Personal 143
Requisitos para Constitución del Negocio 144
Costos de Constituir el Negocio 146
Capítulo IX: Plan Financiero 147
Consideraciones Iniciales 147
Financiamiento de la Inversión 149
Estructura de Costos 154
Costos Variables 154
Costos Fijos 155
Proyección de Ventas 156
Análisis del Punto de Equilibrio 156
Inversión y el Capital de Trabajo 159
Estados Financieros 159
Evaluación Financiera 162
Conclusiones y Recomendaciones 164
Referencias Bibliográficas 167

Índice de Tablas

Tabla 1 *Modelo CANVAS* 18

Tabla 2 *Estructura del equipo de la organización* 24

Tabla 3 *Matriz MEFI* 25

Tabla 4 *Factores políticos y legales* 27

Tabla 5 *Factores financieros y económicos* 28

Tabla 6 *Factores sociales, culturales y demográficos* 29

Tabla 7 *Factores tecnológicos y científicos* 30

Tabla 8 *Factores ambientales y ecológicos* 31

Tabla 9 *Poder de negociación con los clientes* 32

Tabla 10 *Poder de negociación de proveedores* 33

Tabla 11 *Amenaza de sustitutos* 34

Tabla 12 *Amenaza de entrantes* 35

Tabla 13 *Rivalidad de competidores* 36

Tabla 14 *Grado de atracción de la industria o sector* 37

Tabla 15 *Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)* 39

Tabla 16 *Matriz FODA* 47

Tabla 17 *Cuadro de Mando Integral - BSC* 49

Tabla 18 *Indicadores* 53

Tabla 19 *Mercado Meta* 57

Tabla 20 *Datos para hallar muestra* 60

Tabla 21 *Proyección de demanda en años* 67

Tabla 22 *Demanda según temporada* 68

Tabla 23 *Proyección de ventas* 70

Tabla 24 *Tabla de Presupuesto Anual* 84

Tabla 25 *Resumen de Costos de Marketing por Tipo de Actividad (5 años)* 85

Tabla 26 *Matriz de localización del negocio* 86

Tabla 27 *Equipos e infraestructura* 93

Tabla 28 *Tiempo de producción* 94

Tabla 29 *Capacidad de producción* 95

Tabla 30 *Proyección de ventas* 95

Tabla 31 *N° personas para producción* 96

Tabla 32 *Fases de Control* 99

Tabla 33 *Costo del personal operativo periodo 1* 101

Tabla 34 *Costo del personal operativo periodo 2* 102

Tabla 35 *Costo del personal operativo periodo 3* 102

Tabla 36 *Costo del personal operativo periodo 4* 103

Tabla 37 *Costo del personal operativo periodo 5* 103

Tabla 38 *Costo de Insumos* 104

Tabla 39 *Costo de servicios* 105

Tabla 40 *Lista de proveedores locales e internacionales* 111

Tabla 41 *Reposición de insumos* 112

Tabla 42 *Método de clasificación ABC* 115

Tabla 43 *Método de Control de Inventarios de Insumos Mensuales (FIFO)* 116

Tabla 44 *Inventario Fijo para Materiales de Servicio* 117

Tabla 45 *Tabla Rutas para Colegios en el Distrito de San Miguel* 120

Tabla 46 *Costo de abastecimiento* 123

Tabla 47 *Costo de almacenamiento* 123

Tabla 48 *Costo de distribución* 124

Tabla 49 *Perfil de Cargos* 127

Tabla 50 *Costo de Personal* 144

Tabla 51 *Presupuesto de costos de constitución* 146

Tabla 52 *Fuente de financiamiento* 150

Tabla 53 *Flujo estimado de pagos del préstamo* 151

Tabla 54 *Comparativo de tasas de costos efectivo anual* 152

Tabla 55 *Flujo de financiamiento neto* 153

Tabla 56 *Costos Variables* 154

Tabla 57 *Costos Fijos* 155

Tabla 58 *Demanda estimada* 156

Tabla 59 *Punto de Equilibrio – Mente Activa* 158

Tabla 60 *Capital de trabajo* 159

Tabla 61 *Estado de resultados* 160

Tabla 62*Estado de flujo efectivo* 161

Tabla 63 *Resumen de flujo de caja* 162

Tabla 64 *Resultados del VAN y TIR* 163

Índice de Figuras

Figura 1 *Mapa Estratégico* 51

Figura 2 *Diagrama de Gantt* 55

Figura 3 *Storyboard* 58

Figura 4 *Pregunta 1* 61

Figura 5 *Pregunta 2* 61

Figura 6 *Pregunta 3* 62

Figura 7 *Pregunta 4* 63

Figura 8 *Pregunta 5* 63

Figura 9 *Pregunta 6* 64

Figura 10 *Pregunta 7* 64

Figura 11 *Pregunta 8* 65

Figura 12 *Pregunta 9* 66

Figura 13 *Mapa de ruta del cliente* 76

Figura 14 *Mapa de Experiencia del Cliente* 77

Figura 15 *Logo y Slogan* 79

Figura 16 *Paleta de colores* 80

Figura 17 *Fuentes* 80

Figura 18. *Etapas del proceso de producción del servicio* 91

Figura 19 *Diagrama de Procesos* 98

Figura 20 *Proceso para la gestión de compras* 108

Figura 21 *Identificación de proveedores* 110

Figura 22 *Distribución del almacén* 114

Figura 23 *Ruta 1 Zona Norte* 121

Figura 24*Ruta 2 Zona Centro* 121

Figura 25 *Organigrama Mente Activa* 126

Figura 26 *Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal* 134

Figura 27 *Proceso de inducción* 136

Figura 28 *Proceso de capacitación* 138

Figura 29 *Evaluación del personal* 141

Figura 30 *Diagrama de pasos para la constitución de la empresa* 145

Figura 31 *Simulación de préstamo - Crédito Emprendiendo Confianza MYPE* 151

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto desarrolla el plan de negocios de Mente Activa, una empresa orientada a ofrecer servicios de coaching y mindfulness a docentes, padres de familia y adolescentes del distrito de San Miguel, Lima, con el objetivo de fortalecer su bienestar emocional y habilidades socioemocionales frente a las crecientes presiones del entorno educativo. A través del análisis del entorno, se identificó una demanda creciente por servicios de salud emocional, lo que respalda la viabilidad del negocio. El proyecto se estructura en nueve capítulos que abarcan desde la formulación de la idea de negocio, el análisis interno y externo, la planificación estratégica, el análisis del mercado, las estrategias de marketing, la gestión operativa, logística, del talento humano, aspectos legales y el plan financiero. Se utilizaron herramientas como el Business Model Canvas, el análisis PESTEL, la matriz FODA y las cinco fuerzas de Porter para identificar oportunidades y amenazas. Se proyecta una demanda inicial de 533 clientes en 2025, con un crecimiento gradual que alcanza 586 clientes en 2030. El modelo financiero contempla diferentes escenarios, confirmando la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, con una inversión en marketing de S/ 202,200 a cinco años y ventas proyectadas en S/ 1,144,489.28 para el primer año. Mente Activa se propone como una empresa socialmente responsable, enfocada en brindar servicios de calidad, con una metodología innovadora y un enfoque humano que permita impactar positivamente en la comunidad educativa. Su consolidación en el distrito de San Miguel servirá como base para futuras expansiones.

Palabras clave: coaching; mindfulness; bienestar emocional; plan de negocios; salud mental; educación.