

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "IDAT"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADM. DE EMPRESAS / GESTIÓN ADMINISTRATIVA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GALLETAS SALUDABLES AROMÁTICAS

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

ZENIA ESTEFANI MUÑOZ CONDORI

(0009-0006-4044-1662)

Lima – Perú

2026

INDICE GENERAL

CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO **6**

INTRODUCCIÓN **8**

Capítulo I: Descripción de la idea de negocio **10**

Objetivo General **10**

Objetivos Específicos **10**

Descripción de la idea de negocio **10**

Segmentos de clientes **12**

Propuesta de valor **13**

Canales **14**

Relación con los clientes **14**

Fuentes de ingreso **15**

Recursos claves **15**

Actividades claves **16**

Aliados claves **17**

Estructura de costos **17**

Capítulo II: Análisis interno y externo **19**

Factores que determinan el éxito **19**

Organización **20**

Matriz de los factores internos MEFI **21**

Fortalezas 21

Debilidades 22

Análisis PESTEL **23**

Factores legales y políticos 24

Factores financieros y económicos 25

Factores sociales, culturales y demográficos 26

Factores tecnológicos y científicos 27

Factores ambientales y ecológicos 28

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter **28**

Poder de negociación con los clientes 29

Poder de negociación con los proveedores 29

Amenaza de los productos o servicios sustitutos 30

Amenaza de entrada de nuevos competidores 31
Rivalidad de los competidores actuales 32
Grado de atracción de la industria o sector 33
Matriz de los factores externos MEFE 35
Capítulo III: Planeamiento estratégico 36
Misión 36
Visión 36
Valores 37
Objetivo estratégico 37
FODA 38
Fortalezas 38
Debilidades 39
Oportunidades 39
Amenazas 40
Estrategia FO 40
Estrategia DO 41
Estrategia FA 41
Estrategia DA 42
Matriz FODA 43
Ventaja competitiva 44
Mapa Estratégico 44
Indicadores para medir las estrategias 45
Diagrama Gantt 46
Capítulo IV: Análisis de Mercado 47
Análisis de mercado 47
Prototipo para la encuesta 48
Método de investigación 48
Estimación de la demanda 50
Demanda en unidades 50
Proyección de ventas 50
Capítulo V: El Plan de Marketing 51
Variables de segmentación del consumidor 51
Mapa de experiencia del cliente 52

Marketing Mix 53
Estrategia de producto servicio 53
Estrategia de precio 55
Estrategia de distribución y canales de ventas 55
Estrategia de comunicación integral 56
Costos de Marketing 57
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas 58
Selección de la Ubicación del Negocio 58
Proceso de Producción del Producto o Servicio 59
Plan de Producción 61
Equipos e infraestructura 61
Tiempo de Producción 63
Capacidad de Producción 63
N° de personas necesarias para la producción 63
Diagrama de procesos 64
Costo de las Operaciones Productivas 66
Costo del personal 66
Costo de insumos 67
Costo de servicio/producto 67
Capitulo VII: La Gestión de Logística 68
Gestión de Compras 68
Identificación de proveedores 68
Gestión de Almacenamiento 69
Diseño de Almacén 69
Método de Almacenamiento 70
Gestión de la Distribución 71
Determinación de las Unidades de Transporte 72
Plan de Rutas - Entregas 72
Costo de Gestión Logística 75
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales 76
Organigrama 76
Requerimiento de los cargos 76
Funciones y Responsabilidades 77

Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación de Personal 81
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal 82
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal 83
Costo del personal administrativo 84
Requisitos para Constitución del Negocio 84
Costos de Constituir el Negocio 85
Capítulo IX: Plan Financiero 86
Consideraciones Iniciales 86
Financiamiento de la inversión 88
Estructura de costos 91
Costos variables 91
Costos fijos 92
Proyección de ventas 92
Análisis del Punto de Equilibrio 92
Inversión y el Capital de Trabajo 93
Estados financieros 93
Conclusiones y Recomendaciones 95
REFERENCIAS 99

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro plan de negocio evalúa la viabilidad de producir y comercializar galletas aromáticas saludables con ingredientes 100% naturales e incorporando flores aromáticas (lavanda, manzanilla, valeriana y toronjil), enfocadas en el bienestar emocional de jóvenes y adultos que buscan alternativas naturales para reducir el estrés y la ansiedad. A través de canales digitales y un centro de producción en el distrito de La Molina, ofrecemos un servicio personalizado y accesible. Nuestra ventaja competitiva radica en la diferenciación e innovación de galletas con beneficios sensoriales y emocionales únicos.

El proyecto requiere una inversión de S/165 599, destinada a cubrir los costos de insumos, equipos de producción y estrategias de marketing digital. Los análisis realizados indican que el proyecto es rentable y tiene un retorno favorable en 2 años, gracias a un control de costos eficiente, un precio aceptable para los clientes y una demanda creciente por alimentos saludables.

Los resultados financieros muestran que el proyecto es viable y rentable. El VAN económico es de S/107 241.7, lo que significa que el negocio genera un valor positivo luego de recuperar la inversión realizada; además la TIR tiene un porcentaje favorable de 36%, lo que indica que el proyecto ofrece un buen retorno.

Desde el punto de vista de un inversionista, el proyecto es muy atractivo. El VAN financiero de S/100 247.5 demuestra que el proyecto genera ganancias reales; asimismo, la TIR financiera del 60%, lo que indica que el capital invertido obtiene un retorno alto, lo que hace que el proyecto sea rentable.

En conclusión, mi proyecto presentado tiene una factibilidad técnica, financiera y de mercado, constituyéndose como una propuesta viable y sostenible en el tiempo con potencial de crecimiento y un posicionamiento dentro del sector de la repostería saludable.

Palabras Claves: Galletas aromáticas, Saludables, Ingredientes naturales, Bienestar emocional, Rentable, VAN y TIR.