



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta de negocio “Dulce Semilla” para la elaboración de postres saludables a través de un aplicativo en el distrito de San Borja, en el año 2023”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Dirección de Negocios Globales

Bachiller en Dirección de Tecnologías de Información

PRESENTADO POR:

Escobar Sarapura, Alessandra - Administración y Dirección de Negocios

Llanos Luna, Iris Jeysy – Dirección de Negocios Globales

Pacora Alcalde, Alfonso Danilo - Administración y Dirección de Negocios

Reyes Balcázar, Diego Rafael – Dirección de Tecnologías de Información

ASESOR

Celes Alonso Espinoza Rua

(ORCID: 0000-0001-5324-7945)

LIMA, PERÚ

2023

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Celes Alonso Espinoza Rua

MIEMBROS DEL JURADO:

Eduardo Enrique, Haro Yanqui

Cerna Hernandez, Jorge Alberto

Guzman Wilcox, Juan Francisco Hilario

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Alessandra Escobar Sarapura Identificado (a) con DNI N° 72525300 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado (a) con DNI N°: 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

Yo, Iris Jeysy Llanos Luna Identificado (a) con DNI N° 75895900 perteneciente al Programa de Dirección de Negocios Globales, siendo mi asesor el Sr(a) Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado (a) con DNI N°: 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

Yo, Alfonso Danilo Pacora Alcalde Identificado (a) con DNI N° 43533665 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado (a) con DNI N°: 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

Yo, Diego Rafael Reyes Balcázar Identificado (a) con DNI N° 72722345 perteneciente al Programa Dirección de Tecnologías de Información, siendo mi asesor el Sr(a) Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado (a) con DNI N°: 42750231, y cuyo código ORCID es 0000-0001-5324-7945.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Somos los autores del documento académico titulado
“Propuesta de negocio “Dulce Semilla” para la elaboración de postres saludables a través de un aplicativo en el distrito de San Borja, en el año2023 “
 - b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
 - c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
 - d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.
- Fecha:27 de diciembre, 2023

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Alessandra	Escobar Sarapura	72525300	
Iris Jeysy	Llanos Luna	75895900	
Alfonso Danilo	Pacora Alcalde	43533665	
Diego Rafael	Reyes Balcázar	72722345	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Celes Alonso	Espinoza Rua	42750231	

ÍNDICE

I.	Información general	8
1.1	Título del proyecto	8
1.2	Área estratégica de desarrollo prioritario	8
1.3	Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada	8
1.4	Localización o alcance de la solución	8
II.	Descripción de la investigación aplicada o innovación	9
2.1	Justificación	9
2.1.1	Justificación teórica	9
2.1.2	Justificación práctica	9
2.1.3	Justificación económica	10
2.1.4	Justificación metodológica	11
2.1.5	Justificación social	12
2.2	Marco referencial	13
2.2.1	Antecedentes de la investigación	13
2.3	Marco teórico	19
2.3.1	Modelo de negocio	19
2.3.2	Postres saludables	20
2.4	Objetivo general y específicos	22
2.5	Viabilidad	23

2.6	Limitaciones	24
2.7	Plan de actividades del Proyecto	24
2.8	Metodología del proyecto	29
2.8.1	Diseño metodológico	29
2.8.2	Diseño muestral	30
2.8.3	Técnicas de recolección de datos	31
III.	Estimación de costos del proyecto	31
IV.	Sustento del mercado	34
4.1	Alcance esperado del mercado	34
4.2	Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora	35
4.3	Descripción del modelo de negocio con el cual la innovación o investigación aplicada entraría al mercado	35
4.3.1.	Propuesta de valor	35
4.3.2.	Fuentes de ingresos	36
4.3.3.	Canales de distribución	36
4.3.4	Estrategia de penetración en el mercado	37
4.3.5.	Actividades productivas propias y externas	44
4.3.6.	Alianzas	44
V.	Desarrollo de la Investigación Aplicada e Innovación	45
6.1	Resultado de la encuesta	45

6.1 Diagnostico	52
VI. Conclusiones y Recomendaciones	53
8.1 Conclusiones	53
8.2 Recomendaciones	54
VII. Fuentes de información (falta roa)	55
VIII. Anexos	59
7.1 Matriz Operación	59
7.2 Matriz de consistencia	61
7.3 Instrumentos de recolección de datos	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto de gastos operativos del proyecto	31
Tabla 2 Presupuesto de inversión inicial	32
Tabla 3 Presupuesto del aplicativo	28
Tabla 4 Presupuesto del personal	33
Tabla 5 Presupuesto de Ingredientes	33
Tabla 6 Presupuesto de Productos	34
Tabla 7 Frecuencia del consumo de postres saludables de los encuestados en el distrito de San Borja.	45
Tabla 8 Preferencia en el consumo de postres saludables de los encuestados en el distrito de San Borja.	46
Tabla 9 Preferencia de sabores de los encuestados en el distrito de San Borja.	46
Tabla 10 Monto que estarían dispuestos a pagar los encuestados en el distrito de	

San Borja.	47
Tabla 11 Resultados de si estarían dispuestos a recibir información adicional sobre los postres saludables.	48
Tabla 12 Resultado del impedimento al consumir postres saludables en el distrito de San Borja.	49
Tabla 13 Resultado de los encuestados si es que les gustaría personalizar sus postres.	50
Tabla 14 Motivación al consumir postres saludables de los encuestados en el distrito de San Borja.	50
Tabla 15 Factor más importante de los encuestados al comprar postres saludables en el distrito de San Borja.	51
Tabla 16 Resultado de los medios por cual los encuestados suelen comprar.	52

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Publicidad en Instagram	24
Imagen 2 Ubicación del local.	25
Imagen 3 Presentación de productos.	26
Imagen 4 Promociones.	26
Imagen 5 Bosquejo del aplicativo.	27
Imagen 6 Diseño terminado del aplicativo.	27
Imagen 7 Vista de la carta.	29
Imagen 8 FODA.	38
Imagen 9 PESTEL	38
Imagen 10 CANVAS	39
Imagen 11 Mapa de empatía.	42

RESUMEN

Nuestra propuesta de negocio va dirigida a las personas que padecen de diabetes y quieren darse un gusto sin poner en riesgo más su salud, para poder realizar esta propuesta de negocio hemos planteado crear un aplicativo y mediante este los clientes pueden hacer sus pedidos o puede visitarnos en nuestra tienda ubicado en San Borja, asimismo para la elaboración de estos postres tendremos a un profesional guiando a nuestro personal y asesorándolos para la preparación de dichos postres, esta investigación usamos la herramienta de la recopilación documental y encuesta mediante estas herramientas analizamos a nuestro público objetivo y nuestro segmento de mercado.

Palabras clave: Postres saludables, plan de negocio, alimentación sana, prevención de enfermedades.

ABSTRACT

Our business proposal is aimed at people who suffer from diabetes and want to treat themselves without further putting their health at risk. In order to carry out this business proposal, we have proposed creating an application and through this, customers can place their orders or visit us. In our store located in San Borja, also for the preparation of these desserts we will have a professional guiding our staff and advising them on the preparation of said desserts. In this research we use the tool of documentary collection and survey through these tools we analyze our public objective and our market segment.

Keywords: Healthy desserts, business plan, healthy eating, disease prevention.

I. Información general

1.1 Título del proyecto

Propuesta de negocio “Dulce Semilla” para la elaboración de postres saludables a través de un aplicativo en el distrito de San Borja, en el año 2023.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

El estudio de esta investigación se encuentra dentro del área estratégica de Modelos de Negocios Sostenibles, teniendo como objetivo ofrecer productos que mejoren la salud de las personas.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

El estudio de esta investigación se encuentra en la actividad económica de Desarrollo de Modelo de Negocios, ya que, se implementa herramientas para un posible desarrollo de negocio.

1.4 Localización o alcance de la solución

La localización será en San Borja dirigido a diabéticos y personas que cuiden su salud teniendo como problemática un alto indicio de personas diabéticas. Se dará en un periodo de entre 6 a 9 meses.

Alcance de la solución: La elaboración de la propuesta de negocio de postres saludables en el distrito de San Borja se logrará implementando en un punto estratégico luego de haber hecho un estudio de mercado.

II. Descripción de la investigación aplicada o innovación

2.1 Justificación

2.1.1 Justificación teórica

De la misma manera, se presenta un aporte teórico de la presente investigación, ya que, para esto se dará una solución al problema en identificar las causas que tienen las personas en no consumir postres saludables, es por eso que se plantea una investigación en realizando un estudio de mercado, identificando los principales problemas y en base a eso se hará una planificación de mejora en el consumo de alimentación saludable en cada uno de los procesos obtenidos para elaborar estrategias de mejora para consumir postres saludables. Por tal motivo, es que las personas poseen una mala alimentación no balanceada por eso a través de una investigación de mercado se sabrá si la gran mayoría consume todos los días postres no saludables de tal forma las personas establezcan un mejor estilo de vida saludable que contenga alimentos no elaborados altos en azúcares y calorías moderadas.

2.1.2 Justificación práctica

El estudio práctico actual busca abordar la problemática identificada relacionada con la creciente relevancia de los estilos de alimentación saludable en la sociedad actual. Es fundamental la creación de negocios que desarrollen y ofrezcan productos innovadores que promuevan una alimentación saludable y contribuyan a satisfacer esta necesidad.

Como también ayudará a resolver el problema ya que hoy en día las personas consumen en exceso alta cantidad de azúcares que trae consecuencias y enfermedades en un largo plazo y los estilos de alimentación saludables cada vez es menor siendo esto un mayor riesgo para la sociedad y por eso será necesario en crear una nueva alimentación saludable en que los negocios elaboren y ofrezcan productos innovadores que ayuden a una sana alimentación en un corto plazo evitando consecuencias de alto riesgo en reducir cada vez mayor el consumo de azúcares sin que perjudique más la vida de las personas.

2.1.3 Justificación económica

Desde el punto de vista económico, nos ayudará en la obtención de información necesaria para promover la venta de postres saludables, donde la población podrá cambiar su estilo de vida, generando mayor riqueza para el distrito de San Borja, fomentando el cuidado de la salud. Se propone emplear las redes sociales y aplicativo móvil no solo como medios de promoción de los productos, sino también como las herramientas para establecer una conexión confiable con los clientes en la elaboración un plan de marketing digital en haciendo publicidad de anuncios incentivando a la población, brindar contenido útil que informe y consciente a las personas en mejorar sus hábitos alimenticios a través de una buena estrategia comercial en poder determinar si tienen aprobación al consumo de postres saludables a base de ingredientes orgánicos.

2.1.4 Justificación metodológica

En el presente estudio se concierne en los objetivos ya planteados anteriormente, para ello, se empleó una metodología más eficiente y adecuada, en lo cual, se consideró los métodos, técnicas e instrumentos válidos al momento de recolectar la información necesaria para la obtención de resultados en la investigación. Ya que al momento de recolectar la información a través de una encuesta se obtendrá los resultados recopilando datos directamente de consumidores potenciales en utilizar métodos cualitativos entrevistando a las personas y métodos cuantitativos como encuestas por un cuestionario de preguntas. Mediante la entrevista, se obtendrá información de una experta en nutrición acerca de los alimentos que tienen impacto en el organismo, así como su percepción sobre el interés en cambiar los hábitos alimenticios. Además, se llevará a cabo una encuesta para recopilar datos sobre diferentes aspectos, como las ocasiones en las que los participantes comprarían postres, las fechas con mayor demanda, disposición a pagar un precio superior a los tradicionales, características consideradas importantes en la elaboración de los postres, y si creen que consumir este tipo de postres podría mejorar su salud y prevenir enfermedades futuras.

Además, se creará un plan de marketing digital haciendo publicidad de anuncios a través de las redes sociales incentivando a la población el consumo y brindar contenido útil que informe y consciente a las personas en mejorar sus hábitos alimenticios a través de una buena estrategia comercial y poder determinar si tienen aprobación al consumo de postres saludables a base de ingredientes orgánicos, se planea promocionar el negocio a través de las redes sociales para

crear una conexión confiable con el público objetivo para así incrementar las ventas e ingresos.

2.1.5 Justificación Social

Esta investigación tiene un aporte social, porque las personas de la zona de San Borja se beneficiarán de postres saludables de acuerdo a sus deseos y necesidades sin ningún problema para consumir nuestros productos, ya que no contendrán gran cantidad de azúcar ni sustancias nocivas ni perjudiciales para el cuerpo humano. Los postres saludables, serán 100% artesanales y utilizarán productos naturales. Las personas llevan muchos años comiendo comida rápida, por lo que se recomienda llevar un estilo de vida saludable, así como buscar nuevas combinaciones de ingredientes saludables que garanticen resultados satisfactorios y cumplan con las expectativas de los clientes. Es una fuente importante de estímulo y motivación las capacidades de los socios de cooperación, es decir, la capacidad de seleccionar clientes interesados en hacer negocios. Por ello, se recomienda elegir un estilo de vida saludable y evitar factores que contribuyan a su aparición. En el proceso de abastecimiento y búsqueda de nuevas combinaciones saludables de ingredientes para garantizar un resultado final satisfactorio y satisfacer las expectativas de los clientes, es una fuente importante y una motivación para mejorar las habilidades de los asociados, permitiendo a los clientes elegir los beneficios de la empresa que las personas obtendrán de productos de bienestar basados en sus necesidades y tendencias actuales.

2.2 Marco referencial

2.2.1 Antecedentes de la investigación

Antecedentes nacionales

Ochoa y Peralta (2019), en su investigación de título: “Sweet for Everyone Sin gluten, lactosa, ni azúcar. Plan de Negocio para la viabilidad de la creación de una empresa que brinda postres para todos”, sustentada en la Universidad ESAN. Cuyo objetivo fue: Ofrecer postres diversos y deliciosos sin gluten, lactosa y azúcar que satisfagan el paladar del consumidor sin exponer su salud y mejorar los síntomas y la calidad de vida. La muestra estuvo constituida por 384 personas de 25 años o más, que viven en cualquier distrito de la Zona 7: Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco o La Molina, que pertenecen al NSE A o B y que presentan alguna de estas tres condiciones: celiaquía, diabetes o intolerancia a la lactosa. El instrumento utilizado fue una encuesta elaborada en base a preguntas cerradas y entrevistas a profundidad a expertos, que luego fueron analizadas con herramientas estadísticas. Los resultados mostraron que: Si existe una demanda potencial para el modelo de negocio planteado, las personas diabéticas, celíacas o intolerantes a la lactosa si estarían dispuestas a pagar un precio de S/43.1 y la mayoría de los compradores visitarán las instalaciones por lo menos 1 vez por semana.

Irureta (2020), en Lima en su tesis titulada: “Plan de negocios para la creación de una pastelería saludable en la ciudad de Chiclayo – 2018”. En esta tesis establecieron en su investigación como objetivo principal la viabilidad de establecer una panadería centrada en productos dietéticos en la ciudad de Chiclayo. Para

lograrlo, se llevó a cabo un estudio experimental transversal que incluyó la participación de 384 personas de la ciudad de Chiclayo. Se aplicó una encuesta utilizando un cuestionario como instrumento de recolección de datos.

La viabilidad comercial muestra que las personas buscan consumir productos de pastelería que sean saludables con el fin de cuidar su salud y aspecto físico. Además, estarían dispuestos a comprar estos productos en una nueva tienda en la ciudad de Chiclayo. También quieren que estos productos sean de buena calidad y tengan un buen sabor.

Arrese y Ramos (2020) en su tesis titulada: “Estrategias de marketing digital para promover el consumo de postres saludables en la ciudad de Piura, año 2020” concuerdan que, debido a nuestra mayor conexión a Internet, usar medios digitales para presentar postres saludables tiene más ventajas y menor costo que los métodos tradicionales, los cuales son más costosos y, en su mayoría, no alcanzan el público deseado. A pesar de las investigaciones, todavía se utilizan estos métodos, pero las estrategias de marketing digital que han desarrollado demuestran ser efectivas y tienen gran llegada en la toma de decisiones de los consumidores.

Herrera et al (2022) en su trabajo de investigación: “Plan de Negocio para la elaboración y comercialización de postres saludables en el ámbito de Lima Moderna” mencionan que la iniciativa "Saludable Tentación" tiene como objetivo ayudar a prevenir, prevenir y enfrentar los principales inconvenientes que agradan al público objetivo a través de una iniciativa de producto diseñada en cierta forma

para brindar postres saludables. Además de proteger la salud de los clientes, esta iniciativa ofrece una serie de ventajas naturales y saludables que ayudarán a abordar estos problemas.

Sin embargo, se llevó a cabo un análisis de mercado que reveló la aceptación del público. Luego, se llevó a cabo un análisis tanto cualitativo como cuantitativo, donde se descubrió que tanto nuestros propios productos como otras ideas novedosas para el comercio recibieron apoyo.

Antecedentes Regionales

Tejeda y Vargas (2021) realizaron un estudio titulado: “Plan de negocio para la creación de una repostería especializada en personas con enfermedades diabéticas y sobrepeso en Santa Marta” del país Colombia. Mencionan que el objetivo del proyecto surge de un porcentaje alto de muerte a raíz de la diabetes y en base a esa investigación sobre la tasa de mortalidad por diabetes es que se crea esta investigación sobre si es rentable crear una repostería las cuales puedan satisfacer el consumo de las personas que tienen este problema. El estudio que se usó para elaborar esta idea fue mixto cualitativo y descriptivo de manera secuencial, los resultados de este estudio indicaron que si es rentable realizar el plan de negocio para las personas que tienen diabetes y no afecte más a su salud al consumir estos postres.

Barrios (2022) en su estudio titulado: “Estudio de factibilidad para la creación de una pastelería dedicada a la producción y comercialización de postres saludables

en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas” menciona que en este proyecto de tesis se investigó la viabilidad de introducir en el mercado ecuatoriano un innovador concepto de repostería centrado en postres saludables. La ciudad de Santo Domingo, en especial la Urbanización Mutualista Benalcázar, fue el lugar elegido para el estudio, ya que allí hay locales gastronómicos que podrían ayudar a difundir y mejorar las ventas de nuestros productos. Ecuador necesita más información confiable, pero también más negocios dedicados a los postres saludables y de fácil consumo. Además, este mercado está muy poco desarrollado, especialmente en el sector de la confitería, por lo que es necesario abordar este problema.

Muñoz (2020), en su tesis titulada: “Modelo de negocio para la creación de la empresa Dullove dedicada a la elaboración y comercialización de postres y dulces saludables para niños en la ciudad de Guayaquil” del País de Ecuador, en esta tesis se propone crear un modelo de negocio online de postres y dulces saludable para niños para resolver el problema actual de que los niños que consumen mucha azúcar y son intolerantes a ciertos productos alimenticios, por ejemplo, la leche de vaca o gluten. Las investigaciones demuestran la importancia de una alimentación saludable desde una edad temprana, estos estudios creen que estos hábitos saludables evitaran el aumento de enfermedades no transmisibles como la diabetes, la obesidad y otras. Si no se hacen cambios, esto podría ser otra pandemia. Las estadísticas que nos muestra el INEC de una encuesta de salud realizada en 2013 indican que la población infantil sufre deficiencias nutricionales

debido al consumo excesivo de alimentos procesados, los cuales no son suficientes para el normal desarrollo infantil. El propósito de esta tesis es demostrar la rentabilidad de la creación de postres saludables para niños a través de estudios de mercado y el uso de métodos de investigación.

Roa, (2019) en su tesis “Implementación de pastelería Don Felipe, un placer sin culpa (parte I)” de la Facultad de Economía y Negocios (FEN) Universidad de Chile. En esta investigación podemos decir que la población chilena tiene una tasa elevada en obesidad, sin embargo, con esta propuesta se puede ayudar aquellas personas que padecen de obesidad, pero aun así desean seguir comiendo postres y qué mejor manera de hacerlo si estos son saludables y bajos en calorías de esta manera se puede dar solución a la tasa elevada de obesidad, esto es lo que se demuestra en esta investigación.

Antecedentes internacionales

Maylina (2021) en su tesis "Fla student´s perception of moringa oleifera lamk. Leaf (kelor) pudding as an alternative healthy food" de la Universidad Soegijapranata Catholic University en Indonesia. En este estudio se demostró que las personas preferían consumir lo dulce y más si están elaborados de manera saludable y el producto que hicieron está hecho en base de las hojas de moringa las cuales tiene muchas propiedades saludables y beneficiosas para el ser humano, sin embargo, en su investigación resalta que el consumo de estas no son las más agradables debido a su sabor amargo y en base a esto descubrió que para elaborar la

preparación se tiene que hacer de manera más creativa. La metodología que usaron para realizar este estudio fue cualitativa y se entrevistaron a 30 personas de las cuales la mayoría de ellas querían nuevamente el producto.

Vea (2021) en su tesis titulada. “A challenge of 28-day, A Pasifika way intervention to Reduce Free Sugar Consumption”. Está bien documentado el vínculo directo entre el consumo excesivo de azúcar libre y los efectos negativos para la salud, como caries dental, enfermedades cardíacas, diabetes y obesidad. Los habitantes del Pacífico de Nueva Zelanda experimentan una carga desproporcionada por las condiciones de salud antes mencionadas en términos de mortalidad. La Organización Mundial de la Salud define el azúcar libre que se incorporan a los productos alimenticios y las bebidas por parte de quien los elabora, los prepara o los consume, así como de los azúcares que se encuentran de forma natural en la miel, los jarabes y los zumos de frutas y sus concentrados. Se puso a prueba una breve intervención grupal para reducir el consumo de azúcar entre un grupo de participantes del Pacífico.

Ariyasriwatana (2018) en su investigación titulada: “Healthy Deliciousness”: discovering the secret to healthy eating via social media de la Universidad Hawái en Mānoa, muestran que hay considerables pruebas de que muchas personas en todo el mundo sufren de elecciones alimentarias inadecuadas, incluso en poblaciones que pueden acceder y pagar por alimentos saludables. El meollo de la complicación radica en que los seres humanos nos guiamos principalmente por las características

sensoriales detectables de los alimentos, lo que no siempre nos lleva a elegir alimentos saludables porque nos atraen naturalmente los sabores dulces, salados y ricos en calorías. A través del conocimiento de la intersección entre lo saludable y lo delicioso, esta disertación interdisciplinaria tiene como objetivo promover una alimentación saludable. Se examinó el contenido de un conjunto de 1200 reseñas en línea de los 48 restaurantes más famosos de Hawái, que se obtuvieron de Yelp.com, un sitio de redes sociales importante. Cada reseña se dividió en citas para que se pudieran codificar varios componentes de cada elemento del menú, tanto directa como indirectamente relacionados con la salubridad o la delicia, así como un punto en el continuo de lo saludable.

2.3 Marco teórico

2.3.1 Modelo de negocio

Definición

Drucker (1988) es uno de los primeros en definir lo que es un modelo de negocio y según su definición un modelo de negocio es la manera de como una empresa lleva su negocio para satisfacer al cliente dándole así importancia también a este, esto lo explica en su libro “La práctica de Management”.

Palacios y Duque definen modelo de negocio como una oportunidad de innovación las cuales presentan reglas, reglas que son diferentes a las otras empresas lo que vendría a ser único e innovador, es así como para realizar una idea siempre se le añade un valor agregado adicional.

En ambas investigaciones se puede analizar que un modelo de negocio se define como una necesidad y carencia que tienen las personas, para poder

satisfacerlas crean estas ideas innovadoras y prácticas para que su público objetivo quede satisfecho con el nuevo producto que se les ofrece.

Modelo de negocio sostenible

Según Faustino (2021) existe una fuerte correlación entre esta tendencia y una alimentación saludable diaria, principalmente como resultado de la aparición de nuevas enfermedades una de ellas la diabetes es uno de los efectos de los malos hábitos alimentarios. El propósito de este modelo de negocio es comprender la viabilidad y conocer a los consumidores cada vez más informados y que se preocupan por su bienestar y salud. Debido a estas circunstancias, se ha identificado una oportunidad de negocio sostenible.

Según Orozco (2018) esta nueva forma de vida produce un próspero nicho de mercado que valora y está dispuesto a pagar por los postres saludables con ingredientes naturales y orgánicos con alto valor nutricional cuidando bien tu cuerpo y llevando una vida saludable. Con este modelo de negocio sostenible es una de las ventajas competitivas que usan.

Se concluye que el modelo de negocio sostenible centrado en la producción y venta de dulces saludables representa una oportunidad para abordar la creciente demanda de alimentos más saludables y sostenibles en la sociedad actual.

2.3.2 Postres saludables

Importancia de postres saludables

Según Herrera et al. (2022) al momento de centrarse en el proceso de producción de postres saludables tendrá un valor nutricional que está preparado

con ingredientes de alta calidad, bajo en calorías, grasa y azúcar para conservar el control del contenido de nutrientes que deben incluir y la cantidad de calorías que tiene cada postre. El personal responsable recibe capacitación continua para que puedan proporcionar servicios profesionales con conocimientos de salud, aplicaciones de nutrición y actividades equilibradas para que puedan invitar e instruir a los clientes sobre cómo usarlo, incluso las recetas de postres preparados estarán sujetas a análisis de valor nutricional de los alimentos, esto es para proporcionar información veraz al cliente.

Los postres saludables promueven una dieta equilibrada y son capaces de satisfacer los antojos sin excesos, ya que permite a las personas disfrutar del dulce sin ninguna preocupación. Según Muñoz (2020), la producción de postres saludables es de suma importancia, ya que aportan energía y pueden ser adaptados al estilo de alimentación de individuos que consumen por naturaleza el dulce, es decir, los niños.

Según los autores antes mencionados, podemos concluir que los postres saludables desempeñan un papel importante para contribuir a un estilo de vida más saludable a largo plazo, ya que constituyen también un complemento importante al aporte de nutrientes en la alimentación diaria. Para fomentar hábitos alimenticios nutritivos y sanos, se hará difusión por medio de avisos oportunos para que la información mencionada sea usada por los clientes y, por consecuencia, se logre un crecimiento sostenible del negocio.

Alimentación saludable

Según Bellido y Calañas (2016) una alimentación saludable se basa en comer de todo, pero de forma equilibrada y adecuada a las necesidades de cada persona. También implica consumir las calorías que se gastan en la actividad física y el metabolismo, lo que favorece el control o la consecución del peso óptimo. Una dieta saludable es aquella que beneficia la salud y previene las enfermedades crónicas asociadas a la alimentación.

Para Izquierdo, A. et al (2004) para tener una alimentación saludable hay que comer de forma equilibrada diferentes alimentos que aporten los nutrientes necesarios para crecer bien y mejorar las habilidades físicas y mentales. La dieta debe ser variada e incluir todos los grupos de alimentos, dando preferencia a las verduras y las frutas por su riqueza en carbohidratos, fibra, vitaminas y minerales, esto según la investigación.

Se concluye que para poder tener una alimentación saludable se tiene que tener una dieta variada y equilibrada con los macros y micronutrientes que nos aportan los alimentos ingeridos, así previniendo enfermedades o complicaciones.

2.4 Objetivo general y específicos

Objetivo general

Elaborar una propuesta de negocio que permita producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja.

Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico situacional de postres saludables en el distrito de San Borja.

- Elaborar una propuesta de negocio que permita producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja en su primera etapa.
- Elaborar una propuesta de negocio que permita producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja en su segunda etapa.
- Elaborar la relación costo-beneficio de la propuesta de negocio para la producción y comercialización de postres saludables en el distrito de San Borja.
- Realizar un estudio de mercado para definir el segmento de personas seleccionadas y poder analizar la rentabilidad del producto.
- Elaborar un aplicativo para brindar información nutricional sobre los hábitos de alimentación saludables y recetas con el fin de mejorar la salud y prevenir enfermedades.

2.5 Viabilidad

El estudio es viable porque se ofrece una alternativa de postres saludables que satisfaga las necesidades y preferencias de los consumidores que buscan cuidar su salud con productos bajos en grasas y calorías mediante el cambio de ingredientes y métodos de cocción, así mismo, se dispone del uso de recursos metodológicos aplicados para obtención de información y conocimientos a través de repositorios de universidades, documentos digitales, revistas científicas, entre otros. Por otra parte, el uso de materiales se contó con lo primordial para la recolección de datos y trabajo de campo.

2.6 Limitaciones

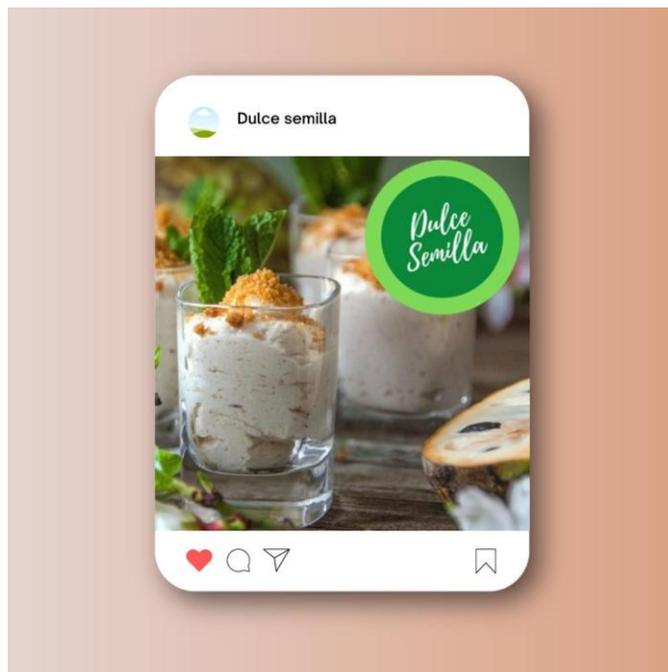
Las limitaciones que se han investigado únicamente para el funcionamiento de este proyecto son los permisos que se requiere para poder laborar dentro del centro comercial. Estos permisos son los que nos limitaría un poco, ya que requieren de tiempo para poder sacarlas, porque el área de comida necesita de tiempo para poder ser verificada y que todo esté en orden y el funcionamiento sea el adecuado para el público. Los permisos que se solicitan son: licencia comercial o de funcionamiento, licencia de salubridad, permiso de instalaciones, entre otros.

Otra de las limitaciones es encontrar al personal adecuado para que nos pueda ayudar a elaborar los postres y tenga conocimiento de nutrición para elaborar correctamente los postres que se venderán.

2.7 Plan de actividades del Proyecto

En esta sección se muestra solo un ejemplo de cómo sería la estrategia que se tomaría para promover, capturar clientes y presentación del negocio incluyendo el aplicativo por donde mostraremos nuestro valor agregado.

Imagen 1 Publicidad en Instagram.



Nota: Publicidad que se llevaría a cabo en las redes sociales.

Imagen 2 Ubicación del local.



Nota: Imagen referencial sobre la ubicación del local.

Imagen 3 Presentación de productos.



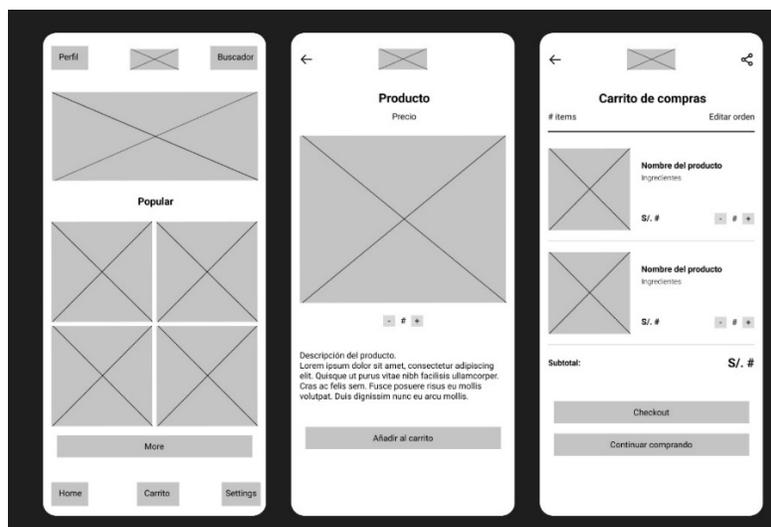
Nota: Imagen referencial sobre presentación de los productos de la carta.

Imagen 4 Promociones.



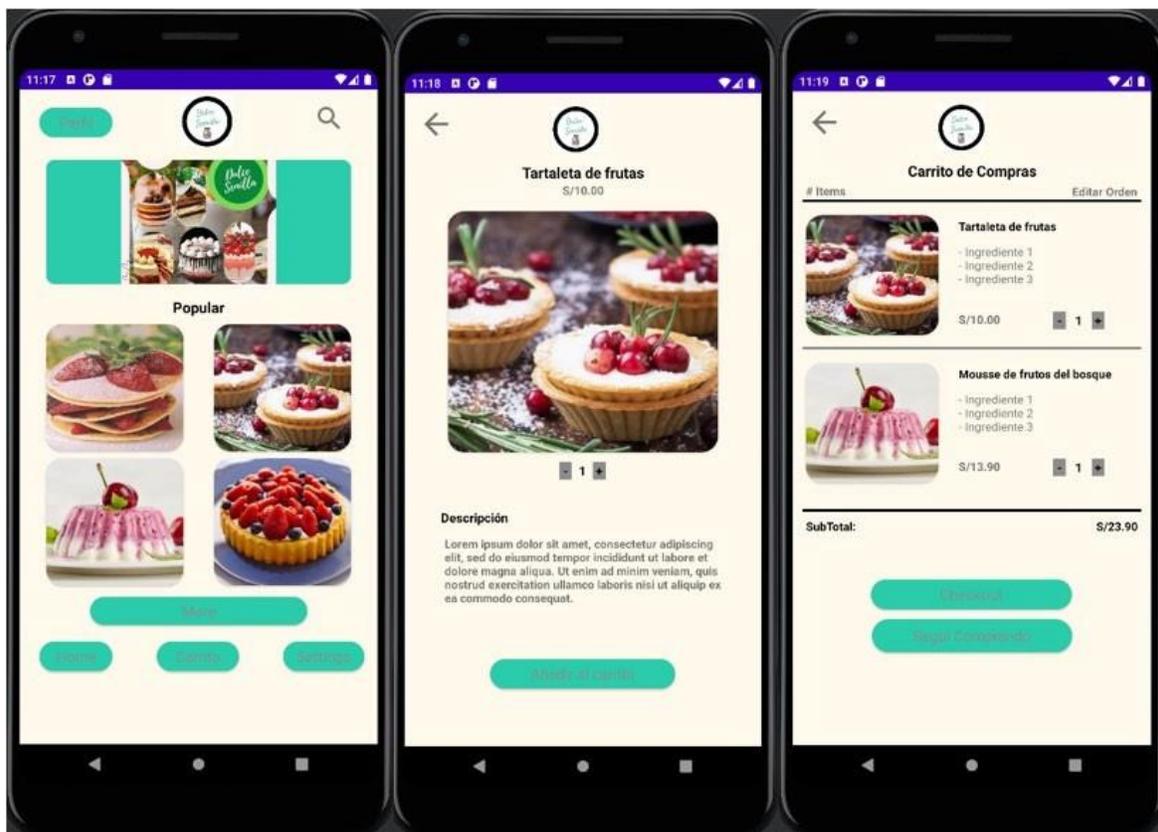
Nota: Imagen referencial de publicidad para el contacto con el negocio

Imagen 5 Bosquejo del aplicativo.



Nota: Imagen referencial del diseño para el aplicativo del negocio en donde se mostrará el valor agregado al cliente.

Imagen 6 Diseño terminado del aplicativo.



Nota: Imagen referencial del diseño terminado del aplicativo en donde se mostrará el valor agregado al cliente.

Imagen 7 Vista de la carta.

Pastelillos	Precio
Pudding de chia y chocolate con yogurt	7.50
Pastel de manzana	10.00
Mousse de frutos del bosque	9.50
Milhojas de frambuesa y mango	10.00
Copas de queso fresco, mango y frutos rojos	6.00
Cheesecake de mango	11.00
Sorbete de mango y plátano	8.50
Tartaleta de frutas	10.00
Pastel de zanahoria	13.90

Nota: Imagen referencial de la carta con los productos y precios.

2.8 Metodología del proyecto

2.8.1 Diseño metodológico

Diseño de investigación

El diseño de esta investigación es no experimental de corte transversal, ya que al ser una propuesta de negocio no se manipulan variables independientes y sólo se recolectarán datos del público objetivo.

Enfoque de investigación

El enfoque de esta investigación es mixto ya que se utilizará los métodos de recolección documental para la realización del DAFO y PESTEL, posteriormente para la investigación del mercado se empleará encuestas.

Tipo de investigación

Tipo de investigación aplicada, ya que, nos ayudará a identificar las necesidades específicas o particulares del mercado objetivo y así tomar decisiones concretas sobre las estrategias de negocio.

Nivel de investigación

El nivel de esta investigación es descriptivo, ya que, se tomará como resultado los datos obtenidos por los métodos de recolección de datos implementados.

2.8.2 Diseño muestral

Población

Nuestro mercado objetivo está conformado por hombres y mujeres del distrito de San Borja y alrededores de los niveles socioeconómico A y B entre los 18 y 70 años.

En el distrito de San Borja el total de habitantes es 123,711 (56,397 hombres y 67,314 mujeres).

Por lo cual nuestro público objetivo serán personas que quieran consumir postres saludables, que tengan diabetes o sobrepeso.

- Nuestra segmentación del mercado geográficamente se limita en el distrito de San Borja
- Nuestra segmentación demográfica será hombres y mujeres de los niveles socioeconómico A, B Y C entre los 18 y 70 años.

2.8.3 Técnicas de recolección de datos

- Para la investigación se usará una encuesta como técnica de recolección de datos, la cual se aplicará a las personas mencionadas anteriormente en el diseño muestral, el cual responderán en base a sus criterios con el objetivo de buscar satisfacer las necesidades de las personas al momento de comprar postres saludables, esto será planteado a través de los datos cuantitativos seleccionados de forma eficaz permitiendo obtener una respuesta directa y opiniones formuladas con claridad y precisión para que sean interpretadas posteriormente.
- Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de recolección documental, las fuentes consultadas se utilizaron para la recopilación de antecedentes y el sustento teórico de la tesis. Las fuentes empleadas fueron documentales como diagnósticos, fuentes electrónicas como base de datos de universidades (repositorios institucionales) y revistas científicas. Es importante recalcar que la información obtenida mediante la recopilación documental fue utilizada en esencia como guía para el desarrollo de la tesis.

III. Estimación de costos del proyecto

Tabla 1 Presupuesto de gastos operativos del proyecto

Número de personas que consumirán el producto	Frecuencia de consumo mensual según las encuestas	Total de vender mensualmente	Número de meses del año	Total unidades a vender en el primer año
120	1	138	12	1,656

Gastos operativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Alquiler	5500	5500	5500	5500	5500	5500
Luz	500	500	500	500	500	500
Agua	450	450	450	450	450	450
Personal	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Artículos de limpieza	300	300	300	300	300	300
Internet	149.9	149.9	149.9	149.9	149.9	149.9
Total	6899.9	6899.9	6899.9	6899.9	6899.9	6899.9

Nota. Estimación de costos necesarios para la implementación del proyecto con proyección de 6 meses.

Tabla 2 Presupuesto de inversión inicial

Presupuesto de Capital o Inversión Inicial			Tazas de depreciación y amortización		
ACTIVO FIJO TANGIBLE	Soles	Toda la inversión convertida a Soles	TASA DE DEPRECIACION ANUAL	DEP ANUAL	DEP MENSUAL
Remodelación del local	10,130	10,130	0	1,013	84
Decoración y acabados	8,354	8,354	0	1,253	104
Muebles	11,739	11,739	0	939	78
Menaje y utensilios	5,399	5,399	0	540	45
Balones de gas 45 kg	350	350	0	35	3
Máquinas (cocina, licuadora industrial, refrigeración)	44,114	44,114	0	4,411	368
Televisores x 1	1,299	1,299	0	130	11
Computadoras	819	819	0	82	7
Máquina registradora	615	615	0	62	5
		82,819	TOTAL DEPRECIACIÓN	8,465	705

Nota. Estimación de costos necesarios para la implementación del proyecto

Tabla 3 Presupuesto del aplicativo

ACTIVO FIJO INTANGIBLE		TASA DE AMORTIZACIÓN	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
	Soles			
Licencias y permisos, SOFTWARES	1,000	0	120	10
Sistema de seguridad	1,802	0	144	12
Constitución de la empresa	1,344	0	134	11
Diseño del aplicativo	2,500	0	375	31
Lanzamiento de la marca	2,000	0	300	25
TOTAL	8,646	TOTAL, AMORTIZACIÓN	1,074	89
8.3 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL	0	2,567		

19,677	PRESUPUESTO DE CAPITAL O INVERSIÓN INICIAL
---------------	---

Nota: Estimación de costos necesarios para la implementación del aplicativo

Tabla 4 Presupuesto del personal

Personal	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Mesero	1350	1350	1350	1350	1350	1350
Recepcionista	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Chef	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Su Chef	1400	1400	1400	1400	1400	1400
Total	5450	5450	5450	5450	5450	5450

Nota. Estimación de costos necesarios para el personal con proyección de 6 meses.

Tabla 5 Presupuesto de Ingredientes

Ingredientes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Harina	510	510	510	510	510	510
Huevo	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Estebia	1140	1140	1140	1140	1140	1140

Frutas	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Avena	450	450	450	450	450	450
Frutos secos	900	900	900	900	900	900
Colorantes vegetal	150	150	150	150	150	150
Leche	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Total	6650	6650	6650	6650	6650	6650

Nota. Estimación de costos necesarios para la adquisición de ingredientes con proyección de 6 meses.

Tabla 6 Presupuesto de Productos

Producto	Cantidad	Precio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Cheesecake de mango	24	S/ 11.00	S/ 264.00					
Tartaleta de frutas	24	S/ 10.00	S/ 240.00					
Mousse de frutos del bosque	24	S/ 8.90	S/ 213.60					
Sorbete de mango y platano	15	S/ 8.50	S/ 127.50					
Pastel de zanahoria	24	S/ 13.90	S/ 333.60					
Milhojas de frambuesa y mango	20	S/ 10.00	S/ 200.00					
Tarta de queso	24	S/ 13.50	S/ 324.00					
Pudding de chia y chocolate con yogurt	10	S/ 7.50	S/ 75.00					
Pastel de manzana	24	S/ 10.00	S/ 240.00					
Copas de queso fresco, mango y frutos rojos	10	S/ 6.00	S/ 60.00					
Total			S/ 2,077.70					

Nota: Estimación de costos de las ganancias vendidas del producto en una proyección de 6 meses.

IV. Sustento del mercado

4.1 Alcance esperado del mercado

Nuestro alcance de mercado va dirigido a la población del distrito de San Borja, ya que tenemos un 22% de la población de mujeres que consumen saludablemente y les gusta cuidar su salud, a su vez tenemos el 18% de la población de varones que consumen saludablemente al igual que las mujeres y un 60% de la población que pertenece a otros distritos que consumen saludable y que pueden llegar a nuestro local.

4.2 Descripción del mercado objetivo real o potencial del producto o servicio de forma de comercialización innovadora

El producto que vamos a ofrecer son postres saludables, los cuales puedan ser consumidos por las personas que padecen de diabetes o quieran cuidar su salud de igual manera, nuestros productos son bajos en calorías, azúcares, gluten y los ingredientes que se van usar para la elaboración de estos son de buena calidad y libre de pentágonos.

Nuestro mercado objetivo son aquellas personas que padecen de diabetes y personas que quieran cuidar su salud, y no pueden disfrutar de los postres, ya que estos en su mayoría contienen un alto contenido de calorías, además nuestro producto está dirigido a la clase A y B.

4.3 Descripción del modelo de negocio con el cual la innovación o investigación aplicada entraría al mercado

4.3.1. Propuesta de valor

Nuestro emprendimiento se dedica a la elaboración de postres saludables, caracterizados por ser bajos en azúcar y calorías, con el propósito de fomentar un mejor estilo de vida en las personas. Para ello desarrollaremos un aplicativo que muestre información nutricional sobre los hábitos de una alimentación con recetas saludables con el fin de mejorar la calidad de vida.

La esencia de nuestro enfoque radica en educar y motivar a las personas para que adopten hábitos alimenticios basados en ingredientes saludables, reconociendo que una alimentación inadecuada puede tener consecuencias negativas a largo plazo en la salud.

Nuestro emprendimiento busca no solo proporcionar opciones deliciosas y saludables, sino también servir como un agente educativo, promoviendo la adopción de hábitos alimenticios positivos. A través de nuestros productos e información nutricional.

4.3.2. Fuentes de ingresos

- Ventas al por menor (vender postres saludables por porciones).
- Ventas en línea (establecer una opción en nuestro aplicativo para que nuestros clientes puedan comprar).
- Ventas al por mayor (ofrecer nuestros productos a diferentes establecimientos saludables).
- Eventos y catering (ofrecer el servicio de catering para eventos corporativos y otras ocasiones especiales).
- Aplicaciones de entrega de comida (registrar la empresa en las diferentes aplicaciones populares de entrega para poder ampliar nuestro alcance llegar a más clientes).

4.3.3. Canales de distribución

En primer lugar, las personas podrán realizar sus pedidos a través del aplicativo de Dulce Semilla, donde encontrarán una amplia variedad de productos detallados en nuestro menú. Podrán visualizar la carta y realizar sus pedidos con antelación, especificando los productos deseados y proporcionando la dirección en caso de solicitar el servicio de entrega a domicilio.

Posteriormente, los pedidos serán procesados y enviados a los domicilios indicados, ya sea para su entrega directa o en direcciones alternas según las preferencias de los clientes. Este servicio de entrega está disponible únicamente en Lima Metropolitana. Utilizaremos anuncios estratégicos para contactar eficientemente con nuestro público objetivo, brindando información nutricional detallada de nuestros productos y proporcionando consejos útiles para que todos nuestros clientes y seguidores puedan beneficiarse al máximo. Esperamos poder satisfacer sus gustos y necesidades de manera eficiente y deliciosa.

4.3.4 Estratega de penetración en el mercado

Misión y Visión

MISIÓN

Ofrecer a nuestros clientes productos en base a ingredientes saludables los cuales les ayude a equilibrar su salud, esto se hará en base a ingredientes saludables y ricos en vitaminas, proteínas, bajo en azúcares y grasas. Así como también, a través de un aplicativo, en las cuales se les brindará una información nutricional.

VISIÓN

Nuestra misión es brindar opciones saludables, con bajo contenido de azúcar y grasa, a través de nuestro sitio web. Así, podremos alcanzar y satisfacer las necesidades de más personas en un plazo de tres años.

FODA

Imagen 8 FODA.

<p>Factores Internos</p> <p>Factores Externos</p>		<p>Fortalezas</p> <p><i>El incremento por la alimentación saludable es una tendencia mundial que se ha venido incrementando en los últimos años, motivado por razones estéticas, laborales y de salud</i></p>	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • SER UNA EMPRESA NUEVA • DEPENDENCIA DE LOS PROVEEDORES DE LA MATERIA PRIMA
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • COMPETENCIA DE DULCERIAS CON PRODUCTOS SIMILARES AL NUESTRO. • LA ESCASEZ DE LA MATERIA PRIMA EN DIFERENTES MESES DEL AÑO 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • REFORZAR LA PUBLICIDAD PARA EL CONSUMO DE POSTRES SALUDABLES • PUBLICIDAD EN REDES 	<p>Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • OPTIMIZAR EL PLAN DE MARKETING • BUSCAR DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA 	
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 01. CRECIENTE DEMANDA DE PRODUCTOS NATURALES. 02. PRODUCTOS NUTRITIVOS 03. NO EXISTE MONOPOLIO. 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • HACER ALIANZA CON LOS AGRICULTORES • CREAR PRODUCTOS PARA DIFERENTES CRIENTES (DIABETICOS, VEGANOS, ETC) 	<p>Estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • REALIZAR DEGUSTACIONES EN FERIAS Y LUGARES DE VENTAS • GENERAR CAMPAÑAS PARA TODO EL SEGMENTO AL QUE VA DIRIGIDO 	

PESTEL

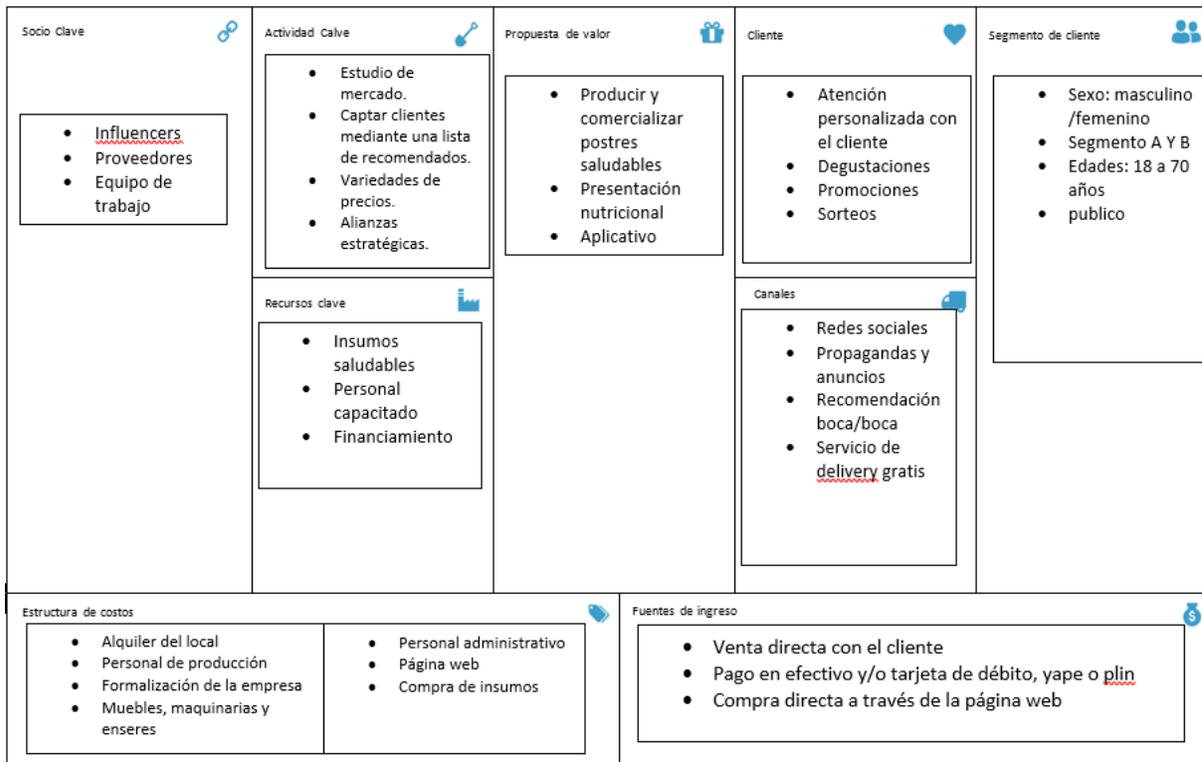
Imagen 9 PESTEL

<p>POLÍTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por las normas rigurosas sobre la higiene y la calidad de los alimentos, los negocios que venden alimentos deben seguir estas normas para asegurar que los productos no sean dañinos para los consumidores. Estos pueden incluir una licencia de negocio, permisos de inspección de alimentos, y posiblemente otros dependiendo de la ubicación específica del negocio 	<p>ECONÓMICO</p> <p>Los consumidores en los últimos años prefieren pagar más por alimentos saludables, esto quiere decir que la demanda de postres saludables está aumentando en Lima haciendo que aumente la competencia.</p>	<p>SOCIOCULTURAL</p> <p>Hoy en día, una parte importante de la población sufre enfermedades crónicas como anemia, diabetes y sobrepeso. Esto ha generado un incremento en la preocupación por la salud y una demanda creciente de alternativas de alimentos más saludables mejorando el estilo de vida.</p>
<p>TECNOLÓGICO</p> <p>La tecnología utilizada en la producción de postres saludables puede tener un impacto significativo en la calidad y consistencia del producto final incluyendo equipos especializados.</p>	<p>ECOLÓGICO</p> <p>El envase de los productos puede tener un impacto considerable en su huella ecológica. Los consumidores pueden optar por productos con envases ecológicos y sostenibles</p>	<p>LEGAL</p> <p>Como negocio de postres saludables, se debes cumplir con la ley 1062 para garantizar que los productos sean seguros para el consumo.</p>

Modelo CANVAS

Imagen 10 CANVAS

Modelo Canvas



Socios Claves

- Influencers: los influencers son personas, que tienen una gran cantidad de seguidores en plataformas como las redes sociales o Youtube, que nos ayudarán a tener un impacto significativo como parte de una estrategia de marketing de influencia para promocionar nuestros productos y en generar la fidelización.
- Proveedores: los proveedores son socios importantes en el negocio de los postres saludables, ya que la calidad de los ingredientes y materias primas utilizadas afecta directamente a la calidad y salud del producto.
 - Proveedor de ingredientes naturales y orgánicos.
 - Proveedor de productos lácteos.
 - Proveedor de harinas integrales y sin gluten.
 - Proveedor de frutas.

Actividades Claves

- Estudio de mercado: Es una parte importante para iniciar un negocio de postres saludables, nos va ayudar a comprender nuestro mercado objetivo, la competencia y las tendencias del mercado.
- Alianzas estratégicas: Pueden ser beneficioso para la empresa de postres saludables, ya que podemos ampliar nuestro alcance, aumentar el conocimiento de la marca y ofrecer los diferentes productos. Estos podrían ser: Gimnasios, influencers, eventos, etc.
- Otra de nuestras alianzas sería los nutricionistas ya que ellos son los que nos guiarán en la elaboración de los postres y las charlas que se darán a los clientes cada cierto tiempo, esto nos ayudara a que nuestros postres sean más seguros para el consumidor

Clientes

- Atención personalizada con el cliente.
- Degustaciones de nuestros diferentes postres.
- Promociones por nuestro aplicativo y tienda.
- Sorteos por fechas festivas (día del padre, madre, día del niño, navidad, etc).

Canales

- Redes sociales: Facebook , Instagram , Tik Tok

- Propagandas y anuncios.
- Servicio de delivery gratis.

Mapa de empatía

Imagen 11 Mapa de empatía.

¿Qué PIENSA Y SIENTE?

- Poder preparar postres dietéticos con ingredientes saludables a gusto de los clientes.
- A las personas les gusta los postres.
- Los postres usualmente los compran por días importantes (cumpleaños, gustitos, etc).

¿QUÉ ESCUCHA?

- Es una pastelería nueva en la zona.
- Que es una pastelería que vende variedades de tortas saludables con Toppings que se basan a mejorar la salud y estilo de vida de las personas.
- Venden postres muy cómodos con diferentes sabores a la preferencia de los clientes y que el precio es el adecuado.

¿QUE VEZ?

- Excelente calidad y servicio.
- No hay ninguna pastelería que se dedique a la venta de postres saludables por donde viven los clientes teniendo precios razonables para el consumidor.
- Agregan lo saludable en cada postre, ya que las personas consumen postres.



¿Qué DICE Y QUE HACE?

- Las personas comentan que hace falta una tienda que venda con insumos saludables y materiales para preparar tortas.
- Las personas prefieren los dulces y los consumen a veces en la pastelería más cercana y conocida de su domicilio.
- Valoran la presentación, la calidad de los postres y se preocupan por su salud porque destinan lo que les ofrece una pastelería.

ESFUERZOS

- Invertir una capital de cantidad grande.
- Alta competencia y demanda.
- Los clientes tiendan a consumir muy poco postres.

RESULTADOS

- Tener una pastelería productivo y exitoso.
- Que sea muy reconocido por la zona.
- Los clientes puedan tener buena experiencia de atención al cliente.
- Los clientes tengan su pastelería favorita y conocida.

4.3.5. Actividades productivas propias y externas

Actividades productivas propias

- Producción y elaboración de los postres saludables en un área de producción limpia y eficiente, siguiendo las normas de seguridad alimentaria.
- Control de calidad de los postres saludables, implementar procesos y controles de calidad para garantizar que los productos cumplan con los estándares establecidos.
- Gestión de inventarios controlar y gestionar de manera eficiente los niveles de inventario para evitar la escasez o el excedente.
- El abastecimiento de ingredientes de postres saludables se buscará el mejor proveedor de ingredientes frescos y de alta calidad.

Actividades productivas Externas

- Distribución Externa: Colaboración con empresas de delivery para llegar a un mayor número de puntos de ventas.
- Colaboración con proveedores: Es muy importante asegurar el suministro constante de ingredientes frescos y de alta calidad.
- Marketing externo: Desarrollar estrategias de marketing externo, para llegar a nuevos segmentos de mercado y aumentar la visibilidad de la marca.

4.3.6. Alianzas

- Gimnasios: colaborar con los gimnasios que se encuentren en el distrito de San Borja para ofrecer nuestros postres saludables como opciones post entrenamiento.

- Nutricionistas: Establecer relaciones con profesionales de la salud y nutricionistas, para que nos ayuden a recomendar nuestros postres saludables a sus clientes.
- Cafeterías y restaurantes saludables: Ofrecer nuestros postres al por mayor para que ellos puedan ofrecerlo en su carta.
- Influencers: Colaborar con creadores de contenido que se centren en la salud y el bienestar.

V. Desarrollo de la Investigación Aplicada e Innovación

6.1 Resultado de la encuesta

Tabla 7 Frecuencia del consumo de postres saludables de los encuestados en el distrito de San Borja.

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	1.0
Ocasionalmente	50	50.0
Rara vez	23	23.0
Todos los días	5	5.0
Varias veces por semana	21	21.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto con la frecuencia sobre el consumo de las personas, nos muestra que con un porcentaje del 50 por ciento de una frecuencia de 50 personas consumen postres ocasionalmente, con un porcentaje del 23 por ciento de una frecuencia de 23 personas solo consumen postres raras veces por

semana y con un porcentaje del 21 por ciento de una frecuencia de 21 personas consumen postres varias veces por semana.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja solo consumen postres ocasionalmente.

Tabla 8 Preferencia en el consumo de postres saludables de los encuestados en el distrito de San Borja.

	Frecuencia	Porcentaje
Libre de azúcar	46	46.0
Libre de gluten	44	44.0
Vegano	10	10.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto a la preferencia sobre el consumo de postres saludables de las personas, nos muestra que con un porcentaje del 46 por ciento de una frecuencia de 46 personas prefieren consumir postres saludables libres de azúcar, con un porcentaje del 44 por ciento de una frecuencia de 44 personas prefieren consumir postres saludables libres de gluten y con un porcentaje del 10 por ciento de una frecuencia de 10 personas prefieren consumir postres veganos.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja prefieren consumir postres saludables libres de azúcar.

Tabla 9 Preferencia de sabores de los encuestados en el distrito de San Borja.

	Frecuencia	Porcentaje
Chocolate	26	26.0

Fresa	19	19.0
fresa y chocolate	1	1.0
Fresa y vainilla	1	1.0
fresa, lucúma	1	1.0
Lúcuma	31	31.0
Mango	1	1.0
Menta	1	1.0
Piña	1	1.0
Vainilla	17	17.0
zanahoria	1	1.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto a la preferencia de sabores que les gusta a las personas, nos muestra que con un porcentaje del 31 por ciento de una frecuencia de 31 personas les gusta el sabor de lúcuma, con un porcentaje del 26 por ciento de una frecuencia de 26 personas les gusta el sabor del chocolate y con un porcentaje del 19 por ciento de una frecuencia de 19 personas les gusta el sabor de fresa.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja prefieren el sabor de la lúcuma.

Tabla 10 Monto que estarían dispuestos a pagar los encuestados en el distrito de San Borja.

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 20 y 30 soles	35	35.0
Entre 30 y 60 soles	4	4.0
Más de 80 soles	2	2.0
Menos de 15 soles	59	59.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto al monto máximo que pagarían por un postre las personas de San Borja, nos muestra que con un porcentaje del 59 por ciento de una frecuencia de 59 personas pagarían menos de 15 soles, con un porcentaje del 35 por ciento de una frecuencia de 35 personas pagarían entre 20 y 30 soles, y con un porcentaje del 4 por ciento de una frecuencia de 4 personas estarían dispuestos a pagar entre 30 y 60 soles.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja estarían dispuestas a pagar menos de 15 soles por un postre.

Tabla 11 Resultados de si estarían dispuestos a recibir información adicional sobre los postres saludables.

	Frecuencia	Porcentaje
Estoy satisfecho con la información que tengo	13	13.0
No, no me interesa	6	6.0
Sí, por favor	48	48.0
Tal vez, depende de la información	17	17.0
Tal vez, depende del comentario	14	14.0
Ya cuento con la información necesaria	2	2.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto si a las personas de San Borja les gustaría recibir información adicional sobre el producto consumido, nos muestra que con un porcentaje del 48 por ciento de una frecuencia de 48 personas estarían dispuestos

a recibir esta información, con un porcentaje del 17 por ciento de una frecuencia de 17 personas solo lo recibirían depende de la información, y con un porcentaje del 13 por ciento de una frecuencia de 13 personas están satisfechas con la información que tienen.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja si estarían dispuestas a recibir información adicional sobre el producto consumido.

Tabla 12 Resultado del impedimento al consumir postres saludables en el distrito de San Borja.

	Frecuencia	Porcentaje
Accesibilidad	41	41.0
Desconocimiento	17	17.0
Precio	19	19.0
Sabor	23	23.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto al impedimento de las personas de San Borja para disfrutar de postres saludables, nos muestra que con un porcentaje del 41 por ciento de una frecuencia de 41 personas mencionan que el problema es la accesibilidad, con un porcentaje del 23 por ciento de una frecuencia de 23 personas mencionan que el problema es el sabor, y con un porcentaje del 19 por ciento de una frecuencia de 19 personas el mencionan que el problema es el precio.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja tienen el impedimento de poder consumir postres saludables por su accesibilidad.

Tabla 13 Resultado de los encuestados si es que les gustaría personalizar sus postres.

	Frecuencia	Porcentaje
No	20	20.0
Si	80	80.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto a la personalización con toppings de los postres saludables, nos muestra que con un porcentaje del 80 por ciento de una frecuencia de 80 personas si prefieren personalizar sus postres con toppings y con un porcentaje del 20 por ciento de una frecuencia de 20 personas no prefieren personalizar sus postres con toppings.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja si prefieren personalizar sus postres con toppings.

Tabla 14 Motivación al consumir postres saludables de los encuestados en el distrito de San Borja.

	Frecuencia	Porcentaje
A veces	47	47.0
Casi siempre	22	22.0
Ninguna de las anteriores	1	1.0
Nunca	5	5.0
Siempre	25	25.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto a la motivación del consumo de postres saludables de las personas del distrito de San Borja, nos muestra que con un

porcentaje del 47 por ciento de una frecuencia de 47 personas a veces se sienten motivadas a consumir postres saludables, con un porcentaje del 25 por ciento de una frecuencia de 25 personas siempre se sienten motivadas a consumir postres saludables y con un porcentaje del 22 por ciento de una frecuencia de 22 personas casi siempre están motivadas a consumir postres saludables.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja a veces se sienten motivadas al consumir postres saludables.

Tabla 15 Factor más importante de los encuestados al comprar postres saludables en el distrito de San Borja.

	Frecuencia	Porcentaje
Precio	19	19.0
Preferencias	21	21.0
Sabor	47	47.0
Tamaño de porciones	13	13.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto al factor más importante en la compra de los postres saludables en las personas del distrito de San Borja, nos muestra que con un porcentaje del 47 por ciento de una frecuencia de 47 personas el factor más importante es el sabor, con un porcentaje del 21 por ciento de una frecuencia de 21 personas el factor más importante son las preferencias y con un porcentaje del 19 por ciento de una frecuencia de 19 personas el factor más importante es el precio.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja el factor más importante al comprar un postre saludable es el sabor.

Tabla 16 Resultado de los medios por cual los encuestados suelen comprar.

	Frecuencia	Porcentaje
En la misma tienda	63	63.0
Por aplicativo	8	8.0
Por delivery	14	14.0
Por internet (Pag web)	15	15.0
Total	100	100.0

Interpretación: Con respecto al medio por donde las personas del distrito de San Borja compran sus postres, nos muestra que con un porcentaje del 63 por ciento de una frecuencia de 63 personas comprar en la misma tienda, con un porcentaje del 15 por ciento de una frecuencia de 15 personas comprar por internet y con un porcentaje del 14 por ciento de una frecuencia de 14 personas compran por delivery.

En conclusión, el porcentaje más alto obtenido de la encuesta, nos muestra que las personas del distrito de San Borja hacen las compras de sus postres en la misma tienda.

6.1 Diagnostico

Ideas Relevantes de las herramientas Encuesta y Recopilación documental.

- La importancia de la alimentación saludable

- El aporte de nutricional de los postres
- Competencia en el mercado
- Tendencia de lo saludable
- El avance tecnológico

VI. Conclusiones y Recomendaciones

8.1 Conclusiones

Podemos concluir que la propuesta de negocio seleccionada aplica como un proyecto innovador para incentivar a las personas que tienen problemas en la salud por una mala alimentación, en la cual, ayudaremos a satisfacer sus necesidades con un estilo de vida saludable para prevenir enfermedades crónicas.

La alimentación saludable permitirá a las personas con problemas crónicos tener una mejor calidad de vida en todas las edades dependiendo de los hábitos, comportamiento, alimentación, el nivel de actividad física y el ambiente en el que vivimos evitando muchas enfermedades.

Esta idea de negocio contará con recetas nutricionales e información sobre las calorías e ingredientes, con el fin de que las personas mejoren su calidad de vida y en prevenir enfermedades, esto ayudará al consumidor a concientizar sobre el consumo de una alimentación saludable y variada sobre las recomendaciones nutricionales y alternativas de preparaciones mediante mensajes prácticos cuyo propósito será en educar a la población y guiarlas a que puedan mantener un estado de salud óptimo y saludable.

En los resultados obtenidos que se obtuvo de la encuesta por parte de la población encuestada, podemos deducir una aceptación favorable de nuestro plan de proyecto. Los precios de los postres saludables promedio obtenidos en la investigación de mercado, se encuentra un promedio de 59 personas que están dispuestos a pagar un monto determinado de los postres en base a sus preferencias de los encuestados del margen óptimo donde el negocio es una rentabilidad aceptable y el público considera pagar un precio justo.

8.2 Recomendaciones

Para esta propuesta de negocio las recomendaciones, a raíz de las investigaciones, sería utilizar ingredientes naturales y con alto valor nutricional en los postres para promover una alimentación saludable y prevenir enfermedades crónicas. Ofreciendo opciones de postres bajos en azúcar o sin azúcar e incorporar una mejor calidad de vida en las personas.

También proporcionar información nutricional y educativa sobre recomendaciones saludables, en colaboración con un especialista en nutrición, para ayudar a los clientes a mejorar su calidad de vida y prevenir enfermedades. Considerando la posibilidad de ofrecer alternativas de preparación y recomendaciones nutricionales para guiar a los clientes hacia una alimentación completa, saludable y variada.

Investigar las tendencias actuales en postres saludables en Lima para asegurar de que en el menú esté los productos que la gente consume usualmente,

apoyado en los datos de la encuesta realizada y así sea atractivo para tu público objetivo.

Otra sugerencia sería considerar la posibilidad de ofrecer opciones veganas, sin gluten o sin lactosa para atender a clientes con necesidades dietéticas específicas. También sería beneficioso incorporar ingredientes frescos y de temporada en las recetas para apoyar a los productores locales y ofrecer postres frescos y deliciosos.

Poder desarrollar un plan de marketing efectivo para promocionar el negocio y atraer clientes sería crucial para el éxito del proyecto y que pueda tener una buena acogida del público. Esto podría incluir publicidad en redes sociales, eventos de degustación o promociones especiales atractivas para los clientes.

VII. Fuentes de información

Ariyasriwatana, W. (2018). *Healthy Deliciousness’: discovering the secret to healthy eating via social media* [Tesis de Doctorado, Universidad de Hawái].

<https://www.semanticscholar.org/paper/Healthy-Deliciousness'%3A-Discovering-the-Secret-to->

[Ariyasriwatana/00f3c30d12e0f47ad81895fe6e7f7cc9eaec6db6#related-papers?utm_source=direct_link](https://www.semanticscholar.org/paper/Healthy-Deliciousness'%3A-Discovering-the-Secret-to-Ariyasriwatana/00f3c30d12e0f47ad81895fe6e7f7cc9eaec6db6#related-papers?utm_source=direct_link)

Arrese, R., & Ramos, I. (2021). *Estrategias de marketing digital para promover el consumo de postres saludables en la Ciudad de Piura, año 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/735>

Barrios, G. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una pastelería dedicada a la producción y comercialización de postres saludables en la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas* [Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/26262>

Bellido, D & Calañas, A. (2006). Bases científicas de una alimentación saludable. *Revista de Medicina de la Universidad de Navarra*, 50(4), 7-14.
<https://doi.org/10.15581/021.50.7612>

Drucker, P. (1988). Historia y teoría del management. *Harvard Business Review*.
<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/191499/doeetseibupcdireccioempreses1106part1drucker420022003-4606.pdf>

Faustino, J. (2021). *Implementación de una pastelería saludable en el distrito de Barranco “Natubonbons SRL”* [Trabajo de suficiencia profesional para pregrado, Universidad de San Martín de Porres].
<https://hdl.handle.net/20.500.12727/7768>

Herrera, E., Vela, A., Llanos, W., Moreno, B., & Sánchez, R. (2022). *Plan de negocio para la elaboración y comercialización de postres saludables en el ámbito de Lima Moderna* [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Sur].
<https://doi.org/10.21142/tb.2022.2508>

Irureta, M. (2020). *Plan de negocios para la creación de una pastelería saludable en la ciudad de Chiclayo - 2018* [Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán].
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/7628>

Izquierdo, A., Armenteros, M., Lancés, L., & Martín, I. (2004). Alimentación saludable. *Revista cubana de enfermería*, 20(1), 1–1.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03192004000100012&lng=es&tlng=es.

Maylina, N. (2021). *Fla Students' Perception Of Moringa Oleifera Lamk. Leaf (Kelor) Pudding As An Alternative Healthy Food* [Tesis de pregrado, Universidad Katolik Soegijapranata]. http://repository.unika.ac.id/27108/1/17.J2.0012-Natasha%20Maylina-COVER_a.pdf

Muñoz, M. (2018). *Modelo de negocio para la creación de la empresa Dullove dedicada a la elaboración y comercialización de postres y dulces saludables para niños en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55739>

Ochoa, S. & Peralta, A. (2019). *Sweet for everyone sin gluten, lactosa, ni azúcar: plan de negocio para viabilidad de la creación de una empresa que brinda postres para todos* [Tesis de maestría, Univerisad Esan Bussines].
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1581/2019_MA_TP-WE_16-2_06_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Orozco, P. (2018). *Plan de negocio para una pastelería con enfoque saludable con una aplicación móvil que contabiliza calorías y el valor nutricional. Valor nutricional* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura].
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3249/AE_304.pdf

Palacios, M. & Duque, E. (2011). Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad. *Administración y Desarrollo*, 39(53), 23–34. <https://doi.org/10.22431/25005227.144>

Roa, M. & Leiva, R. (2019). *Implementación de Pastelería Don Felipe, un placer sin culpa* [Tesis de maestría, Universidad de Chile].
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/176353>

Tejeda, B. & Vargas, Y. (2022). *Plan de negocio para la creación de una repostería especializada en personas con enfermedades diabéticas y sobrepeso en Santa Marta* [Tesis de pregrado, Universidad Antonio Nariño].
<http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/5964>

Vea, T. (2020). *A challenge of 28-day, a Pasifika Way intervention to reduce freesugar consumption* [Tesis de maestría, Universidad de Massey].
<http://hdl.handle.net/10179/16202>

Waldbieser, J. (2021). Postres para personas con diabetes. AARP.

<https://www.aarp.org/espanol/salud/vida-saludable/info-2021/postres-para-diabeticos.html>

VIII. Anexos

7.1 Matriz Operación

Tabla 15

Matriz para encuesta de investigación de mercado		
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Viabilidad Comercial	- Clientes potenciales	1
	- Producto	2,3
	- Precio	4
	- Promoción	5
Decisión de compra	- Valoración y decisión	6
Calidad de servicio	- Calidad de los postres	7,8
	- Servicio al cliente	9,10

7.2 Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	
¿La elaboración de la propuesta de negocio permitirá producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja?	Elaborar una propuesta de negocio que permita producir y comercializar postres saludables a través de un aplicativo en el distrito de San Borja.	No hay	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Postres Saludables
1) ¿Cuál es el diagnóstico situacional del mercado de postres saludables en el distrito de San Borja? 2) ¿La elaboración de la	1) Elaborar un diagnóstico situacional de postres saludables en el distrito de San Borja. 2) Elaborar una propuesta de		<ul style="list-style-type: none"> - Primera etapa - Segunda etapa

<p>propuesta de negocio permitirá producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja en su primera etapa?</p> <p>3) ¿La elaboración de la propuesta de negocio permitirá producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja en su segunda etapa?</p> <p>4) ¿Cómo es la relación costo-beneficio de la propuesta de negocio para la producción y comercialización de postres saludables en el distrito de San Borja?</p> <p>5) ¿Cómo es el estudio de mercado para definir el</p>	<p>negocio que permita producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja en su primera etapa.</p> <p>3) Elaborar una propuesta de negocio que permita producir y comercializar postres saludables en el distrito de San Borja en su segunda etapa.</p> <p>4) Elaborar la relación costo-beneficio de la propuesta de negocio para la producción y comercialización de postres saludables en el distrito de San Borja.</p> <p>5) Realizar un estudio de mercado para definir el segmento de personas seleccionadas y poder</p>	<p>No hay</p>	
--	---	---------------	--

<p>segmento de personas seleccionadas y analizar la rentabilidad del producto?</p> <p>6) ¿La elaboración del aplicativo brindará información nutricional sobre los hábitos de alimentación saludables y recetas con el fin de mejorar la salud y prevenir enfermedades?</p>	<p>analizar la rentabilidad del producto.</p> <p>6) Elaborar un aplicativo para brindar información nutricional sobre los hábitos de alimentación saludables y recetas con el fin de mejorar la salud y prevenir enfermedades.</p>		
---	--	--	--

7.3 Instrumentos de recolección de datos

ENCUESTA DE POSTRES SALUDABLES

Somos alumnos del instituto de San Ignacio de Loyola que estamos realizando cada una de las preguntas con respecto a nuestro proyecto de los postres saludables, en la cual, este cuestionario consiste ser de carácter anónimo y su aplicación será de gran utilidad para nuestro proyecto, para ello necesitamos que nos ayuden respondiendo algunas de estas preguntas, ya que, es de suma importancia para nuestra investigación sus aportes. Mediante el cual, se tiene como objetivo incentivar a que consuman postres saludables con el fin de utilizar ingredientes naturales que ayuden a tener una dieta balanceada y una buena alimentación en las personas que suelen tener un mal hábito alimenticio en satisfaciendo sus necesidades con el propósito de prevenir enfermedades que muchas veces suelen llegar a ser crónicas. Le agradeceremos de antemano su colaboración en brindarnos su tiempo en responder a las siguientes preguntas de dicho proyecto.

1. ¿Con qué frecuencia consume postres?
 - a) Todos los días
 - b) Varias veces por semana
 - c) Ocasionalmente
 - d) Rara vez
 - e) Nunca

2. ¿Cuál es tu preferencia al consumir postres saludables?

- a) Vegano
- c) Libre de azúcar
- d) Libre de gluten

3. De los siguientes sabores cual te gusta más:

- a) Fresa
- b) Lúcumá
- c) Chocolate
- d) Vainilla
- e) Otros

4. ¿Cuánto sería el monto máximo que pagarías por tu postre saludable favorito en un restaurante?

- a) Menos de 15 soles
- b) Entre 20 y 30 soles
- c) Entre 30 y 60 soles
- d) Entre 60 soles y 80 soles
- e) Más de 80 soles

5. Al momento de la compra ¿Te gustaría recibir información sobre postres saludables y recetas nutricionales con el fin de mejorar la salud y prevenir enfermedades?

- a) Sí, por favor
- b) Tal vez, depende de la información
- c) No, no me interesa
- d) Estoy satisfecho con la información que tengo
- e) Ya cuento con la información necesaria

6. ¿Qué te impide disfrutar de postres saludables con más frecuencia?

- a) Sabor
- b) Precio
- c) Accesibilidad
- d) Desconocimiento

7. ¿Desearías personalizar los postres que consume con Toppings (grajeas, frutas picadas, frutos secos, etc) saludables?

- a) Si
- b) No

8. ¿Te motiva comer postres saludables? Teniendo en cuenta que un postre saludable contiene ingredientes naturales, integrales y nutritivos.
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Nunca
 - e) Ninguna de las anteriores
9. ¿Qué factor tiene más importancia para usted al comprar un postre para una ocasión especial?
- a) Precio
 - b) Sabor
 - c) Preferencias
 - d) Tamaño de porciones
10. ¿Por qué medio acostumbra comprar?
- a) Por internet (Pag web)
 - b) En la misma tienda

c) Por delivery

d) Por aplicativo

Fichas documentales

Fichas de registro documental para el FODA

Amenazas

FICHA 1

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Postres saludables sweedi
2	Autor(es)	Martel, Ramirez, Yataco
3	Fecha de creación	2018
4	Fuente de adquisición	Upc
5	Tipo de documento	Tesis repositorio
6	Idioma del documento	español

7	Palabras clave	Postres libres de azucares
8	Resumen del contenido	El incremento por la alimentación saludable es una tendencia mundial
9	Localización física o URL	https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625899/MartelB_G.pdf?sequence=3
10	Notas adicionales	Ninguna

Debilidades

FICHA 2

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Azucres adicionales a los alimentos: efectos en la salud y regulación mundial
2	Autor(es)	Constanza, Hernández, Vargas
3	Fecha de creación	27 de agosto
4	Fuente de adquisición	Cielo
5	Tipo de documento	Revista científica
6	Idioma del documento	Español

7	Palabras clave	Reglamentos, regulación, salud publica
8	Resumen del contenido	“El consumo elevado de azúcares se asocia con diversas patologías como sobrepeso, obesidad, alteraciones hepáticas, desórdenes del comportamiento, diabetes, hiperlipidemia, enfermedad cardiovascular, hígado graso, algunos tipos de cáncer y caries dental.”
9	Localización física o URL	http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v64n2/v64n2a17.pdf
10	Notas adicionales	ninguna

Oportunidades

FICHA 3

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Conoce siete opciones saludables para disfrutar de postres peruanos
2	Autor(es)	Adriana Carulla, Perú21.
3	Fecha de creación	2023
4	Fuente de adquisición	Perú21
5	Tipo de documento	Noticia web
6	Idioma del documento	Español

7	Palabras clave	Gastronomía, postres, ingredientes naturales
8	Resumen del contenido	Se habla de diferentes postres saludables hechos con ingredientes muy fáciles de encontrar en el país.
9	Localización física o URL	https://peru21.pe/gastronomia/conoce-siete-opciones-saludables-para-disfrutar-de-postres-peruanos-gastronomia-postres-ingredientes-naturales-dulces-peruanos-aguaje-pitahaya-ingredientes-peruanos-noticia/
10	Notas adicionales	Ninguna

Fortalezas

FICHA 4

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Dulce sin culpa: pusimos a prueba nuevas propuestas de repostería sin azúcar ni gluten
2	Autor(es)	Nora Sugobono
3	Fecha de creación	2022
4	Fuente de adquisición	El Comercio
5	Tipo de documento	Noticia web

6	Idioma del documento	Español
7	Palabras clave	Postres, postres light, comida saludable.
8	Resumen del contenido	Se habla de diferentes postres saludables hechos con ingredientes muy fáciles de encontrar en el país.
9	Localización física o URL	https://elcomercio.pe/provecho/tendencias/reposteria-saludable-en-lima-tres-opciones-sin-azucar-ni-gluten-celiacos-diabeticos-postres-noticia/
10	Notas adicionales	Ninguna

Ficha de Registro documental para el Análisis PESTEL

Político

FICHA 5

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborado en el país
2	Autor(es)	No hay

3	Fecha de creación	24 Mayo 2022
4	Fuente de adquisición	Gop.pe
5	Tipo de documento	Documento virtual
6	Idioma del documento	Español
7	Palabras clave	Comercialización de alimentos
8	Resumen del contenido	Se busca regularizar la comercialización de alimentos naturales fabricados y/o elaborados dentro del país.
9	Localización física o URL	Certificado de libre comercialización de alimentos de consumo humano fabricados y/o elaborado en el país - Trámite - Ministerio de Salud - Plataforma del Estado Peruano (www.gob.pe)
10	Notas adicionales	ninguna

Económico

FICHA 6

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Lima Orgánica: "el mercado de comida saludable ha evolucionado favorablemente por la demanda del público"
2	Autor(es)	Gestión
3	Fecha de creación	05 abril 2017
4	Fuente de adquisición	Diario Gestión
5	Tipo de documento	Noticia web
6	Idioma del documento	Español
7	Palabras clave	Mercado de comida saludable
8	Resumen del contenido	Los consumidores en los últimos años prefieren pagar más por alimentos saludables.
9	Localización física o URL	https://gestion.pe/tendencias/lima-organica-mercado-comida-saludable-evolucionado-favorablemente-demanda-publico-132445-noticia/

10	Notas adicionales	ninguna
----	-------------------	---------

Socio- Cultural

FICHA 7

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	La alimentación saludable es un beneficio que aún no alcanza a los pobres en Perú
2	Autor(es)	No hay
3	Fecha de creación	10 de noviembre 2019
4	Fuente de adquisición	Diario gestión
5	Tipo de documento	Noticia Web
6	Idioma del documento	Español
7	Palabras clave	Alimentación Saludable
8	Resumen del contenido	La nota trata de la necesidad de comer más saludable y el impacto que aún no llega en zonas rurales y de menos ingresos a consumir productos saludables

9	Localización física o URL	https://gestion.pe/economia/la-alimentacion-saludable-es-un-beneficio-que-aun-no-alcanza-a-los-pobres-peruanos-noticia/
10	Notas adicionales	ninguna

Tecnológico

FICHA 8

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	La evolución tecnológica en restaurantes: tendencias y mejoras
2	Autor(es)	Gestión de Restaurantes
3	Fecha de creación	19 de marzo del 2023
4	Fuente de adquisición	Noticia web
5	Tipo de documento	Artículo de noticia
6	Idioma del documento	Español
7	Palabras clave	Inteligencia artificial- restaurantes- competitivo- cliente – pedidos-ventas
8	Resumen del contenido	Gracias a la tecnología los restaurantes han evolucionado siendo más competitivos con el uso de las redes ofreciendo a sus clientes una experiencia única.

9	Localización física o URL	https://gestiongastronomia.com/la-evolucion-tecnologica-en-restaurantes-tendencias-y-mejoras
10	Notas adicionales	Ninguna

Ecológico

FICHA 9

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Conoce los emprendimientos ecológicos que trabajan sin dañar la diversidad biológica
2	Autor(es)	Andina
3	Fecha de creación	15 julio del 2020
4	Fuente de adquisición	Andina Agencia Peruana de Noticias
5	Tipo de documento	Noticia Web
6	Idioma del documento	Español
7	Palabras clave	Clientes, ambiente, confianza
8	Resumen del contenido	Brindar a los clientes un mejor servicio con un buen ambiente agradable para que puedan tener una buena experiencia logrando la fidelización de los clientes.

9	Localización física o URL	https://andina.pe/agencia/noticia-conoce-los-emprendimientos-ecologicos-trabajan-sin-danar-diversidad-biologica-805902.aspx
10	Notas adicionales	Ninguna

Legal

FICHA 10

Número	Campo	Descripción
1	Título del documento	Guía Legal de Negocios en el Perú 2021
2	Autor(es)	Juan Carlos De los Heros Liliana Espinosa Luis Alonso García
3	Fecha de creación	23 marzo 2021
4	Fuente de adquisición	Estudio Ehecopar
5	Tipo de documento	Documentación web
6	Idioma del documento	Español
7	Palabras clave	Negocios, legislación

8	Resumen del contenido	Brindar a los clientes un mejor servicio con un buen ambiente agradable para que puedan tener una buena experiencia logrando la fidelización de los clientes.
9	Localización física o URL	https://www.echecopar.com.pe/publicaciones-guia-legal-de-negocios-en-el-peru-2021
10	Notas adicionales	Ninguna

Reporte de originalidad – Turnitin

Similarity Report	
PAPER NAME	AUTHOR
TALLER DE INVESTIGACI% C3%93N 3487 FINAL.docx	ALESSANDRA ESCOBAR SARAPURA
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
11346 Words	62498 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
79 Pages	1.2MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Dec 16, 2023 11:32 PM GMT-5	Dec 16, 2023 11:33 PM GMT-5

- **25% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.
 - 20% Internet database
 - 7% Publications database
 - Crossref database
 - Crossref Posted Content database
 - 20% Submitted Works database
- **Excluded from Similarity Report**
 - Bibliographic material
 - Quoted material

Alessandra Escobar Sarapura

Alfonso Danilo Pacora Alcalde

Iris Jeysy Llanos Luna

Diego Rafael Reyes Balcázar

Tutor: Celes Alonso Espinoza Rua