



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
PRIVADO “IDAT”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA VENTA DE JUGOS Y CREMOLADAS DE
FRUTOS TROPICALES EN SULLANA - PIURA**

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

**BETZELICE DEL PILAR ATOCHA CALLE
(Código 0009-0002-4754-311X)**

Lima – Perú

2025

Índice

Índice	2
Índice de tablas	5
Índice de figuras	7
Resumen Ejecutivo	9
Introducción	10
Capítulo I: Definición del Negocio	12
1.1. Idea de negocio	12
1.2. Diagnóstico de la Idea de Negocio	13
1.2.1. Competencia Directa	14
1.2.2. Competencia Indirecta	16
1.3. Justificación del Plan de Negocio	18
1.3.1. Análisis de Ideas de Negocio a partir del Macrofiltro.	21
1.3.2. Análisis de Ideas de Negocio a partir del Microfiltro.	23
Capítulo II: Diagnóstico del Plan de Negocio	26
2.1. Análisis de Microentorno	26
2.1.1. Poder de negociación de los clientes	26
2.1.2. Amenaza de nuevos competidores	27
2.1.3. Poder de los Proveedores	28
2.1.4. Productos Sustitutos	29
2.1.5. Nuevos Entrantes	30
Barreras de salida en competencia	30
2.2. Análisis del macroentorno	31
2.2.1. Factores Económicos	32
2.2.2. Factores Culturales y Sociales	33
2.2.3. Factores Ambientales	33
2.2.4. Factores Políticos	34
2.2.5. Factores Legales	35
2.2.6. Factores Geográficos-Demográficos	35
2.2.7. Factores Tecnológicos	41
Capítulo III: Planeamiento Estratégico	43
3.1. Misión	43
3.2. Visión	43
3.3. Valores	43
3.4. Matriz FODA/DAFO	45
3.5. Objetivos estratégicos generales (a largo plazo)	46
3.5.1. Gerencia general	46
3.5.2. Atención al Cliente	47
3.5.3. Contador / Asistente administrativo	47
3.5.4. Jefe de Producción	47
3.5.5. Encargado de Recepción y Almacén	48
3.6. Estrategia Genérica de Porter	48
3.7. Cronograma de actividades (diagrama de Gantt).	49
Capítulo IV: Estudio de Mercado	55
4.1. Oferta	55
4.1.1. Competencia Directa	55
4.1.2. Competencia Indirecta	60
4.1.3. Nuevos entrantes	62
4.2. Demanda	65

4.2.1. Objetivo General del Cuestionario.....	65
4.2.2. Objetivos Específicos	65
4.2.3. Metodología.....	67
4.3. Resultados.....	78
4.3.1. Resultados de la Pregunta 1.....	78
4.3.2. Resultados de la Pregunta 2.....	80
4.3.3. Resultados de la Pregunta 3.....	82
4.3.4. Resultados de la Pregunta 4.....	84
4.3.5. Resultados de la Pregunta 5.....	86
4.3.6. Resultados de la Pregunta 6.....	87
4.3.7. Resultados de la Pregunta 7.....	89
4.3.8. Resultados de la Pregunta 8.....	91
4.3.9. Resultados de la Pregunta 9.....	93
4.3.10. Resultados de la Pregunta 10.....	95
4.3.11. Resultados de la Pregunta 11.....	97
4.3.12. Resultados de la Pregunta 12.....	98
4.3.13. Resultados de la Pregunta 13.....	100
4.3.14. Resultados de la Pregunta 14.....	102
4.3.15. Resultados de la Pregunta 15.....	104
Capítulo V: Plan de comercialización	109
5.1. Mercado	109
5.1.1. Características	109
5.1.2. Segmentación de mercado	115
5.2. Marketing Mix.....	117
5.2.1. Producto.....	117
5.2.2. Precio	124
5.2.3. Plaza.....	126
5.2.4. Promoción.....	126
5.3. Formulación estratégica	132
5.4. Proyección de las ventas	136
Capítulo VI: Plan Técnico	138
6.1. Localización de la empresa.....	138
6.1.1. Objetivo	138
6.1.2. Macro Localización	138
6.1.1. Factores Condicionantes	141
6.1.2. Micro Localización	142
6.2. Tamaño del negocio.....	150
Decisión del tamaño del negocio.....	155
Capacidad Total de Producción.....	158
6.3. Necesidades	173
6.4. Costos directos e indirectos	180
6.5. Proceso de Producción u Operación	181
6.6. Certificaciones necesarias.....	185
6.7. Impacto en el medio ambiente y plan de acción de TropiFresco.....	186
6.7.1. Impacto ambiental de TropiFresco:	187
6.7.2. Plan de Acción Ambiental para Tropifresco.....	189
Capítulo VII: Plan organizacional, personal y legal.....	191
7.1. Constitución de la Empresa Tropifresco.....	191
7.1.1. Búsqueda y Reserva del Nombre Comercial	192
7.1.2. Elaboración de la Minuta de Constitución de Tropifresco	195

7.1.3.	Aporte de capital social y apertura de cuenta bancaria.....	197
7.1.4.	Elevación de la Minuta a Escritura Pública.....	197
7.1.5.	Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas - SUNARP.....	198
7.1.6.	Obtención del RUC y registro en la SUNAT.....	198
7.1.7.	Obtención de Licencias Municipales y Autorizaciones Sanitarias.....	201
7.2.	Obligaciones (tributarias y laborales).....	202
7.3.	Estructura organizacional.....	208
7.4.	Descripción de Funciones.....	211
Capítulo VIII: Plan Económico - Financiero.....		224
8.1.	Inversiones (Estructura).....	224
8.2.	Ingresos y Egresos.....	227
8.3.	Deuda (Cuadro de Amortización).....	234
8.4.	Flujo de Caja (Económico y Financiero).....	239
8.5.	Evaluación Económica y Financiera (VAN, TIR y Punto de Equilibrio).....	242
8.6.	Estados Financieros Proyectados.....	248
Conclusiones.....		252
Recomendaciones.....		255
Referencias.....		257
Anexos.....		260

Índice de tablas

Tabla 1. Mapeo de Empresas y Productos Sustitutos	18
Tabla 2. MACROFILTRO, ideas de negocio preseleccionadas.	20
Tabla 3. MICROFILTO.....	23
Tabla 4. Matriz de Proveedores.....	29
Tabla 5. Diagrama de Gantt de actividades.	50
Tabla 6. Programa de actividades Tropifresco.	54
Tabla 7. Matriz Resumen de Empresas Competidoras Directas.....	64
Tabla 8. Población censada de Sullana, por edad y sexo (Censo 2017).	69
Tabla 9. Resultados de la pregunta 1.....	79
Tabla 10. Resultados de la pregunta 2.....	80
Tabla 11. Resultados de la pregunta 3.....	82
Tabla 12. Resultados de la pregunta 4.....	84
Tabla 13. Resultados de la pregunta 5.....	86
Tabla 14. Resultados de la pregunta 6.....	88
Tabla 15. Resultados de la pregunta 7.....	89
Tabla 16. Resultados de la pregunta 8.....	91
Tabla 17. Resultados de la pregunta 9.....	93
Tabla 18. Resultados de la pregunta 10.....	95
Tabla 19. Resultados de la pregunta 11.....	97
Tabla 20. Resultados de la pregunta 12.....	98
Tabla 21. Resultados de la pregunta 13.....	100
Tabla 22. Resultados de la pregunta 14.....	102
Tabla 23. Resultados de la pregunta 15.....	104
Tabla 24. Segmentación de mercado.....	117
Tabla 25. Ficha técnica del producto.....	118
Tabla 26. Estrategia de Precios.....	125
Tabla 27. Detalles de costos por alternativa	148
Tabla 28. Elección de la mejor alternativa	149
Tabla 29. Elementos y características por alternativa.....	151
Tabla 30. Distribución de las instalaciones en (m ²).....	156
Tabla 31. Cantidad Total de Trabajadores.....	157
Tabla 32. Maquinaria y equipo.....	173
Tabla 33. Muebles y enseres.....	174
Tabla 34. Requerimiento semanal y mensual de materia prima.....	175
Tabla 35. Requerimiento mensual de Insumos directos.	176
Tabla 36. Requerimiento mensual de insumos indirectos.	177
Tabla 37. Costo de la mano de obra directa (MOD).....	177
Tabla 38. Costo del sueldo de los administrativos.....	178
Tabla 39. Costo de mano de obra indirecta.	178
Tabla 40. Requerimientos fijos mensuales.....	179
Tabla 41. Gastos pre operativos.....	179
Tabla 42. Obligaciones laborales para el período 2025.....	206
Tabla 43. Proyección de los costos anuales.....	207
Tabla 44. Inversión inicial.....	224
Tabla 45. Capital de trabajo.....	225
Tabla 46. Ingresos alineados según la proyección de ventas.....	227
Tabla 47. Presupuesto de egresos proyectado a 5 años.....	229
Tabla 48. Costos variables de producción de cremoladas proyectados a 5 años.....	231

Tabla 49. Egresos y los costos proyectos a 5 años	232
Tabla 50. Valor total de los sueldos del personal administrativo	233
Tabla 51. Montos de inversión.	234
Tabla 52. Método francés de amortización.....	234
Tabla 53. Amortización por periodo.....	235
Tabla 54. Capital, interes y amortización anual.	238
Tabla 55. Flujo de caja financiero.	239
Tabla 56. Flujo de caja económico.	240
Tabla 57. Punto de equilibrio proyectado para las cremoladas de 250 ml	243
Tabla 58. Punto de equilibrio proyectado para las cremoladas de 500 ml	244
Tabla 59. Punto de equilibrio proyectado para las cremoladas de 1 l	245
Tabla 60. Estado de resultados integrales.....	248
Tabla 61. Estado de situación financiera proyectada.....	249

Índice de figuras

Figura 1. Propaganda de la Heladería El Chalán.....	14
Figura 2. Logo y presentación de la Heladería CasaBlanca	15
Figura 3. Logo y presentación de Maranatha	16
Figura 4. Pulpa de maracuya concentrada y congelada.....	17
Figura 5. Selección de algunos productos sustitutos.	17
Figura 6. Las 5 fuerzas de Porter.....	26
Figura 7. Selección de algunos productos sustitutos.	30
Figura 8. Análisis PESTEL.	31
Figura 9. Crecimiento económico e inflación en Perú (2018-2023).	32
Figura 10. Consumo de productos saludables y procesados (2018-2023)	33
Figura 11. Producción agrícola en Piura (2018-2023).	34
Figura 12. Distribución de Hogares según NSE 2023.....	36
Figura 13. Comparación NSE 2023 vs. NSE 2022 / 2021.	37
Figura 14. Distribución socioeconómica de hogares en el Perú.....	37
Figura 15. Población del Perú en Pobreza.....	38
Figura 16. Distribución de la Población de Piura, por edad, con seguro SIS, discapacidad y analfabeta.	39
Figura 17. Distribución de la Población en Piura y el sexo.....	39
Figura 18. Clasificación socioeconómica de la provincia de Piura al 2022.	40
Figura 19. Clasificación Socio Económica de Sullana.....	41
Figura 20. Organigrama de la Empresa	46
Figura 21. Heladería el Chalán expansión de mercado.	55
Figura 22. Delivery Casablanca.....	56
Figura 23. Cartilla de precios de Casablanca.....	57
Figura 24. Logo y jugo producto de Maranatha	58
Figura 25. Frutería Maranatha.	59
Figura 26. Cartilla de precios Maranatha	59
Figura 27. Presentación del producto Maranatha.	60
Figura 28. Logo de Agrojugos SAC.....	61
Figura 29. Productos sustitutos.....	62
Figura 30. Encuesta TopiFresco.	73
Figura 31. Resultados de la pregunta 1.....	79
Figura 32. Resultados de la pregunta 2.....	81
Figura 33. Resultados de la pregunta 3.....	83
Figura 34. Resultados de la pregunta 4.....	85
Figura 35. Resultados de la pregunta 5.....	86
Figura 36. Resultados de la pregunta 6.....	88
Figura 37. Resultados de la pregunta 7.....	90
Figura 38. Resultados de la pregunta 8.....	92
Figura 39. Resultados de la pregunta 9.....	94
Figura 40. Resultados de la pregunta 10.....	96
Figura 41. Resultados de la pregunta 11.....	97
Figura 42. Resultados de la pregunta 12.....	99
Figura 43. Resultados de la pregunta 13.....	101
Figura 44. Resultados de la pregunta 14.....	103
Figura 45. Resultados de la pregunta 15.....	105
Figura 46. Logo Tropifresco.....	118
Figura 47. Producto Tropifresco.....	119

Figura 48. Producto de Tropifresco Cremolada de Lúcumá.....	119
Figura 49. Producto de TropiFresco, Cremolada de Fresa con Leche.....	120
Figura 50. Producto TropiFresco Cremolada de Guanabana.....	120
Figura 51. Producto TopiFresco, Cremolada de Maracuyá.....	121
Figura 52. Publicidad de TropiFresco.	122
Figura 53. Cartilla TropiFresco.	123
Figura 54. Descuento por volumen.....	124
Figura 55. Publicidad en redes sociales.....	127
Figura 56. Promoción de Tropifresco.....	128
Figura 57. Promoción en combinación de sabores.....	129
Figura 58. Medio de Pago.- Código QR.....	130
Figura 59. Campañas publicitarias.....	131
Figura 60. Alternativa A de local.	139
Figura 61. Alternativa B de local.	140
Figura 62. Alternativa C de local.	141
Figura 63. Plano base.....	159
Figura 64. Plano del área de administración.....	160
Figura 65. Plano del área de caja.....	161
Figura 66. Plano del área de entrada.....	162
Figura 67. Plano del área de SSHH para hombros.....	163
Figura 68. Plano del área de SSHH para mujeres.....	164
Figura 69. Plano del área para mostradores.....	165
Figura 70. Plano del área para clientes individuales.....	166
Figura 71. Plano del área del salón.....	167
Figura 72. Plano del área para congeladores.....	168
Figura 73. Plano del área de producción.....	169
Figura 74. Plano del área de almacén.....	170
Figura 75. Plano del área de personal.....	171
Figura 76. Plano del área de SSHH de empleados.....	172
Figura 77. Proceso de producción.....	183
Figura 78. Flujograma del proceso de producción u operación.....	184
Figura 79. Regimen tributario elegido.....	192
Figura 80. Búsqueda y reserva de nombre.....	193
Figura 81. Formulario de solicitud de reserva de nombre de persona jurídica.....	194
Figura 82. Primera página de la ficha de solicitud de constitución de empresas.....	196
Figura 83. Registro único de contribuyente.....	200
Figura 84. Flujama del proceso de constitución de una empresa.....	201
Figura 85. Régimenes tributarios en el Perú.....	205
Figura 86. Estructura organizacional de TropiFresco.....	208

Resumen Ejecutivo

TropiFresco es una empresa dedicada a la producción y comercialización de cremoladas y jugos naturales con frutas tropicales frescas de Piura, priorizando la sostenibilidad con envases biodegradables. El análisis del entorno identifica una oportunidad en el mercado de bebidas naturales, donde el 77,1 % de los consumidores prefieren productos saludables. Su estrategia empresarial se basa en diferenciación y enfoque, resaltando autenticidad y compromiso ambiental. El estudio de mercado proyecta un segmento potencial de 25 155 personas en 2025, con crecimiento a 27 100 en 2030. La comercialización combina presencia en supermercados, tiendas especializadas y ventas digitales. La ubicación en Sullana optimiza costos y accesibilidad, garantizando eficiencia en la producción. La empresa se formaliza como E.I.R.L., con una estructura organizativa y planificación tributaria adecuada. La inversión inicial es de S/ 316 830,43, con financiamiento mixto entre aportes propios y bancarios. Los ingresos proyectados alcanzan S/ 760 207,00 al sexto año. El análisis financiero muestra un VAN de S/ 94 522,37, una TIR del 29,47 % y un WACC del 19,42 %, confirmando la rentabilidad. El punto de equilibrio anual establece que en el Año 1, la venta de 40 655 unidades garantiza sostenibilidad operativa y viabilidad del proyecto.