



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INFUSIÓN DE HOJAS
DE GUANÁBANA CON JENGIBRE**

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

GERARDO PETER GARCÍA ANGULO

(0009-0008-2744-007X)

JEZEBEL ERIKA RAMÓN

TALAVERA (0009-0003-9572-0413)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía y mi fortaleza en cada paso que doy. Gracias por iluminarme en los momentos de incertidumbre y por brindarme paz en los días más difíciles.

A mis padres, por su amor y apoyo incondicional. Este logro también es de ustedes.

A mis hermanos, por ser mi pilar emocional, mis cómplices de lucha y mis mayores alentadores. Su apoyo fue fundamental para alcanzar esta meta.

A mis amigos, por su compañía sincera y por hacer más ligero el camino con su alegría.

Y a mis queridas mascotas, por los momentos de alegría que me acompañaron en las largas madrugadas de estudio.

Índice General

Índice General	3
Resumen Ejecutivo	13
Introducción	14
CAPÍTULO I.....	16
DEFINICIÓN DE NEGOCIO	16
Idea del negocio	16
Diagnóstico de la idea del negocio.	17
CAPÍTULO II.	38
DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO	38
Análisis del microentorno	38
Poder de Negociación de los Clientes	39
Rivalidad entre Competidores	40
Principales Competidores del Sector	41
Poder de Negociación de los Proveedores.....	45
Empresas Proveedoras de Jengibre	46
Empresas proveedoras de hojas de guanábana	53
Poder de Negociación de los Proveedores.....	58
Amenaza de nuevos productos sustitutos	58
Análisis del macroentorno	74
Factor Económico	74
Factor Cultural y Social	78
Factor Ambiental	80
Factor Político.....	81
Factor legal	84
Factor geográfico – demográfico	85
Factor Tecnológico	87
Capítulo III.....	89
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	89
Misión	89
Misión de la empresa.	89
Visión:	90
Visión de la empresa	90
Valores:	90
Matriz FODA.....	93

Objetivos estratégicos generales	95
Estrategia genérica de Porter	100
Cronograma de actividades (Diagrama de Gantt)	102
Diagrama de Gantt	102
Capítulo IV.....	105
Estudio de Mercado.....	105
Oferta.....	105
Competencia directa	105
Competencia indirecta	120
Matriz resumen de competencia directa.....	147
Matriz resumen de competencia indirecta.....	148
Matriz resumen de nuevos entrantes.....	149
Demanda (Investigación: Objetivo, Metodología, Muestra, Cuestionario, Resultados, Interpretación y Proyección).	150
Resultados e interpretación.....	157
FOCUS GROUP.....	174
Link: https://www.youtube.com/watch?v=YnL9OUx07T0	174
ENTREVISTA AL ESPECIALISTA.....	179
Link: https://www.youtube.com/watch?v=tNLgoIBWDsw	179
Proyección de la demanda	184
CAPÍTULO V.....	185
Plan de Comercialización	185
Mercado.....	185
Marketing Mix (Producto Precio, Plaza, Promoción)	188
Producto.....	188
Precio	193
Plaza.....	197
Promoción.....	201
Formulación Estratégica	210
Proyección de ventas.....	211
Capítulo VI.....	212
Plan Técnico.....	212
Localización de la Empresa (Matriz de Localización)	212
Macro localización	212
Factores condicionantes	214
Micro localización.....	216

Factores condicionantes	216
Evaluación de los factores	218
Tamaño del Negocio (Capacidad Instalada)	222
Decisión del tamaño del proyecto	223
Necesidades (Maquinarias y Equipos, Mano de Obra y Materia Prima).....	225
Proceso de Producción u Operación (Diagrama de Flujo)	230
Proceso de Producción de GuanaJimbre.....	230
Certificaciones Necesarias	235
Impacto en el Medio Ambiente	237
Aspectos de impacto positivo	238
Aspecto de impacto negativo	238
Plan de acción a realizar	239
Capítulo VII.	240
Plan Organizacional, Personal y Legal	240
Constitución de la Empresa (Proceso, Trámites, Permisos y Costos)	240
Estructura Organizacional.....	254
Descripción de Funciones	255
Manual de organización y funciones (MOF).....	255
CAPÍTULO VIII.	265
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	265
Inversión	265
Ingresos y egresos	269
Amortización	271
Flujo de Caja	274
Evaluación Económica y Financiera (VAN, TIR y Punto de Equilibrio).....	275
Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados	276
Conclusiones	278
Recomendaciones.....	283
Referencias Bibliográficas.....	286
Anexos	294

Índice de Tablas

Tabla 1	18
Tabla 2	19
Tabla 3	22
Tabla 4	32
Tabla 5	57
Tabla 6	93
Tabla 7	94
Tabla 8	101
Tabla 9	103
Tabla 10	104
Tabla 11	106
Tabla 12	111
Tabla 13	116
Tabla 14	120
Tabla 15	125
Tabla 16	129
Tabla 17	134
Tabla 18	139
Tabla 19	143
Tabla 20	147
Tabla 21	148
Tabla 22	149
Tabla 23	152
Tabla 24	157
Tabla 25	158
Tabla 26	159
Tabla 27	160
Tabla 28	161
Tabla 29	162
Tabla 30	164
Tabla 31	165
Tabla 32	166
Tabla 33	167
Tabla 34	169
Tabla 35	170

Tabla 36	171
Tabla 37	172
Tabla 38	173
Tabla 39	210
Tabla 40	211
Tabla 41	218
Tabla 42	222
Tabla 43	223
Tabla 44	225
Tabla 45	225
Tabla 46	226
Tabla 47	227
Tabla 48	227
Tabla 49	227
Tabla 50	228
Tabla 51	228
Tabla 52	228
Tabla 53	239
Tabla 54	253
Tabla 55	265
Tabla 56	266
Tabla 57	266
Tabla 58	267
Tabla 59	267
Tabla 60	268
Tabla 61	269
Tabla 62	269
Tabla 63	270
Tabla 64	273
Tabla 65	274
Tabla 66	275
Tabla 67	275
Tabla 68	276
Tabla 69	276

Índice de Figuras

Figura 1.....	38
Figura 2.....	41
Figura 3.....	42
Figura 4.....	43
Figura 5.....	46
Figura 6.....	47
Figura 8.....	48
Figura 9.....	50
Figura 10.....	51
Figura 11.....	52
Figura 12.....	52
Figura 13.....	53
Figura 14.....	53
Figura 15.....	54
Figura 16.....	54
Figura 17.....	55
Figura 18.....	56
Figura 19.....	56
Figura 20.....	59
Figura 21.....	61
Figura 22.....	61
Figura 23.....	62
Figura 24.....	62
Figura 25.....	63
Figura 26.....	64
Figura 27.....	64
Figura 28.....	65
Figura 29.....	65
Figura 30.....	67
Figura 31.....	68
Figura 32.....	68
Figura 33.....	69
Figura 34.....	69
Figura 35.....	70
Figura 36.....	70

Figura 37.....	71
Figura 38.....	72
Figura 39.....	72
Figura 40.....	75
Figura 41.....	76
Figura 42.....	77
Figura 43.....	83
Figura 44.....	86
Figura 45.....	95
Figura 46.....	105
Figura 47.....	108
Figura 48.....	108
Figura 49.....	109
Figura 50.....	109
Figura 51.....	110
Figura 52.....	110
Figura 53.....	113
Figura 54.....	113
Figura 55.....	114
Figura 56.....	114
Figura 57.....	115
Figura 58.....	115
Figura 59.....	117
Figura 60.....	118
Figura 61.....	118
Figura 62.....	119
Figura 63.....	120
Figura 64.....	122
Figura 65.....	122
Figura 66.....	123
Figura 67.....	123
Figura 68.....	124
Figura 69.....	124
Figura 70.....	126
Figura 71.....	126
Figura 72.....	127
Figura 73.....	128

	10
Figura 74.....	128
Figura 75.....	129
Figura 76.....	130
Figura 77.....	131
Figura 78.....	131
Figura 79.....	132
Figura 80.....	132
Figura 81.....	133
Figura 82.....	135
Figura 83.....	136
Figura 84.....	137
Figura 85.....	137
Figura 86.....	138
Figura 87.....	140
Figura 88.....	140
Figura 89.....	141
Figura 90.....	142
Figura 91.....	142
Figura 92.....	144
Figura 93.....	145
Figura 94.....	146
Figura 95.....	146
Figura 96.....	153
Figura 97.....	153
Figura 98.....	154
Figura 99.....	154
Figura 100.....	155
Figura 101.....	156
Figura 102.....	157
Figura 103.....	158
Figura 104.....	160
Figura 105.....	161
Figura 106.....	162
Figura 107.....	163
Figura 108.....	164
Figura 109.....	165
Figura 110.....	166

	11
Figura 111	168
Figura 112	169
Figura 113	170
Figura 114	171
Figura 115	172
Figura 116	173
Figura 117	178
Figura 118	183
Figura 119	189
Figura 120	190
Figura 121	191
Figura 122	193
Figura 123	194
Figura 124	195
Figura 125	196
Figura 126	198
Figura 127	199
Figura 128	199
Figura 129	200
Figura 130	201
Figura 131	203
Figura 132	204
Figura 133	204
Figura 134	205
Figura 135	205
Figura 136	206
Figura 137	207
Figura 138	208
Figura 139	208
Figura 140	209
Figura 141	213
Figura 142	213
Figura 143	214
Figura 144	219
Figura 145	220
Figura 146	220
Figura 147	221

	12
Figura 148	221
Figura 149	224
Figura 150	229
Figura 151	232
Figura 152	234
Figura 153	237
Figura 154	241
Figura 155	242
Figura 156	243
Figura 157	244
Figura 158	246
Figura 159	247
Figura 160	271
Figura 161	272

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto propone el desarrollo de un producto innovador enfocado en la producción y comercialización de una infusión natural elaborada con hojas de guanábana con jengibre, bajo la marca ALLPAYURA. El producto, denominado GuanaJimbres, surge como una alternativa funcional frente a las bebidas convencionales, ofreciendo beneficios como propiedades digestivas, relajantes y capacidad de regular los niveles de azúcar en la sangre. Está dirigido a hombres y mujeres del Cercado de Lima y zonas aledañas, especialmente estudiantes, trabajadores y deportistas entre los 20 y 60 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos B y C. Este segmento muestra una creciente preferencia por opciones saludables, accesibles y naturales. La propuesta contempla un diseño de empaque ecoamigable y práctica, que refuerza la identidad del producto. La iniciativa no solo busca validar la viabilidad comercial, sino también contribuir a la promoción de estilos de vida saludables, al aprovechamiento de insumos locales y al fortalecimiento de una economía sostenible. En conjunto, GuanaJimbres representa una propuesta innovadora que integra tradición, salud y compromiso ambiental, respondiendo a las necesidades actuales del consumidor. Además, en el Capítulo 8 se desarrolló la planificación financiera, donde se demostró la rentabilidad y viabilidad económica del emprendimiento. Esta planificación permitió visualizar de forma clara el comportamiento financiero del negocio a lo largo de cinco años, evidenciando su capacidad para cubrir obligaciones, generar utilidades y sostener un crecimiento gradual.