



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ESCUELA DE NEGOCIOS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA ELABORACION Y
COMERCIALIZACION DE CERVEZA ARTESANAL A BASE DE MAIZ
MORADO CON SABOR A PIÑA**

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

**LOYDA NELSIA GOMEZ PEREZ
(0009-0000-3705-2582)
SIEGFRID PERDIZ TAMINCHI
(0009-0000-2249-4492)**

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a nuestros amigos, hermanos y padres a quienes agradecemos por su apoyo incondicional en el proceso de elaboración de nuestra tesis. Siendo participes de nuestro proceso de nuestra mejora personal y apoyo en el desarrollo profesional

Índice General

Contenido

Índice de Figuras.....	9
Resumen Ejecutivo.....	12
Introducción	13
Capítulo I: Definición del Negocio.....	16
1.1. Idea de Negocio.....	16
1.2. Diagnóstico de la Idea de Negocio.....	18
1.3. Justificación del Plan de Negocio (Análisis de la Oportunidad).....	21
Capítulo II: Diagnóstico del plan de Negocio	30
2.1. Análisis de Microentorno	30
Proveedores	36
CAPITULO IV: Estudio de Mercado	56
Oferta.....	56
Cervecería 7 Vidas	58
Demanda.....	61
.....	116
Capitulo V: Plan de Comercialización.....	118
Plan de comercialización.....	118
4.1 Mercado.....	118

Proyección de ventas	128
Capítulo VI: Plan Técnico.....	129
4 Plan Técnico	129
Tamaño del negocio	135
4.4 Necesidades del Negocio	135
Materia prima e insumos	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo VII: Plan Organizacional, Personal y Legal	155
Plan organizacional, personal y legal	155
Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos).	155
Descripción de funciones.	161
Capítulo VIII. Planificación Financiera	163
8.- Planificación financiera	163
Conclusiones y Recomendaciones.....	172
Referencias Bibliográficas.....	177
Anexos	180

Índice de Tablas

Tabla 1	25
Tabla 2	27
Tabla 3	40
Tabla 4	48
Tabla 5	50
Tabla 6	55
Tabla 7	55
Tabla 8	60
Tabla 9	71
Tabla 10	72
Tabla 11	73
Tabla 12	75
Tabla 13	77
Tabla 14	79
Tabla 15	80
Tabla 16	82
Tabla 17	83
Tabla 18	85
Tabla 19	87
Tabla 20	88
Tabla 21	90
Tabla 22	91

Tabla 23	93
Tabla 24	94
Tabla 25	96
Tabla 26	97
Tabla 27	99
Tabla 28	101
Tabla 29	120
Tabla 30	127
Tabla 31	128
Tabla 32	136
Tabla 33	136
Tabla 34	137
Tabla 35	137
Tabla 36	138
Tabla 37	163
Tabla 38	163
Tabla 39	164
Tabla 40	164
Tabla 41	165
Tabla 42	165
Tabla 43	166
Tabla 44	166
Tabla 45	167

Tabla 46	167
Tabla 47	168
Tabla 48	169
Tabla 49	169
Tabla 50	170
Tabla 51	170
Tabla 52	171
Tabla 53	171

Índice de Figuras

1 Chicha de jora como antecedente de la cultura cervecera en el Perú	18
2 Cerveza artesanal peruana elaborada con maíz morado: ejemplo de innovación y uso de insumos nativos.....	19
3 Cerveza artesanal peruana Inka Roots	21
4 Logo de cerveza artesanal cumbres.....	33
5 Logo cerveza artesanal 7vidas.....	34
6 Logo cerveza artesanal sierra andina	35
7 Logo de proveedor empresa Inkabirra S.A.C.	37
8 Logo de Red Cervecera Peru S.A.C.....	38
9 Logo de the Home Brewer Peru.....	38
10 Logo de Fresh Life.....	39
11 Valor de mercado de cerveza del Perú (2020 – 2034)	42
12 Tendencias del consumo de bebidas alcohólicas en Perú	43
13 Ajustes del ISC aplicable a la cerveza- Perú (2024).....	45
14 Logo c. de la cerveceria cumbres	57
15 Logo de c. cerveceria 7 vidas	58
16 Logo de la c. de la cervecería sierra andina	59
17 Gráfico de la encuesta virtual	71
18 Gráfico. Porcentaje de participación en los rangos de edades de las personas encuestadas	72
19 Gráfico rango de sexo de las personas entrevistadas	73
20 Gráfico: porcentaje del nivel socioeconómico de las personas	74

21	grafico de distrito de residencia de los encuestados	77
22	Grafico del porcentaje del consumo de cerveza	78
23	Grafico de frecuencia de consumo.....	79
24	Gráfico del consumo de cerveza por tipo	81
25	Gráfico de consumo de cerveza artesanal	82
26	Gráfico de porcentaje de situaciones en donde consume cerveza	84
27	Gráfico de porcentaje de valores al momento de elegir una cerveza artesanal	86
28	Gráfico de aceptación de la cerveza.....	87
29	Gráfico de percepción del maíz morado	89
30	Gráfico de percepción del maíz morado	90
31	Gráfico de opinión del sabor.....	92
32	Gráfico de preferencia de presentación de la cerveza.....	93
33	gráfico del precio Max. que pagaría por una cerveza	95
34	Grafico de frecuencia de compra	96
35	Gráfico de preferencia de lugar de compra	98
36	Gráfico de asistencia a festival de cerveza	100
37	Gráfico de cantidad de personas que recomiendan la cerveza.....	101
38	Certificado del maestro cervecero	108
39	Foto de entrevista al maestro cervecero artesanal.....	109
40	Fotos de Focus Group	116
41	Fotos de Focus Group	117
42	Materia prima maíz morado.....	139
43	Desgranado de maíz morado.....	139

44Hervido del maíz morado.....	140
45Mezcla para la maceración.....	141
46Filtrado del mosto	141
47Adición del lúpulo.....	142
48Enfriamiento del mosto.....	143
49Proceso de fermentación	143
50Proceso de maduración reposo en frío	144
51Filtrado y carbonatación	144
52Envasado	145
53Etiquetado y sellado.....	146
54Almacenamiento y distribución	146
55Flujograma del proceso de elaboración de la cerveza	147
56Flujograma del proceso de venta	149

Resumen Ejecutivo

El proyecto de investigación que desarrollaremos a continuación será un plan de negocio enfocado en la producción y venta de cerveza artesanal elaborada con maíz morado y con sabor a piña, este es un proyecto novedoso, ya que fusiona la tradición agrícola peruana con la creciente demanda de bebidas saludables y artesanales. Esta idea se propone siguiendo las nuevas tendencias de consumo, donde los consumidores buscan productos naturales con identidad cultural. Al inicio, estará dirigido al mercado de Lima Metropolitana, a un público entre 20 y 50 años, que lleva un estilo de vida saludable e interesado en productos locales. Esta cerveza estará elaborada con maíz morado andino (*Zea mays* L.), lo cual hará la diferencia en sabor, color y origen. La empresa buscara posicionarse en bares especializados, ferias gastronómicas y progresivamente en los supermercados. La investigación de mercado, mostró una buena recepción del cliente objetivo y una buena disposición a pagar. El análisis financiero nos muestra la viabilidad económica del proyecto, con un VAN de S/532.54 y una TIR de 98.65%, lo que justifica de decisión de invertir en el proyecto. El marketing se basa en mostrar el producto andino, el comercio justo con productores locales y una posición de marca sostenible. Finalmente, el proyecto presenta una oportunidad de negocio, innovadora y social con valor agregado a la industria de la cerveza artesanal peruana, basada en un ingrediente nutritivo y atractivo como el maíz morado.

Palabras clave: Identidad cultural, productos naturales, cervecería artesanal, valor agregado.