



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**EMPRESAS**

**“PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NÉCTAR EN BASE  
DE FRUTOS REGIONALES, LIMA, 2021 – TROPICAL´S PERÚ”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de  
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Presentado por:

Renzo Alonso Julca Pancca (0000-0002-1248-1433)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
**ANEXO 6**  
ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 26/04/2022

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Dr. Félix José Colina Ysea

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NÉCTAR EN BASE DE FRUTOS REGIONALES, LIMA, 2021 – TROPICAL'S PERÚ"

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071997	Renzo Alonso Julca Pancca

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Empresas** en la carrera de **Administración de Empresas**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
		Aprobado ( 16 )	Desaprobado ( nota )
100071997	Renzo Alonso Julca Pancca		

El jurado firma en señal de conformidad.



Dr. Félix José Colina Ysea

## Índice general

Índice general .....	3
Índice de figuras .....	6
Índice de tablas.....	7
Resumen ejecutivo .....	8
Introducción.....	10
<b>CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA .....</b>	<b>11</b>
1.1. Análisis del entorno .....	11
1.2. Sondeo de Mercado .....	12
1.2.1. <i>Sondeo de Mercado local</i> .....	12
1.3. Análisis de la empresa.....	14
1.3.1. <i>Análisis FODA</i> .....	14
1.4. Plan estratégico de la empresa.....	17
1.4.1. <i>Visión</i> .....	17
1.4.2. <i>Misión</i> .....	18
1.4.3. <i>Objetivos estratégicos</i> .....	18
1.4.4. <i>Estrategia del negocio</i> .....	18
1.4.5. <i>Fuentes generadoras de la ventaja competitiva</i> .....	19
1.5. Plan de Marketing .....	19
1.5.1. <i>Objetivos de marketing</i> .....	19
1.5.2. <i>Marketing mix</i> .....	20
a. <i>Producto</i> .....	20
b. <i>Precio</i> .....	20
c. <i>Plaza</i> .....	20
d. <i>Promoción</i> .....	20
e. <i>Posicionamiento</i> .....	20
1.5.3. <i>Descripción de producto o servicio</i> .....	20
1.5.4. <i>Estrategia de precio</i> .....	21
1.5.5. <i>Estrategia de distribución de plaza</i> .....	21
1.5.6. <i>Estrategia de promoción</i> .....	21
1.5.7. <i>Estrategia de servicio al cliente o postventa</i> .....	22
1.5.8. <i>Estrategia de posicionamiento</i> .....	22

1.6.	Plan de Operaciones .....	23
1.6.1.	<i>Objetivos de operaciones</i> .....	23
1.6.2.	<i>Actividades previas al inicio de la producción</i> .....	24
a.	<i>Conseguir buenos proveedores que nos garanticen frutas de calidad</i> .....	24
b.	<i>Solicitud de materia prima a los proveedores</i> .....	24
c.	<i>Recepción y almacenamiento.</i> .....	24
1.6.3.	<i>Proceso de producción del bien o servicio</i> .....	25
a.	<i>Cadena de Valor</i> .....	25
b.	<i>Layout</i> .....	25
c.	<i>Flujograma del proceso productivo</i> .....	26
1.7.	Diseño de estructura y plan de recursos humanos .....	27
1.7.1.	<i>Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal</i> .....	27
a.	<i>Reclutamiento</i> .....	27
b.	<i>Selección</i> .....	27
c.	<i>Contratación</i> .....	29
1.7.2.	<i>Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal</i> .....	29
a.	<i>Inducción</i> .....	29
b.	<i>Capacitación</i> .....	30
c.	<i>Evaluación</i> .....	30
1.7.3.	<i>Estrategias de motivación y desarrollo del personal</i> .....	31
a.	<i>Motivación</i> .....	31
b.	<i>Desarrollo</i> .....	32
1.7.4.	<i>Políticas de remuneraciones y compensaciones</i> .....	32
a.	<i>Jornada laboral</i> .....	33
b.	<i>Gratificaciones</i> .....	33
c.	<i>Compensación</i> .....	33
d.	<i>Asignación Familiar</i> .....	34
e.	<i>Vacaciones</i> .....	34
1.8.	Plan financiero.....	34
1.8.1.	<i>Historia financiera de la empresa</i> .....	34
1.8.2.	<i>Datos, supuestos y políticas económicas y financieras</i> .....	35
1.8.3.	<i>Plan de ventas de la empresa</i> .....	35
1.8.4.	<i>Análisis de costos</i> .....	36
1.8.5.	<i>Punto de equilibrio de la empresa</i> .....	37
1.8.6.	<i>Adquisición de materiales e insumos para la producción</i> .....	37
1.8.7.	<i>Inversión inicial</i> .....	38

<b>1.8.8.</b>	<b><i>Capital de trabajo</i></b> .....	38
<b>1.8.9.</b>	<b><i>Fuentes de financiamiento</i></b> .....	38
<b>1.8.10.</b>	<b><i>Proyección de flujo de caja</i></b> .....	39
<b>1.8.11.</b>	<b><i>Análisis de rentabilidad</i></b> .....	40
<b>1.8.12.</b>	<b><i>Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa</i></b> .....	41
<b>1.8.13.</b>	<b><i>Balance General proyectado de la empresa</i></b> .....	42
<b>1.8.14.</b>	<b><i>Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa</i></b> .....	44
<b>a.</b>	<b><i>Riesgo Operacional</i></b> .....	44
<b>b.</b>	<b><i>Riesgo Político</i></b> .....	44
<b>1.9.</b>	<b>Descripción del equipo gerencial de la empresa</b> .....	45

**Índice de figuras**

Figura 1: Mapa de procesos .....	20
Figura 2: Cadena de valor .....	22
Figura 3: Layout.....	22
Figura 4: Flujograma del proceso productivo.....	23

**Anexo**

Anexo 1: Cuestionario.....	45
Anexo 2: Respuestas(gráficos) del cuestionario.....	49

**Índice de tablas**

Tabla 1: Análisis FODA.....	11
Tabla 2: Matriz MEFI.....	12
Tabla 3: Matriz MEFE.....	13
Tabla 4: Matriz MPC.....	14
Tabla 5: Plan de ventas .....	33
Tabla 6: Costos.....	34
Tabla 7: Punto de equilibrio.....	35
Tabla 8: Adquisición de materiales.....	35
Tabla 9: Inversión Inicial.....	36
Tabla 10: Flujo de caja proyectado.....	37
Tabla 11: VAN y TIR.....	38
Tabla 12: Estado de resultados proyectado.....	39
Tabla 13: Balance General.....	40

### **Resumen ejecutivo**

Este trabajo se trata sobre un plan de negocios el cual se creará este 2022 por mi persona el estudiante Renzo Alonso Julca Pancca quien estudia la carrera de administración de empresas.

Tropical's Perú estará dedicada a la producción y comercialización de néctar en base de productos regionales, se ha generado un análisis del entorno interno como externo teniendo como resultado que a pesar que hay competencia en la zona donde nos vamos a segmentar hay una demanda amplia de productos de este rubro. Se ha plasmado los objetivos estratégicos y las estrategias del negocio y de esa forma sabemos cómo lograr lo que se ha establecido.

Se planteó el análisis FODA esto nos permite ver la situación de nuestro negocio, se establecerá la estrategia de reclutamiento de personal, los pagos correspondientes, entre otros.

Por último, plasmar el análisis financiero y así saber cuánto será nuestra rentabilidad.

### **Abstract**

This work is about a business plan which will be created this 2022 by me student Renzo Alonso Julca Pancca who studies the career of business administration. Tropical's Peru will be dedicated to the production and marketing of nectar based on regional products; an analysis of the internal environment has been generated as external taking as a result that although there is competition in the area where we are going to segment there is a wide demand for products of this area. Strategic objectives and business strategies have been shaped and that way we know how to achieve what has been established. The FODA analysis was raised this allows us to see the situation of our business, the recruitment strategy will be established, the corresponding payments, among others. Finally, capture the financial analysis and thus know how much our profitability will be.

## Introducción

El presente plan de negocios nace a raíz de que se decide ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas ya que este es un producto que es un néctar de frutos regionales lo cual hace otorgan distintos beneficios. Si bien es cierto actualmente ya hay marcas de néctar, sin embargo, no se enfocan en frutos que no son tan conocidos.

Los néctares normalmente son consumidos por personas que hacen ejercicio, estudiantes, entre otros, lo que Tropical's Perú hará es justamente brindar un producto que sea natural.

Para poder desarrollar todo esto se tendrá que implementar un sistema de producción con el personal adecuado, además de los conocimientos que se han obtenido a lo largo de esta carrera profesional.

## CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

### 1.1. Análisis del entorno

#### *a. Político*

Estamos viviendo la etapa de las elecciones presidenciales, lo cual significa que es una etapa de incertidumbre debido a que no se sabe quién será el nuevo presidente, esto afectaría a nosotros los emprendedores en el sentido de que el negocio que se quiere emprender tenga un riesgo mayor de que no funcione.

#### *b. Económico*

Lo que se está viviendo es el alza del dólar debido a la incertidumbre que está ocurriendo en el país, esta alza lo que está ocasionando es el incremento de los precios, esto ocasionaría a que nuestros proveedores podrían aumentarnos el precio de las frutas y lo más probable es nuestro producto también aumente su precio de venta. Por otro lado, recientemente se aprobó nuevamente el retiro de la AFP. Además, el Fondo Monetario Internacional ha incrementado el porcentaje de crecimiento del PBI nacional y considero entonces que poco a poco se está recuperando la economía.

#### *c. Social*

Lo que está dejando la pandemia es personas que no tienen un centro de trabajo, esto les afecta en su ingreso económico y por ende a nosotros como empresa nos podría impactar en el sentido de que prefieren adquirir

productos de primera necesidad y no el nuestro. No solo es eso sino también el impacto que está dejando el ámbito político y económico.

**d. Tecnológico**

Actualmente por la pandemia se ha incrementado las ventas por internet, es decir el ecommerce, esto hace que los clientes sientan la facilidad de adquirir nuestros productos y a la vez les da facilidad para el pago, además se puede hacer un mejor seguimiento de nuestros clientes para que así estén satisfechos. Es por eso que esto beneficia de muy buena forma a nuestro negocio.

**e. Ambiental**

Actualmente seguimos en la pandemia y viene afectando lamentablemente de gran manera, siguen aumentando los casos de coronavirus, sin embargo, ya se ha empezado con la vacunación para enfrentar este virus.

**1.2. Sondeo de Mercado**

**1.2.1. *Sondeo de Mercado local***

**a. *Clientes***

El público objetivo de Tropical's Perú será los sectores socioeconómicos B y C, ya que en estos sectores se ha visto que hay demanda de néctares de frutas, esto se debe a que en estos sectores se preocupan por su salud y prefieren consumir productos naturales y es justamente lo que nosotros les vamos a brindar. Nuestro producto será dirigido a personas entre 18 a 35 años, personas que quieran consumir un producto saludable.

***b. Competencia***

Actualmente la competencia de Tropical's Perú son marcas como ecofresh, tampico, Pulp, entre otros.

### 1.3. Análisis de la empresa

#### 1.3.1. Análisis FODA

<p>EXTERNO</p> <p>INTERNO</p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1: Amplia demanda del mercado de néctar.</p> <p>O2: Capacidad adquisitiva de nuestro público objetivo.</p> <p>O3: Incremento de las ventas por ecommerce.</p> <p>O4: Aumento de la tecnología.</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1: La competencia.</p> <p>A2: No conocer proveedores de materia prima que usaremos.</p> <p>A3: Incertidumbre por la crisis política.</p> <p>A4: Inestabilidad del dólar.</p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1: Trabajadores capacitados.</p> <p>F2: Precios accesibles.</p> <p>F3: Contar con un área de almacén de productos.</p> <p>F4: Sabemos lo que es administrar una empresa.</p> <p>F5: Diversidad de sabores.</p>	<p><b>FO</b></p> <p>F5O1: Aprovechar la demanda del mercado brindando diversidad de sabores.</p> <p>F2O2: Aprovechamiento del poder adquisitivo otorgando precios accesibles.</p> <p>F1O3: Con los trabajadores capacitados aprovechar el incremento de ventas por ecommerce.</p>	<p><b>FA</b></p> <p>F5A1: Contrarrestar la competencia con la diversidad de sabores.</p> <p>F4A3: Aprovechar el conocimiento de administrar una empresa para evitar la incertidumbre política.</p> <p>F1A1: Contrarrestar a la competencia con el personal capacitado.</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1: Ser una marca nueva en el mercado.</p> <p>D2: No contar con mucha experiencia.</p> <p>D3: No tener mucho conocimiento de las máquinas a usar.</p> <p>D4: Poca experiencia en el proceso productivo.</p> <p>D5: Poca experiencia en el proceso productivo.</p>	<p><b>DO</b></p> <p>D1O1: Evitar dificultades al ser marca nueva aprovechando la demanda del mercado.</p> <p>D5O4: Aprovechar el aumento de la tecnología para aumentar la experiencia del proceso productivo.</p> <p>D1O3: Aprovechar el aumento de ventas por ecommerce para contrarrestar que somos una marca nueva.</p>	<p><b>DA</b></p> <p>D3A1: Averiguar sobre las máquinas que necesitan para poder competir.</p> <p>D1A3: Evitar que la incertidumbre política sea un problema para nuestra marca nueva.</p> <p>D2A1: Aumentar nuestra experiencia para competir de buena manera.</p>

*Tabla 1: Análisis FODA*

*Fuente: Elaboración propia*

### 1.3.2. Matriz MEFI

FACTORES INTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
<b>FORTALEZA</b>			
F1: Trabajadores capacitados.	0.12	4	0.48
F2: Precios accesibles.	0.08	3	0.24
F3: Contar con un área de almacén de productos.	0.09	2	0.18
F4: Sabemos lo que es administrar una empresa.	0.11	2	0.22
F5: Diversidad de sabores.	0.11	3	0.33
<b>DEBILIDADES</b>			
D1: Ser una marca nueva en el mercado.	0.15	2	0.30
D2: No contar con mucha experiencia.	0.13	2	0.26
D3: No tener mucho conocimiento de las máquinas a usar.	0.12	1	0.24
D4: Poca experiencia en el proceso productivo.	0.12	1	0.24
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2.49</b>

Tabla 2: Matriz MEFI

Fuente: Elaboración propia

#### Interpretación

Como resultado salió el valor de 2.49, esto significa que la empresa presenta una buena posición en el ámbito interno, no obstante, se debe tener en cuenta debilidades como la falta de experiencia.

### 1.3.3. Matriz MEFE

FACTORES EXTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>			
O1: Amplia demanda del mercado de néctar.	0.14	3	0.42
O2: Capacidad adquisitiva de nuestro público objetivo.	0.11	3	0.33
O3: Incremento de las ventas por ecommerce.	0.14	4	0.56
O4: Aumento de la tecnología.	0.13	3	0.39
<b>AMENAZAS</b>			
A1: La competencia.	0.14	2	0.28
A2: No conocer proveedores de materia prima que usaremos.	0.09	2	0.18
A3: Incertidumbre por la crisis política.	0.13	1	0.13
A4: Inestabilidad del dólar.	0.12	1	0.12
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2.41</b>

*Tabla 3:* Matriz MEFE

*Fuente:* Elaboración propia

#### Interpretación

Como resultado se ha obtenido el valor de 2.41, esto significa que presenta una posición moderada, además, nos damos cuenta que el valor de las oportunidades es mayor que las debilidades y eso es muy bueno, pero alertas con las amenazas.

### 1.3.4. Matriz MPC

Criterios	Peso	Ecofresh		Tropical's Perú		Tampico	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Precio	0.15	2	0.30	2	0.30	2	0.30
Participación	0.15	3	0.45	2	0.30	2	0.30
Experiencia	0.20	3	0.60	2	0.40	3	0.60
Servicio	0.25	3	0.75	3	0.75	3	0.75
Calidad	0.25	3	0.75	3	0.75	2	0.50
Total	1.00	14	2.85	12	2.50	12	2.45

Tabla 4: Matriz MPC

Fuente: Elaboración propia

#### Interpretación

Esta matriz de perfil competitivo nos permite nos ha permitido analizar a la competencia, nos ha dado como resultado que nuestra empresa Tropical's Perú tiene un valor ponderado total de 2.50, esto nos quiere decir que estamos bien, pero considero que podemos mejorar.

## 1.4. Plan estratégico de la empresa

### 1.4.1. Visión

Ser una empresa posicionada en el top 5 de néctares siendo la primera opción de compra para los consumidores y diferenciándonos de los demás al año 2025.

#### **1.4.2. Misión**

Somos una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de néctar en base de frutos regionales ofreciendo un producto de calidad logrando la satisfacción del cliente.

#### **1.4.3. Objetivos estratégicos**

- a.** Contar con un 30 % de presencia en el mercado para el año 2024.
- b.** Crecimiento de un 20 % de las ventas para fines del año 2023.
- c.** Tener un proceso productivo que permita ahorrar costos al 2022.
- d.** Contar con una marca reconocida y preferida por los clientes al 2023.

#### **1.4.4. Estrategia del negocio**

##### **a. Estrategia de Marketing**

- a.1.** Aprovechar la demanda del mercado brindando diversidad de sabores.
- a.2.** Aprovechamiento del poder adquisitivo otorgando precios accesibles.
- a.3.** Con los trabajadores capacitados aprovechar el incremento de ventas por ecommerce.
- a.4.** Contrarrestar la competencia con la diversidad de sabores.

##### **b. Estrategia de distribución**

- b.1.** Asociarnos con aplicativos de delivery.
- b.2.** Llevar nuestro producto a los distintos supermercados y minimarkets.
- b.3.** Llegar a nuestros clientes por la página web y redes sociales.

#### **1.4.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva**

##### **a. Precio**

Tropical's Perú brindará sus productos a un precio accesible en donde los clientes podrán adquirirlo sin problema.

##### **b. Calidad**

Se tendrá un proceso efectivo de producción para que así el producto sea del agrado del cliente y a la vez valore nuestro producto, además de cada cierto tiempo mejorar en algún aspecto para ser un producto atractivo para el cliente.

##### **c. Servicio**

Se le dará la importancia adecuada al cliente al momento de hacer un pedido, recibir alguna consulta o reclamo y por ende lograr la satisfacción del cliente, brindar diferentes medios de pago, se cumplirá los pedidos en la fecha establecida, se tendrá además el servicio postventa.

#### **1.5. Plan de Marketing**

##### **1.5.1. Objetivos de marketing**

**a.** Conseguir que mi marca sea reconocida por los clientes al 2022.

**b.** Lograr la fidelidad de nuestros clientes al 2023.

**c.** Conseguir el retorno de nuestra inversión al 2025.

**d.** Incrementar el volumen de ventas en un 6% al 2023.

e. Tener una presencia en el mercado del 10% al 2023.

### **1.5.2. Marketing mix**

#### **a. Producto**

Nuestro producto es un néctar en base de frutos regionales.

#### **b. Precio**

Será la cantidad de dinero que el cliente pagará por nuestro producto.

#### **c. Plaza**

Tropical's Perú se situará en supermercados, minimarket y también mediante página web.

#### **d. Promoción**

Se usará la página web y las redes sociales para dar a conocer las promociones que tengamos.

#### **e. Posicionamiento**

Mediante estrategias lograr que nuestra marca se posicione en la mente del consumidor, es decir, ser la preferencia al momento de elegir.

### **1.5.3. Descripción de producto o servicio**

Tropical's Perú ofrece un producto en base de frutos regionales como la guanábana, aguaymanto, entre otros, que aparte de ser frutas ricas poseen grandes beneficios para la salud, tendremos un producto que satisfaga a los clientes, parte de la botella tendrá color referente al sabor que tenga, tendrá un contenido de 500 ml.

**1.5.4. Estrategia de precio**

- a.** Basarnos en los costos de elaboración del producto.
- b.** Colocar un precio de acuerdo al mercado.
- c.** Basarnos en los precios de la competencia.

**1.5.5. Estrategia de distribución de plaza**

- a.** Nuestro producto lo podrán adquirir en minimarket y supermercados.
- b.** Los clientes podrán comprar mediante las redes sociales y la página web.
- c.** La planta de fabricación estará ubicada en Santa Anita, ya que es un lugar de donde se podrá distribuir de mejor forma los pedidos de los clientes.

**1.5.6. Estrategia de promoción**

- a.** Se publicará nuestras promociones mediante las redes sociales y página web.
- b.** Para aumentar el nivel de ventas se usará la estrategia del boca a boca, es decir las mismas personas al consumir nuestro producto sabrán que es bueno y por ende recomendarán, hablarán bien de la marca y más personas querrán comprar nuestro producto.
- c.** Colocar afiches en los grifos, en autoservicios, entre otros para captar la atención de las personas y prueben nuestro producto.
- d.** Dar ofertas a los clientes que compran al por mayor.
- e.** Hacer pequeños videos donde se haga notar nuestro producto y subirlo a las redes sociales.

**1.5.7. Estrategia de servicio al cliente o postventa**

- a.** Atender de buena forma y rápida a los clientes que tengan alguna consulta o reclamo.
- b.** Cumplir con la entrega de los pedidos.
- c.** Hacer seguimiento a los clientes mediante mensajes de agradecimiento a través de las redes sociales.

**1.5.8. Estrategia de posicionamiento**

- a.** Nuestro producto va ser un producto natural y que ofrece beneficios para la salud.
- b.** Basarnos en el uso que le da el cliente a nuestro producto, por ejemplo, lo puede usar para refrescarse, para acompañar el desayuno, entre otros.
- c.** Se basará en el valor que le da los clientes a nuestro producto.
- d.** Basarnos en los estilos de vida de los clientes, es decir tomar en cuenta el comportamiento de las personas, como es su día a día.

1.6. Plan de Operaciones

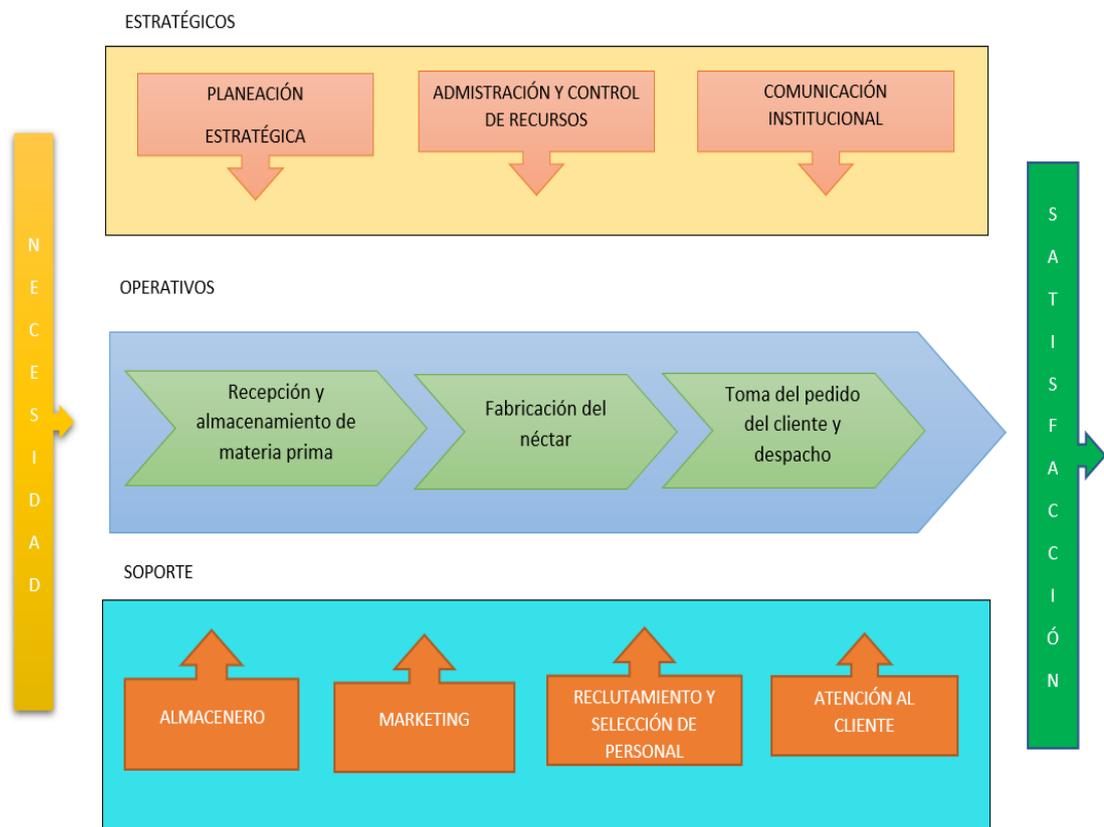


Figura 1: Mapa de procesos

Fuente: Elaboración propia

1.6.1. Objetivos de operaciones

- a. Conseguir proveedores que se ajusten a ciertos principios y que su materia prima sea de calidad para poder producir un buen producto.
- b. Tener un proceso productivo que nos permita ahorrar costos y generar una mayor ganancia.
- c. La distribución de los pedidos debe cumplirse de buena forma para de esa forma los clientes sigan comprando.

**1.6.2. Actividades previas al inicio de la producción****a. Conseguir buenos proveedores que nos garanticen frutas de calidad**

Tenemos que buscar proveedores que nos pueda brindar la materia prima, lo cual es muy importante para iniciar la producción, también que nos lo entreguen en la fecha acordada.

**b. Solicitud de materia prima a los proveedores**

Pedir a los proveedores la cantidad de materia prima que necesitamos para comenzar a producir.

**c. Recepción y almacenamiento.**

Recibir la materia prima, verificar que esté conforme según lo acordado, ingresar al sistema y almacenarlo.

**1.6.3. Proceso de producción del bien o servicio**

**a. Cadena de Valor**

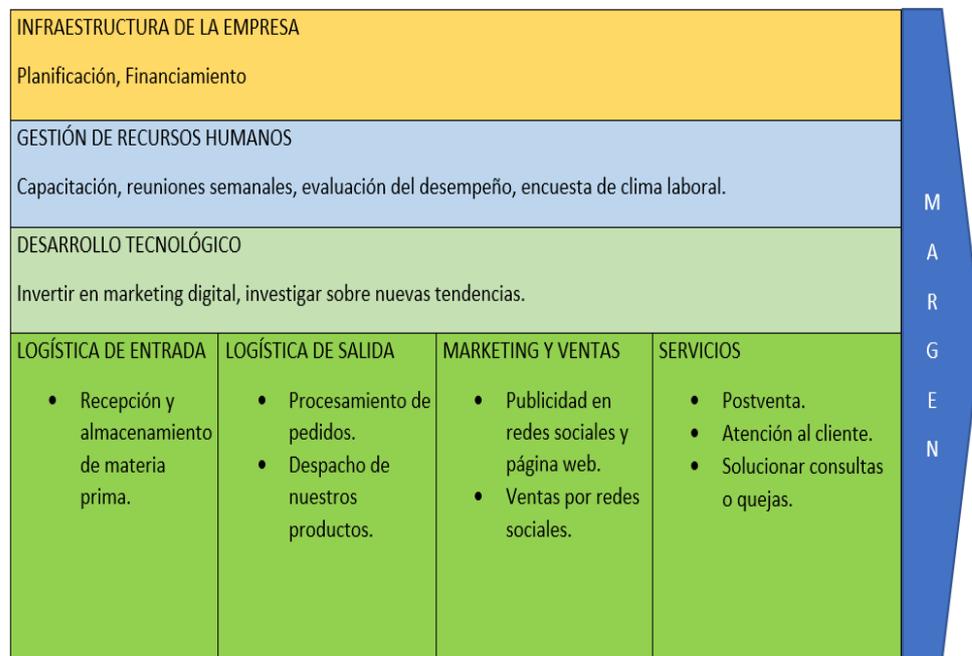


Figura 2: Cadena de valor

Fuente: Elaboración propia

**b. Layout**

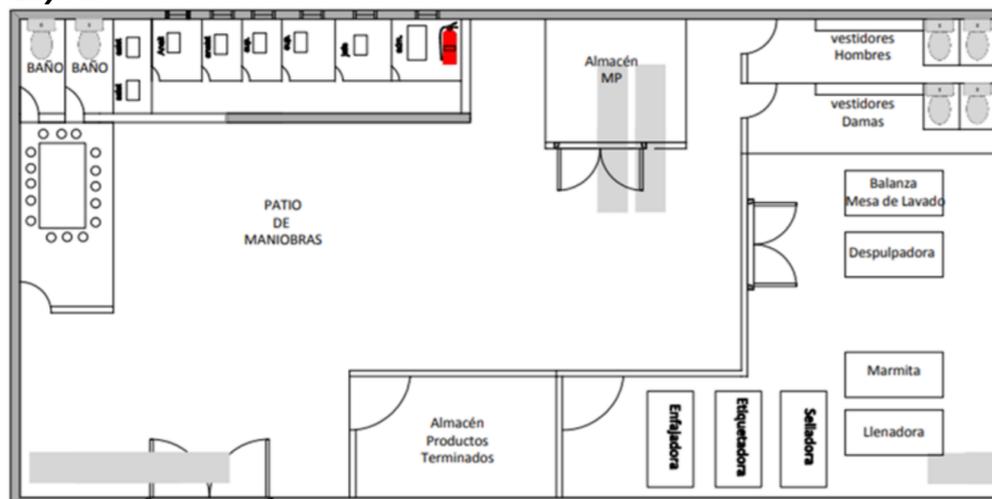


Figura 3: Layout

Fuente: Estudio de prefactibilidad para la producción y

comercialización de energizante: <http://repositorio.usil.edu.pe>

**c. Flujograma del proceso productivo**

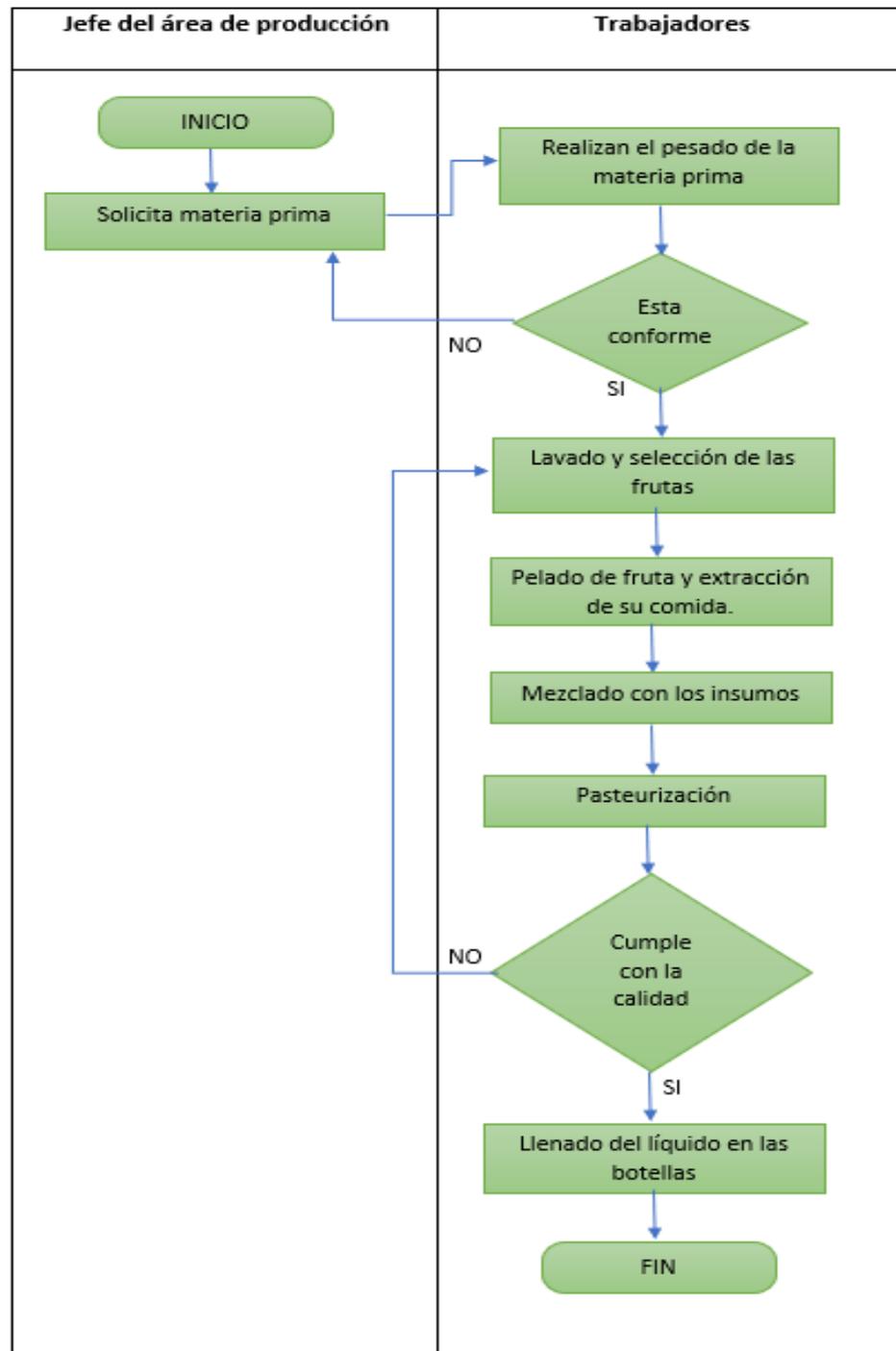


Figura 4: Flujograma

Fuente: Elaboración propia

## 1.7. Diseño de estructura y plan de recursos humanos

### 1.7.1. *Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal*

#### *a. Reclutamiento*

“Reclutamiento es un conjunto de técnicas y procedimientos que se proponen atraer candidatos potencialmente calificados y capaces para ocupar puestos dentro de la organización”. (Chiavenato, 2011, p. 128).

La empresa Tropical’s Perú primero tiene que definir de forma clara y precisa los requisitos y funciones que debe tener la persona que ocupará el puesto de trabajo, luego de ello hará lo siguiente:

**a.1.** Publicar la oferta de trabajo con sus respectivas funciones y requisitos en las redes sociales y en una página de busca de empleos (computrabajo o bumeran).

**a.2.** Realizar una lista con los 6 mejores por cada puesto, lo cual vendrían los posibles candidatos para los puestos solicitados.

#### *b. Selección*

“La selección busca entre los candidatos reclutados a los más adecuados para los puestos disponibles con la intención de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño del personal”. (Chiavenato, 2011, p. 144).

Después de haber realizado el proceso de reclutamiento de personal, se obtuvo una lista de pre candidatos para el puesto de trabajo que se solicita, entonces ahora toca la selección para lo cual haremos lo siguiente:

**b.1.** Se harán pruebas de conocimiento del puesto, pruebas de psicología, pruebas de habilidades para ver si realmente saben y cumplen con lo requerido para el puesto.

**b.2.** Se hará entrevistas en forma grupal y luego de uno en uno ya que la empresa Tropical's Perú considera que la entrevista es de gran ayuda para conocer bien a los candidatos, nos permitirá analizarlos mediante sus palabras, su comportamiento, su lenguaje no verbal, nos permitirá conocer la personalidad que tienen. La entrevista consta de preguntas bien diseñadas, les pondremos casos en las que el pre candidato es el responsable de hacer o resolver alguna situación que está pasando para así saber cuál sería su desenvolvimiento.

**b.3.** A cada entrevista de los pre candidatos se le asignará una valoración que los responsables de selección crean conveniente de acuerdo a lo evaluado y según crean quien es el más idóneo para el puesto de trabajo.

**c. Contratación**

Después de haber realizado el proceso de selección se procede con la contratación para ello se hace lo siguiente:

**c.1.** Nos contactamos con la(s) personas que han pasado con éxito, es decir, los que han sido elegidos para ocupar el puesto de trabajo.

**c.2.** Se le explica de forma clara y correcta el contrato de trabajo que va a firmar y así poder empezar a trabajar y a la vez se resolvemos cualquier tipo de duda o consulta que pueda tener.

**c.3.** Se procede con la firma del contrato laboral.

**1.7.2. Estrategias de inducción, capacitación y evaluación del personal****a. Inducción**

**a.1.** Se realizará presentaciones de power point, fichas, prezi, videos en la cual se explique las políticas, normas y valores de la empresa Tropical's Perú para que así de esa forma los nuevos ingresantes ya vayan conociendo más sobre la empresa y lo que quiere lograr, es decir nuestra cultura organizacional.

**a.2.** Se les hará un recorrido por el lugar de trabajo para que los nuevos trabajadores se vayan familiarizando y vayan perdiendo los nervios.

**b. Capacitación**

**b.1.** Brindaremos charlas de capacitación sobre como operar y hacer sus funciones, a pesar que tienen conocimiento sobre ello, siempre es bueno que los trabajadores conozcan más para que así puedan tener un trabajo más óptimo y eficiente.

**b.2.** Cuando hay alguna mejora que se va implantar en la empresa como por ejemplo mejora en los procesos, mejora de sistema de información, entre otros, se realizarán seminarios donde justamente se explicarán todo ello y de esa forma los trabajadores no estén perdidos ante los cambios que pueden ocurrir en algún momento.

**b.3.** Si se detecta que algunos trabajadores tienen dificultades en su trabajo o están realizando sus funciones no tan correctas, se les capacitará, es decir, se les dará recomendaciones para que puedan mejorar, nuevas técnicas, diversas formas de lograr de buena forma sus funciones.

**c. Evaluación**

**c.1.** Cada cierto tiempo se realizar pruebas en las que los trabajadores deberán responder sobre los conocimientos que tiene respecto a sus funciones, es decir si conoce cuál es el procedimiento, las técnicas, etc.

**c.2.** Se medirá al personal mediante los resultados obtenidos, es decir, si por ejemplo cumple con la cantidad de productos a sacar, también puede ser si obtiene las ventas que se necesita, entre otros.

### **1.7.3. Estrategias de motivación y desarrollo del personal**

#### **a. Motivación**

Tropical's Perú será una empresa en la que le damos la debida importancia a nuestros trabajadores para que se sientan con las ganas de seguir realizando sus funciones en condiciones óptimas y en un buen ambiente laboral, para ello haremos lo siguiente:

**a.1.** Brindar a nuestros trabajadores algunos de nuestros productos para que pueda llevar a casa y compartirlo con su familia.

**a.2.** Realizar un reconocimiento al personal que está realizando de muy buena forma sus labores, es decir, reconocer delante de todos los colaboradores al trabajador del mes.

**a.3.** Realizar los pagos de sueldo en la fecha establecida, de esa forma los trabajadores sienten que se les está reconociendo las labores que realizan en la empresa.

**a.4.** Escuchar las opiniones y/o sugerencias del personal, esto hace que los trabajadores sientan que la empresa los escucha y por ende los motiva a seguir trabajando de buena manera.

**a.5.** Realizar un full day con los trabajadores, de esa forma se puede compartir anécdotas, se pueden realizar juegos recreacionales, confraternidad, etc. Por ende, se logra unir más a todos los trabajadores y a la vez se sienten con más ganas para seguir trabajando con gran optimismo.

**b. Desarrollo**

Tropical's Perú es una empresa que se preocupará por el desarrollo de los trabajadores para que de esa forma puedan ir creciendo y para ello haremos lo siguiente:

**b.1.** Se realizará reuniones con los trabajadores para poder identificar las fortalezas de cada uno y así de esa forma nosotros como empresa hacer que aumente las fortalezas que tienen.

**b.2.** Se dará cursos para que puedan aumentar su conocimiento sobre temas que tengan que ver con la empresa para que de esa forma puedan ir creciendo laboralmente.

**b.3.** Se les brindará el feedback correspondiente a los trabajadores para que puedan mejorar y así vayan por un buen camino respecto a su desarrollo profesional.

**1.7.4. Políticas de remuneraciones y compensaciones**

La remuneración es el hecho de que cuando una persona ejerce su trabajo dentro una empresa, este le retribuirá al trabajador mediante el pago de su salario, es decir, el trabajador realiza sus servicios y la empresa lo recompensa con el pago. (Chiavenato, 2011).

Tropical's Perú está dentro de las pequeñas empresas y es por eso que hará lo siguiente:

**a. Jornada laboral**

La jornada laboral será de 8 horas diarias llegando a 48 horas semanales, contará con 45 minutos de refrigerio, cuando los trabajadores realicen horas extra, la primera y segunda hora tendrá un aumento del 25% de la hora y desde la tercera hora hacia adelante tendrá un aumento del 35% de la hora y el sueldo será de acuerdo al puesto que ocupe cada trabajador tomando como base el sueldo mínimo que actualmente es de 930 soles.

**b. Gratificaciones**

La gratificación se dará a los trabajadores 2 veces por año, el primer depósito es hasta la quincena del mes de Julio y el segundo depósito es hasta la quincena del mes de diciembre. La empresa calculará el monto de la gratificación de acuerdo al sueldo que tiene cada trabajador.

**c. Compensación**

La empresa Tropical's Perú les depositará en una cuenta a los trabajadores lo que se refiere a la compensación por tiempo de servicio, esto se les dará en la quincena de mayo y en la quincena de noviembre, el monto que se les asignará es el de un sueldo al año, es decir, medio sueldo en mayo y el otro medio sueldo en noviembre.

**d. Asignación Familiar**

Tropical's Perú le dará el 10 % del sueldo a los trabajadores que tienen hijos, aquí no tiene que ver la cantidad de hijos, es decir, es solo el 10%.

**e. Vacaciones**

Los trabajadores tendrán un periodo de vacaciones el cual será un plazo de quince días calendario por cada año de trabajo. Con respecto a las vacaciones trucas se irá acumulando y se le pagará en una liquidación.

**1.8. Plan financiero****1.8.1. *Historia financiera de la empresa***

Tropical's Perú es una empresa que tiene pensado entrar a operar a partir del mes de enero del 2022, es por ello que en la actualidad aun no contamos con una historia financiera que podamos compartir, sin embargo, sabemos que a medida que avancemos como empresa desde el lanzamiento iremos teniendo una historia financiera.

### 1.8.2. Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

Tropical's Perú tendrá un financiamiento propio, es decir, capital propio, será una pequeña empresa, empezará a funcionar a partir de enero del año 2022, será una sociedad anónima cerrada, se evaluará en un plazo de 4 años.

### 1.8.3. Plan de ventas de la empresa

PLAN DE VENTAS	2022	2023	2024	2025
Néctar de guanábana	S/ 10,200.00	S/ 11,300.00	S/ 12,800.00	S/ 14,600.00
Néctar de aguaymanto	S/ 11,000.00	S/ 12,200.00	S/ 13,600.00	S/ 15,500.00
Néctar de granada	S/ 10,800.00	S/ 12,000.00	S/ 13,400.00	S/ 15,000.00
Néctar de sanky	S/ 11,500.00	S/ 13,000.00	S/ 14,800.00	S/ 16,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 43,500.00</b>	<b>S/ 48,500.00</b>	<b>S/ 54,600.00</b>	<b>S/ 61,600.00</b>

*Tabla 5: Plan de ventas de 4 años.*

*Fuente: Elaboración propia*

#### 1.8.4. Análisis de costos

COSTOS FIJOS	
	MENSUAL
<b>SERVICIOS</b>	
LUZ	S/ 700.00
AGUA	S/ 250.00
GAS	S/ 100.00
TELÉFONO E INTERNET	S/ 150.00
<b>TOTAL, SERVICIOS</b>	S/ 1,200.00
<b>ALQUILER</b>	
LOCAL	S/ 3,000.00
<b>TOTAL, ALQUILER</b>	S/ 3,000.00
<b>SUELDOS</b>	
5 OPERARIOS	S/ 4,650.00
1 ENCARGADO	S/ 1,150.00
1 ADMINISTRADOR	S/ 2,500.00
1 SECRETARIA	S/ 1,300.00
<b>TOTAL, SUELDOS</b>	S/ 9,600.00
<b>TOTAL</b>	S/ 13,800.00

*Tabla 6: Costos fijos*

*Fuente: Elaboración propia*

**1.8.5. Punto de equilibrio de la empresa**

<b>COSTO FIJO</b>	S/ 13800
<b>COSTO VARIABLE</b>	S/ 5000
<b>COSTOS TOTALES</b>	S/ 18800
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	S/ 3.70
<b>PRECIO DE VENTA</b>	S/ 4.50
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (unid)</b>	17250

*Tabla 7: Punto de equilibrio*

*Fuente: Elaboración propia*

**1.8.6. Adquisición de materiales e insumos para la producción**

<b>EQUIPOS</b>
Despulpadora
Lavadora de frutas
Pasteurizador
Deshidratador
Filtradora
Tina de acondicionamiento
Mesas de trabajo
Utensilios de trabajo
<b>MATERIA PRIMA</b>
Aguaymanto
Granada
Sanky
Guanábana
<b>ENSERES</b>
Escritorio
Laptop
Sillas

*Tabla 8: Adquisición de materiales*

*Fuente: Elaboración propia*

### **1.8.7. Inversión inicial**

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>
Maquinarias y utensilios	S/ 50,810
EPP	S/ 700
Enseres	S/ 1,000
Útiles de limpieza	S/ 100
Constitución de la empresa	S/ 1,040
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 53,650</b>

*Tabla 9: Inversión Inicial*

*Fuente: Elaboración propia*

La inversión inicial es de un monto de S/ 53650

### **1.8.8. Capital de trabajo**

El capital de trabajo de la empresa Tropical's Perú es del monto de S/ 18 800, lo cual incluye los costos fijos y los costos variables para que pueda mantener activa esta empresa.

### **1.8.9. Fuentes de financiamiento**

Nuestra fuente de financiamiento es propia, tengo pensado que esto sea un negocio familiar o con amigos (6 personas), por lo tanto, como la inversión inicial es de S/ 53650 a cada persona le tocará invertir el monto de S/ 8941.67, es decir, que no vamos a utilizar financiamiento de bancos ni cajas.

**1.8.10. Proyección de flujo de caja**

FLUO DE CAJA					
CUENTAS	AÑOS				
	AÑO 0	2022	2023	2024	2025
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos por ventas		S/ 195,750	S/ 218,250	S/ 245,700	S/ 277,200
Cuentas por cobrar		S/ 0	S/ 0	S/ 0	S/ 0
<b>TOTAL, INGRESOS</b>		S/ 195,750	S/ 218,250	S/ 245,700	S/ 277,200
<b>EGRESOS</b>					
Costo de ventas		-S/ 35,000	-S/ 37,500	-S/ 40,000	-S/ 44,500
Inversión Inicial	-S/ 53,650	S/ 0			
<b>Total, Egresos</b>	-S/ 53,650	-S/ 35,000	-S/ 37,500	-S/ 40,000	-S/ 44,500
INGRESOS - EGRESOS	-S/ 53,650	S/ 160,750	S/ 180,750	S/ 205,700	S/ 232,700
SALDO ACUMULADO	-S/ 53,650	S/ 107,100	S/ 287,850	S/ 493,550	S/ 726,250

*Tabla 10: Flujo de caja proyectado*

*Fuente: Elaboración propia*

### 1.8.11. Análisis de rentabilidad

VAN Y TIR	
<b>IO</b>	-S/ 53,650
<b>f1</b>	S/ 107,100
<b>f2</b>	S/ 287,850
<b>f3</b>	S/ 493,550
<b>f4</b>	S/ 726,250
<b>n</b>	4
<b>i</b>	10%
<b>VAN</b>	S/ 1,148,456
<b>TIR</b>	307%

*Tabla 11: VAN Y TIR*

*Fuente: Elaboración propia*

Esta tabla nos da como resultado de que el VAN es un resultado positivo y de la misma forma nuestro TIR también es un resultado positivo.

**1.8.12. Estado de Ganancias y Pérdidas proyectado de la empresa**

	2022	2023	2024	2025
<b>VENTAS</b>	S/ 195,750.00	S/ 218,250.00	S/ 245,700.00	S/ 277,200.00
<b>COSTO DE VENTAS</b>	S/ 35,000.00	S/ 37,500.00	S/ 40,000.00	S/ 44,500.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	S/ 160,750.00	S/ 180,750.00	S/ 205,700.00	S/ 232,700.00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	S/ 30,000.00	S/ 31,500.00	S/ 32,500.00	S/ 33,500.00
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	S/ 19,000.00	S/ 20,000.00	S/ 21,000.00	S/ 22,000.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	S/ 111,750.00	S/ 129,250.00	S/ 152,200.00	S/ 177,200.00
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	S/ 111,750.00	S/ 129,250.00	S/ 152,200.00	S/ 177,200.00
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>	S/ 32,407.50	S/ 37,482.50	S/ 44,138.00	S/ 51,388.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	S/ 79,342.50	S/ 91,767.50	S/ 108,062.00	S/ 125,812.00

*Tabla 12: Estado de ganancias y pérdidas proyectado*

*Fuente: Elaboración propia*

**1.8.13. Balance General proyectado de la empresa**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO A DICIEMBRE DE 2022</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		Sueldos por pagar	S/ 12,000.00
Efectivo	S/ 107,100.00	Préstamos por pagar	<u>S/ 0.00</u>
Cuentas por cobrar		<b>TOTAL, PASIVO</b>	S/ 12,000.00
<b>TOTAL, ACTIVO CORRIENTE</b>	<u>S/ 107,100.00</u>		
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Propiedades, planta y equipo	S/ 50,800.00	Capital social	S/ 59,557.50
Intangibles	S/ 3,000.00	Utilidad	<u>S/ 79,342.50</u>
Depreciación	<u>-S/ 10,000.00</u>	<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	S/ 138,900.00
<b>TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE</b>	S/ 43,800.00	<b>TOTA PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>S/ 150,900.00</b>
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>S/ 150,900.00</b>		

*Tabla 13: Balance general*

*Fuente: Elaboración propia*

**Retorno de inversión**

Inversión total / utilidad mensual

Utilidad mensual = Utilidad anual / 12 = 79342.5 / 12 = 6611.88

Entonces: 53650 / 6611.88 = 8.11

Es decir, la inversión se estará recuperando en un plazo de 8 meses aproximadamente.

**Porcentaje de Rentabilidad**

Utilidad neta / ventas totales

Ventas totales = 195750 / 12 = 16312.5

$(6611.88 / 16312.5) \times 100 = 40.53\%$

#### **1.8.14. Análisis de sensibilidad y riesgo de la empresa**

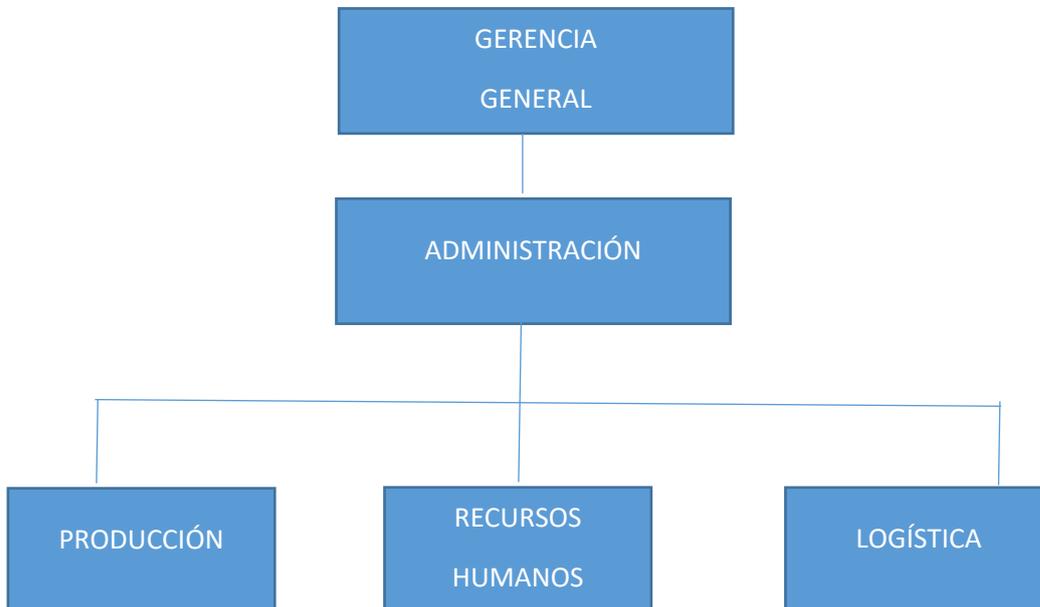
##### **a. Riesgo Operacional**

Al crear una empresa se puede presentar determinados riesgos, ello se pueda dar debido a que somos una empresa con poca experiencia en el mercado, en el proceso productivo puede haber ciertas fallas, sin embargo, esta empresa está constantemente analizando y supervisando las mejoras que podemos implementar.

##### **b. Riesgo Político**

Este factor también es de suma importancia debido a que en un determinado momento pueden ocurrir cambios en el país que afecten al desarrollo de la empresa, es por ello que nosotros tenemos la capacidad de poder contrarrestar los problemas que pueden ocasionar armando un plan de contingencia y así de esa forma no afecten nuestros ingresos.

**1.9. Descripción del equipo gerencial de la empresa**



**1.9.1. Funciones del Gerente General**

- a.** Diseñar el plan estratégico para la empresa.
- b.** Establecer las metas a conseguir.
- c.** Tomar decisiones que ayuden a la empresa en su crecimiento y desarrollo.
- d.** Controlar y evaluar a las diversas áreas de la empresa.

**1.9.2. Funciones de administración**

- a.** Utilizar los recursos de manera eficiente.
- b.** Ayuda a establecer las metas y objetivos a conseguir por parte de la empresa.
- c.** Tener un buen control y organización de la empresa.

**1.9.3. Funciones del encargado de producción**

- a.** Supervisar que se está realizando de forma correcta el proceso productivo.
- b.** Asignar a los trabajadores las funciones que van a realizar.
- c.** Realizar informes sobre el trabajo de los colaboradores.

**1.9.4. Funciones de Recursos Humanos**

- a.** Velar por el buen trato a los trabajadores.
- b.** Atender cualquier consulta o reclamo por parte de los trabajadores.
- c.** Verificar que se les esté realizando el pago correspondiente a los trabajadores.

**1.9.5. Funciones de Logística**

- a.** Realizar los inventarios cada determinado tiempo.
- b.** Definir cuál va ser el método de despacho de los productos.
- c.** Actualizar el sistema cuando entra o sale mercadería.
- d.** Tener un buen trato con los proveedores y clientes.

### **Conclusiones**

Tropical's Perú es un negocio que utiliza las frutas para procesarla y convertirla en néctar para así venderla a los clientes y ellos puedan consumir un producto rico y nutritivo, se sabe que mayormente las frutas la exportan y luego la importan ya en frugos o néctar, sin embargo, nosotros haremos la producción.

Tengo la seguridad de que este emprendimiento dará una buena rentabilidad y así poco a poco iremos creciendo en el mercado para así tener una mayor participación.

Las diversas estrategias que se está planteando ayuda a que este negocio vaya por buen camino y lograr los objetivos planteados.

Por otro lado, el hecho de tomar en cuenta el entorno externo nos permite hacer una planificación tomando en cuenta los ámbitos de este entorno.

Este negocio es prometedor por diversos motivos, entre las cuales está: la demanda por este producto, la rentabilidad positiva que generará, el buen clima organizacional que habrá, entre otros.

### Recomendaciones

Lo que puedo recomendar es que se pueda aprovechar de mejor forma la materia prima que tenemos en el país, que se atrevan más a nosotros mismos producir, no esperar que otros países lo procesen y luego importarlo, de esa forma habrá más oportunidad de trabajo para las personas y una mayor diversidad de productos elaborados en nuestro país.

También recomendaría que durante la gestión de este negocio se puedan tomar decisiones que permitan generar un mayor desarrollo y crecimiento, mejores beneficios, entre otros.

Por otro lado, recomendar que cuando se crea una empresa o negocio, se debe poner todo el esfuerzo para hacer que funcione, no rendirse ante alguna adversidad que pueda ocurrir, ser frecuente con lo que se quiere conseguir y realizar una buena gestión.

## **BIBLIOGRAFÍA**

(Chiavenato, 2011), p.p (128 y 144). Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones. 9a. ed.

## **Anexo 1: Cuestionario de néctar en base de frutos regionales**

### **CUESTIONARIO**

Hola, espero que te encuentres bien, soy un alumno de la carrera de administración de empresas de la Universidad Científica del Sur, estoy realizando un estudio de mercado, por favor tendrías la amabilidad de responder las siguientes preguntas. Gracias.

Datos Generales

Sexo:

1. ¿Consume usted néctar de frutas?

a. Si

b. No

2. ¿Con qué frecuencia la consumes?

a. Todos los días

b. Tres veces a la semana

c. Una vez a la semana

3. ¿Por qué motivo consumes el néctar de frutas?

a. Por su sabor

b. Por su precio

c. Por refrescarte

d. Por costumbre

4. ¿En qué lugar adquieres tu néctar?

a. Minimarket

b. Supermercado

c. Autoservicios

d. Bodega

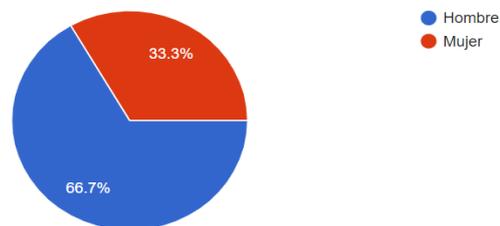
5. ¿Qué tipo de envase prefieres?
  - a. Plástico
  - b. Lata
  - c. Vidrio
  - d. Cartón
6. ¿Consumirías sabores como sanky, guanábana y aguaymanto?
  - a. Si
  - b. No
7. De los sabores anteriores ¿cuál recomendarías verla en un néctar?
  - a. Sanky
  - b. Guanábana
  - c. Aguaymanto
8. ¿En qué momento consumes un néctar de frutas?
  - a. En el desayuno
  - b. Después de hacer deporte
  - c. En un break
9. ¿De qué cantidad recomendarías que sea nuestro néctar a lanzar?
  - a. 300 ml
  - b. 350 ml
  - c. 425 ml
  - d. 500 ml
10. ¿Cuánto pagarías por un néctar de frutas?
  - a. S/ 3.50
  - b. S/ 4.00
  - c. S/ 4.50

11. ¿Qué factor es determinante al momento de comprar un néctar?

- a. Precio
- b. Sabor
- c. Envase
- d. Cantidad

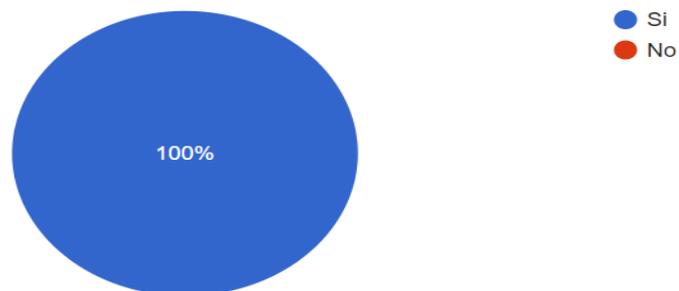
**Anexo 2: Respuestas cuestionario**

Sexo



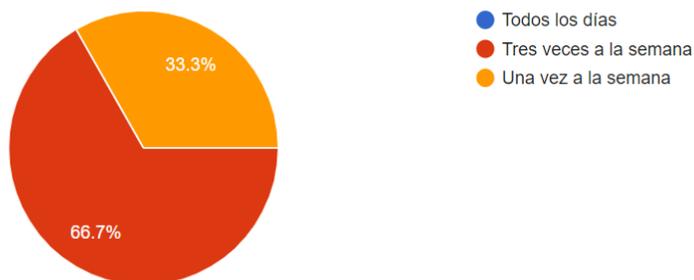
1. ¿Consume usted néctar de frutas?

- a. Si
- b. No



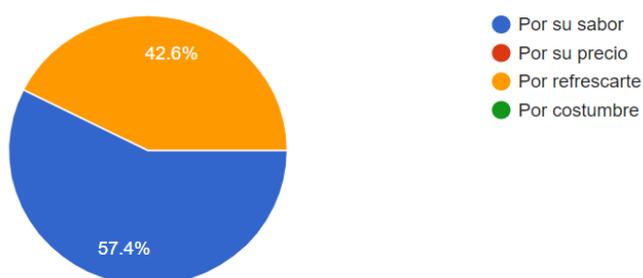
2. ¿Con qué frecuencia la consumes?

- a. Todos los días
- b. Tres veces a la semana
- c. Una vez a la semana



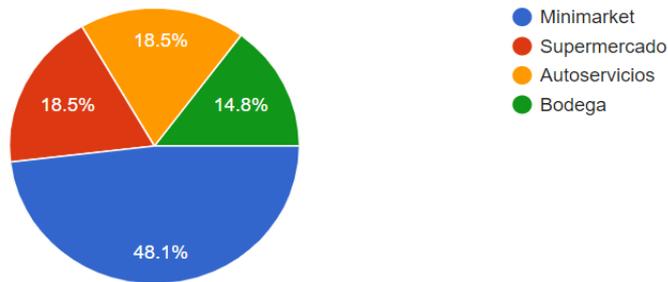
3. ¿Por qué motivo consumes el néctar de frutas?

- a. Por su sabor
- b. Por su precio
- c. Por refrescarte
- d. Por costumbre



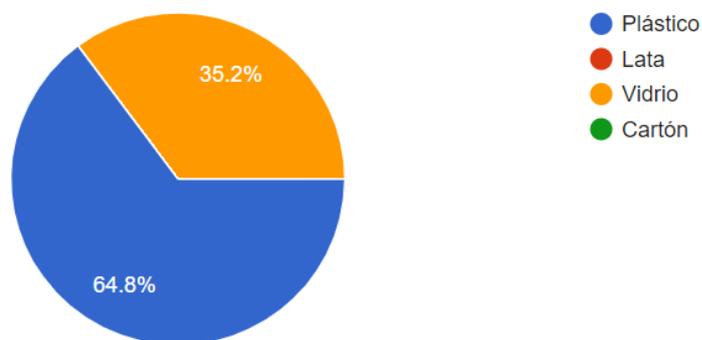
4. ¿En qué lugar adquieres tu néctar?

- a. Minimarket
- b. Supermercado
- c. Autoservicios
- d. Bodega



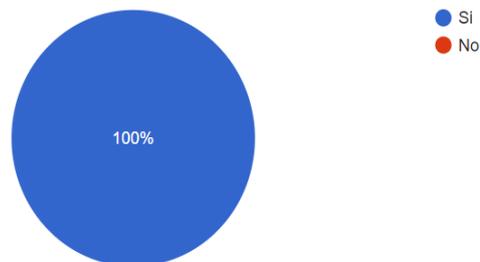
5. ¿Qué tipo de envase prefieres?

- a. Plástico
- b. Lata
- c. Vidrio
- d. Cartón



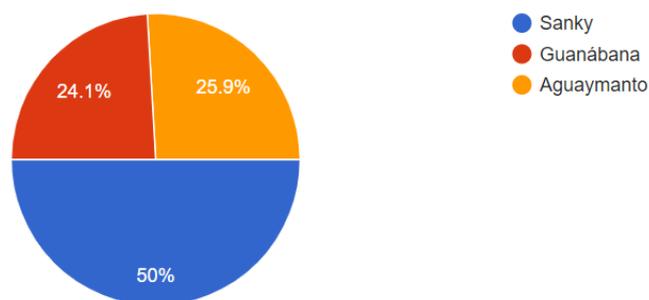
6. ¿Consumirías sabores como sanky, guanábana y aguaymanto?

- a. Si
- b. No



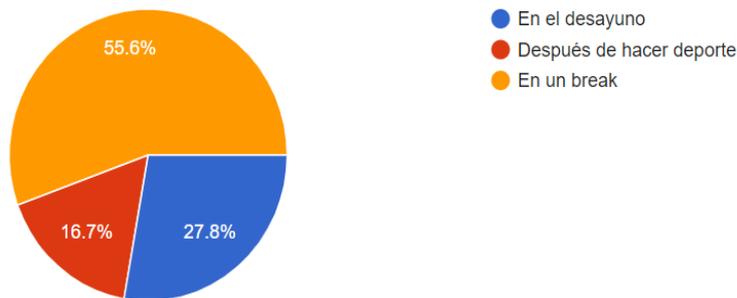
7. De los sabores anteriores ¿cuál recomendarías verla en un néctar?

- a. Sanky
- b. Guanábana
- c. Aguaymanto



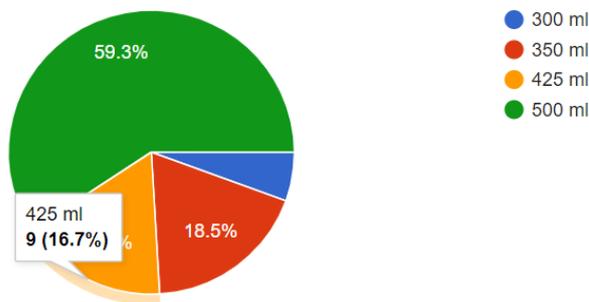
8. ¿En qué momento consumes un néctar de frutas?

- a. En el desayuno
- b. Después de hacer deporte
- c. En un break



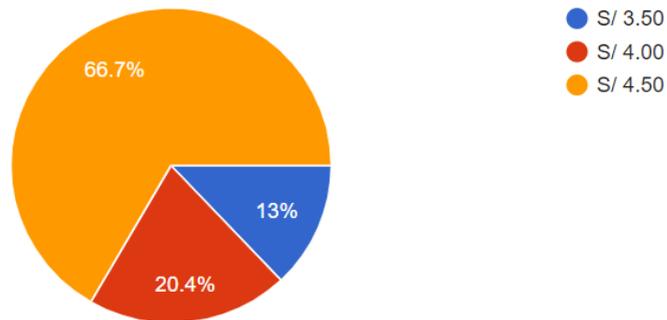
9. ¿De qué cantidad recomendarías que sea nuestro néctar a lanzar?

- a. 300 ml
- b. 350 ml
- c. 425 ml
- d. 500 ml



10. ¿Cuánto pagarías por un néctar de frutas?

- a. S/ 3.50
- b. S/ 4.00
- c. S/ 4.50



11. ¿Qué factor es determinante al momento de comprar un néctar?

- a. Precio
- b. Sabor
- c. Envase
- d. Cantidad

