

UNIVERSIDAD ESAN



Plan de negocios para la producción y comercialización de salsa de palta (AvoMayo) para el mercado de Lima Metropolitana - Perú

Trabajo de investigación presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Maestro en Agronegocios

por:

Acuña Huaraca Diego Salomon

.....

Aguilar Angulo Luis Alexander

.....

Chávez Lazarte María del Rosario

.....

Pacheco Trujillo Israel

.....

Programa de la Maestría en Administración de Agronegocios

Promoción Lima 2021-I

Lima, 21 febrero de 2024

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios evalúa la viabilidad económica y financiera para la producción y comercialización de la salsa de palta denominada AvoMayo en el mercado de Lima Metropolitana, como una nueva unidad de negocios para la empresa agroindustrial Agrícola Chapi. El análisis abarca diversos aspectos, como el entorno, investigación de mercado, estimado de demanda, planeamiento estratégico, modelo de negocio, plan de marketing, plan de operaciones, plan administrativo y de recursos humanos, así como la evaluación económica y financiera.

En este proyecto, se utiliza el descarte de palta de Agrícola Chapi, que no cumple con los estándares de calidad para la exportación, como materia prima principal para la producción y comercialización de la salsa de palta AvoMayo.

El objetivo principal es determinar la viabilidad económica y financiera del plan de negocio para la producción y comercialización de esta salsa en el mercado de Lima Metropolitana, Perú. La metodología utilizada en el estudio es no experimental e incluye pruebas de formulación y ajuste de ingredientes para asegurar la mejor calidad de la salsa. Se destaca el perfil nutricional favorable del producto, enriquecido con las grasas saludables y nutrientes esenciales de la palta.

La justificación del proyecto se fundamenta en estudios de la OMS que resaltan la migración hacia el consumo saludable, así como en la creciente preferencia por productos con alto valor nutricional. Además, se hace referencia a la tendencia de aumento en el consumo per cápita de salsas en Perú, según datos de Mintel.

AvoMayo pertenece a la categoría de salsas, dips y condimentos, la cual experimentó un notable crecimiento durante la pandemia. Euromonitor prevé un aumento promedio del 4% anual en el consumo de salsas, reflejado en la proyección de la demanda y el crecimiento anual hasta el décimo año.

La investigación de mercado, que combina enfoques cualitativos y cuantitativos, revela que el 94% de los encuestados consume salsas, siendo la mayonesa la preferida. Se destaca el comportamiento de compra en supermercados (70.3%) y la intención de compra, con un 32.5% definitivamente dispuesto a comprar la salsa.

Con base en el mercado potencial de hogares en Lima Metropolitana, se proyecta una demanda inicial de 25,686 hogares dispuestos a comprar AvoMayo.

El plan de marketing se centra en la introducción efectiva de la marca al canal moderno de Lima Metropolitana, con un precio optimizado y estrategias de

comercialización orientadas a supermercados, tiendas por conveniencia y tiendas saludables. Se implementarán acciones BTL y ATL, así como estrategias de marketing digital y activaciones en las principales cadenas de venta.

En cuanto al plan administrativo, se establece una plantilla de 6 colaboradores liderados por un gerente de unidad de negocio, jefe comercial, supervisores y coordinadores. Roles específicos como administración, finanzas, logística y recursos humanos se consolidan en la planilla general de Agrícola Chapi.

El análisis económico-financiero confirma la necesidad de una inversión inicial de S/ 2, 503,420, con un aporte del 40% de los accionistas y el 60% restante financiado a través de un préstamo bancario. Los indicadores clave, como el Valor Actual Neto Económico (VANE), la Tasa Interna de Retorno (TIRE) y el Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC), respaldan la viabilidad financiera del proyecto, indicando una rentabilidad sólida y alineación con las metas económicas establecidas. La combinación del aporte de los accionistas y el respaldo financiero del banco posiciona el proyecto para una implementación exitosa.

Resumen elaborado por los autores

Tesis MAAA 21-1 G1, Salsa de palta Avomayo

INFORME DE ORIGINALIDAD

9% INDICE DE SIMILITUD	10% FUENTES DE INTERNET	4% PUBLICACIONES	3% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	docplayer.es Fuente de Internet	1%
4	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	<1%
6	www.mef.gob.pe Fuente de Internet	<1%
7	gestion.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1%