

Plan de Negocio JuiceCream

Felipe

Samuel

Colegio

Economia

profes

24 de septiembre de 2025

Tabla de contenido

<i>1. Introducción.....</i>	<i>4</i>
<i>2. Definición del negocio.....</i>	<i>5</i>
<i>2.2 Resumen ejecutivo</i>	<i>5</i>
<i>2.3 Competencias emprendedoras.....</i>	<i>5</i>
<i>2.4 Asesor del proyecto</i>	<i>5</i>
<i>3. Naturaleza del proyecto.....</i>	<i>6</i>
<i>3.1 Formulación del problema</i>	<i>6</i>
<i>3.2 Antecedentes</i>	<i>6</i>
<i>4. Horizonte institucional</i>	<i>6</i>
<i>4.1 Nombre comercial y razón social.....</i>	<i>6</i>
<i>4.2 Misión</i>	<i>6</i>
<i>4.3 Visión</i>	<i>6</i>
<i>4.4 Valores y principios.....</i>	<i>7</i>
<i>4.5 Objetivos.....</i>	<i>7</i>
<i>4.5.1 Objetivo general:</i>	<i>7</i>
<i>4.5.2 Objetivos específicos:</i>	<i>8</i>
<i>4.6 Políticas</i>	<i>8</i>
<i>4.6.1 Internas:.....</i>	<i>8</i>
<i>4.6.2 De calidad:</i>	<i>8</i>
<i>4.7 Valores agregados.....</i>	<i>9</i>
<i>5. Marco referencial</i>	<i>9</i>
<i>5.1 Marco conceptual</i>	<i>9</i>
<i>5.2 Marco legal.....</i>	<i>9</i>
<i>6. Recursos.....</i>	<i>10</i>
<i>6.1 Recursos materiales.....</i>	<i>10</i>
<i>6.2 Recursos financieros.....</i>	<i>11</i>
<i>7. Análisis DOFA.....</i>	<i>11</i>
<i>8. Estudio de mercado</i>	<i>12</i>
<i>8.1 Análisis del mercado</i>	<i>12</i>
<i>8.2 Perfil del consumidor</i>	<i>12</i>
<i>8.3 Análisis de la competencia</i>	<i>13</i>

<i>8.4 Estrategias de mercado</i>	<i>13</i>
<i>8.5 Investigación de mercado</i>	<i>13</i>
<i>9. Estudio administrativo y legal</i>	<i>14</i>
<i>9.1 Estructura organizacional</i>	<i>14</i>
<i>9.2 Asignación de cargos y manual de funciones</i>	<i>14</i>
<i>9.3 Aspectos legales</i>	<i>14</i>
<i>10. Finanzas</i>	<i>15</i>
<i>10.1 Costos variables</i>	<i>15</i>
<i>10.2 Costos fijos</i>	<i>15</i>
<i>10.3 Punto de equilibrio</i>	<i>16</i>
<i>10.4 Estados financieros</i>	<i>16</i>
<i>11. Conclusiones</i>	<i>16</i>
<i>12. Glosario y bibliografía</i>	<i>18</i>

1. Introducción

En el panorama actual de consumo, las personas buscan cada vez más alternativas que combinen salud, practicidad e innovación. Las tendencias en alimentación reflejan una clara inclinación hacia productos que aporten frescura y nutrición, pero que al mismo tiempo resulten llamativos, cómodos de transportar y acordes con estilos de vida dinámicos. Dentro de este contexto surge JuiceCream, un emprendimiento que ofrece una propuesta novedosa en el mercado: jugos cuchareables elaborados con frutas naturales como mango, maracuyá y fresa, presentados en vasos biodegradables de 8 onzas, ideales para quienes desean disfrutar de una experiencia distinta y responsable con el medio ambiente.

El concepto de jugos cuchareables responde a la necesidad de ofrecer un producto que trascienda lo convencional. No se trata únicamente de un jugo ni de un postre, sino de un punto intermedio que combina lo mejor de ambos mundos: la nutrición de la fruta fresca con la textura y la cremosidad de un alimento que puede disfrutarse con cuchara. Este factor diferencial convierte a JuiceCream en una alternativa innovadora que puede adaptarse tanto a momentos de ocio como de trabajo, ofreciendo a los consumidores un producto práctico, refrescante y lleno de sabor.

La relevancia de este proyecto también se sustenta en la creciente preocupación por el impacto ambiental generado por los empaques de un solo uso. Al elegir vasos de cartón biodegradables en lugar de plásticos tradicionales, JuiceCream busca no solo posicionarse como un emprendimiento competitivo, sino también alinearse con los valores de sostenibilidad y responsabilidad social que demandan los consumidores actuales. De esta manera, el producto no solo satisface una necesidad alimentaria, sino que también conecta con una tendencia global hacia el cuidado del planeta.

Este plan de negocios se desarrolla con el propósito de estructurar formalmente la viabilidad del emprendimiento, abordando aspectos estratégicos, administrativos, legales, de mercado y financieros. A través de un análisis integral, se busca identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto, así como establecer las bases que permitan consolidar a JuiceCream como un modelo sostenible, rentable y capaz de crecer en el tiempo.

Los objetivos principales del plan consisten en:

- Definir con claridad la misión, visión y valores que guiarán el desarrollo de la marca.
- Analizar el mercado para identificar el perfil de los consumidores y la competencia directa e indirecta.
- Establecer estrategias de posicionamiento y comercialización acordes con las tendencias actuales.
- Determinar los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para el funcionamiento del emprendimiento.
- Proyectar escenarios económicos que permitan evaluar la rentabilidad del negocio.

2. Definición del negocio

JuiceCream es un emprendimiento innovador dedicado a la creación y comercialización de jugos cuchareables, una propuesta que fusiona la frescura de las frutas naturales con una textura cremosa y agradable, ideal para ser disfrutada con cuchara. Nuestro producto se elabora con frutas seleccionadas como mango, fresa y maracuyá, sin adición de conservantes ni colorantes artificiales, garantizando un alimento nutritivo y saludable. Además, utilizamos empaques biodegradables para contribuir activamente al cuidado del medio ambiente.

2.2 Resumen ejecutivo

Juice Cream es un emprendimiento emergente dedicado a crear y comercializar jugos cuchareables, fusionando jugo natural con una textura cremosa. Elaborados con frutas seleccionadas, sin azúcares añadidos ni conservantes, nuestros productos responden a la tendencia de consumo saludable.

El modelo de negocio contempla distribución física y digital, apoyado en estrategias de sostenibilidad, innovación y conexión con el consumidor. El lanzamiento se proyecta inicialmente en Bogotá, con enfoque en instituciones educativas y entornos juveniles.

2.3 Competencias emprendedoras

El equipo de JuiceCream cuenta con un conjunto de competencias emprendedoras que constituyen la base para el éxito y sostenibilidad del proyecto:

- **Capacidad de Innovación en Alimentos Saludables:** Habilidad para identificar tendencias de consumo y transformarlas en productos que respondan a las necesidades del mercado, ofreciendo opciones nutritivas, creativas y diferenciadas.
- **Desarrollo de Productos Atractivos y Funcionales:** Experiencia en la creación de propuestas que combinan valor nutricional, presentación estética y facilidad de consumo, logrando que el producto sea no solo saludable sino también deseable para el cliente.
- **Visión Estratégica y Creatividad Empresarial:** Capacidad para generar ideas disruptivas que aporten valor al mercado, integrando conceptos de sostenibilidad, marketing y experiencia del consumidor, con el fin de posicionar a *Juice Cream* como marca líder en su categoría.

2.4 Asesor del proyecto

Profesora: Viloskav Vergara

3. Naturaleza del proyecto

3.1 Formulación del problema

En ciudades con ritmos acelerados, muchas personas descuidan su alimentación saludable por falta de opciones prácticas, económicas y naturales. Esto conduce a un consumo excesivo de productos ultraprocesados. JuiceCream surge como solución al proponer jugos cuchareables nutritivos, accesibles y diferentes.

3.2 Antecedentes

Existen jugos y postres tradicionales en el mercado, pero pocos integran una textura que permita disfrutar el jugo con cuchara. Esta innovación nos diferencia y abre un nuevo nicho en la categoría de alimentos saludables.

4. Horizonte institucional

4.1 Nombre comercial y razón social

Razón social: JuiceCream S.A.S.

Nombre comercial: JuiceCream

4.2 Misión

Nuestra misión es transformar el consumo de jugos en una experiencia saludable, innovadora y responsable con el planeta, ofreciendo un producto nutritivo y delicioso que pueda disfrutarse en cualquier momento del día. A través de la calidad de nuestras frutas, la presentación eco-friendly de nuestros envases y un servicio cercano al cliente, buscamos mejorar los hábitos de alimentación, crear conciencia ambiental y generar un impacto positivo en las comunidades donde operamos.

4.3 Visión

Para el año 2028, aspiramos a consolidarnos como la marca líder en jugos cuchareables de Colombia, reconocida por su capacidad de innovación, la calidad de sus ingredientes y su compromiso con la sostenibilidad. Queremos expandir nuestra presencia a nivel nacional y proyectarnos como un referente en el sector de alimentos saludables en Latinoamérica, abriendo puntos de venta estratégicos en instituciones educativas, centros comerciales y plataformas digitales, mientras desarrollamos nuevas líneas de productos que mantengan vigente nuestro espíritu creativo.

4.4 Valores y principios

- **Innovación con Propósito**

En JuiceCream entendemos que innovar no es solo crear algo nuevo, sino ofrecer soluciones que tengan un impacto positivo en la vida de las personas. Por eso, cada producto nace de la búsqueda constante de nuevas combinaciones de sabores, texturas y presentaciones que sorprendan al consumidor y lo inviten a adoptar hábitos más saludables. Nuestra innovación está alineada con las tendencias de alimentación consciente y se enfoca en generar experiencias únicas que conecten emocionalmente con el cliente.

- **Compromiso con la Calidad**

La calidad es el eje central de nuestra operación. Desde la selección de frutas frescas, pasando por la manipulación de los ingredientes bajo estrictas normas de higiene, hasta la presentación final en empaques biodegradables, garantizamos un producto seguro, nutritivo y consistente. Para nosotros, calidad significa respeto por el consumidor y por los estándares que hacen de JuiceCream una marca confiable.

- **Responsabilidad Ambiental y Social**

Creemos que el éxito empresarial debe ir de la mano con el bienestar colectivo. Por ello, implementamos prácticas sostenibles en toda la cadena productiva: uso de empaques biodegradables, reducción de desperdicios y apoyo a productores locales. Buscamos inspirar a nuestra comunidad a adoptar decisiones de consumo que contribuyan al cuidado del planeta y al fortalecimiento de las economías regionales.

4.5 Objetivos

4.5.1 Objetivo general:

Posicionar a JuiceCream como la marca pionera y referente en jugos cuchareables, logrando un crecimiento sostenido y rentable, que nos permita escalar el modelo de negocio a diferentes ciudades, mantener altos estándares de calidad y consolidar una comunidad de consumidores leales y conscientes.

4.5.2 Objetivos específicos:

- Desarrollar una cartera de productos variada y atractiva, incorporando al menos cinco sabores base y diferentes toppings para garantizar personalización y fidelización del cliente.
- Implementar un plan de marketing multicanal, con fuerte presencia en redes sociales, estrategias de contenido y alianzas con influencers y marcas afines.
- Optimizar el proceso productivo mediante la adquisición de equipos industriales y la implementación de manuales de calidad para reducir desperdicios y aumentar la eficiencia.
- Capacitar al equipo de trabajo en atención al cliente, seguridad alimentaria y técnicas de producción, fortaleciendo su sentido de pertenencia con la empresa.

4.6 Políticas

4.6.1 Internas:

- Fomentar un ambiente de trabajo basado en el respeto, la comunicación abierta y la colaboración.
- Realizar reuniones periódicas para evaluar desempeño, compartir avances y proponer mejoras.
- Capacitar constantemente al equipo en buenas prácticas de manufactura y servicio al cliente.
- Respetar los horarios, funciones y responsabilidades establecidas para cada colaborador.

4.6.2 De calidad:

- Seleccionar frutas e insumos de proveedores confiables, priorizando producción local.
- Implementar controles de calidad en todas las etapas del proceso, desde la recepción de materia prima hasta la entrega final.
- Documentar y estandarizar recetas para garantizar uniformidad en el sabor y textura de cada producto.
- Medir la satisfacción del cliente mediante encuestas y retroalimentación en redes, y utilizar esa información para mejorar continuamente.

4.7 Valores agregados

El mayor diferencial de JuiceCream radica en su capacidad de combinar innovación, salud y sostenibilidad en un solo producto. No somos únicamente una juguería ni una heladería: ofrecemos un formato que invita al consumidor a vivir una experiencia distinta, en la que cada vaso es personalizable, nutritivo y visualmente atractivo, ideal para compartir en redes sociales.

Nuestro compromiso con el medio ambiente y la selección cuidadosa de materias primas nos convierten en una opción consciente y responsable, que responde a las tendencias globales de alimentación saludable. Esta propuesta no solo genera satisfacción al cliente, sino que también aporta valor a la sociedad, promoviendo hábitos de consumo que favorecen el bienestar individual y colectivo.

5. Marco referencial

5.1 Marco conceptual

El proyecto JuiceCream se enmarca dentro de la categoría de alimentos saludables e innovadores, respondiendo a la creciente demanda de productos que combinen nutrición, conveniencia y experiencia de consumo. Su propuesta de valor se centra en ofrecer jugos de textura espeso-cremosa, elaborados con frutas 100% naturales y diseñados para ser consumidos con cuchara, creando así una nueva categoría que se sitúa entre el jugo tradicional y el postre.

Además, el producto incorpora la opción de personalización mediante toppings (semillas, granola, frutas adicionales, miel, entre otros), lo que permite al consumidor vivir una experiencia más interactiva y ajustada a sus preferencias. Este enfoque no solo atiende las tendencias de alimentación saludable y sostenible, sino que también promueve la innovación en el sector de bebidas y postres, generando una experiencia sensorial diferenciadora que aumenta el valor percibido de la marca.

5.2 Marco legal

Para operar formalmente, JuiceCream debe cumplir con:

- Registro mercantil (Cámara de Comercio).
- Registro Único Tributario (DIAN).
- Registro sanitario de alimentos (INVIMA).
- Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- Registro de marca (Superintendencia de Industria y Comercio)

6. Recursos

6.1 Recursos materiales

Materias primas: frutas (mango, fresa, maracuyá), miel o azúcar orgánico, agua purificada, limón, gelificantes naturales.

Insumos: envases biodegradables, cucharillas, etiquetas personalizadas, bolsas reutilizables, guantes de higiene.

Recurso	Cantidad	Descripción / Uso	Costo aproximado
Vasos de cartón 8 oz	500 und	Presentación principal del producto	\$
Tapas plásticas	500 und	Cierre seguro para transporte	\$
Cucharas biodegradables	500 und	Para consumir el producto	\$
Licadora industrial	1	Preparación de mezclas	\$
Nevera refrigeradora	1	Conservación de insumos y producto final	\$
Mesa de trabajo acero	1	Manipulación higiénica de frutas	\$
Utensilios menores	Varios	Cuchillos, tablas de picar, coladores	\$
Uniformes y guantes	Varios	Higiene del personal	\$

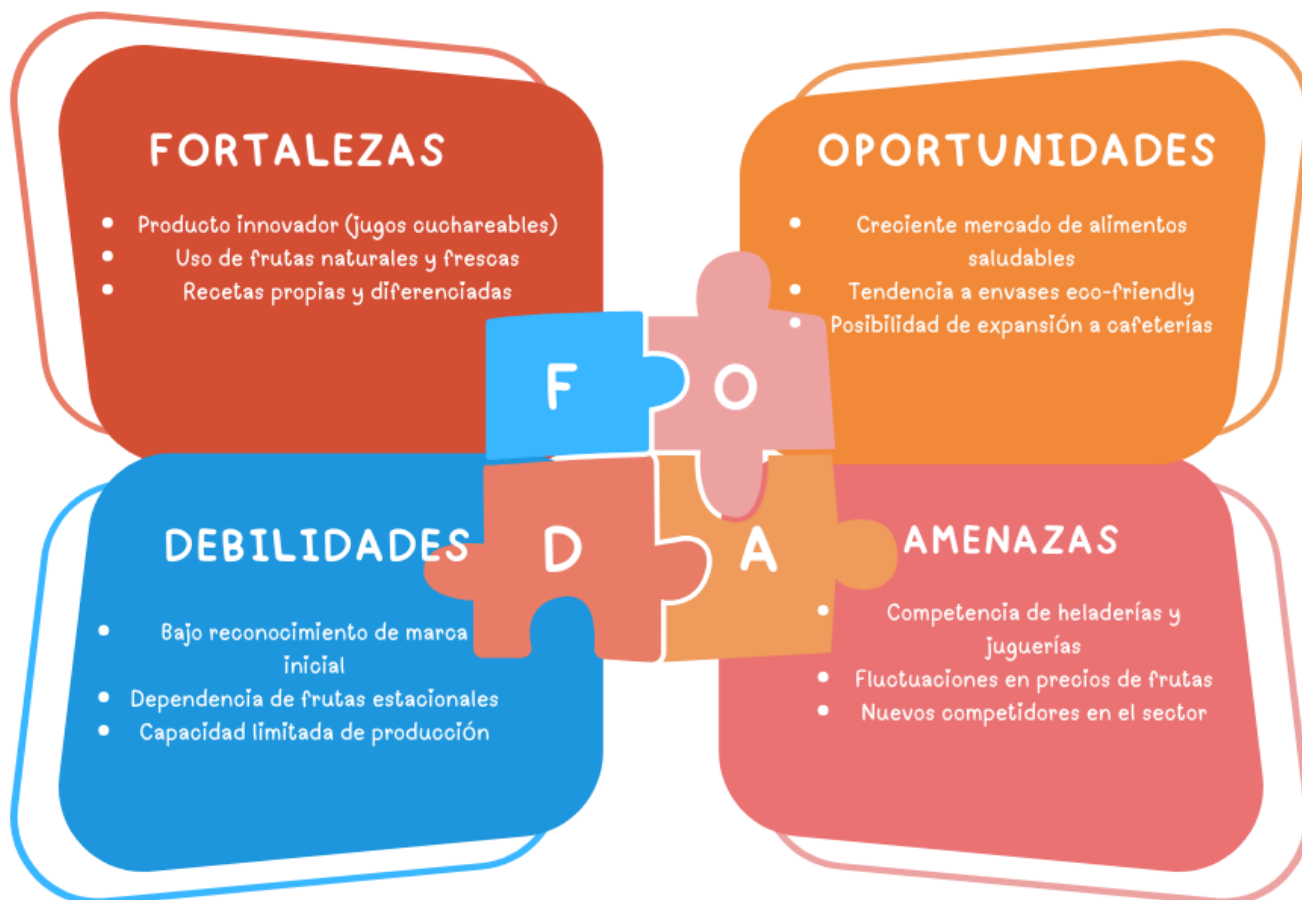
6.2 Recursos financieros

Samuel Galeano: aporte en yogurt y mobiliario.

Andrés Rojas: aporte en frutas frescas y empaques.

Fuente de financiación	Monto estimado	Descripción del uso
Aporte personal	\$	Capital inicial (compra de insumos básicos)
Préstamo bancario	\$	Inversión en equipos
Inversión familiar	\$	Apoyo inicial
Utilidades reinvertidas	\$	Expansión del negocio

7. Análisis FODA



8. Estudio de mercado

8.1 Análisis del mercado

El mercado de alimentos y bebidas saludables ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por un cambio en los hábitos de consumo y una mayor conciencia sobre la importancia de una alimentación equilibrada. Los consumidores buscan opciones que no solo sean nutritivas, sino también prácticas, accesibles y alineadas con su estilo de vida dinámico.

En este contexto, JuiceCream responde con una propuesta diferenciadora: jugos cuchareables de origen 100% natural, elaborados con frutas frescas y sin adición de conservantes. Esta categoría híbrida entre jugo y postre crea un nuevo nicho de mercado que combina salud, conveniencia y experiencia sensorial, generando un atractivo particular para personas que buscan innovación en sus elecciones de consumo.

8.2 Perfil del consumidor

El público objetivo de JuiceCream se concentra principalmente en:

- **Rango de edad:** Niños, adolescentes y adultos jóvenes entre los 10 y 35 años.
- **Estilo de vida:** Estudiantes, profesionales y familias que priorizan la alimentación saludable y buscan opciones rápidas para consumir en su rutina diaria.
- **Intereses:** Personas interesadas en productos naturales, experiencias gastronómicas novedosas y marcas con compromiso ambiental.
- **Motivaciones de compra:** Buscan opciones que sean saludables, prácticas, económicas, atractivas visualmente y compatibles con un estilo de vida activo.
- Este perfil de consumidor es especialmente receptivo a productos innovadores que les permitan personalizar su experiencia de consumo (por ejemplo, elegir sabores y toppings). Además, se caracteriza por ser digitalmente activo, lo que convierte a las redes sociales en un canal estratégico para la comunicación y fidelización.

8.3 Análisis de la competencia

En el área de operación existen negocios de jugos, heladerías y tiendas de bebidas refrescantes, pero ninguno ofrece un producto que combine jugos naturales con textura cremosa y posibilidad de consumo con cuchara. Esta diferenciación le otorga a JuiceCream una ventaja competitiva al posicionarse como la única opción que integra nutrición, personalización y sostenibilidad en un mismo producto.

Además, el uso de empaques biodegradables y la propuesta de un concepto innovador alineado con tendencias globales de salud y cuidado del planeta refuerzan su atractivo frente a competidores tradicionales, generando un posicionamiento más moderno y consciente.

8.4 Estrategias de mercado

Tarjetas de presentación con logo y contacto.

Volantes en colegios y universidades.

Afiche o pendón en puntos estratégicos.

Redes sociales (Instagram, TikTok, página web).

8.5 Investigación de mercado

Pregunta clave	Respuesta esperada	% de aceptación
¿Consumirías un jugo cuchareable?	Sí	85%
¿Qué sabor prefieres?	Mango	40%
	Maracuyá	35%
	Fresa	25%
¿Cuánto pagarías por un vaso?	\$5.000 - \$6.000	70%

Muestra: se consultó a estudiantes, concluyendo que los sabores de mayor preferencia son maracuyá, mango y fresa.

Conclusión: existe alta aceptación del producto, especialmente si se ofrecen toppings que refuercen la experiencia.

9. Estudio administrativo y legal

9.1 Estructura organizacional

Director administrativo: Samuel Galeano.

Jefe de producción: Andrés Rojas.

9.2 Asignación de cargos y manual de funciones

Samuel Galeano:

- Definir metas y estrategias.
- Manejo de redes sociales.
- Atención al cliente y gestión de pedidos.
- Control de ingresos y gastos.

Andrés Rojas:

- Preparación de jugos según recetas.
- Control de calidad.
- Manejo de insumos.
- Distribución de pedidos.

9.3 Aspectos legales

- Constitución como S.A.S.
- Registro mercantil y RUT.
- Permisos del INVIMA.
- Licencia de uso de suelo.
- Registro de marca.

10. Finanzas

10.1 Costos variables

Insumo	Cantidad aprox.	Costo unitario	Costo por vaso
Mango	100 g	\$	\$
Maracuyá	80 g	\$	\$
Fresa	90 g	\$	\$
Azúcar / endulzante	10 g	\$	\$
Vaso + tapa	1 und	\$	\$
Cuchara	1 und	\$	\$
Total	—	—	\$ XXXX

10.2 Costos fijos

Concepto	Costo mensual
Arriendo del local	\$
Servicios públicos	\$
Sueldos del personal	\$
Seguridad social	\$
Publicidad y marketing	\$
Impuestos	\$
Total	\$ XXXX

10.3 Punto de equilibrio

Concepto	Valor (COP)
Costo Variable por Unidad	\$1.068
Precio de Venta por Unidad	\$3.000
Margen de Contribución por Unidad	\$1.932
Costos Fijos Totales	\$100.000

10.4 Estados financieros

Concepto	Cálculo	Valor (COP)
Ingresos	$200 \text{ jugos} \times \3.000	\$600.000
Costos Variables	$200 \times \$1.105$	\$221.000
Margen de Contribución	Ingresos – Costos Variables	\$379.000
Costos Fijos	—	\$130.000
Utilidad Operativa	Margen de Contribución – Costos Fijos	\$249.000
Utilidad Neta (20% impuestos)	$\$249.000 \times 0,80$	\$199.200

11. Conclusiones

El desarrollo de este plan de negocio ha permitido confirmar la viabilidad y el potencial de crecimiento de JuiceCream como una propuesta innovadora dentro del sector de alimentos saludables.

En primer lugar, el análisis de mercado demuestra que existe una demanda creciente de productos prácticos, nutritivos y sostenibles, lo que posiciona a los jugos cuchareables como una alternativa atractiva para consumidores que buscan experiencias distintas. Esta categoría de producto representa un nicho poco explorado, otorgando a JuiceCream una ventaja competitiva por ser pionera en el segmento

Asimismo, la investigación evidencia que los entornos educativos y juveniles constituyen el mercado más receptivo, lo que abre oportunidades para establecer alianzas estratégicas con colegios, universidades y plataformas de venta digital.

Desde el punto de vista financiero, el proyecto presenta barreras de entrada bajas gracias a una inversión inicial moderada y a un punto de equilibrio alcanzable en el corto plazo, lo que lo convierte en un emprendimiento rentable y escalable.

Finalmente, JuiceCream no solo representa una oportunidad de negocio, sino también una iniciativa que promueve la innovación, el emprendimiento y el trabajo en equipo, al tiempo que genera un impacto positivo en los hábitos de consumo y en la conciencia ambiental de su público objetivo.

12. Glosario y bibliografía

Glosario:

Activo: bienes y recursos de la empresa.

Pasivo: deudas y obligaciones.

Patrimonio: aportes de socios y utilidades.

Costos fijos: gastos que no cambian con la producción.

Costos variables: gastos que dependen de la producción.

Punto de equilibrio: nivel mínimo de ventas para cubrir costos.

Utilidad neta: ganancia después de impuestos.

DOFA: análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Bibliografía:

Gitman, L. J. (2012). *Principios de administración financiera*. Pearson Educación.

Hernández, R. (2014). *Fundamentos de administración*. McGraw-Hill.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). Guía para crear empresa en Colombia.

DIAN. (2024). Registro Único Tributario (RUT).

Apuntes de clase de Emprendimiento y Gestión Empresarial, 2025.