



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADM. DE EMPRESAS /
GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**“Proyecto de Emprendimiento para la Producción de Aceite de Palta a
partir de Paltas Desechadas en Majes, Pedregal-2026”- Del Campo a la
Botella**

**Trabajo de aplicación profesional para aprobar el Curso de Proyecto
Integrador/Administración de empresas.**

JUAN CARLOS VELASQUEZ TOROCAHUA

(0009-0001-1440-6330)

Arequipa – Perú

2025

Dedicatoria

A mi Docente, Luis Alberto Sotelo,
por su constante dirección, asesoramiento y respaldo incondicional
para el avance y desarrollo de este proyecto.

A mis amados Padres,
por su apoyo, confianza y motivación
que me han impulsado a seguir adelante.

A mi compañera de vida, Carolina,
por su aliento inquebrantable,
su paciencia y su amor en todo momento.

Sin ustedes, este logro no sería posible.
Infinitas gracias por creer en mí.

INDICE GENERAL

Introducción	12
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio	13
Objetivo	13
Objetivo Específico	13
Descripción de la Idea de Negocio	14
Propuesta de Valor.....	14
Matriz Bussines Model Canvas	14
Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas	16
Segmento de Clientes	16
Propuesta de Valor.....	16
Sostenibilidad.	16
Beneficios Nutricionales Para la Piel.	16
Relación con los Clientes.	17
Asesoramiento Personalizado.....	17
Creación de Comunidad.	17
Uso de Redes Sociales.....	17
Atención al Cliente Ágil.....	17
Fuentes de Ingresos	17
Venta Directa al Consumidor	17
Venta a Mayoristas	17
Venta a Empresas.	17
Alianzas con Restaurantes.	17
Recursos Claves.	18
Futura Planta de Producción.....	18
Red de Proveedores de Paltas.....	18
Registro de Marca.....	18
Actividades Claves.	18
Recepción y Selección de Paltas.	18
Proceso de extracción de aceite.....	18
Control de calidad.....	18
Envasado y etiquetado.....	19
Marketing y ventas	19

Gestión de la cadena de suministro.	19
Aliados Claves.....	19
Productores de Palta Locales.	19
Laboratorios para Análisis de Calidad.....	19
Empresas de Certificación Orgánica.	20
Empresas de Logística.....	20
Proveedores de Envases y Etiquetas.....	20
Estructura de Costos.	20
Capítulo II: Análisis Interno y Externo.....	23
Factores que Determinan el Éxito	23
Calidad del producto.....	23
Proceso de extracción.	23
Control de calidad.....	23
Capacitación del personal.....	23
Formación continua.	23
Cultura de retroalimentación	23
Alianzas estratégicas	24
Convenios con productores.	24
Colaboración con laboratorios.....	24
Estrategias de marketing efectivas.....	24
Presencia digital.....	24
Activaciones de marca.....	24
Certificaciones y normativas	24
Certificación orgánica.....	24
Cumplimiento legal.	24
Gestión de la cadena de suministro.....	25
<i>Logística</i>	25
<i>Inventarios</i>	25
Feedback de clientes.....	25
<i>Opiniones y encuestas.</i>	25
Atención al cliente.....	25

Matríz de los Factores Internos MEFI.....	26
Fortalezas	26
Conocimiento de la Fruta:	26
Red de Acopiadores:.....	27
Proceso de Extracción Eficiente:.....	27
Flexibilidad Operativa:	27
Debilidades.....	27
Limitaciones Financieras:.....	27
Dependencia de Acopios:	27
Experiencia en Ventas:	28
Capacidad de Producción:	28
Matriz MEFI.....	28
Análisis PESTEL.....	30
Apoyo Gubernamental.....	30
Económico:	31
Social:.....	31
Tecnológico:.....	32
Ecológico.....	33
Sostenibilidad.	33
Impacto ambiental.	33
Prácticas agrícolas.	33
Legal.....	33
Análisis de las 5 Fuerzas de Poder	34
Poder de Negociación con los Clientes.....	35
Poder de Negociación con los Proveedores.....	36
Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos	37
Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores	38
Rivalidad de los Competidores Actuales	39
Grado de Atracción de la Industrial o Sector	40
Matriz de los Factores Externos MEFE.....	40
Capítulo III: Planteamiento Estratégico	42

Misión.....	42
Visión.....	42
Valores.....	42
Objetivo Estratégico	43
Justificación	43
FODA	44
Fortalezas (F).....	44
Oportunidades (O).....	44
Debilidades (D)	44
Amenazas (A).....	45
Estrategias.....	45
Estrategia FO (Fortalezas y Oportunidades).....	45
Estrategia FA (Fortalezas y Amenazas).....	46
Estrategia DA (Debilidades y Amenazas)	46
Ventaja Competitiva	47
Diagrama de Gantt.....	50
Capítulo IV: Análisis de Mercado.....	50
Análisis de Mercado	50
Mercado Meta.....	50
Características demográficas	55
Rango de edad de los encuestados:.....	55
Método de Investigación	55
Tamaño de la muestra.....	55
Resultados de la Encuesta.....	56
Estimación de la Demanda	57
Proyección de Ventas	58
Capítulo V: El Plan de Marketing	59
Variables de Segmentación del Consumidor.....	59
Mapa de Experiencia del Cliente.....	60
Estrategia del Producto o Servicio.....	60

Estrategia de Precio	60
Estrategia de Distribución y Canales de Venta	61
Estrategia de Comunicación Integral	61
Costos del Marketing.....	61
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas	63
Selección de Ubicación	63
Proceso de Producción	63
Plan de Producción.....	63
Tiempo de Producción.....	64
Número de Personas Necesarias	65
Cargo Responsable.....	65
Diagrama de Procesos	66
Gestión de Calidad.....	66
Costos de Operaciones.....	67
Capítulo VII: La Gestión Logística.....	68
Gestión de las Compras	68
Identificación de los Proveedores.....	68
Método de Control de Inventarios	69
Gestión del Almacenamiento.....	69
Diseño de Almacén	69
Método de Almacenamiento.....	69
Gestión de la Distribución	70
Determinación de las Unidades de Transporte	70
Plan de Rutas	70
Costo de la Gestión Logística.....	71
Gestión de Compras:	71
Almacenamiento:.....	71
Distribución:	71
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales	72
Organigrama	72
Requerimiento de los Cargos.....	73

Funciones y Responsabilidades	76
Proceso de Reclutamiento, inducción al nuevo personal.	77
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal.....	78
Costo del Personal.....	79
Requisitos para Constitución del Negocio	79
Costos de Constituir el Negocio	80
Capítulo IX: Plan Financiero	81
Consideraciones Iniciales	81
Financiamiento de la Inversión.....	82
Estructura de Costos	83
Costos Variables (anuales)	84
Materia prima (palta descartada):	84
Costos Fijos (anuales).....	84
Proyección de Ventas (anuales).....	85
Supuestos usados	88
Interpretación rápida.....	89
Inversión y el Capital de Trabajo	89
Estados Financieros	91
Evaluación Financiera	95
Conclusiones y Recomendaciones	98
Conclusión 1	98
Recomendación 1	98
Conclusión 2	98
Recomendación 2	98
Conclusión 3	99
Recomendación 3	99
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	100

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estructua de Costos	21
Tabla 2 Perfil de Socios y Contribución al Negocio	25
Tabla 3 Matriz MEFI.....	28
Tabla 4	30
Tabla 5	31
Tabla 6	32
Tabla 7 Factores Tecnologicos Cientificos.....	32
Tabla 8 Factores ambientales y ecológicos	33
Tabla 9 Factores legales.....	34
Tabla 10	35
Tabla 11 Poder de Negociación con los Proveedores.....	36
Tabla 12 Amenaza de sustitutos	37
Tabla 13 Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores	38
Tabla 14 Rivalidad de los Competidores Actuales.....	39
Tabla 15 Grado de Atracción de la Industrial o Sector	40
Tabla 16 Matriz de los Factores Externos MEFE.....	41
Tabla 17 Mercado Meta.....	51
Tabla 18	65
Tabla 19 Cargo de Responsables.....	65
Tabla 20 Costo de Operaciones	67
Tabla 21	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22 Funciones y Responsabilidades	76
Tabla 23 Proceso de reclutamiento e inducción.....	77
Tabla 24	79
Tabla 25 Costo constitucion del Negocio	80
Tabla 26. <i>Fuente de financiamiento</i>	82
Tabla 27 Financiamiento.....	82
Tabla 28. <i>Flujo de financiamiento neto</i>	83
Tabla 29 Flujo de Financiamiento	83
Tabla 30. <i>Demanda estimada</i>	86
Tabla 31 Demanda estimada	86

Tabla 32 Inversion capital de trabajo	89
Tabla 33. Capital de trabajo	90
Tabla 34 Capital de Trabajo	90
Tabla 35 Tabla de resultados	92
Tabla 36 Estado flujo Efectivo	94
Tabla 37 Resumen de Flujo de Caja	96
Tabla 38 Resultados VAN y TIR	97

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Matriz FODA	47
Ilustración 2 Mapa Estrategico	48
Ilustración 3 Indicadores para medir las estrategias	49
Ilustración 4 Diagrama de Gantt	50
Ilustración 5 Storyboard	53
Ilustración 6 Storyboard 2	54
Ilustración 7 Mapa experiencia del consumidor	60
Ilustración 8 Costo Marketing.....	62
Ilustración 9 Equipos y Infraestructura	64
Ilustración 10 Diagrama de procesos.....	66
Ilustración 11 Organigrama	72

Resumen Ejecutivo

Este proyecto tiene como objetivo iniciar la producción de aceite de palta en Majes, Pedregal (Caylloma, Arequipa), aprovechando las paltas descartadas por los exportadores locales que, pese a ser de buena calidad, no cumplen con los estándares de exportación y actualmente se desperdician. La iniciativa busca transformar este descarte en un producto de alto valor comercial: el aceite de palta, conocido por sus beneficios nutricionales y aplicaciones en los sectores alimenticio, cosmético y farmacéutico. La planta adquirirá paltas a precios económicos, al comprar la palta descartada, generaremos un valor no visto anteriormente a los productores. Este proyecto busca darle un nuevo valor a fruta posiblemente descartada solo por un tema estético, lo que es una puerta a un mercado no visto de palta como una alternativa viable. Un motivo también es promover la reducción del desperdicio y generar empleo en la zona. Con una inversión inicial estimada en S/ 20,000.00 y un plan de ejecución adecuado, se espera consolidar esta iniciativa como una opción rentable y sostenible para el aprovechamiento de subproductos agrícolas en la región.

Palabras clave: Aprovechamiento, sostenibilidad, valor agregado, oportunidad.