



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**MERMELADA CASERA SABOR PACAY**

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

**Principe Rivera, Diego Bernaldo**

**(0000-0002-1662-6206)**

**Cruz Quispe, Cinthya Rossmeri**

**(0000-0002-1870-5231)**

**LIMA-PERU**

**2022**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, a mis padres, mis hermanos y compañeros que estuvieron conmigo en este largo proceso de formación profesional.

Diego Bernaldo Principe Rivera

Esta tesis está dedicada para las personas más importantes de mi vida que son, mis padres, hermanas, esposo e hijo; que me dan fuerzas y apoyo para seguir adelante con mis proyectos en mente los amo y este logro es para ellos porque sé que nunca me dejaran sola.

Cinthy Rossmeri Cruz Quispe

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por su apoyo constante en estos 3 años de formación profesional, por brindarme su respeto y confianza en las decisiones que tomo día a día, a mi compañera de proyecto: Cinthya Rossméri Cruz Quispe por su empeño en la elaboración del proyecto, a los docentes que nos brindaron su apoyo y conocimiento durante esta etapa de formación. Finalmente, el agradecimiento especial al Asesor Carlos Rolando Mateo Villa quien gracias a sus observaciones y conocimiento profesionales nos ayudaron a concluir nuestro proyecto de tesis.

Diego Bernaldo Principe Rivera

Agradezco mucho a nuestro Dios y a toda mi familia por ayudarme a cumplir este logro que es para la sustentación del proyecto de tesis, agradezco también a mi compañero de proyecto Diego Principe Rivera por su dedicación y empeño en el desarrollo de tesis como también, a la Institución de Formación IDAT y docentes que nos ayudaron con sus conocimientos.

Cinthya Rossméri Cruz Quispe

## RESUMEN

El proyecto DIECI se basa en la producción y comercialización de mermelada orgánica utilizando el fruto “andino” pacay. Para lo cual se realizó un estudio de mercado en el sector socioeconómico A y B donde podemos observar la necesidad de un producto sustituto, que sea saludable y orgánico.

Los beneficios de la mermelada orgánica son mayores a diferencia de otros productos “tradicionales. La aceptación en el mercado objetivo (Lima Top) es óptima.

Se utilizará un local en el distrito de Santiago de Surco para la producción y comercialización del producto, adicionalmente se implementaras stands de ventas en los mercados aledaños al distrito de surco.

Los estudios financieros muestran que se trata de un proyecto viable, por lo que puede ser rentable para cualquier inversor.

## TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1. RESUMEN EJECUTIVO .....	7
CAPÍTULO 2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO .....	9
IDEA DE NEGOCIO .....	9
Diagnóstico De La Idea De Negocio .....	10
Justificación Del Plan De Negocio.....	11
CAPITULO 3. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO .....	13
3.1. Análisis Micro Entorno .....	13
3.1.1. El Poder De Negociación de los proveedores .....	13
3.1.2. El Poder De Negociación De Los Consumidores .....	13
3.1.3. Amenaza De Ingresos De Productos Sustituídos .....	14
3.1.4. Rivalidad Entre Competidores .....	14
3.2. Análisis Del Macro Entorno.....	15
3.2.1. Político .....	15
3.2.2. Social.....	15
3.2.3. Tecnológico.....	16
3.2.4. Ecológico .....	16
CAPITULO 4. PLANEAMIENTO ESTRATEGICO.....	17
4.1. Misión.....	17
4.2. Visión.....	17
4.3 Valores .....	17
4.4. MATRIZ FODA.....	19
4.5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES .....	20
4.6. ESTRATEGIA GENERICA DE PORTER .....	21
PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES (GANTT) .....	21
4.7. DIAGRAMA DE GANT .....	24
CAPITULO 5. ESTUDIO DE MERCADO .....	25
5.1 OFERTA.....	25
5.2. DEMANDA DE INVESTIGACION .....	27
5.2.1. OBJETIVO .....	27
5.2.2. METODOLOGÍA .....	27
5.2.3. RESULTADOS DE NUESTRA ENCUESTA .....	28
5.2.4. PROYECCIÓN DE DEMANDA .....	33
CAPITULO 6 . PLAN DE COMERCIALIZACIÓN .....	34
6.1. MERCADO (Características y segmentación) .....	34
6.2. MARKETING MIX (producto, precio, plaza y promoción) .....	36
6.3. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA.....	49
6.4. PROYECCIÓN DE VENTAS .....	50

CAPÍTULO 7. PLAN TÉCNICO.....	56
7.1. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	56
7.1.1. Local de Producción (Mermeladas DIECI).....	57
7.1.2. Local De Comercialización (Venta).....	58
7.2. TAMAÑO DEL NEGOCIO.....	60
7.3. NECESIDADES.....	62
COSTOS (directos e indirectos).....	72
.....	74
7.5 Proceso de Producción: (Diagrama de flujo).....	75
Proceso de Producción: (Diagrama de flujo).....	77
7.6. CERTIFICACIONES NECESARIAS.....	81
CAPITULO 8. PLAN ORGANIZACIONAL, PERSONAL Y LEGAL.....	87
8.1. CONSTITUCION DE A EMPRESA.....	87
8.2. OBLIGACIONES (tributarias y laborales).....	98
8.2.1.    REGIMEN TRIBUTARIO.....	98
8.2.3.    REGIMEN LABORAL.....	101
8.3.    ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	103
Descripción De Funciones.....	104
.....	107
CAPÍTULO 9. PLANIFICACIÓN FINANCIERA.....	108
9.1. INVERSIONES (estructura).....	108
9.2 INGRESOS Y EGRESOS.....	113
9.3. DEUDA.....	114
9.5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA (VAN, TIR y P.E).....	123
9.6. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	128
(Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados).....	128
.....	129
CONCLUSIONES.....	131
RECOMENDACIONES.....	132
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	133

## CAPITULO 1. RESUMEN EJECUTIVO

El inicio de este proyecto comienza con nuestra idea de negocio que es “producir y comercializar mermelada de pacay” que nos dirigiremos al sector A y B en lima top con nuestro producto daremos beneficios para la salud de nuestros consumidores ya que será un antioxidante, controla el colesterol, disminuye la migraña y cuida el sistema inmunológico.

Por este lado en el micro entorno veremos un análisis de productos sustitutos con obtención de distintas variedades, también competidores de mermelada orgánica de otros sabores como también dando a conocer que nuestros consumidores tendrán un poder alto y bajo en el nuestros de proveedores. En el macro entorno damos a conocer que nuestro producto será orgánico, 100% natural, libre de octógonos.

En este veremos nuestra misión, visión, valores como nuestro valor nutricional que tiene nuestra fruta contiene vitaminas A, B y C con la cual produciremos; luego veremos las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que encontraremos nuestro FODA. También tenemos nuestros objetivos estratégicos a la vez el Diagrama Gantt que veremos nuestras actividades para constituir nuestra empresa.

En el estudio de mercado observaran una encuesta a nuestro mercado objetivo con diez preguntas por medio de las respuestas obtendremos datos que nos va servir para conocer lo que desean nuestro público objetivo y también observaremos nuestra proyección de ventas.

Aquí tenemos nuestro estudio de mercado en el número de población en lima metropolitana 2022 obteniendo que por el segmento A y B del 22% como resultado es 141,979.71 personas y el 91.7% de nuestro mercado objetivo de 130,195.40 personas.

Damos a conocer nuestro producto en presentación de 220gr a 15 soles, también marca, logotipo y proyección de ventas dentro de los 5 años.

Dentro de esto veremos donde será nuestro punto del local de producción que será en el distrito de Surco y los puntos donde se implementará nuestros stands; los equipos que utilizaremos también veremos actividades de procesos en diferentes, ahí veremos las certificaciones necesarias para nuestro local.

Observaremos como será constituida la empresa que es de tipo S.A.C. con dos accionistas, como régimen tributario es Mype Tributario como pequeña empresa también verán nuestro organigrama como cabeza será nuestro administrador.

Por último, dentro del plan financiero encontraremos nuestra inversión de registro de empresa, equipo, maquinaria, gastos comerciales, administrativos, servicios, materia prima como también cuadro de amortización, flujo de caja económico y financiero, punto de equilibrio, como último nuestro van y tir financiero.