



idat

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

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

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN, PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADAS A BASE DE SANKY Y
YACÓN PARA PERSONAS DIABÉTICAS**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Adm. de
Empresas / Gestión Administrativa**

CALDERON JIMENEZ HILARY DAYANIRA

(0009-0000-7630-4009)

LLANOS ARANDA JOSE ALONSO

(0009-0003-8142-4103)

Lima – Perú

2024

Dedicatoria

A mis padres y docentes de la institución.

Calderón Jiménez Hilary

A toda mi familia y pareja que siempre me apoyan.

Llanos Aranda Alonso

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	16
Introducción.....	17
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio.....	22
Objetivo	22
Objetivo Específico	22
Descripción de la Idea de Negocio	22
Propuesta de Valor.....	24
<i>Matriz Bussines Model Canvas.....</i>	<i>24</i>
<i>Detalle de la Matriz Bussines Model Canvas</i>	<i>24</i>
Capítulo II: Análisis Interno y Externo	26
Factores que Determinan el Éxito	26
Organización.....	27
Matriz de los Factores Internos MEFI.....	28
Análisis PESTEL.....	29
<i>Factores Legales y Políticos</i>	<i>29</i>
<i>Factores Financieros y Económicos.....</i>	<i>32</i>
<i>Factores Sociales, Culturales y Demográficos.....</i>	<i>33</i>
<i>Factores Tecnológicos y Científicos</i>	<i>37</i>
<i>Factores Ambientales y Ecológicos</i>	<i>40</i>
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	42
<i>Poder de Negociación con los Clientes</i>	<i>42</i>
<i>Poder de Negociación con los Proveedores</i>	<i>43</i>
<i>Amenaza de los Productos o Servicios Sustitutos</i>	<i>44</i>
<i>Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores</i>	<i>45</i>
<i>Rivalidad de los Competidores Actuales</i>	<i>46</i>
Matriz de los Factores Externos MEFE.....	47
Capítulo III: Planteamiento Estratégico	48
Misión.....	48
Visión	49
Valores.....	49

Objetivo Estratégico	50
FODA	51
<i>Fortalezas</i>	51
<i>Debilidades</i>	52
<i>Amenazas</i>	53
<i>Oportunidades</i>	53
<i>Estrategia FO</i>	54
<i>Estrategia DO</i>	54
<i>Estrategia FA</i>	55
<i>Estrategia DA</i>	55
Matriz FODA.....	55
Ventaja Competitiva	56
El Mapa Estratégico.....	57
Indicadores para Medir las Estrategias	58
Diagrama de Gantt.....	60
Capítulo IV: Análisis de Mercado	61
Análisis de Mercado	62
<i>Mercado Meta</i>	62
<i>Prototipo para la Encuesta</i>	63
<i>Método de Investigación</i>	65
<i>Muestra</i>	66
<i>Resultados de la Encuesta</i>	66
Estimación de la Demanda	78
<i>Demanda en Unidades</i>	78
<i>Proyección de Ventas</i>	78
Otras herramientas de investigación de mercado	80
<i>Focus group</i>	80
<i>Entrevista al especialista</i>	83
Capítulo V: El Plan de Marketing.....	88
Variables de Segmentación del Consumidor	88
Mapa de Experiencia del Cliente.....	92
Marketing Mix.....	94

<i>Estrategia del Producto o Servicio</i>	94
<i>Estrategia de Precio</i>	98
<i>Estrategia de Distribución y Canales de Venta</i>	99
<i>Estrategia de Comunicación Integral</i>	101
Costos del Marketing.....	104
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas	111
Selección de la Ubicación del Negocio	111
Proceso de Producción del Producto o Servicio	114
Plan de Producción	136
<i>Equipos e Infraestructura</i>	136
<i>Tiempo de Producción</i>	139
<i>Capacidad de Producción</i>	140
<i>Nro de Personas Necesarias para la Producción</i>	141
<i>Diagrama de Procesos</i>	141
Gestión de Calidad	143
Costo de las Operaciones Productivas	143
<i>Costo del personal</i>	143
<i>Costo de Insumos</i>	145
<i>Costo de Servicios</i>	147
Capítulo VII: La Gestión Logística	148
Gestión de las Compras	148
<i>Identificación de los Proveedores</i>	149
<i>Método de Control de Inventarios</i>	154
Gestión del Almacenamiento.....	154
<i>Diseño de Almacén</i>	154
<i>Método de Almacenamiento</i>	156
Gestión de la Distribución	157
<i>Determinación de las Unidades de Transporte</i>	157
<i>Plan de Rutas</i>	157
Costo de la Gestión Logística.....	160
Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales	162
Organigrama	162

Requerimiento de los Cargos.....	163
Funciones y Responsabilidades	164
Proceso de Reclutamiento, Selección y Contratación del Personal.....	165
Proceso de Inducción, Capacitación y Evaluación del personal.....	168
Estrategias de Motivación y Remuneración para el Personal.....	171
Costo del Personal	171
Requisitos para Constitución del Negocio.....	172
Costos de Constituir el Negocio	180
Capítulo IX: Plan Financiero	181
Consideraciones Iniciales	181
Financiamiento de la Inversión.....	182
Estructura de Costos	186
<i>Costos Variables</i>	186
<i>Costos fijos</i>	187
Proyección de Ventas	188
Análisis del Punto de Equilibrio	189
Inversión y el Capital de Trabajo	190
Estados Financieros	191
Evaluación financiera	195
Conclusiones y Recomendaciones	197
Referencias Bibliográficas	204
Anexos	210

Índice de tabla

<i>Tabla 1.</i>	<i>Matriz MEFI.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 2.</i>	<i>Matriz MEFE</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 3.</i>	<i>Habitantes por distrito.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 4.</i>	<i>Mercado meta</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 5.</i>	<i>Estimación de la demanda</i>	<i>78</i>
<i>Tabla 6.</i>	<i>Proyección de ventas</i>	<i>79</i>
<i>Tabla 7.</i>	<i>Costos de marketing - Elementos a utilizar.....</i>	<i>109</i>
<i>Tabla 8.</i>	<i>Presupuesto de marketing.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 9.</i>	<i>Presupuesto marketing - Inflación</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 10.</i>	<i>Matriz de localización del local de producción</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 11.</i>	<i>Cotizaciones de maquinarias</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 12.</i>	<i>Cantidad de maquinarias</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 13.</i>	<i>Tiempo de producción.....</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 14.</i>	<i>Capacidad de producción.....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 15.</i>	<i>Capacidad de producción proyectado.....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 16.</i>	<i>Nro de personas necesarias para la producción.....</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 17.</i>	<i>Presupuesto de planilla 2025.....</i>	<i>144</i>
<i>Tabla 18.</i>	<i>Presupuesto de planilla 2do – 4to periodo.....</i>	<i>144</i>
<i>Tabla 19.</i>	<i>Presupuesto de planilla 5to periodo.....</i>	<i>144</i>
<i>Tabla 20.</i>	<i>Costo de insumos.....</i>	<i>145</i>
<i>Tabla 21.</i>	<i>Proyección costos de insumos.....</i>	<i>146</i>
<i>Tabla 22.</i>	<i>Costos de servicios – Costos indirectos</i>	<i>148</i>
<i>Tabla 23.</i>	<i>Costos de servicios – Costos tercerizados.....</i>	<i>148</i>
<i>Tabla 24.</i>	<i>Identificación de proveedores - Fruta</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 25.</i>	<i>Identificación de proveedores – Envases de vidrio</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 26.</i>	<i>Identificación de proveedores - Etiquetas</i>	<i>152</i>
<i>Tabla 27.</i>	<i>Método de control de inventarios.....</i>	<i>154</i>
<i>Tabla 28.</i>	<i>Determinación de la unidad de transporte</i>	<i>157</i>
<i>Tabla 29.</i>	<i>Plan de rutas.....</i>	<i>158</i>
<i>Tabla 30.</i>	<i>Costos de almacenamiento</i>	<i>160</i>
<i>Tabla 31.</i>	<i>Costos de distribución.....</i>	<i>161</i>

Tabla 32.	<i>Requerimiento de los cargos</i>	163
Tabla 33.	<i>Costo del personal 2025</i>	171
Tabla 34.	<i>Costo del personal proyectado</i>	172
Tabla 35.	<i>Costos para constituir el negocio</i>	180
Tabla 36.	<i>Fuente de financiamiento</i>	182
Tabla 37.	<i>Flujo de financiamiento neto</i>	182
Tabla 38.	<i>Costos variables</i>	187
Tabla 39.	<i>Costos fijos</i>	187
Tabla 40.	<i>Proyección de ventas</i>	188
Tabla 41.	<i>Punto de equilibrio</i>	189
Tabla 42.	<i>Capital de trabajo</i>	190
Tabla 43.	<i>Estado de resultados</i>	191
Tabla 44.	<i>Estado de flujo de efectivo</i>	192
Tabla 45.	<i>Balance general expresado en soles</i>	193
Tabla 46.	<i>Ingresos y egresos</i>	194
Tabla 47.	<i>Depreciación</i>	195
Tabla 48.	<i>Resumen flujo de caja</i>	195
Tabla 49.	<i>Fórmula VAN y TIR</i>	196

Índice de figuras

<i>Figura 1. Matriz Bussines Model Canvas</i>	24
<i>Figura 2 Cambios políticos</i>	31
<i>Figura 3. Crecimiento del PBI</i>	33
<i>Figura 4. EsSalud campañas preventivas</i>	34
<i>Figura 5. Preferencias del consumidor</i>	35
<i>Figura 6. Mermelada D'Marco</i>	35
<i>Figura 7. Demanda de alimentos procesador América Latina</i>	36
<i>Figura 8. Caída de las redes sociales</i>	37
<i>Figura 9. Caída de las redes sociales 2024</i>	38
<i>Figura 10. Sistema Freestyle</i>	39
<i>Figura 11. Aplicativo SocialDiabetes</i>	39
<i>Figura 12. Bombas de insulina</i>	40
<i>Figura 13. Fenómeno del niño 2023-2024</i>	41
<i>Figura 14. Poder de negociación con los clientes</i>	43
<i>Figura 15. Amenaza de productos sustitutos - huevos</i>	44
<i>Figura 16. Amenaza de productos sustitutos - mantequilla de maní</i>	45
<i>Figura 17. Rivalidad de los competidores actuales</i>	47
<i>Figura 18. Matriz FODA</i>	56
<i>Figura 19. Ventaja competitiva</i>	57
<i>Figura 20. Mapa estratégico</i>	57
<i>Figura 21. Indicadores</i>	59
<i>Figura 22. Diagrama Gantt</i>	60

<i>Figura 23. Diagrama gantt – sub actividades</i>	<i>61</i>
<i>Figura 24. Prototipo para la encuesta.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 25. Resultados de la encuesta - pregunta 1.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura 26. Resultados de la encuesta - pregunta 2.....</i>	<i>68</i>
<i>Figura 27. Resultados de la encuesta - pregunta 3.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 28. Resultados de la encuesta - pregunta 4.....</i>	<i>70</i>
<i>Figura 29. Resultados de la encuesta - pregunta 5.....</i>	<i>71</i>
<i>Figura 30. Resultados de la encuesta - pregunta 6.....</i>	<i>72</i>
<i>Figura 31. Resultados de la encuesta - pregunta 7.....</i>	<i>73</i>
<i>Figura 32. Resultados de la encuesta - pregunta 8.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 33. Resultados de la encuesta - pregunta 9.....</i>	<i>75</i>
<i>Figura 34. Resultados de la encuesta - pregunta 10.....</i>	<i>76</i>
<i>Figura 35. Resultados de la encuesta - pregunta 11.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 36. Inflación América 2025.....</i>	<i>80</i>
<i>Figura 37. Focus group</i>	<i>82</i>
<i>Figura 38. Entrevista al especialista - chef.....</i>	<i>84</i>
<i>Figura 39. Chef Angel Cárdenas</i>	<i>85</i>
<i>Figura 40. Entrevista al especialista - Dra Huarcaya.....</i>	<i>87</i>
<i>Figura 41. Mapa de experiencia del estudiante.....</i>	<i>92</i>
<i>Figura 42. Estrategia del producto - Logo y slogan.....</i>	<i>94</i>
<i>Figura 43. Estrategia del producto - Envase.....</i>	<i>95</i>
<i>Figura 44. Estrategia del producto - Flyer publicitario</i>	<i>96</i>
<i>Figura 45. Estrategia del producto - Tarjetas de agradecimiento.....</i>	<i>96</i>

<i>Figura 46. Estrategia del producto - Ficha técnica.....</i>	98
<i>Figura 47. Estrategia del precio.....</i>	99
<i>Figura 48. Estrategia de distribución - Recursos referenciales</i>	100
<i>Figura 49. Estrategia de distribución - Fachada referencial.....</i>	100
<i>Figura 50. Estrategia de comunicación - Redes sociales</i>	101
<i>Figura 51. Estrategia de comunicación - Página web.....</i>	102
<i>Figura 52. Costos de marketing - Redes sociales</i>	104
<i>Figura 53. Costos de marketing - Canva pro.....</i>	105
<i>Figura 54. Costos de marketing - Tarjeta de agradecimiento</i>	106
<i>Figura 55. Costos de marketing - Bolsas personalizadas</i>	106
<i>Figura 56. Costos de marketing - Gigantografía.....</i>	107
<i>Figura 57. Costos de marketing - Laptop</i>	108
<i>Figura 58. Costos de marketing - Influencers.....</i>	109
<i>Figura 59. Selección de la ubicación de negocio - V.E.S.....</i>	112
<i>Figura 60. Selección de la ubicación de negocio - S.J.M.....</i>	113
<i>Figura 61. Selección de la ubicación de negocio - V.M.T.....</i>	113
<i>Figura 62. Proceso de producción - Recepción de insumos.....</i>	115
<i>Figura 63. Proceso de producción - Limpieza de insumos.....</i>	116
<i>Figura 64. Proceso de producción - Preparación del sanky</i>	119
<i>Figura 65. Proceso de producción - Preparación del yacón.....</i>	124
<i>Figura 66. Proceso de producción - Preparación de los sabores</i>	128
<i>Figura 67. Proceso de producción - Combinación del sanky y yacón</i>	130
<i>Figura 68. Proceso de producción - Mezcla de cocciones</i>	132

<i>Figura 69. Proceso de producción - Envasado</i>	133
<i>Figura 70. Proceso de producción - Sellado</i>	134
<i>Figura 71. Diagrama de Gantt - Proceso de producción</i>	136
<i>Figura 72. Maquinarias - Cotización 1</i>	137
<i>Figura 73. Maquinarias - Cotización 2</i>	138
<i>Figura 74. Flujograma de proceso de producción</i>	142
<i>Figura 75. Proveedor de fruta - AVSA</i>	149
<i>Figura 76. Proveedor de envases de vidrio - Envases del Perú Wildor</i>	150
<i>Figura 77. Cotización envases de vidrio</i>	151
<i>Figura 78. Proveedor de etiquetas - EADEC</i>	152
<i>Figura 79. Cotización de etiquetas</i>	153
<i>Figura 80. Diseño local de producción 3D</i>	155
<i>Figura 81. Diseño de local de producción - Plano</i>	155
<i>Figura 82. Diseño del método de almacenamiento - Almacén</i>	156
<i>Figura 83. Plan de rutas - Lunes</i>	158
<i>Figura 84. Plan de rutas - Martes</i>	159
<i>Figura 85. Plan de rutas - Miércoles</i>	159
<i>Figura 86. Plan de rutas - Viernes</i>	160
<i>Figura 87. Organigrama</i>	163
<i>Figura 88. Proceso de reclutamiento</i>	165
<i>Figura 89. Proceso de selección</i>	165
<i>Figura 90. Proceso de contratación</i>	166
<i>Figura 91. Flujograma del proceso de reclutamiento, selección y contratación</i>	167

<i>Figura 92. Proceso de inducción</i>	168
<i>Figura 93. Proceso de capacitación</i>	168
<i>Figura 94. Proceso de evaluación</i>	169
<i>Figura 95. Flujograma del proceso de inducción, capacitación y evaluación</i>	170
<i>Figura 96. Búsqueda de personas jurídicas</i>	173
<i>Figura 97. Reserva nombre de la empresa - WEB</i>	174
<i>Figura 98. Reserva nombre de la empresa - Formulario</i>	175
<i>Figura 99. Modelo de la minuta</i>	176
<i>Figura 100. Ficha de solicitud de constitución de empresas</i>	177
<i>Figura 101. Inscripción al RUC</i>	178
<i>Figura 102. Flujograma del proceso de constitución del negocio</i>	179
<i>Figura 103. Simulación de préstamo BBVA</i>	184
<i>Figura 104. TEA Interbank</i>	185
<i>Figura 105 TEA BCP</i>	186

ANEXOS

<i>Anexo 1: Focus group.....</i>	210
<i>Anexo 2: Entrevista al chef Angel Cárdenas</i>	219
<i>Anexo 3: Entrevista a la Dra. Huarcaya Zavaleta Aleksandra.....</i>	227
<i>Anexo 4: Elaboración de la minuta para la constitución</i>	231

Resumen Ejecutivo

Con el propósito de contribuir en la salud, se diseñó este proyecto que tiene como finalidad crear un producto natural diseñado para las personas diagnosticadas con diabetes. Se elaboró un FODA para poder determinar los puntos positivos y negativos que puede tener el producto, los cuales arrojaron un resultado positivo que se puede visualizar en las matrices MEFI y MEFE. Luego de ello, se realizó un análisis de las 5 fuerzas de Porter, que sirvió para conocer las fuerzas competitivas enfocándose en las competencias que podrían tener, y así crear estrategias para diferenciarse. De igual manera, tienen como ventaja competitiva el sanky y el yacón, que son ingredientes primordiales en la elaboración de las mermeladas, esto hace que sean más atractivas para el público objetivo de 2136 personas, número que se obtuvo en base a los resultados del mercado meta. Luego se realizó la demanda estimada de los productos que se podrían vender en el primer año, el cual arrojó un total de 15379 unidades, que en valor económico sería de S/307,584.00 soles, teniendo en cuenta el valor unitario de S/20.00 soles. Por último, se realizó un análisis financiero utilizando todos los costos fijos y variables, proyección de ventas y préstamos bancarios, con la finalidad de obtener los estados financieros, como en el balance general el cual se visualiza un total de activos de S/263,701.00, un pasivo de S/127,246.00 y un patrimonio por S/136,455.00. Por otro lado, se elaboró el estado de resultados el cual arrojó una utilidad neta de S/56,455.43 soles en el primer año, esto refleja que el producto es viable y rentable.

Keywords: salud, diabetes, rentabilidad, estrategias, yacón y sanky