



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE INGENIERÍA

**Análisis del proceso de producción y diseño del plan de
negocio de mermelada de lúcuma en el departamento de
Piura**

Tesis para optar el Título de
Ingeniero Industrial y de Sistemas

**Anais Solange Cordova Ancajima
Sebastian Sanchez Guerrero**

Asesor(es):
Dr. Ing. Dante Arturo Martín Guerrero Chanduví

Piura, julio de 2021



Resumen

Este trabajo tiene como finalidad analizar el proceso de producción de una mermelada saludable de lúcuma endulzada con fruto del monje y desarrollar un plan de negocio que permita la creación de un negocio propio rentable con un producto innovador.

Muchas personas desconocen el alto valor nutricional que puede proporcionar una mermelada casera, esta contiene una cantidad importante de nutrientes y la glucosa necesaria para aumentar los niveles de energía cuando se tengan momentos de gran actividad.

El proyecto por presentar ubica en primer lugar al consumidor y su bienestar, por ende, la mermelada será elaborada a base de productos naturales y sin azúcar de caña añadida, convirtiéndose en un producto apto para todos. El edulcorante utilizado será fruto del monje, ya que tiene un índice glucémico de 0, añadiéndole un valor diferencial importante con respecto a las mermeladas tradicionales.

En esta investigación, primero se detallan los antecedentes y la situación actual, de las mermeladas y del consumo desmedido de azúcar, el marco teórico en el que se basa el estudio y las metodologías a utilizar para desarrollarlo.

En el cuarto capítulo, se presentan los materiales necesarios para la elaboración del prototipo, el diagrama de operaciones, se describen los procesos y se analiza la calidad del producto.

En el quinto capítulo, se detalla el diseño de la planta de producción artesanal, abarca desde determinar la capacidad de producción y las necesidades del proceso hasta determinar la distribución final de la planta y su localización.

Además, en los capítulos restantes se desarrolla un estudio de mercado, que sirvió para segmentar el mercado, determinar el público objetivo y la demanda proyectada; la elaboración de un plan operativo, el Manual de procesos y la cadena de valor del negocio; un plan estratégico, que sirve para marcar cuál debe ser la dirección y el comportamiento para seguir por la empresa; un plan comercial, que se desarrolla mediante la estrategia de *marketing* y las 4 P's del *marketing Mix*; el Manual de organización y funciones; el análisis económico-financiero, que permite evaluar la rentabilidad y sensibilidad del negocio.