

**ZEGEL IPAE**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS**



**PROYECTO DE INNOVACIÓN Y PLAN DE**  
**IMPLEMENTACIÓN PARA “DELIPAPAS”**

**Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller en**  
**Administración de Negocios presentado por:**

Lares Quispe, Gianinna

SU73122880

Romero Laiza, Carolyn

SU47516297

Soto Crisostomo, Lauro

SU45453811

**LIMA, 2020**

## RESUMEN

El presente proyecto de innovación tiene por propósito promover el consumo de platillos que serán hechos principalmente con papas de todas las clases existentes en nuestro país, la empresa que se dedica básicamente a la venta de platillos elaborados en base a las papas y a sus diferentes variables, la oportunidad de encontrar al encontrar que el Perú está bendecido de tener más de 3000 variedades de papas provenientes de los diferentes departamentos a lo largo de todo el país, aprovechando el conocimiento de las diferentes variedades de papas y de su utilización en cada caso elaboraremos platillos que serán cuidadosamente preparadas asimismo ofreceremos una gran variedad de presentaciones para que nuestros clientes puedan elegir.

El estudio de mercado permitirá reconocer como está conformado el mercado actual, reconociendo además que actualmente el mercado de fast food tiene múltiples marcas y variedad de productos con presentaciones diversas, pero ninguna como nuestra oferta. El planeamiento estratégico del proyecto de innovación establecerá los lineamientos que serán la base de nuestra organización (misión, visión, valores, objetivos), los cuales nos permitirán saber hacia dónde y cómo será direccionado nuestros esfuerzos dentro del mercado en el cual vamos a incursionar, asimismo se utilizó la metodología de innovación Business model canvas lo que permitió conocer y comprender a mayor detalle los requisitos y acciones indispensables para poder poner en marcha nuestro proyecto.

Además, el estudio de mercado nos permitirá conocer la actual demanda y ofertantes, no solo del producto igual o similar, sino que además de los posibles productos sustitutos al nuestro, ante ausencia de ellos también podría ser oportunidad para ampliar el mercado. Es por todo lo mencionado anteriormente que en el plan de comercialización se elaborarán las características de nuestra segmentación, además de identificar el marketing mix (producto, precio, plaza, promoción) para nuestro proyecto, así como la elaboración de los planes técnicos y especificaciones en el proceso productivo, desde la recepción de los insumos, hasta el servicio de atención.

El plan organizacional, en cuanto a su estructura, jerarquía y funciones, se establecerá en coordinación con las actividades antes descritas y finalmente el plan económico financiero permitirá establecer las aportaciones y nivel de riesgo a asumir para el presente proyecto, además de conocer los tiempos de retorno para la inversión, tanto económico como financiero.