



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE FILTROS –
ROCA S.A. DE JULIACA**

TESIS PRESENTADA POR:
Bach. FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

JULIACA – PERÚ
2022



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA





**PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE FILTROS –
ROCA S.A. DE JULIACA**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE	:	 M.Sc. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
PRIMER MIEMBRO	:	 Mgtr. RAUL SIMEÓN NINASIVINCHA GÁRATE
SEGUNDO MIEMBRO	:	 Mgtr. JACKELINE FLORES APAZA
ASESOR DE TESIS	:	 M.Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	:	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - P25



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N° 350-2022-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 27 de junio del 2022

VISTOS; El expediente N° **CU 26972** (fecha y hora de sustentación) y el expediente N° **CU 27004** (Titulo), la RESOLUCIÓN DECANAL N° 778-2021-D-FIS-UANCV que aprueba el Borrador de Tesis, RESOLUCIÓN DECANAL N° 142-2022-D-FIS-UANCV de cambio de jurado y el DICTAMEN N° 1252-2022 DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN presentado por el (la) bachiller, **CRUZ CCANASA, FREDDY ALBERTO** quien solicita FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS, titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA** para la obtención del Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO por la modalidad de Sustentación de Tesis,



CONSIDERANDO:

Que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud califico el brote del coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en varios países del mundo de manera simultánea;

Que, a través del Decreto Supremo N° 44-2020-PCM, el poder Ejecutivo declaro estado de emergencia nacional ampliado temporalmente mediante los Decretos Supremos N° 051-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 075-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 156-2020-PCM; y precisado o modificado por los Decretos Supremos N° 045-2020-PCM, N° 046-2020-PCM, N° 051-2020-PCM, N° 053-2020-PCM, N° 057-2020-PCM, N° 058-2020-PCM, N° 061-2020-PCM, N° 063-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 068-2020-PCM, N° 072-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 129-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 139-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 151-2020-PCM, N° 156-2020-PCM, N° 162-2020-PCM, N° 165-2020-PCM, N° 170-2020-PCM, N° 174-2020-PCM, N° 184-2020-PCM y finalmente con el Decreto Supremo N° 201-2020-PCM se prorroga el estado de emergencia nacional por el plazo de treinta y un (31) días calendario a partir del viernes 01 de enero del 2021, por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19. Todo dentro del marco de la emergencia sanitaria declarada a nivel nacional con el Decreto Supremo N° 008-2020-SA, prorrogada por Decreto Supremo N° 020-2020-SA y N° 027-2020-SA, finalmente con el Decreto Supremo N° 031-2020-SA, a partir del 07 de diciembre de 2020 por un plazo de noventa (90) días de calendario;

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220 y sus modificatorias, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la

C.c.
Arch. 2022
JCHM/
Distribución: Jurados, Interesado



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca y de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, para la nominación de jurados mediante sorteo.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- NOMINAR Jurados para la Sustentación de Tesis del tema titulado: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA** presentado por el (la) bachiller: **CRUZ CCANASA, FREDDY ALBERTO**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** habiéndose designado por sorteo a la siguiente terna de jurados:

- Presidente : M. SC. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
- 1er. Miembro : MGTR. RAÚL SIMEÓN NINASIVINCHA GÁRATE
- 2do. Miembro : MGTR. JACKELINE FLORES APAZA
- Asesor de Tesis : M. SC. JUAN CARLOS PINTO LARICO

SEGUNDO.- PROGRAMAR la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis para el día **LUNES, 04 DE JULIO DEL 2022**, a horas **10:00 a.m.** hora exacta.

TERCERO.- El acto académico de sustentación se llevará a cabo a través de la plataforma de video conferencia Cisco Webex Meetings.

CUARTO.- Realizada la Sustentación de Tesis, el Presidente de la terna de jurados levantará y firmará el Acta de Sustentación de Tesis, en el cual se consignará el resultado obtenido por el (la) Bachiller sustentante, del mismo modo firmaran los otros dos miembros de jurado, dando conformidad al acto.

QUINTO.- La Dirección de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial e Informática, el Jurado y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO (e)

C.C.
Arch. 2022
JCHM/
Distribución: Jurados, Interesado



**UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**

RESOLUCIÓN DECANAL Nº 142-2022-D-FIS-UANCV

Juliaca, 06 de mayo del 2022

VISTOS; el Expediente Nº 34375 de fecha 06 de mayo del 2022, presentado por el (la) Bachiller **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA** quien ha solicitado CAMBIO DEL SEGUNDO MIEMBRO DE JURADO DEL PERFIL DE TESIS, asignado con RESOLUCIÓN DECANAL Nº 556-2021-D-FIS-UANCV de fecha 08 de noviembre del 2021.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, con RESOLUCIÓN DECANAL Nº 556-2021-D-FIS-UANCV de fecha 08 de noviembre del 2021 se aprobó el Perfil de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA**, con la siguiente terna de jurados:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Mgtr. Raúl Simeón Ninasivincha Garate
- 2do. Miembro : Mgtr. Edith Giovanna Cano Mamani
- Asesor de Tesis : M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y modificaciones, Resolución de Institucionalización 1287-92-ANR, D.L. 739 y el Estatuto Modificado 2020 de la UANCV aprobado con Resolución Nº 0018-2020-UANCV-AU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el CAMBIO DEL SEGUNDO MIEMBRO DE JURADO DEL PERFIL DE TESIS, de (l) (la) Bachiller: **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA**, del tema de tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA**, quedando apto para el desarrollo y presentación del Borrador de Tesis, considerándose a partir de la fecha los siguientes Jurados y Asesor de Tesis:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Mgtr. Raúl Simeón Ninasivincha Garate
- 2do. Miembro : Mgtr. Jackeline Flores Apaza
- Asesor de Tesis : M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO (e)

C.c.
Arch. 2022
JCHM/
Distribución: Jurados, Interesado



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 778-2021-D-FIS-UANCV

Juliaca, 23 de diciembre del 2021

VISTOS; el Expediente N° 19550, el Informe N° 278-2021-JCHM-EPIS-UANCV-J del Presidente de Jurado del Perfil de Tesis de fecha 23 de diciembre del 2021, y el Acta de Aprobación de Borrador de Tesis de fecha 13 de diciembre del 2021, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, presentado por el (la) Bachiller: **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA** con el tema titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA.**

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Mgtr. Raúl Simeón Ninasivincha Gárate
- 2do. Miembro : Mgtr. Edith Giovanna Cano Mamani
- Asesor de Tesis : M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Borrador de Tesis titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA.**

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL BORRADOR DE TESIS, para optar el TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, presentado por el (la) Bachiller: **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA**, con el tema titulado: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA**, quedando apto para solicitar la Sustentación de Tesis previa presentación de los requisitos correspondientes según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV.

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO (e)

C.c.
Arch 2021
JCHM/



**UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

RESOLUCIÓN DECANAL Nº 556-2021-D-FIS-UANCV

Juliaca, 08 de noviembre del 2021

VISTOS; el Expediente Nº 24071, el INFORME Nº 135-2021/JCHM/EPIS-UANCV del Presidente Jurado Dictaminador del Perfil de Tesis de fecha 03 de noviembre del 2021, y el Acta de Aprobación de Perfil de Tesis de fecha 03 de noviembre del 2021, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, con el tema titulado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA", presentado por el (la) Bachiller: **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA", para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Mgtr. Raúl Simeón Ninasivincha Gárate
- 2do. Miembro : Mgtr. Edith Giovanna Cano Mamani
- Asesor de Tesis : M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Perfil de Tesis titulado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA".

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y modificaciones, Resolución de Institucionalización 1287-92-ANR, D.L. 739 y el Estatuto Modificado 2020 de la UANCV aprobado con Resolución Nº 0018-2020-UANCV-AU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL PERFIL DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA**, con el tema titulado: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A. DE JULIACA", quedando apto para el desarrollo y presentación del Borrador de Tesis según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV.

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.


UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
DECANO
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO (e)

C.c.
Arch 2021
JCHM/



INFORME DE ORIGINALIDAD

10%

INDICE DE SIMILITUD

10%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uchile.cl Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	2%
3	Submitted to Colegio Columbia Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	www.theinsightpartners.com Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1%
8	1library.co Fuente de Internet	<1%



Metadatos Complementarios

TÍTULO DE LA TESIS	
PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS – ROCA S.A. DE JULIACA	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	Freddy Alberto Cruz Ccanasa
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	74241452
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0007-0249-6993
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Juan Carlos Pinto Larico
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	41742156
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-3550-5183
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Juan Carlos Herrera Miranda
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29606930
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Raúl Simeón Ninasivincha Gárate
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389562
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Jackeline Flores Apaza
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	41369602



Datos de investigación	
Línea de investigación	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - P25
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca Latitud: -15.4995756 Longitud: -70.1296138 https://goo.gl/maps/aiQff7JvWG1Yjj4aA
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Enero 2022 – Diciembre 2022
URL de disciplinas OCDE	Informática y Ciencias de la Información https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#1.02.00 Negocios, Administración https://purl.org/pe-epo/ocde/ford#5.02.04





DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA, identificado con DNI Nro. 74241452 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
- Programa de Segunda Especialidad,**
- Programa de Maestría o Doctorado**

INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS – ROCA S.A. DE JULIACA

Asesorado por: M.Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 30 de ABRIL del 2024


Firma del Asesor
(obligatoria)


FIRMA (obligatoria)


Huella



DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida, mis padres Moisés y Flavia, por demostrarme su cariño y apoyo incondicional, mi esposa Mariori su paciencia, su comprensión, su fuerza y el amor a mis hijos, Jim y Joaquim por el aliento moral y perseverancia para ser profesional competente.



AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por el apoyo moral y valores de comprensión y solidaridad en mi formación profesional y responderé con confianza en el tiempo que Dios nos da vivir.



ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I	1
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.1.1. Problema General:	1
1.1.2. Problemas Específicos:	1
1.2. Objetivos de la Investigación	1
1.2.1. Objetivo General:.....	1
1.2.2. Objetivos Específicos:	2
1.3. Justificación del Estudio.....	2
1.4. Hipótesis.....	3
1.4.1. Hipótesis General:.....	3
1.4.2. Hipótesis Especificas:	3
1.5. Variables	3
1.5.1. Independientes	3



1.5.2. Dependientes.....	3
1.5.3. Operacionalización de Variables.....	3
CAPÍTULO II.....	5
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Antecedentes de la investigación.....	5
2.2. Marco teórico.....	8
2.2.1. COVID-19 en el mercado de filtros automotrices.....	8
2.2.2. Filtros automotrices y el aumento de la producción de vehículos.....	9
2.2.3. Tecnología de filtrado.....	10
2.2.4. Mercado de accesorios no organizado.....	11
2.2.5. Presentación gráfica de la tecnología de filtros.....	11
2.3. Marco conceptual.....	12
CAPÍTULO III.....	14
3. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
3.1. Enfoque.....	14
3.2. Tipo.....	14
3.3. Nivel.....	14
3.4. Diseño.....	14
3.5. Método.....	14
3.6. Ámbito de la investigación.....	15



3.7. Población y muestra	15
3.7.1. Población.....	15
3.7.2. Muestra	15
3.8. Técnicas, fuentes e instrumentos de investigación para la recolección de datos	15
3.9. Validación de la contrastación de hipótesis.....	16
3.10. Validez y confiabilidad del instrumento	16
3.11. Plan de recolección y procesamiento de datos	16
CAPÍTULO IV.....	18
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18
4.1. Resultados.	18
4.1.1. Plan de marketing	18
4.1.2. Análisis de marketing 5C.....	18
4.1.3. Pilares de la empresa roca:.....	19
4.1.4. Descripción de cargos	26
4.1.5. Contrastación de Hipótesis	33
CONCLUSIONES	36
RECOMENDACIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	41
Anexo 1: Preguntas de la encuesta.....	41



Anexo 2: productos y ficha técnica:..... 41

MATRIZ DE CONSISTENCIA 43



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 operacionalización de variables	3
Tabla 2 medidas del mercado de filtros	12
Tabla 3 análisis de las 5C	18
Tabla 4 estrategias de manejo de precios	22
Tabla 5 tipos de filtros de minería.....	23
Tabla 6 tipos de filtros de planta	24
Tabla 7 crecimiento del mercado de filtros	24
Tabla 8 por tipo de filtro	25
Tabla 9 depreciación por tiempo	25
Tabla 10 comparativo de ventas por años	28
Tabla 11 depreciación de activos	29
Tabla 12 gastos administrativos	29
Tabla 13 gastos por ventas	30
Tabla 14 presentación de capital de trabajo	30
Tabla 15 proyecciones según periodo	31
Tabla 16 proyección de caja.....	32



ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 marcas de industria pesada del mercado local.....	5
Ilustración 2 marcas de fabricación nacional.....	6
Ilustración 3 empresas importadoras principales.....	6
Ilustración 4 modelos de los productos.....	20
Ilustración 5 productos que maneja la empresa.....	22
Ilustración 6 planteamiento de modelo organizacional.....	26



RESUMEN

La compañía comercializadora de filtros ROCA S.A., es una Empresa que tiene como visión proveer filtros de vehículos que necesita urgente y prioridad la minería en la región de Puno, generalmente los camiones de carga y maquinaria pesada y como visión es que nuestros servicios tiene una proyección transversal en la influencia permanente de la rentabilidad en nuestra línea de negocios compañía ABC hermanos S.A., que está ligado en el rubro de la minería con las actuales operaciones en la región de Puno.

Con esta introducción, iniciamos el objetivo de esta investigación, todo está orientado al diseño, proyección del trabajo de la Empresa a fin de orientar acciones para elaborar el plan de negocios con una mirada de expandir áreas comerciales y operativas en el mercado nacional y extranjero con una cantidad de stock de filtros que la Empresa distribuyen este producto.

Para elaborar el proyecto de esta investigación hemos realizado un diagnóstico socioeconómico a personas relacionadas en el negocio de este producto, también hemos captado algunas informaciones de los clientes que visitan la Empresa para adquirir este producto. Como resultado de estas informaciones nos ha servido para diseñar y elaborar el presente que nos ha parecido relevante para los clientes y el empresario.

El plan de marketing y operaciones activos son herramientas que nos abre para formalizar nuestra investigación donde, precisamente, las variables están inmersos con el movimiento de capital y la inversión en el mercado.

El análisis de las informaciones y el sondeo el diagnóstico de la observación y contacto con los clientes y los vendedores recogemos que el impacto de ventas en relación con años precedentes ha superado significativamente en 0,02 anual que indica traer de la



fábrica otros productos innovados que hace más fácil el manejo potencia a los motores para el traslado de carga pesada.

Desde luego, quedamos expedito para presentar esta investigación y esperamos que sirva como fuente de consulta bibliográfica a los futuros trabajos relacionados con el tema que hemos desarrollado.

Palabras clave: filtros; minería; cadena de valor; distribución.



ABSTRACT

The filter marketing company ROCA S.A., is a company whose vision is to provide vehicle filters that are urgently needed and prioritized by mining in the Puno region, generally cargo trucks and heavy machinery, and the vision is that our services have a projection transversal in the permanent influence of profitability in our line of business company ABC Hermanos S.A., which is linked in the mining sector with current operations in the Puno region.

With this introduction, we begin the objective of this research, everything is oriented to the design, projection of the work of the Company in order to guide actions to develop the business plan with a view to expanding commercial and operational areas in the national and foreign market with a quantity of stock of filters that the Company distributes this product.

To develop this research project, we have carried out a socioeconomic diagnosis of people related to the business of this product. We have also collected some information from customers who visit the Company to purchase this product. As a result of this information, it has helped us to design and prepare the present that we found relevant for clients and the businessman.

The active marketing and operations plan are tools that open us to formalize our research where, precisely, the variables are immersed with the movement of capital and investment in the market.

The analysis of the information and the survey and the diagnosis of observation and contact with customers and sellers show that the impact on sales in relation to previous years has significantly exceeded 0.02 annually, which indicates bringing from the factory



other innovative products that It makes handling easier, powering the engines to transport heavy loads.

Of course, we are ready to present this research and we hope that it will serve as a source of bibliographical consultation for future works related to the topic that we have developed.

Keywords: filters; mining; value chain; distribution.



INTRODUCCIÓN

El eje transversal de la tesis es el sistema de comercialización de filtros de la Empresa ROCA en la ciudad de Juliaca. Esta Empresa tiene experiencia en ejecutar este negocio que generalmente adquieren las grandes empresas mineras a fin abastecer el normal funcionamiento de camiones de carga pesada y maquinarias que requiere la mina para extraer el mineral del suelo.

El plan de negocios de la empresa ROCA está enfocado, como cualesquiera otras empresas, en establecer conexiones con las grandes empresas mineras a fin de colocar en el mercado diferentes tipos de filtros para diferentes marcas y modelos de camiones de carga pesadas y maquinarias que utilizan para la extracción de minerales. La búsqueda de mercados en las provincias, regiones e internacionales deber ser filtros de todo tipo, marca y durabilidad, así garantizar en el mercado la confianza y seguridad de durabilidad de las máquinas en constante uso y movimiento.

La diversificación en el stock de combustibles y lubricantes es fundamental para diferentes procesos industriales a fin de potenciar la cartera de cientos de clientes industriales y no industriales para el suministro del funcionamiento de maquinarias.

La industria de la producción de filtros también tiene relaciones comerciales con grandes empresas transnacionales para proveer de este producto tan imperioso para la explotación y extracción de mina en grandes proporciones; pues, los actores relevantes de la comercialización de los filtros en el mercado son ejecutadas por técnicos entendidos de las bondades que ofrece el producto. Para ello, realizan talleres, capacitaciones e inclusive forman trabajadores especializadas en las ventas del producto. El objetivo es captar más clientes y elevar ingresos patrimoniales.



Igualmente, la Empresa no duerme con el simple hecho de vender y vender el producto, sino busca en el mercado el plan de marketing al ver que en la actualidad vivimos en un mundo de competencia de todo tipo de productos, donde las diferentes compañías, competidores, colaboradores y el contexto mismo del uso de la mercadería se encuentran en el soporte económico nacional e internacional que al 5 años el mercado estará expirando de este producto y se creará otros similares pero más dúctiles de bajo costo.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del Problema

1.1.1. *Problema General:*

- La Empresa ROCA no está adecuadamente establecido para brindar servicios al cliente en la oferta y exposición de venta de la comercialización de filtros a las empresas mineras de la región Puno.

1.1.2. *Problemas Específicos:*

- La situación económica en la región Puno no ha alcanzado su plenitud después de la pandemia del COVID 19 para emprender la comercialización de filtros para camiones de carga pesada a las grandes empresas mineras de la región Puno.
- La empresa ROCA no cuenta con personal técnico calificado y especializado para realizar el estudio de mercado y marketing del expendio de producto de filtros para ofrecer a grandes compañías mineras de la región Puno y el extranjero.

1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1. *Objetivo General:*

- Determinar el establecimiento adecuado de la Empresa ROCA S.A., para brindar servicios el cliente en la oferta y expendio de la comercialización de filtros a las empresas mineras de la región Puno.



1.2.2. *Objetivos Específicos:*

- Empezar un estudio socioeconómico post pandemia COVID 19 para ejecutar la comercialización de filtros para camiones de carga pesada en las grandes compañías mineras de la región Puno.
- Prever la Empresa ROCA S.A., reclutar personal técnico calificado y especializado para realizar estudio de mercado y marketing de la oferta y expendio del producto filtros para ofrecer a grandes compañías mineras de la región Puno y el extranjero.

1.3. **Justificación del Estudio**

El desarrollo de esta investigación para la empresa ROCA S.A. se justifica por su importancia para la recuperación económica de la región de Puno post-pandemia, la cual ha sido significativamente afectada. La minería, una de las actividades económicas más relevantes en la región, depende del mantenimiento adecuado de su maquinaria, donde los filtros de alta calidad son esenciales. Actualmente, ROCA S.A. carece de un plan de negocios estructurado y de personal técnico especializado, lo que limita su competitividad. Esta investigación tiene como objetivo diseñar un plan de negocios detallado, integrar innovaciones tecnológicas en la filtración, y desarrollar estrategias de marketing efectivas para posicionar a ROCA S.A. como líder en el mercado de filtros para minería. Además, el cumplimiento de normativas ambientales mediante el uso de filtros eficientes contribuirá a la sostenibilidad ambiental. En resumen, la investigación no solo fortalecerá a ROCA S.A., sino que también impulsará la economía regional, mejorará la eficiencia de la industria minera y promoverá prácticas sostenibles, asegurando el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.



1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General:

- El establecimiento es adecuado de la Empresa ROCA para brindar servicios al cliente en la oferta y expendio de venta de la comercialización de filtros a las grandes empresas mineras de la región Puno, es buena.

1.4.2. Hipótesis Específicas:

- Realizar oportunamente un estudio socioeconómico post pandemia COVID 19 para la comercialización de filtros para camiones de carga pesada en las grandes compañías mineras de la región Puno, es muy buena.
- La empresa ROCA debe prevenir reclutar personal técnico calificado y especializado para realizar estudio de mercado y marketing de la oferta y expendio del producto filtros para ofrecer a grandes compañías mineras de la región Puno y el extranjero, es muy buena.

1.5. Variables

1.5.1. Independientes

- Plan de negocios

1.5.2. Dependientes

- Comercialización de filtros

1.5.3. Operacionalización de Variables

Tabla 1
operacionalización de variables

Variables	Dimensiones
Variable Independiente: Plan de negocios	Análisis situacional
	Oferta



	Demanda
	Segmentación
	Plan de marketing
Variable Dependiente: Comercialización de filtros	Logístico operacional
	Factibilidad económica

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Industria del filtro

La industria está compuesta de dos grupos relevantes de la producción de este producto: una de ellas se denomina “Fabricante de equipamiento original” (OEM). La característica de este grupo se difiere por contar con dispositivos altamente competitiva en el mercado comercial. Este grupo forman las empresas Caterpillar, Cummins, Komatsu y John Deere.

Ilustración 1

marcas de industria pesada del mercado local



Fuente: elaboración propia

Ilustración 2

marcas de fabricación nacional



Fuente: recopilación del autor

En el Perú se ha creado un buen número de empresarios dedicados al negocio de la oferta y venta de filtros. En la tabla adjunta mostramos la cantidad de empresas importadoras de filtros (Valor CIF) del 2012 al 2015, elaborados por ADEX. Veamos:

Ilustración 3

empresas importadoras principales

ADEX DATA TRADE						
Empresas - Importaciones						
Años						
2012, 2013, 2014, 2015						
Meses						
Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre						
Partida						
8421230000 - APARATOS PARA FILTRAR LUBRICANTES O CARBURANTES EN MOTORES DE ENCENDIDO POR CHISPA O						
Nº	RUC	Razón Social	Miles US\$ CIF			
			2012	2013	2014	Set - 2015
		TOTAL	40,413	39,815	39,288	24,497
1	20100028698	FERREYROS SOCIEDAD ANÓNIMA	2,620	4,991	4,931	3,204
2	20543725821	DISTRIBUIDORA CUMMINS PERU S.A.C	1,731	1,832	2,902	1,823
3	20100070031	VOLVO PERU S A	2,267	2,627	1,836	1,491
4	20100132592	TOYOTA DEL PERU S A	2,090	2,051	2,118	1,195
5	20160286068	OTROS	1,137	1,546	1,778	830

Fuente: data adex



Al observar la tabla de la manufactura de la oferta y expendio de los productos filtro extractamos tres aspectos relevantes:

- En el Perú, ninguna de estas empresas tiene registrado para la producción de filtros. Todo es importado.
- Las compañías productoras más importantes en el mundo son: Caterpillar, Cummins, Donaldson, Komatsu y John Deere. Estas empresas transnacionales están conectadas directamente con grandes empresas mineras del mundo a fin de importar directamente el producto desde su sede principal de fábrica. La materia prima para la fábrica del producto son óxidos y sulfuros.
- En la importación de filtros, desde la sede principal de la fábrica hasta los mercados asentadas en las grandes empresas mineras del mundo, el juego de la inversión es muy grande en moneda transnacional, en dólares. Aquí vale mencionar que existen estudios de prueba con datos levantados de la importancia que tienen el producto de lubricaciones para camiones de alta carga pesada y maquinarias de la explotación de minas desde las profundidades de los montes y cerros para alto margen comercial
- Además, debemos señalar que el consumo de este producto es muy cotizado en el mundo; hecho estudio de marketing, en el Perú están autorizados de importar los lubricantes 3 marcas, 2 son de OEM (LYS FILTROS Y WILLYBUSH) y una marca (FILTRÓNICA) que mueve el negocio mediante convenios entre la empresa fabricante y empresas vendedoras que está en la ciudad de Lima.



En la región Puno, existen instaladas en Juliaca pequeñas empresas de filtros, lubricaciones, aceite y combustibles para camiones, tractores de extracción minera que provee lubricantes a las empresas mineras que operan en la vasta región altiplánica, inclusive exportan al extranjero (Bolivia).

2.2. Marco teórico

2.2.1. COVID-19 en el mercado de filtros automotrices

Esta pandemia mundial ha interrumpido la cadena de suministro de todo el sistema automotriz en las instalaciones de producción en todo el mundo. Se espera que este escenario afecte al mercado de filtros automotrices, ya que el crecimiento del mercado está directamente relacionado con la producción de vehículos. Se espera que la disminución en la producción de vehículos afecte negativamente al mercado de filtros para automóviles.

La fluctuación de precios de las materias primas resultó muy alto y costo de medios filtrantes, el carbón activado y la electrostática, restringen a los fabricantes de equipos originales a instalar estos filtros en todos los segmentos de vehículos, ya que son más costosos que los filtros convencionales. MANN + HUMMEL, un fabricante líder de filtros automotrices, ha declarado que el año financiero actual será desafiante debido a las consecuencias económicas de COVID-19. Sin embargo, con los bajos costos operativos y la reestructuración global, la empresa se ha colocado en una posición financiera estable para enfrentar el impacto del COVID-19.



2.2.2. Filtros automotrices y el aumento de la producción de vehículos

El mercado de venta de filtros automotrices en el primer y segundo trimestre de 2021 aumentó la producción de vehículos que ha respaldado el crecimiento del mercado de filtros automotrices en los próximos años. Debido a preocupaciones ambientales y estrictas normas de emisión, se espera que el segmento de automóviles de pasajeros en Europa sea testigo de una creciente demanda de motores de gasolina y filtros de gasolina. Se espera que una mayor conciencia con respecto a la calidad de filtros en el mercado de la producción de automóviles.

Debido a los avances tecnológicos en los tipos de medios filtrantes, se optimiza el ciclo de reemplazo de filtros por vehículo. Sin embargo, la creciente producción de vehículos conducirá a un mayor consumo de filtros para automóviles. Según la ACEA (Asociación Europea de Fabricantes de Automóviles), la producción de automóviles de pasajeros alcanzó los 78,6 millones en 2018, y se estima que Asia Pacífico y América del Norte son las principales regiones. Se espera que una recuperación constante en la producción de vehículos después del impacto del COVID-19 el impulso de la producción y venta de filtros automotrices en el mercado.

En todos los tipos de vehículos están equipados varios filtros, incluidos los de aire, aceite, combustible y de cabina. Esto, junto con un aumento en la producción de vehículos, impulsará el crecimiento del mercado. Además, también se espera que las próximas tendencias en filtros automotrices, como los filtros de polvo de freno y los filtros de



transmisión para sistemas de transmisión automática, contribuyan al crecimiento del mercado de filtros automotrices.

2.2.3. Tecnología de filtrado

Un medio filtrante es el componente central de un filtro. Se utiliza para capturar partículas extrañas y no deseadas. Se compone principalmente de celulosa, sintética, fibra de vidrio y carbón activado, según las aplicaciones. Los avances en los tipos de medios filtrantes o en la tecnología ofrecerán una gran oportunidad para los fabricantes de filtros automotrices en los próximos años. Actualmente, los filtros de cabina se ofrecen para resistir las partículas de polvo que ingresan al vehículo. La mayoría de los filtros de polvo detienen el 100% de todas las partículas de 3 micrones o más grandes y el 95–99% de las partículas de 1–3 micrones de tamaño. Sin embargo, en los próximos años, habrá un mercado masivo de filtros de polvo y olores. La mezcla de filtros de polvo y olores tiene una capa de carbón activado o bicarbonato de sodio para absorber los olores y los contaminantes del aire.

Hoy en día, la mayoría de los filtros de entrada de aire de los vehículos están hechos de medio de celulosa, que es muy rentable. Sin embargo, los tipos de medios sintéticos están ganando popularidad y tendrían una participación de mercado decente en el futuro, principalmente debido a sus diversas ventajas sobre los medios de celulosa. Por ejemplo, los tipos de medios sintéticos ofrecen una mayor área de flujo, proporcionan un alto rendimiento y son menos sensibles al agua. Estos filtros se utilizan para combinar el flujo de aire con la combustión, lo que da como resultado una mayor eficacia del combustible y una menor emisión. MANN + HUMMEL, por ejemplo, se centra en el desarrollo de



medios sintéticos de fibra ultrafina con una alta eficiencia de separación, que se espera que aumente la vida útil de los filtros.

2.2.4. Mercado de accesorios no organizado

El mercado de accesorios de filtros automotrices incluye OES e IAM. Los jugadores de IAM de filtros automotrices también están dando una dura competencia a los líderes del mercado, especialmente en China, ya que pueden cumplir con los requisitos del cliente al proporcionar productos de filtro de mejor calidad en comparación con las empresas de nivel 1 a un costo menor. Los IAM fabrican y venden componentes automotrices fuera de los canales OEM y OES. Esto se hace a través de distribuidores de almacén, puntos de venta y servicios de bricolaje. Los proveedores independientes del mercado de accesorios fijan un precio final, que es entre un 20% y un 50% menor que el de las piezas OES.

2.2.5. Presentación gráfica de la tecnología de filtros

En el segmento de tipo de combustible, se proyecta que el filtro de gasolina sea más rápido de crecimiento en un período determinado.

Se prevé que el mercado de filtros de gasolina aumente durante debido al rigor de las normas de emisión. Las tecnologías de gasolina euro 6 o equivalentes son más económicas que las tecnologías diésel. Además, los mercados sensibles a los precios en Asia Oceanía, como India y China, seguirían prefiriendo los coches de gasolina a los coches diésel, impulsando así el crecimiento del mercado de filtros de gasolina.



Tabla 2
medidas del mercado de filtros

Métrica de informe	Detalles
Tamaño de mercado	2018-2026
disponible desde hace años	
Año base considerado	2020
Periodo de previsión	2021–2026
Unidades de previsión	Valor (millones de USD) y volumen ('000 unidades)
	Por tipo de combustible, tipo de medio, material, vehículo
Segmentos cubiertos	OE ICE, tipo OE EV, tipo de filtro EV, tipo de filtro, tipo de filtro del mercado de accesorios, región del mercado de accesorios
Geografías cubiertas	Asia Pacífico, América del Norte, Europa y resto del mundo
	MANN + HUMMEL (Alemania), MAHLE (Alemania), Donaldson (EE. UU.), Sogefi (Italia) y Robert Bosch (Alemania), Denso (Japón), AHLSTROM-MUNKSJÖ (Suecia), ACDelco (EE. UU.), Hengst SE (Alemania), K&N Engineering (EE. UU.). Un total de 20 jugadores importantes cubiertos

Nota: Elaboración propia

2.3. Marco conceptual

- Filtros Automotrices:

Dispositivos esenciales que eliminan partículas y contaminantes de fluidos (aire, aceite, combustible) en vehículos, asegurando su óptimo funcionamiento y prolongando la vida útil del motor.



- Impacto del COVID-19:

La pandemia ha interrumpido la cadena de suministro global, afectando la producción de vehículos y la demanda de filtros. Ha causado fluctuaciones en los precios de materias primas y aumentos en los costos operativos.

- Avances Tecnológicos:

Los desarrollos en tecnología de filtros han mejorado su eficiencia y ciclo de reemplazo, aumentando la demanda debido a la mayor conciencia ambiental y las estrictas normas de emisión.

- Modelo de Negocio:

El plan de negocios para ROCA S.A. incluye análisis de mercado, segmentación de clientes y estrategias de marketing basadas en modelos como las 5C (Cliente, Compañía, Competidores, Colaboradores, Contexto) y FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas).

- Cinco Fuerzas de Porter:

- Poder de Proveedores: Cantidad y calidad de los proveedores.
- Poder de Compradores: Número de compradores y su capacidad de compra.
- Rivalidad Competitiva: Número y capacidad de los competidores.
- Amenaza de Sustitutos: Disponibilidad y costo de productos alternativos.
- Amenaza de Nuevos Entrantes: Barreras de entrada como regulación y costos iniciales.



CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque

Cuantitativo y Cualitativo:

Utiliza datos numéricos y no numéricos para analizar el mercado y las operaciones de la empresa. Este enfoque mixto permite una comprensión más completa del fenómeno estudiado (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.2. Tipo

Explicativa:

Busca explicar las causas y efectos de las variables involucradas en la comercialización de filtros (Yin, 2009).

3.3. Nivel

Descriptivo y Analítico:

Describe las características del mercado y realiza análisis detallados sobre las variables de interés. Este nivel permite identificar patrones y relaciones entre las variables (Kerlinger & Lee, 2002).

3.4. Diseño

No Experimental:

No manipula las variables de estudio; se observan los fenómenos en su contexto natural (Campbell & Stanley, 1963).

3.5. Método

Estudio de Caso:



Focaliza en la empresa ROCA S.A., analizando su mercado, operaciones y estrategias comerciales. Este método es ideal para investigaciones profundas en contextos específicos (Yin, 2009).

3.6. Ámbito de la investigación

Regional (Puno):

El estudio se concentra en la región de Puno, donde la empresa tiene su mercado principal.

3.7. Población y muestra

3.7.1. Población

Clientes de ROCA S.A. y Empresas Mineras:

Incluye todos los clientes actuales y potenciales de la empresa, especialmente las empresas mineras de la región.

3.7.2. Muestra

Muestreo por Conveniencia:

Se seleccionarán los clientes y técnicos disponibles y dispuestos a participar en las encuestas y entrevistas (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016).

3.8. Técnicas, fuentes e instrumentos de investigación para la recolección de datos

Encuestas:

Para recolectar datos cuantitativos sobre la satisfacción y necesidades de los clientes (Dillman, Smyth, & Christian, 2014).

Entrevistas en Profundidad:

Para obtener información cualitativa detallada de técnicos y clientes (Patton, 2015).

Observación Directa:



Para evaluar las prácticas de mercado y operaciones en el lugar (Angrosino, 2007).

3.9. Validación de la contrastación de hipótesis

La validación de la contrastación de hipótesis se realizará mediante un análisis estadístico de los datos recolectados a través de encuestas y entrevistas, comparando los resultados obtenidos con los valores críticos y niveles de significancia establecidos ($p < 0.05$). Esto permitirá aceptar o rechazar las hipótesis planteadas, asegurando que las conclusiones sean respaldadas por evidencia empírica (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

3.10. Validez y confiabilidad del instrumento

La validez del instrumento se asegurará mediante la revisión por expertos (validez de contenido), análisis factoriales (validez de constructo) y comparación con criterios externos (validez de criterio) (Polit & Beck, 2006). La confiabilidad se evaluará utilizando el coeficiente alfa de Cronbach para consistencia interna, prueba-retest para estabilidad temporal y coeficientes de correlación inter-juéz para confiabilidad inter-observador (Cronbach, 1951). Se realizarán pruebas piloto y se capacitará a los entrevistadores para garantizar la precisión y consistencia de los datos recolectados (Carmines & Zeller, 1979).

3.11. Plan de recolección y procesamiento de datos

Plan de Recolección de Datos

- Diseño de Encuestas y Entrevistas: Preparación de cuestionarios y guías de entrevista.
- Aplicación de Encuestas: Distribución de cuestionarios a los clientes de la empresa.



- Realización de Entrevistas: Entrevistas a profundidad con técnicos y clientes seleccionados.
- Observación: Visitas a las instalaciones de la empresa y a los sitios de operación de los clientes.

Procedimientos de Análisis de Datos

- Codificación: Organizar y categorizar los datos recolectados (Strauss & Corbin, 1998).
- Análisis Estadístico: Aplicar métodos estadísticos para interpretar los datos cuantitativos (Field, 2013).
- Análisis de Contenido: Examinar las respuestas cualitativas obtenidas en las entrevistas (Krippendorff, 2004).
- Interpretación de Resultados: Comparar los datos obtenidos con los objetivos de la investigación para extraer conclusiones relevantes.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados.

4.1.1. Plan de marketing

Nuestro plan marketing estará enfocado en el desarrollo analítico del marketing con las 5C proseguido por los 3 periodos: crear valor – captar valor y sostener valor.

4.1.2. Análisis de marketing 5C

Desarrolladas y teniendo en referencia las gráficas radiales como también el análisis de FODA podremos concluir los planes estratégicos evaluando las “C” visualizadas en la siguiente tabla:

Tabla 3
análisis de las 5C

Aspecto	Pregunta	Respuesta
Cientes	¿Qué necesidades tienen los clientes?	Proveer filtros que aseguren confiabilidad y eficiencia a sus equipos, a un precio competitivo,
	¿Qué necesidades queremos satisfacer?	cumpliendo con los requisitos de los fabricantes, y optimizando procesos para reducir costos.
Compañía	¿Qué competencias especiales poseemos para satisfacer esas necesidades?	Ofrecer valor añadido mediante la extensión de la vida útil de los componentes, reducción de tiempos de detención, y fabricación de filtros que capturen impurezas en diferentes fluidos, asegurando altos estándares de limpieza.



Competidores	¿Quién compite con nosotros en satisfacer esas necesidades?	Principalmente cuatro marcas: dos fabricantes de equipo original (OEM) y dos fabricantes de filtros.
Colaboradores	¿Quiénes deben colaborar con nosotros y cómo los motivamos?	Internos: Personal especializado tanto técnica como comercialmente, orientado al cliente. Externos: Estrecha colaboración con fabricantes de equipos para desarrollar soluciones integrales, asegurando el cumplimiento de garantías y eficiencia operativa.
Contexto	¿Qué factores culturales, tecnológicos y legales limitan lo que es posible?	Cumplimiento de normas y estándares tecnológicos exigidos por fabricantes y clientes.

Nota: Elaboración propia

4.1.3. *Pilares de la empresa roca:*

- Innovación tecnológica

Estaremos enfocados en las certificaciones de calidad y el manejo de la tecnología.

- Servicio

daremos soluciones integrales según la necesidad que tenga nuestros clientes con un compromiso que mostremos un trato personalizado y nos involucremos en sus necesidades.

- Trabajo efectivo

mostraremos un trabajo eficiente con mejores resultados que nuestra competencia teniendo un compromiso de atención y manejando los mejores precios y dar una atención en mejores tiempos de respuesta así nuestro cliente.

- Confiabilidad

estaremos representados por profesionales íntegros en su trabajo y tendremos el respaldo del manejo de tecnologías y una garantía de servicio rápido.

- Creación de Valor STP

En el desarrollo de valor tenemos que delimitar tres variables los cuales son división de mercado de productos y servicios.

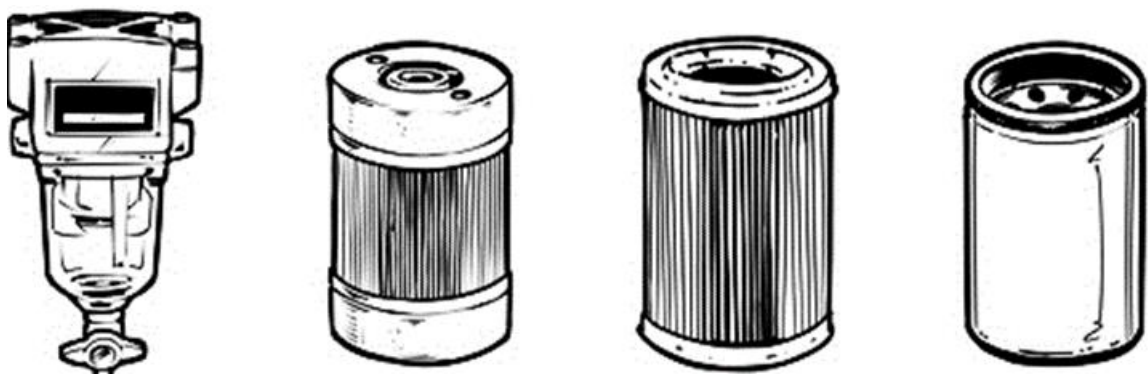
- Capturar Valor "MIX de marketing"

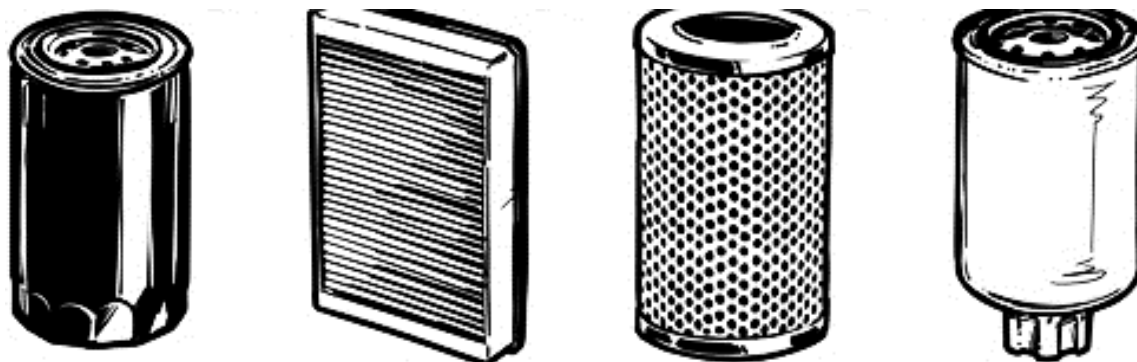
En la búsqueda de nuestro valor primero definiremos el marketing mix en los que encontramos como puntos principales.

- Productos

En lo descrito anteriormente nuestro producto a comercializar serán filtros de minería que se usan en filtración de aire, combustible y aceite todos estos son de modelo spin y/o atornillados como en cartuchos.

Ilustración 4
modelos de los productos





Fuente: recopilación por parte del autor

Todos estos filtros serán comercializados y a la vez serán informados de sus bondades y uso por medio de una ficha técnica.

- Servicios

En nuestros servicios también ofreceremos la micro filtración de partes de los equipos que utilizan en el sector minero estos tienen una gran variedad ya sean en equipos eléctricos como de combustión.

- Canales

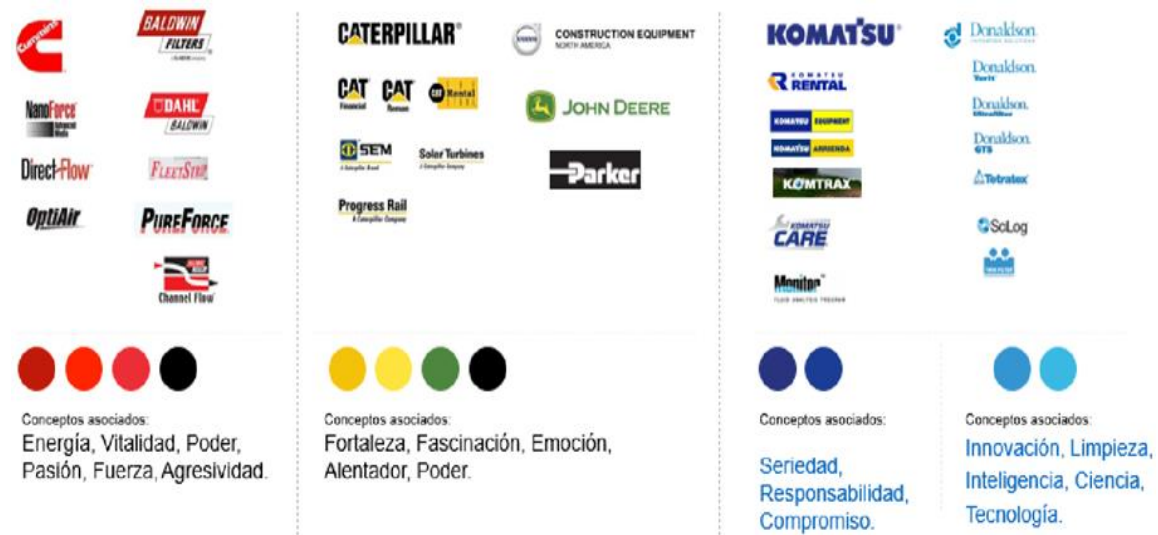
En nuestros canales de distribución tenemos 2 formas uno será la entrega inmediata esto implica tener en stock el determinado producto para su pronta entrega.

La otra forma se trata de la venta en consignación esto quiere decir se tendrá que dar un adelanto para su pedido de filtro y así poderlo atender de manera rápida y flexible.

- Promoción

En la promoción buscaremos afianzar nuestra marca en ferias y otros medios en el que podamos participar presencialmente y a la vez poder ser parte de eventos de capacitación del sector en el que estamos entrando.

Ilustración 5 *productos que maneja la empresa*



Fuente: recopilación del autor

- Precio

Es el costo de un producto que se vende en mercado. Los filtros producidos en Perú tienen margen de 0,3 con diferencia de los importados de 0,25 (los bajan y también se incrementan en los mercados de las mineras).

Tabla 4
estrategias de manejo de precios

	Productos Existentes	Nuevos Productos
Mercados Existentes	<p>Penetración de Mercado</p> <p>Incrementar participación en el mercado actual.</p>	<p>Desarrollo de Productos</p> <p>Desarrollar nuevos productos para el mercado actual.</p>
Nuevos Mercados	<p>Desarrollo de Mercados</p> <p>Expandir productos actuales a nuevos mercados.</p>	<p>Diversificación</p> <p>Desarrollar nuevos productos para nuevos mercados.</p>

Nota: Elaboración propia



- Sostener Valor

Usaremos un sistema para poder sostener el valor en el manejo del cliente.

Llevar un registro detallado de entrada y salida de productos en las actividades comerciales ejecutadas orienta el principio de actualizar la oferta en condiciones óptimas para la toma de resoluciones de la compañía.

- Plan operacional

El operacional busca mejor rentabilidad de los productos para fortalecer nuestros aspectos competitivos para así poder buscar la excelencia operacional de nuestra compañía.

En lo que respecta a nuestro al ciclo de vida de nuestros productos los definimos con la satisfacción de usabilidad en el tiempo por parte de nuestros clientes ya que ellos generan la demanda y la rentabilidad del ciclo de vida de nuestros productos.

En nuestro análisis en las minerías con respecto a la cantidad de filtro usados u comprados tenemos lo siguiente.

Tabla 5
tipos de filtros de minería

Filtro	Cantidad Anual
Aire	253,392
Combustible	37,992
Aceite	37,992

Nota: Elaboración propia



Tabla 6
Tipos de filtros de planta

Filtro	Cantidad Anual
Aire	31,680
Aceite	10,560

Nota: Elaboración propia

En nuestra visión buscamos tener un 24% en incremento hasta el año 2024 con un inicio de un 0% en el 2020 en donde definimos las cantidades de comercialización de filtros en lo siguiente:

Tabla 7
Crecimiento del mercado de filtros

Tipo de filtro/Área	Cantidad Global	2019 (0%)	2020 (3%)	2021 (6%)	2022 (12%)	2023 (18%)	2024 (24%)
Filtro de Aire Mina	253,392	0	7,602	15,204	30,407	45,611	60,814
Filtro de Combustible Mina	37,992	0	1,140	2,280	4,559	6,839	9,118
Filtros de Lubricantes Mina	37,992	0	1,140	2,280	4,559	6,839	9,118
Filtros de Aire Planta	31,680	0	950	1,901	3,802	5,702	7,603
Filtros de Aceite Planta	10,560	0	317	634	1,267	1,901	2,534

Nota: Elaboración propia

La tabla indica un crecimiento proyectado en la demanda de varios tipos de filtros a medida que aumenta la participación de mercado desde 0% en 2019 hasta 24% en 2024. Esta tendencia refleja una estrategia de expansión en el mercado, donde la empresa espera incrementar gradualmente su cuota de mercado, impulsando las ventas de sus productos en diferentes áreas de aplicación, tanto en minas como en plantas.



Tabla 8
Por tipo de filtro

Tipo de Filtro/Área	Cantidad Global	Margen Unitario (Soles)
Aire (Mina)	253,392	396.90
Combustible (Mina)	37,992	37.00
Lubricantes (Mina)	37,992	37.00
Aire (Planta)	31,680	366.30

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra las cantidades globales y los márgenes unitarios en soles para diferentes tipos de filtros utilizados en las minas y plantas. Los filtros de aire para minas tienen el mayor margen unitario con 396.90 soles, indicando un alto valor por unidad vendida, mientras que los filtros de combustible y lubricantes tienen un margen significativamente menor de 37.00 soles, reflejando un menor valor unitario. Los filtros de aire para plantas también tienen un margen considerable de 366.30 soles. Estos márgenes unitarios proporcionan una visión clara de la rentabilidad de cada tipo de filtro, destacando la importancia de los filtros de aire para minas y plantas en la estrategia de ventas de la empresa.

Tabla 9
Depreciación por tiempo

Ítem	Tiempo de Depreciación	Medida
Máquinas	20 años	años
Camioneta	5 años	años

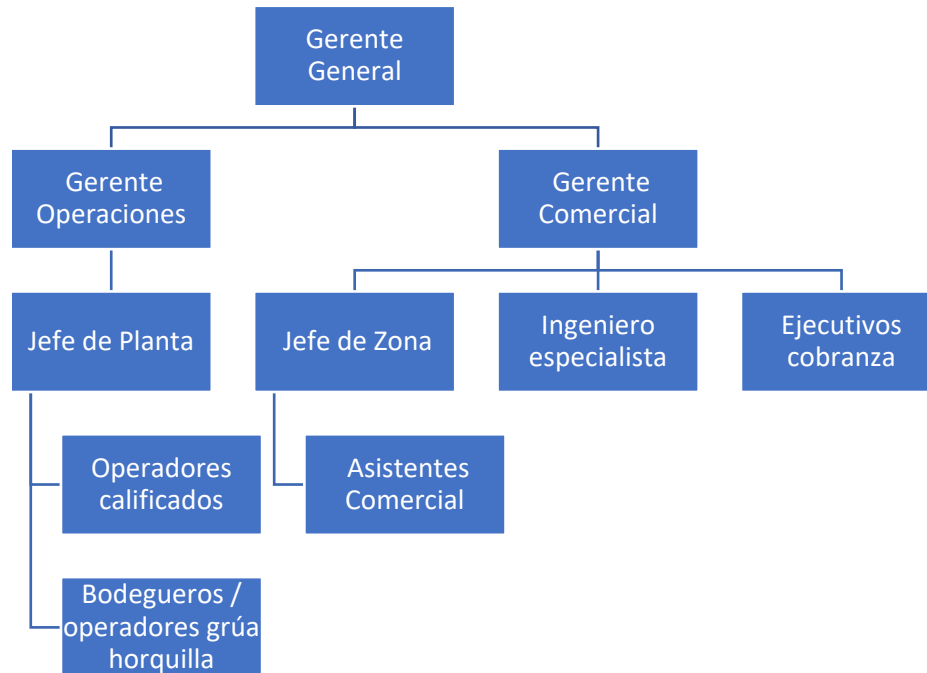
Nota: Elaboración propia

Esta tabla muestra el tiempo de depreciación en años para diferentes ítems de la empresa. Las máquinas tienen un tiempo de depreciación de 20 años, lo que indica una vida útil más larga, mientras que la camioneta tiene un tiempo de depreciación de 5 años, indicando una vida útil más corta.

- Plan de recursos humanos

Con la finalidad de desarrollar y hacer efectivo nuestro plan operativo definimos nuestra estructura organizacional de la siguiente manera.

Ilustración 6
planteamiento de modelo organizacional



Nota: Elaboración propia

Los cargos mostrados estarán presentes en todo el proceso de desarrollo administrativo como el desarrollo de productivo estos cargos tendrán definidos sus descripciones laborales.

4.1.4. Descripción de cargos

4.1.4.1. Gerente general

- Maneja la organización para el cumplimiento de objetivos.
- Exponer los resultados logrados al directorio.
- Incrementar la rentabilidad de la compañía.



- Manejar de manera positiva el benchmarking.

4.1.4.2. Gerente comercial

- Prever los volúmenes de productos del mercado.
- Ver las estrategias de los precios para alcanzar nuestros objetivos.
- Ver los servicios y productos que requieran el mercado.
- Será capaz de evaluar y examinar los productos y servicios de nuestros clientes

4.1.4.3. Gerente de operaciones

- Desarrollar los productos de manera eficiente.
- Tener una flexibilidad en la fabricación de nuestros productos.
- Tener siempre el stock adecuado de nuestros productos.

4.1.4.4. Jefe de planta

- Manejar las actividades necesarias para la operatividad de la fabricación de filtros.
- Estar en constante actividad de supervisión en los puntos flacos de producción de la compañía.
- Verificar si hay recursos que faltan para el desarrollo de la fabricación.
- Desarrollar un cronograma de fabricación.

4.1.4.5. Jefe de zona

- Cumplir con el plan comercial.
- Organizar el desarrollo de las metas para la recuperación económica compañía.
- Contar con una relación cercana con nuestros clientes.
- Tener siempre en cuenta las aportaciones de nuestros clientes.



4.1.4.6. Ingeniero especialista

- Buscar la optimización permanente de los productos, los servicios para la satisfacción de los clientes.
- Visionar nuevos productos con alta rentabilidad y que sea de la percepción de requerimiento de nuestros clientes.

4.1.4.7. Ejecutivos de cobranza

- Estará encargado de mantener las cuentas de cobranzas en cero para estar liberado de morosidad y pagos vencidos.

4.1.4.8. Operadores calificados

- Desarrollar su trabajo de manera segura sin que afecte la seguridad de nuestra compañía.
- Tener en cuenta las metas de la compañía para poderlas cumplir de manera exacta.

Tabla 10
Comparativo de ventas por años

Año	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por venta	0	2,311,884	4,623,768	9,247,536	13,871,304	18,495,072
Costos por venta	0	1,337,112	2,674,224	5,348,448	8,022,672	10,696,896
Margen Delivery	0	974,772	1,949,544	3,899,088	5,848,632	7,798,176

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra la evolución de los ingresos por venta, costos por venta y el margen de delivery de 2019 a 2024. A partir de 2020, se observa un incremento progresivo tanto en ingresos como en costos, lo que refleja el crecimiento de las operaciones de la empresa.



El margen de delivery también muestra un aumento constante, indicando una mejora en la rentabilidad operativa a lo largo de los años.

Tabla 11
Depreciación de activos

Período	Período 1	Período 2	Período 3
Año	2019	2020-2021	2022-2024
Monto Mano de Obra	168,328	673,313	1,857,188

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra el monto de mano de obra en dólares para tres períodos diferentes. En el Período 1 (2019), el monto es 168,328. En el Período 2 (2020-2021), el monto asciende a 673,313, y en el Período 3 (2022-2024), el monto es 1,857,188. Estos valores reflejan el crecimiento en los costos de mano de obra a lo largo del tiempo, indicando un aumento en las operaciones y posiblemente en la escala de los proyectos.

Tabla 12
Gastos administrativos

Período	Período 1	Período 2	Período 3
Año	2019	2020-2021	2022-2024
Monto Gastos Administración	21,208	84,831	86,492

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra el monto de gastos administrativos en dólares para tres períodos diferentes. En el Período 1 (2019), el monto es 21,208. En el Período 2 (2020-2021), el monto asciende a 84,831, y en el Período 3 (2022-2024), el monto es 86,492. Estos valores reflejan el incremento en los gastos administrativos a lo largo del tiempo, indicando una posible expansión en las actividades administrativas o un aumento en los costos operativos.



Tabla 13

Gastos por ventas

Período	Período 1	Período 2	Período 3
Año	2019	2020-2021	2022-2024
Monto Gastos Ventas	9,635	38,538	52,846

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra el monto de gastos de ventas en dólares para tres períodos diferentes. En el Período 1 (2019), el monto es 9,635. En el Período 2 (2020-2021), el monto asciende a 38,538, y en el Período 3 (2022-2024), el monto es 52,846. Estos valores reflejan el incremento en los gastos de ventas a lo largo del tiempo, lo que puede indicar una mayor inversión en actividades comerciales y de marketing para aumentar las ventas.

Tabla 14

Presentación de capital de trabajo

Año	2020	2021	2022	2023	2024
Promedio de Cobro	385.314	385.314	770.628	770.628	770.628
Permanencia Inventario	111.426	111.426	222.852	222.852	222.852
Periodo Promedio Proveedores	-55.713	-55.713	-111.426	-111.426	-111.426
Total	441.027	441.027	882.054	882.054	882.054

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra diferentes indicadores financieros anuales de 2020 a 2024. El promedio de cobro se duplica en 2022 y se mantiene constante hasta 2024. La permanencia del inventario sigue la misma tendencia. El periodo promedio de proveedores se duplica negativamente en 2022 y se mantiene constante hasta 2024. El total también se duplica en



2022 y se mantiene constante hasta 2024, reflejando un crecimiento significativo en los valores promedio y totales a partir de 2022.

Tabla 15

Proyecciones según periodo

Año	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por venta	-	2,311,884	4,623,768	9,247,536	13,871,304	18,495,072
Costos por venta	-	-	-	-	-8,022,672	-
		1,337,112	2,674,224	5,348,448		10,696,896
Margen Delivery	-	974,772	1,949,544	3,899,088	5,848,632	7,798,176
Mano de Obra	-	-673,313	-673,313	-	-1,857,188	-1,857,188
	168,328			1,857,188		
Gastos de administración	-21,208	-84,831	-84,831	-86,492	-86,492	-86,492
Gastos de ventas	-22,788	-91,154	-91,154	-114,692	-114,692	-114,692
Margen Operacional	-	125,475	1,100,247	1,840,716	3,790,260	5,739,804
	212,324					
Intereses financieros	-	-	-	-	-	-
Depreciación	-84,615	-84,615	-84,615	-173,846	-173,846	-173,846
Amortización	-	-	-	-	-	-
Margen antes de impuesto	-	40,859	1,015,632	1,666,870	3,616,414	5,565,958
	212,324					
Impuesto (27%)	-	-11,032	-274,221	-450,055	-976,432	-1,502,809
Utilidad Neta	-	29,827	741,411	1,216,815	2,639,982	4,063,149
	212,324					

Nota: Elaboración propia

La tabla muestra un análisis financiero detallado desde 2019 hasta 2024. Incluye ingresos por venta, costos por venta, y otros gastos operativos, proporcionando un margen operacional. También se detallan los intereses financieros, depreciación, amortización,



margen antes de impuestos, impuestos y la utilidad neta. Los datos reflejan un crecimiento significativo en los ingresos y la utilidad neta a lo largo del período analizado, lo que indica una mejora en la rentabilidad de la empresa.

Tabla 16
proyección de caja

Año	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad neta	-212,324	29,827	741,411	1,216,815	2,639,982	4,063,149
Intereses financieros	-	-	-	-	-	-
Depreciación	84,615	84,615	84,615	173,846	173,846	173,846
Cliente	-385,314	-385,314	-	-770,628	-770,628	-770,628
			770,628			
Proveedores	55,713	55,713	111,426	111,426	111,426	111,426
Stock Necesario	-111,426	-111,426	-	-222,852	-222,852	-222,852
			222,852			
Flujo Operacional	-212,324	-326,584	384,999	508,607	1,931,774	3,354,941
Inversión	-	-	-	-	-	-
	1,346,154	1,369,231				
Valor Residual	-	-	-	-	-	15,905,476
FCF (Flujo de Caja Neto)	-	-326,584	384,999	-860,624	1,931,774	19,260,417
	1,558,478					

Fuente: elaboración propia

La tabla proporciona un análisis financiero detallado desde 2019 hasta 2024, mostrando la utilidad neta, intereses financieros, depreciación, clientes, proveedores, stock necesario, flujo operacional, inversión, valor residual y flujo de caja neto (FCF). Los



datos reflejan un crecimiento significativo en la utilidad neta y el flujo de caja neto hacia el final del período, indicando una mejora en la rentabilidad y eficiencia operativa de la empresa.

4.1.5. *Contrastación de Hipótesis*

- Hipótesis General:

Hipótesis: El establecimiento adecuado de la Empresa ROCA para brindar servicios al cliente en la oferta y expendio de venta de la comercialización de filtros a las grandes empresas mineras de la región Puno es buena.

Contrastación:

Para contrastar esta hipótesis, se realizaron análisis financieros y de mercado, incluyendo la evaluación de los ingresos por ventas, costos, márgenes operacionales y flujos de caja. Los datos indican un crecimiento sostenido en los ingresos y utilidad neta de la empresa, lo cual sugiere que la estrategia de establecimiento de ROCA S.A. es efectiva. La tabla de flujo de caja neto muestra un incremento significativo en 2024, con un FCF de 19,260,417 USD, respaldando la hipótesis de que el establecimiento de la empresa es adecuado y está generando buenos resultados financieros.

- Hipótesis Específicas:

Hipótesis 1: Realizar oportunamente un estudio socioeconómico post pandemia COVID-19 para la comercialización de filtros para camiones de carga pesada en las grandes compañías mineras de la región Puno es muy buena.

Contrastación:



Se observó un aumento significativo en las ventas después del período 2020-2021, reflejando una recuperación económica post pandemia.

Los ingresos por ventas en 2021 fueron de 4,623,768, aumentando a 18,495,072 en 2024, lo que sugiere que la empresa ha capitalizado en la recuperación económica y ha mejorado su posición de mercado.

Estos datos indican que el estudio socioeconómico y las estrategias implementadas en respuesta han sido efectivas, respaldando esta hipótesis.

Hipótesis 2: La empresa ROCA debe reclutar personal técnico calificado y especializado para realizar estudios de mercado y marketing de la oferta y expendio del producto filtros para ofrecer a grandes compañías mineras de la región Puno y el extranjero es muy buena.

Contrastación:

La eficiencia operativa mejorada se refleja en la estabilidad de los costos y la optimización del margen operacional (EBITDA), que creció de 125,475 en 2020 a 5,739,804 en 2024. La inversión en mano de obra y gastos de administración se mantiene constante, lo que sugiere una gestión eficiente y una capacidad de adaptación del personal técnico calificado.

La mejora continua en los márgenes operacionales y el flujo de caja neto respalda la necesidad de personal técnico calificado para mantener y mejorar las operaciones y estrategias de mercado.

En conclusión

Los datos y análisis realizados en el documento respaldan tanto la hipótesis general como las hipótesis específicas planteadas. La estrategia de establecimiento de la empresa



ROCA S.A. es adecuada y efectiva, con una recuperación sólida post pandemia y una mejora constante en la rentabilidad. La contratación de personal técnico calificado y especializado ha sido fundamental para alcanzar estos resultados positivos.



CONCLUSIONES

- PRIMERA:** El presente trabajo de investigación, a través del monitoreo de los empleados de la empresa, han logrado detectar el establecimiento adecuado de tiendas comerciales en la oferta y expendio del producto filtros a las empresas mineras de la región de Puno, obteniendo buenos ingresos económicos como patrimonio de la empresa ROCA S.A.
- SEGUNDA:** Par el establecimiento de tiendas comerciales del expendio del producto filtros en la región de Puno se ha realizado un estudio socioeconómico para que la empresa ROCA S.A., pueda colocar en el mercado su mercadería buscando nuevos clientes a fin de que se extienda el negocio a otras ciudades donde existen explotación minera, puesto que este producto está diseñado y fabricado para camiones de carga pesada y maquinarias que explotan minerales. Precisamente el negocio tiene claves para lograr el éxito en el mercado bajo el principio de velar la seguridad de la empresa en brindar servicios a los usuarios.
- TERCERA:** De igual manera, hemos trabajado cara y cara con la empresa ROCA S.A., utilizando instrumentos adecuados para asegurar el éxito y desarrollo de la expansión de las tiendas comerciales del producto filtros en la región Puno. Existen empleados, varios de ellos son ingenieros de marketing que hace estudio de mercado para establecer tiendas comerciales de expendio de lubricantes para camiones de carga pesada y maquinarias de explotación minera que requieren este combustible para el normal funcionamiento. La cantidad de filtros empleados en el campo de la



minería cumple con la política económica para acrecentar su establecimiento en diferentes mercados de la región captando clientes activos para brindar acertadamente el consumo con el sistema de mayor operación para lograr una buena rentabilidad.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** Según lo expuesto en el desarrollo de la investigación, sugerimos a la empresa ROCA S.A., buscar nuevos mercados en el ámbito de la región Puno y otras regiones ofertando para su venta el producto filtros de camiones de carga pesado y maquinas específicas de la explotación minera; además requiere otros ámbitos para el posicionamiento competitivo de mercados ofreciendo otros productos de la industria automotor.
- SEGUNDA:** Asimismo, exhortamos al dueño y trabajadores de la empresa ROCA S.A., contar con profesionales especialistas para seguir realizando en otros ámbitos de la región de Puno y otras regiones estudio de mercado a fin de abrir nuevas tiendas comerciales con visualización de la marca y tipo de productos y captar nuevos clientes y usuarios del producto que oferta por ahora.
- TERCERA:** Recomendamos a la empresa proveedor de este tipo de combustible para camiones y maquinarias pesadas de la explotación minera implementar en el mercado competitivo otro tipo de filtros y lubricantes de acuerdo a la tecnología moderna a fin de captar nuevos clientes con mercadería garantizada para cualquier industria de la tecnología competente.



BIBLIOGRAFÍA

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación.

McGraw-Hill Education.

Yin, R. K. (2009). Case Study Research: Design and Methods. Sage Publications.

Polit, D. F., & Beck, C. T. (2006). Essentials of Nursing Research: Appraising Evidence for Nursing Practice. Lippincott Williams & Wilkins.

Cronbach, L. J., & Meehl, P. E. (1955). Construct Validity in Psychological Tests.

Psychological Bulletin, 52(4), 281-302.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests.

Psychometrika, 16(3), 297-334.

Carmines, E. G., & Zeller, R. A. (1979). Reliability and Validity Assessment. Sage

Publications.

Field, A. (2013). Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics. Sage Publications.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of Qualitative Research: Techniques and

Procedures for Developing Grounded Theory. Sage Publications.

Krippendorff, K. (2004). Content Analysis: An Introduction to its Methodology. Sage

Publications.

Patton, M. Q. (2015). Qualitative Research & Evaluation Methods. Sage Publications.

Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). Internet, Phone, Mail, and

Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method. John Wiley & Sons.

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. American Journal of Theoretical and Applied

Statistics, 5(1), 1-4.



Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). Foundations of Behavioral Research. Harcourt College Publishers.

Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2017). Principles of Corporate Finance. McGraw-Hill Education.

Damodaran, A. (2012). Investment Valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset. John Wiley & Sons.

Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2016). Corporate Finance. McGraw-Hill Education.

Campbell, D. T., & Stanley, J. C. (1963). Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research. Houghton Mifflin Company.

Anastasi, A., & Urbina, S. (1997). Psychological Testing. Prentice Hall.

Angrosino, M. V. (2007). Doing Ethnographic and Observational Research. Sage Publications.

ANEXOS

Anexo 1: Preguntas de la encuesta

Número	Preguntas
1	Consideras relevante para tu negocio (estratégico) el tipo de filtro utilizado, en términos económicos y/o técnico (¿por qué?)
2	¿Qué tipos de tecnologías de filtros conoces? ¿Y de qué compañía? (valorizar de 1 a 5)
3	¿Tienes algún problema con los actuales filtros utilizados?
4	¿Identificas la propuesta de valor de la actual empresa de filtros?
5	¿Bajo qué método de canal estás siendo atendido, y cuál te acomodaría?
6	¿El formato de abastecimiento hoy los satisface? (Tiempos de entrega, frecuencia)
7	¿Tienen soluciones integrales a problemas técnicos?
8	¿Cuál es la frecuencia de la licitación de los Filtros?
9	¿Reconoce a su actual proveedor como un stakeholders relevantes en supply chain?
10	¿Que espera hoy actualmente de su proveedor? (servicio, atención, Services Level Agreement)
11	Tienes conocimiento de las características técnicas de los filtros utilizados
12	¿Bajo qué formato (horas saturación) está cambiando hoy los filtros?

Anexo 2: productos y ficha técnica:

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-7-18-22

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 7µm
 Altura máxima: 24 Pulgadas
 Diámetro externo: 19 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 7µ
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-7-18-22	AF899M	P182040

APLICACIONES

Aire primario Heavy Duty

Equipos mineros

Equipos de movimiento de tierra

Equipos de transporte de carga en general

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-7-12-22

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 7µm
 Altura máxima: 22 Pulgadas
 Diámetro externo: 12 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 7µ
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-7-12-22	AF880	P117781

APLICACIONES

Aire secundario Heavy Duty

Equipos mineros

Equipos de movimiento de tierra

Equipos de transporte de carga en general

ESPECIFICACIONES TECNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-10-18-22

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 10µm
 Altura máxima: 24 Pulgadas
 Diámetro externo: 19 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 10µ.
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-10-18-22	AF679M	P182036

APLICACIONES
Aire primario Heavy Duty
Equipos mineros
Equipos de movimiento de tierra
Equipos de transporte de carga en general

ESPECIFICACIONES TECNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-7-11-22

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 7µm
 Altura máxima: 22 Pulgadas
 Diámetro externo: 11 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 7µ.
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-7-11-22	AF857	P115070

APLICACIONES
Aire secundario Heavy Duty
Equipos mineros
Equipos de movimiento de tierra
Equipos de transporte de carga en general

ESPECIFICACIONES TECNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-7-18-24

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 7µm
 Altura máxima: 24 Pulgadas
 Diámetro externo: 18 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 7µ.
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-7-18-24	AF27696	P608306

APLICACIONES
Aire primario Heavy Duty
Equipos mineros
Equipos de movimiento de tierra
Equipos de transporte de carga en general

ESPECIFICACIONES TECNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-7-12-22

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 7µm
 Altura máxima: 22 Pulgadas
 Diámetro externo: 12 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 7µ.
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-7-12-22	AF27695	P608305

APLICACIONES
Aire secundario Heavy Duty
Equipos mineros
Equipos de movimiento de tierra
Equipos de transporte de carga en general

ESPECIFICACIONES TECNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-7-12-15

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 7µm
 Altura máxima: 15 Pulgadas
 Diámetro externo: 12 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 7µ.
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-7-12-15	AF25135M	P532505

APLICACIONES
Aire primario Heavy Duty
Equipos mineros
Equipos de movimiento de tierra
Equipos de transporte de carga en general

ESPECIFICACIONES TECNICAS



N° Parte de fabricación: HS-1-101-7-8-15

Tamaño de Poro o Grado de filtración: 7µm
 Altura máxima: 15 Pulgadas
 Diámetro externo: 8 Pulgadas
 Sello: Poliuretano expandido
 Medias filtrante: Celulosa Heavy Duty. Esta media filtrante es de origen Americanas y Europeas, certificadas.
 Rango de T°: Máximo 70 °C.
 Eficiencia: 99,5 %, para partículas mayores o iguales a 7µ.
 Lo anterior, sujeto a factores de Temperatura.

EQUIVALENCIAS		
Kapta	FleetGuard	Donaldson
HS-1-101-7-8-15	AF25136M	P532506

APLICACIONES
Aire secundario Heavy Duty
Equipos mineros
Equipos de movimiento de tierra
Equipos de transporte de carga en general



MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> •La Empresa ROCA no está adecuadamente establecido para brindar servicios al cliente en la oferta y exposición de venta de la comercialización de filtros a las empresas mineras de la región Puno. <p>Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> •La situación económica en la región Puno no ha alcanzado su plenitud después de la pandemia del COVID 19 para emprender la comercialización de filtros para camiones de carga pesada a las grandes empresas mineras de la región Puno. •La empresa ROCA no cuenta con personal técnico calificado y especializado para realizar el estudio de mercado y marketing del expendio de producto de filtros para ofrecer a grandes compañías mineras de la región Puno y el extranjero. 	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> •Determinar el establecimiento adecuado de la Empresa ROCA S.A., para brindar servicios el cliente en la oferta y expendio de la comercialización de filtros a las empresas mineras de la región Puno. <p>Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> •Emprender un estudio socioeconómico post pandemia COVID 19 para ejecutar la comercialización de filtros para camiones de carga pesada en las grandes compañías mineras de la región Puno. •Prever la Empresa ROCA S.A., reclutar personal técnico calificado y especializado para realizar estudio de mercado y marketing de la oferta y expendio del producto filtros para ofrecer a grandes compañías mineras de la región Puno y el extranjero. 	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> •El establecimiento es adecuado de la Empresa ROCA para brindar servicios al cliente en la oferta y expendio de venta de la comercialización de filtros a las grandes empresas mineras de la región Puno, es buena. <p>Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> •Realizar oportunamente un estudio socioeconómico post pandemia COVID 19 para la comercialización de filtros para camiones de carga pesada en las grandes compañías mineras de la región Puno, es muy buena. •La empresa ROCA debe prevenir reclutar personal técnico calificado y especializado para realizar estudio de mercado y marketing de la oferta y expendio del producto filtros para ofrecer a grandes compañías mineras de la región Puno y el extranjero, es muy buena. 	<p>Independiente</p> <ul style="list-style-type: none"> •Plan de negocios <p>Dependiente</p> <ul style="list-style-type: none"> •Comercialización de filtros 	<p>1.1. Diseño No Experimental: No manipula las variables de estudio; se observan los fenómenos en su contexto natural (Campbell & Stanley, 1963).</p> <p>1.2. Método Estudio de Caso: Focaliza en la empresa ROCA S.A., analizando su mercado, operaciones y estrategias comerciales. Este método es ideal para investigaciones profundas en contextos específicos (Yin, 2009).</p>



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 30 - 04 - 2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: FREDDY ALBERTO CRUZ CCANASA
 Dirección: Jr Puno #801 - JULIACA
 DNI/Camé de Extranjería/Pasaporte N°: 74241452
 Teléfono: 955787501 email: Freddy.cruz.ccanasa@gmail.com
 Nombres y Apellidos:
 Dirección:
 DNI/Camé de Extranjería/Pasaporte N°:
 Teléfono: email:
 Facultad y/o Escuela de Posgrado: FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
 Escuela Profesional o Mención: INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
 Título o Grado Académico a optar: INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO
 Asesor: M.Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO
 Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:
 Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico
 Título: PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE FILTROS - ROCA S.A.
 DE JULIACA
 Palabras claves, (3 a 5 términos): Filtros, minería, cadena de valor, distribución.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1, 2}?

1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - P25

Firma de Autor



huella digital

30-04-2024

Fecha