



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PÚBLICO**

"MARCO"

**PLAN DE TRABAJO
PROYECTO PRODUCTIVO**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS
INDUSTRIAS ALIMENTARIAS**



PROYECTO PRODUCTIVO:
PRODUCCIÓN – COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS
“INSTITUTO TECNOLÓGICO MARCO” – 2026

A. DATOS INFORMATIVOS

Institución: **INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PÚBLICO "MARCO" – JAUJA**

Director: **MG. DAVID ARTURO CERMEÑO TORPOCO**

P. de Estudios: **INDUSTRIAS ALIMENTARIAS**

Responsable: **ING. SAÚL ROMERO URRUTIA**

Cargo: **DOCENTE**

Fecha: **MAYO – DICIEMBRE 2026**

B. BASE LEGAL

La base legal es la misma que sustenta el proyecto anterior, aplicable a toda institución pública de educación superior tecnológica:

- Constitución Política del Perú 1993.
- Ley N° 30512: Ley de institutos y escuelas de educación superior y de la carrera pública de sus docentes.
- Ley N° 28044, Ley General de Educación.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- D.S. N° 028-2007-ED: Reglamento de gestión de recursos propios y actividades productivas en instituciones educativas públicas.
- Ley N° 29394: Ley de Institutos y Escuelas de Educación Superior.
- Reglamento Interno del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "MARCO".
- Plan Anual de Trabajo 2026 de la institución.

I. DATOS PRELIMINARES

1.1. JUSTIFICACIÓN

El Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "MARCO", ubicado en la provincia de Jauja, departamento de Junín, es una institución educativa de nivel superior comprometida con la formación técnica integral de sus estudiantes, articulando la teoría con la práctica productiva.

El Programa de Estudios de Industrias Alimentarias tiene como misión formar profesionales competentes en el procesamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos, utilizando las materias primas

de la región (leche, carnes, frutas, granos andinos, entre otros) y promoviendo la innovación, el emprendimiento y la sostenibilidad.

La Ley N° 30512, en su artículo 3 literal d, establece como fin de la educación superior “promover el emprendimiento, la innovación, la investigación aplicada, la educación permanente y el equilibrio entre la oferta formativa y la demanda laboral”. Asimismo, el D.S. N° 028-2007-ED, en su artículo 23, define las actividades productivas como la producción de bienes o prestación de servicios que realiza la institución educativa en concordancia con su capacidad instalada.

En virtud de lo expuesto, aprovechando la experticia de los docentes y la formación de los estudiantes del Programa de Industrias Alimentarias, se propone el presente proyecto productivo para la producción y comercialización de ocho (08) productos alimenticios: yogurt, queso fresco, queso mozzarella, helado de leche, jamón, empanada de carne, néctares de frutas y agua mineral, durante el período de mayo a diciembre de 2026.

a) Ubicación del Proyecto

El proyecto se desarrollará en las instalaciones del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "MARCO", ubicado en el distrito de Marco, provincia de Jauja, departamento de Junín. Se utilizarán los talleres de procesamiento de lácteos, cárnicos, frutas, bebidas, panadería y pastelería. Para la comercialización se buscará un punto de ventas en la carretera principal Jauja – Tarma, en el distrito de Acolla.

b) Experiencia

El Programa de Estudios de Industrias Alimentarias cuenta con amplios conocimientos en la elaboración de productos alimenticios derivados de la leche, carnes y frutas de la región. Estas previas permiten identificar oportunidades de mejora en los procesos productivos, en la calidad organoléptica de los productos y en la estrategia de comercialización. El presente proyecto busca consolidar estas experiencias en un plan de producción y venta, bajo estricto cumplimiento de las normas sanitarias y legales.

1.2. NOMBRE DEL PROYECTO

PROYECTO PRODUCTIVO DE PRODUCCIÓN – COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS “INSTITUTO TECNOLÓGICO MARCO” – 2026

II. ENTORNO

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Datos políticos, jurídicos y legales: El Instituto de Educación Superior Tecnológico Público "MARCO" es una institución educativa pública

debidamente formalizada, con reconocimiento oficial y en pleno ejercicio de sus funciones.

Datos económicos: La provincia de Jauja y la región Junín presentan un mercado creciente para productos lácteos artesanales, derivados cárnicos, bebidas naturales y panadería. El turismo en el Valle del Mantaro genera una demanda sostenida de productos alimenticios de calidad, con identidad regional.

Datos sociales y culturales: La población de Jauja y sus alrededores valora los productos elaborados con insumos locales, bajo procesos artesanales y con garantía de inocuidad. Existe una tendencia creciente hacia el consumo de productos saludables, naturales y fortificados.

Datos tecnológicos: El instituto cuenta con equipos y maquinaria para el procesamiento de lácteos (pasteurizador, tanques, batidoras), cárnicos (moledora, embutidora, horno), frutas (extractor, pasteurizador) y panadería (horno, amasadora). Se requiere actualización en sistemas de envasado y etiquetado para cumplir con los estándares de comercialización.

Capacidad productiva: El instituto dispone de profesionales con amplia experiencia en cada línea de producción. Los estudiantes del programa de Industrias Alimentarias participan activamente como parte de su formación práctica. Se establecerán alianzas estratégicas con productores locales de leche, carnes, mango y otros insumos para garantizar la calidad y el abastecimiento.

2.2. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

El mercado: El mercado objetivo se ubica en la provincia de Jauja y ciudades cercanas (Huancayo, Concepción, Tarma), con proyección a turistas nacionales y extranjeros que visitan el Valle del Mantaro.

Los segmentos: Los productos están orientados a:

- Consumidores locales de niveles socioeconómicos B y C.
- Instituciones educativas, empresas y entidades públicas para programas de alimentación.
- Turistas que buscan productos regionales de calidad.
- Tiendas naturistas, mercados locales y ferias gastronómicas.

La competencia: Existen productores locales y regionales de lácteos, cárnicos y bebidas. La diferenciación se basará en la calidad, inocuidad, presentación y el respaldo institucional del tecnológico.

Los proveedores: Jauja y el Valle del Mantaro cuentan con una amplia oferta de leche fresca, carne de cerdo y res, mango (proveniente de la selva central), frutas y granos. La cercanía a Huancayo facilita la adquisición de insumos complementarios (envases, etiquetas, aditivos).

III. DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1. UBICACIÓN

- **Departamento:** Junín
- **Provincia:** Jauja
- **Distrito:** Marco
- **Lugar de producción:** Campus del Instituto de Educación Superior Tecnológico "Marco".
- **Lugar de venta:** Local del IESTP "Marco", además a las afueras del mercado de abastos de Acolla.

3.2. PRODUCTOS A ELABORAR

N°	PRODUCTO	LÍNEA DE PRODUCCIÓN	TEMPORADA (MESES)
1	Yogurt (natural y frutado)	Lácteos	Junio – Diciembre
2	Queso fresco	Lácteos	Junio – Diciembre
3	Queso mozzarella	Lácteos	Junio – Diciembre
4	Helado de leche (varios sabores)	Lácteos	Junio – Diciembre
5	Jamón (de cerdo)	Cárnicos	Junio – Diciembre
6	Empanada de carne	Panadería / Pastelería	Junio – Diciembre
7	Néctar de mango	Bebidas / Frutas	Junio – Diciembre
8	Agua mineral	Bebidas	Junio – Diciembre

3.3. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y DESTINO DE UTILIDADES

La inversión total será asumida en un 60% por el instituto (activos fijos, mantenimiento, supervisión) y un 40% por los estudiantes (capital de trabajo rotativo), con participación directa con su aporte y horas de trabajo. Las utilidades se destinarán a:

- Reinversión en equipamiento y mejora de talleres (40%).
- Alimentación y viáticos para estudiantes participantes (30%).
- Depósito bancario a la institución (20%).
- Gastos administrativos y de gestión (10%).

3.4. ESTRUCTURA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

La ejecución estará a cargo de las autoridades institucionales según el organigrama funcional, bajo el docente responsable Ing. Saúl Romero Urrutia, con la participación activa de docentes especialistas en cada línea productiva y estudiantes del programa de Industrias Alimentarias y puede ser ampliada a los demás programas de estudios.

IV. IDENTIDAD INSTITUCIONAL

4.1. VISIÓN

Ser al 2027 una institución de Educación Superior Tecnológica Ser calificados, con una cultura productiva y emprendedora, brindando formación integral de calidad, con personal idóneo, infraestructura y

equipamiento moderno; implementando una gestión académica e institucional de manera sostenible a nivel nacional.

4.2. MISIÓN

Somos un instituto de Educación Superior Tecnológico Público que forma profesionales técnicos competitivos, con valores que solucionen problemas, promoviendo la innovación y el emprendimiento a través de una formación integral e inclusiva, que contribuya al desarrollo socioeconómico, conservación del medio ambiente de manera sostenible a nivel nacional.

V. PLAN OPERACIONAL

5.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

PRODUCTO	DEFINICIÓN	PRESENTACIÓN	CONSERVACIÓN
Yogurt	Producto lácteo fermentado, de consistencia cremosa y sabor agradable	Envase de plástico (500 ml, 1 L)	Refrigerado ($\leq 8^{\circ}\text{C}$)
Queso fresco	Queso de pasta blanda, no madurado, de sabor suave	Envase de polietileno (250 g, 500 g)	Refrigerado ($\leq 8^{\circ}\text{C}$)
Queso mozzarella	Queso de pasta filada, de alta elasticidad y fundido	Envase al vacío (250 g, 500 g).	Refrigerado ($\leq 8^{\circ}\text{C}$)
Helado de leche	Postre congelado elaborado a base de leche, azúcar y sabores naturales.	Envase de polipropileno (1 L)	Congelado (-18°C)
Jamón	Producto cárnico cocido, elaborado a base de carne de cerdo.	Envase al vacío (500 g).	Refrigerado ($\leq 8^{\circ}\text{C}$)
Empanada de carne	Producto de panadería relleno de carne sazonada, horneado.	Envase individual termoformado.	Refrigerado ($\leq 8^{\circ}\text{C}$)
Néctar de mango	Bebida elaborada con pulpa de mango, agua, azúcar y ácido cítrico	Envase Tetra Pak o vidrio (500 ml, 1 L)	Ambiente fresco
Agua mineral	Agua purificada con minerales esenciales.	Envase PET (500 ml, 1.5 L, 2 L)	Ambiente fresco

5.2. DIMENSIÓN DE MATERIA PRIMA E INSUMOS (POR PRODUCTO)

Se presenta una estimación mensual para cada producto:

PRODUCTO	PRINCIPALES INSUMOS	CANTIDAD MENSUAL (APROX.)
Yogurt	Leche fresca, cultivos lácticos, azúcar, estabilizantes, frutas.	1,500 L
Queso fresco	Leche fresca, cuajo, cloruro de calcio, sal	1,200 L
Queso mozzarella	Leche fresca, cuajo, cloruro de calcio, sal, ácido cítrico	800 L
Helado de leche	Leche, crema de leche, azúcar, estabilizantes, frutas	300 L base

Jamón	Carne de cerdo, sal, nitritos, especias, tripas artificiales	150 kg
Empanada de carne	Harina, manteca, carne de res, cebolla, especias	200 kg masa
Néctar de mango	Pulpa de mango, azúcar, ácido cítrico, agua	500 L
Agua mineral	Agua potable tratada, minerales	2,000 L

5.3. PLANEACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS DE TRABAJO

Las áreas de trabajo serán los talleres especializados del programa de Industrias Alimentarias:

LÍNEA PRODUCTIVA	ÁREA DE TRABAJO
Lácteos	Planta Piloto de Lácteos (recepción, pasteurización, fermentación, maduración)
Cárnicos	Planta Piloto de Cárnicos (recepción, molido, embutido, cocción, ahumado)
Frutas y Bebidas	Planta Piloto de Frutas y Bebidas (recepción, extracción, pasteurización, envasado)
Panadería y Pastelería	Taller de Panadería y Pastelería (amasado, fermentación, horneado, enfriado)

VI. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN (MAYO – DICIEMBRE 2026)

ACTIVIDAD	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Elaboración y aprobación de proyecto.	X							
Adquisición de insumos		X	X	X	X	X		
Capacitación de estudiantes	X	X	X	X	X	X	X	X
Acondicionamiento de áreas	X							
Producción (Diversos productos)		X	X	X	X	X	X	X
Comercialización		X	X	X	X	X	X	X
Estrategia de ventas		X	X	X	X	X	X	X
Participación en ferias			X		X		X	
Ventas directas		X	X	X	X	X	X	X
Evaluación		X	X	X	X	X	X	X
Control de calidad		X	X	X	X	X	X	X
Evaluación económica		X	X	X	X	X	X	X
Informe final								X

VII. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

7.1. ESTRATEGIAS DE VENTA

- Venta directa en el instituto: Punto de venta en el mismo campus, atendido por estudiantes.
- Alianzas con mercados locales: Distribución en mercados de Jauja y Huancayo.
- Venta institucional: Oferta a colegios, municipalidades, empresas y entidades públicas.
- Ferias gastronómicas: Participación en ferias regionales (Feria del Valle del Mantaro, Ferias de la Alimentación Saludable).

- Redes sociales: Promoción a través de Facebook, Instagram, tik tok con el respaldo de la marca institucional.

7.2. PRECIOS REFERENCIALES

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	COSTO DE PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA
1. Yogurt frutado	1 L	S/. 6.50	S/. 8.00
	½ L	S/. 3.20	S/. 4.50
2. Queso fresco	1 Kg	S/. 22.00	S/. 26.00
	½ Kg	S/. 11.50	S/. 13.50
3. Queso mozzarella	250g	S/. 8.20	S/. 10.00
	1 Kg	S/. 31.30	S/. 35.00
4. Helado de leche	1L	S/. 8.00	S/. 10.00
5. Jamón	500g	S/. 12.00	S/. 18.00
6. Empanada de carne	Unidad	S/. 1.90	S/. 3.00
7. Néctar de mango	1L	S/. 4.50	S/. 6.00
8. Agua mineral	600ml	S/. 0.75	S/. 1.00

7.3. METAS DE PRODUCCIÓN (UNIDADES POR PRODUCTO)

PRODUCTO	PRESENTACIÓN	META MENSUAL	PRECIO UNITARIO	META TOTAL (JUN-DIC)
1. Yogurt frutado	1 L	200	S/. 6.50	S/ 11,200.00
	½ L	200	S/. 3.20	S/ 6,300.00
2. Queso fresco	1 Kg	80	S/. 22.00	S/ 14,560.00
	½ Kg	150	S/. 11.50	S/ 14,175.00
3. Queso mozzarella	250g	100	S/. 8.20	S/ 7,000.00
	1 Kg	60	S/. 31.30	S/ 14,700.00
4. Helado de leche	1L	60	S/. 8.00	S/ 4,200.00
5. Jamón	500g	60	S/. 12.00	S/ 7,560.00
6. Empanada de carne	Unidad	100	S/. 1.90	S/ 2,100.00
7. Néctar de mango	1L	80	S/. 4.50	S/ 3,360.00
8. Agua mineral	600ml	200	S/. 0.75	S/ 1,400.00
TOTAL				S/ 86,555.00

XIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

El proyecto productivo integral del Instituto Tecnológico "MARCO" representa una oportunidad estratégica para articular la formación académica de los estudiantes de Industrias Alimentarias con la generación de ingresos propios para la institución.

La diversificación en ocho líneas de producto (lácteos, cárnicos, bebidas y panadería) permite aprovechar la capacidad instalada de los talleres, la

experiencia docente y la disponibilidad de materias primas en la región Junín.

El cronograma de mayo a diciembre asegura la producción sostenida durante el año académico, con especial énfasis en temporadas de mayor demanda (Fiestas Patrias, Semana de Jauja, Navidad).

La estructura financiera propuesta garantiza la sostenibilidad del proyecto, con una rentabilidad estimada del 25% y una clara distribución de utilidades que beneficia tanto a la institución como a los estudiantes participantes.

8.2. RECOMENDACIONES

Gestionar los registros sanitarios de cada producto ante DIGESA o la autoridad sanitaria regional para garantizar la comercialización formal.

Implementar un sistema de aseguramiento de la calidad que incluya controles en todas las etapas del proceso productivo, con participación activa de los estudiantes.

Desarrollar una marca institucional con identidad visual propia que permita posicionar los productos en el mercado local y regional.

Establecer alianzas estratégicas con productores locales de leche, carne y mango para garantizar el abastecimiento de insumos de calidad a precios competitivos.

Capacitar a los estudiantes en gestión comercial (ventas, atención al cliente, marketing) como parte complementaria de su formación técnica.

Realizar una evaluación mensual de producción, ventas y costos para realizar ajustes oportunos y garantizar el cumplimiento de las metas.

Fomentar la participación en ferias y concursos gastronómicos para dar a conocer los productos y obtener retroalimentación del mercado.

Mayo, 2026

ANEXO: DISEÑO TENTATIVO DE PUNTO DE VENTAS

