



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA ECONÓMICA Y DE
NEGOCIOS

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA GALLETAS ARTESANALES HECHAS DE
HARINA DE ARRACACHA”

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Ingeniería Económica y de Negocios

Presentado por:

Linn Araceli Saez Vilanueva

Sheylla Brighith Vasquez Rosas

LIMA- PERÚ

2020

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 28/01/2020

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Luis Eduardo García Calderón

En el curso de:

Formulación y Evaluación de Proyectos

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA GALLETAS ARTESANALES HECHAS DE HARINA DE ARRACACHA

Presentada por los estudiantes:

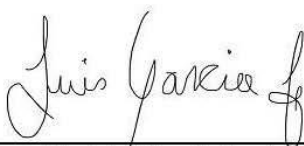
CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO
IEN	Saez Villanueva, Linn Araceli	180000047@ucientifica.edu.pe	922211994
IEN	Vasquez Rosas, Sheylla Brighith	180000052@ucientifica.edu.pe	993655682

Para optar al grado de Bachiller en Ingeniería Económica y de Negocios en la carrera profesional de Ingeniería Económica, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
180000047	Saez Villanueva, Linn Araceli	Aprobado (13)	
180000052	Vasquez Rosas, Sheylla Brighith	Aprobado (18)	

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Luis Eduardo García Calderón

*Este documento debe ser enviado por correo electrónico a smezab@cientifica.edu.pe

INDICE DE CONTENIDO

INDICE DE CONTENIDO	3
INDICE DE FIGURAS	7
INDICE DE TABLAS	8
I. CAPÍTULO 1	10
1. Antecedentes	10
1.1. <i>Antecedentes locales</i>	10
1.2. <i>Antecedentes nacionales</i>	11
1.3. <i>Antecedentes Internacionales</i>	12
II. CAPÍTULO 2	14
2. Descripción del problema económico	14
III. CAPÍTULO 3	14
3. Idea de inversión	14
3.1 Análisis externo	14
a) <i>Político legal</i>	14
b) <i>Económico</i>	16
c) <i>Socio cultural</i>	19
d) <i>Tecnológico</i>	20
3.2 Análisis interno	20
a) <i>Estrategia</i>	20
b) <i>Organización</i>	22

c) <i>Recursos humanos</i>	22
3.3 <i>Análisis 5 fuerzas competitivas</i>	23
a) <i>Amenaza de nuevos competidores</i>	24
b) <i>Rivalidad de los competidores existentes</i>	24
c) <i>Amenaza de sustitutos</i>	24
d) <i>Poder de negociación de los proveedores</i>	24
e) <i>Poder de negociación de los clientes</i>	25
IV. CAPÍTULO 4	27
4. Formulación de alternativas	27
V. CAPÍTULO 5	30
5. Matriz de decisión de alternativas	30
VI. CAPÍTULO 6	32
6. Justificación de la inversión	32
VII. CAPÍTULO 7	34
7. Diseño de la superestructura	34
7.1 <i>Misión</i>	34
7.2 <i>Visión</i>	34
7.3 <i>Valores</i>	34
7.4 <i>Formulación de la estrategia</i>	34
a) <i>Diferenciación del producto:</i>	35

b) <i>Segmentación del mercado</i>	35
VIII. CAPÍTULO 8	37
8. Planeamiento por áreas de negocio (Planeamiento de la estructura)	37
8.1. Aspectos legales	37
8.2. Aspectos tributarios	37
8.3. Aspectos laborales	37
a) <i>Jornada laboral</i>	38
b) <i>Salarios</i>	38
8.4. Aspectos técnicos	38
a) <i>Diseño de planta</i>	39
8.5. Estudio de mercado	40
a) <i>Definición del público objetivo</i>	40
b) <i>Definición del mercado a estudiar</i>	41
c) <i>Generación de objetivos del estudio de mercado</i>	41
d) <i>Encuesta a demandantes del mercado</i>	42
f) <i>Resultados de la encuesta</i>	43
g) <i>Análisis de mercado</i>	44
8.6. Estudio organizativo	47
a) <i>Manual organización y funciones</i>	47
8.7. Plan de operaciones	49

a) <i>Orden operacional:</i>	49
8.8. <i>Estudio ambiental</i>	49
8.9. <i>Plan de marketing</i>	53
a) <i>Estrategia de Marketing (Mix 4p)</i>	53
b) <i>Diseño del producto</i>	55
8.10. <i>Cronograma del proyecto</i>	56
8.11. <i>Plan de recursos humanos</i>	57
8.14. <i>Plan financiero y económico</i>	63
a) <i>Supuestos y políticas</i>	63
b) <i>Estimación del presupuesto de inversión inicial</i>	64
c) <i>Estructura de gastos pre operativos</i>	67
d) <i>Estructura de gastos de producción, administrativos y ventas</i>	67
d) <i>Costos Fijos</i>	68
e) <i>Costos variables</i>	69
IX. CAPÍTULO 9	71
9. <i>Evaluación financiera y análisis de estados financieros</i>	71
9.1. <i>Tasa de descuento</i>	71
9.2. <i>Criterio de evaluación de Inversiones</i>	71
a) <i>Valor actual Neto</i>	71
b) <i>Tasa Interna de Retorno</i>	71

X.	CAPÍTULO 10	74
10.	<i>Conclusiones y recomendaciones</i>	74
XI.	CAPÍTULO 11	76
11.	<i>Bibliografía</i>	76
XII.	CAPÍTULO 12	81
12.	<i>Anexos</i>	81
12.1.	<i>Encuesta Virtual</i>	81

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	Proyección de la Inflación, 2015 – 2019.....	18
<i>Figura 2.</i>	Población total y Tasa de Crecimiento Promedio Anual, 1940 – 2017	19
<i>Figura 3.</i>	Cinco fuerzas competitivas.....	23
<i>Figura 4.</i>	Diseño de planta	39
<i>Figura 5.</i>	Consumo promedio per cápita mensual de productos de panadería por ámbito geográfico.....	45
<i>Figura 6.</i>	Actividades del negocio.....	50
<i>Figura 7.</i>	Actividades del negocio, Fuente: Autor Jerome McCarthy (1960),	53
<i>Figura 8.</i>	Logo del Producto.	56
<i>Figura 9.</i>	Envase del producto	56
<i>Figura 10.</i>	Cronograma del proyecto.	57
<i>Figura 11.</i>	Estacionalidad de venta	63
<i>Figura 12.</i>	Inversión en activos fijos tangibles	65

Figura 13. Inversión en activo intangible	65
<i>Figura 14. Total de Inversión</i>	<i>66</i>
<i>Figura 15. Capital de trabajo</i>	<i>66</i>
<i>Figura 16. Gastos pre - operativos</i>	<i>67</i>
<i>Figura 17. Gastos en útiles</i>	<i>67</i>
<i>Figura 18. Gasto en herramientas</i>	<i>68</i>
<i>Figura 19. Costos Fijos</i>	<i>68</i>
<i>Figura 20. Mantenimiento.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 21. Costos variables.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 22. Flujo de caja.....</i>	<i>72</i>
<i>Figura 23. Tabla de IGV</i>	<i>72</i>

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Normas que verifican la creación de productos para que puedan ser consumidos.</i>	<i>15</i>
Tabla 2. <i>Oferta y Demanda Global Trimestral.....</i>	<i>17</i>
Tabla 3. <i>Consumo per cápita de harina, galletas y avena, 2008 - 2009 (Kg/persona) ...</i>	<i>31</i>
Tabla 4. <i>Matriz de decisión de alternativas.....</i>	<i>31</i>
Tabla 5. <i>Venta anual de galletas industriales.....</i>	<i>46</i>
Tabla 6. <i>Resumen de la demanda del año 2007 al 2012sin estacionalidad.....</i>	<i>47</i>
Tabla 7. <i>Recepción y almacenamiento de insumos</i>	<i>50</i>

Capítulo I: ANTECEDENTES



I. CAPÍTULO 1

1. Antecedentes

1.1. Antecedentes locales

Baldeon, M. y De la Cruz, F. (2008) desarrollaron una investigación titulada “Estudio de factibilidad para industrialización y americanización de la harina de arracacha”. La investigación tuvo como objetivo de mostrar si de alguna manera la creación de una fábrica o plaza que procesa harina de arracacha es factible en el periodo 2008. Para ello desarrolló una metodología de recolección de información de Cajamarca tanto a nivel primario como secundario.

Finalmente, los autores concluyeron que la harina de arracacha, como producto nutritivo, también tiende a hacer comercial, ya que el proceso de elaboración es rentable usando la tecnología necesaria y cumpliendo el reglamento asignado. Además, por el lado financiero no es difícil conseguir una inversión y tampoco insegura, pues los indicadores económicos, sobre todo el de rentabilidad nos muestra que el proyecto es rentable.

Jiménez, F. (2005) desarrolló una investigación titulada “Características Nutricionales de la Arracacha (Arracacha Xanthorrhiza) y sus Perspectiva en la Alimentación”. La investigación tuvo como objetivo describir el valor nutricional de este recurso natural a través de diversas características.

Finalmente concluyó que tiene ventajas principales, pues con la plasticidad que maneja le da una prioridad al desarrollo con respecto a otros cultivos

andinos. Las principales limitaciones del cultivo son su largo periodo vegetativo y la alta perfectibilidad. Nutricionalmente, lo más destacables es la buena calidad de su almidón y su alto contenido en caroteno, calcio, fósforo y hierro; y a nivel industrial, el delicado sabor de la arracacha y la inexistencia de factores anti nutricionales potencializan el desarrollo de una gran gama de productos.

1.2. Antecedentes nacionales

Velezmoro, J. (2004) desarrolló una investigación titulada “Perfil de Mercado de la Arracacha”. La investigación tuvo como objetivo analizar la posible introducción, en un plazo mediano, el rallado del insumo de arracacha internacionalmente si de mercados se habla.

Finalmente, concluye que por una tecnología fallida y el incorrecto manejo pos - cosecha, la arracacha tiene un deterioro rápido, lo cual perjudica en la calidad del producto. Además, que el producto no sea conocido hace aún más difícil su comercialización e industrialización. Sin embargo, la arracacha tiene un factor importante, pues este puede ser cosechado durante todo el año, por ende, podría ser comercializado en todo el año. Este producto tiene en su mayoría almidón y minerales, lo que permite una mejor digestión.

Los minerales que tiene resaltan más cuando es rallado, pues se le conoce como producto nutritivo, por otro lado, al comercializar este producto, se le puede otorgar o dar nombre como un producto natural. Finalmente, el producto que tiene un gran mercado de forma ascendente cuenta con facilidades para su explotación.

1.3. Antecedentes Internacionales

Rodríguez, G. y otros (2000) desarrollaron una investigación titulada “La harina de arracacha (*Arracacia xanthorrhiza*). Manual técnico para su elaboración”.

En este trabajo se trabajó y evaluó diversos métodos con el fin de obtener harina de arracacha. En primer lugar, nos muestra información necesaria de las características para su producción. En segundo lugar, realizan la descripción de la planta analizando sus requerimientos climáticos para el cultivo dando pautas e indicaciones con el fin de obtener un buen rendimiento agrícola. En tercer lugar, se realiza un análisis del proceso para la producción de harina desde su cosecha hasta el empaquetado.

Mahecha, K. y Olaya, H. (2012) desarrollaron una investigación titulada “Prefactibilidad proyecto: productora y comercializadora de soluciones alimenticias Ltda.”. La investigación tuvo como objetivo ver cuales son los resultados de la prefactibilidad de un proyecto que quiere dar a conocer los nutrientes alimenticios cuando se da uso de la harina de arracacha. Para ello se hizo un estudio de mercado a través de la técnica de encuesta.

Finalmente, los autores concluyen que existe una viabilidad del proyecto, puesto que muchas personas están dispuestas a consumir la arracacha.

Capítulo II: PROBLEMA ECONÓMICO
Capítulo III: ANALISIS EXTERNOS E
INTERNOS



II. CAPÍTULO 2

2. Descripción del problema económico

Se ha visto necesaria la creación de un producto innovador a causa de que en el país poseemos muchos recursos naturales que suelen ser exportados en materia prima a otros países. La idea básica es que nosotros realicemos productos para beneficio de nuestra población, es por ello que la arracacha a pesar de no ser tan conocida en el país suele ser un nutriente de gran potencial que ayuda a la salud de las personas (buena alimentación).

III. CAPÍTULO 3

3. Idea de inversión

3.1 *Análisis externo*

El análisis externo es el estudio de los factores que condicionan e influyen en la empresa y que son difícilmente controlados por ellos. Este análisis suele tener tres perspectivas:

a) *Político legal*

En el país, la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), es quien está encargada de hacer cumplir las normas con respecto a la sanidad de alimentos

Según el TUPA, el primer paso para comenzar a comercializar un producto es presentar ante la DIGESA documentos relacionados al producto, tales como:

- Nombre por naturaleza.
- Nombre con el cual sale a la venta.

- Condiciones para que el producto pueda ser conservado.
- Lote del producto
- Un listado de ingredientes y aditivos

En la actualidad contamos con normas que han sido promulgadas cuando se comienza a producir alimentos que saldrán a la venta, según DIGESA, entre ellas tenemos:

Tabla 1. Normas que verifican la creación de productos para que puedan ser consumidos.

NORMAS	NOMBRE DE LA LEY	FINALIDAD
		Preservar la salud de las personas, al garantizar la inofensiva reacción de los alimentos que son fabricados para consumo humano.
Decreto Legislativo 1062	“Ley de Inocuidad de Alimentos” (2008)	
Decreto supremo Nº 007-98-SA	Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas	Establecer las condiciones sanitarias y de higiene para los procedimientos

		de fabricación de alimentos
	Norma Sanitaria para la fabricación, elaboración y	Proteger la salud
RM 1020-2010/MINSA.	expendio de productos de panificación, panadería y pastelería	de los consumidores.

Registro de marca en INDECOPI.

Elaboración propia, Fuente: DIGESA

Los principios generales de higiene que tiene que cumplir se basan en la BPM, que significa en las Buenas Prácticas de Manufactura, que se aplican a todo el proceso productivo y a los Programas de Higiene y Saneamiento (PHS) que se basan en el local, equipos, utensilios, etc.

b) Económico

- i. PBI: El BCRP nos dice que la economía mundialmente hablando se recuperó en los últimos tres meses, es decir de, 3,0% a 3.4% en 2017.

En Perú observamos que en el segundo trimestre del año del 2018 es de 5,4%, este ascenso se dio por incremento de dos factores importantes, tanto del consumo privado y del gobierno, 5,0% y 3,3 respectivamente; Finalmente de la inversión pública y privada; 8.6% y 6.2% respectivamente.

Tabla 2. Oferta y Demanda Global Trimestral

Oferta y Demanda Global	2017/2016				2018/2017			
	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. ^{1/}	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. ^{1/}
Producto Bruto Interno	2,3	2,6	2,5	3,1	3,1	5,4	4,3	3,4
Extractivas	3,4	3,2	3,3	5,8	1,9	3,8	2,9	2,9
Transformación	0,0	2,3	1,2	0,3	1,7	9,8	5,8	2,8
Servicios	2,5	2,5	2,5	3,1	3,8	4,4	4,1	3,6
Importaciones	2,9	7,1	5,0	4,4	8,0	6,8	7,4	7,4
Oferta y Demanda Global	2,5	3,5	3,0	3,4	4,1	5,7	4,9	4,3
Demanda Interna	-0,1	1,0	0,4	0,7	3,5	5,1	4,4	4,3
Consumo Final Privado	2,2	2,5	2,4	2,9	3,0	5,0	4,0	3,4
Consumo de Gobierno	-3,3	2,0	-0,6	-0,4	7,0	3,3	5,1	7,2
Formación Bruta de Capital	-4,5	-3,5	-4,0	-4,1	3,1	6,5	4,8	5,2
Formación Bruta de Capital Fijo	-4,2	-2,1	-3,1	-4,2	5,6	6,9	6,3	5,7
Público	-16,9	-5,0	-10,5	-10,1	3,2	8,6	6,3	5,4
Privado	-0,3	-1,0	-0,6	-2,3	6,3	6,2	6,3	5,8
Exportaciones	13,9	14,1	14,0	14,2	6,3	7,8	7,1	4,2

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística e Informática

ii. Inflación: De Enero a mayo del año 2018 contamos con un 0.75% de Inflación, este ha estado disminuyendo a comparación de los años anteriores, sin embargo, el BCRP toma acciones de política monetaria.

BCRP (2018) refiere que, toman acciones con respecto a la política monetaria después de conocer la respuesta de la inflación y su proyección. Se consideran los siguientes determinantes para una decisión:

- Expectativas de inflación
- Inflación importada
- Tipo de cambio
- Presiones de inflación

El BCRP (2018) señala que, así como tomando esos determinantes se espera que la inflación esté por debajo del 2%, como resultado de las revisiones y choques asociados al fenómeno del Niño en el 2017 y de una brecha de producto negativa.

Se observa que las proyecciones son positivas, lo cual favorece el negocio en creación, si tenemos una economía en auge, por ende, también se tiene un incremento del consumo y así se incrementa el precio. Esto sería positivo ya que el Negocio no pondría precios ajustados y serían de acuerdo al mercado.

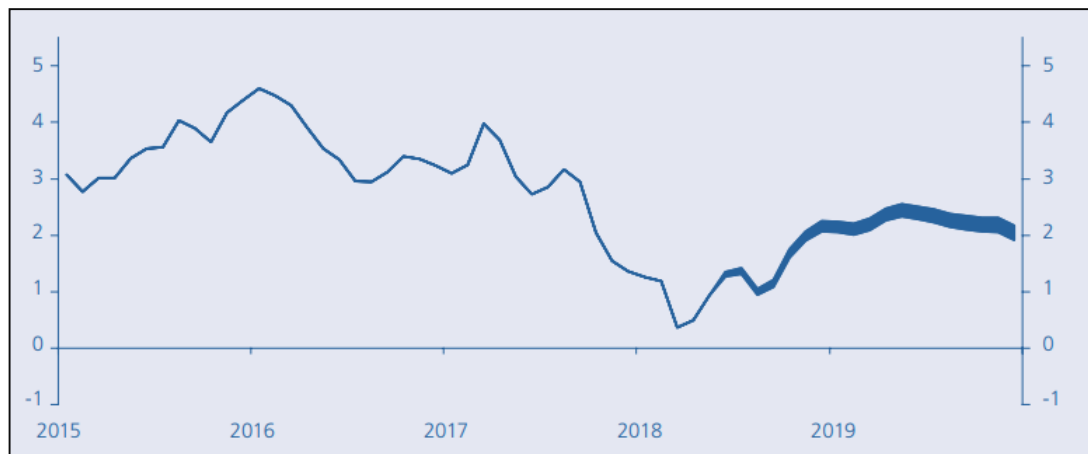


Figura 1. Proyección de la Inflación, 2015 – 2019

Fuente: BCRP

c) Socio cultural

La población en el año 2017 se incrementó en 3 016 621 habitantes o en un 10.7% a comparación del año 2007, en promedio se puede decir que la población aumentó en 301 662 habitantes por año. Si observamos el gráfico 1 con fuente de la INEI, se observa que la tasa de crecimiento de la INEI ha sido decreciente, la cual se dio a partir del año 1972 que era de un 2.8%, luego pasó a 2.6% y así en el último periodo intercensal es de 1.6% por año.

En la actualidad Perú cuenta una tasa de natalidad baja provocando una tardía formación de unidades familiares de consumo, por ende, su efecto es negativo, ya que, reduce el consumo. Por tal motivo, muchas empresas deciden aumentar las unidades de compra.

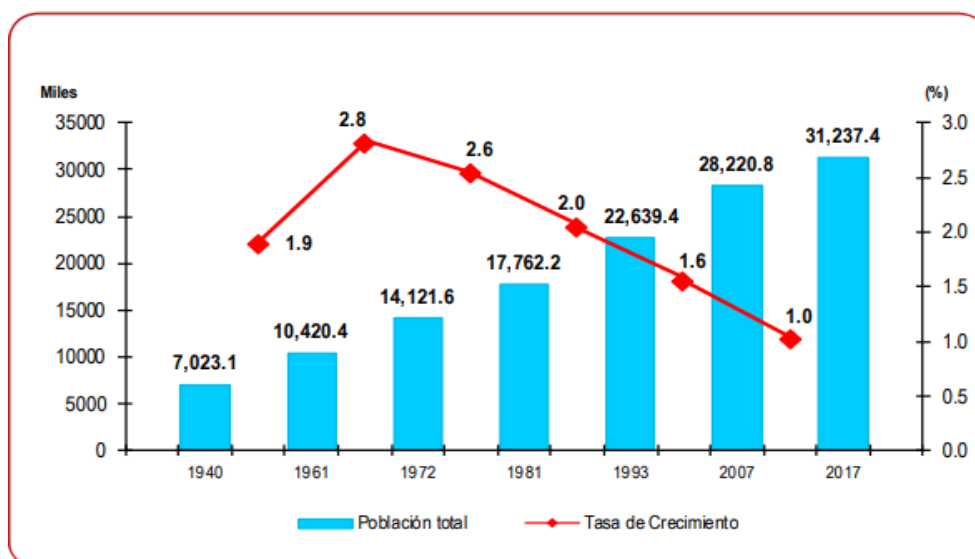


Figura 2. Población total y Tasa de Crecimiento Promedio Anual, 1940 – 2017

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censos Nacionales de Población y Vivienda.

d) Tecnológico

En la actualidad, las empresas o negocios cuentan con la ventaja de tener mayor número de soluciones a medida que pase el tiempo con el fin de mejorar la eficiencia de su gestión. Esto puede ser en pequeñas, medianas y grandes empresas.

Uno de los factores tecnológicos más importantes es el uso del internet, pues es una gran ventaja para una empresa, ya que mediante ella se ahorra tiempo, tanto para el personal de la empresa como para los clientes quienes pueden acceder a una página social de la empresa y conocer todo lo que esta ofrece.

En nuestro negocio se busca hacer llegar nuestros productos por páginas sociales y ser repartidas en distintos locales de Lima para que puedan realizar las ventas de ellas.

3.2 Análisis interno

A continuación, se pretende analizar factores en los que sí se puede intervenir y controlar de alguna manera los tres aspectos considerados en este análisis, los cuales son:

a) Estrategia

Al momento de crear una empresa, se debe definir su estrategia, pero antes vamos a conocer de nuestro producto estrella: "La arracacha".

La Arracacha (Arracaciaxanthorrhizae Bancroft), Amaya & Julio (2006) afirman. "Es una hortaliza que se produce en los valles interandinos

de La Libertad, Cajamarca, Cuzco y otras regiones del país” (p.3). “Esta especie se comporta como una planta perenne y herbácea que produce grandes raíces comestibles de color amarillo principalmente” (p.3). Finalmente, Amaya & Julio (2006) refieren que, por el gran contenido de carbohidratos entre otras sustancias junto al color, tiene un cultivo potencial para la industria con respecto a la harina integral, asimismo al tener un gran contenido de carbohidratos ayuda a la elaboración de alimentos calóricos.

En Colombia este producto se usa para bebidas y almidón para pastelería, en Quito para chips de hojuelas y en Brasil para comida instantánea, purés, etc. de bebés.

Para poder introducir el producto en base a la arracacha, en primer lugar, debemos seguir la estrategia de penetración, ya que no es muy conocida en la actualidad o simplemente no sabe su valor nutricional, para ello se tiene el objetivo de introducir al mercados productos de arracacha, la cual se diferencia al resto por los nutrientes valorizados, pues ahora conseguir una estrategia de precios no es fácil para este sector. La diferenciación de productos de la nueva empresa se va a concentrar en aspectos como (sabor, cantidad, tamaño, nutrientes) e intangibles (servicios de preventa y post venta).

Luego necesitamos un nombre y una imagen que sea fácil de recordar por los clientes y recuerden que la arracacha es un producto nutritivo y fácil de digerir de diferentes formas: Por ello se ha decidido que el nombre será: ARRAC’S COOKIES.

b) Organización

Durante los primeros años, se realizarán todas las operaciones en un local, donde se realizará la preparación del producto de arracacha, también será un lugar compartido con la administración de ventas y almacén.

La jornada laboral será de 9:00 am a 6:00 horas contando una hora de almuerzo de 1:00 pm a 2:00 pm.

Se realizará un control a los suministros de proveedores con el fin de conocer fechas de expedición para no tener un retraso en la elaboración del producto estrella.

Las entregas se harán mediante pedidos, para lo cual habrá movilidad que la lleven a su destino previamente coordinando cantidad, hora y lugar en una base de datos.

c) Recursos humanos

Humanos: La empresa va a contar con trabajadores necesarios para la elaboración del producto a elegir, encargado de supervisar y socios que se encargarán de las ventas, consultas en base al producto y realizar el marketing. Asimismo, se va a contar con proveedores definidos para realizar los encargos de materia prima que la producción de la galleta sea posible.

Materiales: Son numerosos, ya que conforman, el local de producción y administración las herramientas y maquinarias necesarias, mobiliario (mesas, silla, estantes, material de oficina),

material auxiliar (Guantes, gorras, mandiles) y recipientes para el proceso productivo.

La empresa en creación tendrá los recursos anteriormente mencionados, los cuales son adecuados pues cumplirán con la normatividad en cuanto a calidad e higiene refieren. Es necesario mencionara que algunos productos van a variar por el incremento de acuerdo a la producción.

3.3 Análisis 5 fuerzas competitivas

Este análisis se realiza con el fin de conocer la rentabilidad de la industria a la que como emprendedor se desea invertir o conocer si el proyecto en creación es rentable dentro de la industria. Las cinco fuerzas de la industria según el modelo de Michael Porter se clasifican en:

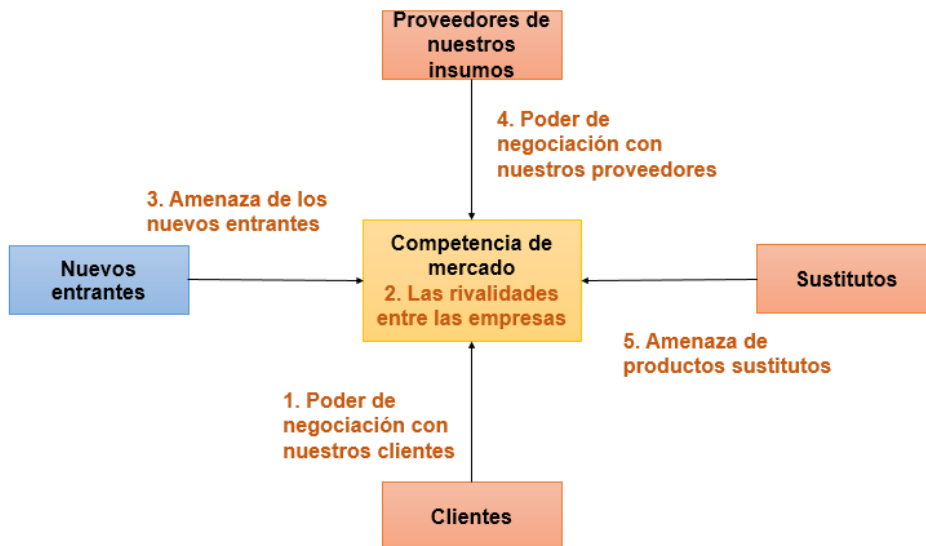


Figura 3. Cinco fuerzas competitivas

Fuente: Elaboración propia

a) *Amenaza de nuevos competidores*

Entrar al negocio de productos con arracacha es fácil, ya que aún no existe alguna marca reconocida que lidere el mercado, por tal razón la barrera de entrada es baja por accesible inversión en capital.

b) *Rivalidad de los competidores existentes*

La idea del producto en creación de arracacha no se basa en la harina, por tal motivo la rivalidad frente a los competidores que tenemos es baja, ya que no se cuenta con grandes competidores dedicados a la producción en base a la arracacha aparte de la harina que usen o no redes sociales para su venta.

c) *Amenaza de sustitutos*

Hoy en día existen muchos productos artesanales en base a productos nativos de nuestro Perú que se enfocan en lo nutritivo. Por ejemplo, tenemos galletas, bebidas, entre otros de cacao, quinua, aguay manto, etc. Asimismo, existen productos convencionales o parecidos que pueden sustituir lo nutritivo. Entonces tenemos una alta amenaza de sustitutos.

d) *Poder de negociación de los proveedores*

Contamos con muchas empresas o productores de arracacha, lo cual es beneficioso para la empresa ya que no depende de sólo uno, sino puede tomar y elegir la mejor opción de acuerdo con el enfoque que tiene. Entonces podemos decir que el poder de Negociación de los proveedores es bajo.

e) *Poder de negociación de los clientes*

Nuestro enfoque principal es para personas que le dediquen un tiempo a su consumo, y que este sea nutritivo, personas que están interesadas en productos artesanales, que concienticen el valor nutritivo de cultivos peruanos. Sabemos que, en la actualidad, eso se ha ido incrementando, sin embargo, aún no ocupa un gran porcentaje, por ende, el poder de negociación de los compradores de alta porque aún es difícil llegar a ellos.

Capítulo IV: FORMULACIÓN DE ALTERNATIVAS



IV. CAPÍTULO 4

4. Formulación de alternativas

La empresa se dedicará a la creación de un producto en base a la arracacha, un tubérculo de similar apariencia a una zanahoria blanca. Por tal razón creemos que existen algunas alternativas en la cual podemos usarla, estas son:

- Harina de Arracacha
- Galletas artesanales de arracacha
- Avena de Arracacha

Con respecto a la harina de arracacha, actualmente existen muchos distribuidores dedicados a este rubro, ya que la harina de arracacha puede ser usada para la elaboración de varios productos, comidas, entre otras.

Por parte de la INEI, en su informe de Consumo de alimentos y bebidas para el año 2009 la producción de la harina que incluyen sustancias como la harina de maíz, harina de quinua, de semillas, entre otros, el consumo promedio en kilogramos por persona en Lima Metropolitana era de 300 gramos al año y, en la costa, sierra y selva; 400 gramos, 2 kilos 400 gramos, y 200 gramos respectivamente. Por otro lado, en base a las galletas, no existe distribuidoras de producción de galletas de arracacha con una marca establecida, lo que sí se puede encontrar son galletas caseras o artesanales en base a este producto ofrecidas por pequeños negociantes u ofrecida en feria de comidas saludables. En este caso el mismo informe muestra que el consumo de galletas en general fue de 1 kilo 900 gramos al año en Lima

Metropolitana; y en la costa, sierra y selva; 1 kilo 800 gramos, 1 kilo 600 gramos y 1 kilo 600 gramos por persona al año respectivamente.

Finalmente, con respecto a la avena de arracacha, no se encuentra información acerca de la existencia de este producto, sin embargo, amas de casa pueden usar el tubérculo y cocinarlo en conjunto con la avena casera para obtener y beneficiarse de los nutrientes. Con los mismos datos de la INEI, nos informan que el consumo de avena en Lima Metropolitana es de 1 kilo 700 gramos por persona al año y; en la costa, sierra y selva; 1 kilo 900 gramos, 2 kilos 100 gramos y 1 kilo 100 gramos por persona al año respectivamente.

Capítulo V: MATRIZ DE ALTERNATIVAS
Capítulo VI: JUSTIFICACIÓN DE LA
INVERSIÓN



V. CAPÍTULO 5

5. Matriz de decisión de alternativas

Se ha basado en el criterio consumo, para ver cuál es la posible demanda de las alternativas, asimismo tenemos el consumo de Lima Metropolitana, ya que es el lugar por donde se distribuirá nuestros productos, también se presenta los consumos de la costa, sierra y selva, para evaluar la demanda y hacer comparaciones.

Como no conocemos las probabilidades de que el consumo de galletas, avenas y harina, tenemos que tomar la decisión en una situación de incertidumbre, y la opción elegida es según el criterio de Laplace considerando que cada alternativa tenga la misma probabilidad. En este caso como las alternativas son 3, sería $1/3$ en cada una de ellas y se calcula el valor esperado.

Se observa que la alternativa de producción de galleta es la que más beneficio podría proporcionar, pues se espera un mayor consumo de ellas en Lima Metropolitana, siendo nuestro lugar de Objetivo.

Por lo tanto, la empresa entrará al rubro de galletas artesanales produciéndolas de harina arracacha.

Tabla 3. Consumo per cápita de harina, galletas y avena, 2008 - 2009 (Kg/persona)

	Lima	Región Natural		
	Metropolitana	Costa	Sierra	Selva
Harina	0.3	0.4	2.4	0.2
Galletas	1.9	1.8	1.6	1.6
Avena	1.7	1.9	2.1	1.1

Elaboración Propia. Fuente: INEI

Tabla 4. Matriz de decisión de alternativas

	Lima Metropolitana	Región Natural		
		Costa	Sierra	Selva
Probabilidades	33%	33%	33%	33%
Harina	0.3	0.4	2.4	0.2
	$0.33 \times 0.3 = 0.099$	$(0.33 \times 0.4) + (0.33 \times 2.4) + (0.33 \times 0.2) = 0.99$		
Galletas	1.9	1.8	1.6	1.6
	$0.33 \times 1.9 = 0.63$	$(0.33 \times 1.8) + (0.33 \times 1.6) + (0.33 \times 1.6) = 1.65$		
Avena	1.7	1.9	2.1	1.1
	$0.33 \times 1.7 = 0.56$	$(0.33 \times 1.9) + (0.33 \times 2.1) + (0.33 \times 1.1) = 1.68$		

Elaboración Propia

VI. CAPÍTULO 6**6. Justificación de la inversión**

La arracacha es considerada una planta, quizás una de las más antiguas que existieron en nuestros antepasados, se podría decir pre – inca. Sin embargo, no es conocida actualmente por la población. Si se da este proyecto, lo que se hará es impulsar aún más su cultivo e impulsará la creación de grandes o pequeños negocios. Por otro lado, se sabe que las galletas son un producto que se encuentra fácilmente y es adquiridos por la población, entonces la producción de galletas de arracacha tendrá mayor aceptabilidad por los consumidores ya que son saludables.

Hoy en día el tener una vida saludable se ha puesto de moda, por ello el consumo de galletas con productos naturales son aún más aceptables.

Esta investigación tiene el fin de aumentar el cultivo de arracacha, lo cual permite mejorar el ingreso de quienes la cultivan, asimismo permitirá la creación de empresas, por ende, aumentará los puestos de trabajo, finalmente se incrementará la vida saludable de las personas.

Capítulo VII: DISEÑO DE LA SUPERESTRUCTURA



VII. CAPÍTULO 7

7. Diseño de la superestructura

7.1 *Misión*

“Somos una empresa productora y distribuidora de galletas artesanales de arracacha. Nuestros clientes buscan un producto de calidad, nutritivo y con un sabor agradable, para lo cual contamos con un equipo de trabajo comprometido con los valores de la empresa. Contribuimos a la sociedad capacitando a nuestro equipo de trabajo para que puedan desarrollarse profesionalmente y así puedan convertirse en sus propios microempresarios”

7.2 *Visión*

Ser una empresa reconocida a nivel de Lima Metropolitana por impulsar el consumo de productos regionales a través de su uso como insumos principales en la preparación de galletas conocidas, innovando y creando nuevos sabores.

7.3 *Valores*

- Honestidad: Promover la confianza y la veracidad.
- Calidad: Satisfacer las necesidades encontradas en el mercado.
- Compromiso: Buscar el desarrollo constante de la empresa.
- Integridad: Transparencia en los procesos realizados.

7.4 *Formulación de la estrategia*

Para la formulación de estrategias hemos optado por el modelo de Michael Porter de “Estrategias Competitivas”, en este modelo encontramos tres tipos: Diferenciación del producto, liderazgo en costes y las de nicho o

segmentación de mercado. De tal manera que hemos utilizado dos tipos de este modelo, las cuales son:

a) *Diferenciación del producto:*

Las galletas de arracacha son un producto nuevo, único y con alto valor nutritivo, por lo cual los clientes están dispuestos a pagar más para obtener el producto.

b) *Segmentación del mercado*

Las galletas de arracacha solo serán distribuidas en un pequeño nicho del mercado, en este caso por 4 universidades del Cono Sur de Lima.

Capítulo 8: PLANEAMIENTO POR ÁREAS DE NEGOCIO



VIII. CAPÍTULO 8**8. Planeamiento por áreas de negocio (Planeamiento de la estructura)****8.1. Aspectos legales**

El tipo de sociedad de la empresa será una Sociedad Anónima Cerrada, debido al número de socios, que es de 2 personas y este tipo de sociedad según Pro inversión, establece un mínimo de dos socios hasta veinte socios; además de las obligaciones que asumirán, son cubiertas con el patrimonio de la empresa el cual tiene responsabilidad limitada, por el cual dicha obligación no afectará el patrimonio personal.

8.2. Aspectos tributarios

La empresa será formal, ya que, de acuerdo con SUNAT, con un RÉGIMEN ESPECIAL DEL IMPUESTO A LA RENTA (RER) porque las ventas no superarán el límite permitido de este régimen, además el impuesto que se pagará será del 1.5% mensual de los ingresos del valor de venta.

Además, este régimen permitirá emitir comprobantes de pago tales como: boletas de ventas y facturas.

8.3. Aspectos laborales

La cantidad de trabajadores que se emplearán ya sea si participan de forma directa o indirecta en el proceso de producción serán 5, entre los cuales estarán:

- 1 repostero
- 1 operario
- 2 vendedores motorizados

- 1 administrador

a) Jornada laboral

La jornada laboral será entre los 9 a.m. hasta las 18:00 p.m. con refrigerio entre las 13:00 p.m. a 14:00 p.m., todos los trabajadores laboraran en este único turno, todos los participantes con excepción del administrador y vendedor laboraran 4 días al mes.

b) Salarios

El salario del personal de operaciones corresponde a S/. 278.93 mensual, ellos no contarán con beneficios laborales puesto que trabajan por honorarios. Los salarios de los vendedores y del administrador son S/.1240.00 y S/. 930.00 correspondientemente y estarán en planilla, obteniendo beneficios laborales. En el caso de los vendedores, se requiere que tengan moto lineal, por lo que estarán en planilla.

8.4. Aspectos técnicos

El producto “arracacha” es usada como materia prima en diversas industrias, es decir hay posibilidad de usar ese insumo para comercializarla de alguna manera obteniendo ganancias por sus derivados. Por ejemplo, en Brasil es usada en sopa y papillas, ya que la arracacha tiene una gran cantidad de almidón y en otras regiones es usada en repostería.

La elaboración se da en 4 etapas:

1. Corte
2. Secado

3. Formulación
4. Horneado

Es un producto que tiene una venta constante. Su venta de acuerdo con la estacionalidad solo cambia en los meses de julio y diciembre.

El valor nutricional que otorga el producto está más dirigido a jóvenes, pero aun así pueden ser consumidos por cualquiera debido a las propiedades que este posee

Nuestra competencia dentro de la industria de productoras de galletas sería la empresa ALICORP que tiene un poder relativamente alto en el mercado.

a) Diseño de planta

El lugar donde se realizará la producción tendrá 10 metros de largo y 5 metros de ancho, contará con 5 divisiones con áreas de producción, almacén y obviamente con área administrativa, también tendrá 2 baños y uno de ellos será para el administrativa.

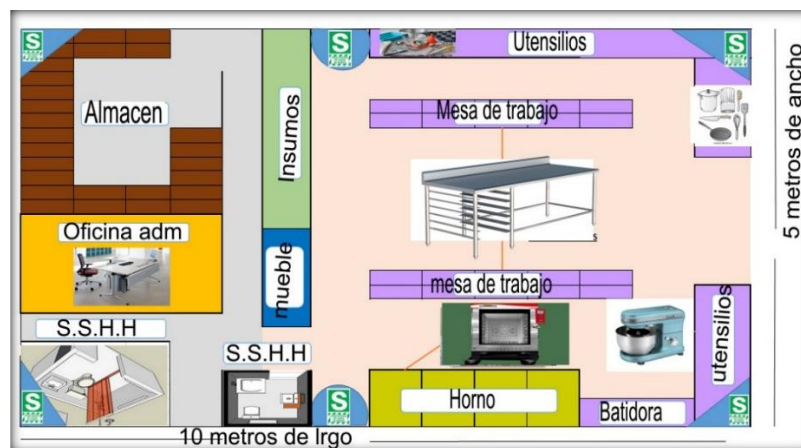


Figura 4. Diseño de planta

Fuente: Elaboración propia

8.5. *Estudio de mercado*

a) *Definición del público objetivo*

Al realizar el estudio de mercado se segmentó al total de la población, en base a quienes consumirían el producto y también por sus características como el nivel socioeconómico, estilo de vida, conducta comportamental, etc. De esta manera se obtuvo el público objetivo definido.

i. **Segmentación geográfica:**

Estudiantes universitarios de distritos del Cono Sur de Lima, puesto que es más cerca al establecimiento, los distritos que conforman el Cono Sur de acuerdo a la INEI, son los siguientes: Punta Hermosa, Lurín, Pucusana, Santiago de Surco, Villa el Salvador, San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo, Pachacamac, Punta Negra y San Bartolo.

ii. **Segmentación demográfica:**

El público objetivo al cual este negocio va dirigido en su mayoría a los jóvenes de universidades privadas de género masculino como femenino.

iii. **Segmentación conductual:**

Las personas sofisticadas, formales / adaptados y las modernas de las universidades privadas del Cono Sur. El estilo de vida está indicado a partir del estudio de Arellano Marketing

- Progresistas: Este tipo de personas compran productos o adquieren servicios buscando calidad y que sean prácticos, no les interesa la exclusividad.
- Formales/ adaptados: Valoran su status social, son más que todo profesionales, oficinistas o personas que se dedican a actividades independientes de mediano nivel.
- Las modernas: A este tipo de personas les gusta estar a la moda, por ende, compran productos en tendencia o que les facilite su estilo de vida.

b) *Definición del mercado a estudiar*

El Cono Sur, posee en total 10 distritos. Se enfocará básicamente en el distrito de Surco y Villa el Salvador.

c) *Generación de objetivos del estudio de mercado*

Objetivos:

i. Demanda

- Determinar la demanda potencial o futura de nuestro producto.
- Determinar cuál sería la frecuencia de compra de nuestro producto.
- Averiguar los meses, días y horas en los que más se consumiría nuestro producto.
- Determinar la aceptación que tendría las galletas de arracacha.
- Diagnosticar el valor o precio que estarían dispuestos a pagar por nuestro producto.

ii. Competencia

- Averiguar si el negocio tiene competencia en la industria a la que pertenece y las empresas competidoras más cercanas a esta.
- Definir el porqué de la vigencia del negocio en el mercado.
- Percibir las debilidades existentes del negocio.

iii. Proveedores

- Buscar si existe un proveedor o más de uno para nuestro negocio.
- Establecer la política de pago con los proveedores.
- Definir como se dará la entrega del producto ofrecido por el proveedor.

iv. Precio

- Averiguar el precio que el cliente esté dispuesto o acostumbrado a pagar.
- Determinar el valor agregado que tiene el producto.

d) *Encuesta a demandantes del mercado*

Este producto se ofrecerá en tiendas de productos naturales y supermercados. Se obtuvo información para este apartado de una encuesta, esta encuesta fue estructurada con preguntas cerradas y se realizó mediante los formularios de Google. El objetivo de esta encuesta fue poder conocer las costumbres de compra de los futuros clientes con respecto a galletas artesanales hechas de harina de arracacha.

La Metodología que se utilizó es cuantitativa de tipo descriptiva, esto permitirá tener información precisa y cuantificable disminuyendo posibles riesgos.

e) Cuestionarios/encuestas.

Diseño de la muestra: Probabilístico aleatorio

Población: Personas de sexo masculino y femenino que pertenezcan a las siguientes 4 universidades privadas:

- Universidad Científica del Sur
- Universidad Autónoma del Perú
- Universidad Ricardo Palma
- Universidad de Lima

Muestra: 104 personas

Enfoque: Investigación Cuantitativa, tipo Descriptivo.

Instrumento: Cuestionario estructurado con preguntas cerradas via online.

f) Resultados de la encuesta

- Se observa que al género femenino le agrada o se siente más familiarizado por el producto ya que suman un 59%.
- Los interesados en el producto al ser el 89 % de encuestados mientras que el 11 % restante representa las personas interesadas que viven en el norte de lima.
- El 74% de los encuestados no tienen conocimiento sobre lo que es la arracacha mientras que el 26% restante si tiene idea sobre la arracacha.

- Los encuestados que, si saben sobre la arracacha, tiene conocimientos sobre los beneficios de la arracacha y muchos de ellos saben más que todo que es bueno para mejorar la salud del sistema digestivo.
- Genera sorpresa que más de la mitad de encuestados consume con frecuencia galletas artesanales sabiendo que las galletas industriales acaparan casi todo el mercado. Como conclusión se podría decir que en la actualidad las galletas artesanales se están haciendo más conocidas por el valor nutritivo.
- Podemos observar que las personas encuestadas consumen galletas artesanales en un lapso quincenal siendo estos el 40%.
- De acuerdo con la encuesta el 53% de los que respondieron la encuesta sí podrían comprar un paquete de galletas artesanales por el precio de entre s/6 y s/10.

g) *Análisis de mercado*

Para el análisis de mercado se estudian dos puntos importantes, los cuales son la demanda y oferta que existe en el mercado del Perú. La finalidad de este estudio es de tener una visión clara respecto a las galletas artesanales que se quiere introducir en el mercado.

Principales productos de panadería	Total	Lima Metropolitana	Resto del país	Área		Región Natural		
				Urbana	Rural	Costa	Sierra	Selva
Galletas	1.7	1.9	1.7	1.8	1.5	1.8	1.6	1.6
Pan	24	23.6	24.1	26.5	15.3	25.4	25.6	13.8
Pasteles y to	1.2	1.8	0.9	1.5	0.3	1.5	0.8	0.8

Figura 5. Consumo promedio per cápita mensual de productos de panadería por ámbito geográfico

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares, 2008-2009

DEMANDA HISTORICA DE GALLETAS ARTESANALES:

La demanda Histórica nos permitirá ver el comportamiento del consumo durante años anteriores.

Este procedimiento elaborado por Calizaya se realizó sólo con productos existentes en la comercialización actual. Para ello se ha usado datos con el fin de establecer la distribución porcentual de ventas por mes entre los años 2006 al 2012.

A continuación, multiplica dos factores, los cuales son, distribución porcentual mensual por el consumo anual con respecto a galletas artesanales usando la medida en kilogramos, pudiendo así obtener la demanda histórica.

Tabla 5. Venta anual de galletas industriales

AÑO	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Enero	11603	13753	14193	14990	16664	18508
Febrero	11483	12727	14045	14990	18109	20113
Marzo	14303	14889	17477	21656	24075	26740
Abril	14236	16286	17260	19966	22196	24653
Mayo	15680	17479	17482	21065	23418	26010
Junio	15044	16544	17482	21895	24340	27034
Julio	16654	17701	17617	20319	22588	25088
Agosto	17536	17554	19787	23262	25859	28722
Setiembre	17717	17885	18201	22949	25512	28336
Octubre	15983	17889	17672	20069	22310	24779
Noviembre	15944	15158	16389	19841	22057	24499
Diciembre	13612	13003	14629	17375	19316	21454
TOTAL	179795	190868	203416	239677	266444	295936

Fuente: Tesis de Ingeniera Calizaya Ramos - 2017

Tabla 6. Resumen de la demanda del año 2007 al 2012 sin estacionalidad.

AÑO	TOTAL POR AÑO
2007	179,795
2008	190,868
2009	203,677
2010	239,677
2011	266,444
2012	295,936

Fuente: Tesis de Ingeniera Calizaya Ramos - 2017

8.6. Estudio organizativo

a) Manual organización y funciones

La estructura organizacional del negocio es **S.A.C.**, que significa Sociedad Anónima Cerrada, donde un miembro de todo el equipo de accionistas, será nombrado para el cargo de administrador del negocio.

El administrador deberá cumplir las funciones de planificación, ejecución, dirección y control de las actividades que se desarrollen dentro de la unidad de negocio. El cargo también vela por el desarrollo efectivo de sus operarios de producción y los encargados de ventas.

DESCRIPCIÓN DE PUESTO EMPRESA "ARRAC' COOKIES S.A.C."

- Tipo de puesto: Junta de Socios
Representa el jefe superior e inmediato.
 - ✓ Funciones generales: Velar por el cumplimiento de las metas y buscar estrategias para llegar al objetivo de la visión.
 - ✓ Funciones específicas: Implantar las políticas y normas de la empresa, fijar los objetivos primordiales y las metas.

- Tipo de puesto: Administrador
 - ✓ Funciones generales: Liderar la empresa a través de las siguientes funciones; Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.
 - ✓ Funciones específicas:
 - A. Fijar e indicar los objetivos en el corto plazo y largo plazo de acuerdo a la Visión y Misión.
 - B. Inspeccionar las actividades programadas y compararlas con lo realizado para encontrar las desviaciones.
 - C. Examinar las distintas áreas de la empresa, para controlar el correcto proceso de cada una.
 - D. Entablar buenas comunicaciones con los proveedores, para términos de compras, descuentos especiales, formas de pago, créditos y control de llamadas.
 - E. Representante del área administrativa, viendo temas relacionados a recursos humanos, préstamos, nóminas, descuentos, vacaciones, etc.
 - F. Manejo y control de la caja chica.
- Tipo de puesto: Repostero
 - ✓ Funciones Generales: Dirigir y realizar la elaboración de las galletas de arracacha.
 - ✓ Funciones Específicas:
 - A. Elaborar las galletas adecuadamente de acuerdo a los estándares que se ha establecido.
 - B. Supervisar al asistente de cocina.
- Tipo de puesto: Asistente de cocina
 - ✓ Funciones Generales: Colaborar en la elaboración de las galletas.
 - ✓ Funciones Específicas:

- A. Utilizar de manera adecuada los materiales de cocina y sellar las galletas en su respectivo empaque, con la proporción coordinada.
- B. Colaborar en el servicio y limpieza del local.
- Tipo de puesto: Vendedor
 - ✓ Funciones Generales: Repartir la galleta y atender clientes
 - ✓ Funciones Específicas:
 - A. Entregar el producto al cliente, cuidando de tener una excelente comunicación con cada uno.
 - B. Verificar el aseo de su medio de transporte.
 - C. Cuidar su presentación personal, para un agradable contacto con los clientes.

8.7. Plan de operaciones

El Plan de operaciones viene dado a través de los pasos a seguir para preparar las galletas de arracacha.

a) Orden operacional:

- Selección de insumos
- Compra de insumos
- Establecer cantidades y medidas
- Mezcla de ingredientes
- Aprobación del cocinero, en caso sea no, se desecha y en caso sea si se hornea.

8.8. Estudio ambiental

El estudio ambiental implica, en conocer cuáles serán los impactos ambientales desde elaboración del producto hasta después que llegue el producto en las manos del cliente. A continuación, veremos las

actividades del negocio, con el fin de reconocer sus entradas y salidas mediante los siguientes gráficos.

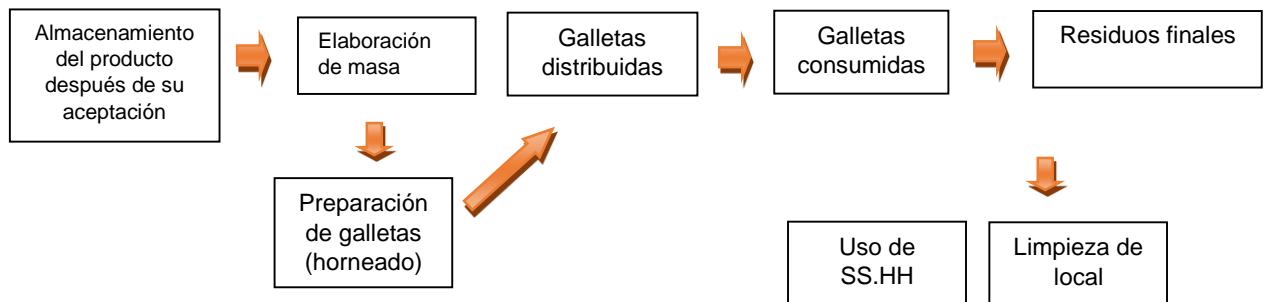


Figura 6. Actividades del negocio

Fuente: Elaboración propia

Después de conocer las entradas y salidas de actividades, asimismo se identificará los impactos ambientales que genera el proceso.

Tabla 7. Recepción y almacenamiento de insumos

RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE INSUMOS	
Entradas	Salidas
<ul style="list-style-type: none"> • Sacos de tela • Cajas • Bolsas plásticas • Energía eléctrica 	<ul style="list-style-type: none"> • Polvos • Restos de sacos, caja
Aspectos Ambientales	
<ul style="list-style-type: none"> • Energía eléctrica y recursos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación polvo y residuos.
Impactos ambientales	

- Desgaste de energía referida al no renovable unto a recursos naturales.
- Contaminación del aire y suelo

Preparación de masa de galletas

Entradas	Salidas
<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios • Insumos • Energía • Batidora 	<ul style="list-style-type: none"> • Utensilios sucios • Resto de masa • Vapores • Ruido

Aspectos Ambientales

- Consumo tanto de energía, en este caso eléctrica por otro lado consumo de RR.NN y agua.
- Generación de recursos sólidos, y emisiones.

Impactos ambientales

- Desgaste de energía referida al no renovable junto a recursos naturales y agua.
- Contaminación del aire y suelo

Horneado de galletas

Entradas	Salidas
<ul style="list-style-type: none"> • Energía • Masa de galletas 	<ul style="list-style-type: none"> • Calor • Galleta salidas del horno

Aspectos ambientales

- Energía eléctrica, recursos y agua.
- Generación de residuos sólidos y emisiones.

Impactos Ambientales

- Desgaste de energía no renovable, recursos naturales y agua.
 - Contaminación del aire y suelo
-

Residuos finales

Entradas

Salidas

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Residuos de empaques • Residuos de galletas • Plástico y papeles | <ul style="list-style-type: none"> • Olor desagradable • Copulación |
|--|---|
-

Aspectos ambientales

- Consumo de recursos naturales
 - Se logra la obtención de residuos y emisiones.
-

Impactos Ambientales

- Desgaste de RR.NN
 - Contaminación del suelo y aire
-

Fuente: Elaboración propia

Mediante la descripción anterior podemos concluir que los principales impactos ambientales son frecuentemente la contaminación del suelo, agua y aire; también, el agotamiento de los recursos naturales.

Por ello se tendrá un manejo completo de todos los residuos durante el proceso productivo, donde se clasificarán los residuos para que se pueda aprovechar elementos que sean reciclables, obteniendo finalmente, disminución de generación de desechos contaminantes. También, se requerirá proveedores que implementen normas medioambientales en

sus procesos, certificando el alto grado de pureza en cada proceso y concientizando a nuestros clientes en el cuidado de medio ambiente.

8.9. *Plan de marketing*

a) *Estrategia de Marketing (Mix 4p)*

Nos referimos a estrategia de marketing mix, a un conjunto de herramientas que tienen como finalidad la satisfacción del cliente, mediante el producto que se ofrece. La estrategia de marketing pretende lograr que el producto tenga la mayor acogida posible, asimismo; establecer el mejor precio para el cliente, ajustar los canales de distribución y establecer la comunicación más conveniente que satisfaga las necesidades básicas del cliente. (McCarthy, 1960).

La estrategia de marketing mix está conformada por cuatro variables, o llamadas también las 4ps.



Figura 7. Actividades del negocio, Fuente: Autor Jerome McCarthy (1960),

Elaboración propia

i. Producto:

Realizando un análisis del producto; mediante los resultados de las encuestas; se deduce que las galletas hechas de harina de arracacha, tiene una gran aceptación por la población al consumir un producto 100% natural y sobre todo medicinal para la salud integral de nuestros futuros clientes.

“ARRAC`S COOKIES”, es la marca del producto, en el cual se quiere potenciar internacionalmente un producto peruano, tal como; la arracacha y además dar a conocer los grandes beneficios medicinales que contiene este tubérculo.

ii. Precio:

Para fijar el precio del producto; primero se ha desarrollado un análisis de la demanda del mercado, y luego se ha establecido que el precio por paquete de galletas que contiene 6 unidades tiene un valor de 7 soles.

iii. Plaza

Se ha determinado que para la fabricación y comercio del producto; el local será ubicado en Villa el Salvador, debido a que la distribución será directa con los consumidores.

iv. Promoción

Para la promoción del producto de galletas artesanales, se empleará una comunicación enfocada en el Marketing digital, dando mayor atención a nuestras redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, debido a que son los medios más usados y donde se concentran la mayor parte de los clientes potenciales. Además, se quiere conseguir posicionamiento en el mercado.

En la publicidad y promoción se aplicará una estrategia Pull que estará dirigida al consumidor final de forma directa; con la finalidad de que los futuros clientes recomienden y compren el producto.

Campaña de lanzamiento:

Fecha de Lanzamiento: Enero/febrero 2019

Objetivos:

- Dar a conocer las galletas de arracacha en el mercado.
- Conseguir en los futuros clientes, una fidelización.
- Potenciar las redes sociales, medio principal de marketing para captar que más clientes consuman las galletas artesanales.

b) Diseño del producto

i. Logo

El logo quiere dar a conocer el nombre de producto peruano Arrac`s cookies de arracacha, y demás hace referencia que es 100% artesanal sin ningún ingrediente químico y 100% natural.



Figura 8. Logo del Producto.

Elaboración Propia

ii. Definición del producto

Galleta artesanal 100% hechas de harina de arracacha un producto nutricional que contiene vitamina C y B3; y además de minerales como hierro, magnesio, tiamina y fosforo. Las galletas tendrán innovadores sabores como es el choco chic y toppigns de chocolate.

iii. Envase

El logo estará en todos los envases utilizados y el cliente tendrá la facilidad de consumir el reconocer producto, el envase es biodegradable de 100 gr. de plástico.



Figura 9. Envase del producto

Elaboración propia

8.10. Cronograma del proyecto

Administrador

Función principal:

- Fijar e indicar los objetivos generales y específicos de la empresa en el corto y largo plazo de acuerdo a la Visión y Misión.
- Inspeccionar las actividades programadas y compararlas con lo realizado para encontrar las desviaciones.
- Examinar el ámbito financiero, administrativo, personal, contable, etc.
- Entablar un acuerdo con proveedores para términos de compra, descuentos, entre otros.
- Encargado de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc.
- Manejo y control de la caja chica.

Personal a su cargo:

- Jefe de operación
- Ventas

Requisitos:

- Bachiller o practicante preprofesional en administración, Economía o Ing. Industrial

Conocimientos necesarios:

- Administración estratégica
- Aspectos ambientales
- Edad promedio: 23 años
- Experiencia: 2 años

- Actitudes y habilidades: Iniciativa, liderazgo, excelente comunicación, honestidad, creatividad y puntualidad

Jefe de cocina (Repostero)

Función principal:

- Dirigir y realizar la elaboración de las galletas de arracacha.
- Elaborar las galletas adecuadamente de acuerdo a los estándares establecidos.
- Supervisar al asistente de cocina.

Personal a su cargo:

- Operario de cocina

Requisitos:

- Experiencia en elaboración de bocaditos o en rubros similares.
- Edad promedio: 22 años
- Experiencia: 1 año
- Actitudes y habilidades: Honestidad y buenas relaciones personales

Operario de cocina

Función principal:

- Colaborar en la elaboración de las galletas.
- Utilizar de manera adecuada los materiales de cocina y sellar las galletas en su respectivo empaque, con la proporción coordinada.
- Colaborar en el servicio y la limpieza

Personal a su cargo:

- Ninguno

Requisitos:

- Experiencia en trabajos similares.
- Edad promedio: 10 años
- Experiencia: 6 meses
- Habilidades: Honestidad y buenas relaciones personales.

Vendedor**Función principal:**

- Repartir la galleta y atender clientes
- Cuidar su presentación personal, para un agradable contacto con los clientes.

Personal a su cargo:

- Ninguno

Requisitos:

- Buenos conocimientos
- Moto lineal
- Edad aproximada: 22 años
- Experiencia: 3 años
- Actitudes y habilidades: Honestos y pacientes.

Programa de capacitación

Este programa plantea como deben estar organizado y planificado los eventos que tienen como fin reforzar sus conocimientos y sus fortalezas para poder solidificar los lineamientos de aquellos que ocuparan los cargos.

Este plan deberá ser ejecutado a los colaboradores antes de la implementación y operaciones del sistema de producción de galletas de arracacha.

1. Primera Sesión: “Debemos definir la misión, visión y metas a corto plazo de nuestro proyecto a nuestros colaboradores”
2. Segunda sesión: “Implementaremos un refuerzo en el compromiso de nuestro equipo para el éxito del proyecto”.
3. Tercera sesión: “Implementaremos Incentivo al mejoramiento continuo de los procesos de la elaboración de galletas de arracacha, así como responsabilidad de todo el personal”
4. Cuarta sesión: “Identificación de oportunidades para el mejoramiento del proyecto.
5. Quinta sesión: “Se mencionará las medidas de seguridad a tomar en cuenta en caso de un incidente”

Sub - Capítulo 8.14: PLAN FINANCIERO Y ECONÓMICO



8.14. Plan financiero y económico

a) Supuestos y políticas

Se ha establecido la demanda del producto de manera mensual, ya que se cree que la estacionalidad será la siguiente:

Estacionalidad de la venta (*)	
Enero	5.00%
Febrero	5.00%
Marzo	5.00%
Abril	5.00%
Mayo	5.00%
Junio	5.00%
Julio	20.00%
Agosto	5.00%
Setiembre	5.00%
Octubre	5.00%
Noviembre	5.00%
Diciembre	30.00%

Figura 11. Estacionalidad de venta

Elaboración propia. Fuente: USIL

Se ha establecido de esa manera la estacionalidad, ya que los días festivos de compra suelen darse en su mayoría los meses de Julio y diciembre, por ejemplo, en Julio, un mes frío se suele tener la iniciativa de realizar compras, y esas se creen que son más las galletas que una bebida. Asimismo, en el mes de diciembre por Navidad, es costumbre el consumo de galletas.

Por ello se definió las ventas mensuales del primer año del negocio. En la estimación de la demanda se analiza las ventas de paquetes de galletas con 6 unidades cada una para el año 2019, ya que el proyecto está basado en 5 años.

Por otro lado, a medida que se determinaron los costos para la elaboración del producto se pudo determinar el precio, siendo así el costo total por la producción

de un paquete con 6 unidades de galletas es de S/ 4.58 soles, con ese valor se puede determinar el precio. También se toma en cuenta un margen de acorde a la industria, siendo este de 30%. Finalmente se determina que el precio es de S/7.00 soles.

Con respecto a los supuestos del proyecto se creen que esas son las demandas del producto con su respectivo precio por unidad. Las políticas de la empresa, sobre todo se basa en:

- Dar un buen trato a los clientes, siendo este importante ya que todo trabajador debe atender al cliente responsablemente.
- Los integrantes de la empresa deben tener un comportamiento ético, inculcando valores con sus compañeros y clientes.
- Proporcionar a los comensales un producto sano, de excelente sabor y sobre todo nutritivo.
- Realizar una adecuada higiene en el local, para eso se contará con una inspección por las respectivas autoridades.
- Manejar el precio, siendo este justo tanto para el cliente como para la empresa.

b) *Estimación del presupuesto de inversión inicial*

Para este apartado mostraremos cálculos de Activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo. A continuación, se mostrará los cuadros trabajados con ayuda de la herramienta Excel.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES (EQUIPOS)					
Descripción	Cantidad	Precio Unitario (Soles)	Total Valor	IGV 18%	Total Precio (Soles)
PRODUCCIÓN					
Horno AKZm	2	S/. 650.00	S/. 1,101.69	S/. 198.31	S/. 1,300.00
Batidora Finezza Electro	1	S/. 480.00	S/. 406.78	S/. 73.22	S/. 480.00
Frigider Indurama	1	S/. 999.00	S/. 846.61	S/. 152.39	S/. 999.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS - PRODUCCIÓN			S/. 2,355.08	S/. 423.92	S/. 2,779.00
VENTAS					
POS	1	S/. 199.00	S/. 168.64	S/. 30.36	S/. 199.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS - VENTAS			S/. 168.64	S/. 30.36	S/. 199.00
ADMINISTRATIVO					
Computadora cer	1	S/. 999.00	S/. 846.61	S/. 152.39	S/. 999.00
Impresora	1	S/. 190.00	S/. 161.02	S/. 28.98	S/. 190.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS - ADMINISTRATIVA			S/. 161.02	S/. 181.37	S/. 1,189.00
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE			S/. 2,684.75	S/. 635.64	S/. 4,167.00

Figura 12. Inversión en activos fijos tangibles

Elaboración propia

ACTIVO INTANGIBLE			
Inversión en Activo Intangible Constitución Empresa			
Legal			
Actividades	Monto	IGV	Total
Búsqueda y reserva de nombre	S/. 540.00	CreceCONT. Incorpora el IGV	S/. 540.00
Elaboración del Pacto Social Y estatus soacial de la empresa			
Escritura pública y gastos notariales			
Inscripción en egistros Públicos			
Activación de la Ficha RUC	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Legalización de libros (VIRTUAL)	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Análisis físico químico y microbiológico de los alimentos	S/. 480.00		S/. 480.00
Trámite DIGESA	S/. 69.00		S/. 69.00
Total	S/. 1,089.00	S/. 0.00	S/. 1,089.00

Figura 13. Inversión en activo intangible

Elaboración propia

Total Inversión en Activo Intangible			
Item	Costo	IGV	Total
Constitución de la empresa	S/. 1,089.00	S/. 0.00	S/. 1,089.00
Licencia de unclonamiento del área de trabajo	S/. 215.00		S/. 215.00
Total	S/. 1,304.00	S/. 0.00	S/. 1,304.00

Total Inversión en Activo Intangible					
Item	Costo	Precio sin IGV mes	IGV	Total Anual	Total anual sin igv
Licencia de Software Office 365 ProPlus	S/. 29.99	S/. 24.59	S/. 5.40	S/. 359.88	295.1016

Figura 14. Total de Inversión

Elaboración propia

CAPITAL DE TRABAJO (Método de Deficit Acumulado)							
Total	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	-	-	29,779	35,803	43,046	51,754	62,224

PRECIO (SIN IGV)	S/. 5.95
IGV	18%

Estacionalidad de la venta (%)	
Enero	5.00%
Febrero	5.00%
Marzo	5.00%
Abril	5.00%
Mayo	5.00%
Junio	5.00%
Julio	20.00%
Agosto	5.00%
Setiembre	5.00%
Octubre	5.00%
Noviembre	5.00%
Diciembre	30.00%

Ventas	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Enero	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Febrero	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Marzo	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Abril	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Mayo	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Junio	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Julio	-	-	5,955.73	7,160.57	8,609.15	10,350.79	12,444.75
Agosto	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Setiembre	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Octubre	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Noviembre	-	-	1,488.93	1,790.14	2,152.29	2,587.70	3,111.19
Diciembre	-	-	9,933.59	10,740.86	12,913.73	15,526.18	19,667.13
Total			29,778.64	35,802.89	43,045.77	51,753.93	62,223.78

CÁLCULO CAPITAL DE TRABAJO - AÑO 1 (2019)												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS EN EFECTIVO												
Eficiencia	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	20,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	30,00%
Ventas unidades	1488.93	1488.93	1488.93	1488.93	1488.93	1488.93	5,955.73	1488.93	1488.93	1488.93	1488.93	8,333.59
Ventas Sin IGV	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 35,444.35	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 8,861.59	S/ 53,163.52
IGV	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 6,380.34	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 1,595.09	S/ 9,670.51
Ventas Con IGV	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 41,824.69	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 62,740.03
Total Ingresos Efectivo	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 41,824.69	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 10,456.67	S/ 62,740.03
EGRESOS EN EFECTIVO												
Materiales												
Materia Prima	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 19,259.07	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 4,814.77	S/ 28,888.61
Empaquetado y empaque	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 3,848.06	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 962.02	S/ 5,772.09
IGV Materiales	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 6,558.28	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 1,639.62	S/ 10,338.53
Personal												
Mano de obra directa	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93	S/ 278.93
Personal Administrativo	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Personal de Ventas	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00	S/ 1,240.00
Gratificaciones							S/ 2,170.00					S/ 2,170.00
EsSalud	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30	S/ 195.30
CTS						S/ 1,265.62						S/ 1,265.62
Servicios												
Alquiler Local	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73	S/ 423.73
Agua Local	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00	S/ 20.00
Servicio de teléfono e internet	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60	S/ 26.60
IGV Servicios	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66	S/ 94.66
Impuestos												
Pago IGV (al Estado)	S/ -521.85	S/ 470.61	S/ 470.61	S/ 470.61	S/ 470.61	S/ 470.61	S/ 2,156.40	S/ 470.61	S/ 470.61	S/ 470.61	S/ 470.61	S/ 3,246.53
Pago Impuesto Pauta cancelatorio (15%)	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 531.70	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 132.92	S/ 997.54
Total egresos efectivo	S/ 3,226.90	S/ 10,619.36	S/ 10,619.36	S/ 10,619.36	S/ 10,619.36	S/ 10,619.36	S/ 35,302.74	S/ 10,619.36	S/ 10,619.36	S/ 10,619.36	S/ 10,619.36	S/ 50,313.32
Saldo de Caja (Ingresos - Egresos)	S/ 1,229.77	S/ -62.69	S/ -62.69	S/ -62.69	S/ -62.69	S/ -62.69	S/ -1,429.52	S/ -62.69	S/ -62.69	S/ -62.69	S/ -1,429.52	S/ 12,426.71
Saldo de Caja Inicial	S/ 1,229.77	S/ 1,067.08	S/ 1,067.08	S/ 904.40	S/ 741.72	S/ 579.03	S/ 156.51	S/ -44.18	S/ -206.87	S/ -369.56	S/ -532.25	S/ 3,766.91
Saldo de Caja Final Acumulado	S/ 1,229.77	S/ 1,067.08	S/ 904.40	S/ 741.72	S/ 579.03	S/ 156.51	S/ -44.18	S/ -206.87	S/ -369.56	S/ -532.25	S/ -799.31	S/ 16,933.92
Necesidad de Capital de Trabajo año 1	S/ -8,833.62											
Porcentaje de Cambio de Ventas	9.13%											

Figura 15. Capital de trabajo

Elaboración propia

c) Estructura de gastos pre operativos

GASTOS PREOPERATIVOS							
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Monto	IGV	Total		
Activos Fijos No Depreciables (<1/4 UIT)							
Parlantes	1	S/. 49.99	S/. 49.99	S/. 9.00	S/. 58.99		
Impresora	1	S/. 190.00	S/. 190.00	S/. 34.20	S/. 224.20		
Ventilador	2	S/. 69.90	S/. 139.80	S/. 25.16	S/. 164.96		
Extintor PSQ ABC 2 Kg	2	S/. 39.90	S/. 79.80	S/. 14.36	S/. 94.16		
Utensilios	1	S/. 55.08	S/. 55.08	S/. 9.92	S/. 65.00		
Mobiliarios	1	S/. 852.36	S/. 852.36	S/. 153.43	S/. 1,005.79		
Uniformes completos de repostería (blanca)	2	S/. 23.16	S/. 46.32	S/. 8.34	S/. 54.66		
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS		S/. 1,280.40	S/. 1,367.04	S/. 246.07	S/. 1,667.76		

Figura 16. Gastos pre - operativos

Elaboración propia

d) Estructura de gastos de producción, administrativos y ventas

GASTO EN ÚTILES							
Útiles	Tipo de Activo	Reposicion	Costo unitario	Cantidad	Costo tota	IGV	Total (sin IGV)
Administrativo							
Lapicero	Fijo no depreciable	Anual	S/. 1.00	4	S/. 4.00	S/. 0.61	S/. 3.39
Lapiz	Fijo no depreciable	Anual	S/. 1.00	4	S/. 4.00	S/. 0.61	S/. 3.39
Resaltador	Fijo no depreciable	Anual	S/. 2.50	2	S/. 5.00	S/. 0.76	S/. 4.24
Borrador	Fijo no depreciable	Anual	S/. 0.50	2	S/. 1.00	S/. 0.15	S/. 0.85
Tajador	Fijo no depreciable	Anual	S/. 0.50	2	S/. 1.00	S/. 0.15	S/. 0.85
Corrector	Fijo no depreciable	Anual	S/. 2.50	2	S/. 5.00	S/. 0.76	S/. 4.24
Papel Bond A4 (500gr)	Fijo no depreciable	Trimestral	S/. 15.00	2	S/. 30.00	S/. 4.58	S/. 25.42
Engrapador	Fijo no depreciable	Bianual	S/. 8.00	1	S/. 8.00	S/. 1.22	S/. 6.78
Perforador	Fijo no depreciable	Bianual	S/. 10.00	1	S/. 10.00	S/. 1.53	S/. 8.47
Archivador Oficio	Fijo no depreciable	Anual	S/. 4.80	2	S/. 9.60	S/. 1.46	S/. 8.14
Cliips (caja)	Fijo no depreciable	Trimestral	S/. 2.00	1	S/. 2.00	S/. 0.31	S/. 1.69
Cuaderno	Fijo no depreciable	Anual	S/. 3.50	1	S/. 3.50	S/. 0.53	S/. 2.97
Grapas (caja)	Fijo no depreciable	Bimestral	S/. 2.50	1	S/. 2.50	S/. 0.38	S/. 2.12
Sello	Fijo no depreciable	Bianual	S/. 5.00	1	S/. 5.00	S/. 0.76	S/. 4.24
Tampón	Fijo no depreciable	Anual	S/. 3.00	1	S/. 3.00	S/. 0.46	S/. 2.54
Tinta continua x litro	Fijo no depreciable	Anual	S/. 18.00	4	S/. 72.00	S/. 10.98	S/. 61.02
Total Administrativo					S/. 165.60	S/. 25.26	S/. 140.34
Operaciones							
Paquete algodón 100gr	Fijo no depreciable	Trimestral	S/. 2.50	2	S/. 5.00	S/. 0.76	S/. 4.24
Alcohol 250ml	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 3.70	2	S/. 7.40	S/. 1.13	S/. 6.27
Agua oxigenada 250ml	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 4.70	2	S/. 9.40	S/. 1.43	S/. 7.97
Gasa esteril (10x10)	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 1.00	3	S/. 3.00	S/. 0.46	S/. 2.54
Curitas (caja 120 unid)	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 15.50	1	S/. 15.50	S/. 2.36	S/. 13.14
Paracetamol (caja 20)	Fijo no depreciable	Trimestral	S/. 4.00	2	S/. 8.00	S/. 1.22	S/. 6.78
Aseptil rojo	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 2.50	1	S/. 2.50	S/. 0.38	S/. 2.12
Venda medica	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 2.00	3	S/. 6.00	S/. 0.92	S/. 5.08
Tijera acero 17cm	Fijo no depreciable	Anual	S/. 10.90	1	S/. 10.90	S/. 1.66	S/. 9.24
Total operaciones					S/. 67.70	S/. 10.33	S/. 57.37
Generales							
Papel Higienico (20 unidades)	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 12.00	2	S/. 24.00	S/. 3.66	S/. 20.34
Jabon antibacterial	Fijo no depreciable	Anual	S/. 7.00	2	S/. 14.00	S/. 2.14	S/. 11.86
Gel antibacterial (1 litro)	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 15.00	1	S/. 15.00	S/. 2.29	S/. 12.71
Tacho de basura	Fijo no depreciable	Bianual	S/. 12.00	2	S/. 24.00	S/. 3.66	S/. 20.34
Desatorador de baño	Fijo no depreciable	Anual	S/. 8.00	1	S/. 8.00	S/. 1.22	S/. 6.78
Desinfectante pinesol (5 litros)	Fijo no depreciable	Semestral	S/. 9.00	2	S/. 18.00	S/. 2.75	S/. 15.25
Lejia (2 litros)	Fijo no depreciable	Trimestral	S/. 12.00	1	S/. 12.00	S/. 1.83	S/. 10.17
Total ventas					S/. 115.00	S/. 17.54	S/. 97.46
Ventas							
Lapicero	Fijo no depreciable	Anual	S/. 1.00	2	S/. 2.00	S/. 0.31	S/. 1.69
Calculadora	Fijo no depreciable	Bianual	S/. 12.00	1	S/. 12.00	S/. 1.83	S/. 10.17
Cuaderno	Fijo no depreciable	Anual	S/. 3.00	2	S/. 6.00	S/. 0.92	S/. 5.08
Total ventas					S/. 20.00	S/. 3.05	S/. 16.95
Total					S/. 368.30	S/. 56.18	S/. 312.12

Figura 17. Gastos en útiles

Elaboración propia

GASTO EN HERRAMIENTAS						
HERRAMIENTAS	Reposición	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL	IGV	TOTAL (SIN IGV)
CORTADORES DE GALLETAS	Bianual	S/. 10.00	3	S/. 30.00	S/. 4.58	S/. 25.42
COLADOR	Bianual	S/. 8.00	1	S/. 8.00	S/. 1.22	S/. 6.78
ESPATULAS DE SILICONA	No tiene	S/. 13.00	2	S/. 26.00	S/. 3.97	S/. 22.03
RODILLO	No tiene	S/. 2.00	1	S/. 2.00	S/. 0.31	S/. 1.69
BANDEJA DE HORNEAR	Anual	S/. 22.00	2	S/. 44.00	S/. 6.71	S/. 37.29
TAZAS MEDIDORAS DE ACERO	Trianual	S/. 33.00	1	S/. 33.00	S/. 5.03	S/. 27.97
				S/. 143.00	S/. 21.81	S/. 121.19

Figura 18. Gasto en herramientas

Elaboración propia

d) Costos Fijos

COSTOS FIJOS					
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Monto	IGV	Total Mensual
Alquiler del local					
Alquiler de local (y luz)	1	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00
TOTAL LOCAL		S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00
Pago de servicios					
Agua	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 23.60
Teléfono e Internet Administrativo	1	S/. 26.60	S/. 26.60	S/. 4.79	S/. 31.39
TOTAL SERVICIOS		S/. 46.60	S/. 46.60	S/. 8.39	S/. 54.99
Sueldos del personal operaciones					
Repostero	1	S/. 422.48	S/. 125.31		S/. 147.87
Operario	1	S/. 374.48	S/. 111.07		S/. 131.07
Sueldo del personal de ventas					
Vendedor	2	S/. 451.43	S/. 902.86		S/. 902.86
Sueldo del personal administrativo					
Administrador	1	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00		S/. 1,200.00
TOTAL SUELDOS					S/ 2,381.79
TOTAL COSTOS FIJOS					S/. 2,936.78

Figura 19. Costos Fijos

Elaboración propia

MANTENIMIENTO PREVENTIVO DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS AÑO1-2019						
ITEM	PERIODO	PRECIO PERIODO	COSTO ANUAL	IGV	GASTO TOTAL	
Horno	ANUAL	S/. 30.00	S/. 25.42	S/. 4.58	S/. 30.00	
Batidora	ANUAL	S/. 20.00	S/. 16.95	S/. 3.05	S/. 20.00	
Frigorífico	ANUAL	S/. 50.00	S/. 42.37	S/. 7.63	S/. 50.00	
Computadora	ANUAL	S/. 40.00	S/. 33.90	S/. 6.10	S/. 40.00	
Total			S/. 118.64	S/. 21.36	S/. 140.00	

MANTENIMIENTO AÑO2-2020 (Tasa de inflacion anual 2.50%)						
ITEM	PERIODO	PRECIO PERIODO	COSTO ANUAL	IGV	GASTO TOTAL	
Horno	ANUAL	S/. 30.75	S/. 26.06	S/. 4.69	S/. 30.75	
Batidora	ANUAL	S/. 20.50	S/. 17.37	S/. 3.13	S/. 20.50	
Frigorífico	ANUAL	S/. 51.25	S/. 43.43	S/. 7.82	S/. 51.25	
Computadora	ANUAL	S/. 41.00	S/. 34.75	S/. 6.25	S/. 41.00	
Total			S/. 121.61	S/. 21.89	S/. 143.50	

MANTENIMIENTO AÑO3-2021						
ITEM	PERIODO	PRECIO PERIODO	COSTO ANUAL	IGV	GASTO TOTAL	
Horno	ANUAL	S/. 31.52	S/. 26.71	S/. 4.81	S/. 31.52	
Batidora	ANUAL	S/. 21.01	S/. 17.81	S/. 3.21	S/. 21.01	
Frigorífico	ANUAL	S/. 52.53	S/. 44.52	S/. 8.01	S/. 52.53	
Computadora	ANUAL	S/. 42.03	S/. 35.61	S/. 6.41	S/. 42.03	
Total			S/. 124.65	S/. 22.44	S/. 147.09	

MANTENIMIENTO AÑO4-2022						
ITEM	PERIODO	PRECIO PERIODO	COSTO ANUAL	IGV	GASTO TOTAL	
Horno	ANUAL	S/. 32.31	S/. 27.38	S/. 4.93	S/. 32.31	
Batidora	ANUAL	S/. 21.54	S/. 18.25	S/. 3.29	S/. 21.54	
Frigorífico	ANUAL	S/. 53.84	S/. 45.63	S/. 8.21	S/. 53.84	
Computadora	ANUAL	S/. 43.08	S/. 36.50	S/. 6.57	S/. 43.08	
Total			S/. 127.77	S/. 23.00	S/. 150.78	

MANTENIMIENTO AÑOS-2023						
ITEM	PERIODO	PRECIO PERIODO	COSTO ANUAL	IGV	GASTO TOTAL	
Horno	ANUAL	S/. 33.11	S/. 28.06	S/. 5.05	S/. 33.11	
Batidora	ANUAL	S/. 22.08	S/. 18.71	S/. 3.37	S/. 22.08	
Frigorífico	ANUAL	S/. 55.19	S/. 46.77	S/. 8.42	S/. 55.19	
Computadora	ANUAL	S/. 44.15	S/. 37.42	S/. 6.74	S/. 44.15	
Total			S/. 130.96	S/. 23.57	S/. 154.53	

Figura 20. Mantenimiento

Elaboración propia

e) Costos variables

Costo Variables	Costo sin IGV
Huevo	S/. 0.08
Mantequilla	S/. 0.24
Harina de arracacha	S/. 1.44
Azucar	S/. 0.10
Harina de trigo	S/. 0.08
Chips de chocolate	S/. 1.30
Polvo de hornear	S/. 0.00
Sal	S/. 0.00
Esencia de Vainilla	S/. 0.01
Bolsa plástica con stickers de r	S/. 0.65
Costo por consumo eléctrico por paquete Galleta	S/. 0.06
Costo Variable Unitario	S/ 3.9

Figura 21. Costos variables

Elaboración propia

Capítulo 9: EVALUACIÓN FINANCIERA



IX. CAPÍTULO 9**9. Evaluación financiera y análisis de estados financieros****9.1. Tasa de descuento**

La tasa de descuento COK, mide la relación riesgo-retorno existente en el mercado. El retorno esperado está en función del rendimiento de la empresa y el riesgo es la variación entre el retorno esperado y el retorno real. Entre el conjunto de posibilidades de inversión, el inversionista deberá elegir si es viable o no el proyecto donde desea invertir.

Los inversionistas deberán evaluar los márgenes de ganancia de las actividades económicas semejantes en el mercado con el objetivo de esperar que este proyecto les genere un costo de oportunidad mayor a comparación de los márgenes de ganancia que estaría dejando de ganar por invertir en el presente proyecto.

El COK será de 28 % que es lo mínimo que deberán ganar los inversionistas.

9.2. Criterio de evaluación de Inversiones**a) Valor actual Neto**

El Valor Actual Neto del proyecto corresponde a S/. 7,019, lo cual significa el proyecto es viable, porque al momento de realizar una medición de los futuros ingresos y egresos se genera una ganancia.

b) Tasa Interna de Retorno

La tasa Interna de Retorno del proyecto corresponde a 2.67%, el porcentaje significa que existe un beneficio y el proyecto es viable,

puesto que la tasa de rendimiento interno que obtendremos será superior al COK que exige la inversión, de 2.08%.

FLUJO DE CAJA (Normal)

Instituto de Rentas		1.500	
IGV		18.000	
COK		28.000	2.08% MENSUAL
Combinación de Trabajo (C/Combinación)		5.400	

	Año 0	Año 2019												
	2018	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Udidades Vendidas		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Precio		S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4	S/4
Ingreso sin IGV		S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00	S/4,000.00
Egresos														
Costos Fijos														
Alquiler de local			-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424	-S/424
Salarios			-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449	-S/2,449
Servicios			-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110
Essales			-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110
CTS								-S/175						
Costo Variable			-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911	-S/2,911
Otros Gastos														
Útiles			-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158	-S/158
Mantenimiento														
Herramientas			-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110	-S/110
Egresos Totales			-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195	-S/7,195
EBIT			-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195	-S/3,195
Impuesto de la renta			S/27	S/27	S/27	S/27	S/27	S/27	S/27	S/27	S/27	S/27	S/27	S/27
Flujo de Caja Económico Operativo			-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168	-S/3,168
Inversión en Activo Fijo														
Horno AKZ			-S/1,100											
Batidora Fricción Electro			-S/407											
Frigider Indorama			-S/477											
POS			-S/119											
Computadora Acer			-S/147											
Impresora			-S/114											
Capital de Trabajo			S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	S/10	
Inversión en Activo Intangible														
Constitución y Licencias			-S/1,204											
Software			-S/295											
Gastos Preparatorios			-S/1,243											
Flujo de Caja de Libre Disponibilidad			-S/13,081	-S/1,766	-S/1,766	-S/1,766	-S/1,766	-S/1,766	-S/2,695	S/4,375	-S/1,766	-S/1,766	-S/2,042	S/7,812

Figura 22. Flujo de caja

Elaboración propia

TABLA DE IGV

IGV	Año 0		Año 2019											
	2018	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
IGV Ingresos	S/	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47	S/ 1,050.47
IGV Alquiler de Taller	S/	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27	76.27
IGV Servicios	S/	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33	-8.33
IGV Costo Variable	S/	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50	716.50
IGV Otros Gastos	S/	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50
IGV Útiles	S/	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82	1.82
IGV Inversiones	S/													
Horno AKZ	S/	-180.31												
Batidora Fricción Electro	S/	-73.22												
Frigider Indorama	S/	-82.33												
POS	S/	-30.36												
Computadora acer	S/	-45.33												
Impresora	S/	-28.36												
Constitución y Licencias	S/	-186.02												
Software	S/	-205.30												
Gastos Preparatorios	S/	-246.07												
IGV Egresos	S/	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70	736.70
IGV por periodo	S/	-1,372.83	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17
IGV Acumulado	S/	83	S/ 504.35	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17
IGV Neto (Para el Flujo de Caja)	S/		S/ 504.35	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17	S/ 1,877.17

Figura 23. Tabla de IGV

Elaboración propia

Capítulo X: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



X. CAPÍTULO 10**10. Conclusiones y recomendaciones**

En forma de conclusión, se indica que el proyecto es viable; debido a que muestra cifras favorables tanto en VAN como en TIR. Además, una de los principales objetivos del proyecto es que las personas conozcan los productos peruanos y la calidad nutritiva y los beneficios que proporcionan en la salud.

De esta manera, se recomienda que se realicen proyectos en beneficio de la salud y bienestar, que se haga mayores investigaciones sobre todo los productos existentes en el país con el fin de obtener beneficios nutritivos para la población y para el crecimiento económico del país.

Es necesario que las universidades realicen conferencias o actividades de manera continuas y gratuitas, relacionadas a proyectos con miras hacia el desarrollo sostenible y crecimiento económico.

Capítulo 11: BIBLIOGRAFÍA



XI. CAPÍTULO 11**11. Bibliografía**

Aguirre Alvarez, A. L., & García Sáenz, W. S. (2017). *Repositorio Institucional UNAM-Managua*. Obtenido de Análisis del salario mínimo y nivel de vida de Nicaragua 2010-2015: <http://repositorio.unan.edu.ni/5149/>

Alegría, L. (2018). *El Comercio*. Obtenido de Informalidad sigue dominando la creación de empleo en el Perú: <https://elcomercio.pe/economia/peru/informalidad-sigue-dominando-creacion-peru-noticia-547252>

Aro Huanacani, Y. (2017). *Repositorio Institucional*. Obtenido de Efectos de la remuneración mínima vital en el mercado laboral del Perú, período 2005- 2015: <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/5130>

Baldeon, M., & De la Cruz, F. (2008). *Estudio de factibilidad para industrialización y comercialización de la harina de arracacha*. Obtenido de http://cybertesis.urp.edu.pe/bitstream/urp/185/1/baldeon_mt-delacruz_fs.pdf

BCRP. (Marzo de 2018). *Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de Remuneración Mínima Vital (RMV), Informalidad y Competitividad: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2018/marzo/ri-marzo-2018-recuadro-3.pdf>

DIGESA. (s.f.). www.digesa.minsa.gob.pe.

Gestión, R. (Julio de 2018). *GESTIÓN*. Obtenido de Comex: El 65.7% de trabajadores de mypes no reciben una remuneración formal:

<https://gestion.pe/economia/comex-65-7-trabajadores-mypes-reciben-remuneracion-formal-240138>

Gonzales Vargas, N. (30 de Noviembre de 2017). *El incremento del salario mínimo vital y sus efectos en el crecimiento económico: un análisis de productividad en el Perú (2001-2016)*. Obtenido de Repositorio Institucional:

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/6036>

Jimenez, F. (2005). *Características nutricionales de la arracacha (Arracacia Xanthorrhiza) y sus perspectivas en la alimentación*. Obtenido de

<https://docplayer.es/19747925-Caracteristicas-nutricionales-de-la-arracacha-arracacia-xanthorrhiza-y-sus-perspectivas-en-la-alimentacion-faviola-jimenez.html>

Julio Amaya, J. J. (2006). *Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión Ambiental*. Obtenido de ARRACACHA:

<http://www.agrolalibertad.gob.pe/sites/default/files/MANUAL%20DE%20ARRACACHA%2002-12-2009.pdf>

Mahecha, K., & Olaya, H. (2012). *PREFACTIBILIDAD PROYECTO: PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE*. Bogotá. Obtenido de

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/1241/MahechaKaren2012.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

McCarthy. (1960). *Marketing Mix*.

Mondragón Otero, W. (2017). *Remuneración mínima vital y empleo urbano en el Perú:*

2000-2016. Obtenido de Universidad Nacional de Trujillo:

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/9414>

PROINVERSIÓN. (s.f.). *Private Investment Promotion Agency, Perú*. Obtenido de

<https://www.proinversion.gob.pe/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?are=0&prf=0&jer=5732&sec=1>

Rodríguez, G., García, H., Camacho, J., Arias, F., Rivera, J., & De la Torre, F. (2000). *La*

harina de arracacha (Arracacia xanthorrhiza). Manual técnico para su

elaboración. Obtenido de

<http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/4714/1/Harina%20de%20arracacha.pdf>

Ruiz Bravo, H. (2017). *Universidad Cesa Vallejo, Repositorio Digital Institucional*.

Obtenido de *La Remuneración Mínima Vital y la Informalidad Laboral de las*

Microempresas en el mercado Cruz de Motupe del Distrito S.J.L, 2016:

<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/8104>

SUNAT. (s.f.). *REGIMEN ESPECIAL DEL IMPUESTO A LA RENTA (RER)*. Obtenido de

<https://www.sunat.gob.pe/ol-ti-itmoddatruc/RTAESP.html>

Torres Flores, D. (2016). *Colef Repositorio*. Obtenido de *AUMENTO DEL SALARIO*

MÍNIMO Y SU IMPACTO EN EL EMPLEO: Un análisis de datos panel para México

2005-2014: <https://colef.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1014/351>

Valderrama Calderón, M. J. (2012). *Cybertesis UNMSM*. Obtenido de *La remuneración*

mínima en Perú: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/1195>

Velezmoro, J. (2004). *Perfil de Mercado de Arracacha*. Obtenido de

<https://docplayer.es/3974168-Perfil-de-mercado-de-la-arracacha-elaborado-por-jill-velezmoro-j-diego-panizo-p.html>

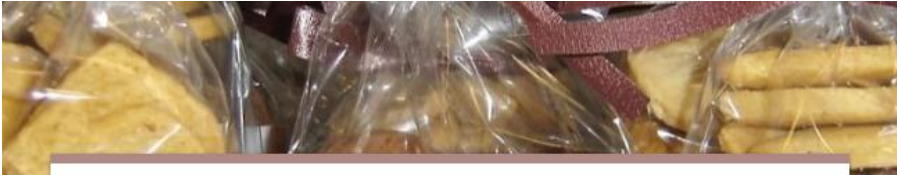
Capítulo 12: ANEXOS



XII. CAPÍTULO 12

12. Anexos


12.1. *Encuesta Virtual*



Galletas Artesanales

Hola, necesitamos de tu ayuda para nuestro proyecto estudiantil sobre Galletas artesanales hechas de la harina de arracacha. De antemano muchas gracias por su colaboración.

*Obligatorio



Sexo *

Masculino

Femenino

Edad *

18-23

24-30

31-40

40-más

Lugar de Residencia

Sur de Lima

Norte de Lima

¿Tiene alguna idea sobre que es la arracacha? *



- SI
- No

Si su respuesta es NO. Le presentamos algunos beneficios que nos ofrecen la arracacha, y si su respuesta es contraria señale el beneficio que usted conoce.

BENEFICIOS

Mejora la salud del sistema digestivo y de los tejidos corporales.	<input type="radio"/>
Ayuda a prevenir las enfermedades cardiovasculares	<input type="radio"/>
Es saludable durante el embarazo	<input type="radio"/>
Ayuda en el tratamiento de afecciones crónicas.	<input type="radio"/>
Ayuda a evitar el cáncer	<input type="radio"/>

¿Que tipo de galleta consumo con frecuencia? *



Galletas artesanales



Galletas industriales

¿Le gustaría consumir galletas artesanales hechas de harina de arracacha, sabiendo que tiene un alto valor nutritivo para la salud? *

- Sí
- No
- Tal vez

¿Con que frecuencia consume galletas artesanales? *

- Diaria
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

¿En que lugares compra con mayor frecuencia las galletas artesanales? *

- Tiendas Naturistas
- Supermercados
- Panadería

¿Qué precio pagaría por un paquete de galletas artesanales?

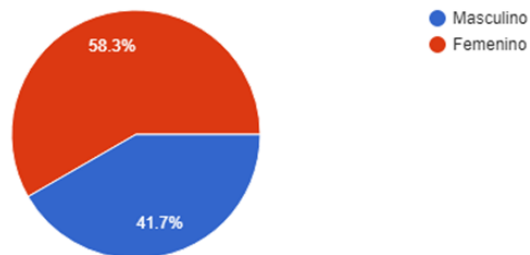
- S/5.00 a S/10.00
- S/15.00 a S/20.00
- S/21.00 a S/25.00

ENVIAR

RESULTADOS

Sexo

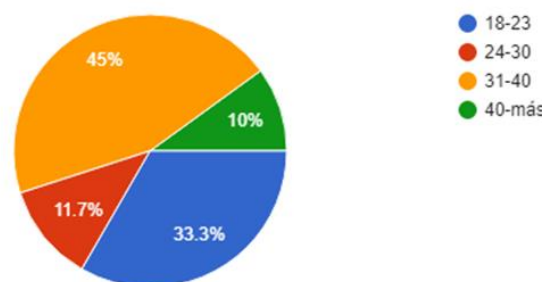
60 respuestas



- Se observa que al género femenino le agrada o se siente más familiarizado por el producto ya que suman un 58.3%

Edad

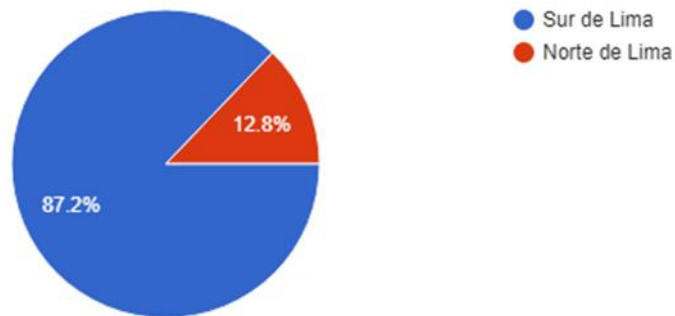
60 respuestas



- Se puede observar que los datos estadísticos más resaltantes son: 45% de los encuestados tienen una edad entre 31-40 años, seguido del 33.3% teniendo una edad entre 18-23 años.

Lugar de Residencia

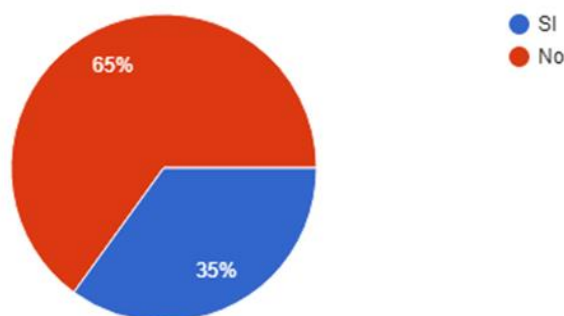
39 respuestas



- Los residente en el sur están más interesados en el producto al ser el 87.2 % de encuestados mientras que el 12.8 % restante representa las personas interesadas que viven en el norte de lima

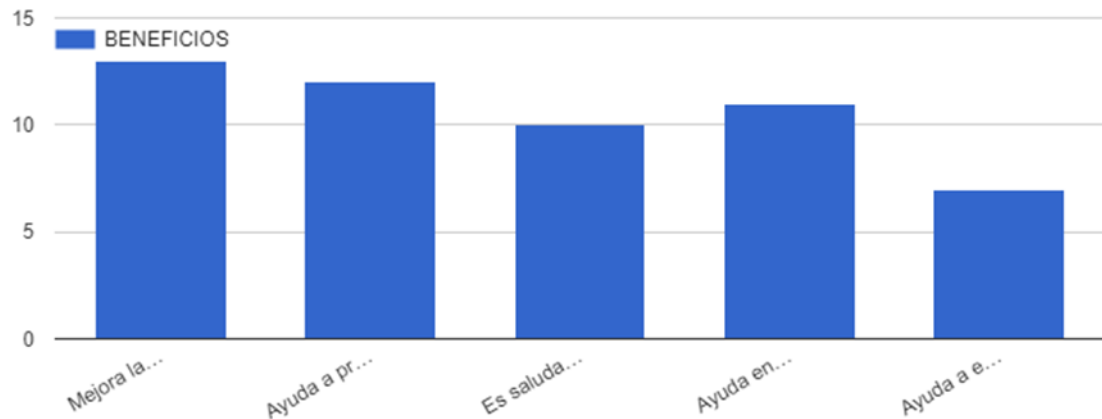
¿Tiene alguna idea sobre que es la arracacha?

60 respuestas



- El 65% de los encuestados no tienen conocimiento sobre lo que es la arracacha mientras que el 35% restante si tiene idea sobre la arracacha

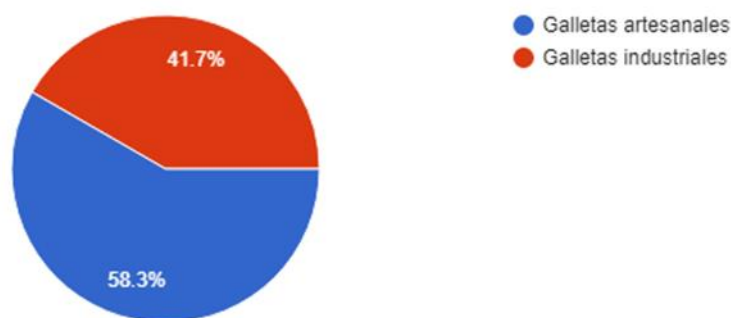
Si su respuesta es NO. Le presentamos algunos beneficios que nos ofrecen la arracacha, y si su respues...eñale el beneficio que usted conoce.



- Los encuestados que, si saben sobre la arracacha, tiene conocimientos sobre los beneficios de la arracacha y muchos de ellos saben más que todo que es bueno para mejorar la salud del sistema digestivo.

¿Que tipo de galleta consumo con frecuencia?

60 respuestas

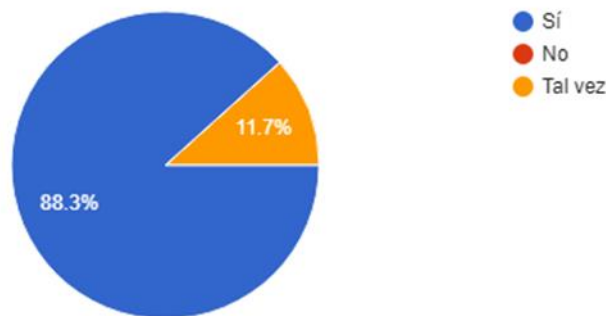


- Genera sorpresa que más de la mitad de encuestados consume con frecuencia galletas artesanales sabiendo que las galletas industriales acaparan casi todo el mercado. Como conclusión se podría decir que en la

actualidad las galletas artesanales se están haciendo más conocidas por el valor nutritivo.

¿Le gustaría consumir galletas artesanales hechas de harina de arracacha, sabiendo que tiene un alto valor nutritivo para la salud?

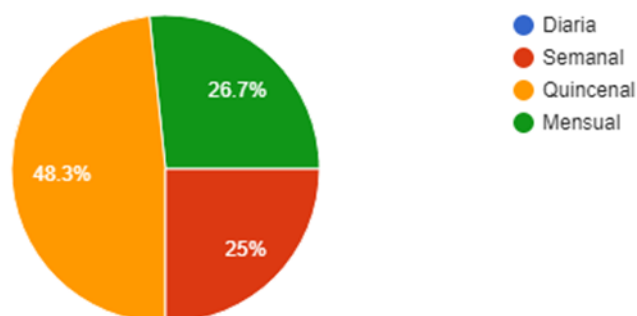
60 respuestas



- Genera sorpresa que más de la mitad de encuestados consume con frecuencia galletas artesanales sabiendo que las galletas industriales acaparan casi todo el mercado.

¿Con que frecuencia consume galletas artesanales?

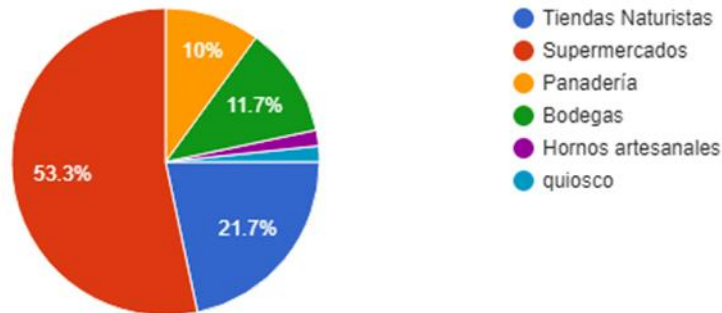
60 respuestas



- Podemos observar que las personas encuestadas consumen galletas artesanales en un lapso de tiempo quincenal siendo estos el 48.3%.

¿En que lugares compra con mayor frecuencia las galletas artesanales?

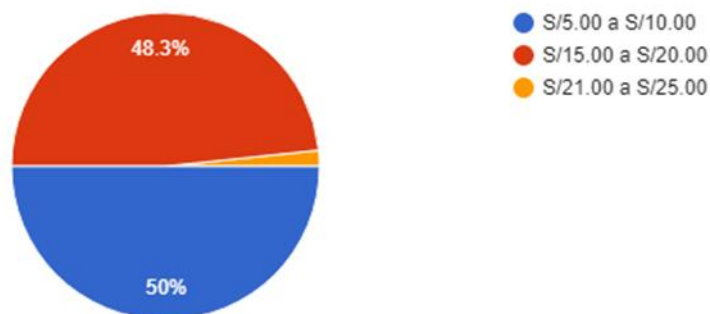
60 respuestas



- Se puede observar que el 53.3% de las personas compra sus galletas artesanales de los supermercados.

¿Qué precio pagaría por un paquete de galletas artesanales?

60 respuestas



- De acuerdo a la encuesta el 50% de los encuestados estaría dispuesto a comprar un paquete de galletas artesanales por el precio de entre s/5 y s/10.