

PRODUCCION DE CAMELOS A BASE DE QUINUA, CACAO, MACA Y MIEL ORIENTADO A NIÑOS DE 6-11 AÑOS DEL DISTRITO DE TAMBO.

**XVIII Feria
Virtual de Planes
de Negocio**



Integrantes:

- Curi Nieves Ingrid Medicina Humana
- Gamarra Marcelo Jennifer Medicina Humana
- Palomino Cangalaya Jean Medicina Humana
- Palomino Ruiz Nataly Medicina Humana
- Quintanilla Rojas Melanie Medicina Humana

Sección (NRC):

Descripción de negocio:

- La idea de negocio a proponer, trata de un caramelo considerado nutritivo, por estar hecho a base de productos naturales, como son la quinua, maca, miel y cacao. Además de frutos secos, principalmente las pasas. Los cuales son muy beneficiosos.



Características Creativas e Innovadoras Del Producto



SCAMPER

S ingredientes; azúcar por miel, saborizantes artificiales por productos naturales como cacao, quinua y maca.

C se combinó cereales con cacao

A Se adaptó la presentación para los niños en diferentes figuras

M Se modificó la textura del caramelo para su fácil consumo

P Se propone realizar presentaciones de dulces como suplementos nutricionales para niños

E Eliminar saborizantes, azúcar y preservantes

R Reordenar el sistema de distribución de los caramelos

Segmentación de mercado

Forma	Descripción	Cantidad	Porcentaje
GEOGRAFICO	Tambo	28095	100%
DEMOGRÁFICO	Familias con niños de 6-11 años	6728	52,63%
PSICOGRÁFICA	Clase social b,c+	7361	33.2%
CONDULTUAL	Familias que consumen caramelos	9450	14,17%

Fuentes : INEI

El Comercio

ENCP (Estudio Nacional del Consumidor Peruano)

La ficha técnica estadística

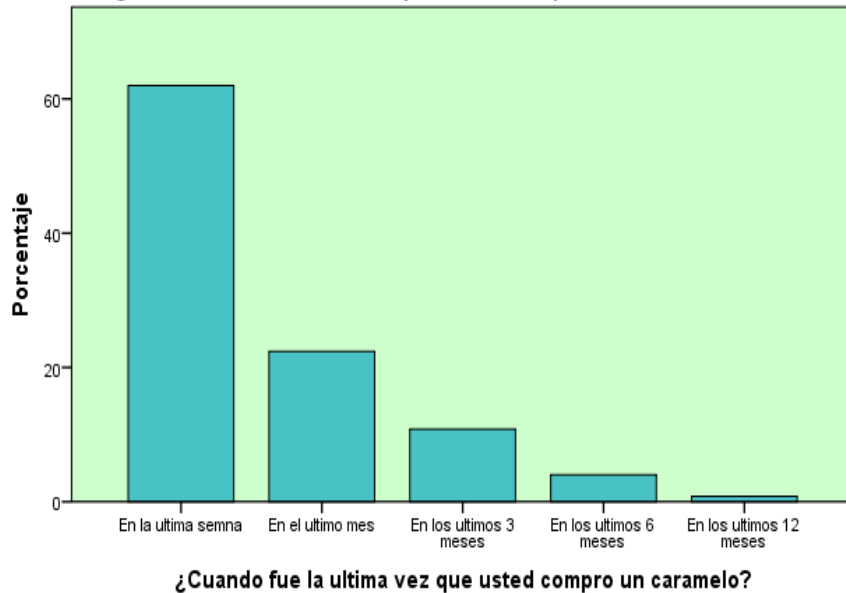
Universo poblacional	• Huancayo
Ámbito geográfico	• El tambo
Método de muestreo	• Aleatorio
Tamaño muestral	• 250
Perfil del encuestado	• Familias con niños de 6-11 años
Nivel de confianza	• 95%
Error de muestreo	• 5%
Fecha	• 14/09/17



Se realizó una encuesta dirigida hacia los posibles clientes, los resultados fueron:

FRECUENCIA DE COMPRA DE CAMELOS

¿Cuándo fue la última vez que usted compró un caramelo?



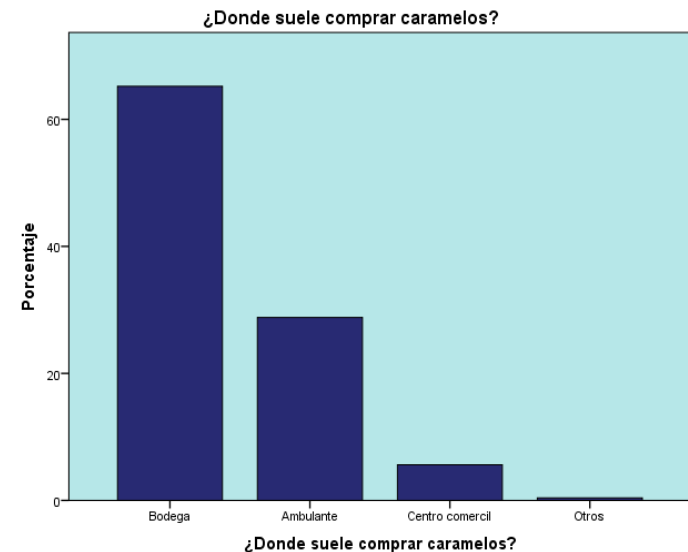
- El 62% de los padres de familia encuestados, refiere haber comprado en la última semana caramelo.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	En la última semana	155	62,0
	En el último mes	56	22,4
	En los últimos 3 meses	27	10,8
	En los últimos 6 meses	10	4,0
	En los últimos 12 meses	2	,8
	Total	250	100,0

LUGAR DE COMPRA DEL PRODUCTO

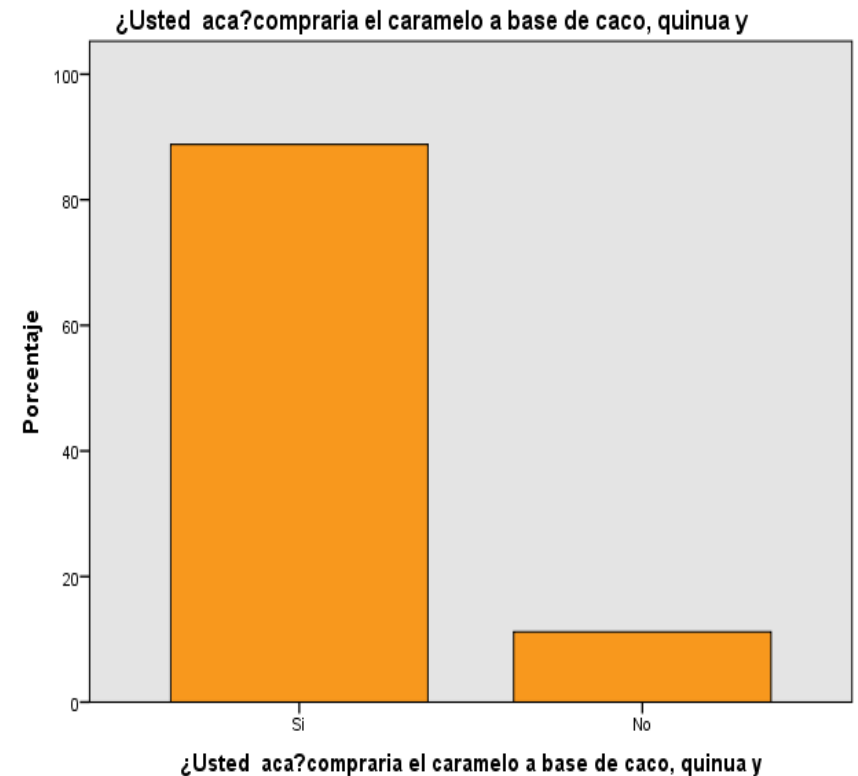
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Bodega	163	65,2
	Ambulante	72	28,8
	Centro comercil	14	5,6
	Otros	1	,4
	Total	250	100,0

- De los padres de familia encuestados, el 65% prefiere comprar caramelos en las bodegas.



¿COMPRARIA CARAMELO DE CACAO, QUINUA, MIEL Y MACA?

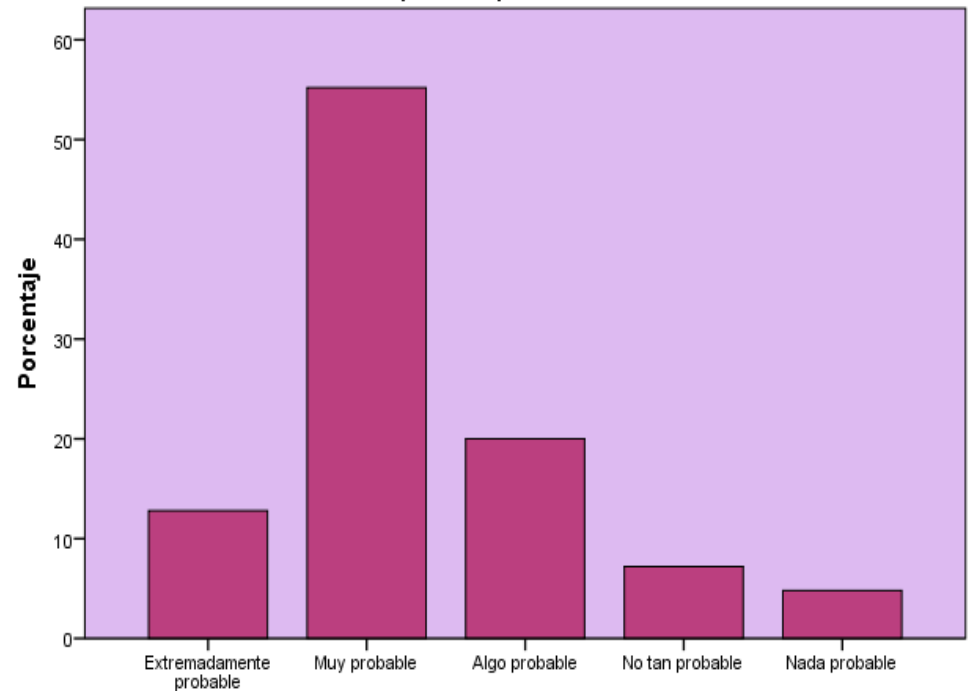
		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	222	88,8
	No	28	11,2
	Total	250	100,0



PROBABILIDAD DE COMPRA DEL PRODUCTO

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Extremadamente probable	32	12,8
	Muy probable	138	55,2
	Algo probable	50	20,0
	No tan probable	18	7,2
	Nada probable	12	4,8
	Total	250	100,0

Si el producto estuviera disponible hoy.¿Que tan probable seria que usted compra el producto?



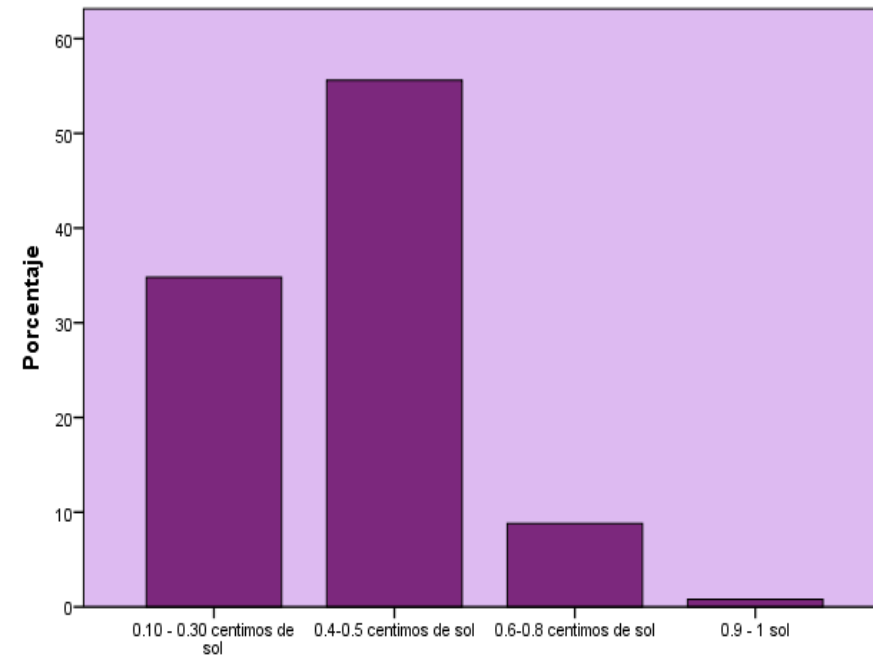
Si el producto estuviera disponible hoy.¿Que tan probable seria que usted compra el producto?



MONTO A PAGAR POR EL CARAMELO EN VENTA

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	0.10 - 0.30 centimos de sol	87	34,8
	0.4-0.5 centimos de sol	139	55,6
	0.6-0.8 centimos de sol	22	8,8
	0.9 - 1 sol	2	,8
	Total	250	100,0

¿Cuanto estaria dispuesto a pagar por un caramelo que presente valor nutricional?

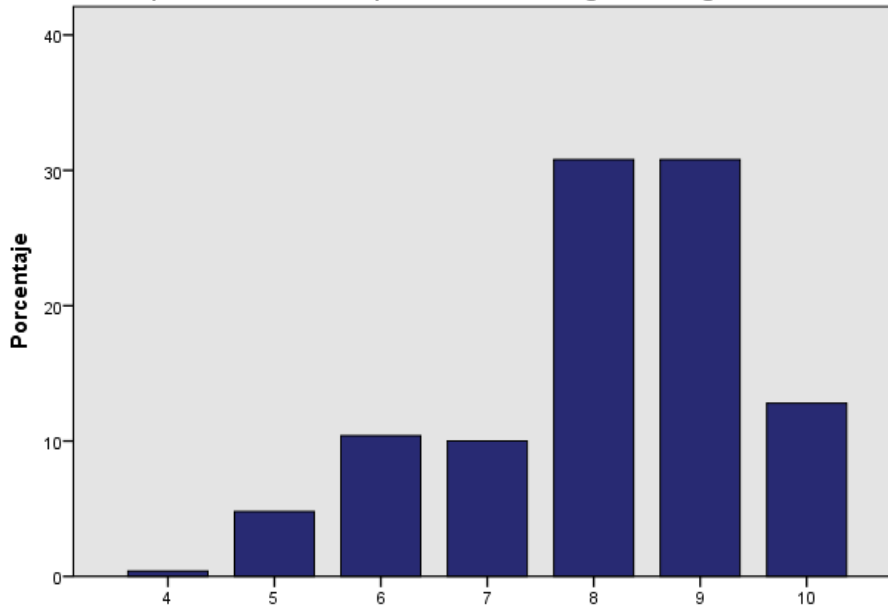


¿Cuanto estaria dispuesto a pagar por un caramelo que presente valor nutricional?



RECOMENDACIÓN DEL PRODUCTO EN VENTA

Considerando las características nutritivas del producto ¿Que tan probable es que ecomiende este producto a tus amigos o colegas?

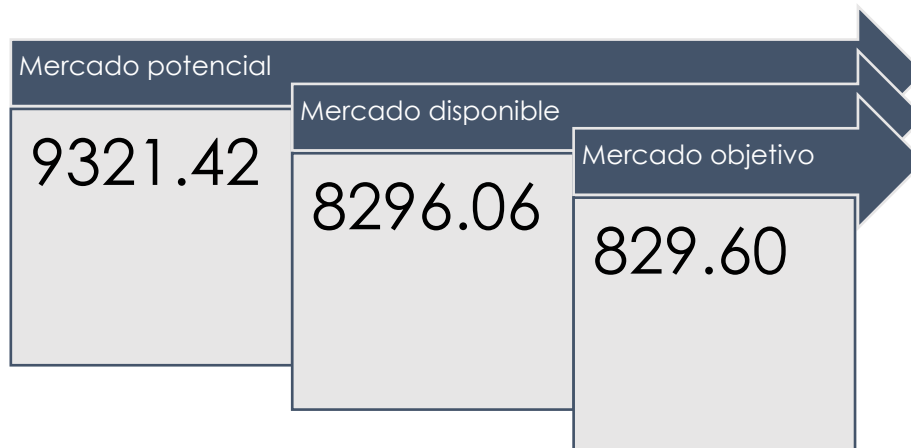


Considerando las características nutritivas del producto ¿Que tan probable es que ecomiende este producto a tus amigos o colegas?

Dentro de los padres de familia encuestados, se considera que existe una alta probabilidad la recomendación de producto en venta.

Identificación de los mercados y la demanda

Mercados



Demanda

Formula de la demanda: Mercado objetivo * frecuencia de compra anualizada * volumen de compra

$$Q = 9321.42$$

Proyección de los ingresos

Ítems	U.M.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de crecimiento	%	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5
Mercado potencial	Nº	9321.42				
Mercado disponible(??)	Nº	8296.06				
Mercado objetivo (??)	Nº	829.60				
Frecuencia de compra	Nº de visitas	48				
Volumen de compra	Nº de productos	1				
Demanda	Nº de productos	39820.8	40816.32	41836.73	42882.65	43954.72
Precio unitario	S/	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30
Ingresos totales	S/	11946.24	12244.90	12551.02	12864.80	13186.41

Fuente de la tasa de crecimiento:

Ficha técnica del producto

	FICHA TECNICA DE CARAMELO NUTRITIVO		PROGRAMA DE CENTRAL DE PROVEDORES
PREPARADO POR: INGRID CURI NIEVES	APROBADO POR: NATALY PALOMINO RUIZ	FECHA: 21-10-17	VARIACION: 2017
NOMBRE DE MATERIA PRIMA Y/O INSUMO:	MACA, QUINU, CACAO Y MIEL NO REGISTRA		
PROVEDOR:			
DESCRIPCION FISICA DEL PRODUCTO:	El caramelo considerado nutritivo, está hecho a base de quinua, miel, cacao y maca; fue industrializado para su posteriopr uso comercial. Es un caramelo de formas llamativas, de color marron con un sabor agradable al gusto (dulce). No es amargo ni acido y es libre de impurezas, olores o sabores extraños.		
INGREDIENTES PRINCIPALES:	Quinua, miel, maca y cacao.		
INGREDIENTES SECUNDARIOS:	Frutos secos		
CARACTERISTICAS FISICAS DE LA MATERIA PRIMA Y/O INSUMO:	APARIENCIA	DURO	
	COLOR	CARACTERISTICO	
	SABOR	DULCE	
	Ph	NEUTRO	
	TEXTURA	SEMIBLANDO, HOMOGENEO	
CARACTERISTICAS MICROBIOLÓGICAS DE MATERIA PRIMA Y/O INSUMO:	TRAMITES EN DIRESA		
ESTADO O MATERIA PRIMA	POLVO LIQUIDO GASEOSO	POLVO	

[Título del proyecto]





Universidad
Continental

**XVIII Feria
Virtual de Planes
de Negocio**



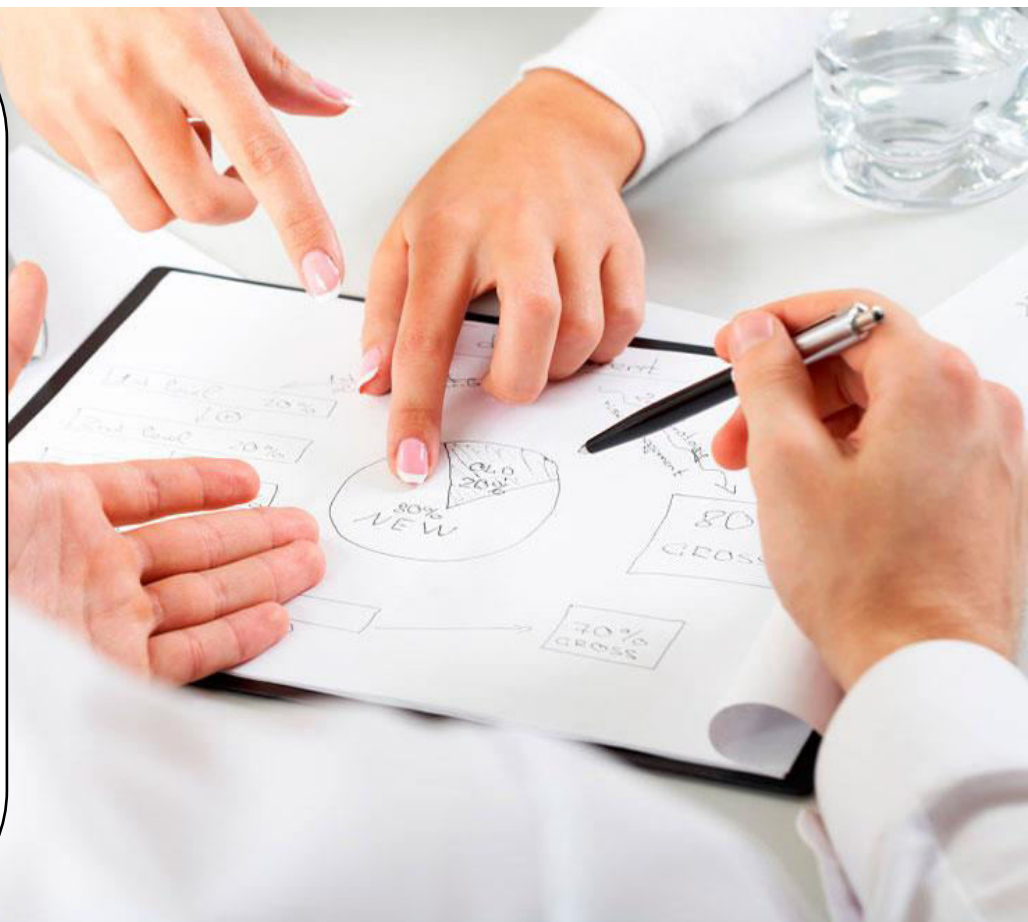
Caramelos nutritivos hecho a base de productos naturales, sin colorantes artificiales, de distintas formas atractivas.



Universidad
Continental

**XVIII Feria
Virtual de Planes
de Negocio**

XVIII Feria Virtual de Planes de Negocio



Centro de Emprendimiento Continental

Av. San Carlos 1980 - Huancayo

(064) 481430 Anexo 7720

conti-emprende@continental.edu.pe