

TANTA KILLA

**XVIII Feria Virtual de Planes de
Negocio**



Integrantes:

- ACVEDO CHAGUA YOYS MEDICINA HUMANA
- ANGOMA CERRÓN ROSARIO MEDICINA HUMANA
- ASTO SUAREZ LEVI MEDICINA HUMANA
- ALANIA BERNAL LUCHO MEDICINA HUMANA
- TORRES LUNA TATIANA MEDICINA HUMANA

Sección (NRC):

Descripción de negocio:

- Se ofertara queques a base de harina de aracacha, zumo de naranja fortificados con hierro y edulcorante de stevia, rellenos de fruta seca, con decoración de chocolate a base de cacao cuyos moldes serán de diferentes formas atractivos para los niños (cinco modelos diferentes) y se venderán en instituciones educativas, bodegas y centros comerciales de Huancayo.

Características Creativas e Innovadoras Del Producto

- SE UTILIZARÁ HARINA FINA POR HARINA DE TRIGO, ARRACACHA, SABORIZANTE POR ZUMO DE NARANJA , AUCAR REFINADA POR ENDULCORANTE NATURAL.
- KEKES CON HIERRO Y ZUMO DE NARANJA (VITAMINA C), Y FRUTOS SECOS
- DISMINUCIÓN CALÓRICA, INCREMENTO DEL VALOR NUTRITIVO CON UN BUEN SABOR
- ZUMO (PIÑA,NARANJA,PLATANOS,COCO,MANGO,MARACUYA), COMPLEMENTO (HIERRO,ZINC,ENZIMAS DIGESTIVAS, VITAMINAS,AMINOACIDOS)
- PRESENTACIÓN EN CAJAS : INDIVIDUAL Y DE 6 UNIDADES, ENVOLTURAS BIODEGRADABLES

Segmentación de mercado

FICHA TÉCNICA DE SEGMENTACIÓN			
FORMA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Geográfica	Familias en el distrito de Huancayo (INEI 2013)	30 149	100 %
Demográfica	Nivel socioeconómico A y B	16581	55%
Prevalencia	Prevalencia de anemia en la población infantil en el distrito de Huancayo	2487	15%

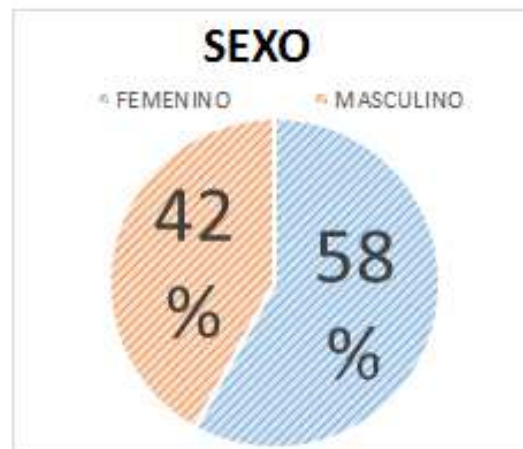
- Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Sexo y Grupos Quinquenales de Edad, 2015 (INEI)
- Niveles socioeconómicos 2016 - Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM) Rolando Arellano – Estilos de vida
- Anemia en la población infantil del Perú: Aspectos claves para su afronte: En la página web: http://www.ins.gob.pe/repositorioaps/0/4/jer/evidencias/ANEMIA%20FINAL_v.03mayo2015.pdf

La ficha técnica estadística

Universo:	2487
Ámbito geográfico:	Región Junín
Método de muestreo:	Muestreo aleatorio – simple
Tamaño muestral:	150
Perfil de entrevistado:	Padres de niños entre 03 y 10 años
Nivel de confianza:	95%
Error de muestreo:	5%
Fecha de trabajo de campo:	09 de octubre 2017
Probabilidad de éxito:	50%

Resultados de la encuesta

- SEXO:



- EDAD:

El promedio de edad fue 07 años

Resultados de la encuesta

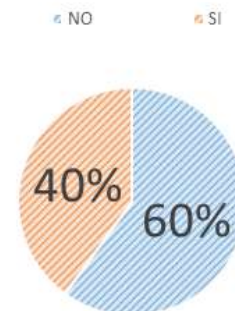
¿CREE QUE SU HIJO(A) SE ESTA ALIMENTANDO CORRECTAMENTE?



INTERPRETACIÓN: El 44% de los encuestados piensa que sus hijos no se están alimentando correctamente

• CONOCE LAS CONSECUENCIAS DE LA ANEMIA

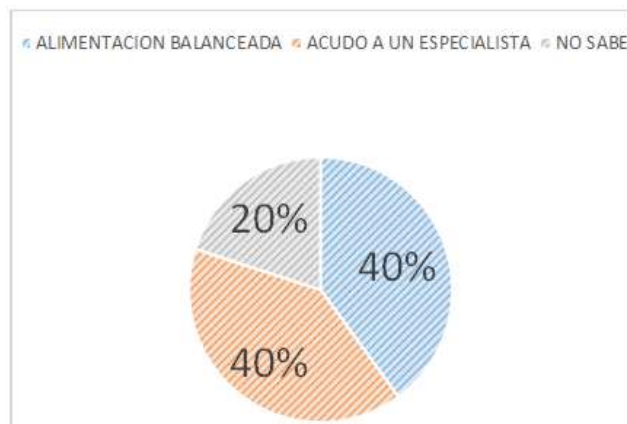
¿Conoce las consecuencias de la anemia?



INTERPRETACIÓN: Solo el 40% de los encuestados conoce las consecuencias de la anemia

Resultados de la encuesta

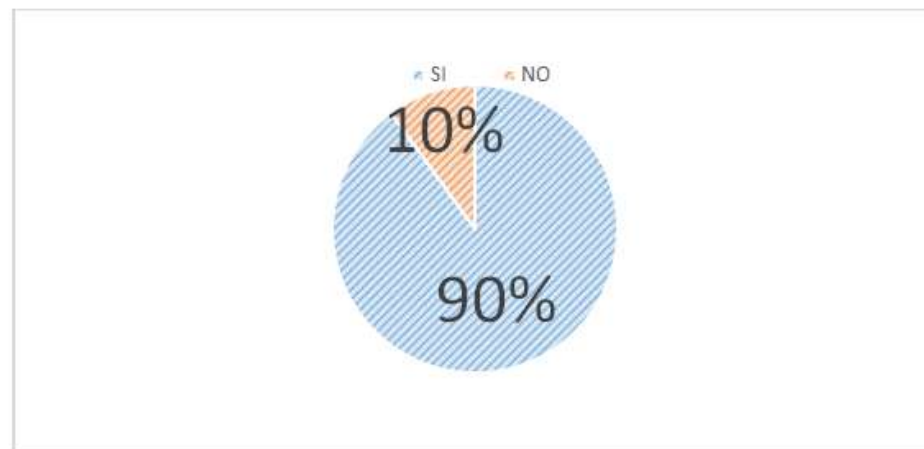
¿QUÉ HACES PARA PREVENIR LA ANEMIA?



Área de trazado

INTERPRETACIÓN: Se puede observar que hay una equidad del 40% entre los padres que previenen la anemia con una alimentación balanceada y acudiendo al especialista

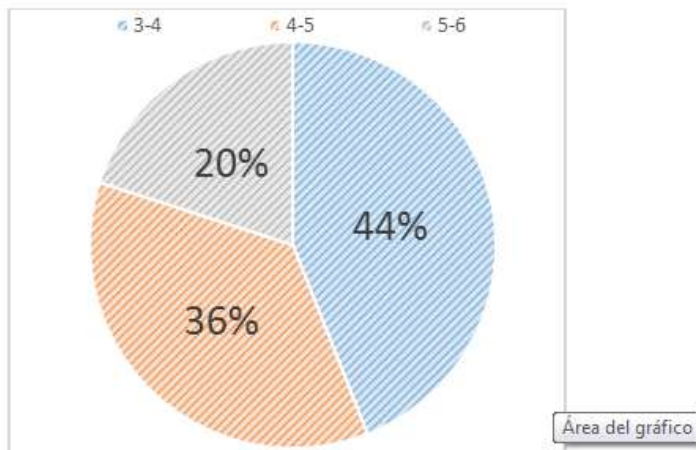
- ESTARÍAS DISPUESTO A COMPRAR UN PRODUCTO SALUDABLE, DELICIOSO Y SOBRE TODO CON GRANDES CANTIDADES DE HIERRO



INTERPRETACIÓN: El 90% de los encuestados si estarían dispuestos en adquirir el producto.

Resultados de la encuesta

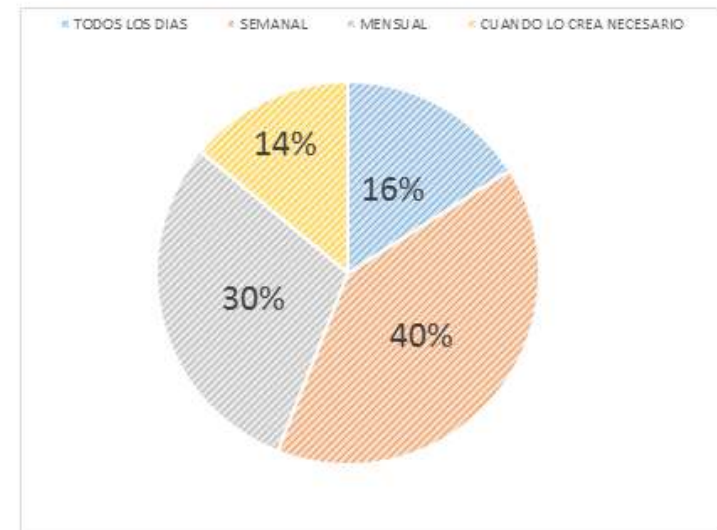
- CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN MUFFIN RICO EN HIERRO Y SOBRE TODO SALUDABLE



INTERPRETACIÓN: solo el 36% estarían dispuestos a pagar entre 5 y 6 soles por el Muffins

TANTA KILLA - RICOS Y NUTRITIVOS

- CUANTAS VECES COMPRARÍA ESTOS MUFFINS



INTERPRETACIÓN: El 40% de los encuestados estarian dispuestos en comprarlo semanalmente para la lonchera de sus hijos.

Resultados de la encuesta

- CUANTOS MUFFINS COMPRARIA CADA VEZ QUE VISITA LA TIENDA



INTERPRETACIÓN: El 50% de los encuestados estarian dispuestos en comprar entre 10 y 20 muffins por visita.

Identificación de los mercados y la demanda

Mercados



Demanda

Formula de la demanda:
 $Q_{dx} = 651 * 48 * 1$

$Q = 31248$ unidades

Proyección de los ingresos

	unidad	periodo 1	periodo 2	periodo 3	periodo 4	periodo 5
Tasa de Crecimiento (%)	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5
Mercado Potencial (segmentación)	30149	30902	31674	32465	33276	34107
% de aceptación de las encuestas	72%	72%	72%	72%	72%	72%
Mercado Disponible = (2) x (3)	21707	22249	22805	23374	23958	24557
% de captación (capacidad de atención)	3	3	3	3	3	3
Mercado Objetivo (en personas) = (4) x (5)	652	667	684	701	718	736
Frecuencia de Visita (resultado según encuestas en forma con estimación anual)	12	12	12	12	12	12
Unidades de consumo por vez de compra (resultado según encuestas)	1	1	1	1	1	1
Cantidad demandada anual = (6)x(7)x(8)	7824	8004	8202	8402	8616	8832
Precio de venta S/ por unidad	S/. 5	S/. 5	S/. 5	S/. 5	S/. 5	S/. 5
Ventas estimadas por periodo = (9) x (10)	S/. 39120	S/40020.	S/. 41010	S/. 42010	S/. 43080	S/. 44160

Ficha técnica del producto

Productos	Muffins Tanta Killa
Código	001
Descripción	Se ofertara <u>Muffins</u> a base de harina de <u>aracacha</u> , zumo de naranja fortificados con hierro y edulcorante de <u>stevia</u> , rellenos de fruta seca, con decoración de chocolate a base de cacao cuyos moldes serán de diferentes formas atractivos para los niños (cinco modelos diferentes) y se venderán en instituciones educativas, bodegas y centros comerciales de Huancayo.
Peso	250gr
Caducidad	2 meses
Ingredientes	<p>Harina de Racacha (1kilo)</p> <p>Huevo (4 unidades)</p> <p>Mantequilla (200 g)</p> <p>Salvado de Trigo (500g)</p> <p>Zumo de Naranja (400 ml)</p> <p>Leche (400ml)</p> <p><u>Estevia</u> (50g)</p> <p>Moldes de Queque(20 unidades)</p> <p>Frutos secos (nueces, pasas, pecanas)</p>
Alérgenos	Huevo, Frutos secos

[MUFFIS TANTA KILLA]





MUFFINS TANTA KILLA
RICOS Y NUTRITIVOS

Producto 100% natural con alto contenido
nutricional, son ricos y nutritivos

**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