



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS
TURÍSTICOS

“NIVEL DE ACEPTACIÓN DE GALLETAS DE
QUINUA EN EL CATÁLOGO DE PRODUCTOS
DIRIGIDA A CLIENTES DE LA EMPRESA DE
CATERING “BOCADITOS ANAHÍ” - TRUJILLO
2015”

Tesis para optar el título profesional de:

Administradora de Servicios Turísticos

Autora:

Anahí Fátima Monsalve Mas

Asesora:

Mg. Edelmira Leonor Janampa Vidal

Trujillo – Perú

2015

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Anahí Fátima Monsalve Mas**, denominada:

**“NIVEL DE ACEPTACIÓN DE GALLETAS DE QUINUA EN EL CATÁLOGO DE
PRODUCTOS DIRIGIDA A CLIENTES DE LA EMPRESA DE CATERING
“BOCADITOS ANAHÍ” – TRUJILLO 2015”**

Mg. Edelmira Leonor Janampa Vidal
ASESORA

Lic. Mónica Zegarra Alva
**JURADO
PRESIDENTE**

Mg. Jamy M. Hurtado Castañeda
JURADO

Prof. Luis A. Durand Azcárate
JURADO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres por apoyarme a lo largo de la carrera y estar a mi lado en momentos indispensables y a mis profesores que me enseñaron en toda la vida universitaria a tener una mejor formación.

Anahí

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi papá por darme la posibilidad de haber estudiado en la Universidad Privada del Norte, a mi mamá por apoyarme cuando más la necesité a lo largo de la carrera.

Agradezco también a los profesores de la carrera, gracias a ellos soy lo que soy ahora; a la ex Directora, Miriam Gayoso, quien me ayudó en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Anahí

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	133
1.1. Realidad problemática	133
1.2. Formulación del problema.....	144
1.3. Justificación.....	144
1.4. Limitaciones	155
1.5. Objetivos	166
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	166
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	166
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes	18
2.2. Bases Teóricas	22
2.3. Definición de términos básicos	35
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS.....	39
3.1. Formulación de la hipótesis	39
3.2. Operacionalización de variables	39
CAPÍTULO 4. PRODUCTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL	40
4.1. Análisis de Comercialización.	40
4.2. Producto.....	41
4.3. Precio	42
4.3.1. Costos y Presupuestos.....	43
4.4. Plaza.	46
4.4. Promoción.....	47
CAPÍTULO 5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	48
5.1. Tipo de diseño de investigación.....	48
5.2. Material de estudio.....	48

5.2.1.	<i>Unidad de estudio</i>	48
5.2.2.	<i>Población</i>	48
5.2.3.	<i>Muestra</i>	49
5.3.	Técnicas, procedimientos e instrumentos.....	50
5.3.1.	<i>Para recolectar datos</i>	50
5.3.2.	<i>Para analizar información</i>	50
5.3.2.	<i>Para procesar información</i>	50
CAPÍTULO 6. RESULTADOS		51
CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN		58
CONCLUSIONES		60
RECOMENDACIONES		61
REFERENCIAS		62
ANEXO 01. – VALOR NUTRICIONAL DE LA QUINUA SIN COCINAR		64
ANEXO 02. – VALOR NUTRICIONAL DE LA QUINUA COCINADA		65
ANEXO 03. – PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD DE QUINUA EN PRINCIPALES DEPARTAMENTOS DE PERU 2012		66
ANEXO 04. – PRODUCTOS A BASE DE QUINUA		67
ANEXO 05 A. – BOLETAS Y FACTURAS DE LA EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHI”		68
ANEXO 05 B. – FOTOS DE EVENTOS REALIZADOS EN LA EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHI”		69
ANEXO 05 C. – SERVICIO INCLUIDO EN LA EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHI”		70
ANEXO 06 A – PREPARACIÓN Y AMASADO DE GALLETAS DE QUINUA		71
ANEXO 06 B – ESTIRADO Y CORTE DE GALLETAS DE QUINUA		72
ANEXO 06 C – FORMA Y PRE HORNEADO DE GALLETAS DE QUINUA		73
ANEXO 06 D – GALLETAS DE QUINUA HORNEADAS Y EMPAQUETADO		74
ANEXO 07. – LOGO Y PÁGINA WEB DE “BOCADITOS ANAHÍ”		75
ANEXO 08. – PROMOCIÓN DE LA EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHÍ”		76
ANEXO 09. – ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIAS		77
ANEXO 10. – EVIDENCIA DE APLICACIÓN ENCUESTAS		78

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. – Cuadro comparativo de valor nutricional de la quinua y otros alimentos.....	27
TABLA 2. – Cuadro comparativo de valor nutricional de la quinua y otros granos	27
TABLA 3. – Operacionalización de variables	39
TABLA 4. – Análisis FODA sobre las galletas de quinua.....	40
TABLA 5 – Activos y pasivos.....	43
TABLA 6. – Salario de colaboradores	43
TABLA 7. – Materia prima.....	44
TABLA 8. – Materiales auxiliares	44
TABLA 9. – Envases.....	44
TABLA 10. – Etiquetas	44
TABLA 11. – Depreciación.....	44
TABLA 12. – Costo total	45
TABLA 13. – Costos mensuales y semanales desde el ingreso de las galletas de quinua ...	45
TABLA 14. – Ingresos	45
TABLA 15. – Activos y Pasivos finales	46
TABLA 16. – Valor de la quinua sin cocinar cada 100 y 170 grs	64
TABLA 17. – Valor de la quinua cocinada cada 100 y 185 grs	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. – Producción y promoción de la quinua	24
GRÁFICO 2. – Exportación de quinua por año.....	29
GRÁFICO 3. – Exportación de quinua a principales destinos.....	29
GRÁFICO 4. – Exportación de quinua a Estados Unidos	30
GRÁFICO 5. – Edad promedio de los clientes.....	51
GRÁFICO 6. – Porcentaje total de género de clientes encuestados.....	51
GRÁFICO 7. – Porcentaje de interés en el consumo de productos que contienen quinua....	52
GRÁFICO 8. – Cantidad de clientes que probaron galletas de quinua.....	52
GRÁFICO 9. – Nivel de agrado de las galletas de quinua	53
GRÁFICO 10. – Nivel de nutrición del producto según los clientes	53
GRÁFICO 11. – Conformidad de los clientes con el catálogo de “Bocaditos Anahí”	54
GRÁFICO 12. – Vías de acceso al catálogo	54
GRÁFICO 13. – Constancia de consumo de las galletas	55
GRÁFICO 14. – Lugares donde pueden comprar el producto.....	55
GRÁFICO 15. – Precio promedio del paquete de galletas	56
GRÁFICO 16. – Preferencia de horas al consumir las galletas	56
GRÁFICO 17. – Nivel de consideración empresa - productos.....	57
GRÁFICO 18. – Métodos para contactar a la empresa	57

RESUMEN

Actualmente nuestro país es el principal y primer productor y exportador mundial de quinua, según estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), además de ser considerada como una de las especies endémicas y cultivadas en el Perú desde épocas prehispánicas, conservándose la mayor diversidad biológica de esta especie a través de ingeniosos sistemas de cultivo, así como una cultura alimentaria que se incorpora cada vez más en la dieta familiar. Es por ello que el presente trabajo de investigación se enfoca en determinar el nivel de aceptación de un nuevo producto, en este caso galletas de quinua en la empresa de catering “Bocaditos Anahí”, la cual está ubicada en la ciudad de Trujillo, región La Libertad.

La decisión de crear este nuevo producto se relaciona a varios fines, ya que lo más importante de una empresa de este rubro es innovar en determinado tiempo para que de esa forma los clientes sientan que pueden variar los pedidos que deseen realizar y no tengan la necesidad de consumir siempre lo mismo; además que en este caso, no es cualquier producto, se está hablando de la quinua, la cual ha sido destacada por su alto valor nutritivo y lo más resaltante es que la mayoría de ésta se cultiva en nuestro país.

Se hizo un estudio en el cual, por medio de encuestas a clientes, se dieron resultados sobre el consumo del producto que está presentándose, siendo un buen porcentaje de 74% aceptación para su comercialización.

La quinua tiene muchos beneficios para la salud, ya que es un alimento apto para personas alérgicas al gluten, causa una sensación de saciedad, tiene una gran fuente de fibra, brinda energía, ayuda a la concentración, además de ser rica en vitaminas.

Las galletas de quinua son un producto aprobado sensorialmente por los clientes, debido a su textura crocante, su sabor neutral, y por el hecho que causa saciedad al momento de consumirlas. De alguna manera los clientes de la empresa de catering “Bocaditos Anahí” podrían tener la opción de consumir un producto que es netamente peruano y que al mismo tiempo tenga una cultura de muchos años y un alto valor nutricional. Ellos consideran que estas galletas son recomendables incluso para kioscos de colegios debido a su valor nutricional y que no se considera “comida chatarra”, ya que actualmente

está prohibida esa venta; además pueden consumirla de desayuno porque da energía y puede ser acompañado de otro ingrediente por el suave sabor que obtiene este producto.

La quinua es fácil de conseguir todo el año, de esta forma es un punto a favor, porque hay ciertos ingredientes que se consiguen en determinadas épocas del año y eso dificulta su preparación. Es por eso que se considera un producto rentable y de esa forma el precio no es elevado.

ABSTRACT

Currently our country is the main producer and exporter of quinoa, according to statistics from the Food and Agriculture Organization (FAO), in addition to being considered one of the endemic species and cultivated in Peru from Hispanic times, conserving biodiversity as this spice through ingenious farming systems, as well as a food culture that is increasingly incorporated in the family diet. That is why this research focuses on determining the level of acceptance of a new product, in this case quinoa cookies in the caterer "Bocaditos Anahí", which is located in the city of Trujillo, Region freedom.

This work focuses on the inclusion of a new product, in this case Quinoa Cookies on the catering company "Bocaditos Anahí", which is located in the city of Trujillo, La Libertad region.

The decision to create this new product is related to several goals. The most important thing in a business of this kind is innovating in a determined amount of time, so the customers feel they can vary their orders, and they won't have the need to eat the same thing over and over. Besides, in this case, the product isn't common, because the quinoa has been praised for its high nutritious valor and the majority is cultivated on our country.

A study in, through customer surveys, results on the consumption of the product that is being presented, so they found that 74% was accepted for the sale was made.

Quinoa has many health benefits as it is suitable for people allergic to gluten feed, causes a feeling of fullness, is a great source of fiber, provides energy, helps concentration, besides being rich vitamins.

Quinoa cookies are an approved product sensorily by customers due to their crispy texture, neutral taste, and by the fact that causes satiety when eating. Somehow customers on the catering company "Bocaditos Anahí" could have the option of using a product that is distinctly Peruvian and at the same time have a culture of many years and high nutritional value. They believe that these cookies are recommended even for kiosks schools because of their nutritional value and is not considered "junk food" because now that sale is prohibited; also can consume breakfast because it gives energy and can be accompanied by another ingredient for the smooth taste you get this product.

Quinoa is easy to get all year, in this way is a plus, because there are certain ingredients that are available in certain seasons and makes their preparation. That is why it is considered a profitable product and thus the price is not high.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

La presente investigación se enfoca en el estudio de la aceptación de un nuevo producto de galletas de quinua en la empresa de catering “Bocaditos Anahí”, tomando en cuenta su valor nutricional, ya que este ingrediente ha sido consumido desde la época pre inca y ha sido a lo largo de esos años un gran símbolo de la biodiversidad de nuestro país.

El Ministerio de la Agricultura ha promovido el consumo de productos andinos, tomando en cuenta que el 2013 se ha declarado el año internacional de la quinua por las Naciones Unidas. La ONU trata de promover la dieta andina, la cual tiene un alto contenido de proteínas a bajo precio.

El pasado año, la quinua ha superado el porcentaje promedio de exportación, lo cual es algo importante, ya que en otros países lo consumen por su alto nivel nutricional y de la misma manera, recibimos mayores ingresos.

Se puede preparar una gran variedad de productos en base de quinua, lo cual al compararlo con otros granos, se observa un valor nutricional superior, ya que éste es más nutritivo hasta que el arroz o el maíz. (Curcio, 2012)

Dentro de todos estos puntos a favor, la quinua tiene ciertas características que dificultan la venta continua de este producto; esto se debe a que su cultivo es exclusivamente en la sierra (Junín, Arequipa, Cusco, Huancavelica, Ancash, Ayacucho y Apurímac) y, hay veces que por los huaycos, lluvias, derrumbes o fallas en las carreteras demoran la llegada de ésta y a la vez, aumentan los precios. (Enjoit, 2013)

Otro problema es que, al ser cosechado, la tierra debe pasar por un proceso ya que la época de siembra es de inicios de setiembre a finales de octubre; esos pisos deben pasar por un tratamiento para que la tierra permanezca húmeda desde la temporada de lluvias que es de enero a marzo.

Al considerar que el 2013 fue el año de la quinua, se puede aprovechar en incrementar la cultura gastronómica y de la misma manera se puede realizar una variación dentro de la lista de productos que ofrece la empresa.

1.2. Formulación del Problema

¿Cuál es el nivel de aceptación de las galletas de quinua en el catálogo de productos dirigida a clientes de la empresa de catering “Bocaditos Anahí” en la ciudad de Trujillo, 2015?

1.3. Justificación

La alimentación del ser humano está dentro del conjunto de las necesidades básicas, por lo que está comprometida directamente a su conservación y supervivencia, por este motivo no solo se debe satisfacer sus gustos sino cumplir con las funciones del organismo, que están relacionadas con su desarrollo sano, entonces los alimentos deben tener como propósito, generar un aporte energético, regulador, proteico y de reserva.

Hoy en día existen alimentos que la industria alimentaria ofrece y que no cumplen con los requerimientos necesarios para una alimentación sana, ya que la mayoría aportan un nivel de energía que sobrepasa los niveles de consumo y este a su vez estaría afectando a la salud del hombre, por ende dejan de lado los otros aportes alimenticios que deberían cubrir.

Es por ello que la presente investigación pretende establecer la posibilidad de incorporar galletas de quinua en el catálogo de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”, como una propuesta para dar a conocer las propiedades nutricionales y considerar este producto como oferta gastronómica alternativa, debido a la variedad y textura que presenta, además de tener a la quinua como ingrediente rendidor que al combinarlo en la repostería da muy buenos resultados.

Al incluir las galletas de quinua en el catálogo, aparece como nueva opción, la cual puede ser elegida para el consumo de los clientes y ser una variante nutritiva; de esta manera aportaría un valor agregado, ya que es un alimento sano, de sabor agradable y con un precio asequible.

Nuestra propuesta se enfoca a clientes de la empresa que son los actuales consumidores de “Bocaditos Anahí”, quienes harán que este producto se haga conocido y aporte de cierta manera en los ingresos de nuestro país, enfocándose también en el área turística, ya que las agencias de viaje son participantes del consumo de bocaditos como box lunch ofrecidos a sus clientes. Es aquí que sobresale uno de nuestros productos bandera, la quinua, denominado el grano de oro, alimento ancestral e insumo nutritivo, que desde tiempos prehispánicos es uno de los insumos más importantes en la dieta de nuestro país al igual que la papa. Los pueblos de la sierra sur del Perú han mantenido y conservado la quinua en su estado natural, incluyendo muchas variedades; este aspecto nos permitió proponer la inclusión de un producto como las galletas de quinua en la lista de los bocaditos en el catálogo de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”, para promover el consumo de productos oriundos de nuestro país.

La atracción del mundo por la quinua ha permitido que se incrementen las ventas por US\$74 millones de enero a junio en el 2014. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, establece que las condiciones de la demanda pueden mejorar si se da una alianza estratégica entre el sector turismo y el agronegocio de quinua, a fin de dar mayor agresividad a la promoción de la quinua a traes del flujo importante de turistas que visitan Puno, por ejemplo ya que existe actualmente una alternativa que aún no se viene desarrollando con un enfoque de marketing; es el relacionado a las rutas alimentarias, la ruta gourmet alta complementado con otros productos propios de la zona. Además, en comunidades donde se desarrolla el Turismo Rural Comunitario y donde se brinda hospedaje a los turistas interesados en conocer costumbres, cultura y actividades económicas de la zona visitada, puede ofrecerse como alternativa de platos tradicionales aquellos que son elaborados con productos típicos como la quinua.

1.4. Limitaciones

No existe mucha información sobre tesis relacionadas a la venta de productos de quinua en bibliotecas, ya que recién en el 2013 se ha comentado más sobre este producto.

Últimamente la quinua tiene alta demanda, es decir que, al elevarse las ventas, los precios aumentan también. Hace unos años el kilo de este producto era de S/.7.00 a S/.10.00; ahora puede costar hasta S/.25.00 en algunos supermercados. Esto se debe a que la siembra es especial, se realiza desde inicios de septiembre hasta fines de octubre en espacios limitados, ya que únicamente se puede sembrar en zonas que se haya almacenado la humedad de la temporada de lluvias de enero a marzo.

Otro factor limitante relacionado con el cultivo son el ataque de los animales que están alrededor como aves y roedores, sin embargo lo que más afecta son las larvas de mariposas nocturnas y gusanos de tierra que cortan los tallos y deforman las hojas (Miranda, 2008).

A Trujillo llegan solo cuatro variedades de quinua (incluyendo la harina), lo cual complica la preparación de las galletas y de esa manera realizar una comparación entre ellas en cuanto a sabores, texturas y presentación.

No todas las personas han probado productos con quinua, es por eso que es difícil para algunos que encuentren un sabor agradable en las galletas, ya que finalmente tiene una sensación amarga.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Conocer el nivel de aceptación de galletas de quinua en el catálogo de productos dirigida a clientes de la empresa de catering “Bocaditos Anahí” en Trujillo 2015.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Identificar posibilidades de introducción y comercialización de las galletas de quinua en el catálogo de productos dirigida a clientes de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”.

- Identificar el valor nutricional y proteico de la quinua para el consumo como bocaditos e inclusión dentro del catálogo de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”.
- Difundir el uso de insumos autóctonos, como la quinua, ideal para la preparación de bocaditos dentro del catálogo de la empresa “Bocaditos Anahí”.
- Realizar el presupuesto para conocer costos y gastos que se van a tener para la puesta en marcha del proyecto.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

La Tesis titulada *“Formulación de un Programa de Ventas en una Empresa de Servicios”*, redactada por *Mostacero Abanto, Lizzet Juliana* en la *Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo - Perú* en el año 2009, indica que en las empresas donde va a ingresar un nuevo producto, debe aplicarse nuevas estrategias, y que por medio de ellas se pueda lograr el crecimiento del negocio, la satisfacción de los clientes y la superación a la competencia.

Para analizar el nivel de aceptación de un nuevo producto en una empresa de servicios, se debe analizar la estructura de fuerza de ventas, desde el lugar en donde se ubica, las variedades que ofrece, los clientes a quien va destinado y los servicios incluidos dentro de ellos.

Al ingresar un nuevo producto, la empresa debe enfocarse en el cliente, ya que por éste se tiene o no acogida, y por ello es necesario el constante contacto.

Se puede observar también que dentro de una empresa, antes de ingresar un nuevo producto, deben realizarse encuestas y aceptar las críticas de los clientes para saber si el producto en realidad va a tener éxito a futuro. (Mostacero Abanto, 2009)

En el informe de Tesis *“Utilización de Harina de Trigo y Quinua para la Elaboración de Galletas, para los niños del Parvulario de la E.S.P.O.CH”*, escrita por *Llerena Oñate, Patricia Karina*, en la *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en Riobamba – Ecuador, 2010*, da como objetivo general: Elaborar las galletas a partir de una mezcla de harina de trigo y quinua para los niños del parvulario E.S.P.O.CH, y como específicas: Utilizar diferentes porcentajes de harina de quinua en la elaboración del producto, determinar las características culinarias de las harinas en el producto elaborado, evaluar las características sensoriales del producto obtenido y elaborar un recetario, donde se concluye que la presencia de harina de trigo es ideal para las galletas debido a la elasticidad que le otorga a la masa; cuando ésta se mezcla con otros tipos de harina – en este caso de quinua – se pierde esa textura por la presencia de gluten.

El lugar de elaboración de este producto debe ser temperado (ni muy frío ni muy caliente), ya que la masa puede endurecerse o por el contrario volverse suave al momento de manipularla.

Previamente a la preparación de las galletas, se debe mezclar homogéneamente los dos tipos de harina para que se distribuya de la misma manera al ser amasada. (Llerena Oñate, 2010)

En *“Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Dedicada a la Elaboración de Malteadas a Base de Quinoa en la Ciudad de Bogotá D.C.”*, titulada como Tesis, presentada por *Cuenca Chacón, Magda Lorena y Montenegro Aguirre, Andrea del Pilar*, en la *Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería*, en el año 2004, *Bogotá – Colombia*, se propone un plan para iniciar una empresa dedicada a la preparación malteadas o batidos de quinua, donde toma importancia el valor nutricional, según la tendencia del mercado en la actualidad.

Como objetivo general debe identificar los consumidores potenciales de “malteadas listas para consumir” en la ciudad de Bogotá y sus hábitos de consumo para poder definir las características específicas del producto. Como específicos menciona, identificar el segmento de mercado que más consume “malteadas listas para consumir” en la ciudad de Bogotá; determinar las características de la malteada como son nombre, sabor, empaque.

Se toma en cuenta el mercado objetivo, identificando sus características, gustos y preferencias, con el fin de crear este producto, evaluando la viabilidad financiera y económica, para saber si en realidad es rentable crear esta empresa.

Los productos que se preparan y se venden son los comunes (maíz, arroz, trigo, cebada y avena), las cuales las utilizan como base de galletas, harinas, pan, malteadas, entre otros. Sin embargo, la quinua no es utilizada para algún producto en especial; únicamente se puede encontrar la semilla o harina lista para cocinar y mezclarla con otros alimentos.

La quinua es un ingrediente importante, además de su valor nutritivo, variedad de sabores, aromas, colores vegetales, sustancias y elementos activos, también es de uso medicinal con características únicas. Ésta tiene un valor nutricional comparable con muchos alimentos de origen animal como carne, leche, huevos, entre otros.

Se está promoviendo el desarrollo en distintos sectores productivos para crear nuevas empresas con el fin de tener trabajo en ciertos puntos que no se tienen tan activos. Este proyecto tendrá éxito siempre y cuando tenga un alto nivel de

aceptación según las exigencias de niños en cuanto a nutrición y por los padres de familia para que decidan realizar esa compra.

Es de gran importancia resaltar que este producto a base de quinua está proyectado como alimento de alto contenido nutricional, donde se toma en cuenta el desarrollo físico y mental de personas que están en etapa de crecimiento. (Cuenca Chacon & Montenegro Aguirre, 2004)

En la *“Elaboración y Evaluación Nutricional de Galletas con Quinua y Guayaba Deshidratada”*, título que se le otorgó a la presente Tesis, por *Cabezas Gagñay, Andrea Lucrecia*, estudiante de la *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo* en la *Facultad de Ciencias, en Riobamba – Ecuador 2010*, habla acerca de las alternativas que existen en el mercado, las cuales van más allá de adquirir productos básicos. Hay de todo en cuanto a necesidades, como productos con un balance nutricional adecuado que contenga vitaminas, calcio, entre otros, según las limitaciones que tenga cada cliente.

La quinua es un alimento que tiene cualidades superiores a cualquier cereal, además de un gran número de vitaminas. No tiene colesterol y no forma grasa en el organismo, es por eso que es fácil de digerir.

Al preparar alimentos es importante tomar en cuenta las diferencias de nutrientes que requiere la población, ya que no todos pueden consumir cualquier ingrediente. Una forma de incluir un ingrediente con tanta importancia nutricional, es colocándolo en algún producto de fácil consumo y agrado para niños, en este caso, las galletas son una excelente idea, ya que son consumidas constantemente y forman parte de lonchera de escolares, en especial niños que están en etapa de crecimiento.

Los alimentos y productos que son fortificados, se les puede dar mayor valor con un poco costo adicional, como los panes, cereales, lácteos, galletas y pastas.

Debido a su composición nutricional, se recomienda la harina de quinua tanto a niños como a celíacos por su rápida asimilación y composición equilibrada de aminoácidos; es por eso que debe incluirse como parte del consumo diario. De esta manera, el producto podría ser consumido en el desayuno por su alto valor de nutrientes y por dar energía a lo largo del día.

Es fácil promocionar el consumo de esta galleta, ya que la materia prima utilizada es de origen natural y de un precio asequible, además de presentar características sensoriales agradables para el paladar. También puede acompañarse de frutas

deshidratadas y harinas que contienen un alto valor proteico al prepararlas, ya que es un producto de constante consumo, con el fin de llenar los requerimientos nutricionales, y contar también con beneficios para la salud. (Cabezas Gagñay, 2010)

En la Tesis *“Plan Estratégico para la Comercialización de Galletas La Francesa S.A. en el Perú”*, redactada por *Burgoa Aranibar, Daniel Alejandro* para recibir el grado de *Máster en Administración de Empresas* en la *Escuela de Postgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas* en el año 2013, se menciona como objetivos: lograr el conocimiento de marca para los diferentes productos importados mediante la distribución gratuita al potencial consumidor de muestra de producto, descuentos o cupones que incentiven la compra del mismo, en los distritos de las zonas Lima Norte y Lima Este; formar lazos con los puntos de venta, cumpliendo con los pedidos requeridos y proporcionando asesoramiento en el merchandising apropiado para la venta de los productos, construir la imagen de marca.

Se observa que la venta de galletas se está incrementando a pesar que el consumo per-cápita es menor a comparación de otros países. En Perú existe la ventaja que los mayores consumidores de galletas son niños y jóvenes, quienes no son fieles a una sola marca o tipo de producto.

Está de moda cuidar el organismo haciendo ejercicio y manteniendo una buena alimentación, es por eso que ha aumentado el consumo de productos sanos y bajos en grasa para evitar problemas cardiacos y de obesidad.

Perú está creciendo en cuanto a población, haciendo necesaria la creación de bodegas, mercados y supermercados donde las personas puedan abastecerse; lo cual facilita el aumento de ventas de consumo rápido como golosinas, bebidas, galletas, entre otros.

Los precios son parte de la estrategia de introducción y son el resultado del costo de preparación y comercialización que necesita la empresa.

Para la introducción y aceptación de un nuevo producto, es necesario que la publicidad sea buena y que se distribuya por medios de comunicación para hacer la venta más fácil. (Burgoa Aranibar, 2008)

2.2. Bases Teóricas

En los últimos años Perú ha venido experimentando un “Boom Gastronómico” y está siendo reconocido a nivel internacional por la calidad y sabor de su comida. Gracias a ello se está promoviendo el desarrollo económico del país y reafirmando la identidad nacional.

El rubro de la gastronomía es importante, ya que directa e indirectamente ha comprendido a cinco millones de personas en el 2009, alcanzando el 20% de la Población Económicamente Activa (PEA) y mantiene una relación con otros servicios como el transporte, educación, comercio y servicios de restauración. (Administrador, 2013)

En Perú existe desde la antigüedad productos típicos como el ají, maíz, papa, llamas, ovejas, etc. La cocina peruana se agrupa con la gastronomía de los otros continentes. Esta mezcla de culturas y biodiversidad creó técnicas innovadoras como la cocción de la pachamanca, la cual se deja cocinar los productos bajo piedras calientes. Con la llegada de los españoles se incrementa el consumo de trigo, vid y olivo. A mediados del siglo XIX, inmigrantes chinos llegan a Perú y comenzaron a abrir pequeños locales, de esa forma haciéndose conocida la comida oriental, denominada “Chifa”, el cual se fue integrando con ingredientes locales. De esa manera fueron adaptándose distintas culturas y creciendo las variedades gastronómicas en el país.

La cocina peruana en la actualidad es una cocina de fusión, debido a la influencia señalada anteriormente. Solo en la costa peruana se han identificado más de dos mil variedades de sopas. De esa manera resaltan las cocinas de la costa norte, selva, Lima, Arequipa, cusqueña, andina y novo andina, la cual consiste en mezclar productos ancestrales con contemporáneos.

En la última década, la gastronomía peruana ha aumentado tanto en el propio país como en el extranjero, por medio de festivales internacionales, publicaciones gastronómicas y explosión de ofertas académicas en cocina y pastelería.

Según la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA 2009), la cocina genera un valor estimado de S/.40 mil millones, equivalente al 11,2% del Producto Bruto Interno (PBI) en el 2009.

APEGA ha creado un plan estratégico para convertir Mistura en la feria gastronómica líder en el mundo en el 2021. La idea de realizarla a nivel mundial fue la concentración de varias sociedades como operadores de turismo, hoteles, empresarios gastronómicos, MINCETUR, y la Municipalidad de Lima (APEGA 2010); creando guía de folletos, videos, planteando rutas gastronómicas dentro de la capital y relanzando mercados emblemáticos para convertirlos en centros de atracción turística.

Un objetivo es promover el turismo gastronómico, comenzando por regiones que tienen atractivos culturales y naturales, como Arequipa, Lambayeque, Piura, Cusco, San Martín, Iquitos, Junín y Ancash; creando rutas gastronómicas y guías que orienten al turista acerca de la cocina regional. El Ministerio de la Producción está por iniciar un programa de fortalecimiento y generación de empleo por medio del mejoramiento de calidad en la oferta gastronómica en Arequipa, Cusco, La Libertad y Lambayeque. (Administrador, 2013) De allí que con el mejoramiento genético de más granos nativos como aquellos que no son tan conocidos no solo se favorecerá la nutrición de la población, como es el caso de la quinua, sino también habrá mayor excedente en la producción de estos productos para atender la demanda del mercado local e internacional. (Pando, 2015)

Es necesario promover la marca de cocina peruana relacionada con la marca Perú, la cual permita reconocer la gastronomía y promocionar un conjunto de platos típicos y bebidas a base de pisco, papa, quinua y lúcuma.

El insumo principal de nuestra propuesta producto, es la quinua, cuya historia es extensa, se trata de una planta precolombina de la familia de las Quenopodiáceas, cuyo nombre científico es “*Chenopodium quinua willd*”, la cual tiene tallos velludos y nudosos de 0.6 a 1.2 metros de alto. Su origen es de hace unos 7000 años, siendo hallada en los alrededores del Lago Titicaca (Bolivia y Perú) y en tumbas de distintas culturas como Tiahuanaco donde fue encontrada la evidencia dentro de sus vasos cerámicos. La quinua era tan importante como la papa y el maíz para los habitantes de los Andes. (Arroyave Sierra & Esguerra Romero, 2006)

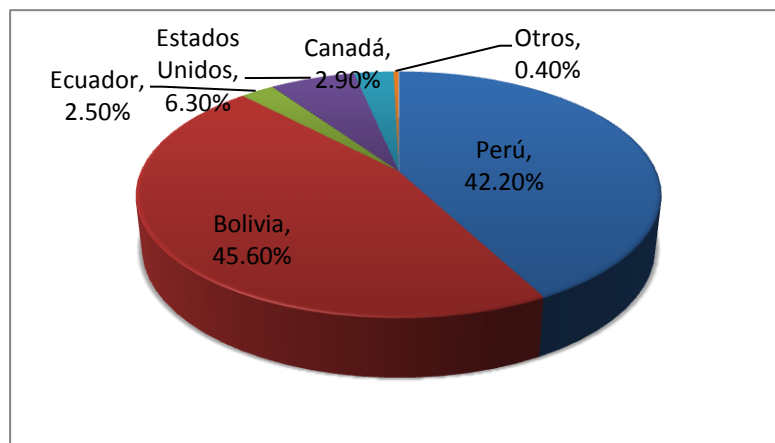
La semilla de la quinua tomó un papel muy importante en la alimentación de la población indígena, siendo considerada una de las fuentes principales de proteína de la zona sudamericana. Es tan nutritiva que desde los antepasados la sustituían por carne animal y en la actualidad se recomienda en la dieta de vegetarianos.

Actualmente se consume este alimento, ya que aparte de su agradable sabor, es fácil de digerir y no tiene colesterol, lo cual la hace muy importante en las dietas. (Cuenca Chacon & Montenegro Aguirre, 2004)

Esta es una planta que se adapta a suelos de 0 a 4000 m.s.n.m., se puede encontrar en valles secos, valles húmedos, salares, selva y al nivel del mar (Perú, Ecuador, Colombia, Bolivia y Chile). (Barreno, 2013)

Perú y Bolivia son los países que tienen mayor producción y promoción sobre la quinua. Actualmente se exportan a Estados Unidos y Europa. En el siguiente gráfico se puede observar el porcentaje de producción de quinua a nivel mundial:

Gráfico 1: **Producción y promoción de la quinua**



Fuente: www.fao.com.org, Estudio ERPE, Ecuador

Lo que se utiliza de esta planta son las semillas de forma pequeña, redonda y plana; de un alto valor nutritivo. Los incas la consideraron como la semilla sagrada, llegando a ser reconocida como reemplazo del arroz, ya que este no crece en climas secos y altos.

La quinua es una planta con un alto valor nutricional; rica en lisina, lo cual hace que tenga funciones resaltantes en el desarrollo de células en el cerebro humano, por ende, da buenos resultados en cuanto a rapidez mental, además de aumentar la concentración.

Ciertos estudios afirman que la quinua es igual o incluso más completa en nutrientes, en algunos casos del reino animal y vegetal. Tienen valores muy altos de proteína, calcio, hierro, lisina, entre otros. (Ver Anexos N°01 y 02)

La amplia variedad genética de la quina permite adaptarse a diversos ambientes ecológicos (valles interandinos, altiplano, yungas, salares, nivel del mar) con diferentes condiciones de humedad y altitud y es capaz de hacer frente a cambios de temperatura que oscilan entre -8°C a 38°C . Según información del Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) existen alrededor de 10 variedades de quinua, cuyos granos son preparados de diversas maneras para su consumo directo y transformados en múltiples derivados. En el Perú hay 3 mil eco tipos, de las cuales la INIA (Instituto Nacional de Innovación Agraria) conserva alrededor de 2 mil, las cuales son producidas en distintos departamentos de Perú. Existe el potencial de producir la quinua en gran parte de la sierra y costa del país, pudiendo triplicarse la producción nacional en el 2021. (Ver Anexo N°03)

De estas las que más consumidas son (Riego, 2014):

- Quinua Salcedo.
- Quinua Pasankalla.
- Quinua Illpa.
- Quinua Collana
- Quinua Sacaca.
- Quinua Quillahuamán.
- Quinua Altiplano.

La NASA (Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio) declaró la quinua como uno de los alimentos con mayor calidad vegetal en el mundo, de esa manera llegó a ser parte de la dieta para los astronautas. Tiene un sabor similar al arroz integral, fácil cocción y se puede emplear en platos tanto dulces como salados.

Este producto tiene muchos beneficios al ser consumidos, como la importancia que tiene para la piel seca, sensible, irritada, desnutrida, además hidrata la piel y fortalece el cabello dejándole cierto brillo. (Creative Commons, 2001 - 2014)

Según la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura) la planta completa, es decir, desde la semilla hasta las cenizas, curan más de veintidós

afecciones humanas, como abscesos, problemas con el hígado, dolor dental, calmante, desinflamante, bueno para heridas, cicatrizante, diurético, dolores estomacales, entre otros.

Por otro lado, su alto valor de nutrientes ayuda a eliminar toxinas y residuos que pueden dañar el organismo, actuando como depurador del cuerpo, ayudando a reducir el colesterol malo. (Barreno, 2013)

Al comparar la quinua con la mayoría de cereales, ésta tiene muchas más proteínas y grasas, aunque éstas últimas son insaturadas, destaca la presencia de ácidos omega 6 y 3. Destaca también el alto nivel de fibra, ya que puede llegar a contener 15 gramos cada 100 gramos.

Es un producto beneficioso para personas celiacas, ya que no contiene gluten. Es por eso que tiene un bajo índice glucémico, lo cual lo vuelve ideal para personas diabéticas o quienes desean comer sano. Por otro lado, ayuda a controlar el colesterol en la sangre, ya que su fibra y lípidos insaturados favorecen el perfil lipídico del organismo.

El consumo de esta semilla, ayuda a reducir el estreñimiento, una vez más gracias a su fibra, y es apta para las personas que tienen una dieta vegetariana, debido a su alto nivel de proteínas y hierro.

En la actualidad, las personas están concientizándose acerca del consumo de productos nutritivos para llevar una vida saludable, es por eso que buscan alimentos que cumplan con esos requisitos y ayuden al sistema inmunológico a prevenir enfermedades. Por otro lado, los alimentos naturales y light se encuentran en pleno apogeo, ya que todos buscan tener una mejor apariencia física, manteniéndose bien alimentados.

Para un deportista es un alimento muy valioso, similar a la avena, por la cantidad de hidratos complejos y proteínas. Es un alimento sumamente saludable para el organismo. (Gottau, 2013)

La digestión de las proteínas del huevo, de la leche y de la carne es muy cercana a un 100%, sin embargo los cereales y leguminosas tienen un menor porcentaje, llegando a estimar a la quinua en un 80%. En el caso de éste último, la calidad

mejora después de ser cocido, obteniendo una mejor concentración de aminoácidos. (Arroyave Sierra & Esguerra Romero, 2006)

A continuación se presenta un cuadro con el valor nutricional de ciertos alimentos, calculados por cada 100 gramos de consumo:

Tabla 1: Cuadro comparativo de valor nutricional de la quinua y otros alimentos

COMPONENTES%	QUINUA	Carne	Huevo	Queso	Leche vacuna	Leche humana
Proteínas	0.130	0.300	0.140	0.180	0.035	0.018
Grasas	0.061	0.500	0.032	-	0.035	0.035
Hidratos de Carbono	0.710	-	-	-	-	-
Azúcar	-	-	-	-	0.047	0.075
Hierro	0.052	0.022	0.032	-	0.025	-
Calorías	370.00	431.00	200.00	24.00	66.00	80.00

Fuente: Carrao M, C, Gontojo, J, M: LA SOJA como alimento humano, calidad nutritiva, procesamiento y utilización .FAO.1995

Tabla 2: Cuadro comparativo de valor nutricional de la quinua y otros granos

COMPONENTES%	QUINUA	Trigo	Maíz	Arroz	Avena
Proteínas	0.130	0.114	0.123	0.103	0.123
Grasas	0.067	0.021	0.043	0.002	0.056
Fibras	0.035	0.037	0.017	-	0.087
Cenizas	0.031	0.015	0.015	0.006	0.026
Calcio	0.001	0.001	-	-	-
Fósforo	0.004	0.004	0.003	0.001	-
Hidratos de Carbono	0.710	0.710	0.700	0.780	0.660

Fuente: Carrao M, C, Gontojo, J, M: LA SOJA como alimento humano, calidad nutritiva, procesamiento y utilización .FAO.1995

La quinua es un producto que al cocerse triplica su volumen, es rendidor y termina siendo económico y asequible para muchas personas. Se debe hervir con un poco de agua y de vez en cuando moverse para que no se seque, ya que se cocina muy rápido.

Puede ser utilizada de diversas formas. En la gastronomía se puede preparar sopas, ensaladas, huevos, guisos, postres y bebidas. Además se puede sacar provecho a la harina para preparar pan, galletas, fideos o albóndigas y puede ser mezclado con yogurt o chocolate. (Ver Anexo N°04) (Barreno, 2013)

Tiene un sabor similar al arroz integral, aunque con una textura más parecida a la sémola. Se puede sancochar para consumirla como arroz, o también se puede acompañar en guisos como pollo. Es un producto que definitivamente debería ser más promocionado y consumido ya que tiene muchos beneficios. (Lara, 2010)

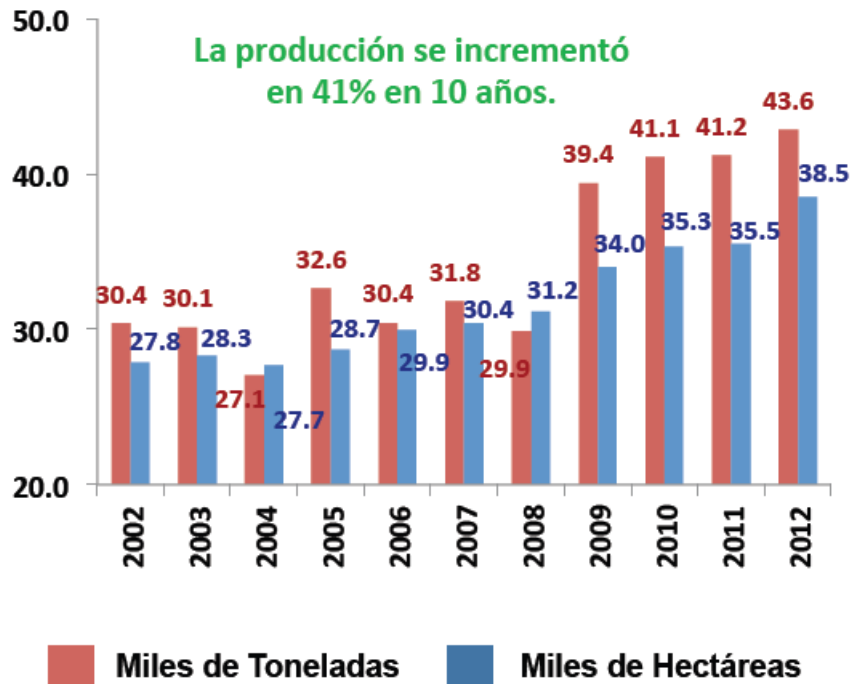
Para poder crear una buena oferta gastronómica, debe tomarse en cuenta diferentes gustos y necesidades de los clientes, ya que muchos padecen de algún tipo de intolerancia alimenticia. Las necesidades nutricionales que tiene cada persona se condiciona a la genética, actividad física, hábitos alimenticios, clima, medio cultural, etc. Las enfermedades más comunes relacionadas a la alimentación son los celíacos y diabéticos. Es por ello que al crear un producto se debe especificar cada ingrediente que contiene para evitar algún tipo de padecimiento.

Existe un tipo de alimento que se caracteriza “funcional”, que, además de ser nutritivo, aporta algún beneficio para la salud. Normalmente estos alimentos son elaborados o procesados, por ejemplo, para que la quinua pueda ser consumida, debe pasar por un proceso desde el momento de la cosecha hasta que ya está disponible para venta. Se han realizado estudios en Japón, en EE.UU y en Europa, los cuales arrojan como resultado que los alimentos funcionales pueden ayudar mejorar y resolver problemas de nutrición en zonas rurales, tanto en niños como ancianos.

Las exportaciones de la quinua crecieron de manera sostenida en más de un 143%, impulsada por la demanda de mercados internacionales que vieron en el grano andino su alta calidad nutritiva, llegando así en el 2012 a un total de 37 mercados, liderando Estados Unidos, donde se exportó casi 19 millones de dólares, cifra superior en 24% al año 2011, concentrando el 65% del total de los envíos. Otros mercados destino fueron Canadá con 2 millones de dólares, Australia con \$1.4 millones, Alemania con \$1.3 millones, Israel, entre otros. De esta manera, se llegó a al borde de los \$30 millones en el 2013, siendo declarado como el “año internacional de la quinua”, por la Asamblea General de las Naciones Unidas, representando una gran oportunidad para promover y difundir los beneficios del

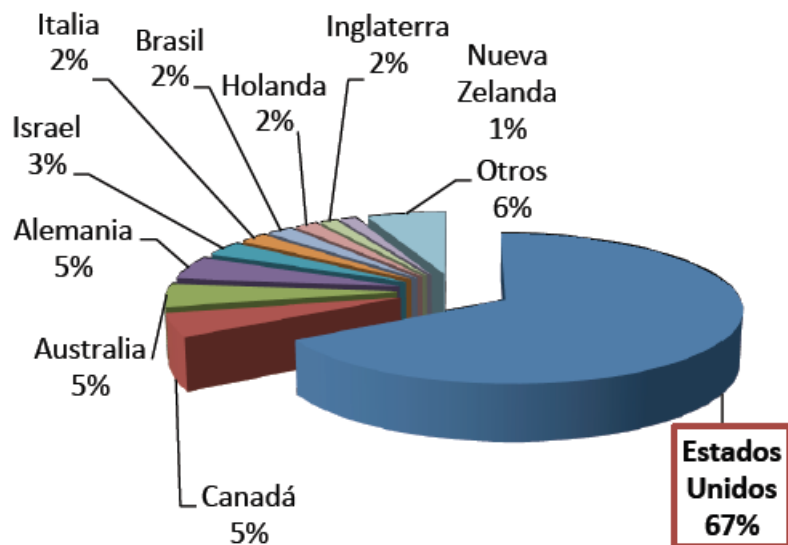
llamado “grano de oro”, así como fomentar su consumo entre la población para elevar la calidad de la alimentación de los consumidores. (Riego, 2014)

Gráfico 2: Exportación de quinua por año



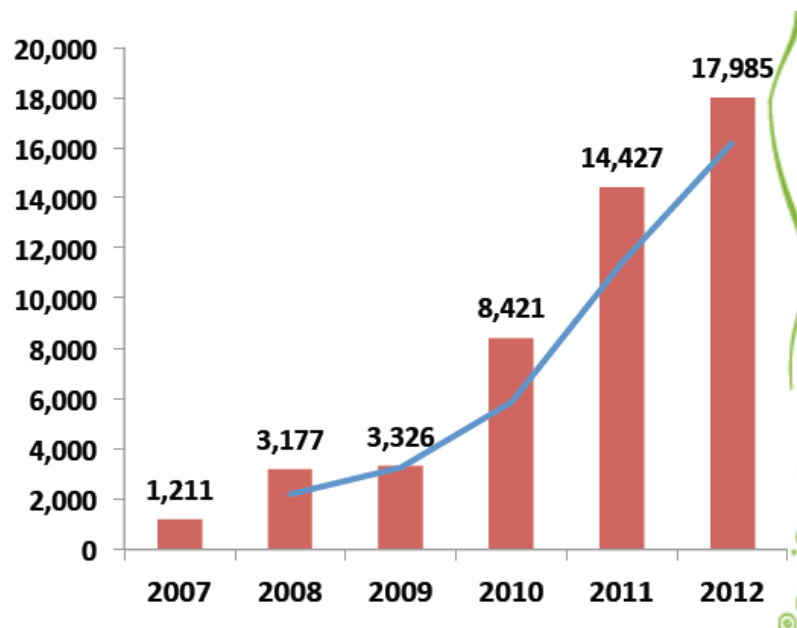
Fuente: Ministerio de Agricultura

Gráfico 3: Exportación de quinua a principales destinos



Fuente: SUNAT 2012

Gráfico 4: **Exportación de quinua a Estados Unidos**



Fuente: **SUNAT**

En el video *La riqueza de la quinua, no sólo en el paladar*, hablan acerca de la importancia que tiene la quinua, donde mencionan que en la actualidad este producto se ha convertido en uno de los más populares del mundo, debido a la elevada cantidad de proteínas y el menor porcentaje de carbohidratos que contiene; una empresaria comenta que en países donde debe ser más consumida, es menospreciada porque dicen que es alimento de pobres. Poco a poco se está cambiando la mentalidad de las personas y eso está haciendo que aumente el consumo de éste. Uno de los productos más populares que tienen mayor acogida son las galletas de quinua, que son muy fáciles de combinar con otros sabores, como chocolate por ejemplo, donde menciona la empresaria que en su empresa preparan aproximadamente mil galletas por día. (Organización de Naciones Unidas, 2013)

Es por eso la preparación de galletas de quinua, son el resultado del horneado de una masa base de harina, mantequilla, azúcar y huevos. Se caracteriza por su bajo contenido en agua y pueden variar en cinco clasificaciones.

Son alimentos hipercalóricos y contienen un alto contenido de carbohidratos y grasas. Su consumo es recomendable en los desayunos, teniendo en cuenta la ingesta calórica diaria. Existen galletas con menos calorías, sin embargo contienen más azúcar, como hay otras que tienen menos grasa y menos azúcar. Hay que

tener en cuenta que 100 gramos de galletas equivalen a un aproximado de 12 galletas, lo cual llegaría a ser 450 calorías de las 2000 que pueden consumirse en un día. (Cabezas Gagñay, 2010)

Perú es un país que cuenta con un amplio potencial de productos dependiendo de la zona geográfica, el cual podría registrarse con una propia marca, sello de calidad o denominación de origen. Para ello se requiere una estrategia para fomentar el registro de denominaciones de origen. Existe una propuesta de MINCETUR de adaptar al Perú la alternativa de dar valor a ciertos productos aplicando el concepto de “Un Pueblo, Un Producto”, el cual propone reactivar la economía mediante el impulso de ciertos productos identificados por el pueblo, el cual pueda competir en mercados globales.

Un punto importante es la nutrición. Existen muchas contradicciones referentes a los alimentos nutritivos y la desnutrición que existe en el país. De esta manera es que debe explotarse el consumo de quinua, kiwicha, cañihua, tarwi, oca y papas. (Lozano Grandes, 2012)

Al hablar en la actualidad de gastronomía, se pueden clasificar los siguientes grupos:

- **La Cocina Actual:** Esta cocina se basa en:
 - Imaginación en los fogones, lo que da inicio a elaboración de nuevos platos con productos regionales.
 - Innovaciones tecnológicas: frío, vapor, envasado al vacío, entre otros.
 - Cocina de mercado: se basa en el menú del día.
 - Profesionalización: conocimientos sobre dietética y nutrición, de productos, tratamientos y métodos de cocinado.
 - Comidas bajas en grasas, salsas más ligeras y condimentos no muy recargados.
 - Influencia oriental.
 - Dentro de la Cocina Moderna destacan distintas tendencias:
- **Cocina de Producto:** término reciente, se basa en seleccionar productos de calidad, transformándolos de manera mínima y sencilla.

- **Cocina de Autor:** no tiene características concretas, se basa en la imaginación. Es una cocina que se encarga de emocionar y satisfacer al comensal. Destaca:
 - ✓ **Deconstrucción:** creación de nuevas elaboraciones partiendo de otras ya conocidas. Se transforman texturas así como formas o temperaturas. Ofreciendo un plato que resulta conocido y a la vez distinto.
 - ✓ **Cocina Fusión:** consiste en unir elementos de distintas culturas en las elaboraciones.
 - ✓ **Cocina Molecular:** ayuda a lograr platos con mayor calidad y sabor. Aparte de los utensilios tradicionales, se usan pipetas, tubos de ensayos, termómetros y sifones de nitrógeno. Es una cocina que debe ir acompañada por “investigación”.

- **La Nueva Cocina Regional:** Se considera como una nueva vuelta a los productos de la tierra, la cocina de las madres, abuelas; adaptados a las nuevas técnicas, presentaciones y en combinaciones más atractivas. (Lazo Leal, Martin Artacho, & Martin Artacho, 2010)

- **Catering:** Es toda actividad que tiene como finalidad la producción, realización y posterior ejecución de un servicio de alimentos y bebidas. Se trata de llevar un servicio a algún lugar acordado con el cliente, cubriendo sus necesidades (alimentos, bebidas, servicio de mozos, música, mobiliario, transporte, entre otros). (Sesmero Carrasco, 2010)

Entre los diferentes tipos de servicio de catering destacan:

- **Catering Aperitivo:** Este servicio dura de 15 a 30 minutos. Se sirve aproximadamente dos bocaditos por persona.
- **Catering Cocktail:** Normalmente se realiza de 11:00 – 13:00 o de 19:00 – 21:00. Se calcula un aproximado de quince a veinte bocaditos por persona, dando 2/3 de salados y 1/3 de dulce.

- **Catering Recepción:** Dura alrededor de 3 horas y normalmente se realiza a las 20:00. Se sirven de 18 a 20 bocaditos por persona, distribuyéndolos de la misma forma de cocktail.
- **Catering Recepción Buffet:** De la misma manera del tipo anterior, diferenciando que en este caso se ofrecen platos fríos, calientes y guarniciones.
- **Catering Recepción, Comida o Banquete:** Es un contrato para eventos de larga duración (de 6 a 8 horas), considerando que empieza alrededor de las 20:00. En este tipo se consideran seis bocaditos para la recepción, luego en la cena se encuentra una entrada, plato principal, postre, servicio de café, brindis, mesa de dulce y el final de la fiesta.
- **Catering Brunch:** Es una fusión de desayuno y almuerzo (breakfast + lunch), realizándose a las 11:00 y dura aproximadamente hora y media.
- **Catering Vernisagge:** Se ofrecen dos bocaditos por persona, adicionando vino y espumante. Normalmente se realiza en inauguraciones.
- **Catering Vino de Honor:** Se sirve de 11:30 – 12:30 y de 18:00 – 19:00. Se calcula dos bocaditos por persona y se sirven vinos dulces como oporto o jerez.
- **Catering Coffee Break:** Se ofrece te, café, jugos, bocaditos salados y dulces. Dura entre 15 y 30 minutos y es básicamente un tiempo de descanso en reuniones, conferencias, etc. (Martínez Sayé, 2008)

Existen dos tipos de organizaciones que realizan el catering: el departamento de catering de una empresa hotelera y una simple empresa de catering. Tienen algunas diferencias por la organización pero son similares en funcionamiento: la actividad tiene el mismo fin: “La satisfacción del cliente”; donde los posibles clientes son:

- Hospitales y clínicas.
- Orfanatorios y asilos.
- Colegios, institutos y universidades.
- Empresas con cafetería para los colaboradores.
- Clientes individuales o empresas que necesitan organizar algún evento.
- Congresos o ferias.

- Enfermos, personas con habilidades especiales o de tercera edad que necesiten atención a domicilio.

Las empresas de catering más beneficiosas son las que no tienen exclusividad en un tipo de clientes. Pueden ofrecer una variedad de servicios para maximizar instalaciones, la producción culinaria y el personal. Lo ideal es conseguir clientes fijos, donde se pueda establecer una producción continua para así economizar costos. La empresa de catering se divide en cuatro áreas, las que dan lugar a distintas secciones:

- **Producción:** Es el centro de toda la empresa. Es una cocina central adaptada a todo tipo de ofertas que llegan a los clientes, con zona de almacenamiento, distintas secciones, y un sistema de producción adecuado a los clientes que están destinados. La cocina se trabaja en dos tiempos: Producción (en instalaciones fijas) y servicio (en instalaciones de destino), siendo el personal base el mismo, pero con apoyo externo especializado al servicio.
- **Logística:** Es la zona más compleja y la que más tareas comprende. Se puede dividir en muchas secciones, incluyendo servicio, transporte, compras, y almacén de maquinaria y mobiliario. Su misión es conseguir todo lo necesario para que la empresa lleve a cabo su trabajo en la organización del evento.
- **Diseño de Eventos:** Es una de las áreas más especializadas de la empresa. Consiste en coordinar con el cliente como es que desea que sea decorado el evento. Se pasa a cocina un informe detallado del tipo de servicio solicitado por el cliente: Menú, cantidad de comensales, forma de servicio, necesidades especiales, fecha y presupuesto. De ahí se pasa a informar a logística de todo lo que se necesita para el día del evento. Se contratan los servicios externos requeridos por el cliente y se coordina todo para que esté preparado y funcione perfectamente y a su tiempo. Este departamento es el “cerebro” de toda la maquinaria que pone en marcha la actividad.
- **Comercial:** Es el departamento externo de la empresa. Es el área encargada de promocionar, presentar y dar a conocer la imagen de la empresa y sus

productos. Captan clientes, ofrecen productos y servicios. Es muy importante la comunicación de este departamento con el resto, para saber que se puede ofertar e incluir en propuestas de servicio para de esa manera maximizar los beneficios, vendiendo lo que más interese al resto de departamentos. (Sesmero Carrasco, 2010)

La empresa de catering “Bocaditos Anahí” inicia sus actividades en junio del 2007, solo con un producto, los alfajores, dirigiendo las ventas al segmento escolar, profesores y amigos cercanos. Posteriormente a sugerencia de algunos clientes de ese entonces, solicitaban la elaboración de otro tipo de productos, surgiendo así la idea y necesidad de ampliar la gama de bocaditos y servicios ofrecidos. A fines de ese mismo año éramos conocidos solo por una publicidad boca a boca y empezaron a aumentar los pedidos. Hacia el 2009, variamos la producción de bocaditos dulces a salados captando otros segmentos, esta vez corporativos y eventos especiales, situación que permite la formalización de nuestra empresa, inicialmente concebida como un negocio familiar por la minoría de edad de la propietaria. En la actualidad, se ofrece servicios de alquiler de vajilla, mozos y decoración. (Ver Anexo N°05)

Desde ese momento contamos con un incremento de pedidos, tanto de personas naturales como en empresas como la UPN, Backus, Petro Perú, entre otros.

A partir de entonces la empresa se ha enfocado en productos saludables, de allí la necesidad de incluir este nuevo producto como son las galletas de quinua, que se puede convertir en parte del día a día en las personas.

2.3. Definición de Términos Básicos

- ✓ **APEGA:** Sociedad Peruana de Gastronomía. Asociación civil sin fines de lucro, reconocida por el Ministerio de Cultura, y conformada por gastrónomos, nutricionistas, restaurantes, cocineros, investigadores, enólogos y periodistas, además de asociaciones de productores, centros de formación en cocina y universidades. Su finalidad es aportar en el desarrollo de la identidad cultural de los peruanos a través de las diversas cocinas del país.

- ✓ **Calcio:** Es un elemento indispensable en el consumo humano. Su consumo es de gran importancia para los huesos y dientes; ayuda a evitar contracciones musculares y se encuentra en distintos niveles en la mayoría de alimentos.
- ✓ **Caloría:** Es la unidad de energía térmica. Es la cantidad de calor necesaria para elevar la temperatura de un gramo de agua pura a una presión atmosférica.
- ✓ **Catálogo:** Es la relación ordenada de elementos pertenecientes a un mismo grupo, que por su número precisan de esa catalogación para facilitar su localización.
- ✓ **Catering:** Es el servicio profesional que se dedica a la presentación externa de comida preparada. También abastece de todo lo necesario para una fiesta o una reunión. Se considera además a la preparación de comidas en grandes cantidades para ser vendidas en puntos de consumo separados del lugar básico de elaboración.
- ✓ **Celíacos:** Personas intolerantes al gluten, causando una reacción cruzada en contra del intestino delgado si se llega a ingerir algún tipo de alimento que contenga esta proteína.
- ✓ **Galleta:** Masa horneada a base de harina, mantequilla, huevos y azúcar, de distintas formas, tamaños y sabores. Esenciales en desayunos y loncheras de niños y adolescentes, debido alto valor energético y son de agradable sabor.
- ✓ **Gastronomía:** Arte culinario que con técnicas y estilo se llevan en cada preparación siguiendo procedimientos.
- ✓ **Gluten:** Proteína que se encuentra en diferentes cereales como el trigo, la cebada, avena, entre otros.
- ✓ **Implementación:** Es la realización o ejecución de un plan, idea, modelo científico, diseño, especificación. Acción y efecto de poner en funcionamiento una determinada cosa.
- ✓ **Lípido:** Sustancia orgánica que se caracteriza por ser soluble en disolventes orgánicos e insolubles en agua y constituyen las reservas de energía de los seres vivos.

- ✓ **Lisina:** Es una enzima muy importante, ayuda al sistema inmunológico y aumenta defensas en el cuerpo humano, ya que disuelve células extrañas o bacterias.
- ✓ **Mistura:** Feria anual que se realiza en la ciudad de Lima. Está organizada por APEGA, fundada por el Chef Gastón Acurio, actualmente liderada por su presidente Bernardo Roca Rey.
- ✓ **Producción:** Elaboración de algo que antes no existía, lo cual no necesita de las manos del cliente para ser preparado.
- ✓ **Proteína:** Las proteínas son indispensables en el consumo humano, tienen un papel fundamental en la vida. Éstas están formadas por aminoácidos. Alimentos que tienen alto nivel de proteína por ejemplo, la carne de res, el huevo, la quinua, entre otros.
- ✓ **Quinua:** En español este término significa tierra. Es una semilla y planta que se puede utilizar para hacer infusiones, ensaladas, guisos, postres o como acompañamiento, con un valor nutricional mayor al del arroz. Existen muchos tipos y colores y debe crecer en un ambiente mayor a 3000 m.s.n.m. Últimamente está siendo reconocida no solo por el hecho de tener una tradición de consumo desde la época de los incas, sino también por el alto valor nutricional que este producto puede obtener.
- ✓ **Riboflavina:** Conocida también como Vitamina B – 2, la cual interviene en procesos enzimáticos relacionados con la respiración celular. Es necesaria para la integridad de la piel, la mucosa y por su actividad oxigenadora de la córnea para la vista. Su carencia genera trastornos oculares, bucales y cutáneos, cicatrización lenta y fatiga.
- ✓ **Saponinas:** Son glucósidos de esteroides vegetales que contienen las plantas y se utilizan como producto mucolítico facilitando la expectoración. Es recomendable en caso de asma, bronquiectasia, bronquitis, catarros, excesos de mucosidad, etc.

- ✓ **Tiamina:** Es una de las vitaminas de complejo B (B1). Ayuda a las células del organismo a convertir los carbohidratos en energía. La falta de esta vitamina puede causar debilidad, fatiga, psicosis y daño neurológico.
- ✓ **Vitamina:** Son compuestos necesarios para la vida que deben ser absorbidos de una manera constante y equilibrada. Debe consumirse diariamente cierta cantidad de miligramos para mantenerse activo y saludable. Si se exceden los niveles vitamínicos pueden traer ciertas enfermedades con el tiempo.
- ✓ **Vitamina B – 6:** Ayuda al cuerpo a producir anticuerpos, los cuales son necesarios para combatir muchas enfermedades; mantienen la función neurológica normal; producen hemoglobina, la cual transporta el oxígeno en los glóbulos rojos hasta los tejidos; descompone proteínas; mantiene el azúcar en la sangre en rangos normales. La deficiencia de esta vitamina puede causar confusión, depresión, irritabilidad, úlceras en la boca y en la lengua.
- ✓ **Vitamina C:** Es necesaria para el crecimiento y reparación de tejidos en todas las partes del cuerpo. Forma una proteína importante utilizada para produce la piel, los tendones, los ligamentos y vasos sanguíneos; sana heridas y forma el tejido cicatricial; repara y mantiene el cartílago, los huesos y los dientes. El cuerpo no puede producir vitamina C por sí solo; es importante incluir alimentos que contengan esta vitamina en la dieta diaria.
- ✓ **Vitamina E:** Es un antioxidante que protege el tejido corporal de daño causado por sustancias llamadas radicales libres. Esos radicales pueden dañar células, tejidos, órganos, y se cree que juegan un papel en ciertas afecciones relacionadas con el envejecimiento. Es necesaria esta vitamina para ayudar a mantener el sistema inmunitario fuerte frente a virus y bacterias.

CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS

3.1. Formulación de la Hipótesis

El nivel de aceptación de galletas de quinua en el catálogo de la empresa de catering “Bocaditos Anahí” es de 74%.

3.2. Operacionalización de variables

Tabla 3: Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Nivel de Aceptación	Acción de recibir de manera voluntaria una cosa. Se relaciona al término de aprobación. Se puede utilizar al cuestionar a un público una opinión sobre algún acontecimiento en especial. (Privada, 2007 - 2014)	Interés	Grado de interés sobre la quinua.	Encuestas
		Sabor	Nivel de agrado del nuevo producto.	
		Salud	Que tan saludables son comparadas con otro producto.	
		Contacto	Manera de contactar a la empresa.	

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 4. PRODUCTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL

4.1. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

Tabla 4: Análisis FODA sobre las galletas de quinua

ANÁLISIS FODA SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS GALLETAS DE QUINUA	
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Las galletas de quinua se mantienen por mucho tiempo debido a la textura que brinda el ingrediente principal. Es un producto apto para personas de cualquier edad, puede ser consumido como aperitivo, aportando la energía necesaria y causando saciedad. Tiene un alto valor de proteínas, saponina y lisina. Tiene un agradable sabor fácil de combinar con distintos acompañantes, tanto en salados (quesos, mantequilla), como en dulces (mermeladas, miel). Está considerado como un producto nutritivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Es un producto relativamente nuevo, tiene mayor acogida con los clientes y es de fácil consumo y manejo, de manera que se puede consumir en cualquier momento del día. La quinua está siendo mundialmente reconocida, de esa manera se puede aprovechar la demanda de este producto final. Perú y Bolivia son considerados como los países más importantes en cuanto a producción de quinua, por ende la preparación de las galletas es rentable.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> A pesar del reconocimiento de este producto, la promoción e información es escasa a los clientes, dándoles a conocer la importancia de ésta. El precio de venta las galletas de quinua es un poco más elevado que las comerciales, pueden doblarle el precio a productos ya conocidos. No es tan reconocido el valor nutricional de este alimento por las personas. 	<ul style="list-style-type: none"> Competencia de otras empresas que crean galletas de quinua, aprovechando que es un nuevo producto.

4.2. PRODUCTO

Las galletas tienen una historia de 10 mil años atrás, desde el momento que se creó una sopa de cereales en la época de los egipcios; éstas pasaban un largo tiempo por calor hasta que obtenían una textura más firme.

Son unos productos que pueden ser consumidos en cualquier momento del día, ya sea como parte del desayuno, como un tentempié, a media tarde o como parte de un tradicional lonche. Éstas son agradables y en parte llegan a ser “incansables” de comer, debido a los sabores, tamaños, formas, marcas, y otras características que hacen que los clientes decidan cuáles son sus favoritas. Son un gran alimento para niños y adolescentes en etapa de crecimiento y son muy agradables para personas de cualquier edad para “calmar” ese antojo de media tarde.

En este caso, el producto a presentarse son las galletas de quinua que se incluirán en el catálogo de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”, donde predomina como ingrediente principal la harina de quinua y está acompañada por harina de trigo, mantequilla, huevos, y azúcar que hace que lleguen a tener una contextura adecuada.

Éstas se caracterizan por una forma circular de 6 cm de diámetro por medio cm de grosor, pesando 20 gr cada una.

Normalmente se venderán en bolsitas de 2 en papel celofán donde se incluirá la marca, sin embargo también se pueden vender desde medio ciento a más, incluso, en distintos tamaños según los gustos de los clientes. (Ver anexo N°06)

La decisión que se tomó al preparar estas galletas es que se está incentivando el valor nutricional de los alimentos. La quinua tiene un alto nivel de nutrición en todo sentido, por ende es un gran alimento. Al utilizar este ingrediente para hacer galletas, el sabor se adapta y es más fácil de consumirla.

4.3. PRECIO

Estas galletas están proyectadas a ser ofrecidas a clientes, las cuales serán vendidas a S/.1.20, donde vienen dos galletas de 20 gr cada una. Se estima que una persona puede comer según recomendaciones de nutricionistas hasta 100 gr de galletas diarias, lo cual equivale a 450 calorías, en estas estarían consumiendo 40 gr y estarían alimentándose sanamente.

Se costeó la receta de las galletas de quinua donde salen 100 galletas de 20 gr por receta. Estas contienen los siguientes ingredientes:

- ✓ 400 gr. de Harina de Quinua
- ✓ 600 gr. de Harina de Trigo
- ✓ 20 gr. de Polvo de Hornear
- ✓ 300 gr. de Mantequilla
- ✓ 5 Huevos
- ✓ 250 gr. de Azúcar
- ✓ 250 ml de Agua

El cual tiene la siguiente preparación:

- ✓ Cernir la harina de quinua, harina de trigo y polvo de hornear.
- ✓ Hacer un hoyo en el medio y mezclar con los huevos.
- ✓ Agregar el azúcar y volver a mezclar.
- ✓ Finalmente agregar la mantequilla, amasar y de a pocos el agua.
- ✓ Colocar bolitas de 20 gr. en un molde engrasado y hornearlo a 160°C por 30 minutos.
- ✓ Retirarlos y dejar enfriar hasta que enduren.

Además de los gastos indirectos fijos, donde está incluida la presentación de este nuevo producto (bolsitas de papel celofán y cinta de agua), también el gas que se utiliza por horneado de una receta, el cual será de uso constante ya que se tiene proyectado hacer 10 recetas cada 5 días, dando un total de 4 000 galletas mensuales.

A continuación se presenta el siguiente cuadro con los precios por unidad de peso de cada uno de los ingredientes y luego se detalla el precio según la medida precisa del total de la receta.

4.3.1. COSTOS Y PRESUPUESTOS

EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHÍ”, ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 30.03.2015 (Expresado en Nuevos Soles)

Tabla 5: Activos y pasivos

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	IMPORTE	PASIVO CORRIENTE	IMPORTE
ACTIVO DISPONIBLE		PASIVO CORRIENTE	
Efectivo en Caja	S/. 100.00		
TOTAL EFECTIVO Y EQUIVALENTE EFECTIVO	S/. 100.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/. -
Materias Primas	S/. 32.00		
Materiales Auxiliares	S/. 82.60	PASIVO NO CORRIENTE	
Envases	S/. 20.00	No hay	S/. -
Etiquetas	S/. 5.00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/. -
TOTAL ACTIVO REALIZABLE	S/. 139.60	TOTAL PASIVO	S/. -
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/. 239.60	PATRIMONIO	
Equipos de Producción	S/. 500.00	Capital Social	S/. 739.60
		Utilidad Neta	S/. -
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/. 500.00	TOTAL PATRIMONIO	S/. 739.60
TOTAL ACTIVO	S/. 739.60	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 739.60

Fuente: Elaboración propia

SALARIO TOTAL POR MES Y SEMANA DE COLABORADORES

Tabla 6: Salario de colaboradores

DETALLE	HABER MENSUAL	ESSALUD	ONP	TOTAL MES	TOTAL SEMANA
Administrador	S/. 500.00	S/. 45.00	S/. 65.00	S/. 610.00	S/. 152.50
Asistente	S/. 350.00	S/. 31.50	S/. 45.50	S/. 427.00	S/. 106.75
TOTALES	S/. 850.00	S/. 76.50	S/. 110.50	S/. 1,037.00	S/. 259.25

Fuente: Elaboración propia

COSTOS MATERIALES

Tabla 7: **Materia prima**

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina de Quinua	4	Kg	S/.	S/.

Fuente: **Elaboración propia**

Tabla 8: **Materiales auxiliares**

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Harina preparada de Trigo	6	Kg	S/.	S/.
Polvo de Hornear	0.2	Kg	S/.	S/.
Mantequilla	3	Kg	S/.	S/.
Huevos	3.5	Kg	S/.	S/.
Azucar	2.5	kg	S/.	S/.
Agua	2.5	litros	S/.	S/.
TOTAL				S/. 82.63

Fuente: **Elaboración propia**

Tabla 9: **Envases**

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Paquete de 2 galletas	500	Bolsita	S/.	S/.

Fuente: **Elaboración propia**

Tabla 10: **Etiquetas**

PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cinta de agua	500	Etiquetas	S/.	S/.

Fuente: **Elaboración propia**

Tabla 11: **Depreciación**

EQUIPOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN SEMANAL
S/.	S/.	S/.	S/.

Fuente: **Elaboración propia**

COSTO TOTAL
(Producción total: 500 paquetes / semana)

Tabla 12: **Costo total**

COSTOS	
Materia Prima	S/. 32.00
Materiales Auxiliares	S/. 82.63
Envase	S/. 20.00
Etiquetas	S/. 5.00
Salarios	S/. 259.25
Depreciación	S/. 1.04
COSTO TOTAL	S/. 399.92
COSTO UNITARIO	S/. 0.80

Fuente: **Elaboración propia**

**INGRESOS DE LAS GALLETAS DE QUINUA EN LA EMPRESA DE CATERING
“BOCADITOS ANAHÍ”**

Tabla 13: **Costos mensuales y semanales desde el Ingreso de las galletas de quinua**

CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD SEMANAL	DETALLE	PRECIO DE VENTA UNITARIO	RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO (RUS)	COSTO PRODUCCIÓN UNITARIO
2000	500	Paquetes de 2 galletas	S/. 1.20	S/. 20.00	S/. 0.80

Fuente: **Elaboración propia**

Tabla 14: **Ingresos**

Ingreso	S/. 2,400.00
Costo	S/. 1,600
RUS	S/. 20.00
Utilidad (mensual)	S/. 780.43
Utilidad (semanal)	S/. 195.11

Fuente: **Elaboración propia**

EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHÍ”, ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 03.04.2014 (Expresado en Nuevos Soles)

Tabla 15: **Activos y pasivos finales**

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	IMPORTE	PASIVO CORRIENTE	IMPORTE
Activo Disponible		Pasivo Corriente	
Efectivo en Caja	S/. 700.00	RUS	S/. 5.00
TOTAL EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO	S/. 700.00	Salario Semanal	S/. 259.25
Materias Primas	S/. -	TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/. 264.25
Materiales Auxiliares	S/. -	Pasivo No Corriente	
Envases	S/. -	No hay	S/. -
Etiquetas	S/. -	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/. -
TOTAL ACTIVO REALIZABLE	S/. -	TOTAL PASIVO	S/. 264.25
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/. 700.00	PATRIMONIO	
Equipos de Producción	S/. 500.00	Capital Social	S/. 739.60
Depreciación	S/. -1.04	Utilidad neta	S/. 195.11
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/. 498.96	TOTAL PATRIMONIO	S/. 934.71
TOTAL ACTIVO	S/. 1,198.96	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 1,198.96

Fuente: **Elaboración propia**

4.4. PLAZA

Las galletas de quinua tienen un amplio mercado. Son útiles, de gran valor nutricional y tienen un sabor suave que puede ser adaptado a distintos acompañamientos, tanto salados como dulces.

Éstas van a ser ofrecidas en la página web de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”, mostrando fotos y dando una breve descripción acerca de la importancia que tienen éstas al consumirlas debido a su ingrediente principal. (Ver anexo N°07)

En un futuro se podrían ofrecer en bodegas, la mayoría tiene pequeñas vitrinas donde ofrecen productos caseros y las galletas podrían incorporarse en esta lista, vendiéndolo como “Bocaditos Anahí”, sin embargo, al ofrecerlos en las tiendas, tienen que ganar tanto ellos como la misma empresa y que de esa forma tengan alta rotación.

De esta manera, se irán haciendo conocidas. Este año se ha impuesto una ley, donde se prohíbe vender comida chatarra en los colegios; ésta es una de las razones más importantes donde pueden ser ofrecidas las galletas de quinua, porque no son consideradas como dañinas, por el contrario, dan una gran fuente de

energía y de cierta manera, como fue mencionada anteriormente, ayuda a la concentración y aumenta defensas debido a la lisina.

4.5. PROMOCIÓN

Al ingresar un nuevo producto en nuestra empresa, para que se haga conocido por los clientes debe pasar por una etapa de promoción (por medio del blog, Facebook o por las tarjetitas). Sea colocando nuevas fotos del empaquetado y presentación de las galletas, también dándoles a probar a los clientes de éstas cuando vienen a realizar pedidos. (Ver anexo N°08)

En las tiendas se darán galletas de quinua en forma pequeña para que los clientes puedan probar de estas y decidan consumir de este producto. Es importante que las personas consideradas como futuros clientes tengan conocimiento acerca del sabor y la textura que presenta este nuevo producto, ya que si es de su agrado, regresarán por más de ellas.

De la misma manera, se dará en esos dos colegios galletas de formas pequeñas para que sean ofrecidas en los recreos dos días por semana. De esa forma, los alumnos tendrán la opción de probarlas y tomarán la decisión de consumirlas o no.

Los clientes cuando llaman a la empresa para realizar pedidos siempre piden nuevas opciones para variarlos, en este caso, se les ofrecerá también estas galletas. Explicándoles la importancia de éstas.

CAPÍTULO 5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. TIPO DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva

Consiste en llegar a conocer situaciones y actitudes a través de la descripción exacta de actividades, objetos, procesos y personas. (Morales, 2015)

5.2. MATERIAL DE ESTUDIO

5.2.1. UNIDAD DE ESTUDIO

Esta muestra finita fue aplicada a los clientes constantes que han hecho pedidos de bocaditos en los 7 años que tiene de existencia la empresa, dando un promedio total de 135, incluyendo empresas y personas naturales. Para realizar el cálculo, se realizó la siguiente fórmula:

$$n_0 = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

- ✓ P = 0.5%
- ✓ Q = 0.5%
- ✓ Z = es el nivel de significancia, el cual se toma con un 1.96
- ✓ E = se toma un error muestral de 0.04

5.2.2. POBLACIÓN

Para hallar el valor de n_0 se aplicaron los siguientes datos considerando que es una fórmula de población finita cualitativa:

$$n_0 = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 135}{0.05^2 (135 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n_0 = \frac{3.8416 * 0.25 * 135}{(0.0025 * 134) + (3.8416 * 0.25)}$$

$$n_0 = \frac{129.654}{(0.335) + (0.9604)}$$

$$n_0 = \frac{129.654}{1.2954}$$

$$n_0 = 100.08 \approx 101$$

Luego, para observar si es menor o mayor a 5%, se hizo la siguiente división:

$$\frac{n_0}{N}$$

$$\frac{101}{135} = 0.75\%$$

5.2.3. MUESTRA

Como el número total salió mayor al 5%, se realizó la última fórmula para hacer un ajuste de muestra y así ver el total de encuestas que se deben realizar:

$$\frac{n_0}{N} = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$\frac{n_0}{N} = \frac{101}{1 + \frac{101}{135}}$$

$$\frac{n_0}{N} = \frac{110}{1 + 0.75}$$

$$\frac{n_0}{N} = \frac{110}{1.75} = 57.78 \approx 58$$

Dando como total 58 encuestas a realizar.

5.3. TÉCNICAS, PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS

5.3.1. PARA RECOLECTAR DATOS

Para la investigación se realizó una encuesta dirigida a 58 personas, entre consumidores y clientes directamente de la empresa, para saber su opinión sobre la incorporación de un nuevo producto como las galletas de quinua en el catálogo. (Ver anexos N° 09 y 10).

Estas encuestas fueron realizadas con el fin de saber cuál sería el nivel de aceptación de las galletas de quinua, explicándoles la importancia de este nuevo producto, tanto por el valor cultural como nutricional.

5.3.2. PARA ANALIZAR INFORMACIÓN

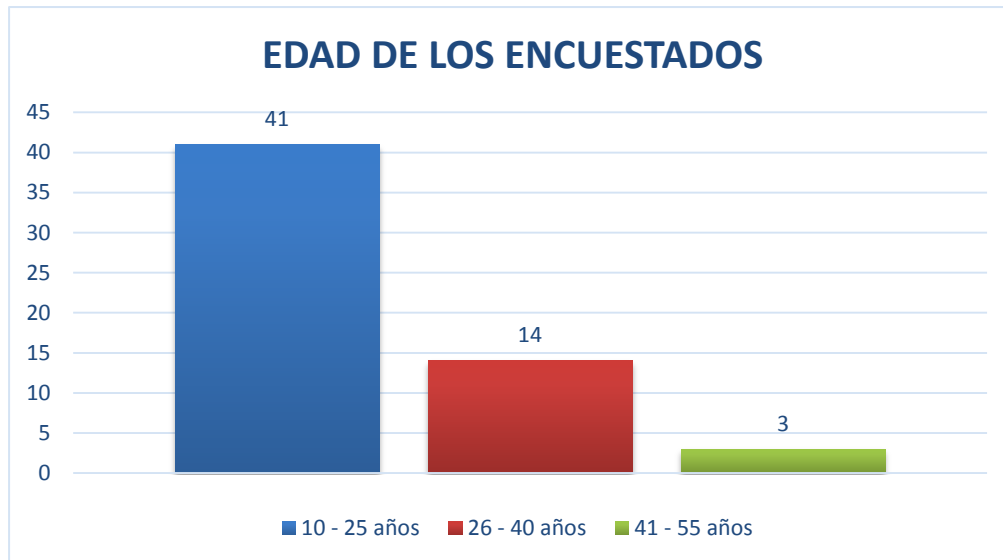
Se utilizó técnicas estadísticas de acuerdo al tipo de investigación en estudio, como tablas de frecuencias, medias y desviación estándar entre otras.

5.3.3. PARA PROCESAR INFORMACIÓN

Los datos obtenidos en la investigación fue por medio de encuestas, asimismo fueron procesadas y analizadas, empleando Microsoft Excel en tablas de frecuencias simples y acumuladas para facilitar el análisis de los aspectos más importantes para la incorporación de este nuevo producto.

CAPÍTULO 6. RESULTADOS

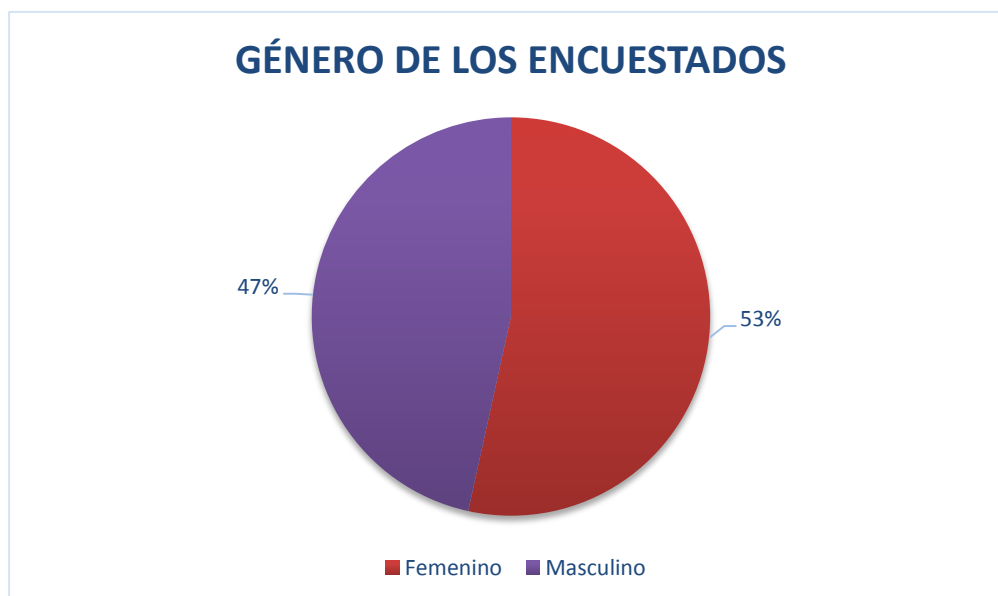
Gráfico 5: Edad promedio de los clientes



*Fuente: **Elaboración propia**

En el presente cuadro se puede observar que la mayoría de personas encuestadas tienen entre 10 y 25 años.

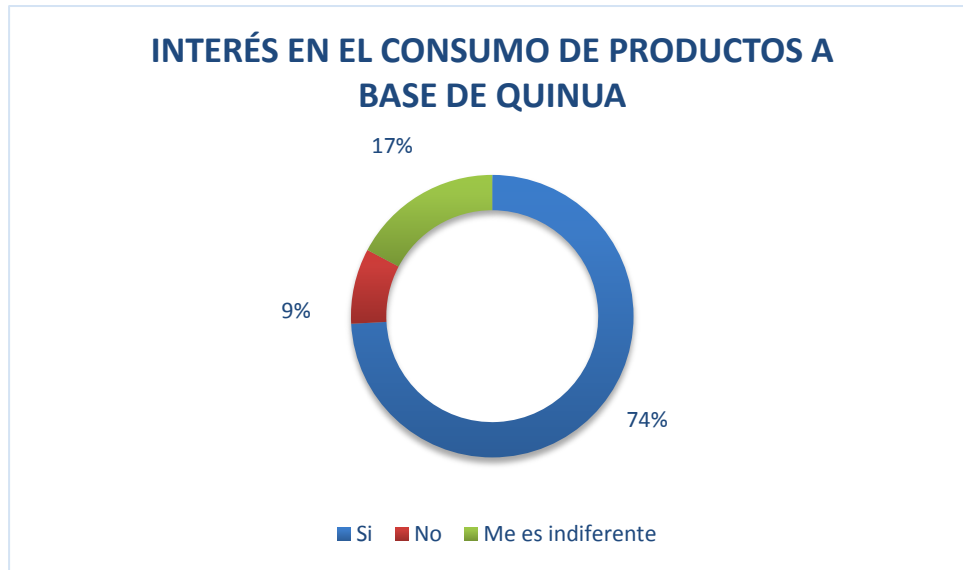
Gráfico 6: Porcentaje total de género de clientes encuestados



*Fuente: **Elaboración propia**

Dentro de los encuestados hubieron 31 mujeres (53%) y 27 hombres (47%), dando un total de 58 personas.

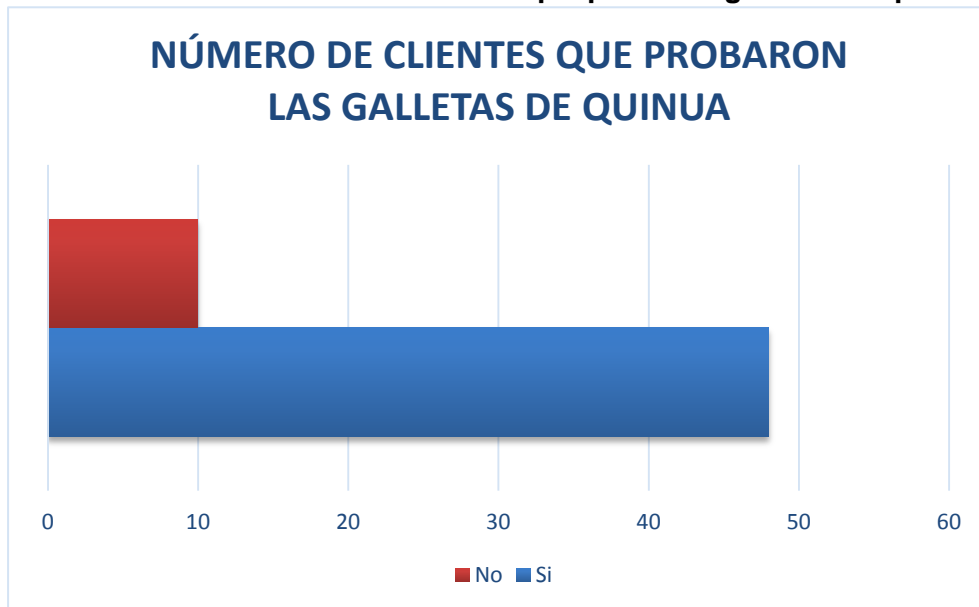
Gráfico 7: Porcentaje de interés en el consumo de productos que contienen quinua



*Fuente: **Elaboración propia**

Se puede observar que el 74% de personas están interesadas en el consumo de productos con quinua, sin embargo el 9% (mínimo) no está interesado y el 17% es indiferente en cuanto al producto principal.

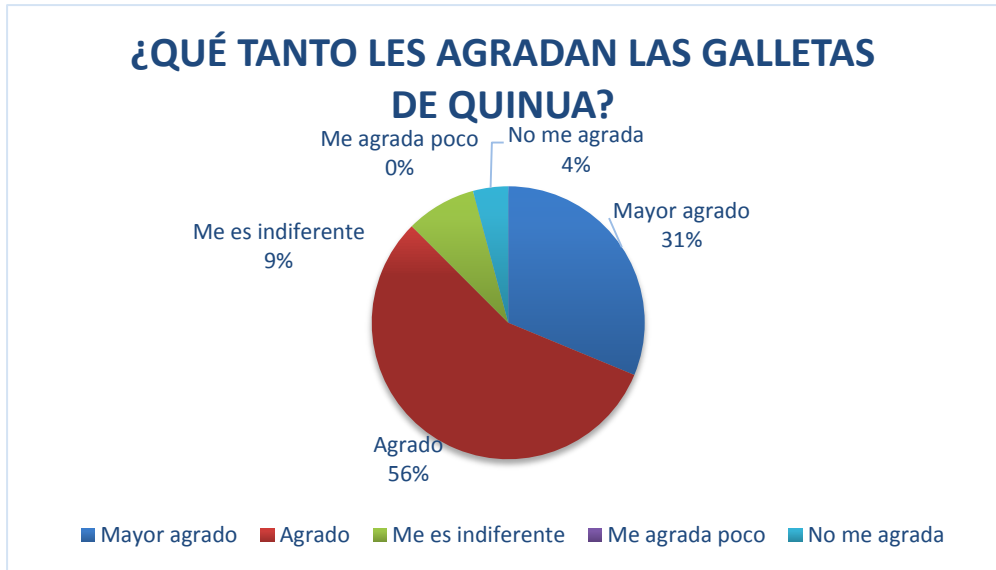
Gráfico 8: Cantidad de clientes que probaron galletas de quinua



*Fuente: **Elaboración propia**

De los 58 encuestados, 48 personas han probado galletas de quinua en otra ocasión, sin embargo, 10 de ellas no las probaron anteriormente.

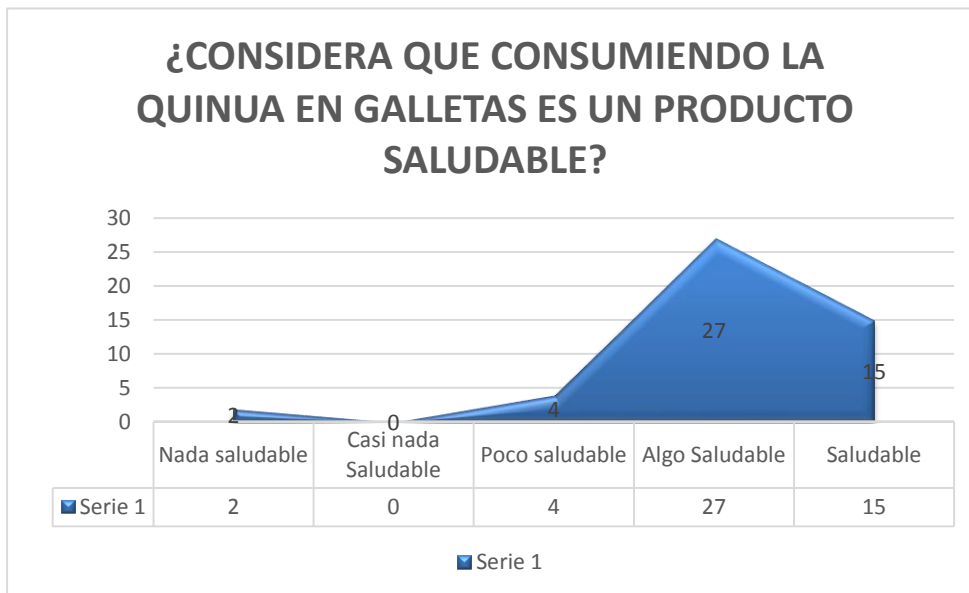
Gráfico 9: Nivel de agrado de las galletas de quinua



*Fuente: **Elaboración propia**

El 56% de los encuestados tiene mayor agrado hacia las galletas de quinua, el 31% les agrada, y el 13% restante no tienen mayor agrado hacia ese producto.

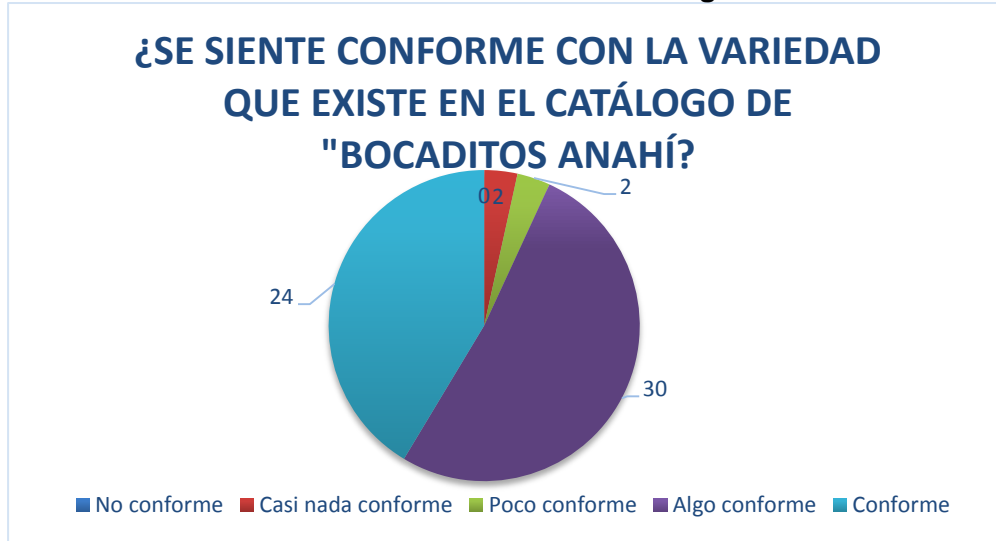
Gráfico 10: Nivel de nutrición del producto según los clientes



*Fuente: **Elaboración propia**

La mayoría de los encuestados (42 de 58) opinan que la quinua dentro de las galletas sigue siendo considerada como un producto saludable.

Gráfico 11: Conformidad de los clientes con el catálogo de “Bocaditos Anahí”



*Fuente: **Elaboración propia**

La mayoría de los encuestados se siente conforme con la variedad del catálogo que presenta la empresa, dando un total de 4 personas que no se sienten a basto con los productos.

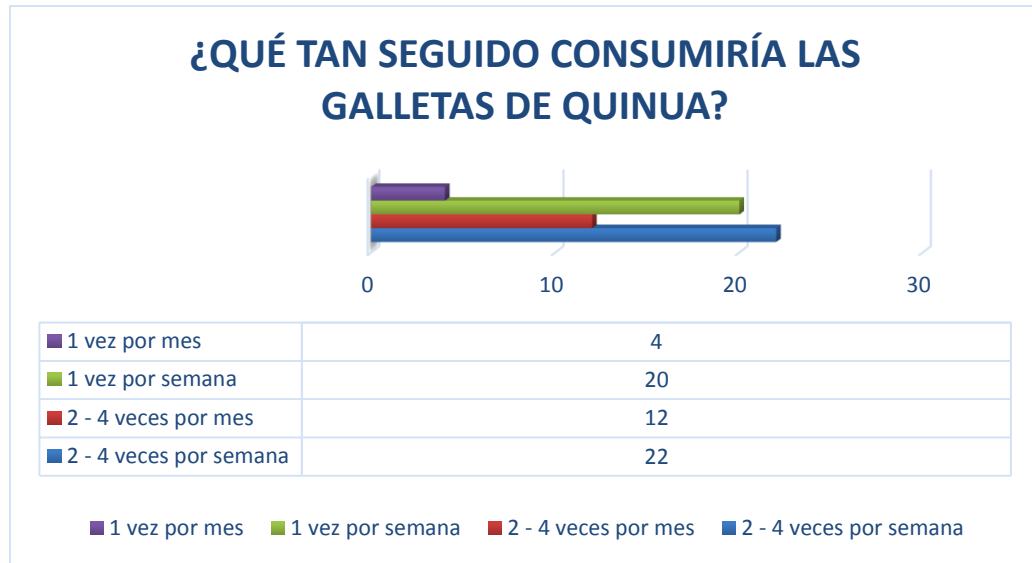
Gráfico 12: Vías de acceso al catálogo



*Fuente: **Elaboración propia**

Debido a que en la actualidad se usan mucho las redes sociales, casi la mitad de personas (48%) se informa acerca del catálogo por medio de Facebook; por otro lado, el 23% de personas se informa por el blogspot que también hay precios y el 29% restante se informa por google, que finalmente los dirige al blogspot también.

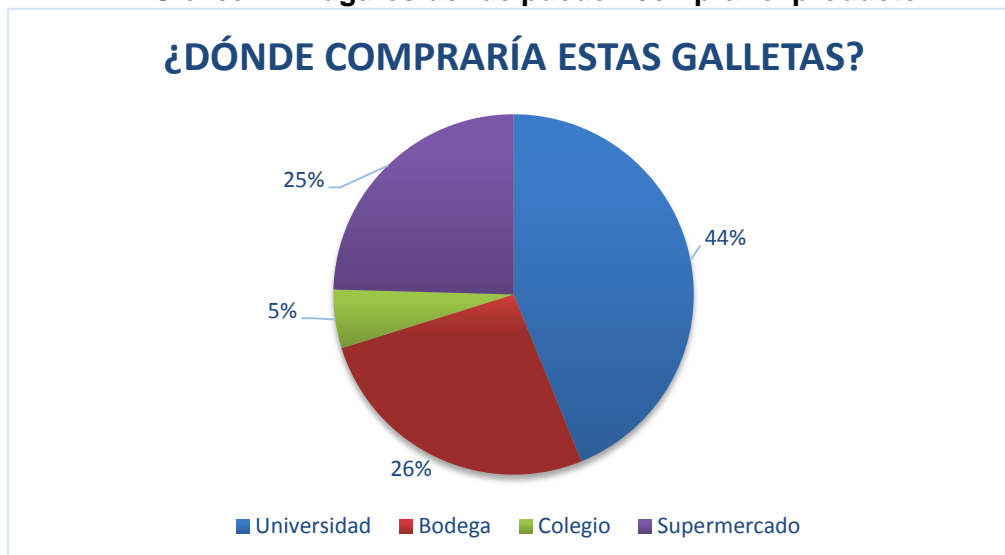
Gráfico 13: **Constancia de consumo de las galletas**



*Fuente: **Elaboración propia**

La mayoría de los encuestados afirmó que consumiría de estas galletas de 2 a 4 veces por semana, lo cual se haría un consumo constante, dando 4 como un total de personas que compraría estas tan solo una vez por mes.

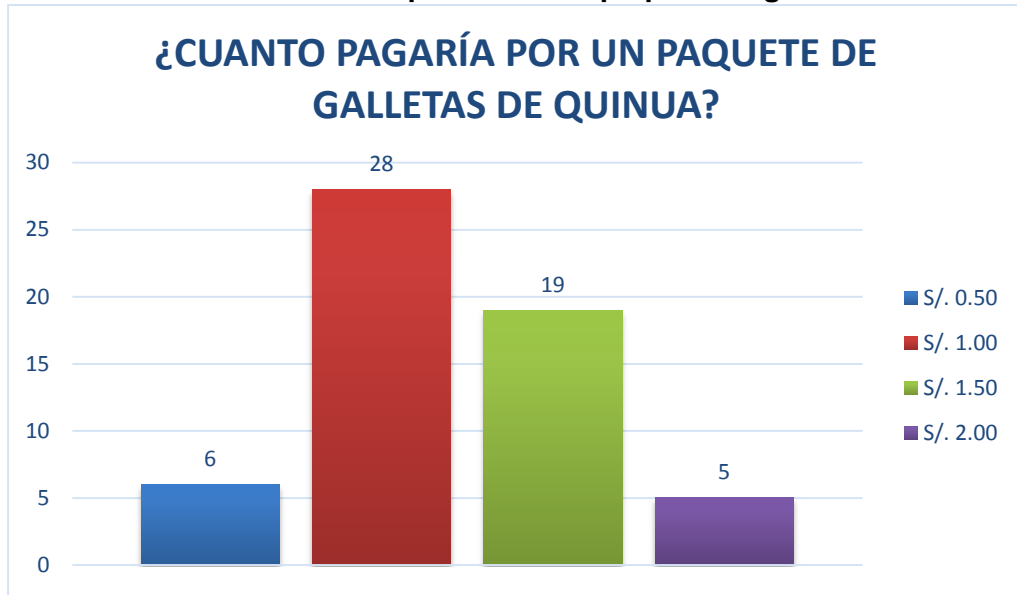
Gráfico 14: **Lugares donde pueden comprar el producto**



*Fuente: **Elaboración propia**

En caso de estos porcentajes se clasifica más por la edad de las personas encuestadas, es por eso que son solo 3 personas que dijeron que las compraría en el colegio y la mayoría en la universidad. En cuanto a bodegas y supermercados es un promedio similar.

Gráfico 15: Precio promedio del paquete de galletas



*Fuente: **Elaboración propia**

Claramente puede observarse que la mayoría de encuestados pagaría mínimo S/.1.00 por el paquete de galletas, siendo éste el precio calculado para la venta. Lo que menos marcaron fue de S/.0.50 y S/.2.00, ya que son los extremos. Mientras más barato, menos calidad y por el otro lado es un precio elevado para la cantidad que viene por paquete.

Gráfico 16: Preferencia de horas al consumir las galletas



*Fuente: **Elaboración propia**

31 personas son las que consumirían de éste producto a media mañana, esto se debe a que la mayoría está en actividad en esas horas y necesitan ingerir algo. Las galletas son un producto que causa saciedad de manera saludable.

Gráfico 17: Nivel de consideración empresa - productos



*Fuente: **Elaboración propia**

El 50% de personas que ha consumido productos de la empresa de catering “Bocaditos Anahí” considera que la empresa en relación a los productos es muy buena, el 41% que es buena y tan solo el 9% dice que es regular.

Gráfico 18: Métodos para contactar a la empresa



*Fuente: **Elaboración propia**

A pesar que la mayoría de personas observa y los bocaditos por medio de Facebook, 24 personas de las 58 prefiere realizar sus pedidos por medio de teléfono, ya que conversando hay más facilidades para detallar los pedidos.

CAPÍTULO 7. DISCUSIÓN

En el primer cuadro se detalla un rango de edades hacia las personas que fueron encuestadas, siendo 31 mujeres y 27 hombres, dando un total de 58 personas. La mayoría es gente joven, quienes fueron encuestados en la universidad; de ellos depende mucho el consumo de este producto. Por otro lado, el resto de personas a quienes se les encuestó son personas que en mayoría trabajan y también podrían comprar este producto debido a la energía que brinda muy aparte de lo saludables que son.

La mayor parte de las personas (43 de 58) están interesadas en el consumo de galletas con quinua. Esto es algo sumamente importante, ya que la quinua es un producto peruano y está en su apogeo. Además que con este producto como base se puede realizar una gran variedad de platos, ya sean entradas, segundos, postres, incluso bebidas.

48 personas probaron anteriormente galletas de quinua de alguna marca en especial, de estas, el 56% tienen un gran agrado hacia ellas; esto puede aumentar ya que tiene un sabor neutro y pueden ser consumidas, ya sea solas o con algún acompañamiento dulce o salado (mermeladas, queso crema por ejemplo). Además de ser una gran fuente de energía ya que un paquete de dos galletas tiene más fibra que un paquete de galletas de soda completo.

Muchos consideran que consumir la quinua en galletas sigue siendo saludable; a pesar del azúcar que poseen, las galletas de quinua dan una sensación de llenura, siendo más alimento que alguna galleta de chocolate de marca por ejemplo, que lleva mayor cantidad de endulzantes, aparte de los conservantes que tiene en la preparación para que puedan mantenerse aptas para el consumo en un largo plazo.

Casi todos se sienten conformes con la variedad de productos que tiene la empresa de catering “Bocaditos Anahí”, ya que ésta cuenta con productos estrella que tienen años de fidelización con los clientes. De esta manera, se informan acerca de la actualización de los precios por medio del blogspot (www.bocaditosanahi.blogspot.com) que se les hace más fácil encontrarla ingresando por medio de google que efectivamente los dirige a esa misma página web. A pesar que visualizan precios por la página, prefieren hacer pedidos por teléfono, donde pueden explyarse a realizar alguna orden detallando cualquier cosa en especial que

deseen (ya sea para un cumpleaños, algún color en especial para decoración, si es algo formal, todo tiene distinta decoración). Son pocos quienes dijeron que prefieren realizar la orden personalmente, lo cual debería variar ya que esto también facilita a la empresa para mostrar imágenes y que los clientes puedan realizar un adelanto de pago, aunque éstos ya están fidelizados con la empresa y no es problema.

Al preguntar hora de consumo se relaciona con las personas a quienes se les encuestó. Gran parte de ellos son universitarios y tienen clases por las mañanas, ellos comentan que siempre a media mañana tienen antojo de comer algo en esas horas y la quinua es un alimento especial que además es buena para la concentración debido a sus propiedades. Además que pagarían mínimo S/.1.00 por paquete que es lo calculado según los costos.

Existiría una buena rotación de preparación y venta del producto final; se observa que la mayoría de los encuestados podría consumir galletas de quinua de 2 a 4 veces por semana. De esa manera podría realizarse un análisis a largo plazo, considerando un aumento en cuanto a producción y de esa manera, obtener mayores ingresos en la empresa de catering “Bocaditos Anahí”.

CONCLUSIONES

- ✓ La empresa de catering “Bocaditos Anahí” recibió la aceptación del 74% de los clientes encuestados para incluir galletas de quinua en su catálogo; esto quiere decir que fácilmente los clientes consumirían el nuevo producto.

- ✓ Según las investigaciones acerca del valor nutricional de la quinua, ésta tiene muchos beneficios para la salud, ya que es un alimento apto para personas alérgicas al gluten, causa una sensación de saciedad, tiene una gran fuente de fibra, brinda energía, ayuda a la concentración, además de ser rica en calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio, sodio y zinc; y obtiene también vitamina C, tiamina, lisina, riboflavina, vitamina B – 6 y vitamina E.

- ✓ Los clientes consideran que estas galletas podrían ser recomendables incluso para kioscos de colegios debido a su valor nutricional; además pueden consumirla de desayuno porque da energía y puede ser acompañado de otro ingrediente por el suave sabor que tiene este producto.

- ✓ Las galletas de quinua son un producto de fácil consumo y comercialización, su producción genera un negocio rentable, además puede combinarse con acompañantes tanto dulces como salados.

- ✓ Por su calidad proteínica, la quinua está considerada como uno de los mejores cereales del mundo, aspecto que nos permitiría desarrollar aún más diversas modalidades de turismo como es el Turismo Rural Comunitario (TRC), de negocios, agroecoturismo, entre otros.

RECOMENDACIONES

- ✓ La empresa se puede enfocar en un futuro en realizar ventas en colegios, ya que es un punto a favor debido a su valor nutricional, generando no solo un mayor hábito de consumo, sino también incremento en la demanda.
- ✓ Durante la estadía de los turistas interesados en conocer costumbres, cultura y actividades económicas, se puede dar como un valor agregado estas galletas de manera de entremés, promoviendo más aún el desarrollo del turismo gastronómico peruano.
- ✓ Se puede promocionar de alguna manera el incentivo de productos con quinua, teniendo como proyección crear nuevos productos similares, como alfajores, tortas, empanadas entre otros, que tengan como materia prima a la quinua.
- ✓ Las universidades deben enfocarse en plantear investigaciones innovadoras sobre el desarrollo de otros productos a partir de la quinua, no solo de carácter alimenticio sino también productos transformados como por ejemplo, detergentes, insecticidas y otros.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Administrador. (25 de julio de 2013). *Gastronomía Peruana como Soporte Económico*. Recuperado el mayo de 2015, de http://www.resumenesmonografias.com/index.php?view=article&catid=7&id=3859%3Agastronomia-peruana-como-soporte-economico&format=pdf&option=com_content&Itemid=25
- Agriculture, U. S. (2014). *Agricultural Research Service*. Obtenido de <http://ndb.nal.usda.gov/ndb/foods/show/6383>
- Arroyave Sierra, L. M., & Esguerra Romero, C. (2006). *UTILIZACIÓN DE LA HARINA DE QUINUA (Chenopodium quinoa wild) EN EL PROCESO DE PANIFICACIÓN*. Tesis, UNIVERSIDAD DE LA SALLE, FACULTAD DE INGENIERÍA DE ALIMENTOS, Bogotá.
- Barreno, J. (01 de Enero de 2013). *elmundo.es*. Recuperado el 05 de Agosto de 2014, de <http://www.elmundo.es/america/2013/01/18/noticias/1358520195.html>
- Burgoa Aranibar, D. A. (2008). *Plan estratégico para la comercialización de las galletas La Francesa S.A. en el Perú*. Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Departamento de Administración de Empresas, Lima - Perú.
- Cabezas Gagñay, A. L. (2010). *Elaboración y Evaluación Nutricional de Galletas con Quinoa y Guayaba Deshidratada*. Tesis de Grado, Escuela de Bioquímica y Farmacia, Riobamba - Ecuador.
- Copyright. (2014). *Wordreference*. Recuperado el 2014, de <http://www.wordreference.com/definicion/catering>
- Creative Commons. (2001 - 2014). *Solo Vegetales*. Recuperado el Agosto de 2014, de <http://www.solovegetales.com/ver-articulo.php?id=55>
- Cuenca Chacon, M. L., & Montenegro Aguirre, A. d. (2004). *Plan de Negocios para la Creación de una Empresa Dedicada a la Elaboración de Malteadas a Base de Quinoa en la Ciudad de Bogotá D.C*. Tesis, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Enjoit. (2013). Recuperado el 2014, de <http://quinua.pe/quinua-zonas-de-produccion/>
- Gottau, G. (01 de Noviembre de 2013). *Vitónica*. Recuperado el 05 de Agosto de 2014, de Vitónica: <http://www.vitonica.com/alimentos/todo-sobre-la-quinoa-propiedades-beneficios-y-su-uso-en-la-cocina>
- Lara, J. (14 de Agosto de 2010). *Vitónica*. Recuperado el 05 de Agosto de 2014, de Vitónica: <http://www.vitonica.com/alimentos/la-quinoa-un-alimento-desconocido-con-muchas-propiedades-nutricionales>
- Lazo Leal, R., Martín Artacho, A., & Martín Artacho, J. A. (2010). *Procesos de la Cocina (Aspectos Transversales)*. Madrid, España: Vision Libros.
- Llerena Oñate, K. P. (2010). *UTILIZACIÓN DE HARINA DE TRIGO Y QUINUA PARA LA ELABORACIÓN DE GALLETAS, PARA LOS NIÑOS DEL PARVULARIO DE LA E.S.P.O.CH*. Tesis de Grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Departamento de Salud Pública, Riobamba - Ecuador .
- Lozano Grandes, L. (2012). *Gastronomía Peruana al 2021*. En L. Lozano Grandes, *Lineamientos para un Programa de Desarrollo de la Gastronomía Peruana en el Arco del Plan Bicentenario* (Segunda ed.). Lima, Lima, Perú: APEGA.
- Martínez Sayé, M. F. (20 de Abril de 2008). *Tenemos tu Catering*. Recuperado el Junio de 2015, de <http://tenemostucatering.blogspot.com/2008/04/servicios-de-catering.html>

- Miranda, R. R. (29 de Noviembre de 2008). *Todo sobre la Quinua*. Recuperado el 22 de junio de 2015, de <http://laquinua.blogspot.com/2008/11/el-cultivo-de-quinua-chenopodium-quinua.html>
- Morales, F. (28 de Enero de 2015). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa*. Recuperado el Junio de 2015, de <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
- Mostacero Abanto, L. J. (2009). *Formulación de un Programa de Ventas en una empresa de Servicios*. Trujillo.
- Organizacion de Naciones Unidas. (17 de Mayo de 2013). *La riqueza de la quinua, no sólo en el paladar*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=RveYH9DK8>
- Pando, L. G. (13 de Mayo de 2015). “Necesitamos más variedades de semillas de granos andinos”. (E. Comercio, Entrevistador)
- Privada. (2007 - 2014). *Definición abc*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/aceptacion.php>
- Riego, M. d. (Noviembre de 2014). *Ministerio de Agricultura y Riego*. Recuperado el Noviembre de 2014, de Exportación de la Quinua: <http://www.minag.gob.pe/portal/la-quinua/exportacion>
- Sesmero Carrasco, J. L. (2010). *Servicio del Catering*. (P. V. S.L, Ed.) Málaga, Málaga, España: AENOR.

ANEXO N° 01

VALOR NUTRICIONAL DE LA QUINUA SIN COCINAR

Tabla 16: Valor de la quinua sin cocinar cada 100 y 170 grs.

NUTRIENTE	UNIDAD	100 GR	1 TAZA 170 GR
Agua	g	13.28	22.58
Energía	kcal	368	626
Proteína	g	14.12	24
Lípidos (fat)	g	6.07	10.32
Carbohidratos	g	64.16	109.07
Fibra	g	7	11.9
Minerales			
Calcio	mg	47	80
Hierro	mg	4.57	7.77
Magnesio	mg	197	335
Fósforo	mg	457	777
Potasio	mg	563	957
Sodio	mg	5	8
Zinc	mg	3.1	5.27
Vitaminas			
Tiamina	mg	0.36	0.612
Riboflavina	mg	0.318	0.541
Lisina	mg	1.52	2.584
Vitamina B-6	mg	0.487	0.828
Vitamina E	mg	2.44	4.15
Lípidos			
Ácidos saturados	g	0.706	1.2
Ácidos Mono insaturados	g	1.613	2.742
Ácidos Poliinsaturados	g	3.292	5.596
Colesterol	mg	0	0

* Fuente: **The National Agricultural Library, 2014** (Agriculture, 2014)

ANEXO N°02

VALOR NUTRICIONAL DE LA QUINUA COCINADA

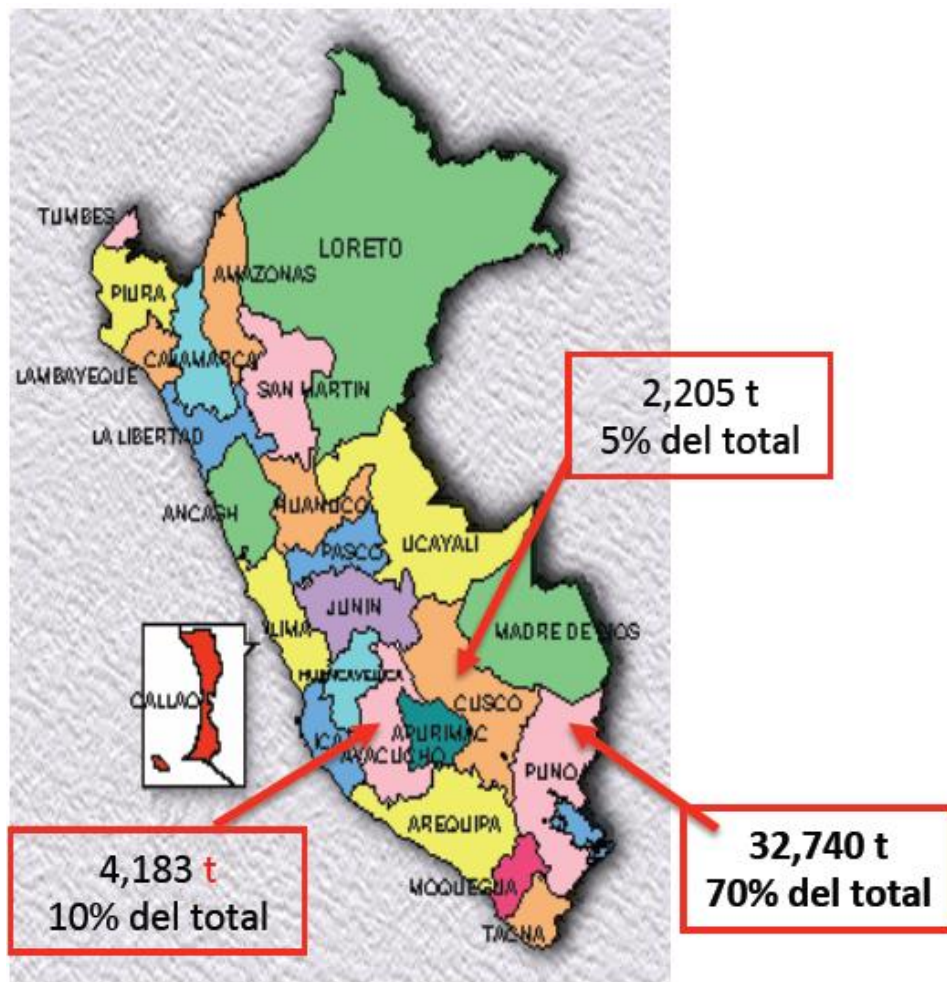
Tabla 17: Valor de la quinua cocinada cada 100 y 185 grs.

NUTRIENTES	UNIDAD	100 GR	1 TAZA DE 185 GR
Agua	g	71.61	132.48
Energía	kcal	120	222
Proteína	g	4.4	8.14
Lípidos (fat)	g	1.92	3.55
Carbohidratos	g	21.3	39.4
Fibra	g	2.8	5.2
Azúcares	g	0.87	1.61
Minerales			
Calcio	mg	17	31
Hierro	mg	1.49	2.76
Magnesio	mg	64	118
Fósforo	mg	152	281
Potasio	mg	172	318
Sodio	mg	7	13
Zinc	mg	1.09	2.02
Vitaminas			
Vitamina C	mg	0	0
Tiamina	mg	0.107	0.198
Riboflavina	mg	0.11	0.204
Lisina	mg	0.412	0.762
Vitamina B-6	mg	0.123	0.228
Vitamina E	mg	0.63	1.17
Lípidos			
Ácidos Saturados	g	0.231	0.427
Ácidos Insaturados	g	0.528	0.977
Ácidos Poliinsaturados	g	1.078	1.994
Colesterol	mg	0	0
Otros			
Cafeína	mg	0	0

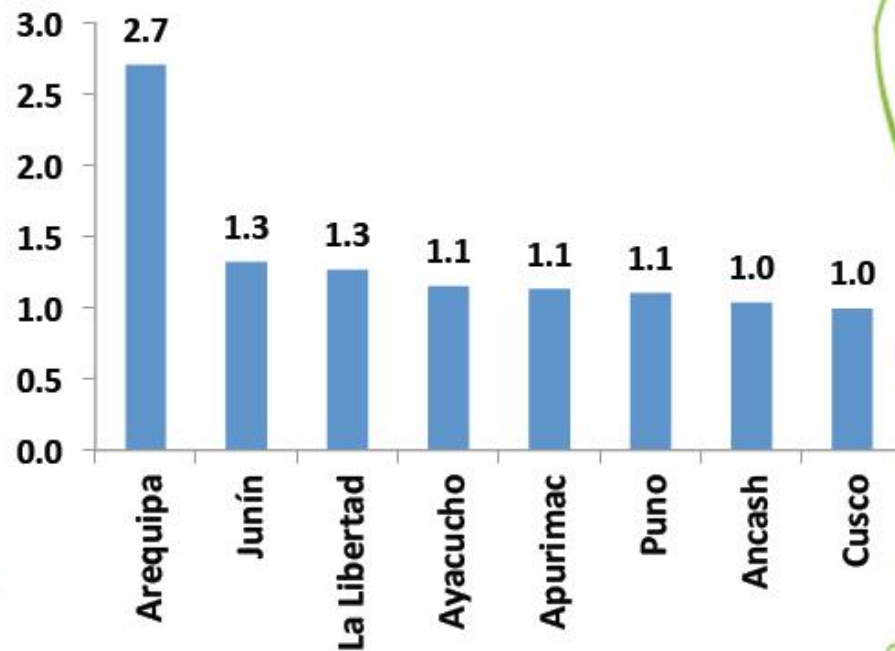
* Fuente: The National Agricultural Library, 2014 (Agriculture, 2014)

ANEXO N° 03

PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD DE QUINUA EN PRINCIPALES DEPARTAMENTOS DE PERÚ 2012



Rendimiento promedio de quinua por departamento 2012 (t/ha)



ANEXO N°04 PRODUCTOS A BASE DE QUINUA



Yogurt de quinua



Tortilla de quinua



Sopa de quinua



Ensalada de quinua



Pollo con salsa de quinua



Ponche de quinua

ANEXO N° 05 A

BOLETAS Y FACTURAS DE LA EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHÍ”

Bocaditos "Anahí"
De: MAS MC GOWEN CELIA GLADYS DEL PILAR
Jr. Orbegoso N° 245 - Int. 302
Telf 220751 - Cel.: 94 9930215 - RPC: 949161290
Trujillo - Trujillo - La Libertad

R.U.C. 10178901309
BOLETA DE VENTA
0002- N° 001159

Serie: _____
Fecha: _____
Dirección: _____
Doc. Ident. _____

CANT.	DESCRIPCION	P. Unit.	IMPORTE

Nuevos Soles

TOTAL S/ _____

De: Ortiz Muñoz Cástulo
R.U.C. 10085260091 - Jr. Sinchi Rocca 355 Telf. 299061 - Trujillo
Tel. 0973760063 F.I. 04-12-2013 - Serie 0002 del 01001 al 02000

~~CANCELADO~~

USUARIO

Gracias por su preferencia

Diseño de Boletas de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”

Bocaditos ANAHI
De: MONSALVE MAS ANAHI FATIMA

Jr. Orbegoso Nro. 245 - Int. 302
Trujillo - Trujillo - La Libertad
Cel. 992266400 - 949161290

R.U.C. N° 10723995791
FACTURA
001- N° 000193

Guía N: _____ Fecha _____ de _____ del 20____

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNIT.	VALOR DE VENTA

Fecha _____ de _____ del 20____

SUB-TOTAL _____
I.G.V. % _____
TOTAL _____

De: Ortiz Muñoz Cástulo
R.U.C. 10085260091
Jr. Sinchi Rocca 355
Tel. 299061 - Trujillo
Tel. 0973760063 F.I. 10-10-2014
Serie 0001 del 00101 al 00200

~~CANCELADO~~

USUARIO

Diseño de Facturas de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”

ANEXO N° 05 B
FOTOS DE EVENTOS REALIZADOS EN LA EMPRESA DE CATERING
“BOCADITOS ANAHÍ”



**Quinceañero
realizado en
la ciudad de
Chimbote**



**Matrimonio
realizado en
Palo Marino,
Trujillo.**

ANEXO N°05 C

SERVICIO INCLUIDO EN LA EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHÍ”



**Evento de
Catering con
servicio de
mozos en la
Universidad
Católica de
Trujillo**

ANEXO N°06 A PREPARACIÓN Y AMASADO DE GALLETAS DE QUINUA

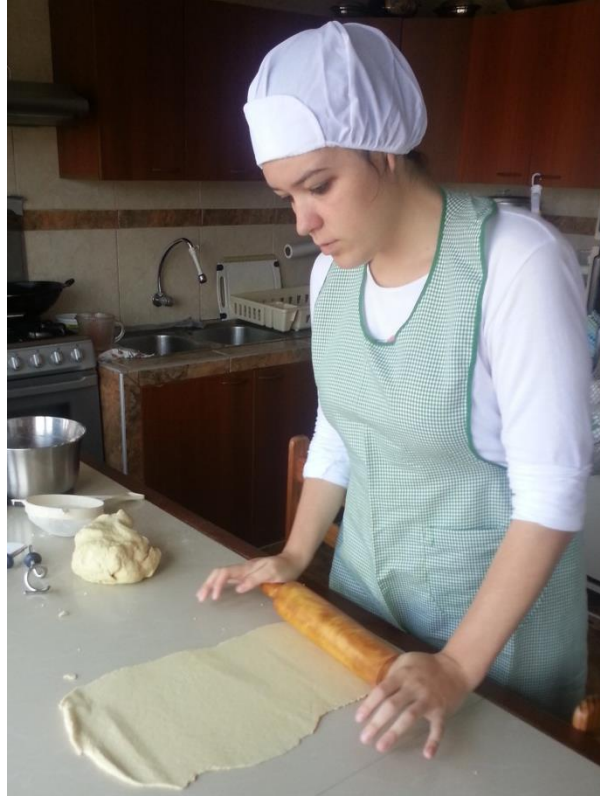


Paso 01: Comienzo. Empezando la mezcla de la masa de las galletas de quinua



Paso 02: Amasado de las galletas

ANEXO N°06 B ESTIRADO Y CORTE DE GALLETAS DE QUINUA



Paso 03: Aplanado y estiramiento de la masa



Paso 04: Corte de las galletas según el tamaño del molde para los 20 gr de cada galleta

ANEXO N°06 C

FORMA Y PRE HORNEADO DE GALLETAS DE QUINUA



Paso 03: Dándole forma a las galletas



Paso 04: Galletas listas para el horneado

ANEXO N°06 D GALLETAS DE QUINUA HORNEADAS Y EMPAQUETADO



Paso 05: Galletas de quinua horneadas

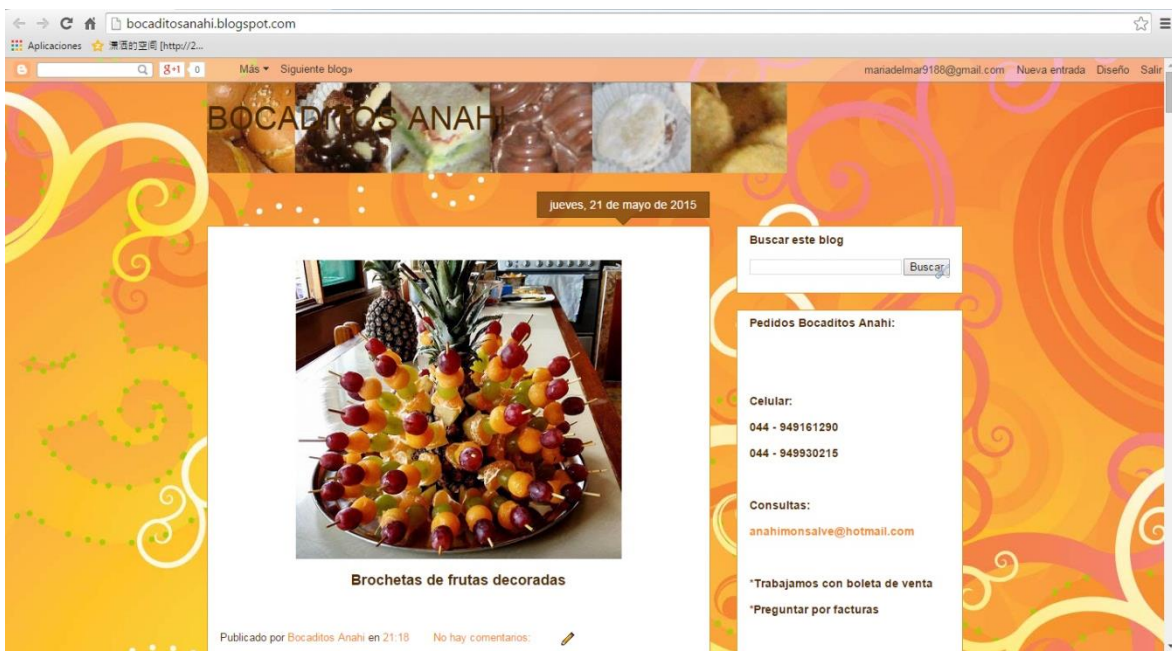


Paso 06: Galletas de quinua empaquetadas, listas para la venta

ANEXO N°07 LOGO Y PAGINA WEB DE “BOCADITOS ANAHÍ”



Logo de “Bocaditos Anahí”



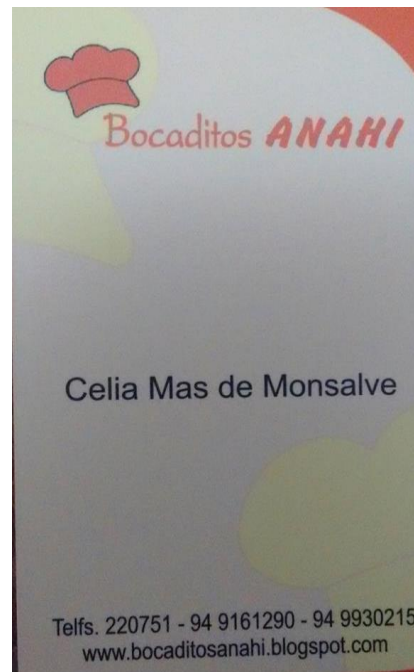
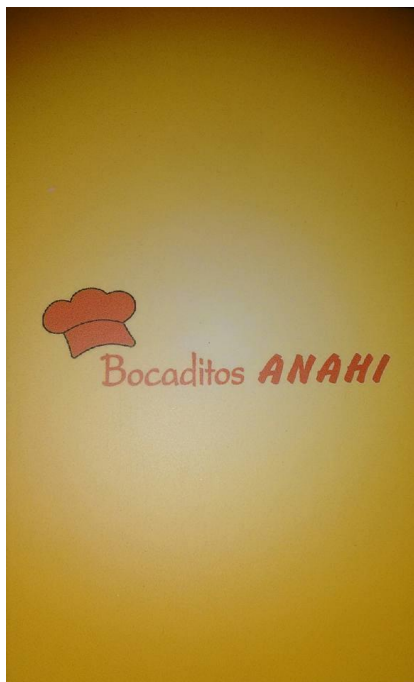
Blogspot de “Bocaditos Anahí”

ANEXO N° 08

PROMOCIÓN DE LA EMPRESA DE CATERING “BOCADITOS ANAHÍ”



Facebook de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”



Tarjetas de presentación personal de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”

ANEXO N° 09

ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIAS

Hola, estamos realizando una encuesta para conocer los gustos y preferencias de las personas y saber que tan aceptado sería un nuevo producto que ofrecerá una empresa de catering en nuestra ciudad. Marque con una “X” sólo UNA respuesta por pregunta. Agradecemos mucho su colaboración al contestar este cuestionario.

1. Edad: _____

2. Sexo: _____

3. ¿Le interesaría consumir productos con quinua?

Si

No

Me es indiferente

4. ¿Ha probado galletas de quinua anteriormente?

Si

No

5. ¿Qué tanto le agradan las galletas de quinua?

(1 = menor agrado y 5 = mayor agrado)

1

4

2

5

3

6. ¿Considera que consumiendo la quinua en galletas un producto saludable? (1= no saludable y 5 = saludable)

1

4

2

5

3

7. ¿Se siente conforme con la variedad que existe en el catálogo de la empresa de catering “Bocaditos Anahí”? (1 = no conforme y 5 = conforme)

1

4

2

5

3

8. ¿Cómo se informa acerca del catálogo de bocaditos?

Google

Facebook

Blogspot

9. ¿Qué tan seguido consumiría las galletas de quinua?

2 - 4 veces por semana 1 vez por semana

2 - 4 veces por mes 1 vez por mes

10. ¿Dónde compraría esas galletas?

Universidad Supermercado

Colegio

Bodega

11. ¿Cuánto pagaría por un paquete de galletas de quinua?

S/. 0.50 S/. 1.00 S/. 1.50

S/. 2.00

12. En qué momento preferiría consumirlas?

Desayuno Media mañana

Almuerzo Media tarde

13. ¿Cómo considera a la empresa respecto a sus productos? (1 = muy mala y 5 = muy buena)

1 2 3 4 5

14. ¿De qué forma se contacta con la empresa?

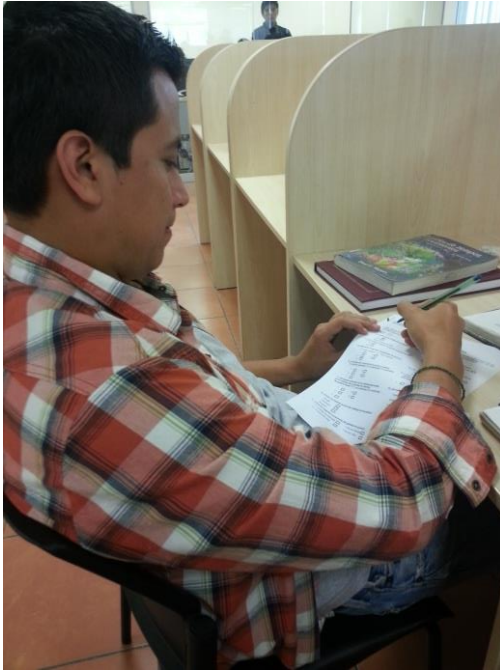
Teléfono

Email

Facebook

Personalmente

ANEXO N° 10 EVIDENCIAS DE APLICACIÓN DE ENCUESTAS



Nuestros clientes colaborando con la aplicación de las encuestas para la implementación de nuestro catálogo de productos.

