



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICA PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS**

**FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BARRAS
ENERGÉTICAS A BASE DE KIWICHA, CEBADA Y QUINUA**

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en
Administración de Negocios**

**ROSA ESMELDA TIMOTEO CARHUANINA
(0000-0002-4621-2602)**

Lima - Perú

2023

Dedicatoria

En primer lugar, esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el camino correcto, por haberme dado fuerzas para seguir adelante y por haberme permitido tener una bonita experiencia a lo largo de todo el proceso de mi carrera, también dedico esta tesis a mis padres y les doy las gracias por haberme forjado tan buenos valores y por haberme acompañado y apoyado en cada una de mis decisiones en el transcurso de mi formación profesional.

En especial, también dedico esta tesis a mi profesor y asesor de tesis José Antonio Yataco Perez, por su confianza que puso en mí, por su constante apoyo y por haber direccionado todos mis conocimientos en el desarrollo de mi proyecto.

Índice General

Resumen Ejecutivo.....	9
Introducción	10
Capítulo I: Identificación del Problema u Oportunidad.....	12
Selección del Problema o Necesidad a Resolver	12
Validación del Problema.....	13
Descripción del Cliente.....	30
Capítulo II: Diseño del Producto Innovador.....	31
Aplicación de la Metodología Design Thinking	31
Características del Producto Innovador Validado.....	35
Capítulo III: Elaboración del Modelo de Negocio	39
Definición de la Propuesta de Valor del Negocio.....	39
Elaboración del Lienzo de Modelo de Negocio.....	41
Descripción del Prototipo de Lanzamiento.....	45
Capítulo IV: Validación del Modelo de Negocio.....	47
Aplicación de la Metodología Lean Startup.....	47
Descripción del Modelo de Negocio Validado	55
Capítulo V: Análisis de la Rentabilidad.....	66
Estimación del Tamaño del Mercado, Demanda Proyectada y Proyección de Ingresos	66
Determinación de las Necesidades de Inversión y Financiamiento	78

Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables. Determinación del Punto de Equilibrio	86
Flujo de caja proyectado	94
Evaluación Económica y Financiera: Cálculo de VAN y TIR	95
Conclusiones	97
Recomendaciones	99
Referencias Bibliográficas.....	101
Anexos	103

Índice de Tablas

Tabla 1. Cantidad de personas del NSE A, B y C entre los 6 - 39 años, 2022	13
Tabla 2. Lima Metropolitana 2021 "Estructura Socioeconómica de la Población por Zonas Geográficas"	14
Tabla 3. Población de Lima Metropolitana del NSE A, B y C entre los 6 - 39 años, 2022 y el total de Distritos de Lima Metropolitana	15
Tabla 4. Lima Metropolitana 2022 "Población y Hogares Según Distritos" y la Población por cada Distrito	15
Tabla 5. Lima Metropolitana 2022 "Población y Hogares Según Distritos"	16
Tabla 6. Información Nutricional de las Barras Energéticas	37
Tabla 7. Información Nutricional de la presentación Golden Caja	38
Tabla 8. Variables de segmentación y Descripción del Perfil del Cliente	66
Tabla 9. Variables del total de población por edad y NSE y el total de población de SJL.....	67
Tabla 10. Variables de la población por edad y NSE y el % de población por edad y NSE ...	68
Tabla 11. Variables del total de población por edad y el % de población por edad y NSE	68
Tabla 12. Mercado Potencial	69
Tabla 13. Mercado Disponible.....	69
Tabla 14. Mercado Efectivo.....	70
Tabla 15. Mercado Objetivo	71
Tabla 16. Tamaño de la Muestra.....	71
Tabla 17. Demanda proyectada a 5 años	72
Tabla 18. Estimación de la Demanda	73
Tabla 19. Proyección de las Ventas	74
Tabla 20. Resumen de las ventas	75
Tabla 21. Proyección de ventas en soles.....	76
Tabla 22. Proyección de las ventas en soles anualmente.....	77
Tabla 23. Inversión Fija (Tangible)	78
Tabla 24. Depreciación Anual y Mensual.....	79
Tabla 25. Inversión(Intangible)	80
Tabla 26. Capital de Trabajo.....	81
Tabla 27. Estado de Resultados	82
Tabla 28. Estado de Situación Financiera.....	83
Tabla 29. Préstamo Bancario en el Banco Interbank.....	84

Tabla 30. Proyección de la deuda a pagar.....	85
Tabla 31. Precio (Producto 1)	86
Tabla 32. Costos por unidad (Producto 1)	86
Tabla 33. Precio (Producto 2)	87
Tabla 34. Costos por unidad (Producto 2)	88
Tabla 35. Proyección de los costos de venta en soles.....	89
Tabla 36. Resumen del costo de venta.....	90
Tabla 37. Los Costos Variables	91
Tabla 38. Costos Fijos Mensuales	91
Tabla 39. El Punto de Equilibrio (General)	92
Tabla 40. La Proyección de Ventas en Unidades y el Punto de Equilibrio	93
Tabla 41. Flujo de Caja Económico.....	94
Tabla 42. Cálculo del COK.....	95
Tabla 43. Tabla del Resultado del VAN y TIR	96

Índice de Figuras

Figura 1. Cálculo del Tamaño de la Muestra	17
Figura 2. Gráfico de barras sobre lo que se dedican las personas en su día a día.....	19
Figura 3. Gráfico de barras sobre el rango de edades	19
Figura 4. Gráfico de barras sobre las Zonas de San Juan de Lurigancho	20
Figura 5. Gráfico de barras sobre el consumo de vitaminas durante la gestación y el periodo de crecimiento del niño	21
Figura 6. Gráfico de barras sobre la conveniencia de tomar vitaminas durante el periodo de gestación	22
Figura 7. Gráfico de barras sobre las consecuencias de no consumir productos ricos en hierro durante el periodo de gestación.....	23
Figura 8. Gráfico de barras sobre las causas de la infección al estómago de los niños	24
Figura 9. Gráfico de barras sobre las opiniones de las mujeres embarazadas	25
Figura 10. Gráfico de barras sobre las consecuencias de contraer anemia durante el embarazo	26
Figura 11. Gráfico de barras acerca de las opiniones sobre la anemia	27
Figura 12. Gráfico de barras sobre las opiniones acerca de la anemia	28
Figura 13. Gráfico de barras sobre el impacto de la anemia en los niños y las madres gestantes	29
Figura 14. Imagen de la presentación del empaque de la Barra Energética "Iron Granules" ..	32
Figura 15. Lienzo de la Propuesta de Valor.....	39
Figura 16. Modelo Canvas	41
Figura 17. Presentación del empaque de las barras energéticas Iron Granules	51
Figura 18. Presentación de la parte trasera del empaque de las Barras Energéticas.....	52
Figura 19. Presentación del empaque en Golden Caja	53
Figura 20. Malla Receptora de Información	54
Figura 21. Presentación del Landing Page de Iron Granules.....	56
Figura 22. Presentación de las Barras Y Golden Caja de Iron Granules	56
Figura 23. Presentación de los Rellenos de mermeladas de Iron Granules	57
Figura 24. Presentación de los diferentes sabores de las barras	57
Figura 25. La presentación de Golden Caja "Iron Granules"	58
Figura 26. Presentación de los pasos a seguir para realizar la compra del producto	58
Figura 27. Presentación de las Redes Sociales de "Iron Granules"	59

Figura 28. Presentación de los comentarios acerca del producto	59
Figura 29. Interacción con el cliente 1	61
Figura 30. Interacción con el cliente 2	62
Figura 31. Interacción con el cliente 3	63
Figura 32. Interacción con el cliente 4	64
Figura 33. Interacción con el cliente 5	65
Figura 34. Fórmula del VAN	96

Resumen Ejecutivo

Este proyecto consta de 5 capítulos, en el capítulo 1 se realizó la selección del problema a resolver según lo señalado por los especialistas y los estudios de investigación realizados y se concluyó que la anemia si es un problema en San Juan de Lurigancho y se debe a las infecciones y a la deficiencia de hierro, seguidamente se realizó la validación con la entrevista a profundidad y se corrobora que las personas más afectadas por la anemia son los niños y las madres gestantes del NSE A, B y C para lo cual se realizó un análisis. En el capítulo 2 se aplicó la Metodología Design Thinking y se empatizo con las personas para adecuar el prototipo del producto y presentar la versión mejorada. Luego en el capítulo 3 se realizó la Malla Receptora de Información dónde el cliente presentaba algunas frustraciones. después se realizó un análisis interno y se dedujo que las barras energéticas son buenas para poder curar y combatir la anemia ya que contamos con socios claves de productos sumamente naturales. En el capítulo 4 se validó el prototipo en base a la entrevista a profundidad y se obtuvieron ideas que se adaptaron al producto, seguidamente en el modelo de negocio se interactuó con el cliente por medio del Landing Page y por último en el capítulo 5 se realizó el cálculo del VAN y TIR y se pudo deducir que el producto es rentable y que el negocio se puede poner en marcha.