



La investigación, su esencia y arte.

FONDO EDITORIAL



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE TAYACAJA
DANIEL HERNÁNDEZ MORILLO

Nasturtium officinale **Como galletas innovadoras**

Gloria Maria Lopez Yupanqui
Gianmarco Garcia Curo
Adiel Alvarez Ticllasuca

***Nasturtium officinale* como galletas innovadoras**



Gloria Maria Lopez Yupanqui
Gianmarco Garcia Curo
Adiel Alvarez Ticllasuca

Pampas – Tayacaja

2024

***Nasturtium officinale* como galletas innovadoras**

© Gloria María Lopez Yupanqui
74358274@unat.edu.pe

Gianmarco Garcia Curo
gianmarcogarcia@unat.edu.pe

Adiel Alvarez Ticllasuca
adielalvarez@unat.edu.pe

© Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo (UNAT) - Fondo Editorial.
Dirección: Bolognesi N° 416, Tayacaja, Huancavelica -Perú
info@unat.edu.pe
Telf: (+51) 67 -990847026
Web: <https://unat.edu.pe/>

Primera edición digital: Abril 2024

Libro digital disponible en <https://fondoeditorial.unat.edu.pe>

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú
N° 202403517

ISBN: 978-612-5123-20-6

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, su tratamiento información, la transmisión de ninguna otra forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright.

INTRODUCCIÓN

Emprender e iniciar un negocio no es una tarea fácil puesto que es necesario planear y alcanzar diversos factores para dar inicio a una empresa. Este proyecto es realizado con el fin de desarrollar un plan que ayude a un buen funcionamiento, es decir plantear y llevar a cabo diversas metodologías y estrategias de negocio.

Si bien es cierto dentro una gestión empresarial se desarrolla y plantea de manera constante medidas y estrategias que buscan mejorar la productividad y la competitividad generando de una u otra manera una estrecha relación con el plan de negocios, lo cual es necesario e importante para analizar y evaluar los objetivos, puesto que gracias a ello podemos definir nuestros objetivos en base a las estrategias y acciones. Por ello, como proyecto de investigación dedicado a la búsqueda de la elaboración y venta de galletas de Berro (*Nasturtium officinale*) se ha considerado de manera inevitable el diseño de un plan de negocios que permitirá obtener mayor conocimiento acerca de proyectos empresariales proporcionando herramientas, estrategias y opciones que ayudaran tanto a prevenir como a lidiar con inconvenientes futuros; todo ello es muy necesario para llevar a cabo una mejor articulación en todo lo que se realiza en el proyecto y de esta manera se estaría obteniendo

mejores y óptimos resultados, ya que un plan bien desarrollado es más que un elemento clave para el éxito.

En fin, el proyecto de nombre QHAPUKILLA busca la producción y venta de la galleta KAWDAY ALLÍ, y este gozará de la confianza en sus productos gracias a la variedad de nutrientes y proteínas que posee la galleta, lo cual es muy beneficioso para niños con anemia y madres embarazadas, además estará respaldada con un plan que cuenta con estrategias y objetivos claves y coherentes que evitan, ayudaran y lidiaran con diversos inconvenientes futuros.

El presente proyecto ha sido diseñado básicamente con el fin de contar con una base en cuanto al plan de negocios. A continuación, se detallará los diferentes aspectos y estructuras presentes en el proyecto.

La investigación, su esencia y arte.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
Capítulo I.....	9
Conceptos generales	9
Capítulo II.....	19
Plan Financiero	19
Capítulo III.....	52
Plan de Marketing	52
Capítulo IV	69
Proceso productivo (Flujogramas)	69
Capítulo V	72
Plan de recursos humanos	72
Capítulo VI	77
Conclusión	77
BIBLIOGRAFIA	79



RESUMEN

La producción de galletas a base de berro (*Nasturtium officinale*) se orienta hacia una mejora constante en la calidad de elaboración, aspirando a convertirse en un referente en el mercado. Aunque se reconoce la diversidad de preferencias alimenticias, el objetivo principal es el crecimiento sostenido y la difusión del conocimiento sobre este proyecto innovador. La esencia central se enfoca en la promoción de la salud mediante el consumo de galletas enriquecidas con plantas medicinales.

Las recomendaciones para aquellos que emprenden proyectos resaltan la importancia del trabajo arduo, la dedicación y la determinación para alcanzar el éxito.

A pesar de los desafíos inherentes al camino emprendedor, la probabilidad, confianza y valor son claves para superar obstáculos.

La investigación, su esencia y arte.

Se subraya la necesidad de cualidades como la innovación, que impulsa cambios efectivos; el uso eficiente de los recursos para proteger el medio ambiente; la inversión sabia que abre nuevas oportunidades; y el cuidado de las personas, manteniendo costos justos para lograr un equilibrio económico.

Estas recomendaciones se presentan como un marco integral para abordar los desafíos y promover el crecimiento y la sostenibilidad. Más allá de consideraciones comerciales, la

iniciativa busca contribuir al bienestar general al fomentar hábitos alimenticios saludables y nutritivos. En resumen, el enfoque se orienta hacia la innovación y el desarrollo sostenible, con la aspiración de influir positivamente en la cultura alimentaria y la salud.

Palabras claves: *Nasturtium officinale*, galletas y alimentación saludable.



La investigación, su esencia y arte.



Capítulo I

Conceptos generales

La investigación, su esencia y arte.

La idea de este proyecto se centra en la producción de galletas de Berros (*Nasturtium officinale*), se elige esta idea porque el berro (*Nasturtium officinale*) posee alto contenido de vitaminas y minerales, esto es lo que hace que esta idea sea muy novedosa. Por ende, se pretende llevar a cabo la elaboración y producción de este bien, es decir de las galletas de Berros (*Nasturtium officinale*) para poder combatir la anemia, además es una opción muy buena, ya que a los niños que no les gusta comer verduras o pescado, pueden consumir este producto, ya que prácticamente será como una galleta ordinaria a los ojos de niños, pero este producto contendrá varias vitaminas, es rico en fibra, antioxidantes, vitamina C, beta-caroteno, ácido fólico y potasio, entre otros, incluso sus niveles de calcio son mayores a los de la leche (López et al., 2022).

El producto tiene como objetivo fundamental cumplir a cabalidad la alimentación de los niños haciéndolo un poco más interesante y de su agrado. Cabe destacar que se vio incluso algunos estudios que han determinado que pueden reducir el riesgo de algunas enfermedades, como trastornos cardiovasculares, patologías tumorales, cataratas y alteraciones del sistema nervioso, entre otras, a la vez algunos suplementos vitamínicos aportan con minerales, y aminoácidos. Si bien una dieta equilibrada aporta al cuerpo todas las vitaminas, a lo largo de un proceso como dietas de

adelgazamiento, durante el embarazo o en alguna etapa de crecimiento, el organismo necesitará de estos suplementos, esto lo encontramos en el berro (*Nasturtium officinale*), incluso este producto podrá ser consumido por las madres embarazadas, ya que durante el embarazo necesitan bastante hierro, el hierro es lo más resaltante que posee el berro (*Nasturtium officinale*) (López et al., 2022).

Según (Budovich, 2019) en el mundo comercial, se tiene la alta competitividad del mercado que hace que cada vez se tengan que destinar más esfuerzos y tiempo a la búsqueda y retención de clientes, es por ello que se plantea aplicar las siguientes prácticas comerciales, siempre mostrar amabilidad y cortesía con los clientes, además de tener una estrategia bien diseñada para utilizar las redes correctamente, también se tendrá reuniones con los clientes potenciales, ya que no es solo vender, sino conocerlos más, aprovechando los encuentros con los posibles clientes para hacerles preguntas que permitan conocer más sus preferencias, gustos y necesidades

Durante la ejecución del proyecto se plantea escuchar, reconocer y entender las necesidades de los clientes, ser capaz de satisfacerlos y se tomará en cuenta la opinión sobre la calidad del producto que se ofrecerá, sobre la atención recibida en el momento de la compra y la relación de todo lo anterior con el precio pagado, también se tratará de comprender al cliente

como persona y como usuario del producto, además es importante que se averigüe que es lo que le gusta al público objetivo sobre la competencia, mejorando en esos puntos o cambiarlos con otros puntos fuertes, para que los clientes se fijen en nosotros y se pueda competir (Budovich, 2019). El mecanismo básico de generación de ingresos del proyecto será mediante venta de los productos, es decir la galleta de Berros (*Nasturtium officinale*), además se ofrecerá ofertas exclusivas a los clientes más leales, motivándolos a seguir es decir fidelizándolos, se ganará prestigio; también se garantizará ingresos recurrentes derivados de las compras de éstos, se trabajará arduamente para lograr un buen posicionamiento en Internet y sus numerosos buscadores, algo que sin duda se traduce en mayor visibilidad y oportunidades de negocio para nuestra empresa

Los materiales que se necesitará para la elaboración de este producto son muy fáciles de conseguir, la materia prima el Berro (*Nasturtium officinale*) es conseguido en los ríos, además se planea cultivar, haciendo agricultura sobre el río, referido a adquirir un lugar apto que sea húmedo para que pueda crecer este producto, ahora en cuestión a los otros ingredientes (harina, azúcar, grasas, mantequilla, huevos, sal, azúcar) se puede comprar de empresas proveedoras y los productos serán distribuidos a los mercados, tanto a bodegas, como en

confiterías, además de supermercados, bioferias, biomarkets, quioscos (Padilla, 2013).

El producto será elaborado en una procesadora de alimentos con personas capacitadas y aptas como un nutricionista, un biólogo, un ingeniero ambiental, un ingeniero de industrias alimentarias, entre otros. Además, se invertirá en la compra de máquinas y herramientas para la producción (Padilla, 2013)

MODELO DE NEGOCIO

Este proyecto se basará en el tipo Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L) ya que en este negocio se excede de dos accionistas, pero el número de socios es menor que 20, además según los reglamentos de organización de la S.R.L normalmente estos son familiares y pequeños, lo cual es muy similar al presente proyecto ya que también se contara con el aporte definido de cada socio, por consiguiente, si se accede a la inscripción en registros públicos; en igual forma este tipo es muy ideal para negocios de tamaño pequeño, por tal motivo su constitución es simple y sin muchos requisitos que otros tipos de asociación y se goza de un régimen jurídico y fiscal más simple y bondadoso (Restituyo & Espinosa, 2015)

Según (Restituyo & Espinosa, 2015) para poder formar una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada es necesario cumplir lo siguiente:

- **Nombrar un representante legal y otorgarle un poder notarial:**

Esto es para que el representante legal actué ante cualquier inconveniente que puede presentar el negocio en diversos aspectos legales con nombre de la SRL.

- **Búsqueda y reserva**

Es necesario buscar y reservar un nombre con el cual el negocio se identificará.

- **Contribución de capital:**

Esta contribución de capital de todos los miembros debe de acreditarse con un documento emitido por una entidad del sistema financiero nacional.

- **Preparación del Acta de Constitución de la Negocio:**

Por medio de esta acta se recibirá y constituirá de manera formal una entidad legal, pero es necesario adjuntar algunos documentos:

- ✓ 2 copias de identificación del miembro y sus cónyuges, de ser necesario.
- ✓ 2 copias y documento original de la reserva del nombre.
- ✓ Archivo de transacciones del negocio.

- ✓ Declaración jurada y ficha de solicitud.
- ✓ Documento emitido por una entidad del sistema nacional a fin acreditar la contribución de los miembros.

- **Preparación de la escritura pública:**

Este documento certifica y asegura la constitución legal del negocio, aquella que también debe ser firmada y sellada por el notario y los miembros del negocio, incluidos los cónyuges, de ser necesario.

- **Inscripción en registros públicos:**

Esta escritura pública se registra en la SUNARP y normalmente es realizado por un notorio.

- **Registrar el RUC para su entidad legal:**

Para obtener el RUC es necesario la visita una oficina de la Superintendencia Nacional de Administración de Aduanas e Impuestos (SUNAT) o un centro de Mejor Servicio al Ciudadano (MAC), enviando los siguientes documentos:

- ✓ Factura de agua y luz de los 2 últimos meses
- ✓ Escritura pública del negocio
- ✓ Identificación
- ✓ Completar los respectivos formularios.

Diseño de la estructura- organigrama del negocio



- **Gerente general:** Es la persona responsable que planeará y dirigirá el trabajo de los trabajadores del negocio, de monitorear su desempeño y tomar acción correctiva cuando es necesario (sánchez, 2021).
- **Compras:** Es la persona que realizará las compras de los ingredientes y los materiales que se necesitará para la elaboración de las galletas de berros (*nasturtium officinale*) (sánchez, 2021).
- **Ventas:** Son las personas quienes se encargarán de realizar las ventas de las galletas, ya que se tendrá una tienda en el parque principal de pampas (sánchez, 2021).
- **Administración:** Es la persona que desarrollará todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos (sánchez, 2021).
- **Área de cobranza:** Es la persona que se encargará de llevar el control de las cuentas de los clientes y monitorear los movimientos como los pagos ya sean vencidos o por cubrir, depósitos bancarios y en efectivo (sánchez, 2021).
- **Finanza:** Es la persona que se encargará de la planificación, ejecución e información financiera del negocio (sánchez, 2021).
- **Contabilidad:** Es la persona que se encargará de la firma de los estados financieros y la responsabilidad por el

tratamiento técnico de la información contable (sánchez, 2021).

- **Producción:** Son los trabajadores quienes realizarán el proceso de la elaboración de las galletas, el diseño y el empaquetado (sánchez, 2021).
- **Limpieza:** Son las personas que se encargarán de la limpieza de todo el local de producción, el local de ventas (sánchez, 2021).
- **Almacén:** Es la persona que se encargará de monitorear y supervisar el inventario, también se encargará de dar balances de cuantas cajas de galletas salieron, que cantidad de materiales e ingredientes (sánchez, 2021).



La investigación, su esencia y arte.



Capítulo II

Plan Financiero

La investigación, su esencia y arte.

Propuesta de valor

El modelo de negocio se enfoca en ofrecer una alternativa saludable para personas, es decir niños y mujeres embarazadas que son los más propensos a tener anemia. Dicha oferta saludable está basada en la elaboración y comercialización de galletas enriquecidas con Berros (*Nasturtium officinale*), lo cual origina que el producto final tenga alta calidad nutricional, esta propuesta se diferencia de los productos actuales debido al nivel nutricional obtenido por un porcentaje de hierro que contiene, logrando así un alimento atractivo para los clientes. Asimismo, el plan de elaboración estará basado en la contratación de un servicio de máquina de una empresa tercera, lo cual maximizará la utilización de recursos necesarios para la fabricación de las galletas (Budovich, 2019).

Las galletas de Berros (*Nasturtium officinale*) serán preparadas con los insumos de más alta calidad y será dirigida para el público objetivo, el cual podrá ser adquiridas en las principales bodegas, tiendas especializadas en alimentos saludables (biomarkets), ferias organizadas para promover la alimentación saludable (bioferias), quioscos, bodegas, aumentando así la accesibilidad de los productos a mayor cantidad de la población

objetivo con una calidad diferenciadora. Asimismo, en dicho lineamiento se puede escalar a mercados del sector retail, teniendo como un futuro objetivo los supermercados (Budovich, 2019).

Segmentos de mercados

El segmento de mercado que se hará uso es de segmentación demográfica, porque se basará en el estilo de vida de la persona que le guste comer saludable, que quiera estar sano y bien nutrido, además los clientes en que se basará serán los niños y las mujeres embarazadas.

Cabe destacar que, se venderá al mercado de bienes perecederos, porque los bienes perecederos son aquellos artículos cuyo uso hace que se destruyan en un periodo concreto de tiempo, este tipo de mercado engloba, por tanto, a los potenciales compradores de unos bienes que por sus características dejan de ser útiles en un breve plazo de tiempo, como por ejemplo los productos alimenticios o los combustibles (Kumar et al., 2024).

Canales y relación con clientes

Una vez que se determine el tipo de clientes y los segmentos en el cual la investigación se va a basar, se tiene que hacer llegar la oferta hacia los clientes mediante los canales

respectivos. Teniendo los siguientes canales según (Kumar et al., 2024):

Canales de comunicación

Según el tipo de segmento escogido, se puede determinar como estrategia de publicidad y promoción el uso de redes sociales, volantes y radio, para el caso de promoción se basará sobre el incentivo con muestras gratis y degustaciones en las bioferias, biomarkets y quioscos (Kumar et al., 2024).

Canales de distribución

Para la elección del canal de distribución del plan de negocios, se analizará las capacidades del negocio con lo que se elige el tipo de distribución directa (Kumar et al., 2024).

Este tipo de distribución consta en la repartición al cliente (Quioscos, Biomarkets, Bioferias, bodegas, donde se ofertará el producto). Para ellos se realizará la adquisición de un camión valorizado en S/ 50,000.00 de para poder llevar a cabo este proceso.

Canales de venta

Se utilizará el modelo de venta por distribución: al tener acceso a distribuidores asociados para la venta de los productos, en bioferias, biomarkets, quioscos, bodegas (Kumar et al., 2024).

Relación con clientes

Para la fase en la que se encuentra el proyecto, el fundamento principal que se seguirá es la captación de clientes con el segmento determinado que ya fue evaluado en la investigación, dentro del segmento se seguirá categorías como las redes sociales, en donde los clientes se encargarán de construir valor de la empresa según las calificaciones u opiniones del producto (Kumar et al., 2024).

Fuentes de ingreso

De acuerdo con el segmento enfocado para la venta de galletas de berros (*Nasturtium officinale*), los ingresos se obtendrán de una venta hacia los distribuidores asociados o clientes: Quioscos, Biomarkets, Bioferias, bodegas, ya que están dirigidas al segmento de clientes que tienen una alimentación balanceada. El precio promedio será de S/ 5.00 de cada galleta.

Recursos, procesos y socios clave

Recursos clave

El recurso principal para el éxito del producto será la receta que se utilizará para la producción de la galleta, contando con un

porcentaje superior de hierro en su contenido, superior a la concentración de los competidores.

Asimismo, esto será resaltado en el empaque de galleta, que agregará valor al producto, con todos los detalles y características del producto, otro recurso clave para el desarrollo del negocio será la compra del vehículo de distribución del negocio, el cual permitirá el proceso de distribución de todos los productos a los lugares de venta, desde el punto de vista de recursos humanos, el personal tendrá capacitaciones continuas en Ventas y Marketing, que ayudará a elevar el valor agregado del personal.

- **Procesos y actividades clave**

- ✓ Identificación de proveedores de materia prima e insumos de buena calidad.
- ✓ Diseño de producto adecuado para mejor aceptación en el mercado.
- ✓ Control de calidad.
- ✓ Marketing.
- ✓ Distribución de pedidos.

- **Socios clave**

De acuerdo con el segmento enfocado para la venta de galletas de Berros (*Nasturtium officinale*), los ingresos se obtendrán de una venta hacia los distribuidores asociados o

clientes: Quioscos, Bioferias, bodegas, ya que están dirigidas al segmento de clientes que tienen una alimentación balanceada.

Estructura de costos

- **Costos de producción**

Se plantea la contratación de terceros para la realización de máquinas de las galletas de Berros (*Nasturtium officinale*), lo cual origina que los costos están inmersos en el costo de los terceros.



La investigación, su esencia y arte.

Inversión:

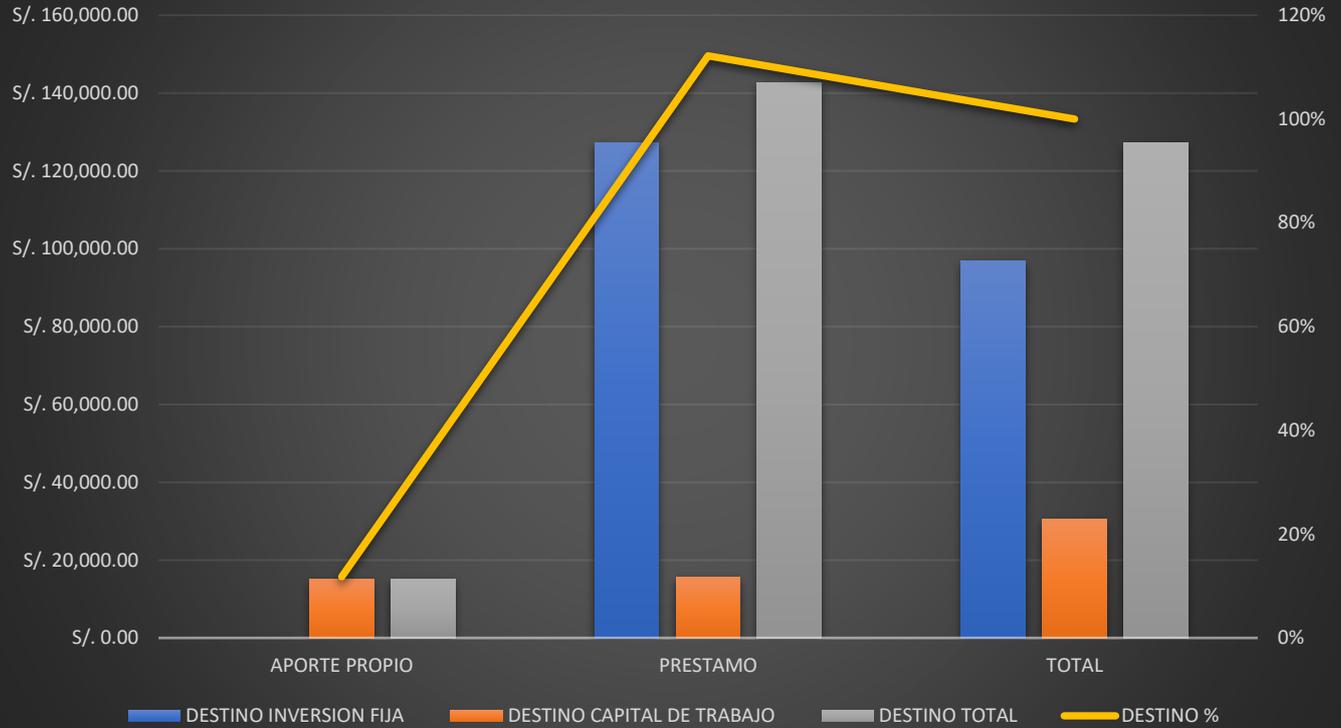
RUBRO	VALOR UNITARIO	CANT.	UNID.	COSTO TOTAL
I. ACTIVO FIJO				
A. TANGIBLES				
Maquinaria y/o Equipos				S/. 1.995,00
Computadora	S/. 1.500,00	1	Unidad	S/. 1.500,00
Impresora	S/. 450,00	1	Unidad	S/. 450,00
Máscaras de filtro	S/. 15,00	3	unidad	S/. 45,00
Muebles y enseres				S/. 2.870,00
Escritorio	S/. 550,00	1	Unidad	S/. 550,00
Silla Ejecutiva	S/. 150,00	1	Unidad	S/. 150,00
Mostradores de vidrio	S/. 750,00	1	Unidad	S/. 750,00
Mostrador principal	S/. 1.200,00	1	Unidad	S/. 1.200,00
Sillas de espera	S/. 25,00	2	Unidad	S/. 50,00
Archivador	S/. 170,00	1	Unidad	S/. 170,00
Galletas y masas				S/. 90.000,00
Masa	S/. 8.000,00		Unidad	S/. 0,00
Berros	S/. 10.000,00		Unidad	S/. 0,00
Maquina empacadoras	S/. 60.000,00	1	Unidad	S/. 60.000,00
Hornos Eléctricos	S/. 30.000,00	1	Unidad	S/. 30.000,00
Otros	S/. 50.000,00			S/. 0,00
Otros				S/. 300,00
Extintor	150	1	Unidad	S/. 150,00
Botiquín	50	1	Unidad	S/. 50,00
Catalogo	25	4	Unidad	S/. 100,00

TOTAL, TANGIBLES				S/. 95.165,00
B. INTANGIBLES				
LIC. DE FUNCIONAMIENTO	S/. 180,00	1	documento	S/. 180,00
LIC. DE PUBLICIDAD	S/. 150,00	1	documento	S/. 150,00
ELABORACIÓN DE PLAN DE NEGOCIO	S/. 500,00	1	documento	S/. 500,00
CONSTITUCIÓN DE EMPRESA (Not, Reg Pub)	S/. 550,00	1	documento	S/. 550,00
DEFENSA CIVIL	S/. 200,00	1	documento	S/. 200,00
TOTAL, INTANGIBLES				S/. 1.580,00
TOTAL, ACTIVO FIJO				S/. 96.745,00
II. CAPITAL DE TRABAJO				
INSUMOS	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	UNIDAD	S/. 30.477,68
BOLSA DE EMPAQUE	S/. 222,52	110	PAQUETE	S/. 24.477,68
CAJAS DE PRODUCCIÓN	S/. 10,00	600	GLOBAL	S/. 6.000,00
MANO DE OBRA				S/. 0,00
GASTOS INDIRECTOS				S/. 0,00
TOTAL, CAPITAL DE TRABAJO				S/. 30.477,68
TOTAL COSTOS				S/. 127.222,68

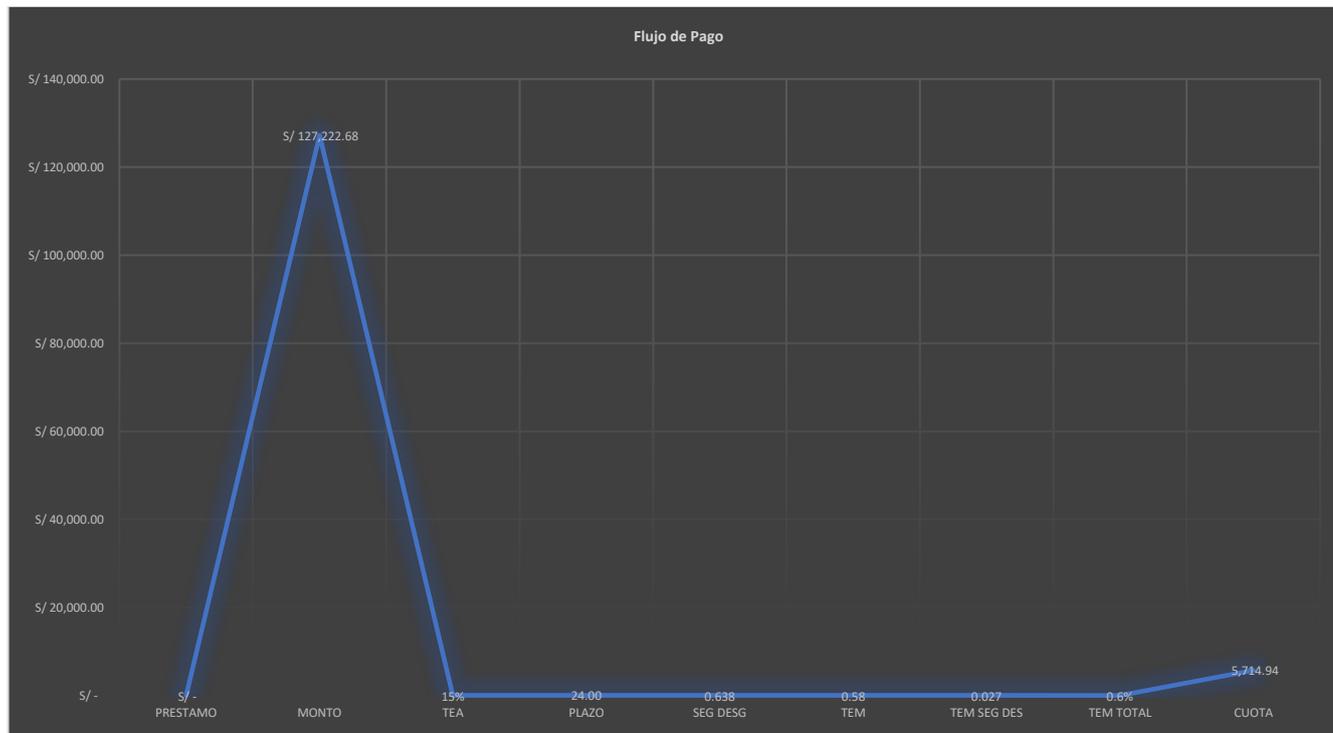
Financiamiento:

FINANCIAMIENTO GALLETAS DE BERROS				
FUENTE	DESTINO			
	INVERSION FIJA	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
APORTE PROPIO	S/. 0,00	S/. 15.000,00	S/. 15.000,00	12%
PRESTAMO	S/ 127.222,68	S/. 15.477,68	S/. 142.700,36	112%
TOTAL	S/. 96.745,00	S/. 30.477,68	S/. 127.222,68	100%

FINANCIAMIENTO



Amortización:



AMORTIZACIÓN GALLETAS DE BERROS

Banco de la Nación

PRÉSTAMO

MONTO	S/ 127.222,68
TEA	15%
PLAZO	24,00
SEG DESG	0,638
TEM	0,58
TEM SEG DES	0,027
TEM TOTAL	0,6%
CUOTA	5.714,94

$$TM = ((1 + TEA/100) ^ (1/12)) - 1$$

$$TM = 1,24914E-04$$

$$TM = 1,25\%$$

Cronograma de pagos

MES	SALDO	AMORT.	INTERES	CUOTA
0	127.222,68	0,00	0,00	0,00
1	122.284,49	4938,19	776,75	5714,94
2	117.316,15	4968,34	746,60	5714,94
3	112.317,48	4998,67	716,27	5714,94
4	107.288,29	5029,19	685,75	5714,94
5	102.228,39	5059,90	655,04	5714,94
6	97.137,60	5090,79	624,15	5714,94

$$R = P \times$$

$$i (1+i)^n$$

$$(1 + i)^n - 1$$

R= CUOTA FIJA

P= MONTO DEL PRESTAMO

i= TASA DE INTERES

7	92.015,73	5121,87	593,07	5714,94
8	86.862,59	5153,14	561,80	5714,94
9	81.677,98	5184,60	530,33	5714,94
10	76.461,72	5216,26	498,68	5714,94
11	71.213,62	5248,11	466,83	5714,94
12	65.933,47	5280,15	434,79	5714,94
13	60.621,08	5312,39	402,55	5714,94
14	55.276,26	5344,82	370,12	5714,94
15	49.898,81	5377,45	337,49	5714,94
16	44.488,53	5410,28	304,65	5714,94
17	39.045,21	5443,32	271,62	5714,94
18	33.568,66	5476,55	238,39	5714,94
19	28.058,67	5509,99	204,95	5714,94
20	22.515,05	5543,63	171,31	5714,94
21	16.937,57	5577,47	137,46	5714,94
22	11.326,04	5611,53	103,41	5714,94
23	5.680,26	5645,79	69,15	5714,94
24	- 0,00	5680,26	34,68	5714,94

n= TIEPO

- **Costos de distribución y venta**

Son generados por una actividad principal del negocio, que estará asignada a los recursos propios del negocio, siendo aquellos funcionales para el negocio (Budovich, 2019)

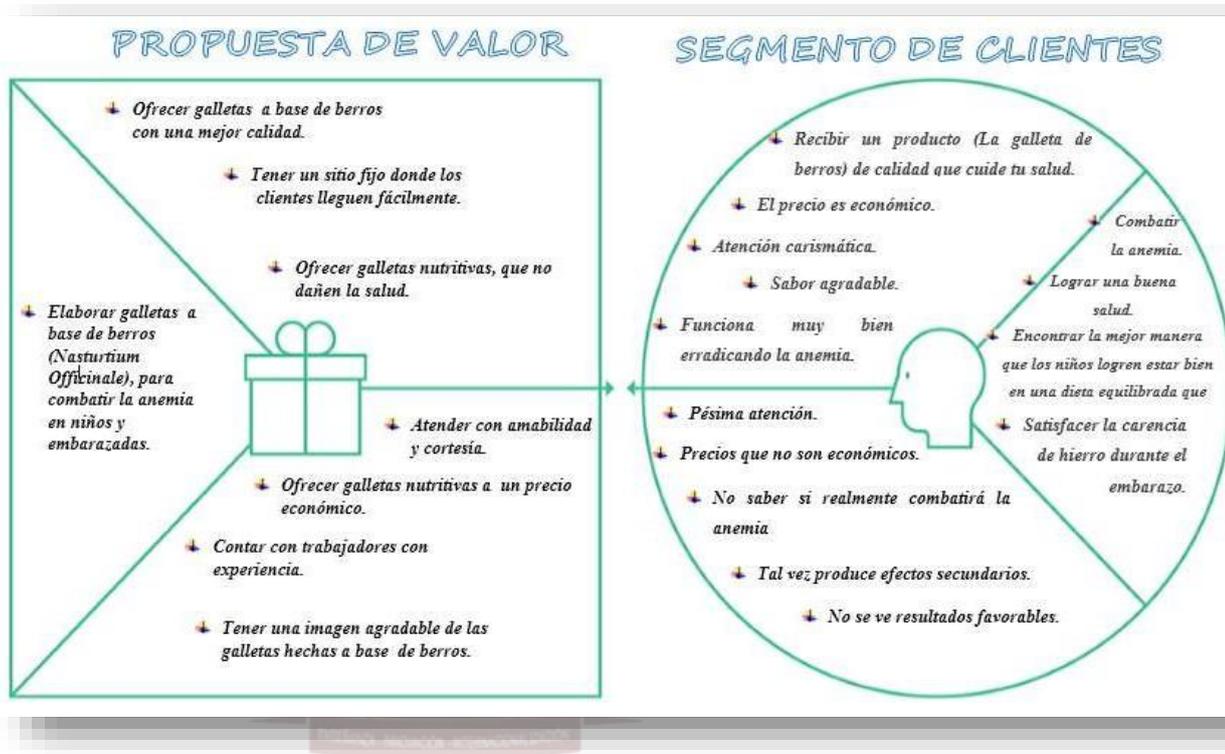
- **Marketing y publicidad**

Los costos en marketing y publicidad estarán principalmente inmersos en los costos de participar en ferias, publicidad y redes sociales(Budovich, 2019).



La investigación, su esencia y arte.

Mapa de propuesta de valor del negocio



Lienzo Canvas del modelo de negocio

<p>Asociaciones Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Asociarnos con las tiendas grandes de Pampas Tayacaja. Asociarnos con nuestros compradores que nos piden en gran cantidad nuestras galletas de berro. Asociarnos con grandes empresas del mismo contexto. Con empresarios interesados en nuestro negocio. Asociarnos con grandes productores del berro. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar publicaciones sobre nuestro negocio de "galletas de berros" en redes sociales, afiches, radios. Tratar a nuestros clientes con todo el respeto y rapidez. Presentar nuestros productos en envolturas que lo hagan ver presentables. Entregar rápido sus pedidos. <p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> Contratar personal adecuados para atender a las personas que necesita llevara las galletas de berros. Invertir dinero para comprar las envolturas para el producto. Realizar todo lo que nos pide: como tener en orden todos los documentos requeridos, para ser una empresa de galletas legalmente establecida. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar galletas a base de berros (Nasturtium Officinale), para combatir la anemia en niños y embarazadas. Ofrecer galletas a base de berros con una mejor calidad. Ofrecer galletas nutritivas a un precio económico. Atender con amabilidad y cortesía. Tener una imagen agradable de las galletas hechas a base de berros. Ofrecer galletas nutritivas, que no dañen la salud. 	<p>Relación con los Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> Buen trato y atención rápida al cliente Brindar ofertas que no podrán rechazar Páginas web para interactuar con el cliente y así ofrecer un mejor servicio. Redes sociales Nuestra prioridad es cuidar de la salud del cliente. <p>Canales</p> <p>Nuestros principales canales con que nos comunicaremos serán por nuestra página web y nuestras redes sociales haciendo que esto sea algo más tecnológico. -Además visitaremos los lugares donde serán distribuidos nuestros productos haciendo uso de vehículos, atenderemos cualquier consulta de nuestro consumidor.</p>	<p>Segmentación de Clientes</p> <p>Nuestra proyecto de emprendimiento va dirigido principalmente a los niños (5-14 años) que parezcan de anemia y mujeres embarazadas (25-38 años), sin embargo puede ser consumido por todos en general, ya que este producto contiene propiedades muy beneficiosas y por ende nutritivas.</p>
<p>Estructura de Costes</p> <p>Nuestra empresa contara con costos fijos y variables</p> <ul style="list-style-type: none"> Costos fijos Pago de servicios y suministros (agua, luz, etc.), pago de impuestos, pago a profesionales, capital para el levantamiento de infraestructura y transportes. Costos variables Gasto en materia prima, mano de obra directa, embalaje, empaques y envases. 		<p>Fuentes de Ingreso</p> <p>Nuestra principal y única fuente de ingreso será la venta de galletas hechos a base del berro; sin embargo, tendremos un lugar determinado para la venta del producto a bodegas y supermercados del país.</p> <p>Se acepta dinero en efectivo y tarjetas debito</p>		

PERFIL DEL MERCADO OBJETIVO: TAMAÑO DEL MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO, ESTRATEGIA DE MERCADO

Misión

Con el presente proyecto, se busca satisfacer las necesidades de los clientes a partir de la elaboración de las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) nutritivas ya que son una alternativa de solución para combatir la anemia, proporcionando un bien de buena calidad a precios competitivos, manteniendo su confianza y contribuyendo el bienestar de las personas y del medio ambiente.

Visión

Ser un proyecto reconocido internacionalmente, líder e innovador con un equipo de trabajo orientado a la mejora continua con una estructura organizacional responsable y eficiente, consolidando su posición competitiva como productor y distribuidor de las galletas hechas a base de berros (*Nasturtium officinale*) cuidando la salud.

Valores del negocio

En el negocio “Galletas de berros (*Nasturtium officinale*)” se determinará los siguientes valores que servirán para que el negocio crezca y sea exitoso, y para que el personal se

desarrolle dentro del negocio, ya que serán difundidos e incentivados permanentemente.

Honestidad:

El personal del negocio de “Galletas de berros (*Nasturtium officinale*)” se comportará y se expresará con sinceridad y respetando los valores de la verdad y la justicia, sin basarse en sus propios deseos. Se manifestarán con la verdad al no obviar u ocultar información, dar cuentas claras de las ventas, ingresar puntualmente al trabajo, cumplir todas las funciones y no cediendo ante presiones de otros contra la empresa (Ward, 2011).

Autoconocimiento:

El personal del negocio de “Galletas de berros (*Nasturtium officinale*)” conocerá y se valorará, porque sabrá sus cualidades y también reconocerá sus defectos, es decir sabrá dónde está parado y por ello puede mejorar como persona, lo que se demuestra en acciones como saber pedir disculpas cuándo se cometió un error o se reaccionó con agresividad o al pedir ayuda a un compañero para que lo oriente cuándo éste no sabe hacer correctamente un trabajo (Ward, 2011).

Trabajo en equipo:

Es importante para el negocio de “Galletas de berros (*Nasturtium officinale*)” el trabajar en equipo de forma coordinada y ordenada, sobre todo cuando se ejecutará una orden para evitar demoras en la atención a los clientes y en la parte logística para evitar errores en la compra de insumos. Con el trabajo en equipo se desea lograr: Cohesión y mejor comunicación (Ward, 2011).

Espíritu de superación:

En el negocio de “Galletas de berros (*Nasturtium officinale*)” se buscará personas con espíritu de superación que tengan motivación suficiente para superar los obstáculos que se les presenten en el camino para alcanzar sus objetivos anhelados así les demande muchos recursos y esfuerzos. En el negocio se premiará la valentía y liderazgo que demuestran estas personas (Ward, 2011).

Creatividad y curiosidad:

Se buscará personas capaces de generar ideas nuevas para solucionar problemas del negocio como un nuevo lema publicitario, un nuevo producto o algo que permita menos esfuerzo y más ingresos para el negocio para lo cual las personas deben tener el ingrediente de la curiosidad, que

permita por ejemplo detectar necesidades en los clientes que se pueda aprovechar para ampliar la oferta (Ward, 2011).

Principios

Los principios son lineamientos que sirven como referentes de comportamiento en la vida de las personas, hoy en día dichos principios han sido incluidos en el accionar de la gran mayoría de las organizaciones y su importancia radica en ser una guía para mantener un comportamiento adecuado frente a las diferentes situaciones que se presentan al interior de las organizaciones.

- **Calidad:** Generar productos naturales de alta calidad que permitirán lograr altos niveles de eficiencia hacia el cliente (Klimovskikh et al., 2023).
- **Atención Personalizada y servicio al cliente:** Brindar un trato ágil, cortés y profesional a los clientes, procurando ante todo la plena satisfacción de sus necesidades (Klimovskikh et al., 2023).
- **Mejoramiento Continuo:** Garantizar a los clientes una constante evaluación del servicio que permita la aplicación de estándares y normas de calidad en los procesos de servicios, con el fin de satisfacer las más altas exigencias de los clientes (Klimovskikh et al., 2023).

- **Trabajo en equipo:** Integrar la colaboración y el trabajo de todos los empleados de la organización que permitan realizar adecuadamente las actividades del negocio y participar en la solución de problemas, cooperando en el logro de la óptima elaboración de los productos (Klimovskikh et al., 2023)

Perfil del mercado objetivo

Mercado objetivo:

Según (De León et al., 2011) El mercado será el de bienes perecederos ya que su uso se destruye en un periodo concreto de tiempo y en el negocio se venderá bienes que se caracterizan por dejar de ser útiles en breve tiempo; por ejemplo:

Las galletas que se venderán solo serán hasta un tiempo establecido, porque es un producto alimenticio y no puede estar por mucho tiempo ya que se malogrará.

Cabe destacar que el negocio va dirigido para las siguientes poblaciones: para los niños entre los 4 a 10 años de edad y mujeres embarazadas del distrito de Pampas; ya que allí se ve una alta tasa de anemia y los berros (*Nasturtium officinale*) sirven para combatirlos.

La ubicación para el desarrollo de esta investigación fue ejecutada en el parque principal de Pampas, Tayacaja - Huancavelica, donde se busca la satisfacción de los clientes con el producto, y como instrumento de investigación se realizarán encuestas para que medir cuáles son los gustos y los diseños de preferencia, que sabores de galletas les gustaría y cuanto estaría dispuesto a pagar por estas.

- **Mercado distrital:** El producto será repartido a las diferentes bodegas, kioscos, minimarket del distrito de Pampas y se implementará las ventas por internet llegando así a realizar delivery en los distritos de Acraquia, Ahuaycha, Daniel Hernández, para que lo clientes se sientan a gusto con el producto ya que les llegará de una manera fácil y rápida a su hogar.
- **Mercado provincial:** Con el transcurso del tiempo se llegará a distribuir las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) a todos los distritos de Tayacaja, abriendo nuevas tiendas y llegando a cada hogar con la venta online.
- **Mercado regional:** La meta de aquí a 5 años es llegar a la región de Huancavelica ya que aquí se ve una mayor tasa de anemia en los niños menores de 7 años, es por ello que con este proyecto se busca prevenir la anemia a partir de la elaboración de las galletas hechas a base de berros

(*Nasturtium officinale*). También se abrirá nuevas tiendas y se distribuirá a todas las bodegas, kioscos y minimarket.

Tamaño del mercado potencial y objetivo

El mercado será el de bienes perecederos ya que su uso se destruye en un periodo concreto de tiempo (De León et al., 2011). En el negocio se venderá bienes que se caracterizan por dejar de ser útiles en breve tiempo; por ejemplo: Las galletas que se venderán solo serán hasta un tiempo establecido, porque es un producto alimenticio y no puede estar por mucho tiempo ya que se malogrará. Cabe destacar que el negocio se basará más en los niños y mujeres embarazadas; ya que son los más afectados por la anemia, y los berros (*Nasturtium officinale*) sirven para combatirlos.

El local estará ubicado en el parque principal de Pampas, se repartirá a las diferentes bodegas de este distrito; con el tiempo se llegará a distribuirlos a todos los distritos de Tayacaja. Se busca que los clientes estén a gustos con los productos y para ellos se realizará encuestas 2 veces al año sobre cómo les gustaría que fuese los diseños, sabor de las galletas.

Estrategias de mercado

Para el negocio “Galletas de berros (*Nasturtium officinale*)” se utilizará las siguientes estrategias:

- Ventas delivery en todos los distritos de Tayacaja
- Se utilizará las redes sociales para hacer la publicidad del producto: mediante el Facebook, Google, YouTube; además se hará videos e infografías sobre las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) con sus beneficios nutricionales.
- Ofertas de 2x1 en las primeras compras de las galletas de berros (*Nasturtium officinale*).
- Galletas de berros (*Nasturtium officinale*) con diseños de emociones con chispas de chocolate, fresa, vainilla.

INFORMACIÓN DEL ENTORNO QUE PUDIERA INFLUIR EN EL MODELO DE NEGOCIO Y DESEMPEÑO DE LA ORGANIZACIÓN

Estos son los factores que influirán en el negocio, ya que se buscará ser un negocio exitoso, con una buena organización.

- Los nutricionistas: Estas personas estarán supervisando cada 2 veces por mes, las condiciones y la calidad de las galletas hecho a base de berros (*Nasturtium officinale*) (Padilla, 2013).
- Profesionales en informática para las ventas online: Estas personas ayudarán para que el negocio se internacionalice, y con eso se llegará a muchos lugares con las galletas

hechas a base de berros (*Nasturtium officinale*)(Padilla, 2013).

- Los proveedores: Ayudarán en la distribución de las galletas a las grandes tiendas comerciales, kioscos, minimarket, y las bodegas (Padilla, 2013).

DISPONIBILIDAD Y ACCESO A RECURSOS NATURALES O FÍSICOS

- Las tiendas ubicadas en el distrito de Pampas serán de gran apoyo para el negocio de galletas de berros (*Nasturtium officinale*), porque ayudarán a su expansión y serán más vendido y así se tendrá más entradas en las ventas y se podría ofrecer más ofertas.
- El berro (*Nasturtium officinale*) es un ingrediente que será muy vital para la elaboración de las galletas, ya que ello es lo que hace a las galletas tener esa esencia nutritiva y también que los clientes compren las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) sin dudarlo.
- En el negocio se implementará transportes propios para poder distribuir los productos en grandes cantidades en un tiempo determinado a otros puestos o tiendas.

DISPONIBILIDAD Y ACCESO A RECURSOS HUMANOS

- El adecuado personal contratado brindará un buen trato a los clientes ya que es la imagen del negocio, de tal forma si el cliente se siente cómodo y satisfecho con el trato brindado volverá a comprar más galletas de berros (*Nasturtium officinale*) y en ocasiones algunas personas recomendarán el negocio de galletas a otras personas.
- Al ofrecer las galletas a precios económicos, los clientes llevarán en gran cantidad para su consumo y se estaría obteniendo ganancias en el proyecto y a la vez satisfaciendo las necesidades de los clientes.

TECNOLOGÍA QUE SE EMPLEARÁ PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS O SERVICIOS.

Para este proyecto se empleará amasadoras de la marca Apinox que desarrolla amasadoras horizontales para todo tipo de galletas, bajo el lema “lo que cuenta no es el producto en sí, sino la capacidad para adaptarse a la necesidad”, el negocio desarrolla una amplia gama de mezcladores diseñados específicamente para el cliente y adaptados a los entornos en los que trabaja. La compañía ha estado creciendo continuamente, sin dejar de invertir, año tras año, en las nuevas tecnologías que permiten una fuerza de trabajo flexible y versátil. Y por otro lado tenemos a Imaforni que diseña líneas completas para todo tipo de galletas, este negocio se fundó en los años 60

con el objetivo de fabricar hornos estáticos para pequeñas panaderías. A medida que fue desarrollando su experiencia técnica, se crearon nuevos hornos de túnel y moldeadoras rotativas para plantas completas de galletas. Se dejaron a un lado los hornos rotativos y aparecieron los primeros hornos de gas directo y, con ello, la aparición de un nuevo sector de mercado. Se incrementaron los tipos de maquinaria con cortadoras, depositadoras y actualmente, su desarrollo en diseño y su tecnología hacen de esta empresa un referente mundial en hornos: laminación, rotativas, corte de alambre y depositado (Padilla, 2013).

Las galletas generalmente se fabrican de acuerdo con la tecnología de laminación y la composición de las galletas estándar se muestra en la Tabla 1. En cada lote se prepara un total de 17 kg de masa, donde dicho proceso consistirá en añadir a los componentes menores (sal, bicarbonato de sodio, bicarbonato de amonio, lecitina de girasol y metabisulfito) previamente disueltos en aproximadamente un litro de agua en la amasadora P. Prat S.A. (Sabadell). A continuación, se agregará azúcar y después de amasar la mezcla, se agregará mantequilla, junto al extracto de Berros (*Nasturtium officinale*), se amasará la mezcla nuevamente para formar una emulsión. Después de formar la emulsión, se agregará harina y agua (la cantidad depende de la calidad) y se debe continuar amasando

hasta que se forme una red de gluten. Cabe destacar que la temperatura no debe superar los 42°C. Después de amasar, se colocará la masa en una laminadora, fabricado por Rondo Doge (Seewer AG), se enrollará a la posición 2 de la laminadora (altura 2 mm) y usará un molde circular con un diámetro de 60 mm (Padilla, 2013).

Se horneará las galletas en un horno de convección forzada marca UNOX (Italia) durante 4 minutos, y se debe dar la vuelta a la bandeja y hornear a la misma temperatura durante otros 3 minutos a 180°C para que la humedad final sea del 1,5% aproximadamente (Padilla, 2013).

Tabla 1

Componentes estándares de las galletas.

Componentes	Concentración (%)
Harina de galletas	61, 01
Extracto de Berros	10, 26
Azúcar	14, 59
Agua	10, 25
Aceite de palma	7, 75
Jarabe de glucosa	5, 22
Sal	0, 47
Bicarbonato sódico	0, 33
Bicarbonato amónico	0, 31

Fuente.(Padilla, 2013).

Análisis de las galletas

(Padilla, 2013) Para cada una de las recetas utilizadas en la elaboración de las galletas se evaluará el comportamiento de la masa, determinándose los siguientes parámetros en la etapa de amasado:

- Cantidad de agua requerida para la obtención de la masa en condiciones adecuadas para ser laminada.
- Tiempo de amasado para conseguir una red de gluten adecuada.
- Temperatura final de la masa tras el amasado, con un termómetro de la marca Testo.

REDES EMPRESARIALES:

El negocio tendrá asociación con otros negocios como negocios de galletas, empresas investigadoras, empresas productoras y de publicidad, entre otras. Esto hará que las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) tengan una mejor imagen y que tengan más apoyo de negocios que se dedican a rubros que ayuden a impulsar el negocio, buscando el desarrollo del producto. De esto trata las redes empresariales (Theoharakis et al., 2024).

Todo esto se logrará gracias a las coordinaciones y acuerdos que se tengan con los demás negocios asociadas, buscando

principalmente que las galletas sean productos saludables y rentables en el mercado (Theoharakis et al., 2024).

RECURSOS FINANCIEROS

Para que un negocio comience de la mejor manera, tiene que empezar con recursos financieros propios y este negocio no será ajeno a esto, es por ello que se comenzará con el capital que aporte cada integrante del proyecto lo que será un capital considerable para comenzar de la mejor manera (Valle et al., 2021) .

Por otro lado, el dinero que el negocio gane estará en una cuenta bancaria propia del negocio y siempre se estará al tanto de las ganancias y gastos que se tengan, buscando tener una mejor organización financiera que impulse el crecimiento del negocio (Valle et al., 2021).

Se tendrá una buena administración del dinero que se gane vendiendo las galletas de berros (*Nasturtium officinale*), ya sea por mayor o menor, el cliente siempre tendrá muchas posibilidades de pago excepto el fiado. La prioridad será mejorar el negocio y cuando se tenga ya muy buenos resultados se podrá recuperar el dinero invertido al inicio, algo que es seguro que sucederá ya que se pondrá todo el empeño

en el negocio de las galletas de berros (*Nasturtium officinale*)(Valle et al., 2021)

ANÁLISIS DE OPORTUNIDAD

(Budovich, 2019) menciona que en un proyecto es necesario tener y brindar oportunidades de negocio ya que este es un tipo de arreglo que el negocio va a proporcionar u ofrecer al consumidor, esto se realizará con el fin de llevar a cabo la idea del proyecto y generar ganancias; razón por el cual el negocio también contará con oportunidades, sin embargo, es necesario analizar su fin tanto en el negocio como en los clientes:

- Una infraestructura acogedora, limpia y determinada; personales con alta experiencia laboral en negocios.
- Uso tecnológico (sitios web, redes sociales, etc.)
- Implementación de nuevos productos que atraigan mayor cantidad de clientes.
- Productos naturales y saludables, los cuales favorezcan a los consumidores saludablemente.

CRONOGRAMA PARA LA PUESTA EN MARCHA

CRONOGRAMA PARA LA PUESTA EN MARCHA		SEMANAS															
FASES	ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
ELABORACIÓN DE LA IDEA DE	PLANTEAMIENTO DE LA IDEA EMPRESARIAL	■															
	ANÁLISIS DE LA IDEA EMPRESARIAL	■	■														
EXPLORACIÓN DEL PLAN O PROYECTO	INVESTIGACIÓN DE LA COMPETENCIA DE LA EMPRESA			■													
	VERIFICACIÓN DE INSUMOS NECESARIOS QUE ESTÁN AL ALCANCE			■	■												
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	BÚSQUEDA Y RESERVA DE UN NOMBRE					■											
	INSCRIPCIÓN EN REGISTROS PÚBLICOS					■	■										
	INSCRIPCIÓN AL RUC DE SUNAT					■	■										
UBICACIÓN DEL CONTEXTO	RECONOCER Y ELEGIR EL ESPACIO PARA EL LOCAL								■	■							
	CONSTRUCCIÓN DEL LOCAL (INFRAESTRUCTURA)								■	■	■	■					
GESTIÓN DE PERSONALES	CONVOCAR Y SELECCIONAR RESPONSABLES, DIRECTIVOS Y TRABAJADORES PARA LA EMPRESA											■	■	■			
GESTIÓN TECNOLÓGICA	EXPLORAR CONCEPTOS TECNOLÓGICOS Y HACER EXTENSO EL CONOCIMIENTO EMPRESARIAL A LA POBLACIÓN												■	■			
	CAPACITACIÓN DE LOS PERSONALES DE ATENCIÓN Y DE TECNOLOGÍA												■	■			
PROTOTIPADO	ORGANIZACIÓN Y PRUEBAS DE GALLETAS Y ENVOLTURAS														■		
IMPLEMENTACIÓN	EQUIPAMIENTO DE MUEBLES, MÁQUINAS, ETC															■	
	CAMPAÑA DE LANZAMIENTO Y PUESTA A PUNTO DE LA EMPRESA															■	
	APERTURA E INICIO EMPRESARIAL																■



PRODUCCIÓN DE GALLETAS DE BERROS

Calendario Semanal de Producción 2021

Etapas	Enero			Febrero			Marzo			Abril			Mayo			Junio			Julio			Agosto			Septiembre			Octubre			Noviembre			Diciembre																	
	7	4	1	8	4	1	8	5	4	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	3	2	9	6	3	0	7	4	1	8	4	1	8	5	4	1	2	1	2	3	1	2
Recolección de berros																																																			
Producción de limpieza de berros																																																			
Producción de masa																																																			
Producción de complementos unidos																																																			
Producción de secado																																																			
Producción de selección																																																			
Producción de calidad																																																			
Producción de Distribución																																																			
Producción de ventas																																																			



LEYENDA
AZUL - PRODUCCIÓN LENTA
VERDE - PRODUCCIÓN RÁPIDA

La investigación, su esencia y arte.



Capítulo III



Plan de Marketing

La investigación, su esencia y arte.

P's DEL MARKETING	DEFINICIÓN
PRODUCTO	Es todo bien que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo, con la finalidad de satisfacer una necesidad o un deseo.
PRECIO	Es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos.
PLAZA	La plaza o canal de ventas constituye en saber colocar el producto de la manera más eficiente posible, al alcance de su consumidor o usuario, incluyendo los servicios post venta.
PROMOCIÓN	Son todas las funciones realizadas para que el mercado se entere de la existencia del producto/marca

Fuente (Budovich, 2019).

Producto

Se define a todo bien que se ofrece a un mercado para la adquisición de uso o consumo, con la finalidad de satisfacer una necesidad o un deseo (Adwan & Altrjman, 2024).

En el proyecto de nombre “Qhapukillu” se elaboran galletas de Berros (*Nasturtium officinale*), el berro posee alto contenido de vitaminas y minerales, esto es lo que hace que este producto sea muy novedoso, es por ello que se pretende llevar a cabo la elaboración y producción de este bien, es decir de las galletas de Berros para poder combatir la anemia.

Variedad

En la actualidad el proyecto “Qhapukillu” poseerá las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) en los siguientes sabores y modelos:

- Vainilla -En forma de corazón
- Naranja- En forma de estrellas
- Coco - En forma de círculos

Marca

Considerando que la marca es la promesa del producto y será el elemento diferenciador entre el producto ofrecido por el proyecto “Qhapukillu” y los de los competidores, se enfocará a crear una imagen y un pensamiento exclusivo del producto (Adwan & Altrjman, 2024).

La investigación, su esencia y arte.

Por lo mencionado anteriormente se realiza la propuesta de marca para el proyecto “Qhapukillu” de la siguiente manera:

CARACTERÍSTICA	APLICACIÓN
Que sea corta y fácil de leer y pronunciar	“Kawsay allí”
Que se asocie al producto	Se relaciona el nombre con el producto ya que en quechua significa galletas naturales
Fácil de Recordar	Las palabras en quechua son fácilmente traducibles

Que sea eufónica	El nombre de la marca es atractivo al oído
Distinta a marcas competidoras	No existe un nombre similar o igual en el mercado, por lo que se diferencia de la competencia

Fuente.(Adwan & Altrjman, 2024).

La marca estará orientada a relacionar el producto con los beneficios intangibles que el consumo de las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) produce en el organismo de los consumidores, ya que no solamente satisface una necesidad o deseo inmediato, sino que proporciona beneficios para combatir la anemia (Theoharakis et al., 2024).

El nombre constituye la identidad verbal de la marca, además es la más importante ya que deberá ser recordada por los consumidores, de tal manera que sea la primera idea que se le venga a la mente en el momento de realizar la compra (Theoharakis et al., 2024). Es por ello que “Kawsay allí “es un nombre creado con el propósito de que el consumidor sea consciente de que el producto que adquiere es natural, que lo asocie con la vida y por consiguiente con la salud:

- Kawsay: Vida
- Allí: Salud

En varias ocasiones las personas tienden a identificarse con el nombre de la marca, por esta razón es importante realizar un nombre que penetre la mente de los consumidores y se dirija a ser recordada por los adquirentes del producto (Theoharakis et al., 2024).

Diseño

Se utilizará una combinación de colores verde y café, el color verde es utilizado para que la gente asocie el producto con la naturaleza y el café para asociarlo con la galleta de berros (Theoharakis et al., 2024).



Embalaje

El empaque es un sistema coordinado, mediante el cual los productos producidos o cosechados son acomodados dentro de un conjunto empaque (componentes del empaque de un producto) para su traslado del sitio de producción al sitio de consumo sin que sufran daño (Theoharakis et al., 2024).

El objetivo es lograr un vínculo comercial permanente entre un producto y un consumidor, porque para mantener las características esenciales del producto se requiere barrera a la humedad, sabor, olor, oxígeno, como también protección al traspaso de grasas (Theoharakis et al., 2024).

Asimismo, el empaque ayudará a mantener el producto fresco y con sus características inalteradas hasta llegar al usuario final (Theoharakis et al., 2024) y para lograr esto se deben considerar los siguientes factores en la selección de materiales:

- Contenido de la galleta de berros (*Nasturtium officinale*)
- Forma de la galleta de berros: distintos animales
- Fragilidad de la galleta.
- Características de sabor y olor de la galleta.

Por lo tanto, se utilizará fundas de polipropileno, que es un recubrimiento a base de agua, será termosellable y otorgará barrera al aroma y sabor, se podrá obtener una alta protección

a la humedad y oxígeno. Además, este empaque mantendrá la humedad adecuada permitiendo la conservación óptima del producto, sin que sea necesario contener ningún conservante, este aspecto se considera como un elemento diferenciador de los productos respecto a los de la competencia, por consiguiente, serán empaquetadas en las cajas ecológicas, 12 galletas de berros (*Nasturtium officinale*), a este empaque se añadirá: El logotipo y notas de salud y nutrición (Theoharakis et al., 2024).

PRECIO

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos, también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal (Adwan & Altrjman, 2024).

Tipos de precio

La importancia de la fijación de los precios radica en su estrecha relación con la demanda de los productos y la sensibilidad a los precios que tiene el mercado objetivo. Por ende, de acuerdo con el estudio de mercados realizado se determinó que las personas pagarían un precio más alto mientras sea una presentación que contenga mayor cantidad de producto (Espinoza & Loaisiga, 2017).

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas, las proyecciones de costos se fijará el precio orientado al cliente. El precio para la venta será:

- s/.5 la unidad y la caja de galletas de berros será de s/.60 esta caja contendrá 12 unidades de galletas.
- El precio de envío será diferente costando s/.70.

Descuentos

Descuentos por cantidad

Es una reducción en el precio unitario ofrecida al comprador de un producto que adquiere una cantidad superior a la normal, se aplica un precio no lineal, que se fija en función de una cantidad específica de producto comprada, esta estrategia se otorgará a los distribuidores para que a su vez lo transmitan a los consumidores finales. Una vez instituida la sucursal propia del negocio se otorgará estos descuentos directamente a los consumidores, pretendiendo promover la compra en mayores cantidades (Espinoza & Loaisiga, 2017).

Por ejemplo: **GRATIS 2 UNIDADES SI LLEVA UNA CAJA DE GALLETAS DE BERROS**

Descuentos aleatorios (ofertas)

Consiste en realizar una reducción del precio en tiempos o lugares determinados sin que el comprador

tenga un conocimiento previo del momento en el que se va a producir el descuento, esto se aplicará principalmente en temporadas bajas. La finalidad de esta estrategia es atraer a nuevos clientes y los beneficios que estos aporten superen los gastos de la promoción y la pérdida efectuadas por las pérdidas efectuadas a los clientes habituales que hubieran pagado el precio normal (Espinoza & Loaisiga, 2017).

También se espera que, desaparecido el estímulo promocional, se produzca un fenómeno de histéresis o permanencia y la cuota de mercado no vuelva a los niveles anteriores, sino que se mantenga en las cuotas superiores alcanzadas, por la repetición de compras de los nuevos clientes. Otro objetivo que se podría conseguir con las ofertas es la atracción del consumidor hacia otros productos que en principio no tenía pensado consumir y que reporta mayores beneficios al negocio (Espinoza & Loaisiga, 2017).

Las ofertas consistirán en:

- Descuentos directos sobre el precio.
- Entrega de una unidad de producto adicional o de productos complementarios.

Por ejemplo: **LLEVATE 3 UNIDADES POR EL PRECIO DE S/. 12**

Descuentos periódicos (rebajas)

A diferencia de las ofertas, la ejecución de descuentos periódicos o rebajas será conocida con anterioridad por el consumidor y al igual que las ofertas las rebajas se practicarán habitualmente en temporadas bajas para estimular la compra de productos pretendiendo captar mayor mercado y vender más cantidad de productos en los meses que la demanda disminuye (Espinoza & Loaisiga, 2017).

La finalidad de las rebajas es atraer a los clientes con distinta elasticidad de la demanda, los que compran en período normal tienen una demanda más inelástica y están dispuestos a pagar un mayor precio, los que compran en periodos de rebajas, en cambio, son más sensibles a precio y están dispuestos a posponer su compra con tal de pagar menos (Espinoza & Loaisiga, 2017).

Diseño

La confianza que existe entre el importador y el exportador permitirá elegir un medio de pago que equilibre el costo y la seguridad, la elección del medio de pago refleja el grado de

confianza que existe en el momento de realizar la transacción (Espinoza & Loaisiga, 2017).

El pago de la mercancía se hará posterior a la entrega. “Una orden de pago simple es la petición formal que cursa el importador a su banco que, a través de un segundo banco, pague una cantidad determinada al exportador (beneficiario), sin que este tenga que presentar ningún documento, salvo la demostración de que es el receptor. Este pago se realiza a través de una transferencia” (Espinoza & Loaisiga, 2017).

Período de pago

La cobranza simple se realizará con un plazo de 30 días, amparado por una factura comercial y un convenio de la negociación realizada, utilizando una carta de crédito para que este caso no resulte costoso y complejo para la operación y el tipo de relación comercial que hay entre las dos partes (Espinoza & Loaisiga, 2017).

Condiciones

Mientras no se acuerde lo contrario el proyecto “Qhapukillu” estará sujeto a los precios ofertados por ello durante un plazo de 30 días a partir de la fecha de formalización de la oferta. Respecto al resto, son determinantes los precios de la confirmación de pedido, más su IVA correspondiente.

- Los precios se aplicarán a los servicios y entregas detalladas en las confirmaciones de pedido.
- Los servicios o entregas adicionales entrarán dentro de servicios adicionales, especiales o disminución del servicio y serán facturados aparte.
- Los precios comprenderán incluido el embalaje y el envío, los gastos adicionales se añadirán al precio e incluyen el IVA correspondiente.
- Las modificaciones posteriores en el pedido, es decir, después de la aceptación del pedido, serán facturadas aparte. Como modificación de un pedido se incluye también cualquier modificación comercial en los datos del pedido (dirección de facturación, dirección de entrega, forma de envío, forma de pago y similares).
- En el proyecto “Qhapukillu” se aceptará solamente anulaciones de pedido realizadas por el cliente durante los siguientes estados: "Pedido realizado", "Datos cargados", "Datos recibidos", "Datos erróneos", "Comprobación de datos correcto", "Pendiente de anulación", "Se enviarán nuevos datos", "Recordatorio – datos erróneos", "Recordatorio – falta de datos", "Recordatorio – falta del CD de datos", "Enviada la autorización de impresión", "Falta la autorización de impresión", "Recordatorio – falta la autorización de impresión", "Pago por transferencia

bancaria pagado" así como "Recordatorio –Pago por transferencia bancaria no realizado. No se aceptará anulaciones realizadas durante un estado de pedido posterior y en el proyecto “Qhapukillu” se informará al cliente inmediatamente por e-mail, las anulaciones sólo pueden ser solicitadas por el cliente y sólo a través de su cuenta de cliente, no se podrá anular artículos individuales en su pedido. Además, sólo se podrá anular el pedido entero, en caso de que sólo se encuentre un artículo de su pedido.

PLACEMENT

Canales:

- El principal canal con que se comunicarán será por la página web y las redes sociales, haciendo que esto sea más tecnológico.
- Se visitará los lugares donde serán distribuidos los productos haciendo uso de vehículos, así se atenderá todas las consultas de los consumidores.

Localización:

La localización será en el parque principal del distrito de Pampas, con el tiempo se abarcará cada distrito de la provincia de Tayacaja, ya que se busca llegar a todos los lugares con el producto. Además, se tendrá un almacén en el distrito de Daniel

Hernández, que servirá para guardar los empaques de las galletas de berros (*Nasturtium officinale*).

Cobertura:

- Se tendrá distribuidores en los kioscos, bodegas, minimarket, bioferias, biomarkets y en el mercado de Pampas.
- Se realizará ventas online, y se llegará por todos los lugares de Pampas, Daniel Hernández, Acraquia, Ahuaycha.

Control:

- Será controlado directamente por el proyecto “Ohapukillu” en el momento de la apertura.

PROMOCIÓN

Publicidad:

La investigación, su esencia y arte.

- Se realizará por medio de videos, infografías, imágenes a través del Facebook, YouTube, Google, explicando cuales son los beneficios que te brindarán los berros (*Nasturtium officinale*) y en qué lugar lo podrías encontrar.
- Mediante carteles, volantes, dípticos, llenos de una buena información con los beneficios que brindará estas galletas de berros (*Nasturtium officinale*).
- También se realizará la publicidad mediante la radio, mencionando cuales son los beneficioso que te brinda estas galletas de berros (*Nasturtium officinale*).

Venta personal:

- Se incentivará a los trabajadores del negocio, promocionándoles regalos, canastas de alimentos por fiestas patrias, navidad, año nuevo, sorpresas por sus cumpleaños.
- En el momento que son vendedores personales, cuando hagan la publicidad de las galletas y cuando traen nuevos compradores, allí se les dará un sueldo extra.

Promociones:

- Las promociones que se dará son las ofertas de 2x1 que se darán en los meses festivos.
- Los descuentos que se darán en temporadas de baja venta.
- El material promocional que se utilizará será; las camisetas, mochilas, gorras, siempre y cuando sea una persona que mayormente consuma las galletas.

ACTIVIDADES PREVIAS

OBJETIVOS DE OPERACIÓN

El objetivo estará dirigido a ser el mejor negocio de galletas saludables en el Perú, dando un muy buen producto para los consumidores a través de las galletas de berros (*Nasturtium officinale*) y así ayudar a combatir enfermedades como la anemia.

Corto plazo: El objetivo a corto plazo será de producir unas cuantas galletas para comprobar la efectividad en los clientes en todas las áreas de producción y comercio, se hará para mejorar el producto y hacer más conocida la empresa.

Mediano plazo: A mediano plazo se pretende estar produciendo una regular cantidad del producto y ya estar comercializándolo en la localidad y lugares cercanos, haciendo unas cuantas publicidades. Y manteniendo una gran referencia sobre las galletas en nuestros clientes.

Largo plazo: A largo plazo se estará comercializando los productos en todo el país, ofreciendo un producto de muy buena calidad y conocido por la gran mayoría de peruanos. Además, se buscará internacionalizar el producto y ofrecer más variedad de productos de berros (*Nasturtium officinale*) a los clientes.

Actividades previas

- La primera actividad, será producir pocas cantidades de las galletas de berros (*Nasturtium officinale*).
- Se analizará el producto y se mejorará encontrando las fallas.
- Se hará pruebas del producto primero con nosotros mismos y personas conocidas que presenten anemia o alguna enfermedad parecida.

- Una vez listo el producto, se empezará con el diseño del empaque y el logotipo de la empresa juntamente con la página web y las redes sociales.
- Nos asociaremos con tiendas comerciales de la localidad para que puedan vender los productos en sus bodegas.
- Se observará la efectividad de ventas y se mejorará las fallas que se observe respecto a la comercialización.
- Una vez que el producto empieza a comercializarse de una manera efectiva, se comenzara con la producción masiva.
- Se producirá y venderá al por mayor y menor, buscando la expansión del producto.
- Se expandirá el producto a lugares cercanos a la localidad y se comenzará con la publicidad en otros lugares del país.
- Se expandirá el negocio y se logrará el objetivo del proyecto.

La investigación, su esencia y arte.



Capítulo IV



Proceso productivo (Flujogramas)

La investigación, su esencia y arte.

Flujo de proceso de venta

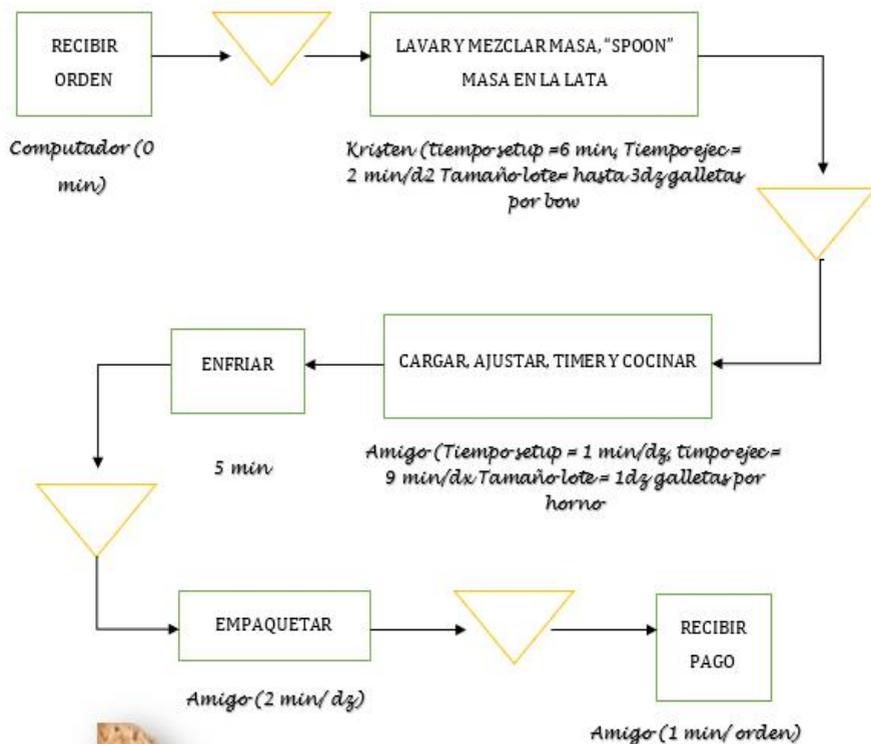
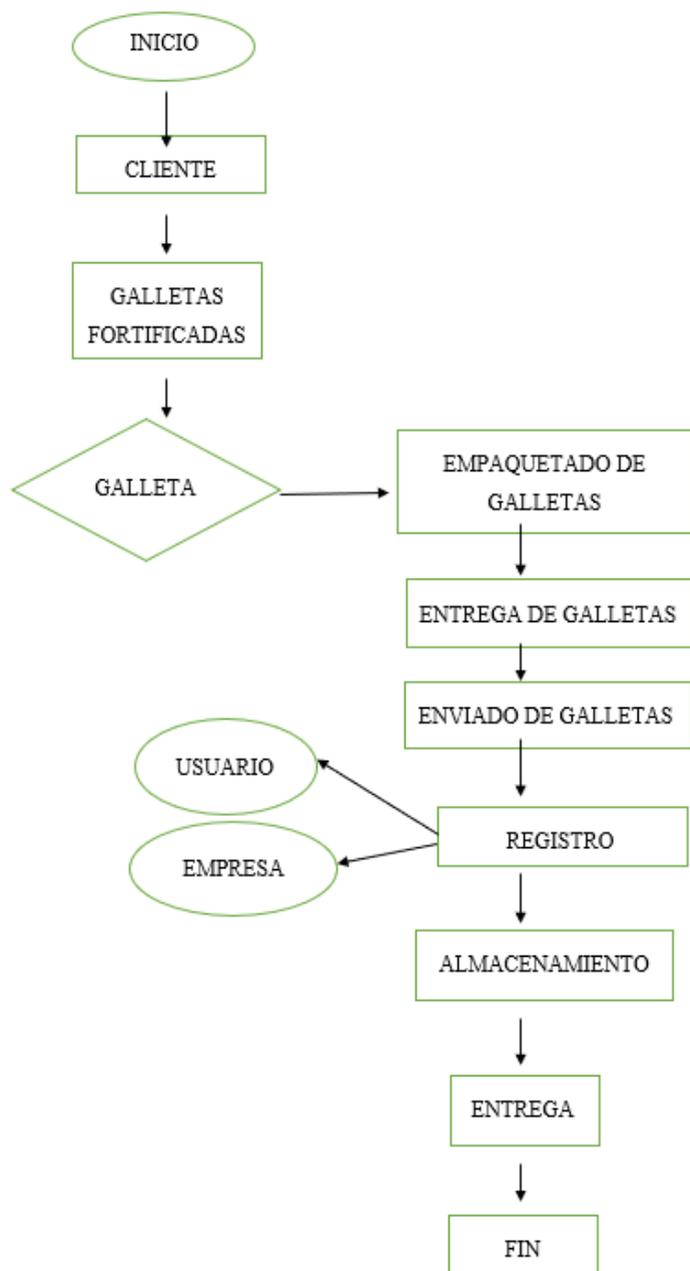


Diagrama de proceso de venta





Capítulo V

Plan de recursos humanos

La investigación, su esencia y arte.

Estrategia de reclutamiento selección y contratación

Desarrollar una buena cultura organizacional

La cultura organizacional será definida por los valores fundamentales del negocio y es importante definir estos valores antes de comenzar ya que ayudará a identificar el tipo de empleado que se necesita. El talento que sea considerado debe ir de la mano con los valores del negocio (Ward, 2011).

Determinar las tareas del puesto

Además de ser una tarea en el proceso de contratación, desarrollar la descripción del trabajo también es una buena forma de identificar a los candidatos ideales. Por ende, se debe prestar atención a las habilidades técnicas necesarias para completar las tareas requeridas. Además, también a las habilidades sociales que deberán poseer los solicitantes. Después de definir correctamente la cultura organizacional, se sabrá cómo determinar la personalidad del candidato deseado (Ward, 2011).

Usa las redes sociales

En la actualidad las redes sociales ocupan una labor muy importante en la sociedad, por ello se debe considerar como una de las herramientas más efectivas para buscar más información sobre los candidatos que se esté considerando y

ver qué tipo de persona se esté contratando. También se utilizará para solicitar recomendaciones a los candidatos. Además, las redes sociales serán un medio excelente para atraer eficazmente la atención de posibles candidatos (Theoharakis et al., 2024).

Los medios de comunicación son muy importantes

Después de considerar el tipo de candidato que se está buscando, se deberá ver la forma más eficaz de transmitir el mensaje. Si las personas que se busca usan más las redes sociales, poner los anuncios en periódicos no funcionará. Se debe considerar de antemano los tipos de personas que se contratará para el trabajo y determinar también qué medios son los mejores para atraer a estos candidatos (Theoharakis et al., 2024).

La investigación, su esencia y arte.

Estrategias de inducción, capacitación y evaluación

- Se organizará una actividad para darle la bienvenida a los nuevos trabajadores entre los empleados y propiciar la ayuda y colaboración para que tenga un buen inicio productivo.
- A los personales nuevos se les ayudará a capacitarse a través de diferentes medios para que estén informados de cómo funciona el negocio de galleta, como con exposiciones y presentando los temas más relevantes del negocio.

- Cada que pase un mes que llevan trabajando los empleados en el negocio de galletas, se realizará seguimientos, ya sea personal o telefónicamente, para poder conocer si se ha cumplido sus expectativas.

Estrategias de motivación y desarrollo personal

- Se incentivará a los trabajadores a superarse, para tal caso se desarrollará actividades que complementen el desarrollo profesional y personal en cursos y talleres referidos al negocio de galletas.
- Los trabajadores en todo su horario de trabajo semanal para que no sean saturados mucho tendrán un día libre y en casos pagos extras.
- Observando el desenvolvimiento de cada trabajador que si está realizando un buen trabajo se le felicitara para que tenga más motivaciones para seguir en el negocio.

Estrategias de remuneraciones y compensaciones

Ciertamente Recursos Humanos es una organización muy fundamental para el éxito ya que por medio de ella se logra alcanzar los objetivos estratégicos de un negocio y de una u otra manera ayudará a mejorar su eficiencia y efectividad, sobre todo cuando se trata de establecer estrategias para que los empleados o trabajadores estén conformes y motivados con el ambiente, y de este modo se estaría logrando cumplir los

objetivos trazados por en el proyecto, sin embargo para ello también es necesario plantear estrategias de remuneraciones y compensaciones (Gushiken et al., 2024).

En este proyecto del negocio de elaboración de galletas a base del berro (*Nasturtium officinale*) se ha considerado necesario las siguientes estrategias en la asignación de remuneraciones y compensaciones:

- Liderar pagando un nivel justo de remuneraciones, logrando de este modo un equilibrio económico entre el negocio y los empleados.
- Satisfacer las necesidades básicas como punto adherido a la compensación, de este modo se cubriría los seguros de vida y coberturas medicas de los empleados.
- Brindar una retribución flexible, lo cual representará una herramienta y ventaja muy significativa para los empleados, de este modo se aumentará el salario sin modificar costos salariales.
- Obsequiar un salario emocional como empresa, otorgando al empleado un reconocimiento además de satisfacer sus necesidades como seguridad u otros beneficios.
- Proponer beneficios que genere una visión futura en el empleado, es decir plantear más cantidad reconocimientos, pagos y salarios con mayores beneficios, esto siempre en cuando se ve el desarrollo y crecimiento.



Capítulo VI



Conclusión

La investigación, su esencia y arte.

En resumen, este proyecto dedicado a la creación de galletas a base de berro (*Nasturtium officinale*) proyecta un futuro donde la mejora continua en la calidad de producción y elaboración juega un papel crucial.

Este enfoque estratégico no solo tiene como meta ampliar su base de consumidores, sino también establecerse como un referente en el mercado. Es comprensible que las preferencias alimenticias varíen entre individuos, lo que implica que esta propuesta no será del agrado universal; sin embargo, el objetivo principal radica en el crecimiento sostenido y la difusión del conocimiento acerca de este innovador proyecto.

La esencia fundamental se centra en promover la salud mediante el consumo de galletas enriquecidas con plantas medicinales (*Nasturtium officinale*). Más allá de la conquista del mercado, se **busca contribuir al bienestar general al fomentar hábitos alimenticios saludables y nutritivos.**

BIBLIOGRAFIA

- Adwan, A. Al, & Altrjman, G. (2024). El papel del marketing en redes sociales y la gestión de marketing en la promoción y desarrollo de una estrategia de sostenibilidad de marca. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 439-452. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.9.011>
- Budovich, L. S. (2019). El marketing experiencial como base de la comunicación moderna con los consumidores. [Experiencia de marketing como base para las comunicaciones modernas con los consumidores]. *Espacios*, 40(6).
- De León, L. J. P., Gonzalez, M., & Laviano, S. L. (2011). *FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRACIÓN -Gestión Logística de Productos Perecederos*. 1-86.
- Espinoza, D. Melvin., & Loaisiga, S. (2017). Seminario de graduación para optar al título de Licenciados en Mercadotecnia. Tema: Mezcla del marketing Subtema: El Precio y sus estrategias de fijación. En *Universidad nacional autónoma nicaragua, managua Facultad de ciencias económicas Departamento de administración de empresas*.
- Gushiken, T. T., Callefi, J. S., e Silva, L. M., Enami, L. M., Guedes, K., & dos Reis, B. L. (2024). REESTRUCTURACIÓN ESTRATÉGICA DEL SECTOR DE RECURSOS HUMANOS EN UNA EMPRESA JUNIOR [REESTRUTURAÇÃO ESTRATÉGICA DA ÁREA DE RECURSOS HUMANOS EM UMA EMPRESA JÚNIOR].

Revista de Gestao Social e Ambiental, 18(2), e04312.
<https://doi.org/10.24857/RGSA.V18N2-013>

Klimovskikh, N., Sekerin, V., Makushkin, S., Kuzmicheva, A., Leontev, M., & Kochetkov, E. (2023). IMPACT OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT ON IMPROVING THE INNOVATION POTENTIAL OF AN ENTERPRISE TO ACHIEVE THE PRINCIPLES OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(1).
<https://doi.org/10.37497/sdgs.v11i1.274>

Kumar, C. N., Mahadik, R. V., Paliwal, S., Sajanapwar, P., Kasar, C. B., & Shingvi, M. T. C. (2024). Aprovechamiento del aprendizaje profundo para la segmentación de clientes: patrones y preferencias revelados. *Revista internacional de sistemas inteligentes y aplicaciones en ingeniería*, 12(14s), 408-417.

López, Y. G. M., Mendoza, M. S. D., Chávez, de la T. M. Y., Campos, F. M., Curo, S. W., & Galindo, R. J. S. (2022). Valoración de los beneficios nutricionales del Berro (*Nasturtium Officinale*) para la anemia en Pampas Tayacaja-Huancavelica. *GnosisWisdom*, 2(2), 06-12.
<https://doi.org/10.54556/gnosiswisdom.v2i2.32>

Padilla, U. M. A. (2013). *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE CIENCIAS ESCUELA DE BIOQUÍMICA Y FARMACIA TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE BIOQUÍMICO FARMACEÚTICO PRESENTADO POR.*

Restituyo, M. L. M., & Espinosa, R. C. X. (2015). Las sociedades de responsabilidad limitada y sus deberes

tributarios y sociales. *Informe monográfico*.
<https://repositorio.unphu.edu.do/handle/123456789/1208>

Sánchez, I. Pavía. (2021). *Organización empresarial y de recursos humanos. ADGG0408 - Google Libros*. IC Editorial.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WIBJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT33&dq=Organigrama+Empresarial&ots=sylcJz8ksj&sig=MQj3NwQC5eLYPd1s9Zqc-UrR9jw#v=onepage&q=Organigrama%20Empresarial&f=alse>

Theoharakis, V., Zheng, Y., & Zhang, L. (2024). Planificación de marketing estratégico dinámico: la paradoja de reconfigurar e implementar simultáneamente la planificación de marketing estratégico. *Journal of Business Research*, 174, 114525.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114525>

Valle, B. J. Susana., Veloz, V. J. Roberto., & Jiménez, Z. J. D. (2021, octubre 31). *La gestión administrativa y financiera y su influencia en el desarrollo empresarial*. Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria). ISSN: 2588-090X. Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP).
<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/480/8>

Ward, J. L. (2011). Cómo los valores y la visión familiares impulsan la estrategia y la continuidad empresarial [Cómo los valores y la visión de las familias dirigen la estrategia y la continuidad de la empresa]. *Universia Business Review*, 32, 26-38.

ANEXOS

Figura 1

Hoja de Nasturtium officinale



Nota. Berros (*Nasturtium officinale*) recogidos del río.
(Elaboración propia, 2024).

Figura 2

Nasturtium officinale desinfectado



Nota. Berros (*Nasturtium officinale*) recogidos del río.
(Elaboración propia, 2024).

Figura 3

Masa Nasturtium officinale



Nota. Masa preparada para las galletas de berros (*Nasturtium officinale*). (Elaboración propia, 2024).

Figura 4

Model de Nasturtium officinale



Nota. Galletas elaboradas con berros (*Nasturtium officinale*). (Elaboración propia, 2024).

Figura 5

Nasturtium officinale listo para el consumo



Nota. Galletas de berros (*Nasturtium officinale*) listas y embolsadas. (Elaboración propia, 2024).

Figura 5

Nasturtium officinale distribuido



Nota. Galletas de berros (*Nasturtium officinale*) distribuidas a niños y mujeres embarazadas. (Elaboración propia, 2024).