

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIAS FÍSICAS Y FORMALES

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL



“PROYECTO DE INVERSION Y PUESTA EN MARCHA DE LA IMPLEMENTACION DE UNA MINIGRANJA EDUCATIVA EN LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2015”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

PRESENTADO POR EL BACHILLER:
ENRIQUE ALEJANDRO CHAVEZ FARFAN

Arequipa - Perú

2016

DEDICATORIA

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificios en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida.

A la Universidad Católica de Santa María por la formación profesional a lo largos de estos años.

INTRODUCCION

Arequipa en la actualidad es una ciudad con altos niveles de degradación ambiental por lo que es indispensable promover una cultura ecologista, iniciando con niños a temprana edad en instituciones educativas, buscando cambios sustantivos en las actitudes, hábitos y costumbres. Sabemos que el cambio tiene que ser progresivo y comenzar a generar conciencia primero en los niños y a través de estos en las familias, podremos llegar a un cambio paulatino en la sociedad.

A través de los capítulos de este proyecto de investigación se ha definido el servicio a brindar al mercado Arequipeño, luego de haber realizado el estudio de mercado para determinar factores como oferta y demanda; se realizó el estudio técnico para de esta manera definir el tamaño de la empresa considerando el espacio requerido para ofrecer el servicio propuesto e incluir áreas de esparcimiento. Se determinó la propuesta para el plan de marketing lo que permitió llegar al mercado objetivo, de esta manera determinar la proyección de la demanda del servicio de Minigranja la cual fue determinante para la elaboración del plan financiero, el cual incluye datos relevantes como lo son la inversión, utilidad, indicadores de rentabilidad entre otros.

RESUMEN

A través de los análisis realizados en esta investigación, se determina que la implementación de una Minigranja en el mercado arequipeño es factible y viable.

La demanda actual del servicio de Minigranja que se brinda en Arequipa es de 16,000 personas anualmente, se pronostica atender a 9,996 personas el primer año a través de nuestros diversos servicios. Las características del mercado son favorables al negocio que se plantea debido al crecimiento del PBI, gasto en esparcimiento de los Arequipeños y un aumento de las inversiones en la región Arequipa. Existen competidores directos e indirectos identificados con servicios similares, la competencia directa cuenta con desventajas por tratarse de un negocio móvil y no tener un espacio físico en la Ciudad de Arequipa. La competencia indirecta la incluyen Parques Zoológicos y recreacionales donde se puede divisar o tener algún contacto con especies de animales, ambas opciones tienen carencias de diversa índole y no satisface a los consumidores Arequipeños. Por lo que se concluye que existe un mercado desatendido.

Se identificaron los equipos y maquinarias necesaria, así como la infraestructura acorde, la que asciende a S/. 76,874.19, teniendo como localización óptima que se encontraría dentro de los requisitos sería en el distrito de Cerro Colorado, y se alquilaría el local por el periodo de 5 años, adicionalmente se necesita de 4 personas para operar la Minigranja incluyendo al Propietario que hará las veces de Gerente de marketing y Finanzas.

Se ha visto por conveniente una estrategia de precios basada en la competencia y una publicidad intensiva como medio de introducción al mercado, usando canales de venta directos e indirectos. Además de los servicios básicos, se ofrecerán servicios complementarios, diversificando el público objetivo y permitiendo defendernos de la estacionalidad de este tipo de negocios por estar enfocado mayormente a niños en edad pre escolar y escolar.

Dentro del análisis financiero realizado indica que se tendrían resultados bastante positivos. El valor actual neto económico (VAN), asciende a S/. 136,408.37, lo que indica que el negocio es rentable, en cuanto a la tasa interna de retorno económico (TIR), 49.11% que se comparó con la tasa de rendimiento más alta que el mercado ofrece en proyectos de inversión (15%), así mismo los indicadores financieros VAN y TIR son positivos lo que determina la rentabilidad del proyecto.



ABSTRACT

Through the analyzes performed in this investigation, it is determined that the implementation of a “Mini-Farm” in the Arequipenian market is feasible and viable.

The current demand service that provides Mini-Farm in Arequipa is 16,000 people each year, is forecast to 9,996 people attend the first year through our different services. Market characteristics are favorable to business that arises due to the growth of GDP, spending on recreation of Arequipenian people and increased investments in the Arequipa region. There are direct and indirect competitors identified with similar services, direct competition has disadvantages because it is a mobile business and not having a physical space in the city of Arequipa. Indirect competition include Zoos and the Recreational parks where you can see or have any contact with animal species, both options have deficiencies of different kinds and does not satisfy the Arequipenian consumers. So it is concluded that there is a neglected market.

The equipment and machinery needed were identified, as well as infrastructure chord, which amounts to S / . 76,874.19, with the optimal location would be found within the requirements would be in the district of Cerro Colorado, and the local would be rented for a period of 5 years additionally it needs 4 people to operate the Mini-Farm including the owner who will act as Manager marketing and Finance.

It has seen fit a pricing strategy based on competition and intensive advertising as a means of introduction to the market using direct and indirect channel sales. In addition to basic services, different services will be offered, diversifying the target audience and allowing defend the seasonality of this business to be focused mostly children of school and preschool age, within the financial analysis performed indicates that quite positive results. The economic net present value (NPV) amounts to S / . 136,408.37, indicating that the business is profitable, in terms of the economic internal rate of return (IRR) 49.11% which was compared to the higher rate of return than the market offers investment projects (15%) and same financial indicators are positive NPV and IRR which determines the profitability of the project.

INDICE GENERAL

1. CAPITULO I PLANTEAMIENTO TEORICO.....	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	1
1.1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.3. DELIMITACIONES	3
1.1.3.1. Delimitación temporal	3
1.1.3.2. Delimitación espacial.....	3
1.1.3.3. Delimitación temática	3
1.1.4. ANTECEDENTES.....	3
1.1.5. Tipo del Problema de Investigación.....	5
1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.2.1. RELEVANCIA PERSONAL.....	5
1.2.2. JUSTIFICACIÓN SOCIAL	5
1.2.3. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA	5
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
1.4. HIPOTESIS	6
1.5. METODOLOGÍA.....	7
1.5.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	7
1.5.1.1. Focus Group.....	7
1.5.1.2. Entrevista A Expertos	9
1.5.1.3. Encuesta	9
1.6. VIABILIDAD.....	10
1.6.1. Viabilidad comercial.....	10
1.6.2. Viabilidad técnica.....	10
1.6.3. Viabilidad legal y organizacional.....	10
1.6.4. Viabilidad Económico-financiera	11
1.6.5. Viabilidad Ambiental	11
2. CAPITULO II MARCO TEORICO	12
2.1. Factible	12
2.2. Viable.....	12
2.3. Competitividad	12
2.4. Rentabilidad.....	12
2.5. Estrategia	12

within the financial analysis performed indicates that quite positive results. The economic net present value (NPV) amounts to S /. 136,408.37, indicating that the business is profitable, in terms of the economic internal rate of return (IRR) 49.11% which was compared to the higher rate of return than the market offers investment projects (15%) and same financial indicators are positive NPV and IRR which determines the profitability of the project.

2.6.	Minigranja	13
2.7.	Ecología.....	13
2.8.	Educación para el desarrollo sostenible.....	13
2.9.	Actividades pedagógicas	13
2.10.	Proyecto de Inversión	13
2.11.	El negocio	13
2.12.	El marketing.....	14
2.13.	Las finanzas	14
2.14.	Historia de las Minigranjas	14
2.15.	Educación Ambiental.....	15
2.16.	El Juego como elemento principal en el aprendizaje.....	16
2.17.	Modelo de Negocio de Granjas Educativas en países del extranjero	16
2.18.	Minigranjas en el Perú.	17
3.	CAPITULO III DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	19
3.1.	PRODUCTO.....	19
3.1.1.	DESCRIPCIÓN.....	19
3.1.2.	HISTORIA	19
3.1.3.	EL PRODUCTO EN EL MERCADO ACTUAL	20
3.1.4.	VARIEDADES	21
3.1.5.	PRESENTACIONES	21
3.1.6.	PRECIO.....	22
3.2.	SERVICIO.....	22
3.3.	VALOR DISTINTIVO.....	23
4.	CAPITULO IV ESTUDIO DE MERCADO	24
4.1.	ANÁLISIS PESTE	24
4.1.1.	Análisis Político	24
4.1.2.	Análisis Económico.....	27
4.1.3.	Análisis Social.....	31
4.1.4.	Análisis Tecnológico.....	33
4.1.5.	Análisis Ecológico.....	33

4.2.	ANÁLISIS PORTER.....	34
4.2.1.	Poder de negociación de los proveedores	35
4.2.2.	Rivalidad del mercado.....	35
4.2.3.	Nuevos competidores	36
4.2.4.	Productos sustitutos.....	36
4.2.5.	Poder de negociación de los clientes.....	36
4.3.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	37
4.3.1.	Mercado objetivo.....	37
4.3.2.	Focus Group adultos.....	38
4.3.3.	Focus Group Niños.....	40
4.3.4.	Entrevista a expertos	42
4.3.5.	Encuesta.	51
4.3.5.5.	Datos y Proyección	54
4.4.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	56
4.4.1.	Competencia directa.....	56
4.4.1.1.	Minigranja Móvil BB.....	56
4.4.2.	Competencia indirecta.....	57
4.4.2.1.	Zoomundo Arequipa.	57
4.4.2.2.	Parque Selva Alegre.....	57
4.4.3.	Matriz de perfil competitivo.....	58
4.5.	ANÁLISIS OFERTA – DEMANDA	61
5.	CAPÍTULO V ESTUDIO LEGAL	62
5.1.	TIPO DE PERSONERÍA	62
5.2.	INSCRIPCIÓN EN LA SUNARP.....	64
5.3.	AFECCIÓN TRIBUTARIA	65
5.3.1.	Solicitud de RUC en SUNAT	66
5.3.2.	Legalización de libros contables	68
5.4.	LEY LABORAL MYPES	69
5.5.	LICENCIAS Y PERMISOS	72
5.5.1.	Licencia de funcionamiento	72
5.5.2.	Licencia de avisos publicitarios	73
5.6.	REGISTRO DE MARCA.....	74
5.7.	NORMAS COMPETENTES	75
5.8.	PERSONA JURICA DE LA EMPRESA.....	75
6.	CAPÍTULO VI ESTUDIO TÉCNICO	77
6.1.	TAMAÑO.....	77
6.1.1.	Tamaño del local.	77

6.1.2.	Relación Tamaño – Mercado	77
6.1.3.	Relación Tamaño – Requerimientos	78
6.1.4.	Tamaño máximo del local	79
6.1.5.	Tamaño mínimo del local.....	79
6.2.	LOCALIZACIÓN	79
6.2.1.	Macro localización	79
6.2.2.	Micro localización.....	80
6.2.3.	Aspectos de Decisión	80
6.2.4.	Método de Ranking de Factores.....	81
6.2.5.	Método cuantitativo Brown y Gibson	83
6.3.	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	86
6.4.	INFRAESTRUCTURA	88
6.5.	MAQUINARIA, MUEBLES, EQUIPOS	94
6.6.	INSUMOS	101
6.7.	PROCESO PRODUCTIVO	103
7.	CAPITULO VII ESTUDIO DE LA ORGANIZACION	106
7.1.	OBJETIVOS.....	106
7.1.1.	Misión.....	106
7.1.2.	Visión	106
7.1.3.	Valores	106
7.2.	ORGANIGRAMA.....	107
7.3.	PUESTOS Y FUNCIONES.....	107
7.3.1.	PERFILES DE PUESTO	108
7.3.2.	MANUAL DE FUNCIONES.....	108
8.	CAPITULO VIII PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING	109
8.1.	OBJETIVOS DE MARKETING.....	109
8.1.1.	Objetivo general	109
8.1.2.	Objetivos específicos.....	109
8.2.	POSICIONAMIENTO	109
8.3.	PRODUCTO.....	109
8.3.1.	Producto básico.	109
8.3.2.	Producto real	110
8.3.3.	Producto aumentado.....	110
8.3.4.	Mix de productos.....	110
8.3.4.1.	Paquete escolar.....	110
8.3.4.2.	Circuito niño y adulto	111
8.3.4.3.	Fiesta infantil	111

8.3.4.4.	Talleres niño y adulto.....	112
8.3.4.5.	Vacaciones útiles.	112
8.3.5.	Marca.....	113
8.4.	PRECIO.....	114
8.5.	PLAZA	115
8.5.1.	Estructura de los canales actuales	115
8.5.2.	Ventajas y desventajas de canales de venta directos.....	116
8.5.3.	Selección de los canales de comercialización	116
8.6.	PROMOCIÓN.	117
8.6.1.	Introducción	118
8.6.2.	Crecimiento y madurez	119
8.6.3.	Declive	120
8.6.4.	Presupuesto de marketing.....	121
9.	CAPITULO IX PLAN FINANCIERO	123
9.1.	PLAN DE TALENTO HUMANO.....	123
9.2.	DEPRECIACION.....	125
9.3.	PLAN DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO	127
9.4.	PLAN DE PRODUCCIÓN	130
9.5.	PLAN DE VENTAS.....	132
9.6.	FLUJO DE CAJA.....	134
9.6.1.	Escenario Optimista	136
9.6.2.	Escenario Pesimista 1.....	138
9.6.3.	Escenario Pesimista II	140
9.7.	ANALISIS DE RENTABILIDAD	142
9.7.1.	Análisis escenario Base	142
9.7.2.	Análisis escenario optimista.....	143
9.7.3.	Análisis escenario pesimista 1.....	143
9.7.4.	Análisis escenario pesimista 2.....	144
9.8.	ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	144
9.9.	RIESGOS.....	147
10.	CONCLUSIONES	149
	RECOMENDACIONES	151
	BIBLIOGRAFÍA.....	152
	ANEXOS.....	158

INDICE DE TABLAS

Tabla N°01. Gastos promedio mensuales del hogar por NSE según categoría, Arequipa 2013.....	29
Tabla N°02 Resumen de las fuerzas competitivas de Porter.....	37
Tabla N°03 Matriz Perfil Competitivo - MPC.....	59
Tabla N°04 Ventajas y desventajas según tipo de Personería.....	62
Tabla N°05 Tipos de Personería	63
Tabla N°06 Pasos y costos para el registro de Persona Jurídica	64
Tabla N°07 Tipos de regímenes tributarios.....	65
Tabla N° 08 Requisitos de inscripción personas.....	66
Tabla N° 09 Requisitos generales para la inscripción de personas jurídicas	67
Tabla N° 10 Características de las MYPE	70
Tabla N° 11 Comparación entre el Régimen General y el Régimen Especial.....	71
Tabla N° 12 Pasos y costos para la autorización de Licencia de Funcionamiento	72
Tabla N° 13 Pasos y costos para la autorización de Licencia de Avisos Publicitarios.....	73
Tabla N° 14 Pasos y costos para el registro de la marca en Indecopi.....	74
Tabla N° 15 Inversión en formalización del negocio.....	76
Tabla N° 16 Requerimientos en metros por cada animal de granja.....	78
Tabla N° 17 Medidas de las Áreas de la Minigranja.....	78
Tabla N° 18 Ubicaciones disponibles	81
Tabla N°19 Ponderación de las ubicaciones disponibles	82
Tabla N° 27– Distribución de ambientes Minigranja.....	88
Tabla N° 28 – Costo Cerco Perimétrico.....	89
Tabla N° 29 – Costo Boletería – Oficina Principal.....	89
Tabla N° 30 – Costo Vivero.....	89
Tabla N° 31 – Costo Corral para Cuyes y Conejos.....	90
Tabla N° 32 – Costo Corral para Alpaca y llama.....	90
Tabla N° 33– Costo Corral para Chanchos y Lechones.....	90
Tabla N° 34 – Costo Corral para Vaca y Ternero	91
Tabla N° 35 – Costo Corral para Ovejas.....	91
Tabla N° 36 – Costo Área de Juegos	91
Tabla N° 37 – Costo Comedor	92
Tabla N° 38 – Costo Gallinero.....	92
Tabla N° 39 – Costo Corral Gansos y Patos	92
Tabla N° 40 – Costo Pileta.....	92
Tabla N° 41 – Costo Almacén	93

Tabla N° 42 – Costo Áreas comunes	93
Tabla N° 43 – Costo Servicios Higiénicos.....	93
Tabla N° 44 – Resumen de costo total de Infraestructura de Minigranja	94
Tabla N°45 – Maquinaria, equipos muebles y herramientas por ambiente	95
Tabla N°46 – Costo de Equipos Boletería – Oficina Principal.....	95
Tabla N°47 – Costo de Equipos Vivero	96
Tabla N°48 – Costo de Equipos Corral para Conejos y Cuyes.....	96
Tabla N°49 – Costo de Equipos Corral para llama y alpaca.....	96
Tabla N°50 – Costo de Equipos Corral para Chanchos y Lechones.....	97
Tabla N°51 – Costo de Equipos Corral para Vaca y Ternero	97
Tabla N°52 – Costo de Equipos Corral para ovejas.....	97
Tabla N°53 – Costo de Equipos para Gallinero	98
Tabla N°54 – Costo de Equipos para Corral de Gansos y Patos.....	98
Tabla N°55 – Costo de Equipos para Área de Juegos.....	98
Tabla N°56 – Costo de Equipos para Comedor	99
Tabla N°57 – Costo de Equipos para Servicios Higiénicos.....	99
Tabla N°58 – Costo de Equipos para Almacén.....	99
Tabla N°59 – Costo de Áreas comunes.....	100
Tabla N° 60 – Resumen de costo total de Maquinaria, equipos, muebles de Minigranja. 100	
Tabla N° 61 – Resumen de costo diario de alimentación de animales de Minigranja.....	101
Tabla N° 62 – Resumen de costo mensual de insumos generales Minigranja	102
Tabla N°63 – Resumen de costo anual de insumos generales Minigranja.....	102
Tabla N°64. Presupuesto de marketing etapa de introducción.....	121
Tabla N°65. Presupuesto de marketing etapa de Crecimiento- madurez	122
Tabla N° 66. PLAN DE TALENTO HUMANO	124
Tabla N° 67. Depreciación Infraestructura	125
Tabla N° 68. Depreciación Inmuebles	126
Tabla N°69. Depreciación Equipos de procesamiento de datos.....	126
Tabla N°70. Inversión	127
Tabla N°71. Capital de trabajo.....	127
Tabla N°72. Total requerido.....	127
Tabla N°73. Fuentes de financiamiento	128
Tabla N°74. Crédito	128
Tabla N° 75 Financiamiento	129
Tabla N° 76. Gastos de Mercadotecnia.....	130
Tabla N°77 Costos y Gastos Fijos – Insumos – Suministros.....	131
Tabla N°78. Proyección de Ventas Unidades	133

Tabla N°79. Proyección de Ventas Monetarias	133
Tabla N° 80. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO.....	135
Tabla N° 81. ESCENARIO OPTIMISTA	137
Tabla N° 82. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO – ESCENARIO PESIMISTA I	139
Tabla N° 83. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO – ESCENARIO PESIMISTA II.....	141
Tabla N° 84 VANE ACTUAL	142
Tabla N°85. COSTO FIJO ANUAL PRORRATEADO.....	145
Tabla N°86. PUNTO DE EQUILIBRIO	146
Tabla N° 87. PUNTO DE EQUILIBRIO VS VENTAS ESPERADAS	146
Tabla N° 88. VALORACION DE RIESGOS	148
Tabla A 1.1. Proyecciones económicas del Perú 2015-2017	162
Tabla A 1.2. Indicadores económicos Arequipa	162
Tabla A 5.1. Población estimada al 2014 en Arequipa	170
Tabla A 8.1. ¿Cuántas veces a la semana creen que un niño de 1 a 12 años realiza alguna actividad al aire libre?	178
Tabla A 8.2. ¿Qué tipo de actividad realiza? ¿A qué lugares acude para realizar dichas actividades?	180
Tabla A 8.3. ¿Qué atributos considera Ud. al momento de elegir el lugar donde el niño realizará la actividad?.....	181
Tabla A 8.4. ¿Considera que las nuevas generaciones de niños están más evocados a actividades donde se incluya aparatos electrónicos para pasar su tiempo libre? ¿Cree que esto es beneficioso para el niño?	183
Tabla A 8.5. ¿Ustedes creen que los niños son menos impresionables a causa de que están todo el tiempo conectados por algún aparato electrónico?	185
Tabla A 8.6. ¿Considera importante que un niño forme una cultura ecologista desde pequeño? ¿Por qué?.....	186
Tabla A 8.7. ¿El niño tiene contacto con animales que no sean sus mascotas? ¿Cuáles son esos lugares?.....	188
Tabla A 8.8. ¿Conoce las ventajas que produce en el niño el contacto con animales?.....	190
Tabla A 8.9. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja?.....	191
Tabla A 8.10. ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?.....	192
Tabla A 8.11. Ya que todos saben ahora cuál es el concepto de Minigranja, ¿Cuál es su opinión sobre esta idea de negocio?	193
Tabla A 8.12. ¿Qué característica de la Minigranja le pareció más atractiva?	194
Tabla A 8.13. ¿Asistiría con sus hijos o llevaría a niños de su familia a la Minigranja?..	195
Tabla A 8.14. ¿Qué les parecen los servicios ofrecidos?	196
Tabla A 8.15. ¿Qué nombre le pondría a la Minigranja?	197
Tabla A 8.16. ¿Cuánto creen que debería costar la entrada que incluye todo los servicios descritos por niño y por adulto?	198

Tabla A 8.17. ¿Cada cuánto tiempo llevaría a sus hijos o niños de su familia a la Minigranja?	199
Tabla A 8.18. ¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?	200
Tabla A 8.19. ¿Qué le parece que esté ubicada en el distrito de Cerro Colorado?	201
Tabla A 8.20. ¿Qué servicios agregaría a la visita?	202
Tabla A 8.21. ¿Cuánto cree que debe durar la visita?	204
Tabla A 8.22. ¿Mediante qué medios de comunicación cree que se debería promocionar este tipo de servicio?	205
Tabla A 10.1. ¿Cuántas veces a la semana ustedes realizan una actividad al aire libre?..	211
Tabla A 10.2. ¿Qué tipo de actividades realizan y a qué lugares van para hacerlas?	212
Tabla A 10.3. ¿Cuáles son sus lugares favoritos, aquellos a los que les gusta ir seguido?213	
Tabla A 10.4. ¿Qué cosas o características les atrae de los esos lugares a los que van? ..	214
Tabla A 10.5. ¿Cuánto tiempo al día pasan utilizando un aparato electrónico o mirando televisión?.....	215
Tabla A 10.6. ¿Ustedes prefieren usar aparatos electrónicos o ir de paseo?.....	216
Tabla A 10.7. ¿Asisten con sus padres a lugares donde tienen contacto con animales que no sean sus mascotas?	217
Tabla A 10.8. ¿En sus colegios los llevan a paseos al aire libre? ¿Cuántas veces al año los llevan?	218
Tabla A 10.9. ¿A qué lugares los han llevado en dichos paseos? ¿En estos paseos tienen contacto con animales?.....	219
Tabla A 10.10. ¿Les gusta tener contacto con animalitos? ¿Con qué animalitos?	220
Tabla A 10.11. ¿Creen que es beneficioso tener contacto con animalitos?	221
Tabla A 10.12. ¿Alguno de ustedes es alérgico a algún animalito?.....	222
Tabla A 10.13. ¿Es importante cuidar el medio ambiente y los seres vivos? ¿Por qué? ..	223
Tabla A 10.14. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja? ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?	224
Tabla A 10.15. ¿Qué les parece este lugar?	225
Tabla A 10.16. ¿Qué les llamó más la atención de la descripción que di de la Minigranja?	226
Tabla A 10.17. ¿Les gustaría ir? ¿Por qué?.....	227
Tabla A 10.18. ¿Les gustaría que en su colegio los lleven de paseo a la Minigranja?	228
Tabla A 10.19. ¿Qué animales les gustaría que tenga la Minigranja?	229
Tabla A 10.20. ¿Cada cuánto tiempo les gustaría ir a la Minigranja?	230
Tabla A 10.21. ¿Qué animales les gustaría que tenga la Minigranja?	231
Tabla A 10.22. ¿Qué otras atracciones o cosas agregarían a la Minigranja?	232
Tabla A 10.23. ¿Cuánto tiempo tendría que durar el circuito guiado?	233
Tabla A 12.1. Resultados de la Entrevista a la Licenciada de Educación Primaria y Terapeuta Mary Hernani	237

Tabla A 14.1. Resultados de la Entrevista a la Psicóloga educativa especializada en niños Karim Mena.....	242
Tabla A 16.1. Resultados de la Entrevista al Médico Veterinario Zootecnista Brenda Ayres Diaz	247
Tabla A 19.1. Resultados de la Entrevista al Gerente y Propietario de la Minigranja Móvil Tres Marías Oscar Castillo Mejía.....	252
Tabla A 20.1. Edad.....	258
Tabla A 20.2. Distrito.....	259
Tabla A 20.3. Sexo.....	260
Tabla A 20.4. Encuestados con hijos de 1-12 años de edad.....	260
Tabla A 20.5. Edad promedio de los hijos de los encuestados	261
Tabla A 20.6. Tipo de actividad que realiza el niño	262
Tabla A 20.7. Asistencias a paseos al aire libre	263
Tabla A 20.8. Frecuencia de los paseos realizados por las instituciones educativas	264
Tabla A 20.9. Orden de preferencia de los paseos	265
Tabla A 20.10. Importancia de los atributos para la elección de un lugar de dispersión..	266
Tabla A 20.11. Posibilidades de visitar la Minigranja	267
Tabla A 20.12. Razones por las que los encuestados no asistirían	268
Tabla A 20.13. Precio promedio de la entrada.....	269
Tabla A 20.14. Orden de prioridad de los atributos de la Minigranja.....	270
Tabla A 20.15. Grado de aceptación de la ubicación de la Minigranja	271
Tabla N° 89 - Perfil del puesto De Funciones Administrador	273
Tabla N° 90 – Perfil del puesto De Funciones Recepcionista	274
Tabla N° - 91 - Perfil del puesto De Funciones Guía de Recorrido.....	275
Tabla N° 92 - Perfil del puesto De Funciones Cuartelero.....	276

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 01 – Porcentaje de ventas por Servicio.....	132
Grafico A 2.1. Evolución del PBI de Arequipa al 2013.....	164
Gráfica A 3.1. Estructura de la población en el Perú a julio del 2025 y julio del 2050	166
Grafico A 4.1. Niveles Socio económicos en Arequipa.....	168
Gráfico A 20.1. Edad.....	258
Gráfico A 20.2. Distrito.....	259
Gráfico A 20.3. Sexo.....	260
Gráfico A 20.4. Encuestados con hijos de 1-12 años de edad	261
Gráfico A 20. 5. Edad promedio de los hijos de los encuestados	262
Gráfico A 20. 6. Tipo de actividad que realiza el niño	263
Gráfico A 20.7. Asistencias a paseos al aire libre.....	264
Gráfico A 20.8. Frecuencia de los paseos realizados por las instituciones educativas	265
Gráfico A 20. 9. Orden de preferencia de los paseos.....	266
Gráfico A 20.10. Importancia de los atributos para la elección de un lugar de dispersión.....	267
Gráfico A 20.11. Posibilidades de visitar la Minigranja.....	268
Gráfico A 20.13. Precio promedio de la entrada.....	269
Gráfico A 20. 14. Orden de prioridad de los atributos de la Minigranja	270
Gráfico A 20. 15. Grado de aceptación de la ubicación de la Minigranja	271

INDICE DE FIGURAS

Figura N°1 El currículo y la relación con la educación ambiental.....	26
Figura N° 2 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	35
Figura N°3 Proceso productivo de un cliente corporativo	104
Figura N°4 Proceso productivo de un cliente regular	105
Figura N°5 – Propuesta 1 Logo Minigranja	113
Figura N°6 – Propuesta 2 Logo Minigranja	114
Figura N°7 - Canales de distribución de la competencia.	115
Figura N°8 - Canales de distribución de la competencia.	117



INDICE DE ESQUEMAS

Esquema N° 1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	87
Esquema N° 2 ORGANIGRAMA PROPUESTO	107



INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Propuesta de la Competencia que permitió el surgimiento de la Idea.....	159
Anexo 2: Indicadores económicos	161
Anexo 3: evolución del PBI de Arequipa al 2013.....	163
Anexo 4: Estimaciones y Proyecciones de Población 1950-2050 Boletín de Análisis Demográfico.....	165
Anexo 5: Niveles Socio- económicos en Arequipa.....	167
Anexo 6: Población estimada de la infancia, adolescencia por sexo, según departamentos en Perú al 2014.....	169
Anexo 7: Cálculo de la población y muestra de la encuesta.	171
Anexo 8: Focus Group a Padres de familia y Profesores.....	173
Anexo 9. Resultados del Focus Group adultos	177
Anexo 10: Focus Group a niños.....	206
Anexo 11: Resultados del Focus Group niños	210
Anexo 12: Modelo de Entrevista a Profesora Mary Ann Hernani, Profesora de Inicial que desarrolla un proyecto de Biohuerto en la Institución Educativa Futura School	234
Anexo 13: Resultados Entrevista a Profesora Mary Ann Hernani.....	236
Anexo 14: Modelo de Entrevista a Psicóloga especializada en niños Karim Mena	239
Anexo 15: Resultados Entrevista a Psicóloga especializada en niños Karim Mena	241
Anexo 16: Modelo de Entrevista a Médico Veterinario Brenda Ayres Diaz.....	244
Anexo 17: Resultados Entrevista a Médico Veterinario Brenda Ayres Diaz	246
Anexo 18: Modelo de Entrevista a Gerente/ Propietario de la Minigranja Móvil	249
Anexo 19: Resultados Entrevista a Gerente/ Propietario de la Minigranja Móvil.....	251
Anexo 20: Modelo de Encuesta	254
Anexo 21: Resultados de la Encuesta	257
Anexo 22 Perfil de puestos.....	272
Anexo 23 Manual De Funciones.....	277
Anexo 24 Descripción de los Servicios Propuestos	282

1. CAPITULO I PLANTEAMIENTO TEORICO

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1.1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe un crecimiento considerable de la tendencia ecologista, lo que sumado a la importancia de la enseñanza en los primeros años educativos, nos lleva a la necesidad de educar por medio de la experiencia, específicamente en el aspecto ambiental.

Las Minigranja son proyectos educativos enfocados a los niños y la familia, en los que se ofrece variadas alternativas de entretenimiento basadas en el aprendizaje mediante la sociabilización con el medio ambiente, tanto con la vida animal como con la naturaleza.

Por medio de la exhibición de animales y también especies agrícolas, además de talleres y actividades conjuntas se busca concientizar, difundir, profundizar conocimientos que ayuden a los niños a vincularse con la naturaleza. Las Minigranja generan actividades pedagógicas, didácticas y recreativas sumamente enriquecedoras para los niños tanto en el aspecto psicológico, social, intelectual, entre otros.

En la ciudad de Arequipa solo se conoce una empresa que realiza el servicio, e incluso no cumple con todas las características del mismo, por ser una minigranja Móvil, ósea en un vehículo transportan los animales hasta el centro educativo (anexo 1), y la propuesta es ser una minigranja con local, donde no solo tenga acceso los escolares, sino que este abierta al público en general.

Por las razones antes expuestas se decidió realizar el presente estudio de la implementación de una Minigranja en la ciudad de Arequipa de forma tal, que pueda satisfacer las necesidades del segmento seleccionado.

1.1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día Arequipa es una ciudad con altos niveles de degradación ambiental por lo que es indispensable promover una cultura ecologista, iniciando con niños a temprana edad en instituciones educativas, buscando cambios sustantivos en las actitudes, hábitos y costumbres.

Sabemos que el cambio tiene que ser progresivo y comenzar a generar conciencia primero en los niños y a través de estos en las familias, podremos llegar a un cambio paulatino en la sociedad.

El Gobierno Regional conjunto con la UCSM en y la Dirección Regional de Arequipa desarrollaron un Plan de Educación Ambiental Regional, con la finalidad de desarrollar acciones conjuntas y de cooperación mutua con diferentes actores que fortalezcan la educación ambiental y la cultura de prevención que requiere nuestra región.

Según este Plan la dificultad de impartir la educación ambiental está en la generación de conciencia ambiental en la sociedad, es una dura tarea impartir bases para un cambio de comportamiento individual.

El modelo de negocios de Minigranja en otras ciudades del país se ha posicionado bajo la premisa de “granja interactiva”, es decir un espacio donde las personas que asistan puedan entrar en contacto con su entorno ambiental y así generar conciencia. Estos modelos de negocios se han orientado a un segmento educativo (nidos y colegios), ya que al ofrecer actividades recreacionales pueden ofrecer a estas instituciones una complementación en sus actividades educativas.

Por ello el presente estudio ha identificado el problema como “oferta limitada de Minigranja en la ciudad de Arequipa”, por lo que la propuesta busca abordar el problema ofreciendo una alternativa de servicios en este nuevo rubro.

Como punto de partida al problema tenemos un segmento desatendido y la problemática ambiental en la ciudad de escasa conciencia de preocupación por su entorno ecológico, se realiza esta investigación para desarrollar el proyecto propuesto, teniendo en cuenta la importancia de la sensibilización por la naturaleza en los niños y el considerable crecimiento del mercado arequipeño.

1.1.3. DELIMITACIONES

1.1.3.1. Delimitación temporal

El presente proyecto se va a desarrollar en el año 2016.

1.1.3.2. Delimitación espacial

Se va a desarrollar en la Provincia Arequipa, Departamento de Arequipa.

1.1.3.3. Delimitación temática

- Área : Proyecto de Inversión
- Campo : Puesta en marcha

1.1.4. ANTECEDENTES

En el contexto de los países Latinoamericanos, la toma de decisiones en las producciones agropecuarias se caracteriza por estar dirigida mediante la experiencia de sus actores, la falta de conocimiento y de un enfoque sostenible en lo económico y ecológico, estas características afectan a largo plazo la garantía de la sostenibilidad. Según el estudio realizada por el X Congreso Colombiano de Sistemas, la Minigranja surge en la búsqueda de aportes a la situación problemática de falta de desarrollo

sostenible de la producción agrícola a largo plazo, permitiendo el aprendizaje de su dinámica productiva y la realización de inferencias productivas que apoyen la toma de decisiones.

En la actualidad en Arequipa, las Minigranjas interactivas y recreacionales son materia nueva, existe en la ciudad solo una empresa o negocios que ofrece un servicio similar con una Minigranja móvil de animales bebé y especies de razas enanas. En la ciudad de Lima, existen dos Minigranja que brindan servicios parecidos en cuanto a recreación.

La evolución de las teorías del desarrollo ha permitido integrar esfuerzos de asociación y cooperación con el fin de promover formas alternativas de organización comunitarias y proponer estrategias diferentes en los modos de producción en pro del desarrollo local. En el artículo desarrollado por Mujica en el año 2008 de la Universidad de Zulia “Granjas integrales turísticas educativas comunitarias”, se presenta la propuesta de lineamientos estratégicos para la conformación de Minigranja como espacios para el emprendimiento social y medio para potenciar el desarrollo local rural comunitario. Así se comprueba que el emprendimiento bajo un escenario de innovación, como lo son las Minigranja, puede ser un modelo de negocio perfectamente viable que sustente y ayude a comunidades pro desarrollo.

Esta propuesta además muestra la posibilidad de potenciar la localidad en donde se desarrolla el modelo de negocio, ya que ayuda a las personas, tanto clientes como emprendedores, a hacer de su entorno ecológico un lugar del cual puedan vivir pero de una manera sostenible para que así ecosistema y población vayan de la mano en el desarrollo.

En la investigación de Helguero. G, Steven. J. (2010). “Propuesta de gestión educativa en una granja interactiva en Arequipa 2010” de la Universidad Católica Santa María enfocado a un mercado educativo. Esta propuesta tiene como propósito definido establecer una granja interactiva que promueva el aprendizaje de los alumnos con su medio ecológico.

Esta iniciativa surgió a partir del hecho que no existía una institución educativa que maneje una granja interactiva pese a que Arequipa cuenta con las condiciones ecológicas. Esta investigación comprobó que de una muestra de 523 profesores, la mayoría está de acuerdo con la implementación de una granja Interactiva que permita establecer no solo un desarrollo cognitivo sino también formativo, ya que el alumno valora su medio geográfico al igual que permite el desarrollo creativo e innovador de habilidades y destreza en los alumnos.

1.1.5. Tipo del Problema de Investigación

La presente investigación es de tipo Tecnológica Mixta de diseño descriptiva y explicativa, lo cual permite levantar información, describirla y explicar respuestas a cada punto del trabajo.

1.2. JUSTIFICACIÓN DE LA RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. RELEVANCIA PERSONAL

Se busca poner en práctica los conocimientos adquiridos durante los años académicos cursados en la universidad y con ello poder obtener el título profesional de Ingeniero Industrial.

1.2.2. JUSTIFICACIÓN SOCIAL

A través de este estudio se busca cubrir un mercado insatisfecho, brindando a la ciudad un servicio con el que ya cuentan varias ciudades del país, así mismo promover la tendencia y cultura ambientalista y el cuidado de los animales, lo que servirá para un desarrollo sostenible de la sociedad.

1.2.3. JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA

Analizar la rentabilidad del emprendimiento, teniendo en cuenta que el Perú se encuentra clasificado como un país atractivo para realizar

inversiones (puesto N° 2 a nivel de América Latina y El Caribe y N° 42 a nivel mundial)¹, facilitando la formación y creación de empresas.

1.3. **OBJETIVOS**

1.3.1. **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar el proyecto de inversión y puesta en marcha de la implementación de una Minigranja en la ciudad de Arequipa

1.3.2. **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer la demanda actual y proyectada del servicio de Minigranja, así como las principales características del servicio y preferencias del consumidor.
- Identificar la competencia existente en el mercado local.
- Establecer aspectos técnicos: maquinaria, mano de obra, recursos, ingeniería, tamaño y localización de la empresa.
- Establecer aspectos administrativos y organizacionales de la empresa.
- Analizar las estrategias de marketing que se establecerán con el fin de llegar al mercado objetivo.
- Determinar aspectos financieros tales como la inversión, financiamiento, proyecciones de ingresos, costos y flujo del efectivo.

1.4. **HIPOTESIS**

Es viable el proyecto de inversión y puesta en marcha de la implementación de una Minigranja en la ciudad de Arequipa.

¹GrupodelBancoMundial. (2014). *Clasificación de Economías*, Sito web: www.doingbusiness.org/rankings

1.5. METODOLOGÍA

Basando el diseño de la investigación en las técnicas descritas por Hernández Fernández y Baptista (2006), la recolección de datos será mediante fuentes primarias y secundarias.

Como fuentes secundarias se recaudará información actualizada de fuentes virtuales de estadística, textos, publicaciones en periódicos, artículos de investigación, tesis relacionadas al tema, entre otras.

Se utilizarán fuentes primarias con el objetivo de realizar un estudio de mercado asertivo que permita conocer y pronosticar la demanda, se realizarán dos Focus Group y entrevistas a expertos teniendo como participantes a los grupos de interés más importantes. Luego, considerando las variables recaudadas de estas herramientas, se diseñará una encuesta que procesaría los resultados cuantitativos del grupo objetivo.

1.5.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1.5.1.1. Focus Group

A. Población y muestra del Focus Group.

Los participantes serán 7, todos se involucran con el grupo objetivo a distintos niveles: padres de familia, profesores, psicóloga.

Selección de participantes: Se procurará no considerar a aquellas personas que hayan participado recientemente en Focus Group orientados al mismo tema, se ubicará a personas que puedan aportar opiniones diversas acerca de los paseos al aire libre que realizan los niños durante la

época escolar y especialmente en donde se haya tenido alcance a ver o relacionarse con un animal.

Reclutamiento: Los participantes serán contactados mediante una breve entrevista personal en el caso de las profesoras y la psicóloga y mediante llamadas telefónicas en cuanto a los padres de familia ya que se tratará de conocidos.

Se dará a conocer la metodología del Focus Group, el tema en discusión, el horario, lugar y fecha en la que se realizaría.

B. Instrumento

Los principales temas sobre los que se quiere obtener opiniones son; destinos frecuentes de paseos escolares, actividades programadas en dichos paseos, objetivos de los paseos, contacto de los niños con animales en los paseos, precios y tarifas, conocimiento sobre Minigranja, auto sostenibilidad, opinión sobre el negocio.

C. Procedimiento

Me encargare de hacer de moderador buscando crear un ambiente provechoso para la apertura de opiniones de los integrantes del Focus. Con la ayuda de un psicólogo se descubrirá a través de las opiniones, actitudes y lenguaje corporal de los integrantes sus gustos, preferencias y necesidades.

Dicho instrumento se aplicará el 20 de Noviembre del 2015 con duración de 2 horas, en un ambiente acondicionado.

Posteriormente se comenzará con la selección de los datos importantes para formar las variables para los siguientes instrumentos.

1.5.1.2. Entrevista A Expertos

A. Población y muestra de la entrevista a Expertos

Se entrevistará a una profesora de primaria, a una psicóloga educativa, a un veterinario y al dueño de una Minigranja (de la ciudad de Lima, ya que no es posible realizar este proceso con nuestra competencia directa).

B. Instrumento

Las entrevistas con la profesora durarán 35 minutos al igual que con la psicóloga, con el veterinario podrá abarcarse un tiempo de hasta una hora y con el dueño de la Minigranja 30 minutos aproximadamente.

Se buscará en todo momento mediante preguntas abiertas y cerradas que los entrevistados expliquen sus respuestas detalladamente a fin de recaudar la mayor información posible.

C. Procedimiento

A través de esta herramienta se conseguirá determinar los gustos y preferencias de los potenciales usuarios, frecuencia de uso, competencia indirecta y directa, proveedores de insumos.

1.5.1.3. Encuesta

A. Población y muestra de la entrevista a Expertos

Esta se aplicará al mercado objetivo, previamente se determinara el tamaño de la muestra (bajo la fórmula de muestra para población finita) basándonos en los datos que nos brinde el INEI.

B. Instrumento

La encuesta será cerrada para poder cuantificar mejor los resultados, así mismo esta será desarrollada y revisada previamente para que las respuestas puedan responder a los requerimientos del estudio.

C. Procedimiento

A través de esta herramienta se conseguirá determinar los gustos y preferencias de los potenciales usuarios finales, frecuencia de uso, competencia indirecta y directa, montos a pagar, etc.

1.6. VIABILIDAD

Este aspecto determinará la posibilidad de llevar a cabo la inversión para hacer realidad el negocio. Se evaluará de acuerdo a cinco aspectos como son: naturaleza comercial, técnica, legal-organizacional, económico-financiera y ambiental.

Aun cuando resulte factible llevar a cabo el presente negocio, solamente la viabilidad de estos aspectos a continuación demostrará la posibilidad de llevarlo a cabo.

1.6.1. Viabilidad comercial.

Determinará si existe una demanda insatisfecha que se pueda cubrir, es decir que exista un mercado importante para viabilizar su inserción.

1.6.2. Viabilidad técnica.

Este aspecto incluye el análisis de las condiciones materiales y de seguridad que afecten al negocio, en este caso se trataría de mano de obra, equipos, mecanismos de control, implicaciones energéticas, insumos.

1.6.3. Viabilidad legal y organizacional.

Determina los límites legales en cuanto a normativas de operación comercial tanto en la inversión como en la ejecución del negocio.

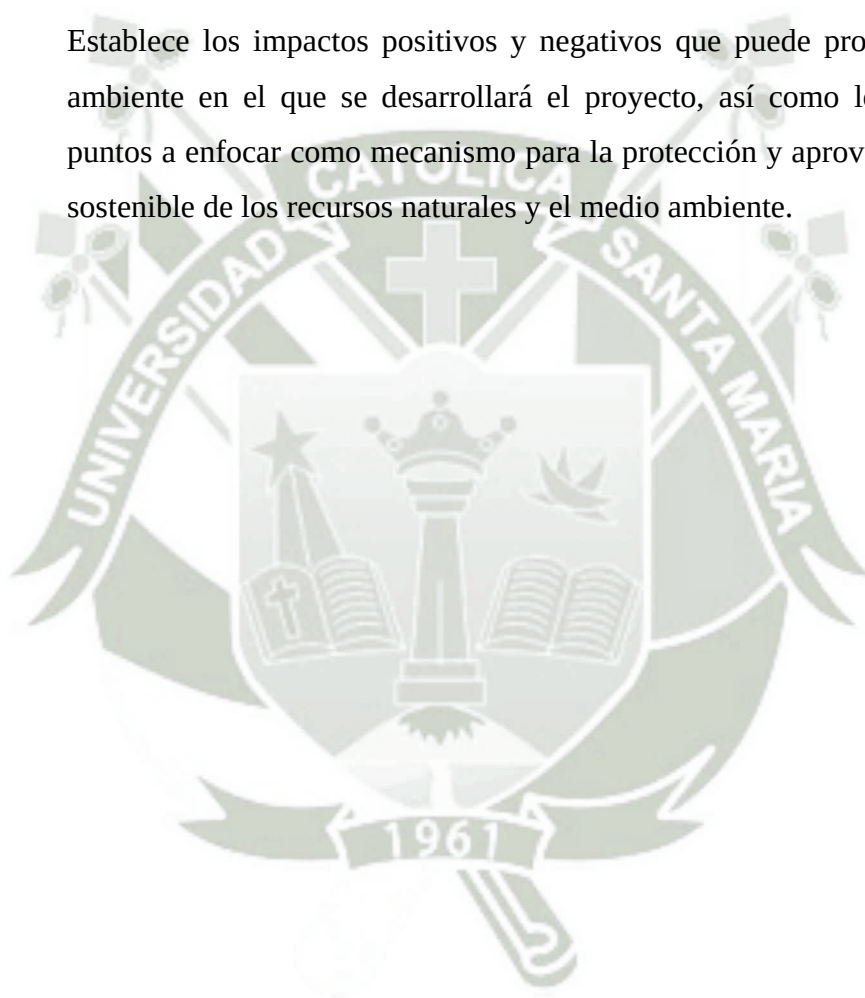
Además en la parte organizativa se debe establecer el tipo de sociedad y la estructura orgánica.

1.6.4. Viabilidad Económico-financiera

Determinará a través de instrumentos financieros como el flujo de caja y los diferentes ratios, el rendimiento sobre la inversión que proporcionará este negocio.

1.6.5. Viabilidad Ambiental

Establece los impactos positivos y negativos que puede producir en el ambiente en el que se desarrollará el proyecto, así como los diversos puntos a enfocar como mecanismo para la protección y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente.



2. CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1. **Factible**

En términos empresariales se habla de un proyecto factible cuando hay posibilidades de llevarlo a cabo tomando en cuenta aspectos unidos a su consecución como mano de obra, materiales, financiamiento, entre otros dependiendo del mismo³.

2.2. **Viable**

Se entiende por un proyecto viable a aquel que además de ser factible, dejará un rendimiento económico a la empresa y será sostenible².

2.3. **Competitividad**

Según Michael Porter, la competitividad se vincula a la capacidad de conseguir el bienestar y por lo tanto está determinada por el nivel de productividad con la que una nación, región o clúster, utilizan sus recursos naturales, humanos y de capital³.

2.4. **Rentabilidad**

La rentabilidad indica la relación entre los beneficios del proyecto y la inversión hecha para obtenerla⁴.

2.5. **Estrategia**

Según Fred Nichols, famoso consultor internacional, la estrategia empresarial “es la compleja red de pensamientos, ideas, experiencias, objetivos, experticia, memorias, percepciones y expectativas que proveen una guía general para tomar acciones específicas en la búsqueda de fines particulares”.⁵

² Blog empresarial Gerencie (2015). Diferencia entre viable y factible, Sitio web: <http://www.gerencie.com/>

³ Ministerio de Economía y Finanzas (2015). ¿Qué es competitividad?, Sitio web: <http://www.mef.gob.pe/>

⁴ Blog empresarial Gerencie (2015). Rentabilidad, Sitio web: <http://www.gerencie.com/rentabilidad.html>

⁵ Revista en Línea Gestipolis (2015). Estrategia empresarial, Sitio web: <http://www.gestipolis.com/>

2.6. **Minigranja**

Son ambientes educativos diseñados para el entretenimiento y educación psíquica de niños a través de la relación y sociabilización con animales de granja y el ambiente en el que ellos se desarrollan⁶.

2.7. **Ecología**

Es la ciencia encargada del estudio de las interrelaciones de los seres vivos entre sí y con el medio ambiente que las rodea⁷.

2.8. **Educación para el desarrollo sostenible**

Tipo de educación que ayuda al estudiante a adquirir conocimientos, competencias, actitudes y los valores necesarios para forjar un futuro sostenible incorporando temas como cambio climático, la reducción del riesgo de desastres, la biodiversidad, la reducción de la pobreza y el consumo sostenible⁸.

2.9. **Actividades pedagógicas**

Contemplan actividades que ayuden al desarrollo mental y personal del estudiante expuesto frente a diversas situaciones y ambientes⁹.

2.10. **Proyecto de Inversión**

En cuanto a la presente investigación, el tipo de la investigación será descriptiva debido a que pretende dar una visión exacta sobre un aspecto específico del mercado. Para la elaboración se usó como apoyo a Vara (2012), se consideraron los elementos básicos que todo proyecto debe cumplir para alcanzar el objetivo para el cual se desarrolla son los siguientes:

2.11. **El negocio**

Esta sección debe contener información con relación a la oportunidad de negocio, organización, estructura legal, procedimientos de operación y descripción de los

⁶ X Congreso Latinoamericano de Dinámica de Sistemas (2015). Minigranja, ambiente para el aprendizaje y la toma de decisiones, Sitio web: <http://www.dinamica-de-sistemas.com/>

⁷ Organización ambiental Ecodes (2015). Sistema de Gestión sostenible, Sitio web: <http://www.ecodes.org/>

⁸ Unesco (2015). Educación para el desarrollo sostenible, Sitio web: <http://www.unesco.org/>

⁹ Página web Preparados para Aprender (2015). Actividades pedagógicas, Sitio web: <http://www.preparadosparaaprender.com/>

procesos. Cubre cada aspecto de la producción, desde la idea hasta el servicio postventa.

2.12. **El marketing**

Incluye los conceptos de mercado meta, competencia, distribución, publicidad y tendencias del mercado. Esta sección del proyecto es una discusión acerca de la industria y la posición que busca obtener la empresa una vez que entre en actividad. Desde los consumidores hasta la competencia, desde la publicidad hasta los precios, estos conceptos brindan a los tomadores de decisiones la información necesaria para comprender el acercamiento de la empresa hacia el mercado para posicionar el producto entre los consumidores.

2.13. **Las finanzas**

Esta sección describe y estima los montos de inversión que se requerirían para implementar y poner en marcha el negocio, el flujo de efectivo esperado, los pronósticos de ventas, los costos y las utilidades, y los resultados finales de la evaluación, de tal forma que pueda tomarse una decisión adecuada en cuanto a la viabilidad o no de la idea de negocio.

2.14. **Historia de las Minigranjas**

Las Minigranja en el mundo nacen como una respuesta ambientalista ante la creciente contaminación y pérdida de alimentos y animales con crianza orgánica; es decir que durante su desarrollo la alimentación que hayan tenido haya sido siempre a base de alimentos sin productos químicos.

El Congreso Mundial de Energía Solar en Beijín 2007, dio prioridad al tema de los crear lugares de desarrollo empresarial que tengan interacción con el medio ambiente y la calidad de vida: concepción de nuevas ciudades donde el ser humano es el objetivo principal y alrededor del cual gravita toda su actividad de vida: educación, trabajo, entretenimiento, interrelación con las demás personas y crecimiento personal; todo bajo el contexto de una sociedad que avanza dentro del marco del desarrollo sostenible.

2.15. Educación Ambiental

La Importancia de la Educación Ambiental en las escuelas En la actualidad, la educación básica a nivel global ha abarcado la educación ambiental como una materia esencial en el currículo de las instituciones educativas sean estas privadas o públicas. El estudio de esta materia desde temprana edad es el resultado de la creciente preocupación por el medio ambiente y el desarrollo sostenible que se ha mantenido desde la década de 1990, año en el cual se comenzaba a tomar consciencia de la responsabilidad del hombre hacia la naturaleza. El objetivo de la educación ambiental en los niños es construir las bases necesarias para desarrollar actitudes positivas hacia el ambiente, despertando la capacidad de comprensión hacia su entorno junto a la ayuda del educador, quien lo llevara a desarrollar una gran moralidad sobre el ambiente.

La infancia es una edad crucial para el desarrollo y formación de hábitos sobre los niños que se encuentran es un periodo de exploración en el que descubre y conoce. Es una etapa formativa clave para la enseñanza de buenos hábitos y es el mejor momento para empezar a transmitir conceptos y mensajes conservacionistas orientados a la participación activa, consciente y responsable en el individuo. De ahí que en el contexto de la educación formal, la escuela juega un papel relevante en la orientación del niño hacia el respeto por la naturaleza y por todas las formas de vida.

Según Greig, (1983) “los nueve programas educativos deben claramente estar dirigidos a establecer actividades que generen una sana interacción entre el niño y la naturaleza. Deben apoyarse en prácticas fuera del aula que fomenten la curiosidad, exploración, observación y participación desde los primeros años de la escuela primaria”.

2.16. **El Juego como elemento principal en el aprendizaje**

“El juego es vital en muchos aspectos del desarrollo social, emocional e intelectual de los niños y presenta una importante repercusión en el aprendizaje”. Lesende Resúa, R., (2011).

Esto se debe porque es una conducta humana que realizan los niños de manera espontánea, como una actividad recreativa para un mejor rendimiento en los pequeños y formar su mente para actividades futuras. Además, el juego es una actividad presente en todos los seres humanos debido a su universalidad que se manifiesta a lo largo de toda la vida del hombre.

2.17. **Modelo de Negocio de Granjas Educativas en países del extranjero**

La granjas educativas es una nueva idea de negocio que ha se ha venido desarrollando en diferentes países como Chile, Argentina, Perú, Estados Unidos, España entre otros. Son lugares especializados en realizar actividades que permiten tener un acercamiento con la vida rural como es el cuidado de animales domésticos, seguimiento de los cultivos del huerto y transformaciones sencillas de productos primarios. Conjuntamente, se pueden elaborar talleres de manualidades, expresión y animación. En algunas granjas interactivas organizan estancias en régimen parecido a un campamento, con actividades recreativas y labores creadas por la granja. Además, cuentan con una infraestructura física compuesto por instalaciones de establos, huertos, áreas verdes, comedor y zonas recreativas. Por lo general, el área donde se establece la granja es en un área abierta con amplios espacios verdes los cuales se hallan organizados de tal forma que brindan comodidad y espacio a los visitantes como son las instituciones educativas y a las personas particulares. Este tipo de establecimientos muestran sistemas y programas de educación dirigidos a niños y grandes provenientes de instituciones educativas y personal capacitado y especializado, quienes son los que lideran las actividades en talleres de recreación y educación.

2.18. Minigranjas en el Perú.

En Perú existen tres Minigranjas, una de ellas en Arequipa que es móvil, es decir como un negocio itinerante que traslada al lugar donde es contratado el servicio, llevando especies agrícolas pequeñas.

Las Minigranjas en la capital brindan un servicio básico ubicados en dos distritos de Lima.

Hoy en día en nuestro país este tipo de granjas son potenciales modelos de negocios ya que basándose en una cultura de cuidado de la naturaleza buscan explotar ese concepto acercándose a los niños, familias y educacional inicial y primaria.

Entre las principales minigranjas de Lima tenemos:

GRANJA EL ARIERRO

Dirección: cerca de avenida manuel valle, 19 pachacamac.



WEB: <http://granjaelarriero.qhatuqcommerce.com/>

Los precios son 15 soles los niños y 10 soles los adultos

MINIGRANJA LA CHACARITA

Chincha Alta, Peru

MINIGRANJA DE ANIMALES

CC Plaza Sur Chorrillos

<https://www.youtube.com/watch?v=a8smN8rwj9g>

ECOGRANJA S.R.L.

Ruc 20506768544

Avenida Grau 476 URB. Santa Clara Ate - Lima - Lima

ECOGRANJA MOCUPE EIRL

RUC: 20479939897

Av. Saenz Peña nro. 863 dpto. 301 Lambayeque - Chiclayo – Chiclayo.

MUNDO GRANJA

Av. Manuel Valle Mz. C. Lote 6. Lurín. (Consultar mapa)

Costos: Adulto: S/. 20, niño: S/. 25. (De 1 a 6 años).

vestacio@mundogranja.com

Estos modelos de negocios han transformado la Minigranja común en una granja interactiva y el lugar ideal para que los niños aprendan jugando en contacto con la naturaleza en plena ciudad. Cuentan con animales como: ovejas, yeguas, cuyes, gansos, entre otros, con los que se puede interactuar y disfrutar, ya que los niños pueden acariciar y dar de comer a los diferentes animales. También cuentan con un pequeño huerto en donde se pueden observar una gran variedad de plantas como ajíes, tomates, yucas, etc. Los niños también pueden aprender y cosechar.

3. CAPITULO III DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.1. PRODUCTO

3.1.1. DESCRIPCIÓN.

El servicio a brindar es de una Minigranja educativa, es decir un ambiente al aire libre donde se integrarán los elementos principales de una granja como las especies menores de animales criados en estado de libertad como; conejos, gallinas, vacas, cerdos, entre otros, en áreas verdes para la recreación y educación ecológica de los visitantes a los que se les permitirá el acercamiento y alimentación de los animales con la finalidad que interactúen con las criaturas y aprendan mediante un conocimiento directo con la naturaleza, además del disfrute de la experiencia.

El servicio estará dirigido principalmente a niños en edad pre escolar y escolar que oscilen entre uno a doce años de edad.

Las instalaciones tendrán una extensión de tierra y césped, en donde se integran el cultivo de plantas, granos y verduras básicas que permitan el sustento de los animales y de la producción de abonos orgánicos para que el ecosistema genere sus propios recursos.

3.1.2. HISTORIA

No hay duda que la cultura medio ambientalista ha ido en aumento en nuestra época, así como la difusión de un consumo por lo natural, orgánico y amigable con el planeta, consientes del deterioro de este.

Tal como menciona Giglo N. (2001) en su obra La dimensión ambiental en el desarrollo de América Latina, uno de los desafíos imprescindibles Latinoamérica y el Caribe es alcanzar el desarrollo con un grado adecuado de sustentabilidad ambiental, el autor muestra además la importancia del desarrollo agrícola-rural que es examinado especialmente, por su importancia para las economías. Es como surge el

modelo de negocio de las Minigranjas, a partir de la idea hacer cercanas los destinos ecológicos como chacras, zoológicos o campo albergues donde mayormente los niños acuden a modo de actividad educativa al aire libre. En ocasiones este tipo de ambientes se encuentran en zonas rurales, lejanos a la ciudad por lo cual se crea una Minigranja con los elementos y espacios necesarios para una visita de conocimiento e interacción por el que no se tenga que salir de la ciudad.

Como lo explica Alcalde M. (2010) en su obra Consultoría Minigranja Turística Auto sostenible, a través del tiempo se ha buscado diversificar e integrar la oferta de servicios eco turístico con intención de generar empleo y para aumentar las fuentes de empleo y el manejo eficiente de espacios los ambientes naturales sin depender exclusivamente de un producto.

3.1.3. EL PRODUCTO EN EL MERCADO ACTUAL

En la actualidad existen numerosas Minigranjas en Latinoamérica, en Perú la tendencia está iniciando en la capital en donde se cuenta con dos Minigranja abiertas al público ubicadas en los distritos de Ate Vitarte y San Borja, ambas con características similares; animales de granja en ambientes rústicos al aire libre que reciben niños de pre escolar en su mayoría.

En el resto del mundo se observan ambientes más amplios con mayor diversidad de especies y en varios casos están a cargo de la Municipalidad de la ciudad, como es el caso de Merlo en Buenos Aires, Galvarino en la IX Región de Chile, Provincia de Los Andes en la Región Valparaíso en Chile, etc.

En muchos otros casos, además del servicio de guía asistida por el personal de la Minigranja, también venden productos derivados de las especies criadas en el establecimiento como huevos, leche, queso, mantequilla, además de hierbas aromáticas y medicinales como en La Maloca, Provincia de Rosario en Argentina.

Este tipo de venta al público tiene mucha acogida y se brinda en eco ferias realizadas en el mismo local o en ambientes acondicionados en la

ciudad, autorizadas por la municipalidad. Es el caso de la Minigranja Agler ubicada en la ciudad de Córdoba en Argentina y de la Minigranja Salgot, cercana a Barcelona en España en donde además producen embutidos que también se degustan finalizando la visita.

3.1.4. VARIEDADES

- Minigranja educativas. Donde se llevan a cabo talleres de cuidados agrícolas, manualidades, cocina, además por supuesto del contacto e interacción con los animales propios de una granja, pueden contar también con un lugar para comer como una pequeña cafetería o kiosco.
- Minigranja hostel. Es denominado hostel porque incluye la práctica del *wooofing*, una nueva tendencia de viajeros responsables que trata de combinar las bondades de una Minigranja con el hospedaje gratuito a turistas a cambio de su trabajo voluntario en el campo.
- Minigranja móviles. Una innovación de este negocio donde se pone en escena una Mini Granja Móvil, con animales de especies pequeñas como conejos enanos de raza Dwarf, pollitos, ternero, lechón, etc. Todo esto lo trasladan hacia la ubicación donde se contrate.
- Minigranja comerciales. Es el tipo de espacios destinados a actividades económicas agropecuarias de las cuales se obtiene alimentos orgánicos, que en su mayoría serán comercializados posteriormente.

3.1.5. PRESENTACIONES

- Recorrido didáctico e interactivo: Este recorrido estará guiado por un granjero (anfitrión) en grupos de personas. Estos grupos son para el público en general, familias, niños y adultos. Así se recorrerá la

Minigranja mostrando cada tipo de animal logrando que el público pueda interactuar con estos y aprender de cada especie.

- Talleres educativos: El objetivo de cada taller es lograr la conciencia ambiental a través de actividades en las diferentes áreas de la Minigranja.
- Concursos y juegos generales: Esta presentación está orientada al público en general ya que se realizarán los fines de semana, fecha en la que la mayoría del público es familiar. Así se podrán organizar concursos y juegos con los animales.

3.1.6. **PRECIO**

El precio por entrada en las Minigranjas en Lima, Perú oscila entre los 20 a 25 soles por visitante. En los casos extranjeros, en Argentina, Merlo cobra entre 7 pesos a 15 pesos, en España, la Minigranja Selgot cobra 8 euros por una visita guiada de 1.15 horas.

En el mercado de Arequipa solo se cuenta con una empresa que brinda un servicio similar, y el costo de este es de 12 soles aproximadamente según la cotización de dicha empresa. (anexo 1)

3.2. **SERVICIO**

Las Minigranjas son un servicio orientado a entretener y a educar reforzando principios, valores y propiciando un cambio de actitud en los visitantes para forjar mejores personas. Está orientado a niños de edad escolar, grupos familiares y personas diversas, que quieran tener algún contacto con la naturaleza

La interacción con animales, juegos de impacto, momentos anecdóticos en un ambiente verde, aseguran un día inolvidable en una auténtica granja, cercana y segura para visitarla.

Nuestra atención la haremos formando grupos de visitantes guiados por un especialista y adecuando los juegos y actividades de acuerdo a la edad y a la

experiencia que deseen tener nuestros visitantes. Las diferentes actividades comprenden desde el contacto con animales de granjas, hasta concursos y juegos. También ofrecemos actividades educativas en forma de talleres para los grupos de niños pre- escolares que asistan intentando crear un vínculo más cercano y ambiental de los niños hacia los animales, desarrollando la conciencia ambiental. La Minigranja está pensada para pasar un día en familia, interactuar con animales, enseñar a los participantes a querer la naturaleza en un espacio al aire libre que sea seguro, donde los padres y profesores se sientan confiados de llevar a sus niños.

3.3. **VALOR DISTINTIVO**

El valor distintivo de la Minigranja se basa en brindar un buen servicio a los clientes, ya que se considera este como la principal fortaleza por la que las personas prefieren un lugar respecto a otro.

Esta premisa puede parecer bastante amplia pero se refleja en la calidad en los servicios que está orientado a la atención en los detalles, que los asistentes sientan que realmente el personal se preocupa por su disfrute y complacencia por el servicio.

Esto incluye además una infraestructura que permita esto, donde el niño y adulto puedan confraternizar con animales despreocupadamente en un ambiente cómodo, limpio y seguro.

Por otro lado, al tratarse de una Minigranja educativa, los talleres y cursos a implementar deberán estar orientados al aprendizaje ecológico en pro del medio ambiente que ayude también a transmitir las lecciones hacia la sociedad por medio de los estudiantes que sepan respetar y amar la diversidad biológica, animal y vegetal.

4. CAPITULO IV ESTUDIO DE MERCADO

4.1. ANÁLISIS PESTE

4.1.1. Análisis Político

En el aspecto político es primordial describir las leyes que protegen las áreas verdes como son; la ley de Protección de Áreas Verdes nro. 26664, en la cual se dictan disposiciones referidas a la administración de las áreas verdes de uso público en toda la República del Perú, sobre la cual se basan las ordenanzas municipales que afectan directamente al presente estudio.

La Ordenanza Municipal N° 454, que desde el año 2007 regula el Plan de Desarrollo Urbano en Arequipa, declaró en sus artículos primero y segundo la incompatibilidad de uso de las Áreas Verdes y Naturales con los usos de Suelo Urbano o Suelo Urbanizable y prohibir los cambios de Zonificación de las Áreas Verdes y Naturales a Suelo Urbano o Suelo Urbanizable.

Antiguamente, el Reglamento Nacional de Edificaciones establece por Ordenanza Municipal N° 667 que el Reglamento para el procedimiento de habitación de Islas Rústicas con fines urbanos, deberá cumplir (entre otros), los requisitos mencionados a continuación;

- El área máxima del predio deberá ser igual o menor al tamaño promedio de la propiedad agrícola equivalente a 1.18 hectáreas.
- El predio deberá ser destinado para uso residencial promoviendo su manejo sustentable.
- Del total del terreno, el 30% podrá ser edificado, mientras el otro 70% se destinará a recreación pública.

Desde marzo del 2013, el cambio de uso de un Área verde o terreno rustico está prohibido, siendo estos intangibles e inalienables,

fundamentados en la ley referida a la Protección de Áreas Verdes (26664).

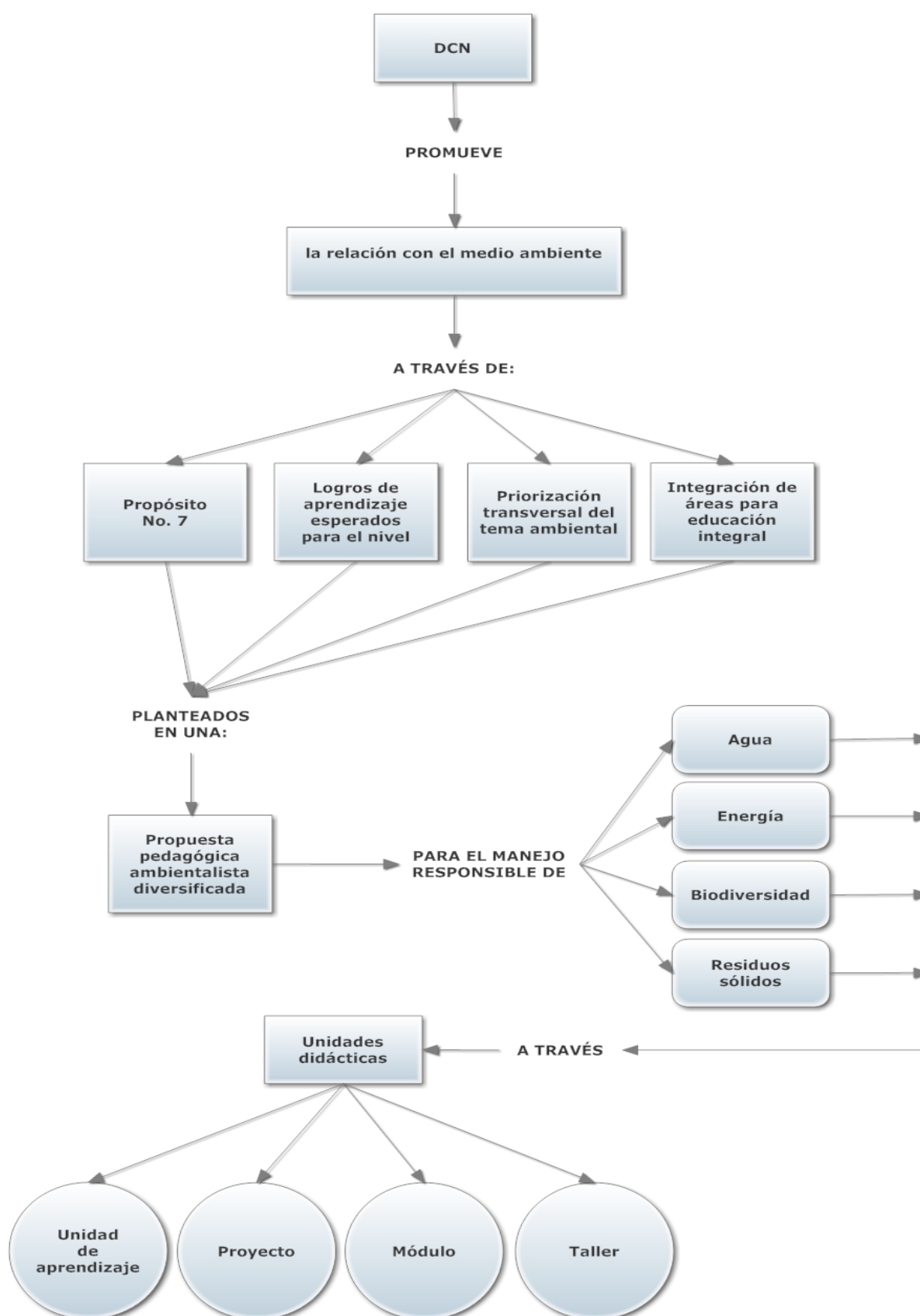
Lo que finalmente implica que el presente estudio no podrá estar ubicado en un terreno rustico, para ser específicos la idea de poder comprar o alquilar una porción de terreno al aire libre como una chacra para la Minigranja, no será posible.

Esta ley afecta negativamente al negocio ya que incrementa la inversión en compra o alquiler de un terreno urbano.

En cuanto al entorno educacional, en Perú, los propósitos del DCN Diversificación y programación curricular nacional del Ministerio de Educación hacen mención de una propuesta de una educación ambiental que responda a la “Comprensión del medio natural y su diversidad, así como desarrollo de una conciencia ambiental orientada a la gestión de riesgo y al uso racional de los recursos naturales, en el marco de una moderna ciudadanía” (MINEDU 2009a: 21).

El MINEDU actualmente está trabajando de la mano con el MINAM para desarrollar planes de estudio que incluyan educación ambiental, así se puede distinguir en la figura N°1 donde se ubican objetivos de mejoramiento del manejo de energía, biodiversidad, agua y residuos sólidos a través de talleres, módulos, proyectos y unidades de aprendizaje. Así entonces esta alianza entre estos ministerios beneficia grandemente este proyecto ya que los lineamientos descritos en los planes de estudios de los colegios deberán tomar en cuenta las directrices descritas aquí.

Figura N°1 El currículo y la relación con la educación ambiental



Fuente: Ministerio del Medio Ambiente MINAM

4.1.2. Análisis Económico.

Un análisis preliminar del Reporte de Inflación del BCRP del presente año 2015, indica que el crecimiento económico del Perú ha sido sostenido desde el 2007, el presente año el país presume ser líder en Latinoamérica con un crecimiento económico del 3.9%, además de la menor inflación de 2%. Todo esto a pesar del deterioro de la Balanza comercial afectada por las exportaciones de minerales a causa de la desvalorización del precio de estos, por lo cual se ha visto una reducción significativa del PBI primario.

Sin embargo se pronostica un crecimiento de la inversión privada provocada por el impulso de la infraestructura.

Por ende la tendencia positiva para los siguientes años incrementa el gasto de los consumidores, lo que produce un panorama alentador para el presente estudio ya que en el país se procura una estabilidad económica que admita acudir a sitios para el entretenimiento y educación.

- **PBI**

Se puede observar en el Anexo 2, en las Proyecciones Macroeconómicas 2016-2017 del BCR, que este apoya una aceleración del crecimiento del PBI para 2016 y 2017 con tasas de crecimiento de 4,2 y 5 por ciento, en base a un incremento de la producción minera, una mayor inversión en infraestructura, además predicen la completa reversión de los choques de oferta negativos del año 2014.

A pesar de la disminución del crecimiento en cuanto a las proyecciones de Mayo del 2015, se observa una tendencia positiva. Los factores que de riesgo que predeciblemente podrían revertir los resultados de los indicadores económicos según el BCR son:

- Menor crecimiento mundial. Tendencia de recuperación más lenta de la economía mundial en el período 2015-2017.
- Desaceleración de la demanda interna. Debido al aplazamiento en la ejecución de proyectos de inversión tanto públicos como privados.

- Volatilidad de los mercados financieros internacionales. retiro del estímulo monetario por parte de la Reserva Federal de los Estados Unidos generara volatilidad en los mercados financieros internacionales.
- Choques de oferta. El riesgo de un escenario de Fenómeno de El Niño más severo que el contemplado podría presionar los precios de algunos alimentos al alza.

La tendencia del PBI Arequipeño ha sido positiva, a pesar de la desaceleración dada el presente año debido principalmente a la caída del precio de los metales (ver Tabla A1.2. del anexo N°2), la Consultora EY asegura que la región Arequipa tiene un potencial de crecimiento entre 5% y 5,5% para este año y el 2016¹⁰. El Sector terciario de la economía en Arequipa, denominado sector de servicios, ha experimentado un crecimiento importante gracias a fenómenos como la globalización, tecnologías de la información emergentes y aparición de nuevas formas comerciales lo que ha impactado en el PBI tal como observamos en el anexo N°3.

- **Incremento del gasto**

Apoyados en un estudio realizado por la Consultora Aurum, titulado “El consumidor Arequipeño” del año 2014, se indica que después de los Alimentos consumidos fuera del hogar, el segundo mayor gasto es realizado en actividades de esparcimiento, diversión, servicios culturales y de enseñanza.

Como se nota en la tabla N°01, este punto es importante ya que denota que el Arequipeño destina un aparte importante de sus ingresos a actividades de entretenimiento, lo que favorece al presente estudio.

La citada consultora afirma que “el gasto de los distintos NSE en Arequipa está destinado en su mayoría al consumo de alimentos dentro del hogar. Existen oportunidades relevantes en el mediano y largo plazo

¹⁰ El Comercio. (Junio del 2015). EY: Arequipa es la tercera mayor economía del Perú. 14 de Noviembre del 2015, de El Comercio Sitio web: <http://elcomercio.pe/economia/peru/ey-arequipa-tercera-mayor-economia-peru-noticia-1819716>

en lo referente a esparcimiento y diversión, y transportes y comunicaciones (potencial máximo de crecimiento de entre 500% y 600%).”¹¹

Tabla N°01. Gastos promedio mensuales del hogar por NSE según categoría, Arequipa 2013

Región Arequipa: Gastos promedio mensual del hogar por NSE según categoría de gastos, 2013					
ÍTEM	NSE A/B	NSE C	NSE D	NSE E	Potencial (A/B – E)/E
Alimentos consumidos fuera del hogar	S/. 357.40	S/. 303.35	S/. 264.04	S/. 166.27	115.10%
Alimentos consumidos dentro del hogar	S/. 702.00	S/. 569.22	S/. 424.00	S/. 350.14	100.30%
Vestido y Calzado	S/. 184.02	S/. 116.86	S/. 76.64	S/. 55.29	232.70%
Alquiler, combustible, electricidad, conservación de la vivienda	S/. 223.60	S/. 144.35	S/. 84.21	S/. 60.20	271.70%
Muebles y enseres y mantenimiento de la vivienda	S/. 148.68	S/. 74.43	S/. 39.88	S/. 37.25	300.00%
Cuidado, conservación de la salud y servicios médicos	S/. 206.64	S/. 127.71	S/. 88.29	S/. 46.10	347.80%
Transportes y comunicaciones	S/. 354.94	S/. 196.50	S/. 93.92	S/. 66.42	436.40%
Esparcimiento, diversión, servicios Culturales y de enseñanza	S/. 375.11	S/. 202.90	S/. 88.59	S/. 56.88	567.90%
Otros bienes y servicios	S/. 153.29	S/. 109.30	S/. 63.93	S/. 42.76	261.90%

Fuente: Aurum Consultoría y mercado

Elaboración: Propia

• Crecimiento de la población

El anexo N°4 muestra la ampliación de la fuerza laboral al 2025 del Perú, que se hará progresivamente madura hacia el 2050, es evidente la sobrevivencia de la población de género femenino y de la disminución de la proporción de personas de edad avanzada. La densidad poblacional

¹¹ Aurum Consultoría y Mercado. (Abril del 2015). Informe Perspectivas Económicas 2015, Región Arequipa. 13 de Noviembre del 2015, de Aurum Consultoría y Mercado Sitio web: http://ucsp.edu.pe/cegob/wp-content/uploads/2015/04/AURUM_Informe-Perspectivas-Econ%C3%B3micas-2015-Regi%C3%B3n-Arequipa_Abril-2015.pdf

aumenta sobre todo de las edades a las que este estudio está enfocado, lo que además ayudará a pronosticar la demanda.

Las proyecciones de población hechas por CEPLAN (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico) indican que según el Censo Nacional 2007, la región geográfica sur (Cusco, Apurímac, Arequipa, Moquegua, Puno y Tacna) representa el 16,2% de la población total.

- **Cartera de grandes inversiones**

Según Iván Frías, Socio de Auditoría de la Consultora Ernst & Young, “El crecimiento sostenido que presenta la región Arequipa, pese a haber sufrido, como todas las regiones del Perú, una desaceleración en este primer semestre 2015, en parte causada por asuntos socio ambientales (proyecto minero Tía María) y factores económicos globales (bajo crecimiento del PBI, disminución del indicador compuesto de actividad económica, tercera inflación más alta dentro de la Macro Región Sur, entre otros temas), se va a ir recuperando y consolidando en gran medida por los aproximadamente US\$10,000 millones de inversión a darse entre el 2016 y 2019”, esto debido a inversiones de grandes proyectos en la Macro Región Sur con impacto en la Región Arequipa, entre ellos figuran:

- Gaseoducto Sur Peruano
- Línea de transmisión Mantaro- Marcona- Socabaya- Montalvo
- Panamericana Sur Ica- frontera con Chile
- Nodo energético del Sur
- Ampliación Cerro Verde
- Majes Siguan II
- Tía María
- Tambomayo
- Complejo Petroquímico
- Pampa del Pongo
- Central Hidroeléctrica Molloco
- Charcani VII
- Planta de Tratamiento La Enlozada
- Monorriel Arequipa
- Ampliación del Puerto Matarani
- Proyectos Inmobiliarios

4.1.3. Análisis Social

Son muchas las inclinaciones ecologistas que vienen surgiendo en nuestros tiempos, el consumo de lo orgánico ha puesto en la mira a todos aquellos productos, actividades y relaciones con empresas que sean eco-responsables, es decir que en su gestión se incluya el cuidado del impacto ambiental que produzca, considerando los insumos que utilice para llevar a cabo sus operaciones.

Por otro lado, el ejemplo de varios países con Minigranjas ha demostrado que las personas disfrutan y valoran las áreas donde se aprovechen los recursos renovables añadiendo entretenimiento saludable a los niños ayudando a generar, fortalecer y desarrollar competencias psicosociales, específicamente las habilidades cognitivas como autoeficacia y afrontamiento, y sociales. Todo esto es posible a través de la relación del niño con animales que no representen riesgo.

Podemos confirmar lo dicho viendo el caso de la Campaña organizada por el Consejo Europeo contra la violencia sexual sobre niños y adolescentes el pasado diciembre del 2014, con el apoyo de UNICEF, se dispuso a los asistentes una “Terapia asistida con animales de granja”, una de las variedades de terapia con animales que realiza el Centro de Terapias Humanymal, donde se destacaron los beneficios de la interacción entre animales de granja y niños citando al conocido terapeuta infantil Boris M. Levinson, entre los beneficios que subrayaron están;

- Permite una fuente de contacto físico y aceptación incondicional.
- Dispone un marco en el que el niño domine la situación y se siente relajado¹²
- Desarrolla la formación en competencia emocional.

Así como Humanymal en España, podemos encontrar diversos centros de Terapia a niños alrededor del mundo que se han interesado por los animales de granja para la sanación psíquica de niños en situación de abuso o con problemas sociales, entre dichas instituciones destacan: Forget Me Not Farm, Green Chimneys, Couthouse dogs foundation, Osanatur (Asociación para el fomento y la innovación del medio rural) y Nekatur (Asociación de agroturismos y casas rurales de Euskadi) etc.

Tomando estos referentes, podemos afirmar que la diversificación de tratamientos ha sido exitoso haciendo uso de especies de granja, así mismo las ventajas que genera el contacto con la naturaleza aprovechando la tendencia ecologista que se viene dando en todo el mundo es beneficiosa para promover la Minigranja.

¹² Centro de Terapia Humanymal. (2014). Terapia asistida con animales como recurso para la intervención con niños/as y adolescentes víctimas de abuso sexual. Julio 9, 2015, de Centro de Terapia Humanymal. Sitio web: humanymal.es/

4.1.4. Análisis Tecnológico

Con respecto al factor tecnológico no se presentarían inconvenientes al momento de conseguir equipos para el desempeño de la empresa debido a que el apoyo tecnológico en una Minigranja es mínimo.

En el aspecto en que podría incidir la tecnología sería en el riego de las huertas y sembríos de pasto ya que con el soporte del riego tecnificado o por goteo se hace eficiente el uso del agua.

Por otro lado, es importante contar con presencia en Redes Sociales, ya que como afirmó el Sub Gerente de Marketing Digital en Interbank Moisés Gordillo “El momento de la verdad dejó de ser aquél en que el consumidor miró el comercial en televisión y salió corriendo a la tienda a comprar el producto, el momento de la verdad es multicanal y ocurre a cada minuto en la web, en el móvil y en las redes sociales”, por lo tanto la presencia social resulta siendo una necesidad¹³.

4.1.5. Análisis Ecológico

Definitivamente el impacto que se busca tener en la comunidad de Arequipa y por qué no decirlo, del mundo es absolutamente positivo, como se ha mencionada anteriormente, son numerosas las ventajas que ofrece el desarrollo de una Minigranja en los involucrados.

Existen innumerables organizaciones y movimientos internacionales en pro del medio ambiente, además del creciente respaldo mundial por el consumo de lo natural, genera una fortaleza importante para el presente estudio.

El antropólogo Carlos Aramburú en un artículo del diario El Comercio del presente año, “Lo saludable como norma natural”, afirma que “el interés de los peruanos por los productos orgánicos es creciente, su

¹³ Interactive Advertising Bureau. (2013). Tercer Café Digital: El impacto de las redes sociales en la compra on line. Julio 9, 2015, de InteractiveAdvertising Bureau. Sitio web: http://www.iabperu.com/ia_quees_iab.aspx?men=1&sub=1

consumo aún se concentra en los estratos medios y altos.” Probablemente, comenta el especialista, que la tendencia se expanda a los sectores populares, debido a que la preocupación por la salud es un fenómeno global. También comenta que “En Perú hay mayor preocupación por la salud, que es un fenómeno propio de los países desarrollados y por eso es más visible en las clases con poder adquisitivo. Otro factor es la amenaza del cáncer y el hecho de que la tasa de mortalidad ha aumentado en el país y la gente quiere llegar sana a la vejez.”

Solamente en Perú, el consumo de productos orgánicos ha crecido en los últimos 10 años, el consumo de estos productos incrementó en 70%, por lo cual las bioferias y las tiendas especializadas han aumentado¹⁴.

Existen 20 bioferias en el Perú y 7 en Lima. La más antigua, con 15 años se ubica en Miraflores que alberga a 49 productores y a más de mil consumidores cada sábado.

En Arequipa por lo pronto podemos encontrar ecotiendas, la mayoría ubicadas dentro de restaurantes vegetarianos en los diferentes distritos de la ciudad.

Las diversas investigaciones citadas a lo largo de esta investigación indican que el deterioro del medio ambiente es innegable y es necesario de un cambio de mentalidad progresivo que se generará instruyendo a los más jóvenes para formar una generación más consiente.

4.2. **ANALISIS PORTER**

A continuación se presenta el análisis de las 5 fuerzas de Porter, con el objeto de identificar y analizar los factores relacionados a la competencia, y otros factores externos.

¹⁴ El Comercio. (Jueves 19 de Marzo del 2015). El consumo de productos orgánicos crece entre los peruanos. 10 de Noviembre del 2015, de Actualidad Ambiental Sitio web: http://www.actualidadambiental.pe/wp-content/uploads/2015/03/elcomercio_2015-03-19_p12.pdf

Figura N° 2 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Elaboración Propia

4.2.1. Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores en este caso, primero son las empresas industriales de semillas y alimentos de animales ya que serán las que nos proveerán de los elementos para mantener la Minigranja.

Estos proveedores son diversos en tamaño, por lo que no constituyen un inconveniente, sino una ventaja.

4.2.2. Rivalidad del mercado

Como parte de los competidores directos tenemos a la Minigranja móvil “BB” ya que se comparte el mercado de educación pre-escolar, sin embargo no se dispone de las mismas características ni productos, por otro lado se encuentra el Zoológico de Arequipa, el Parque Selva Alegre, estos últimos con servicios bastante limitados pero similares.

La oferta del presente estudio es más amplia partiendo por el hecho de ser un negocio que contará con un establecimiento, además de muchos otros servicios complementarios que harán que la experiencia sea distinta.

4.2.3. Nuevos competidores

El mercado de Minigranjas en otros países ha resultado rentable¹⁵, por ende es atractivo y actualmente está en expansión. El modelo de negocio se basa en la fidelización y posicionamiento pues la verdadera competencia es aquella que cuente con un nombre reconocido en el mercado.

Siempre habrá riesgo de ingreso de nuevos competidores directos e indirectos, dependiendo sobre todo del comportamiento del mercado. Por lo que la Minigranja debe imponerse con estrategias que impulsen el reconocimiento de marca para fidelizar clientes.

4.2.4. Productos sustitutos

Son muy reducidos aquellos productos que sustituyen a una Minigranja en la ciudad de Arequipa, los sitios donde se puede acudir a tener una experiencia cultural, educativa con animales es casi nula si no fuera por la Campiña de Arequipa.

4.2.5. Poder de negociación de los clientes

Los clientes buscan una atención personalizada, buscan un servicio hecho a su medida que satisfaga todas sus necesidades e inquietudes. El poder de negociación de los clientes es moderado/bajo ya que al no haber mucha oferta del servicio su capacidad de elección disminuye sin embargo como estamos hablando de un servicio donde la atención y la calidad son el atractivo, el cliente siempre estará en la capacidad de rechazarlo.

La tabla N°02 muestra un resumen del análisis realizado, asignando valores a cada fuerza competitiva. Podemos observar que el mayor riesgo es por la entrada de nuevos competidores que se debe confrontar mediante estrategias de servicio acompañadas de elementos que brindan una ventaja sobre el resto de servicios sustitutos y nuevos competidores, aumentando la probabilidad de lograr un posicionamiento sólido y rápido en el mercado arequipeño.

¹⁵ Franquicia.net. (2014). Franquicias muy rentables y originales. 3 de Noviembre de 2015, de Franquicia.net
Sitio web: <http://www.franquicia.net/articulos/10-franquicias-muy-rentables-y-originales>

El poder de negociación con los clientes es moderado en cuanto a que siempre que a este le convenga el servicio puede acudir o no, los incentivos los deberá proponer la empresa.

La rivalidad entre competidores existentes se consideró moderada ya que aunque no con los mismo servicios, pero ofrecen algo similar que puede cautivar a un público tradicionalista, aspectos que se deben tomar en cuenta en el Plan de marketing.

Tabla N°02 Resumen de las fuerzas competitivas de Porter

FUERZAS COMPARATIVAS	ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA		
	BAJO	MODERADO	ALTO
Amenaza de nuevos competidores			X
Amenaza de productos sustitutos	X		
Poder de negociación de los clientes		X	
Poder de negociación de los proveedores	X		
Rivalidad entre competidores existentes		X	

Elaboración: Propia

4.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La presente investigación es de carácter descriptivo, la cual se apoyó en una metodología cuantitativa, a través de la técnica de encuesta, mediante un cuestionario directo estructurado, la aplicación de Focus Group y entrevista a expertos.

4.3.1. Mercado objetivo

El mercado al que se dirigirá el estudio será el sector A y B de Arequipa, dicha población se ubica principalmente en los distritos de Cayma, Yanahuara, Cerro Colorado, Cercado, José Luis Bustamante y Rivero.

Así mismo nuestro mercado potencial (futuros consumidores) será el total de la población de Arequipa metropolitana, ya que por no contar con competencia directa y ser pioneros en el mercado de Arequipa es posible captar a futuro gran parte del mercado arequipeño.

4.3.2. Focus Group adultos

Se evaluaron las opiniones de cada uno de los participantes con el modelo que consta en el anexo N° 8, en cuanto temas vitales como las características principales con las que debe contar un ambiente destinado a niños, beneficios y ventajas del contacto con animales, así como preguntas destinadas a conocer a la competencia directa e indirecta. Se evaluaron ítems con el propósito de saber las impresiones acerca de la Minigranja, así también se recibieron recomendaciones acerca del servicio precio, nombre de marca, ubicación

Se contó con la participación de 7 personas, todas ellas con una relación cercana con niños en distintos niveles. Así entonces se recogieron las opiniones de:

- 4 Padres de familia de niños entre 1-7 años
- 2 Docentes de primeros grados de colegio
- Una psicóloga educativa especializada en niños

El motivo por el que se escogieron dichos participantes fue porque se deseaba obtener información de primera mano de personas que conocen el desenvolvimiento y preferencias de los niños y además de sus conductas y gustos frente a ambientes al aire libre, así como los aspectos importantes que considera el padre, madre o profesor para ceder a sus niños bajo la responsabilidad del personal de la Minigranja.

Es importante mencionar que además de obtener la opinión de los profesionales relacionados con educación de niños, todos los asistentes son padres de familia.

Se procuró que todos los participantes pertenecieran al segmento que para fines de esta investigación es ideal, es decir del segmento A y B. Por lo tanto en el caso de los padres, tendrían que tener hijos en instituciones educativas de sectores A o B, en el caso de que su niño aun no asistiera a ninguna institución, la familia tendría que contar con un nivel socioeconómico A o B.

Asimismo, los profesores y la psicóloga tendrían que trabajar con niños de colegios de dicho sector.

4.3.2.1. Resultados

Todos los participantes demostraron entusiasmo con respecto al negocio, manifestaron que incluso era urgente contar con un lugar de las características de la Minigranja en Arequipa debido a que no se logra cubrir la demanda de lugares al aire libre que ofrezcan entretenimiento sano y aprendizaje en su visita.

Los atributos más importantes que los asistentes consideraron importantes de un lugar destinado al entretenimiento de niños, fueron la seguridad y la higiene.

Se distingue que las actividades principales son actividades lúdicas en parques y salidas al campo, el contacto con animales que no sean mascotas es mínimo en los niños debido nuevamente a la falta de alternativas.

Es peculiar el hecho que en su mayoría, los participantes han abrazado a la tecnología y consideran que al ser parte de esta era, los niños deben adaptarse a ella.

Se denota una preocupación creciente por instruir a los niños en materia de cuidado del medio ambiente y seres vivos, lo que resulta una oportunidad en este estudio.

Únicamente una profesora pudo dar testimonio acerca de su experiencia en una Minigranja, fue en España y lo que destacó fue la organización y la pulcritud del ambiente y los animales.

Luego, los demás padres y profesionales asistentes expresaron después de conocer la definición de la Minigranja, que les gustaría asistir con sus hijos hasta dos veces por mes, bajo una tarifa entre 16 soles por niño y 10 soles por adulto.

El medio preferido para enterarse de este negocio sería la red social Facebook.

Los servicios mencionados les parecieron muy acordes al ambiente, sin embargo muchos se atrevieron a plantear diversas alternativas para el espacio, solicitando que se incluyan diversas

áreas como estacionamiento, áreas de campings, picnics, salón de audiovisuales. Además de contar con conexión WiFi, diversificas constantemente las alternativas para que exista interés en los niños por asistir, implementar talleres de cuidado a animales y plantas, entre otras.

De las características de la Minigranja, la que resaltó entre todos los atributos fue el contacto con los animales.

Según los participantes el circuito de guiado debe durar hasta 40 minutos.

Los resultados detallados del Focus Group realizado con padres de familia, 2 profesores y 1 psicóloga figuran en el anexo N°9, donde además se destacan las explicaciones por cada pregunta y las interpretaciones.

4.3.3. Focus Group Niños

A través de esta herramienta se quiere recaudar datos sobre los gustos y preferencias de los niños desde su punto de vista.

Así también, saber si existe más competencia y conocer más a fondo sus hábitos, conductas y expectativas con respecto a un negocio de la índole que se desarrolla en esa investigación.

El Focus Group se aplicó el 20 de Noviembre del 2015, contará con la presencia de 7 niños entre 6 y 12 años, matriculados en colegios de sectores A y B.

El motivo por el que se reclutaron a los participantes de esas edades, fue debido a que por consejo de la Psicóloga Karim Mena, son las edades en las que pueden expresar con soltura sus deseos reales y opiniones sin temor, lo que haría más fluida la conversación. Además la profesional recomendó que el ambiente fuera en un lugar que resulte familiar para los niños, y en un tiempo entre 40 minutos a una hora.

4.3.3.1. Resultados

El Grupo Focal hecho con niños resultó muy interesante debido a la espontaneidad con la que respondieron las preguntas, todas las respuestas fueron valiosas para la investigación.

Se confirmó lo que comentaron los padres y profesores en el Focus Group de adultos, que son los niños más pequeños son los que acuden a actividades al aire libre con mayor frecuencia, estas varían según preferencias entre paseos por el campo y practicar deportes. Los niños mayores manifestaron preferir actividades más sociales como acudir a centros comerciales y restaurantes, sin embargo todos manifestaron que además del gusto por la compañía de más niños, también escogen dichos lugares debido a que hay juegos de diversos tipos para entretenerse.

Los niños si bien es cierto les gusta salir fuera de casa, también han desarrollado cierta afición por la tecnología, será un punto importante a tener en cuenta en el desarrollo del plan de marketing de la investigación.

Todos dijeron asistir a paseos al aire libre en sus colegios y que los destinos principales que recordaban eran; el Zoológico, Ojo del Milagro, Sabandía. En dichos paseos, han tenido contacto con animales únicamente a distancia.

El hecho de contar con colegios que programen paseos al menos una vez al año, es un buen indicador, tomando en cuenta además la reducida oferta de sitios al aire libre que ofrezcan aprendizaje que tiene Arequipa.

Asimismo expresaron tener afinidad por los animales como mascotas y animales de granja que puedan acariciar y conocer, cuando se les preguntó sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y los seres vivos todos reaccionaron a favor, explicando que se deben cuidar por nuestro propio beneficio por el oxígeno y el alimento que nos proporcionan.

Ninguno conocía una Minigranja, luego de saber el significado demostraron que les parecía una buena idea porque a través de este proyecto se podría dar ejemplo a la comunidad sobre reducir la contaminación de la ciudad, mostraron además

preocupación por las plantas y animales porque en la Minigranja vivirían en condiciones adecuadas.

El atributo que más les llamó la atención fue el tener contacto con animales y tener la oportunidad de alimentarlos, verlos crecer a lo largo de las visitas y además que participan en un proyecto que promueve el cuidado el planeta.

Esto evidencia que con la idea que se dio, los niños captaron rápidamente el mensaje que quiere transmitir la Minigranja.

La frecuencia de sus visitas, informaron que podría ser todos los días y que la duración del circuito debería durar 2 horas.

Por lo tanto podemos concluir que a los niños les interesa asistir a lugares donde tengan interacción con animales, que consideran mucho a la naturaleza y aprecian el enfoque que quiere dar el negocio.

Los resultados detallados del Focus Group realizado a niños, a la par con las explicaciones que respalda cada pregunta y la interpretación de las respuestas en conjunto figura en el anexo N°11.

4.3.4. Entrevista a expertos

El objeto de las entrevistas es esclarecer temas que son el núcleo del negocio, intentado abarcar a los principales representantes en los distintos ámbitos de relación del tema de estudio.

Por lo tanto se consiguieron entrevistas a

- 1 Licenciada de Educación Primaria y Terapeuta
- 1 Psicóloga educativa especializada en niños
- 1 Médico Veterinario Zootecnista
- 1 Dueño de una Minigranja

El motivo del interés por recibir los puntos de vista de estas personas es debido a que todas se relacionan de cierto modo con el negocio y pueden aportar opiniones valiosas para ser tomadas en cuenta.

Así, la docente de primaria Mary Hernani desarrolla en el colegio donde labora, un proyecto de Biohuerto, donde participan los niños. Se quiere conocer principalmente las motivaciones que impulsaron esta iniciativa en el colegio y la aceptación o rechazo que generó en sus alumnos.

La psicóloga educativa Karim Mena brindará información sobre el desenvolvimiento y beneficios que aporta el contacto con animales en niños, obteniendo datos puntuales y de una fuente confiable. La profesional cuenta con una experiencia vigente con niños.

La médico veterinario zootecnista Brenda Ayres Diaz podrá aportar valiosos consejos acerca del control y mantenimiento médico que debe contar cada especie. Por su amplia experiencia con animales de granjas puede ser muy útil en la investigación, incluyendo datos que servirán para determinar los requerimientos de espacios y los precios de cada animal así como saber dónde se pueden conseguir.

Por último la entrevista hecha al dueño de la Minigranja podrá ser utilizado más adelante en el plan de operaciones y en las estrategias de marketing que tendrá la investigación.

Es importante decir que con excepción del dueño de la Minigranja, se intentó además reunir datos acerca de la impresión y recomendaciones para la Minigranja, desde su punto de vista profesional.

Durante las entrevistas se incentivará que los participantes expandan sus comentarios mediante sub preguntas, de esta manera se podrá recaudar datos significativos sobre la competencia, tendencias de consumo en productos y servicios orgánicos y eco amigables, posibles proveedores.

4.3.4.1. Resultados entrevista Docente Mary Hernani

El anexo N° 12 resume la entrevista con la Licenciada en Educación Primaria, el interés en obtener esta entrevista parte del proyecto Biohuerto que ella ha desarrollado en el colegio Futura Schools en la sede de Cerro Colorado.

El proyecto, como parte de la metodología que estos colegios desarrollan, intenta transmitir la conciencia ecológica a sus alumnos

y que ellos a su vez la compartan con otros colegios con menos recursos.

Son los niños del tercer grado de primaria quienes están encargados de “La Tierra de Sueños”, tal como denominaron al espacio de 30 m², se encargan tanto de la preparación de la tierra, sembrar, y cuidar a las plantas y vegetales que tienen en el Biohuerto, cultivan chía, quinua, maíz, lechuga, cebolla, entre otros.

Los materiales de las macetas son de materiales reciclados y con diseños de los mismos niños, las semillas y abono fueron donados por un Ingeniero Agrónomo que además les concedió una capacitación en materia de agricultura.

La Profesora informó que los niños muestran mucho interés en participar del Biohuerto, la motivación en ellos ha crecido a medida que ven los resultados de su trabajo en equipo.

Por lo tanto, la Profesora recomendó este proyecto ya que despierta en los niños interés por el medio ambiente y compromiso. Los beneficios según menciona de inculcar esta preocupación por el medio ambiente desde pequeños son diversos y beneficiosos.

Asimismo se le cuestionó sobre los lugares a los que son llevados de paseo los alumnos durante el año, precios y características del servicio.

La Profesora manifestó que no tienen destinados días para paseos específicamente en el currículo de estos colegios, sino más bien los alumnos desarrollan proyectos por semestre, dentro de los cuales puede que se dé la necesidad de salir fuera del colegio, pero también puede que no, los destinos dependen del objetivo del proyecto que cada sección desenvuelva.

Comento la experiencia con la Minigranja BB con la que los niños quedaron complacidos y el precio fue de aproximadamente 13 soles por niño, la visita incluía talleres pequeños y la interacción con animales como un lechón, un ternero, pollitos y conejos.

La Profesora luego de comentarle sobre el negocio que se desarrolla en esta investigación, reacciono positivamente afirmando que sí lo recomendaría en su institución mediante reuniones de docentes, las

características que tomaría en cuenta en el sitio serían la seguridad, calidad de servicio, higiene y entretenimiento para los niños.

Aplaudió la iniciativa y propuso una tarifa de 13 soles por niño, además comentó que le gustaría que hubiera variedad de juegos para todas las edades.

4.3.4.2. Resultados entrevista Psicóloga Educativa Karim Mena

La psicóloga Karim, que al igual que la Profesora Mary, labora en el Colegio Futura School con la diferencia que es en la sede de Tiabaya, explicó ampliamente los beneficios de la interacción con animales, indicando que la interacción tiene un propósito terapéutico y que permite que el niño desarrolle cualidades como responsabilidad, amabilidad, madurez, autonomía, entre otros.

La edad que considera adecuada para interactuar con animales es desde los 5 años, pero en edades más tempranas debe ser con supervisión.

También se deseaba conocer la importancia de introducir una cultura ambientalista que procure el cuidado del planeta y los seres vivos en los niños, a esto la especialista respondió que es mucho mejor introducir estos pensamientos en un niño que tratar de cambiarlos en un adulto. Entonces mencionó beneficios como la solidaridad, desprendimiento, autonomía, todo esto lo otorga un contacto y cuidado de la naturaleza, definitivamente este es un punto importante que se podría utilizar en el negocio a modo de promoción.

Al igual que con la Profesora Mary, se le consultó acerca de las actividades al aire libre programadas para alumnos de primaria y respondió que no se hacen normalmente a menos que estén incluidas en los proyectos que desarrollan.

Posteriormente a escuchar la definición de la Minigranja, manifestó interés por el negocio sobre todo por el plus de ser educativo y la intención por transmitir el cuidado por el medio

ambiente, afirmó que definitivamente si existiera el negocio, lo recomendaría en la institución ya que pertenece al Concejo del colegio y lo plantearía de todas maneras.

Recomendó que las áreas sean apropiadas para los niños de todas las edades y que la tarifa de ingreso podría ser de 15 a 20 soles por niño y hasta de 12 soles por acompañante adulto.

Los atributos que debería tener el espacio deberían ser la seguridad y contar con personal que se ocupe de los niños.

Los parámetros citados en la entrevista fueron valiosos para construir el concepto de la Minigranja y conocer con claridad qué es lo que un profesional que labora en un Centro Educativo espera de un sitio al aire libre para poder recomendarlo o llevar a sus alumnos.

El anexo N°15 detalla minuciosamente las preguntas, la explicación o motivo de cada pregunta, respuestas e interpretación de las respuestas.

4.3.4.3. Resultados entrevista Médico Veterinario y Zootecnista Brenda Ayres Diaz.

La entrevista hecha a la especialista Brenda Ayres Diaz, quien, fue muy útil sobre todo en el aspecto de cuidados de los animales y los costos por cada animal.

Lo que es más importante destacar es que el costo del mantenimiento depende mucho de la prevención que se de en la exposición de los animales a las enfermedades o adversidades del clima. Es decir, que mientras los animales se mantengan limpios y sus ambientes desinfectados, las enfermedades y por tanto gastos en controles y vacunas, serán mínimos ya que se trata de animales de exhibición, no de producción destinado al consumo humano.

Así también el costo de adquisición de las especies mayores tanto vacas, caballos, y cerdos varía tremendamente según sexo, para ser específicos, una hembra cuesta más que un macho, en muchos casos hasta el doble, incluso los machos se pueden conseguir gratis. Esto debido a que los gastos de alimentación de un macho son el doble al de una hembra y únicamente tienen como destino el consumo, mientras las hembras pueden ser reproductoras.

En resumen, se hablaron de las enfermedades y emergencias médicas que pueden surgir según cada animal, siendo las especies más delicadas los cerdos y las vacas.

A pesar de ello, teniendo en cuenta que únicamente se contará con un ejemplar de cada uno de ellos, los costos no son tan significativos. Así por ejemplo indicó que un ternero merece 3 vacunas el primer año, la vaca 3 a 4 vacunas en el caso que se compre el animal adulto y exactamente igual con los cerdos.

El costo de las vacunas de las vacas varía según laboratorio entre 30 a 50 soles, para el cerdo 50 a 60 soles. Las revisiones son anuales.

El costo de adquisición de una vaca es hasta de 1500, de una ternera 50 soles, de un lechón 50 o 60 soles, una cerda adulta 150 o 200 soles.

Para animales rústicos como llamas, alpacas y ovejas, las enfermedades son casi nulas por estar acostumbrados a climas agrestes y condiciones menores, sin embargo las vacunas se dan una vez por año y tienen un costo entre 20 y 40 soles. El costo de adquisición de uno de estos ejemplares varía entre 50 a 100 soles máximo.

Por último, los animales más pequeños como cuyes y conejos son tremendamente económicos ya que no necesitan vacunas,

sino vitaminas y antiparasitarios que tienen un costo de S/. 0.50 por animal y se colocan una vez al año. El costo de adquisición varía entre 5 a 15 soles.

Las aves de corral como patos, gansos y gallinas al igual que los conejos no requieren vacunas sino vitaminas y antiparasitarios con un costo de S/.0.40 y S/. 0.70 respectivamente. El costo de adquisición varía entre 5 a 30 soles por especie según la edad del mismo.

El espacio requerido varía según las dimensiones del animal yendo desde 15 m² para una vaca y 1 m² para un ave de corral.

Se aprovechó la entrevista para conocer el punto de vista como padre de familia de un niño de 3 años acerca de la Minigranja, declaró interés sobre el negocio y afirmó que asistiría con su familia debido a que la idea es bastante positiva, además de una alternativa muy buena sobre los centros comerciales a los que acostumbra llevar a su menor hijo.

Mencionó que son muchas las cualidades que genera en un niño el contacto con animales sobre todo afectivos y motivacionales, por lo tanto la Minigranja sería muy beneficiosa para el aprendizaje emocional del niño.

4.3.4.4. Resultados entrevista al Gerente y Propietario de la Minigranja Móvil Tres Marías Oscar Castillo Mejía.

La entrevista realizada al Propietario de la Minigranja Tres Marías, más conocida como Minigranja Móvil BB, fue muy difícil de acceder y se pudo ser sinceros del todo con respecto a la búsqueda de información ya que de manera informal nos indicó que no podía darle información de su negocio a su futura competencia, sin embargo bajo ciertas condiciones y parámetros

no del todo reales se obtuvieron datos valiosos acerca de las operaciones de su negocio.

Respaldado por muchos años de experiencia y estudios relacionados a Pecuaria, actualmente se desarrolla además como asesor de Agro negocios, especialista en gestión de granjas y administrador de una propia puede validar sus palabras. El experto afirma sentir un cariño grande por la naturaleza y su interés por contribuir al medio ambiente a través de sus actividades y acciones.

Como exhibe el anexo N°19, donde figuran las preguntas con explicaciones e interpretaciones, el inicio sus operaciones en el año 2013, se vieron afectadas por la falta de seguridad que sentían los clientes al no tener un local físico y dudar de su palabra, además de no entender bien el formato de su servicio. Esto se pudo contrarrestar a través de hacerse reconocido por su servicio con publicidad que él mismo generó en redes sociales, sus primeras presentaciones fueron con amigos y conocidos, y así poco a poco fue surgiendo.

Dentro de su propuesta, figuran tres servicios que ofrece en nidos y colegios principalmente, eco talleres de reciclaje y pintura, Programa Vida, que es como denomina al contacto mismo y alimentación de sus animalitos y el otro servicio que ofrece son sus eco módulos desplegables, que son los cercos donde mantiene a los animalitos y el mismo los proporciona.

Dentro del denominado “Programa Vida”, los participantes pueden alimentar, acariciar y relacionarse con los animales. Dentro de los “Eco talleres”, se pueden pintar alcancías, se enseña la clasificación de los residuos según su tipo y a través de un estetoscopio que él mismo proporciona, se puede escuchar los latidos del corazón de los animales. Todo esto con una tarifa

de entre 11 a 12 soles por persona dependiendo de la cantidad de asistentes.

Además ofrece el servicio de entretenimiento en fiestas infantiles donde ofrece básicamente lo mismo, con la opción de agregar como regalo de cumpleaños a todos los niños asistentes, un pollito.

El contacto es por llamada telefónica o Facebook, este último medio es su principal fuente de publicidad y por medio de la cual consigue la mayoría de sus contratos. Menciona que normalmente las personas se enteran de él por recomendaciones de clientes y que corroboran su servicio por la red social. Aquí se denota la importancia de crear una cuenta para la Minigranja. Durante el servicio los participantes que han sido niños de primaria y adolescentes de secundaria, se divierten y se incentiva a su intervención en los talleres. No hay animal favorito porque todos quieren conocer a todos.

El principal atributo que destacan los padres y profesores es que es un entretenimiento sano y educativo además por los beneficios que él mismo.

El alimento que proporciona a sus animales es concentrado, y los costos según pudo detallar son bajos.

Es un negocio estacional afirmó, lo que habrá que considerar en la proyección de la demanda, debido a que por el clima de Arequipa, la demanda disminuye en meses de frío y lluvias como son invierno y verano.

4.3.5. Encuesta.

Para fines de la presente investigación se vio por conveniente encuestar directamente a Padres de familia de los colegios y nidos que estuvieran dentro del sector socio económico objetivo.

Para esto se calculó la población y muestra considerando los niños de 1 a 12 años que es precisamente el mercado objetivo. Los datos se obtuvieron del documento en línea del INEI “Población estimada de la infancia, adolescencia por sexo, según departamentos en Perú al 2014”. Así, calculando la cantidad de niños, se sabrá con mayor exactitud el número de padres que son los que tienen la decisión de compra.

La encuesta figura en el anexo N° 20.

4.3.5.1. Objetivos

Objetivo General:

- Pronosticar la demanda para el negocio de Minigranja dentro del segmento identificado en la ciudad de Arequipa.
- Identificar el comportamiento de elección de los padres de familia en relación a la propuesta de una Minigranja en la ciudad de Arequipa.

Objetivos Específicos:

- Identificar el comportamiento de los niños en sus tiempos libres dentro del segmento identificado en la ciudad de Arequipa.
- Determinar si las instituciones educativas realizan actividades al aire libre, con qué frecuencia y que lugares tienen la preferencia dentro del segmento identificado en la ciudad de Arequipa.
- Identificar qué atributos del servicio tienen mayor relevancia dentro del segmento considerado

- Conocer la disposición de elección de la propuesta de Minigranja en la ciudad de Arequipa.
- Identificar el precio promedio gastado en actividades al aire libre para los niños en la ciudad de Arequipa.
- Conocer si el lugar propuesto para realizar la actividad es de preferencia por el segmento considerado.

4.3.5.2. Población

Según la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados- APEIM, en el 2015, del total de la población en Arequipa, el 4.8% pertenece al sector A, y el 14.4% al sector B. (Ver anexo N° 5).

Además la población estimada de infantes al 2014 según el INEI es de 250 485 niños entre 0 a 11 años como se observa en el Anexo N° 6. Cabe mencionar que se tomó como referencia el año 2014 ya que en el 2015, los niños de 0 años (neonatos) tendrán un año de edad y ya estarían dentro del rango objetivo. Por otro lado, es importante mencionar que el Instituto Nacional de Estadística e Informática no ha proyectado a la población por edades individuales, sino por grupos quinquenales (de a cinco). Por lo cual, se consideraron los grupos de 0 a 5 años y de 6 a 11 años de edad.

Por lo tanto luego de segregar el 19.2% de la población total de Arequipa que pertenece al sector A y B, obteniendo por lo tanto una nueva población de 48 094 niños.

4.3.5.3. Muestra

Como se puede visualizar en el anexo N° 7, el cálculo de la muestra arrojó que se tendría que encuestar a 396 padres de familia.

4.3.5.4. Resultados de la encuesta

La mayoría de encuestados fueron mujeres y con edades de un rango entre 30 a 39 años. Además los distritos donde residían fueron Cayma, Yanahuara y Cerro Colorado. Estos datos serán significativos para poder realizar la ubicación del local posteriormente.

Así mismo, en un 91% de los encuestados, afirmaron tener hijos de edades entre 1 a 12 años.

Las actividades más frecuentes en los tiempos libres de los niños fueron jugar en el parque, paseos en el campo y practicar deportes. La gran mayoría de estos niños son llevados a paseos al aire libre por sus colegios de dos hasta tres veces por año sobre todo a lugares históricos y parques, seguido de Sabandía y Characato.

Los atributos más importantes al momento de escoger un lugar de dispersión al aire libre para sus niños indicaron que son la calidad del servicio, higiene y seguridad.

De 396 personas encuestadas, el 32% afirmó que de todas maneras enviaría o asistiría con sus hijos a la Minigranja y un 63% dijo que posiblemente lo haría, lo que servirá para poder proyectar la demanda.

El precio que la mitad de encuestados estarían dispuestos a pagar sería de un rango entre los 11 a 15 soles, en una menor proporción afirmaron que pagarían entre 5 a 10 soles.

Las características que más retuvieron los encuestados de la Minigranja están en el orden de contacto con animales, que será un servicio educativo y por último que es al aire libre.

En cuanto a la ubicación, a un 67% le pareció bien que la Minigranja se ubique en Cerro Colorado, mientras que un 24% indicó que estaría muy bien esa locación.

4.3.5.5. Datos y Proyección

En base a la información previa se determina que:

- Población: 48094 personas según segmentación explicada
- 45209 personas afirmaron tener hijos entre 1 y 12 años
- 15390 personas tienen hijos entre 1 y 12 años y afirmaron que asistirían
- 29819 personas tienen hijos entre 1 y 12 años y posiblemente asistirían.

Tomando como base solo aquellas personas que confirmaron que SI asistirían tenemos

- 15390 personas que confirman si asistencia.
- 360 días del año
- Lo que implica que deberían asistir 43 personas por día
- Que sería 1283 personas por mes

Considerando que por más que la encuesta arroje un resultado tan optimista, debemos tener claro que existen un margen de error así como posibles cambios en la demanda dependiendo de diversos aspectos no cuantificables, por ello se ha considera que solo la mitad de la población que afirma su asistencia, y sobre este 50% solo el 80% aproximadamente realmente culminara la compra el primer mes, lo que nos da:

- De la demanda de 1283 personas por mes, solo se considerará 335 personas para el primer mes.
- Por lo tanto de la demanda esperada según encuesta, solo tomaremos el 26% para el primer mes.

- Durante el primer año en total solo tomaremos el 65% de la población que afirmo asistir.

Un incremento gradual según el mes y su estacionalidad (vacaciones escolares, día del niño, verano, etc), nos lleva aun máximo de 1176 personas en el mes de setiembre (razón básica el día del estudiante), aun así no llegamos al teórico de personas según encuesta.

El colocarnos en un escenario “pesimista” considerando solo el 26% de la demanda teórica según encuestas, nos lleva a tener datos más reales y menos soñadores.

De igual forma el crecimiento de ventas para cada año será de 15% para el segundo año y 10% para los años 3 4 y 5, la razón de esto será

- La región Arequipa tiene un potencial de crecimiento entre 5% y 5,5% para este año y el 2016¹⁶.
- Existen oportunidades relevantes en el mediano y largo plazo en lo referente a esparcimiento y diversión, y transportes y comunicaciones (potencial máximo de crecimiento de entre 500% y 600%).¹⁷
- Se hará uso de un plan de marketing con metas planteadas que permitan incrementar las ventas y captar a las 29819 personas que tienen hijos entre 1 y 12 años e indicaron que posiblemente asistirían.
- Se conoce por encuesta que 15390 personas confirman su asistencia en el primer año, y en el año 5 con la proyección planteada se llega a 15301 personas.

¹⁶ El Comercio. (Junio del 2015). EY: Arequipa es la tercera mayor economía del Perú. 14 de Noviembre del 2015, de El Comercio Sitio web: <http://elcomercio.pe/economia/peru/ey-arequipa-tercera-mayor-economia-peru-noticia-1819716>

¹⁷ Aurum Consultoría y Mercado. (Abril del 2015). Informe Perspectivas Económicas 2015, Región Arequipa. 13 de Noviembre del 2015, de Aurum Consultoría y Mercado Sitio web: http://ucsp.edu.pe/cegeb/wp-content/uploads/2015/04/AURUM_Informe-Perspectivas-Econ%C3%B3micas-2015-Regi%C3%B3n-Arequipa_Abril-2015.pdf

4.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Como se mencionó anteriormente, en Perú el negocio de Minigranja está recién incursionando. La oferta principal del servicio es la de contacto con animales y un área de recreación, más no son necesariamente autosustentables, no se brindan talleres educativos por lo cual el presente negocio ofrece un plus importante.

4.4.1. Competencia directa

4.4.1.1. Minigranja Móvil BB.

Su servicio consta de la exhibición y contacto con animales de razas enanas o animales de temprana edad.

El propietario y gerente es Oscar Castillo Mejía quien coordina visitas por medio de contacto telefónico o Facebook, posteriormente envían un presupuesto por niño dividiéndose este en paquetes según la cantidad de participantes.

Los servicios que ofrece son de contacto, alimentación a animales que pueden ser; Lechón (01); pollos (20); patos (4); codorniz (2); conejos (2); cuy (2); perrito (2). Brinda talleres denominados eco talleres en donde con Tachitos Recicladores enseña a la clasificación de los residuos. Además permite escuchar los latidos de los animalitos con el uso de estetoscopios que la empresa provee.

Los requisitos para contratar a la Minigranja BB son suministrar Alimento concentrado, agua, forraje verde y biberones con leche.

La empresa tiene una tarifa de S/.11 por niño si la cantidad total es de hasta 40 a 59 niños. La tarifa cambia cuando se trata de mayor cantidad de niños, es así que la tarifa es de S/. 12 por 60 a más niños como figura en el anexo N° 1.

4.4.2. Competencia indirecta

4.4.2.1. Zoomundo Arequipa.

Es el parque zoológico de la Ciudad que desde 1998 dispone de una amplia variedad de especímenes silvestres. Se ubica en el distrito de Paucarpata, bastante alejado del centro de la Ciudad. La tarifa por niño es de S/2 y de adulto S/. 5, además por la visita guiada se suma S/. 2 más a la tarifa, esto debe ser previa coordinación y solamente en días particulares.

En cuanto a infraestructura, las instalaciones han sufrido daños del clima y el uso, el mantenimiento es pobre. Posee una zona de recreación con juegos infantiles, pero estos están deteriorados ya casi inútiles.

4.4.2.2. Parque Selva Alegre.

Es el área verde pública más extensa de Arequipa, es considerado el "Jardín de la Ciudad", aperturado en 1940, desde entonces se ha convertido en un atractivo turístico. Dividido en 3 áreas, 2 públicas y 1 privada perteneciente al Hotel Libertador. Cuenta con unas pocas especies de animales como patos, gansos, llama y alpaca.

El ingreso al parque tiene el precio de un nuevo sol, según disposición de la Municipalidad de Arequipa, entidad encargada del Parque.

Además existe un ambiente destinado al Vivero Municipal donde se encuentran diversas clases de plantas.

La Campiña de Arequipa comprende principalmente los distritos de Sachaca, Tiabaya, Cerro Colorado, Cayma, Socabaya Characato, en donde se disfruta de áreas verdes de sembríos y campos donde usualmente los habitantes de la ciudad pasan fines de semana haciendo *campings*. Se pueden distinguir especies de ganado que son visualizadas a cierta distancia ya

que pertenecen a los campesinos que tienen tierras por la zona. No se puede hablar de un precio ya que son ambientes que por costumbre son abiertos al público.

4.4.3. Matriz de perfil competitivo.

A continuación se ha ponderado en una matriz MPC los principales factores clave de éxito que son importantes en este tipo de negocio. Se consideró la competencia directa e indirecta más importante ya antes mencionada. La información se obtuvo a través del Focus Group realizado como parte del estudio de mercado.

Se respetó la metodología de la matriz MPC para la ponderación de valores, asignándolos de la siguiente manera:

- 1: menor debilidad
- 2: mayor debilidad
- 3: menor fuerza
- 4: mayor fuerza

Por lo anterior se desprende que establecer un valor de 1 significa que esa competencia tiene un valor mínimo en cuanto a la característica evaluada, de esta manera irá aumentando hasta el valor de 4 que tiene el valor máximo.

En cuanto a los pesos asignados fueron designados según el criterio necesario aplicado a un modelo de negocio como el que se desarrolla.

Tabla N°03 Matriz Perfil Competitivo - MPC

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO											
		COMPETENCIA DIRECTA						COMPETENCIA INDIRECTA			
Factor clave de éxito	Ponderación	Empresa muestra		Zoomundo Arequipa		Eco Granja Movil "BB"		Parque Selva Alegre		La campiña de Arequipa	
		Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado	Clasificación	Resultado Ponderado
Ubicación	0.20	3.00	0.60	1.00	0.20	3.00	0.60	3.00	0.60	1.00	0.20
Precios competitivos	0.15	2.00	0.30	3.00	0.45	1.00	0.15	3.00	0.45	3.00	0.45
Calidad de servicio	0.09	4.00	0.36	1.00	0.09	3.00	0.27	3.00	0.27	1.00	0.09
Instalaciones en buen estado	0.12	4.00	0.48	1.00	0.12	4.00	0.48	3.00	0.36	2.00	0.24
Seguridad e higiene	0.20	4.00	0.80	1.00	0.20	3.00	0.60	1.00	0.20	1.00	0.20
Cuidado de los niños	0.13	4.00	0.52	2.00	0.26	3.00	0.39	1.00	0.13	1.00	0.13
Visita guiada	0.12	4.00	0.48	2.00	0.24	3.00	0.36	1.00	0.12	1.00	0.12
	1.01		3.54		1.56		2.85		2.13		1.43

Elaboración: Propia

Como puede verificarse en la tabla N° 03, la matriz MPC registra que a pesar de que nuestro negocio es nuevo, se cuenta con factores clave de éxito que podrían destacar de la competencia debido a que son dichos factores en los que se quiere poner hincapié a través de diversas estrategias y políticas de empresa. La empresa de muestra, es decir el presente estudio encabeza la tabla con 3.50 puntos.

La Minigranja BB como competencia directa, tendrá como principal fortaleza que no tiene una ubicación específica, al ser móvil los visitantes no tienen que moverse de sus instalaciones para participar de su servicio. Sin embargo el hecho de transportar los animales genera un costo variable alto lo que genera una debilidad para la empresa provocando precios por encima del mercado. Además no todos los clientes cuentan con un espacio que pueda adecuarse a un servicio de estas características, incurriendo en un gasto mayor por el alquiler de un lugar.

Zoomundo Arequipa tiene como principal fuerza sus precios accesibles, sin embargo la infraestructura pobre y la ubicación son los ítems que según los participantes del Focus Group, dejan mucho por desear.

Por otro lado el Parque Selva Alegre mantiene sus áreas verdes en buen estado, son amplias y atractivas, sin embargo no cuenta con diversidad de animales por lo cual su principal atractivo son las áreas verdes de recreación y distracción.

Por último la Campiña Arequipeña considera varios distritos en donde las personas acuden a relajarse, más al no ser un lugar formalmente conformado para dicho propósito, no cuenta con servicios higiénicos ni áreas distinguidas de recreación, por lo tanto no posee factores de éxito importantes.

4.5. ANÁLISIS OFERTA – DEMANDA

Luego de analizar en forma independiente la oferta y demanda del servicio en mención se llega a la conclusión que:

- Se tiene una demanda confirmada de 15390 personas que tienen hijos entre 1 y 12 años y afirmaron que asistirían.

Demanda	Número de Personas
Demanda Potencial	240, 485
Demanda Disponible	48, 094
Demanda Efectiva	15, 390

- No existe una empresa en Arequipa que realice el servicio que se precisa, sin embargo se tiene la oferta de 01 empresa la cual pese a no cumplir con las características que plantea el estudio, será considerada por ser la más cercana en el mercado de Arequipa, la cual no cuenta con un plan de marketing ni local, por lo que solo ciertos colegios con capacidad en infraestructura pueden tomar sus servicios lo que deja una cifra mínima ya que al comunicarme personalmente con dicha empresa para sondearla al pedir una cotización me dejo en claro que tenía disponibilidad total en días y horas, por lo cual se puede afirmar que en un periodo de 2 semanas aproximadamente no tenía servicios requeridos.

Se concluye que la demanda está totalmente insatisfecha y es un mercado libre y virgen en el servicio propuesto.

5. CAPITULO V ESTUDIO LEGAL

5.1. TIPO DE PERSONERÍA

Primero se dará a conocer los beneficios y perjuicios de formar una empresa bajo Persona Natural o Persona Jurídica, para luego pasar a la clasificación según el tipo de Persona.

Tabla N°04 Ventajas y desventajas según tipo de Personería

	Persona natural	Persona Jurídica
Ventajas	No existen costos de constitución	Responsabilidad Limitada
	Facilidad para la apertura o cierre de la empresa	La pueden conformar más de dos personas
	Facilidad para cambiar de actividad económica	Capacidad para atender clientes corporativos
	Permite acogerse al Nuevo RUS	Mayor acceso a financiamiento
	No paga IGV	
	No paga Impuesto a la Renta	
Desventajas	Sólo paga un monto fijo según las ventas realizadas en el mes	
	Responsabilidad Ilimitada	Costos de constitución y formalización
	No se puede delegar ninguna facultad a otro representante	No es posible acogerse al RUS
	Sólo puede existir un inversionista	Restricciones por cambio de actividad económica
	Dificultad para acceso a financiamiento	

Elaboración: Propia

Fuente: Mi empresa Propia (MEP)

Tabla N°05 Tipos de Personería

	PERSONA NATURAL	TIPO DE PERSONA JURÍDICA			
		UNIPERSONAL	EN SOCIEDAD		
	UNIPERSONAL	Empresa Individual de Responsabilidad Limitada E.I.R.L	Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada-S.R.L.:	Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C)	Sociedad Anónima (S.A.)
Cantidad de personas que lo constituyen	Una sola persona	Una sola persona	2 a 20 personas	2 a 20 personas	2 a más personas
Capital social	Dinero, bienes muebles o inmuebles	Dinero, bienes muebles o inmuebles	Participaciones	Acciones	Acciones
Responsabilidad de la empresa	Responde con su patrimonio personal	Limitada al aporte efectuado	Limitada al aporte efectuado	Limitada al aporte efectuado	Limitada al aporte efectuado
Órganos administrativos	El titular hace las funciones del gerente	Titular y Gerente	Junta General de Socios y Gerentes	Junta General de Accionistas. Directorio (Opcional) y Gerencia	Junta General de Accionistas. Directorio y Gerencia

Elaboración: Propia

Fuente: Mi empresa Propia (MEP), SUNAT

5.2. INSCRIPCION EN LA SUNARP

A continuación se describe en Tabla N°06 los pasos y costos para registrar a empresa. Cabe mencionar que el este paso no es obligatorio para las empresas que se conformen como Persona Natural.

Tabla N°06 Pasos y costos para el registro de Persona Jurídica

PERSONA JURÍDICA		
Persona Facultada	Paso a realizar	Costo
Titular o Abogado	Búsqueda y reserva del nombre de la empresa	
	Costo de búsqueda	S/. 5.00
	Costo de reserva	S/. 18.00
Abogado	Elaboración de la Minuta de Constitución	S/. 250.00
Notario	Declaración Jurada de los bienes aportados	S/. 15.00
	Transcripción de la Minuta en una Escritura Pública	S/. 250.00
Notario	Derechos de calificación en SUNARP	S/. 40.00
	Derechos de inscripción SUNARP (s/.3.00/1000 del valor del capital)	S/. 300.00
	Costos por representante Legal en SUNARP (S/. 22.00 por cada representante legal)	S/. 22.00
COSTO TOTAL		S/. 900.00

Elaboración: Propia

Fuente: Mi empresa Propia (MEP), SUNARP

5.3. AFECCION TRIBUTARIA

En este punto se mencionarán las principales características de los regímenes tributarios más comunes utilizados por las empresas.

Tabla N°07 Tipos de regímenes tributarios

	Régimen Especial	Régimen general	Nuevo RUS
Ingresos	No puede exceder los S/. 525000 en ventas anuales	Ingresos brutos anuales mayores hasta 150 UIT	No puede exceder los S/. 30000 en ventas mensuales
Valor de los activos fijos	No debe superar los S/.126000	No existe límite	No debe superar los S/.70000
Impuesto a la Renta	Impuesto a la Renta: 1.5% de los ingresos mensuales	28% Impuesto a la Renta	Únicamente paga una cuota mensual según ventas y de acuerdo a un cronograma
Impuesto general a las ventas (IGV)	18% Impuesto general a las ventas (IGV)	18% Impuesto general a las ventas (IGV)	
Tipo de Comprobantes de Pago	Facturas	Facturas Boletas de venta	Boletas de venta
	Boletas de venta	Tickets	
		Liquidación de compra	
	Tickets	Notas de crédito Notas de débito	
	Factura Electrónica	Guías de remisión remitente	
		Guías de remisión transportista	
Acceso fiscal por compras efectuadas	Sí	Sí	No
Otros documentos obligatorios	Registros de Compra y Venta	Libro diario	No requiere contador
	Declaraciones Mensuales	Presentación de Estados Financieros	No requiere contabilidad
Tipo de Persona que puede acogerse	Cualquier tipo de persona jurídica	Cualquier tipo de persona jurídica	EIRL o Persona Natural

Elaboración: Propia

Fuente: Mi empresa Propia (MEP), SUNAT

5.3.1. Solicitud de RUC en SUNAT

A continuación se describen los pasos para obtener el Registro único del Contribuyente (RUC). El RUC es el registro obligatorio en el cual todos los contribuyentes del país están obligados a inscribirse. En el constan datos sobre la empresa y del titular; razón social, domicilio fiscal, actividades económicas que desarrolla, y datos personales del contribuyente.

El RUC identifica a cada contribuyente con 11 dígitos mediante el cual realiza los trámites en SUNAT.

Tabla N° 08 Requisitos de inscripción personas

Requisitos de inscripción personas naturales (excepto Régimen General y Régimen Especial)	
Si la dirección que se va a registrar es la misma que figura en el dni	Si la dirección que se va a registrar no es la misma que figura en el dni
Original y copia del DNI vigente.(*)	Original y copia del DNI y alguno de los siguientes documentos:
Siempre que el titular se inscriba en el RUC para:	Recibo de servicio:
1. Nuevo RUS - Nuevo Régimen Único Simplificado	Recibo de agua, luz, telefonía fija, telefonía celular, internet, gas natural o televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los dos (2) últimos meses.
2. Rentas de primera categoría (ejemplo: Arrendamiento de bienes)	Documentos emitidos por entidad bancaria
3. Rentas de segunda categoría (ejemplo: la venta de inmuebles adquiridos desde el 01.01.2004, venta de acciones, etc.).	Estados de cuenta de entidades bancarias y financieras supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP cuya fecha de emisión esté comprendida en los dos (2) últimos meses.
4. Rentas de cuarta categoría (ejemplo: trabajadores independientes).	También se podrán presentar un duplicado o segundo original de los recibos y estados de cuenta mencionados que sean emitidos por la empresa o entidad bancaria respectiva o un ejemplar impreso de los citados documentos, cuando hubieran sido puestos a disposición del usuario a través de canales virtuales.(**)

Elaboración: Orientación SUNAT

Fuente: Orientación SUNAT

Tabla N° 09 Requisitos generales para la inscripción de personas jurídicas

Requisitos generales para la inscripción de personas jurídicas		
Aplicables si el trámite lo efectúa el titular		
Con representante legal peruano:	Alguno de los siguientes documentos:	Partida Registral Certificada (ficha o partida electrónica) emitida por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario
DNI vigente.	Recibo de servicio:	
Con representante legal extranjero:	1. Recibo de agua, luz, telefonía fija, telefonía celular, internet, gas natural o televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los dos (2) últimos meses.	
Carné de extranjería, cédula diplomática de identidad, pasaporte con una visa y calidad migratoria de: artista, trabajador independiente o inmigrante	2. Última declaración jurada del impuesto predial o autoavalúo	
	3. Contrato de Alquiler o cesión en uso con firmas legalizadas notarialmente	
	4. Contrato de Compra venta del inmueble o título propiedad emitido por COFOPRI	
	Documentos emitidos por entidad bancaria Estados de cuenta de entidades bancarias y financieras supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP cuya fecha de emisión esté comprendida en los dos (2) últimos meses.	
	También se podrán presentar un duplicado o segundo original de los recibos y estados de cuenta mencionados que sean emitidos por la empresa o entidad bancaria respectiva o un ejemplar impreso de los citados documentos, cuando hubieran sido puestos a disposición del usuario a través de canales virtuales.(*).	

Elaboración: Orientación SUNAT
Fuente: Orientación SUNAT

5.3.2. Legalización de libros contables

La legalización de los libros contables está a cargo de un Notario.

El contenido que debe constar en los libros contables varía según el tipo de Régimen al que la persona se haya acogido, cabe recordar que el uso de estos libros únicamente es obligatorio para el Régimen Especial y el Régimen General.

Así entonces según la Guía de Constitución y Formalización de Empresas de la SUNAT¹⁸ los requisitos para la contabilidad según cada régimen son:

A. Régimen Especial del Impuesto a la Renta, RER.

- Libro de Inventarios y Balances, el cual debe contener los siguientes anexos:
 1. Balance de Comprobación Anual
 2. Detalle anual de saldos de las cuentas contables
 3. Control mensual de la cuenta: 10 Caja y Bancos
 4. Control anual de las cuentas: 20 Mercaderías y 21 Productos Terminados
 5. Control mensual de los bienes del Activo Fijo Propios
 6. Control mensual del Activo Fijo de Terceros
- Registro de Compras,
- Registro de Ventas e Ingresos,
- Libro de Planillas de Sueldos y Salarios en caso de tener trabajadores dependientes, y
- Libro de Retenciones de Renta de 5ta. Categoría

B. Régimen General, RG

- Contabilidad completa
- Libros societarios
- Libro de Actas
- Registro de Acciones Libros contables

¹⁸ SUNAT. (2014). Guía de Constitución y Formalización de Empresas; Legalizando mis libros contables. 03 de Noviembre del 2015, de SUNAT Sitio web: <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso9.pdf>

- Libro de Inventarios y Balances
- Libro Diario
- Libro Mayor Libros y registros auxiliares
- Libro Caja y Bancos
- Libro de Remuneraciones (sueldos y/o salarios), en caso de tener trabajadores dependientes
- Libro de Retenciones de Renta de Quinta Categoría en caso de tener trabajadores independientes
- Registro de Inventarios Permanente en Unidades Físicas, en caso de superar las 500 UIT de ingresos brutos anuales
- Registro de Compras
- Registro de Ventas

Los libros de contabilidad deberán estar sustentados con los comprobantes de pago que la SUNAT reconoce y autoriza, según el régimen al que pertenece el contribuyente y el reglamento de comprobantes de pagos.

5.4. **LEY LABORAL MYPES**

En este apartado se mencionarán las características, atributos y beneficios de la nueva Ley de MYPES que rige desde el primero de Octubre del 2008 beneficiando a micros y pequeñas empresas.

Para pertenecer a este tipo de régimen laboral es necesario registrarse en Registro Nacional de la MYPE - REMYPE. El portal está bajo la responsabilidad de la SUNAT, a través de este portal, el titular inscribe a su empresa colocando datos básicos y además registrando al menos a 1 trabajador que en el caso de ser SAC, SRL o SA, puede ser el mismo dueño. En los demás como son EIRL o Persona Natural con negocio, tiene que ser un empleado externo.

Los beneficios principales que brinda este régimen es a partir de crear sistemas subsidiados en salud y pensiones para las microempresas, generando ahorros significativos en la compañía.

En la tabla N°10 se describen las características principales de las empresas micro y pequeñas.

Tabla N° 10 Características de las MYPE

TIPO DE EMPRESA	TRABAJADORES	VENTAS BRUTAS ANUALES
Microempresa	1 a 10	Máximo 150 UIT (S/. 532500)
Pequeña Empresa	1 a 100	Máximo 1700 UIT (S/. 6035000)

Elaboración: Propia

Fuente: Mi empresa Propia (MEP)

El Régimen Laboral Especial creado por la Ley N° 28015 tiene por destino la promoción de la formalización de la MYPE a través de facilitar el acceso a los derechos laborales y de seguridad social a los colaboradores, conductores y empleadores.

En la tabla N° 11 se ha realiza una comparación de las características entre este tipo de régimen y el Régimen general.

Tabla N° 11 Comparación entre el Régimen General y el Régimen Especial

ATRIBUTO	REGIMEN GENERAL	REGIMEN ESPECIAL	
		MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
REMUNERACIÓN	S/. 750.00	S/. 750.00	S/. 750.00
JORNADA	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales	8 horas diarias o 48 horas semanales
DESCANSO SEMANAL	24 horas continuas y pago por sobretiempo	24 horas continuas y pago por sobretiempo	24 horas continuas y pago por sobretiempo
VACACIONES	30 días (se puede reducir a 15 días si se compran las vacaciones)	15 días (se puede reducir a 7 días)	15 días (se puede reducir a 7 días)
ASIGNACIÓN FAMILIAR	Sí	No	No
CTS	Sí	No	15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
GRATIFICACIONES	Una remuneración extra mensual en julio y diciembre	No	Media remuneración mensual en julio y diciembre
UTILIDADES	Sí	No	Sí, cuando corresponda
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	1 1/2 remuneración por año.	10 días de remuneración por año de servicios	20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
	Tope 12 remuneraciones.	Tope de 90 días de remuneración)	Tope de 120 días de remuneración
SEGURO DE SALUD	Trabajador es asegurado regular	Essalud o SIS subsidiado	Essaud
SCTR	Sí, cuando corresponda	No	Sí, cuando corresponda
PENSIONES	El trabajador decide el sistema pensionario de forma obligatoria	No afiliado: afiliación y aporte opcional	Afiliación y aporte obligatorios al SNP o SPP
		Afiliado: Aporte obligatorio	

Elaboración: Propia
Fuente: Promoción de Exportación en Perú PROMPEX, SUNAT

5.5. LICENCIAS Y PERMISOS

5.5.1. Licencia de funcionamiento

A través de esta licencia otorgada por la Municipalidad de Arequipa, se autoriza al ciudadano a desarrollar sus actividades económicas en el establecimiento determinado que haya escogido.

Tabla N° 12 Pasos y costos para la autorización de Licencia de Funcionamiento

REQUISITOS PARA LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO		
1	Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:	
	a) Numero de R.U.C. y D.N.I. o carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.	
	b) D.N.I o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.	
2	Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.	
3	Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o	
4	Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.	
5	Pago de Tasa por derecho de trámite correspondiente	
	a) Para Establecimientos de (Hasta 100 m2) S/ 279.00	S/ 279.00
	b) Para Establecimientos de (De 101 m2 hasta 500 m2) S/ 293.00	S/ 293.00
	c) Para Establecimientos de (De 501 m2 a mas) S/ 128.00	S/ 128.00
	Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:	
	a) Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.	
	b) Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normatividad vigente, en la Declaración Jurada.	
	c) Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley la requieran de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento.	
	d) Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de	
	e) Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.	

Elaboración: Propia

Fuente: Servicios al Ciudadano- Municipalidad de Arequipa

5.5.2. Licencia de avisos publicitarios

Esta licencia es necesaria para hacer promoción a la compañía dentro o fuera del establecimiento.

En la tabla N° 13 figuran los pasos y costos que se tienen que realizar en la Municipalidad de Arequipa.

Tabla N° 13 Pasos y costos para la autorización de Licencia de Avisos Publicitarios

AUTORIZACION INSTALACION DE ANUNCIOS Y PROPAGANDA (PANELES, ESCAPARATES O VITRINAS, AVISOS Y OTROS)		
1	Solicitud	
2	Diseño y Características del Anuncio (Color, forma, dimensión, área, texto, tipo e iluminación) incluye Bambalinas.	
3	Croquis de ubicación	
4	Copia de Licencia de Apertura de Establecimientos	
5	Diseño estructural del soporte y panel firmado por Ingeniero Civil	
6	Carta de responsabilidad técnica, firmada por Ingeniero Civil (sólo en caso de instalación de paneles)	
7	Tarjeta de Propiedad (sólo en el caso de vehículos)	
8	Permiso de Operaciones (sólo en caso de vehículos de servicio público)	
9	Inspección Ocular:	S/. 3.42
10	Recibo de pago por Derechos de Autorización : % UIT	
	a) EN PROPIEDAD PRIVADA -FACHADAS Y TECHO	
	-Panel opaco y letras sueltas por cada m2. o fracción	S/. 7.74
	-Opaco adosado por cada m2. o fracción	S/. 1.94
	-Opaco banderiforme por cada m2. o fracción	
	-Luminoso adosado por cada m2. o fracción	S/. 5.48
	-Luminoso banderiforme por cada m2. o fracción	S/. 7.74
	-Parasol por cada m2. o fracción (En zona monumental sin publicidad)	S/. 3.87
	b) EN VEHICULOS	
	-Rotativo en vehículos menores por cara (Taxis y similares)	S/. 2.00
	-Rotativo en vehículos mayores por cara (Omnibús, Couster camiones y similares)	S/. 4.00
	-Casquetes en taxi	S/. 1.00
	c) AIRES DE VIA PUBLICA CON POSTE PROPIO	
	-Panel por cada m2. o fracción / año	S/. 9.68
	-Poste para panel, por cada poste	S/. 4.52
	-Paletas m2 por cara	S/. 3.87
	d) EN CARTELERAS MUNICIPALES.	
	-Por ocho días / por cada m2.	S/. 0.52
	e) PERIFONEO POR 8 HORAS (fuera de Zona Monumental)	S/. 3.87

Elaboración: Propia

Fuente: Servicios al Ciudadano- Municipalidad de Arequipa

5.6. REGISTRO DE MARCA

En este apartado se detallan los pasos para registrar la marca en las oficinas de Indecopi

Tabla N° 14 Pasos y costos para el registro de la marca en Indecopi

REGISTRO DE MARCA EN INDECOPI		
1	Búsqueda de marca o atributo	S/. 35.00
	Debe pagar el derecho de trámite.	S/. 549.48
2	Presentar el formato de solicitud correspondiente, consignando datos de identificación del solicitante o el poder notarial	
3	Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. (LOGOTIPO).	
	- Descripción semiótica detallada.	
	- 5 reproducciones en un encuadre de 5x5cm.	
4	- Si el logo es a colores las reproducciones deberán ser a color y se adjuntará código Pantone de cada color o su equivalente en CMYK.	
	Indicar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que desea registrar, así como cuál es la clase en la que se solicita dicho registro.	
5	La respectiva Orden de Publicación o Notificación correspondiente le será entregada después de 15 días hábiles de haber presentado la solicitud de registro, en la Unidad de Trámite Documentario.	S/. 245.00
6	Una vez aceptada la Solicitud de Registro, usted deberá acercarse a la Oficina del Diario Oficial “El Peruano” y solicitar la publicación por única vez	
7	Dentro del plazo de 3 meses de recibida la Orden de Publicación, el solicitante debe realizar la publicación en el Diario Oficial El Peruano.	
8	En los siguientes supuestos:	
	a) Marcas Colectivas y Marcas de Certificación: adicionalmente se acompañará el Reglamento de Uso correspondiente.	
	b) Nombre Comercial: señalar fecha de primer uso y acompañar prueba que lo acrediten, asimismo acompañar pruebas que acrediten el uso actual del nombre comercial para cada una de las actividades que se pretenda distinguir.	
	c) Lema Comercial: indicación del Signo al cual se asocia el Lema Comercial, indicando el número de Certificado o, en su caso, del expediente de la solicitud de registro en trámite.	
COSTO TOTAL		S/. 829.48

Elaboración: Propia

Fuente: Indecopi

5.7. **NORMAS COMPETENTES**

Para cumplir con las reglas de establecimientos de entretenimiento con animales que no serán destinados al consumo, todos los animales deberán ser desparasitados y vacunados según la periodicidad estipulada por animal.

La Minigranja deberá tener el control de las atenciones médicas que haya recibido cada especie.

Así mismo las personas que trabajen en la Minigranja deberán tener el certificado de salud vigente.

5.8. **PERSONA JURICA DE LA EMPRESA**

A través de la investigación descrita a lo largo de este capítulo se ha visto por conveniente constituir una Persona jurídica por las ventajas al limitar el patrimonio personal del aporte social de la empresa, lo que exhorta del riesgo que los acreedores podrán ejecutar un cobro de la fortuna propia. Asimismo constituir una persona jurídica ofrece la ventaja de adquirir mayor presencia y credibilidad en el mercado, lo que definitivamente es trascendente al permitir mayor acceso a crédito.

El tipo de empresa será Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), ya que se trata de socios y por otro lado se acogerá al Régimen General de impuesto a la Renta.

Al formar parte de una Microempresa, se aprovechará la ley de MYPES a través de la cual se registrará a la empresa en el Registro de micro y pequeña empresa REMYPE por la que se obtendrán beneficios sustanciales en cuanto a pago de beneficios laborales como ya se tocó el punto 5.4.

El monto total de inversión legal para la formalización y constitución de la empresa asciende a S/.1418.40 como muestra la tabla N°15.

Tabla N° 15 Inversión en formalización del negocio

INVERSIÓN EN FORMALIZACIÓN DEL NEGOCIO	
Actividad	Costo
Elaboración y elevación de la minuta	S/. 300.00
Búsqueda y reserva del nombre de la empresa	S/. 23.00
Elaboración de la Minuta de Constitución	S/. 250.00
Declaración Jurada de los bienes aportados	S/. 15.00
Transcripción de la Minuta en una Escritura Pública	S/. 250.00
Derechos de calificación en SUNARP	S/. 40.00
Derechos de inscripción SUNARP	S/. 120.00
Costos por representante Legal en SUNARP	S/. 22.00
Solicitud de Licencia Municipal de Funcionamiento	S/. 293.00
Comprar libros contables	S/. 20.00
Legalizar los libros	S/. 20.00
Inscribir a los trabajadores en ESSALUD	S/. 38.40
Certificados de salud	S/. 27.00
COSTO TOTAL	S/. 1,418.40

Elaboración: Propia

6. CAPITULO VI ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico evaluará el proceso de producción del servicio, precisando los pasos para su elaboración, ya que se ha culminado el estudio de mercado, del estudio técnico se obtiene la base para el estudio financiero.

6.1. TAMAÑO

Por el tipo de servicio que se brindará, se atraerá clientes en base a las recomendaciones de terceros, a través de la imagen y presentación que se proyecte. Por lo tanto es necesario conocer las dimensiones adecuadas que proporcionen confort a los visitantes para que aprueben el sitio y puedan disfrutar de la experiencia con los servicios que estipulen los reglamentos de ley y además le agreguen valor al negocio.

Por otro lado, se considera necesario proveer a los animales de un ambiente acogedor que permita que se desarrolle y crezca con bienestar.

6.1.1. **Tamaño del local.**

Con el estudio de mercado realizado anteriormente se obtuvieron expectativas en cuanto a las dimensiones del local.

Los participantes del Focus Group mencionaron a los animales que quisieran conocer en la Minigranja, que son de diversas variedades y requieren de un espacio amplio para su visita. Considerando áreas principales con las que debe contar la Minigranja, el área total sería de aproximadamente de entre 400 a 500m².

6.1.2. **Relación Tamaño – Mercado**

Según el estudio de mercado se proyecta recibir a 300 visitantes entre niños y adultos por semana. El local debe estar adaptado para acoger a dicha cantidad de personas y debe contar con todos los implementos en los ambientes destinados a cada fin.

6.1.3. Relación Tamaño – Requerimientos

Basado en la entrevista hecha a la Médico Veterinario y Zootecnista Brenda Ayres Diaz, indicó los espacios según especie que se debería considerar, mencionados en la tabla N° 16

Tabla N° 16 Requerimientos en metros por cada animal de granja

Requerimientos en metros por cada animal de granja	
Especie	Metros requeridos
Vaca	15 m ²
Cerdos	8 m ²
Aves de corral	1 m ² cada 2 aves
Conejos	1 m ² cada 3 animales
Oveja	3 m ²
Llamas	5 m ²
Alpacas	5 m ²

Elaboración: Propia

Fuente: Médico Veterinario y Zootecnista Brenda Ayres

Los ambientes principales que fueron solicitados en las encuestas, entrevistas y Focus Group figuran a continuación en la tabla N° 17, junto con las respectivas medidas que debe tener cada área.

Tabla N° 17 Medidas de las Áreas de la Minigranja

Medidas de las Áreas de la Minigranja	
Área	Metros requeridos
Recepción y oficinas	10 m ²
Servicios Higiénicos	20 m ²
Patio de Comidas	25 m ²
Área de juegos infantiles	35 m ²
Vivero	30 m ²

Elaboración: Propia

Fuente: Investigación de Mercados Minigranja

6.1.4. Tamaño máximo del local

Tomando en cuenta todas las preferencias recaudadas en el Estudio de Mercado, tales como área de camping, parrilladas, juegos de aventura y además colocándonos en el caso de los días de mayor afluencia, el local debería contar con un tamaño máximo de 1500 m².

6.1.5. Tamaño mínimo del local

Por el contrario, si se consideran los requerimientos mínimos en cuanto a ambientes de recreación y reduciendo el número de animales de exhibición, debido a una afluencia de visitantes mínima, entonces el terreno debe suponer 200 m².

Según lo analizado anteriormente, se considera que el terreno deberá tener un área de 440 m² para satisfacer las expectativas básicas y proporcionar un ambiente adecuado al tipo de negocio que se quiere ofrecer que es de esparcimiento.

6.2. LOCALIZACIÓN

En cuanto a la localización, se cree que el plus que ofrece la Minigranja es la accesibilidad, es decir que no es lejana a la ciudad, por lo tanto se ha tratado de buscar terrenos que coincidan con esta premisa y poder ofrecer a los visitantes la experiencia sin tener que salir de la ciudad.

6.2.1. Macro localización

La Minigranja se ubicará en la ciudad de Arequipa, debido a que se ha corroborado que existe demanda insatisfecha. Por otro lado, existe facilidad para conseguir al atractivo principal del negocio, como son los animales de granja, por lo antes visto en las entrevistas, es posible comprar los animales en zonas aledañas a la ciudad o provincias cercanas como Majes y La Joya, por lo tanto se considera una macro localización óptima para este tipo de negocio.

6.2.2. Micro localización

No se mencionó una localización predilecta en la investigación de mercado, pero se mencionó que sería mucho mejor que estuviera dentro de la ciudad para que fuera accesible.

Se preguntó como opción el distrito de Cerro Colorado en el Focus Group de adultos y en las encuestas, debido a que es cercano a los distritos principales donde se encuentra el público objetivo, además que en dicho distrito es posible conseguir áreas amplias que estén en venta o alquiler y que igualmente sean accesibles a la ciudad, las respuestas de los participantes fueron positivas a esta alternativa de micro localización.

Debido a que la empresa es nueva no cuenta con actividad crediticia en los bancos, por lo que no será posible un préstamo para compra de terreno, así mismo el capital no es suficiente para dicho monto, por lo que tendrá que alquilar un terreno por el periodo evaluado del proyecto.

6.2.3. Aspectos de Decisión

En la tabla N° 18 observaremos opciones de terrenos remarcando las características principales que son imprescindibles, como qué cantidad del área total está construida, si tiene todos los servicios disponibles de agua y luz eléctrica principalmente, y sobre todo el costo por metro cuadrado de alquiler o el monto total. Todos los terrenos son de 450 m².

En las dos primeras opciones y la última, el trato es directamente con el propietario, por lo tanto no existen facilidades para negociar el precio y/o el contrato, a diferencia cuando hay de por medio asesores de una Inmobiliaria como es el caso de las otras 2 opciones.

Tabla N° 18 Ubicaciones disponibles

Ubicaciones disponibles para Minigranja					
	Av. Colón	Urb. Santa Cecilia	Urb. Las esmeraldas	Bellavista	Av. Aviación
	J.L.B. y R	Sabandía	J.L.B. y R.	Hunter	Cerro Colorado
M2construidos	0.00	40m ²	0.00	0.00	0.00
Precio de Alquiler	S/. 1400.00	S/. 1200.00	S/. 2000.00	S/. 1800.00	S/. 1500.00
Saneamiento	Total	Total	Total	Total	Total

Elaboración: Propia

6.2.4. Método de Ranking de Factores

En la tabla N° 19 se evalúan los aspectos que se deben tener en cuenta para cada una de las alternativas vistas como opciones para ubicar el negocio en los diferentes distritos de Arequipa considerando la demanda.

La metodología utilizada para este instrumento fue estableciendo valores desde el 1 al 5, siendo el 1 el menos sustancial y 5 el más sustancial.

Los pesos asignados para la ponderación, fueron designados por criterio para un modelo de negocio como el que se desarrolla.

Tabla N°19 Ponderación de las ubicaciones disponibles

PONDERACION DE UBICACIONES DISPONIBLES											
	Peso relativo	Av. Colón		Urb. Santa Cecilia		Urb. Las esmeraldas		Bellavista		Av. Aviación	
		José Luis Bustamante Y Rivero		Sabandía		José Luis Bustamante Y Rivero		Hunter		Cerro Colorado	
		Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Precio del terreno	0.30	4.00	1.20	5.00	1.50	1.00	0.30	2.00	0.60	3.00	0.90
Sistema de Pago flexible	0.17	2.00	0.34	2.00	0.34	4.00	0.68	4.00	0.68	4.00	0.68
Accesibilidad	0.18	3.00	0.54	1.00	0.18	2.00	0.36	3.00	0.54	4.00	0.72
Disponibilidad de Servicios Públicos	0.17	5.00	0.85	4.00	0.68	4.00	0.68	5.00	0.85	5.00	0.85
Seguridad de la zona	0.08	3.00	0.24	3.00	0.24	3.00	0.24	4.00	0.32	4.00	0.32
TOTAL	0.90		3.17		2.94		2.26		2.99		3.47

Elaboración: Propia

A través del análisis se concluye que la alternativa más viable sería en la Av. Aviación en el distrito de Cerro Colorado, ya que obtuvo el mayor puntaje entre todas las demás opciones.

Cerro Colorado es un distrito en Auge gracias a la industria e inversiones nuevas que relacionan el distrito con el resto de la Ciudad, el distrito es muy cercano a Cayma y Yanahuara. El terreno en alquiler a pesar del precio superior a dos de las alternativas propuestas, está ubicado en una zona accesible, un factor determinante para este estudio.

6.2.5. Método cuantitativo Brown y Gibson

Este método combina factores posibles de cuantificar con Factores Subjetivos a los que se asignan valores ponderados de peso relativo. A continuación se muestra el desarrollo de este método paso a paso y se determina la localización más adecuada

Tabla N°20 Codificación de localización

CODIGO	LOCALIZACIÓN
A	Av. Colon - JLByR
B	Urb. Santa Cecilia - Sabandia
C	Urb. Las Esmeraldas – JLByR
D	Bellavista – Hunter
E	Av. Aviación – Cerro Colorado

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al método de Brown y Gibson se procede a ver los costes anuales en miles de dólares para analizar la mejor opción, basándonos en los costes ya establecidos de alquileres, así mismo no se considera ningún otro costo fijo que depende de la ubicación

Tabla N°21 Factores Objetivos

LOCALIZACION	OTROS COSTOS	PRECIO DE ALQUILER	TOTAL (Ci)	RECIPROCO (1/Ci)	$Foi((1/Ci)/(\sum 1/Ci))$
A	0	1400	1400	0,00071429	0,2184466
B	0	1200	1200	0,00083333	0,2548544
C	0	2000	2000	0,0005	0,1529126
D	0	1800	1800	0,00055556	0,1699029
E	0	1500	1500	0,00066667	0,2038835
TOTAL				0,00326984	1

Fuente: Elaboración propia

Netamente hablando de factores objetivos tenemos que la mejor ubicación sería Sabandia, sin embargo se deben considerar los factores subjetivos como parte del método y tenemos la siguiente matriz la cual la hemos desarrollando basándonos en la información de la tabla 19.

Tabla N°22 Factores Subjetivos

FACTOR	A	B	C	D	E	SUMA DE PREFERENCIAS	INDICE W_j
ACCESIBILIDAD	1	0	0	1	1	3	0,375
SEGURIDAD DE LA ZONA	0	0	0	1	1	2	0,25
FLEXIBILIDAD DE PAGO	0	0	1	1	1	3	0,375
						8	1

Fuente: Elaboración propia

Esto nos permite conocer el índice para cada factor.

Se realiza la comparación pareada para designar un valor por factor y ubicación.

Tabla N°23 Comparación Pareada

FACTOR (j)	ACCESIBILIDAD					SEGURIDAD DE LA ZONA					FLEXIBILIDAD DE PAGO				
	Comparaciones pareadas			Suma de preferencias	R_{ij}	Comparaciones pareadas			Suma de preferencias	R_{ij}	Comparaciones pareadas			Suma de preferencias	R_{ij}
	1	2	3			1	2	3			1	2	3		
A	1		0	1	0,125	0	1		1	0,167	1	1		2	0,222
B	0	0	1	1	0,125	0		0	0	-	0	1	0	1	0,111
C	1	0	1	2	0,250	0	1	1	2	0,333	1	0	1	2	0,222
D	1	1		2	0,250		1		1	0,167	1	1		2	0,222
E		1	1	2	0,250		1	1	2	0,333		1	1	2	0,222
TOTAL				8	1				6	1				9	1

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla se ordenen los R_{ij} obtenidos en el paso anterior y agregamos los W_j que son de la tabla de Valores Subjetivos

Tabla N°24 Comparación Pareada

FACTOR	PUNTAJE RELATIVO R_{ij}					INDICE W_j
	A	B	C	D	E	
ACCESIBILIDAD	0,1250	0,1250	0,2500	0,2500	0,2500	0,3750
SEGURIDAD DE LA ZONA	0,1667	-	0,3333	0,1667	0,3333	0,2500
FLEXIBILIDAD DE PAGO	0,2222	0,1111	0,2222	0,2222	0,2222	0,3750

Fuente: Elaboración propia

Para obtener el valor relativo del factor subjetivo (F_{si}) de cada posible ubicación debemos multiplicar los R_{ij} con los W_j

Tabla N°25 Obtención de F_{si}

Localización	$R_{ij}W_j$			F_{si}
	Accesibilidad	Seguridad de la zona	Flexibilidad de pago	
A	0,0469	0,0417	0,0833	0,1719
B	0,0469	-	0,0417	0,0885
C	0,0938	0,0833	0,0833	0,2604
D	0,0938	0,0417	0,0833	0,2188
E	0,0938	0,0833	0,0833	0,2604

Fuente: Elaboración propia

Ahora con los valores relativos de factores objetivos (F_{oi}) y valores relativos para factores subjetivos (F_{si}), procedemos a combinarlos asignándoles una ponderación relativa para obtener una medida de preferencia de localización MPI, para ello se necesita un factor K que determina el valor o peso de los factores objetivos versus los subjetivos, para este caso se considera $K=75\%$ ya que queremos darle un valor de

75% a los factores objetivos y 25% a los subjetivos, para ello se trabaja la siguiente formula

$$MPL1=K (FO1)+ (1-K) (FS1)$$

Donde obtenemos:

Tabla N°26 Obtención del MPL

Localización	RijWj			MPL
	Foi	Fsi	K	Total
A	0,2184	0,1719	75%	0,2068
B	0,2549	0,0885	75%	0,2133
C	0,1529	0,2604	75%	0,1798
D	0,1699	0,2188	75%	0,1821
E	0,2039	0,2604	75%	0,2180

Fuente: Elaboración propia

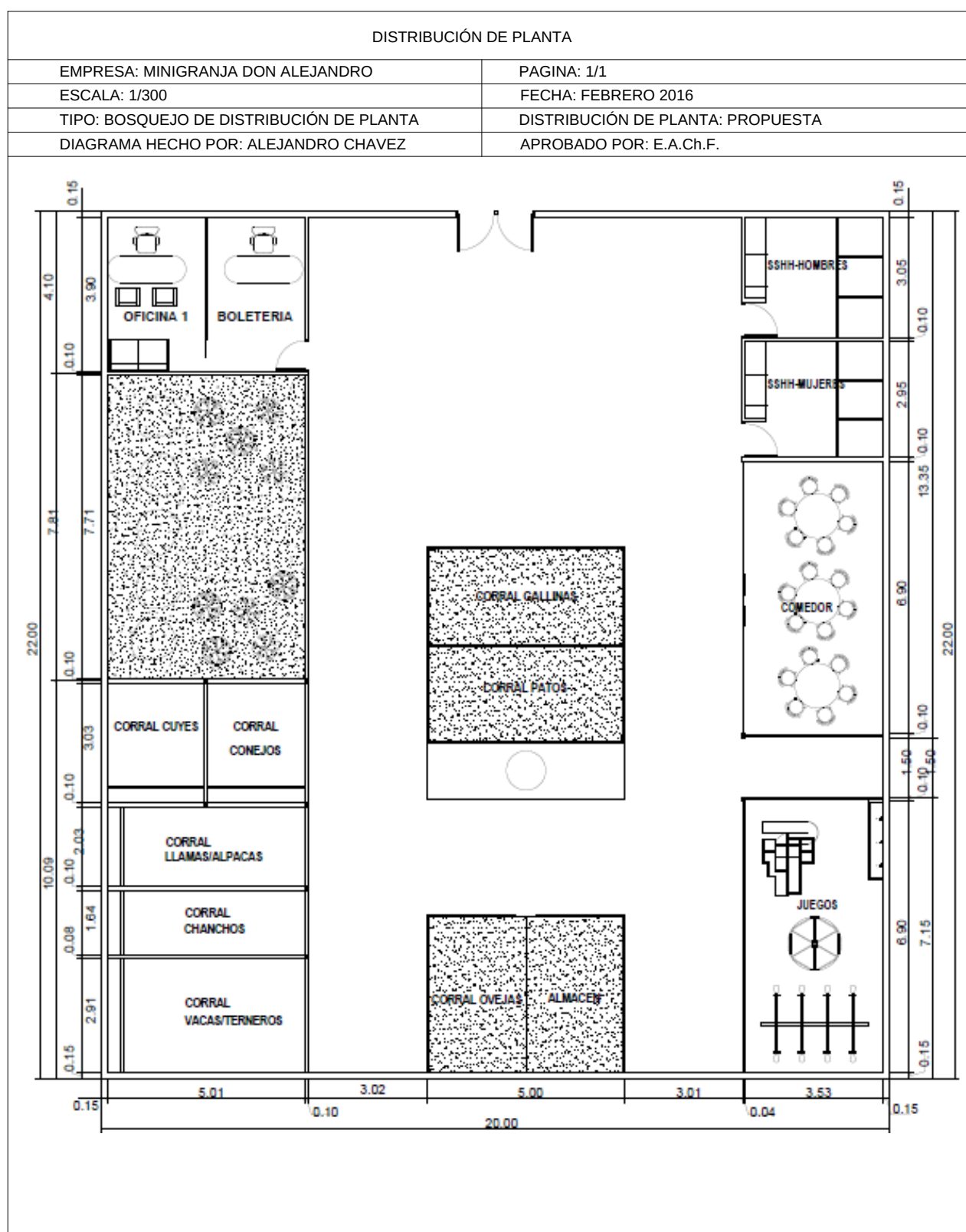
En base al Metodo de Brown y Gibson tenemos que la mejor localización es en E que corresponde a Cerro Colocado.

Luego de aplicar el método de Factores y el Método de Brown y Gibson obtenemos en ambos casos que la mejor opción es Cerro Colorado, por lo que no es necesario realizar otro método adicional

6.3. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

La distribución de planta servirá para tener una aproximación de la disposición de las áreas distinguibles dentro de la Minigranja, cumpliendo con las exigencias de este tipo de establecimiento que también será útil para determinar la eficiencia a largo plazo de las operaciones.

Esquema N° 1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Elaboración: Propia

6.4. INFRAESTRUCTURA

Para el análisis de costos por infraestructura, se han especificado los precios de elaboración e instalación según sea el caso.

Considerando se tiene un terreno de 440m², la distribución de los ambientes de la Minigranja son:

Tabla N° 27– Distribución de ambientes Minigranja

DISTRIBUCION AMBIENTES MINIGRANJA		
AMBIENTE	AREA / Longitud	MATERIALES
Cerco Perimétrico	84.00 m	Ladrillo, Concreto, Agua, Acero , Alambre
Boletaría	9.75 m ²	Drywall, ladrillo, concreto
Oficina principal	9.75m ²	Drywall, ladrillo, concreto
Vivero	38.55 m ²	Puntales de Eucalipto , Malla rashell verde
Corral para conejos	7.57m ²	Puntales de Eucalipto, malla electrosoldada de rombo.
Corral para cuyes	7.57m ²	Puntales de Eucalipto, malla electrosoldada de rombo.
Corral para Llama y Alpaca	10.15 m ²	Puntales y largueros de Eucalipto
Corral para chanchos y lechones	8.15m ²	Puntales y largueros de Eucalipto
Corral par vaca y ternero	15.05m ²	Puntales y largueros de Eucalipto
Corral para Ovejas	10.05m ²	Puntales y largueros de Eucalipto
Gallinero		Puntales de Eucalipto, malla electrosoldada de rombo.
Corral para Patos y gansos		Puntales de Eucalipto, malla electrosoldada de rombo.
Pileta		Puntales de Eucalipto, malla electrosoldada de rombo, concreto
Juegos recreativos	24.15 m ²	Puntales de fierro, malla electrosoladada de rombo, pasto natural
Comedor	24.15 m ²	Mesas de madera, tablones como bancas, puntales de eucalipto, techo de paja.
Servicios Higiénicos	21.00 m ²	Concreto, ladrillo , acero
Pasadizos	44.00 m	Tierra Natural
Almacén	10.00m ²	Drywall
Áreas comunes		Entubado, agua, desagüe, electricidad.

Elaboración: Propia

A continuación se detallara el costo y la cantidad de material que se utilizara en cada uno de los ambientes.

Tabla N° 28 – Costo Cerco Perimétrico

Cerco Perimétrico				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Concreto Premezclado	m3	18.96	S/. 308.00	S/. 5,840.16
Ladrillos	Unid	7200.00	S/. 2.19	S/. 15,768.00
Acero para Columnas	kg	478.35	S/. 4.07	S/. 1,946.87
Subtotal				S/. 23,555.03

Elaboración: Propia

Tabla N° 29 – Costo Boletería – Oficina Principal

Boletería - Oficina Principal				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Concreto Premezclado	m3	1.37	S/. 308.00	S/. 423.04
Losa de Piso	m3	3.01	S/. 308.00	S/. 927.93
Ladrillos	Unid	616.00	S/. 2.19	S/. 1,349.04
Acero para Columnas	kg	31.89	S/. 4.07	S/. 129.79
Tabiquería drywall	Unid	16.00	S/. 44.70	S/. 715.20
Listones para Vigas	Unid	8.00	S/. 40.00	S/. 320.00
Calamina	Unid	8.00	S/. 23.90	S/. 191.20
Subtotal				S/. 4,056.20

Elaboración: Propia

Tabla N° 30 – Costo Vivero

Vivero				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	6.00	S/. 25.00	S/. 150.00
Malla Rashell	Unid	10.00	S/. 11.00	S/. 110.00
Listones para Vigas	Unid	6.00	S/. 40.00	S/. 240.00
Subtotal				S/. 500.00

Elaboración: Propia

Tabla N° 31 – Costo Corral para Cuyes y Conejos

Corral Para Cuyes y Conejos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	2.00	S/. 25.00	S/. 50.00
Malla electrosoldada	ml	10.50	S/. 3.70	S/. 38.85
Listones para Vigas	Unid	2.00	S/. 40.00	S/. 80.00
Subtotal				S/. 168.85

Elaboración: Propia

Tabla N° 32 – Costo Corral para Alpaca y Llama

Corral para Alpaca y Llama				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	4.00	S/. 25.00	S/. 100.00
Malla electrosoldada	ml	8.00	S/. 3.70	S/. 29.60
Listones para Vigas	Unid	2.00	S/. 40.00	S/. 80.00
Calamina	Unid	3.00	S/. 23.90	S/. 71.70
Subtotal				S/. 281.30

Elaboración: Propia

Tabla N° 33– Costo Corral para Chanchos y Lechones

Corral Para Chanchos y Lechones				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	4.00	S/. 25.00	S/. 100.00
Malla electrosoldada	ml	7.00	S/. 3.70	S/. 25.90
Listones para Vigas	Unid	2.00	S/. 40.00	S/. 80.00
Calamina	Unid	3.00	S/. 23.90	S/. 71.70
Subtotal				S/. 277.60

Elaboración: Propia

Tabla N° 34 – Costo Corral para Vaca y Ternero

Corral para Vaca y Ternero				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	4.00	S/. 25.00	S/. 100.00
Malla electrosoldada	ml	10.50	S/. 3.70	S/. 38.85
Listones para Vigas	Unid	2.00	S/. 40.00	S/. 80.00
Calamina	Unid	5.00	S/. 23.90	S/. 119.50
Subtotal				S/. 338.35

Elaboración: Propia

Tabla N° 35 – Costo Corral para Ovejas

Corral para Ovejas				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	7.00	S/. 25.00	S/. 175.00
Malla electrosoldada	ml	14.00	S/. 3.70	S/. 51.80
Listones para Vigas	Unid	4.00	S/. 40.00	S/. 160.00
Calamina	Unid	5.00	S/. 23.90	S/. 119.50
Subtotal				S/. 506.30

Elaboración: Propia

Tabla N° 36 – Costo Área de Juegos

Área de Juegos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	7.00	S/. 25.00	S/. 175.00
Pasto Natural	m2	24.50	S/. 15.00	S/. 367.50
Subtotal				S/. 542.50

Elaboración: Propia

Tabla N° 37 – Costo Comedor

Comedor				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	7.00	S/. 25.00	S/. 175.00
Listones para Vigas	Unid	6.00	S/. 40.00	S/. 240.00
Techo de paja	Unid	1.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Subtotal				S/. 1,415.00

Elaboración: Propia

Tabla N° 38 – Costo Gallinero

Gallinero				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	3.00	S/. 25.00	S/. 75.00
Malla electrosoldada	ml	12.00	S/. 3.70	S/. 44.40
Subtotal				S/. 119.40

Elaboración: Propia

Tabla N° 39 – Costo Corral Gansos y Patos

Corral para Patos y Gansos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Puntales de eucalipto	Unid	3.00	S/. 25.00	S/. 75.00
Malla electrosoldada	ml	12.00	S/. 3.70	S/. 44.40
Subtotal				S/. 119.40

Elaboración: Propia

Tabla N° 40 – Costo Pileta

Pileta				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Concreto Premezclado	m3	1.13	S/. 308.00	S/. 346.50
Losa de Piso	m3	1.13	S/. 308.00	S/. 346.50
Puntales de eucalipto	Unid	3.00	S/. 25.00	S/. 75.00
Malla electrosoldada	ml	12.00	S/. 3.70	S/. 44.40
Subtotal				S/. 812.40

Elaboración: Propia

Tabla N° 41 – Costo Almacén

Almacén				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Tabiquería drywall	Unid	16.00	S/. 44.70	S/. 715.20
Listones para Vigas	Unid	8.00	S/. 40.00	S/. 320.00
Calamina	Unid	8.00	S/. 23.90	S/. 191.20
Subtotal				S/. 1,226.40

Elaboración: Propia
Tabla N° 42 – Costo Áreas comunes

Áreas Comunes				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Instalación de agua y desagüe	gbl	1.00	S/. 4,500.00	S/. 4,500.00
instalación eléctrica	gbl	1.00	S/. 2,500.00	S/. 2,500.00
Subtotal				S/. 7,000.00

Elaboración: Propia
Tabla N° 43 – Costo Servicios Higiénicos

Servicio Higiénicos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Concreto Premezclado	m3	2.50	S/. 308.00	S/. 770.00
Losa de Piso	m3	3.15	S/. 308.00	S/. 970.20
Ladrillos	Unid	350.00	S/. 2.19	S/. 766.50
Acero para Columnas	kg	31.89	S/. 4.07	S/. 129.79
Tabiquería drywall	Unid	16.00	S/. 44.70	S/. 715.20
Listones para Vigas	Unid	8.00	S/. 40.00	S/. 320.00
Calamina	Unid	8.00	S/. 23.90	S/. 191.20
Subtotal				S/. 3,862.89

Elaboración: Propia

Después de haber hecho el análisis podemos concluir que el costo total de la infraestructura requerida, asciende a S/. 52,842.32 incluido I.G.V según lo detalla la tabla resumen a continuación

Tabla N° 44 – Resumen de costo total de Infraestructura de Minigranja

Costo Total Infraestructura	
Ambiente	Costo
Cerco Perimétrico	S/. 23,555.03
Boletaría - Oficina Principal	S/. 4,056.20
Vivero	S/. 500.00
Corral para conejos y cuyes	S/. 168.85
Corral para Llama y Alpaca	S/. 281.30
Corral para chanchos y lechones	S/. 277.60
Corral par vaca y ternero	S/. 338.35
Corral para Ovejas	S/. 506.30
Gallinero	S/. 119.40
Corral para Patos y gansos	S/. 119.40
Pileta	S/. 812.40
Juegos recreativos	S/. 542.50
Comedor	S/. 1,415.00
Servicios Higiénicos	S/. 3,862.89
Almacén	S/. 1,226.40
Áreas comunes	S/. 7,000.00
Subtotal	S/. 44,781.63
I.G.V	S/. 8,060.69
Total	S/. 52,842.32

Elaboración: Propia

6.5. MAQUINARIA, MUEBLES, EQUIPOS

A continuación se presenta el detalle de las maquinarias, muebles y equipos por ambiente, y luego en forma separada el costo según el ambiente:

Tabla N°45 – Maquinaria, equipos muebles y herramientas por ambiente

Maquinaria, equipos muebles y herramientas por ambiente	
Ambiente	Maquinaria, equipos, muebles y herramientas
Boletería	Escritorio, sillas
Oficina principal	Escritorio , sillas, archivador , computadora
Vivero	Plantas, macetas, semillas, regaderas, mangueras
Corral para conejos	Bebedero, latón para alimentos, conejera
Corral para cuyes	Bebedero, latón para alimentos, cuyera
Corral para Llama y Alpaca	Bebedero, latón para alimentos
Corral para chanchos y lechones	Bebedero, latón para alimentos
Corral par vaca y ternero	Bebedero, latón para alimentos
Corral para Ovejas	Bebedero, latón para alimentos
Gallinero	Gallinero de madera, bebedero. Latón de alimentos
Corral para Patos y gansos	Gallinero de madera, bebedero. Latón de alimentos
Juegos recreativos	Set de Juegos (sube y baja, columpio, resbaladilla)
Comedor	Mesas de madera, tablones como bancas
Servicios Higiénicos	inodoros, lavaderos, espejos
Almacén	Anaqueles, Caja de Herramientas, Carretilla, lampas, útiles de aseo, cubetas, rastrillo
Áreas comunes	Fluorescentes, tachos de basura.

Elaboración: Propia

A continuación se detallara el costo y la cantidad de equipos, muebles que se utilizara en cada uno de los ambientes.

Tabla N°46 – Costo de Equipos Boletería – Oficina Principal

Boletería - Oficina Principal				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorio	unid	2.00	S/. 350.00	S/. 700.00
Sillas	unid	5.00	S/. 35.00	S/. 175.00
Archivador	unid	2.00	S/. 200.00	S/. 400.00
Útiles de Escritorio	gbl	1.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Computadora	unid	1.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Subtotal				S/. 2,575.00

Elaboración: Propia

Tabla N°47 – Costo de Equipos Vivero

Vivero				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Plantas	gbl	1.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Macetas	gbl	1.00	S/. 350.00	S/. 350.00
Semillas	gbl	1.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Regaderas	unid	6.00	S/. 30.00	S/. 180.00
Mangueras	unid	2.00	S/. 45.00	S/. 90.00
Subtotal				S/. 1,970.00

Elaboración: Propia

Tabla N°48 – Costo de Equipos Corral para Conejos y Cuyes

Corral Para Cuyes y Conejos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Conejera de madera	unid	2.00	S/. 500.00	S/. 1,000.00
Bebedero	unid	2.00	S/. 100.00	S/. 200.00
Latón para alimentos	unid	2.00	S/. 100.00	S/. 200.00
Subtotal				S/. 1,400.00

Elaboración: Propia

Tabla N°49 – Costo de Equipos Corral para llama y alpaca

Corral para Alpaca y Llama				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Bebedero	unid	2.00	S/. 120.00	S/. 240.00
Latón para alimentos	unid	2.00	S/. 120.00	S/. 240.00
Subtotal				S/. 480.00

Elaboración: Propia

Tabla N°50 – Costo de Equipos Corral para Chanchos y Lechones

Corral Para Chanchos y Lechones				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Bebedero	unid	2.00	S/. 150.00	S/. 300.00
Latón para alimentos	unid	2.00	S/. 150.00	S/. 300.00
Subtotal				S/. 600.00

Elaboración: Propia

Tabla N°51 – Costo de Equipos Corral para Vaca y Ternero

Corral para Vaca y Ternero				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Bebedero	unid	1.00	S/. 220.00	S/. 220.00
Latón para alimentos	unid	1.00	S/. 240.00	S/. 240.00
Subtotal				S/. 460.00

Elaboración: Propia

Tabla N°52 – Costo de Equipos Corral para ovejas

Corral para Ovejas				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Bebedero	unid	1.00	S/. 210.00	S/. 210.00
Latón para alimentos	unid	1.00	S/. 210.00	S/. 210.00
Subtotal				S/. 420.00

Elaboración: Propia

Tabla N°53 – Costo de Equipos para Gallinero

Gallinero				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Gallinero de Madera	unid	1.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Bebedero	unid	1.00	S/. 140.00	S/. 140.00
Latón para alimentos	unid	1.00	S/. 140.00	S/. 140.00
Subtotal				S/. 980.00

Elaboración: Propia

Tabla N°54 – Costo de Equipos para Corral de Gansos y Patos

Corral para Patos y Gansos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Gallinero de Madera	unid	1.00	S/. 700.00	S/. 700.00
Bebedero	unid	1.00	S/. 140.00	S/. 140.00
Latón para alimentos	unid	1.00	S/. 140.00	S/. 140.00
Subtotal				S/. 840.00

Elaboración: Propia

Tabla N°55 – Costo de Equipos para Área de Juegos

Área de Juegos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Lavadero	unid	1.00	S/. 180.00	S/. 180.00
Set de Juegos	unid	1.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Subtotal				S/. 1,680.00

Elaboración: Propia

Tabla N°56 – Costo de Equipos para Comedor

Comedor				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mesas	unid	4.00	S/. 350.00	S/. 1,400.00
Bancas	unid	8.00	S/. 120.00	S/. 960.00
Subtotal				S/. 2,360.00

Elaboración: Propia

Tabla N°57 – Costo de Equipos para Servicios Higiénicos

Servicio Higiénicos				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Inodoros	unid	6.00	S/. 220.00	S/. 1,320.00
Urinaros	unid	2.00	S/. 100.00	S/. 200.00
Lavaderos	unid	4.00	S/. 65.50	S/. 262.00
Espejos	unid	2.00	S/. 65.00	S/. 130.00
Tabiquería Drywall	unid	8.00	S/. 42.00	S/. 336.00
Subtotal				S/. 2,248.00

Elaboración: Propia

Tabla N°58 – Costo de Equipos para Almacén

Almacén				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Anaqueles	unid	3.00	S/. 150.00	S/. 450.00
Caja de Herramientas	unid	2.00	S/. 150.00	S/. 300.00
Carretillas	unid	2.00	S/. 75.00	S/. 150.00
Lampas	unid	3.00	S/. 20.00	S/. 60.00
Escobas	unid	6.00	S/. 11.50	S/. 69.00
Rastrillos	unid	3.00	S/. 20.00	S/. 60.00
Cubetas	unid	3.00	S/. 18.00	S/. 54.00
Subtotal				S/. 1,143.00

Elaboración: Propia

Tabla N°59 – Costo de Áreas comunes

Áreas Comunes				
Materiales	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Florescentes	unid	20.00	S/. 30.00	S/. 600.00
Tachos de basura	unid	7.00	S/. 30.00	S/. 210.00
Subtotal				S/. 810.00

Elaboración: Propia

Después de haber hecho el análisis podemos concluir que el costo total de la infraestructura requerida, asciende a S/. 21,199.88 incluido I.G.V según lo detalla la tabla resumen a continuación

Tabla N° 60 – Resumen de costo total de Maquinaria, equipos, muebles de Minigranja

Costo total Maquinaria, Equipos, muebles	
Ambiente	Costo
Boletaría - Oficina Principal	S/. 2,575.00
Vivero	S/. 1,970.00
Corral para conejos y cuyes	S/. 1,400.00
Corral para Llama y Alpaca	S/. 480.00
Corral para chanchos y lechones	S/. 600.00
Corral para vaca y ternero	S/. 460.00
Corral para Ovejas	S/. 420.00
Gallinero	S/. 980.00
Corral para Patos y gansos	S/. 840.00
Juegos recreativos	S/. 1,680.00
Comedor	S/. 2,360.00
Servicios Higiénicos	S/. 2,248.00
Almacén	S/. 1,143.00
Áreas comunes	S/. 810.00
Subtotal	17.966,00
I.G.V	3.233,88
Total	21.199,88

Elaboración: Propia

6.6. INSUMOS

Primero calcularemos el costo diario de alimentación de los animales, según se muestra en la siguiente tabla

Tabla N° 61 – Resumen de costo diario de alimentación de animales de Minigranja

Costo Diario de Insumos para Animales			
	Cantidad	Precio	Total
Comida para Vaca - Concentrado	8.00	S/. 1.50	S/. 11.99
Comida para Vaca - forrajes	2.00	S/. 2.19	S/. 4.39
Comida para Ternero - Concentrado	2.00	S/. 1.50	S/. 3.00
Comida para Ternero- forrajes	0.50	S/. 2.19	S/. 1.10
Comida para llama y alpaca	6.00	S/. 1.50	S/. 8.99
Comida para Ovejas	9.00	S/. 1.50	S/. 13.49
Comida para Conejo y Cuy - concentrado	16.00	S/. 1.81	S/. 28.89
Comida para Conejo y Cuy - forraje	5.00	S/. 1.50	S/. 7.49
Comida para gallinas	4.00	S/. 1.50	S/. 5.99
Comida para patos y Gansos	3.20	S/. 1.50	S/. 4.80
Comida para Lechones	2.50	S/. 1.40	S/. 3.51
Comida para Chanchos	5.00	S/. 1.40	S/. 7.02
		Total	S/. 100.65

Elaboración: Propia

Con estos datos procederemos a calcular un costo de insumos mensual, incluyendo, insumos de aseo, de escritorio, de funcionabilidad del local, tal como lo muestra la siguiente tabla

Tabla N° 62 – Resumen de costo mensual de insumos generales Minigranja

Costo Mensual de Insumos Generales			
	Cantidad	Precio	Total
Agua	1.00	S/. 70.00	S/. 70.00
Luz	1.00	S/. 100.00	S/. 100.00
Internet+ teléfono	1.00	S/. 90.00	S/. 90.00
Comida de Animales	30.00	S/. 100.60	S/. 3,017.85
Útiles de Escritorio	1.00	S/. 50.00	S/. 50.00
Útiles de limpieza	1.00	S/. 80.00	S/. 80.00
		Total	S/. 3,407.85

Elaboración: Propia

Así mismo, una vez que teniendo el costo mensual de insumos, podemos calcular el costo anual, agregando los costos de vacunación y monitoreo de animales que es una vez al año.

Tabla N°63 – Resumen de costo anual de insumos generales Minigranja

Costo Anual de Insumos Generales			
	Cantidad	Precio	Total
Agua	12.00	S/. 70.00	S/. 840.00
Luz	12.00	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Internet+ teléfono	12.00	S/. 90.00	S/. 1,080.00
Comida de Animales	12.00	S/. 3,017.85	S/. 36,214.20
Vacunación Animales	1.00	S/. 1,119.80	S/. 1,119.80
Útiles de Escritorio	12.00	S/. 50.00	S/. 600.00
Útiles de limpieza	12.00	S/. 80.00	S/. 960.00
		Total	S/. 42,014.00

Elaboración: Propia

Podemos concluir que el costo total de insumos al año es de S/. 42,014.00 incluido I.G.V

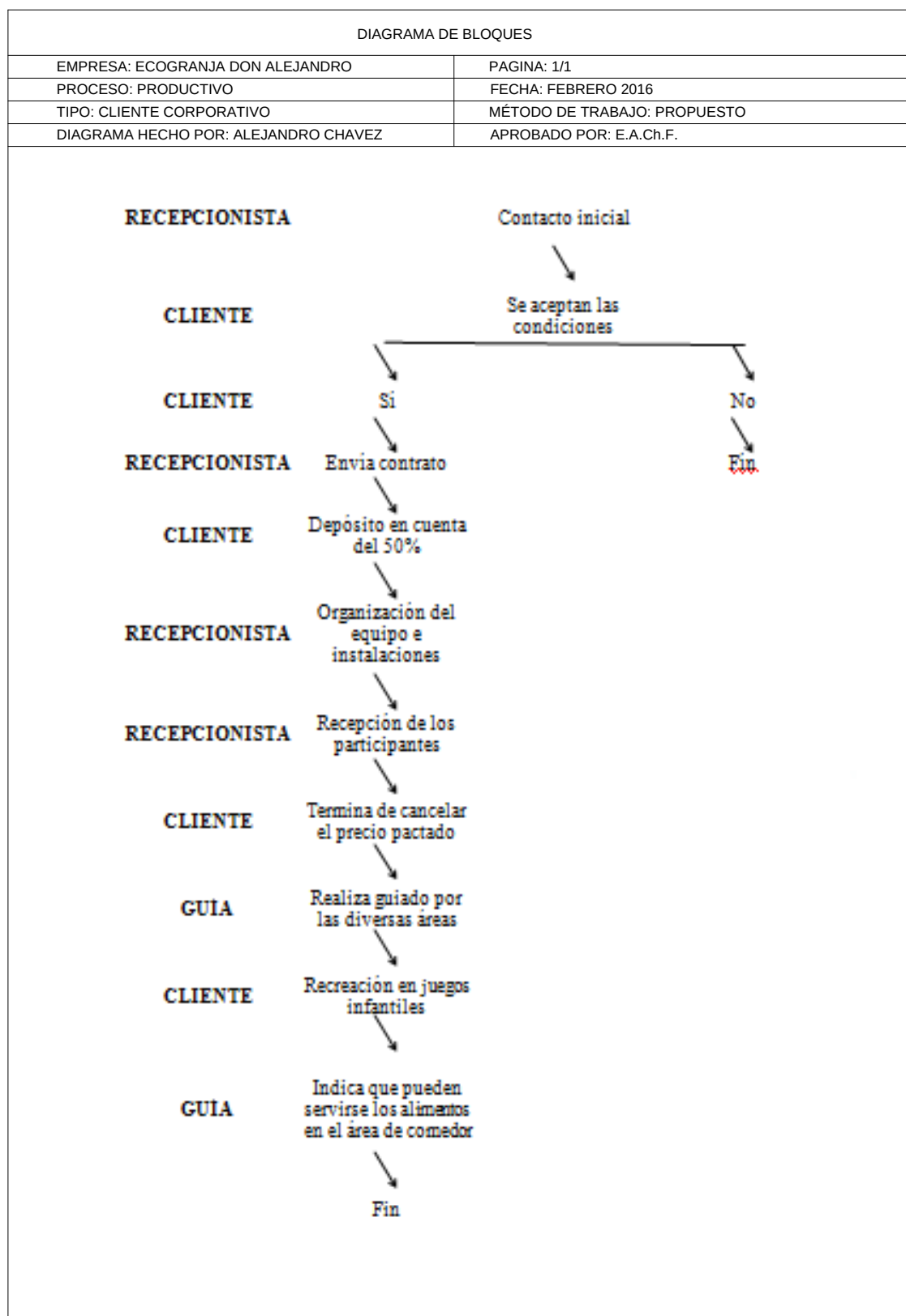
6.7. PROCESO PRODUCTIVO

Existirán dos tipos de procesos productivos dependiendo del tipo de cliente, si es corporativo; es decir, si se trata de una institución educativa que contrató los servicios de la Minigranja o si se trata de una persona individual que llega a las instalaciones por su cuenta.

La figura N°3 muestra el primer caso y la figura N°4 muestra el segundo caso.

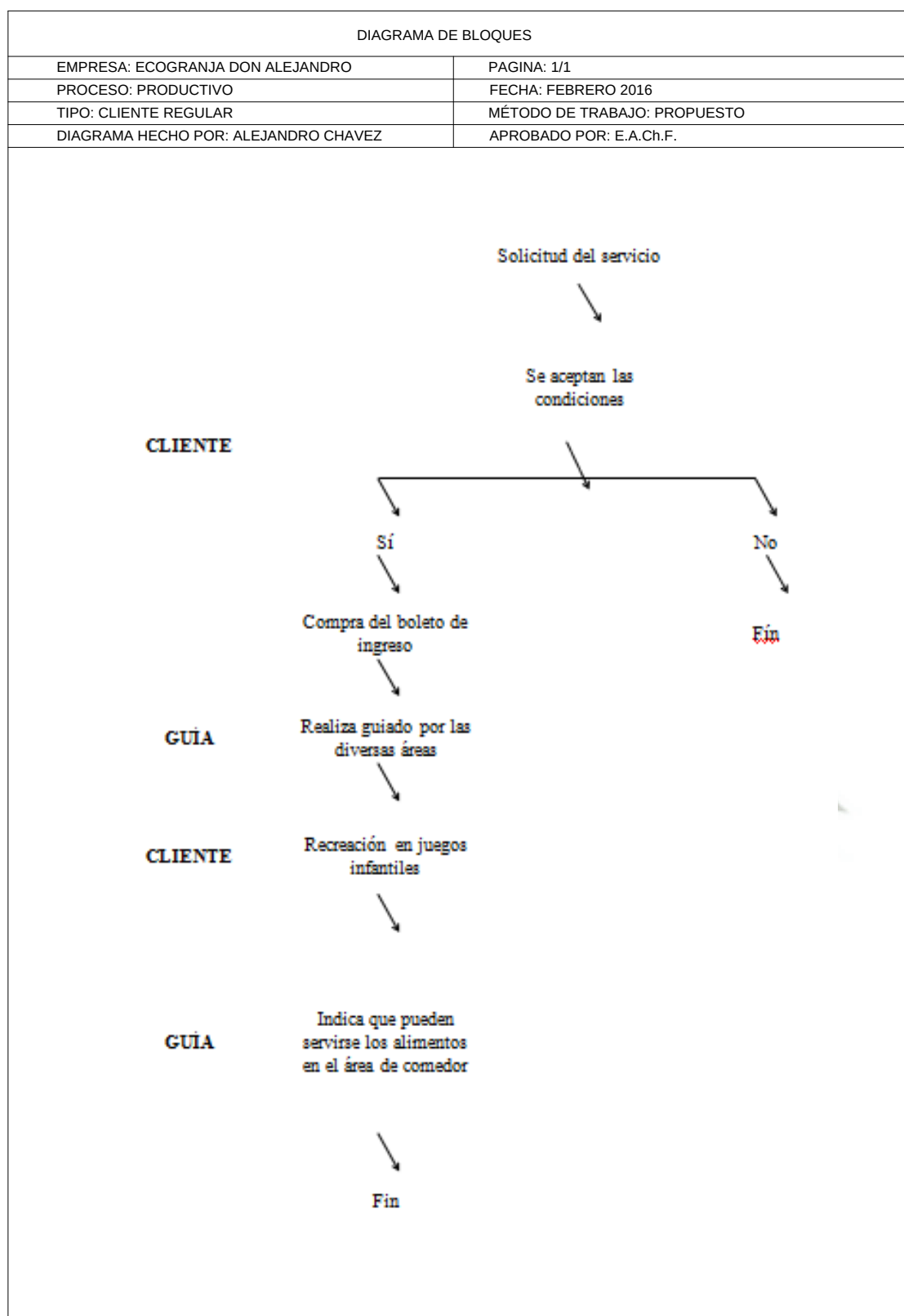


Figura N°3 Proceso productivo de un cliente corporativo



Elaboración: Propia

Figura N°4 Proceso productivo de un cliente regular



Elaboración: Propia

7. CAPITULO VII ESTUDIO DE LA ORGANIZACION

Para la implementación del proyecto, hay que tener en cuenta el desarrollo de una estructura organizacional, la cual permitirá establecer las directrices de la organización partiendo de la misión, visión y valores definidos. Además se definirá los niveles de responsabilidad de la organización; desarrollando la estructura organizacional, la descripción del perfil de puesto y sus principales funciones; así como los requerimientos de personal y los gastos administrativos necesarios.

7.1. OBJETIVOS

7.1.1. **Misión.**

“Ofrecer a los visitantes una experiencia educativa en un ambiente al aire libre, con entretenimiento sano para la familia, transmitiendo y generando una cultura que defienda la naturaleza y el respeto y cariño a los seres vivos.”

7.1.2. **Visión**

“Convertirnos en la primera alternativa de las visitas de entretenimiento al aire libre de Instituciones Educativas y familias, compartiendo con la comunidad de Arequipa un modelo de vida sustentable y de respeto al medio ambiente”

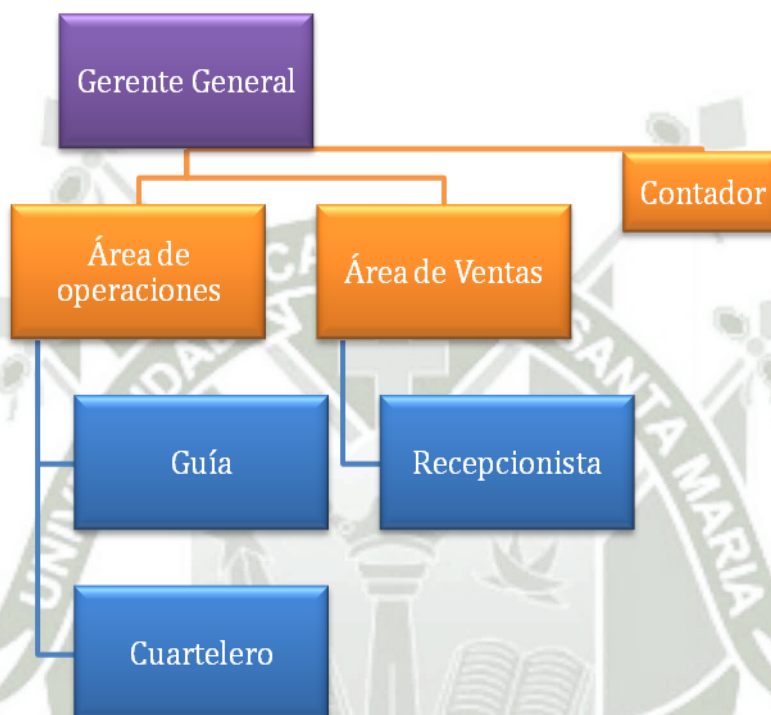
7.1.3. **Valores**

- Pasión. Amando lo que hacemos, generando compromiso por lo que logramos.
- Eco amistad. A través de la sustentabilidad y lealtad hacia la naturaleza y a todos los seres vivos.
- Servicio. Brindándonos hacia los demás porque nos interesa su bienestar.
- Rentabilidad. Generando más con menos, utilizando los recursos de manera eficiente.

7.2. ORGANIGRAMA

En este punto mediante un esquema se busca identificar la estructura jerárquica que tendrá la empresa. De esta manera ayudar a determinar las personas necesarias para las operaciones de la Minigranja.

Esquema N° 2 ORGANIGRAMA PROPUESTO



Fuente: Elaboración Propia

Como se observa, son dos personas que dependerán directamente del dueño que será además el Gerente General. El contador se tercerizará.

7.3. PUESTOS Y FUNCIONES

Este punto pretende proporcionar información de las competencias básicas y responsabilidades comprendidas que cada puesto exige para ser cumplido.

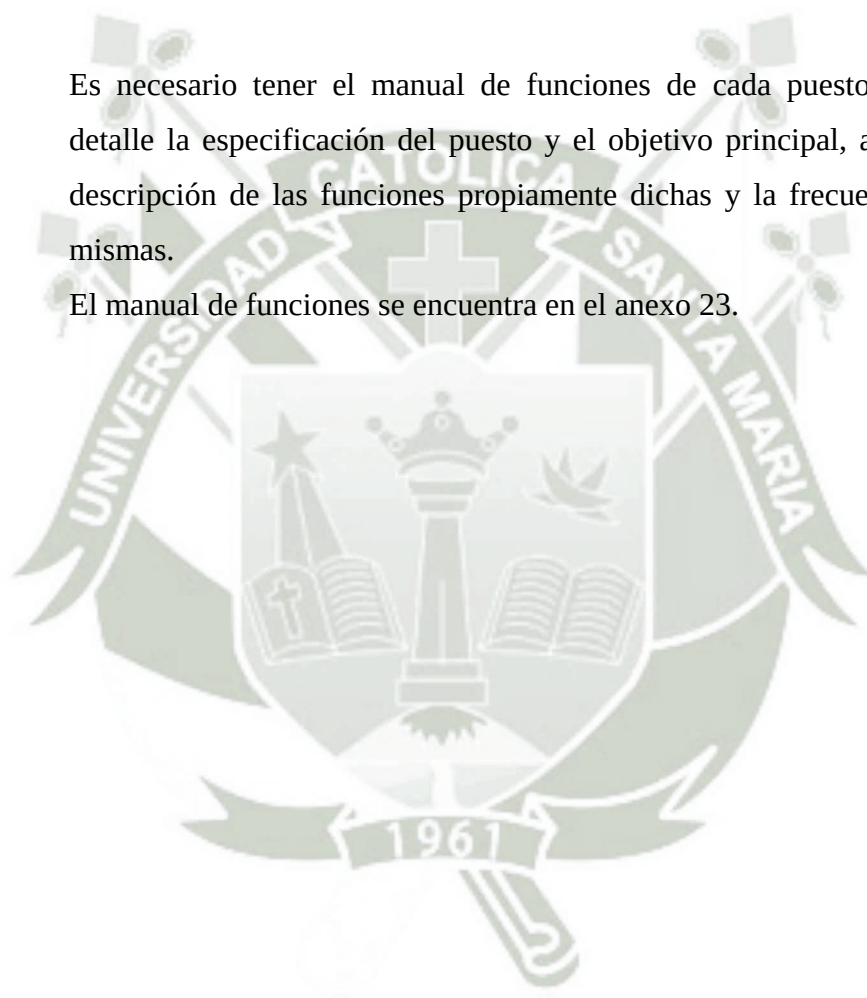
7.3.1. PERFILES DE PUESTO

Con el objetivo de instaurar procesos eficaces en la organización, se deberán establecer perfiles de cada puesto para conocer las expectativas que cada colaborador debe cumplir, los mismos se encuentran en el anexo 22.

7.3.2. MANUAL DE FUNCIONES

Es necesario tener el manual de funciones de cada puesto, donde se detalle la especificación del puesto y el objetivo principal, así como la descripción de las funciones propiamente dichas y la frecuencia de las mismas.

El manual de funciones se encuentra en el anexo 23.



8. CAPITULO VIII PROPUESTA DE PLAN DE MARKETING

8.1. OBJETIVOS DE MARKETING

A continuación se presentan los objetivos del plan de marketing de la empresa.

8.1.1. **Objetivo general**

Incrementar el 15% de las ventas para el segundo año y 10% durante los 3 siguientes años de gestión.

8.1.2. **Objetivos específicos**

- Logar al segundo año la fidelización del 30% de los clientes
- Poder tener un 10% del mercado cubierto al tercer año de operación.
- Crear recordación de marca en el 30% de las personas que estén expuestos a los tipos de promoción que se desarrollarán.
- Aumentar la notoriedad de la marca año tras año en 30%.

8.2. POSICIONAMIENTO

“Ser percibidos por el público arequipeño como la alternativa más sana, educativa e innovadora para su entretenimiento”

Esta frase engloba que en el rubro en el que nos desempeñaremos, logremos que las personas mantengan una imagen de la Minigranja como una opción instructiva, que amplíe los conocimientos de los que la visiten y que innove en sus servicios para crear una experiencia única en cada visita.

8.3. PRODUCTO

8.3.1. **Producto básico.**

El servicio básico será una Minigranja educativa, un ambiente al aire libre donde los visitantes puedan recrearse y tener contacto con animales de granja. Así pues los animales que se exhibirán serán:

10 conejos, 10 cuyes, 10 Gallinas, 4 Patos, 4 Gansos, 2 Ovejas, 1 Llama, 1 Alpaca, 1 Cerdos, 2 lechones, 1 Ternero, 1 vaca

8.3.2. **Producto real**

El servicio real está conformado por un espacio dividido en áreas diferenciadas en donde el participante además de conocer, pueda relacionarse con los animales mediante una visita guiada por un especialista. Por otro lado, se contará con un espacio destinado a un Vivero donde se exhibirán variedades de plantas, hierbas, verduras y hortalizas; en donde también se podrán realizar talleres para enseñar el cultivo y cuidado de estas, manualidades, etc.

En la zona de recreación, los niños podrán hacer uso de juegos infantiles. En la zona de comedor, los visitantes harán uso del área para servirse alimentos que puedan llevar consigo en la visita.

8.3.3. **Producto aumentado**

La Minigranja tiene como destino entretener y promover el cuidado del medio ambiente e incentivar el respeto y afecto por los seres vivos. Es decir, impulsar en los participantes formar parte de una cultura que procure el cuidado de la naturaleza, esto se logra a través de los talleres, dinámicas y presentación del sistema autosustentable de la Minigranja.

Propicia además la “desconexión”, al poder pertenecer por el tiempo que dure su visita, a un lugar que requiere de toda su atención, sin necesidad de desviarla en un aparato electrónico.

Garantiza una alternativa educativa y que contribuye a la comunidad.

8.3.4. **Mix de productos**

Los productos que se ofrecerán son:

8.3.4.1. **Paquete escolar**

Este servicio está dirigido a niños de nidos o colegios comprendidos entre las edades de 1 a 12 años. Se brindarán de lunes a viernes como

parte de un paseo o actividad al aire libre programada por las instituciones, por lo tanto se hará a través de descuentos con respecto al precio básico.

Incluirán el guiado a través de la Minigranjas y vivero, además del uso de las áreas de comedor y juegos infantiles.

8.3.4.2. Circuito niño y adulto

Los circuitos de niño y adulto se ofrecerán para personas que vayan por su cuenta, sin formar parte de un grupo como en el caso anterior. Se pronostica que la demanda de este servicio serían los fines de semana mayormente, que es cuando los padres aprovechan para departir junto a sus hijos. Es en estos días donde las familias podrán participar de juegos y concursos programados para hacer la visita más alegre.

- Los concursos de ordeño. Donde los participantes podrán ordeñar a una vaca con un tiempo límite, ganando el que logre juntar mayor cantidad de leche.
- Atrapar al lechón. Los concursantes tendrán un tiempo determinado para capturar a un lechoncito suelto.

8.3.4.3. Fiesta infantil

La fiesta infantil incluirá el uso del local por 4 horas, para una cantidad de invitados ilimitada (dentro de las capacidades del aforo).

Tendrá dos modalidades:

1. Alquiler. Donde las personas invitadas tendrán acceso a las instalaciones y a un guía. Se permite que se contraten servicios externos.
2. Alquiler y show granjero. Este servicio permite que además de hacer uso de las instalaciones, los invitados disfruten de una presentación a cargo del personal y extras contratados para el entretenimiento de los asistentes, además de los servicios básicos como el guiado.

8.3.4.4. Talleres niño y adulto

Consta de una serie de cursos variados donde se enseñará actividades o prácticas relacionadas al cuidado de plantas y animales de forma didáctica.

Se dictarán en las áreas que se adecuen al tipo de taller, divididas por edades, se podrán brindar:

- Jardinería ecológica.
- Talleres de manualidades de Reciclaje, Reutilización y Reducción
- Fundamentos de botánica
- Arreglos florales.
- Cosmetología ecológica.
- Infusiones.
- Usos medicinales de las hierbas

8.3.4.5. Vacaciones útiles.

Debido a que la Minigranja es un negocio estacional, debido principalmente al clima que cambia las temperaturas durante verano, generando que las familias migren hacia la costa a disfrutar de las playas; esto combinado con las vacaciones escolares, provoca que la mayoría de negocios dedicados a niños, disminuyan la demanda.

La Minigranja tiene que aprovechar el verano para ofrecer Vacaciones útiles donde se ofrecerán clases y talleres a niños de todas las edades.

La metodología será la siguiente; dictar clases 3 veces por semana, dividir a los niños según rangos de edades durante un mes.

El contenido de los cursos será similar a los talleres solo que desarrollados con mayor profundidad.

8.3.5. Marca

- Nombre

Se vio por conveniente escoger como nombre de marca “Minigranja Don Alejandro”, siendo el nombre alusivo al dueño y por ser la imagen de la minigranja un granjero el denominado “Don”.

- Eslogan

Mediante el eslogan se busca alcanzar una mayor recordación, por lo que se ha propuesto un eslogan sutil que fácilmente se relacione con el modelo de negocio, es decir el contacto con los animales y la ecología, “Aprendiendo de la Naturaleza”

- Logo

El logo será un granjero junto con sus animales, con aspecto de dar la bienvenida a su granja, se deben mostrar los principales animales como parte del atractivo así como el nombre y el eslogan, a continuación se presentan dos propuestas muy básicas del logo deseado, el mismo que deberá ser realizado por una empresa especialista en el rubro.

Figura N°5 – Propuesta 1 Logo Minigranja



Fuente: Imágenes Google

Elaboración: Propia

Figura N°6 – Propuesta 2 Logo Minigranja



Fuente: Imágenes Google
Elaboración: Propia

8.4. PRECIO

En cuanto al precio, como se habló anteriormente, se tomará como referencia el precio de mercado, es decir, el de la competencia. Ya que no se incurren en costos variables, por el tipo de negocio, no podremos considerar la Fijación en función a los Costos. (De Velasco, 1994)

Así entonces un precio intermedio sería de 15 soles por participante (niño), y por acompañante 8 soles (adulto) en el caso de los circuitos de personas que acuden por su cuenta.

En el caso de paquetes escolares, el precio variará según el número de participantes, con los niños el recorrido tardará más y se tendrá que prestar mayor atención. Por ello se ha pensado colocar las siguientes tarifas para paquetes de niños, tomando además como ejemplo a la Minigranja BB;

- Paquete para menos de 40 niños: 10 soles
- Paquete para 41 niños a más: 12 soles

Los talleres para niños y adultos al necesitar material y ser especializados, por tratarse además de cursos, tendrán un costo superior a los circuitos, siendo este de

8 soles para niños y 20 para adultos. La diferencia de esta tarifa es porque los niños no requerirán de un taller que contenga la misma elaboración que un adulto. Por último el precio de las vacaciones útiles basado en la competencia será de 150 soles.

Todo lo anterior basado en los precios de mercado.

En cuanto al precio de las fiestas infantiles, el alquiler del local de S/.700.00 y el alquiler con show granjero S/1,100.00.

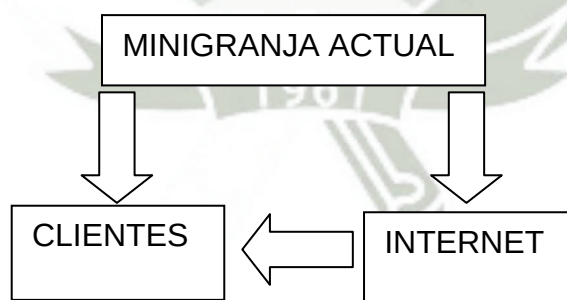
8.5. PLAZA

8.5.1. Estructura de los canales actuales

Actualmente la competencia posee una estructura de canales de comercialización sencilla, es decir, su relación es directa con el cliente. Los clientes buscan de manera directa las Minigranjas, en ningún caso se da que haya un intermediario que les venda el servicio, sino el mismo gerente promociona el servicio por redes sociales y mediante publicidad impresa.

A continuación se presentan los canales actuales de distribución de la competencia:

Figura N°7 - Canales de distribución de la competencia.



Elaboración propia

8.5.2. Ventajas y desventajas de canales de venta directos.

Ventajas

En primer lugar se obtiene un mayor control sobre el mensaje emitido hacia los clientes.

Se puede asegurar que se están direccionando los mensajes hacia el segmento de consumidores elegido. Facilita la medición de los resultados de la inversión.

No existen intermediarios que puedan elevar el precio, disminuyendo así el margen de ganancia.

Desventajas

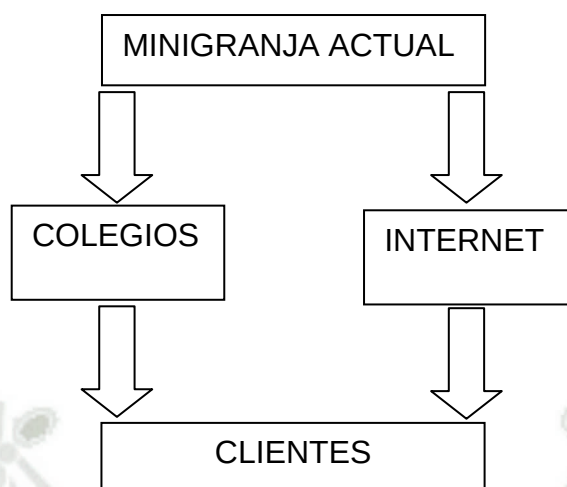
Se compromete la imagen de la empresa si no se gestiona de manera adecuada los canales de venta. Menor impacto de la promoción por una visibilidad menor de la empresa.

La organización limita su alcance, comprometiendo la visibilidad de la marca.

8.5.3. Selección de los canales de comercialización

La alternativa que se ha visto por conveniente para proporcionar una alcance más amplio y tener un contacto más cercano con el grupo objetivo es mediante alianzas con colegios, en donde a través de un convenio, la institución dispondrá de afiches y volantes de la Minigranja en periódicos murales y las oficinas de informes y secretaria, a cambio, el colegio podrá acceder a descuentos especiales por el servicio, sin dejar de lado la publicidad por internet.

Figura N°8 - Canales de distribución de la competencia.



Elaboración propia

El canal para llegar al consumidor será directo, porque no existen niveles de intermediarios e indirecto a través de las alianzas con los colegios del mercado objetivo (Kotler & Armstrong, 2008).

8.6. PROMOCIÓN.

Con el propósito de poder crear una imagen corporativa positiva, aprender a manejar o bloquear sucesos desfavorables; se recomiendan las relaciones públicas. Así entonces se pueden utilizar medios como la noticias, presencia en eventos especiales, preparar material escrito (folletos, revistas corporativas), realizar actividades de servicio público, usar sitios web, blogs, etc. (Kotler & Armstrong, 2008).

La Minigranja contara con una página web, en la cual encontraremos los detalles de la empresa. Ahí los clientes podrán hacer reservas para sus visitas, a través del portal, vía telefónica y por ultimo por e-mail, también podrán contar sus experiencias y vivencias dentro de la Minigranja, a través de foros, donde también pediremos sugerencias para mejorar nuestro servicio. de la misma forma se contara con una página en Facebook, donde podremos compartir fotografías de cada una de las visitas, esta plataforma nos servirá como publicidad, ya que es un medio que actualmente es muy usado para la promoción de productos y servicios.

De otro lado, todo producto o servicio tiene un ciclo de vida que comprende 4 etapas: la introducción, el crecimiento, la madurez y el declive. Es por eso que en cuanto a las estrategias de promoción, debemos enfocarnos en cada una de las etapas de nuestro producto, por lo tanto tenemos las siguientes estrategias:

8.6.1. Introducción

Las estrategias para el inicio del negocio debe ser impactante, así disminuir las dificultades de introducir el servicio en el mercado. Las estrategias a utilizar serán de marketing BTL y convencional entre ellas:

- Activaciones previas a la inauguración donde se invitará a la Minigranja mediante flyers que entregarán personas disfrazadas de animales en Centros Comerciales concurridos, los fines de semana. Además se ofrecerán shows infantiles con temática de granja y se exhibirán las especies más pequeñas de los animales para que las personas los puedan ver y tocar.
- Asistir la semana anterior a la inauguración a las salidas de los colegios con un grupo de personas disfrazadas de animales, entregando volantes con una pequeña descripción de lo que está por suceder, acompañados de animales de la Minigranja, los más pequeños y fáciles de transportar. De esta manera llamaremos la atención y curiosidad de los niños, y al darle los volantes, estos podrán acercarse a sus padres pidiendo ser llevados a dicho acontecimiento. Importante mencionar que los volantes serán repartidos directamente al público objetivo, lo que hará que haya una invitación directa por medio del panfleto que tendrá la información de la empresa.
- Bambalinas en las calles con mayor afluencia de gente y que son parte de nuestro mercado objetivo en este caso los distritos a considerar serán: Cayma, Sachaca y José Luis Bustamante y Rivero.

- Banners y afiches en tiendas y centros comerciales, generando intriga y expectativa. Se crearán eventos por redes sociales, Facebook, Twitter, pretendiendo ser tendencia en la red, de esta manera trataremos de capturar la mayor cantidad de gente para el lanzamiento de la Minigranja.
- Día de la inauguración:
 - Mediante invitaciones dirigidas a 100 personas en un evento privado para amigos y conocidos que cumplan con las características del *target*, además de personas influyentes en Arequipa como regidores o alcaldes.
 - Serán recibidos por dos anfitrionas, un payaso granjero (que se encargara de los niños) y el gerente general, todos estarán debidamente personificados, como granjeros, y repartirán panfletos con toda la información del local, ellos estarán ubicados en el patio delantero de la Minigranja, habrá 3 guías que estarán encargado de los recorridos.
 - Finalizando el guiado, las personas podrán pasar a servirse del buffet.
 - Para agregar valor a esta visita inaugural los niños recibirán un pequeño presente (juguete relacionado con la Minigranja) como recuerdo de su visita.
 - El evento será plasmado en fotos y videos en las web y redes sociales, estarán a cargo de un profesional por tratarse de un evento especial.
 - Con estas actividades se quiere lograr permanecer en la mente de los invitados para que ellos puedan transmitir su experiencia y la de sus hijos a sus amistades y familiares.

8.6.2. Crecimiento y madurez

Durante la etapa de crecimiento, que se tratará de prolongar el mayor tiempo posible mediante publicidad e innovaciones en el servicio, se han planteado estrategias como:

- Promociones especiales para clientes mediante redes sociales y en página web de la empresa.
 - Cupones de descuento
 - Días de dos por uno

- Días de 1 hermano entra gratis
- Activaciones en centros comerciales, con personas disfrazadas de animales de granja, se harán juegos y entregarán *flyers* con información de la Minigranja.
- Visitas a colegios en donde se realizarán pequeños shows en las aulas de los niños de inicial y primaria.
- Alianzas con colegios y nidos para poder dejar tarjetas y volantes de información.
- Bambalinas en calles principales de distritos donde exista concentración de público objetivo exhibiendo las promociones del periodo.
- Innovaciones en el servicio como:
 - Shows infantiles para niños con temática ecológica y granjera.
 - Invitaciones a grupos musicales folclóricos para que toquen música los fines de semana

Durante la etapa de madurez se ha planificado mantener las estrategias de marketing convencionales mencionadas en la etapa de crecimiento

Además se requerirá de reforzar nuestra imagen en lugares donde concurren personas que sean del mercado objetivo, dentro de ellos se ha visto la opción de poder trabajar con el Club Internacional, dentro del cual se podrán colocar banners además de anunciar en su revista.

Se podrá participar en ferias

8.6.3. Declive

Es posible que, como en todo negocio se pueda entrar a la etapa de declive en la que según las características del mercado de ese momento se podrá reforzar las estrategias de marketing incrementando promociones, cambiando estrategias de servicio, innovando y ofreciendo mejores talleres y quitando los que no rindan.

Así por lo tanto se podrá ofrecer precios por debajo de la competencia, reducir gastos para mantener un flujo de caja que permita inversiones en marketing y publicidad.

8.6.4. Presupuesto de marketing

El presupuesto de Marketing se puede apreciar en la tabla siguiente.
Todos los precios incluyen I.G.V.

8.6.4.1. Presupuesto Etapa de Introducción

A continuación el presupuesto de marketing para la etapa de introducción al mercado.

Tabla N°64. Presupuesto de marketing etapa de introducción

Costo Campaña de Etapa de Introducción				
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Activación en Centros Comerciales y colegios				
Alquiler disfraz	día	8.00	S/. 120.00	S/. 960.00
Costo Personal volanteo 3 personas	día	8.00	S/. 195.00	S/. 1,560.00
Volantes	millar	4.00	S/. 100.00	S/. 400.00
Costo de Activación en Centros Comerciales	días	2.00	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00
Volanteo afuera de Centros Comerciales y Calles principales				
Alquiler disfraz	día	3.00	S/. 120.00	S/. 360.00
Costo Personal volanteo 2 personas	día	6.00	S/. 130.00	S/. 780.00
Volantes	millar	5.00	S/. 100.00	S/. 500.00
Bambalinas para calles principales				
Cayma	Semana	2.00	S/. 250.00	S/. 500.00
Sachaca	Semana	2.00	S/. 80.00	S/. 160.00
José Luis Bustamante y Rivero	Semana	2.00	S/. 50.00	S/. 100.00
Costo Bambalina	unidad	3.00	S/. 45.00	S/. 135.00
Afiches				
Costo Afiches	millar	2.00	S/. 180.00	S/. 360.00
Banners				
Costo de banners	unid	3.00	S/. 30.00	S/. 90.00
Alquiler espacio en Club Internacional	mes	1.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Día de la Inauguración				
1 agente de seguridad	día	1.00	S/. 50.00	S/. 50.00
1 guía	día	1.00	S/. 50.00	S/. 50.00
1 anfitriona	día	1.00	S/. 80.00	S/. 80.00
1 camarógrafo	día	1.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Catering para 100 personas	gbl	1.00	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Invitaciones	centenar	1.00	S/. 250.00	S/. 250.00
Recuerdos	gbl	1.00	S/. 300.00	S/. 300.00
TOTAL				S/. 11,685.00

Elaboración Propia

8.6.4.2. Presupuesto Etapa de Crecimiento

A continuación el presupuesto de marketing para la etapa de crecimiento de la empresa.

Tabla N°65. Presupuesto de marketing etapa de Crecimiento- madurez

Costo Promoción Etapas de Crecimiento - Madurez				
Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
Página Web				
Alquiler Hosting	Año	1.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Publicidad convencional				
Costo Personal volanteo 2 personas	día	5.00	S/. 130.00	S/. 650.00
Costo Personal afichaje 2 personas	día	4.00	S/. 90.00	S/. 360.00
Volantes	millar	4.00	S/. 100.00	S/. 400.00
Afiches	millar	1.00	S/. 180.00	S/. 180.00
Anuncio en Radio	emisiones	1.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Anuncio Periódico	mes	1.00	S/. 550.00	S/. 550.00
Anuncio Revista Club Internacional	mes	1.00	S/. 450.00	S/. 450.00
Impresión de cupones de descuento	millar	4.00	S/. 200.00	S/. 800.00
Activaciones en Centros Comerciales				
Alquiler disfraz	día	2.00	S/. 120.00	S/. 240.00
Costo Personal volanteo 3 personas	día	2.00	S/. 195.00	S/. 390.00
Volantes	millar	3.00	S/. 100.00	S/. 300.00
Costo de Activación en Centros Comerciales	días	2.00	S/. 1,200.00	S/. 2,400.00
Bambalinas para calles principales				
Cayma	Semana	1.00	S/. 250.00	S/. 250.00
Sachaca	Semana	1.00	S/. 80.00	S/. 80.00
José Luis Bustamante y Rivero	Semana	1.00	S/. 50.00	S/. 50.00
Banners				
Costo de banners	unid	4.00	S/. 30.00	S/. 120.00
Alquiler espacio en Club Internacional	mes	1.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
TOTAL				S/. 9,170.00

Elaboración Propia

9. CAPITULO IX PLAN FINANCIERO

9.1. PLAN DE TALENTO HUMANO.

Para contribuir con el plan financiero, el plan de talento humano proporciona valiosas herramientas y técnicas para la creación de valor y el rendimiento en la conducción de la Organización.

En la tabla N°66, podemos indicar que el costo anual por prestaciones es de S/.53,765 durante los 05 años.

El primer año arroja un resultado diferente a los demás debido a que los dos primeros meses de salarios están sumados dentro del capital inicial, ya que posiblemente al inicio no haya rentabilidad suficiente para afrontar gastos de remuneraciones.

Así mismo cabe indicar que este costo de personal en este plan de talento humano se verá aumentado en 3% anual para los escenarios pesimistas en el análisis de los estados financieros.

Tabla N° 66. PLAN DE TALENTO HUMANO

Personal y beneficios anuales						
Posición o Empleo	1	2	3	4	5	TOTAL 5 AÑOS
Gerente - Propietario	S/. 17.100	S/. 20.370	S/. 20.370	S/. 20.370	S/. 20.370	S/. 98.580
Recepcionista	S/. 8.550	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 49.290
Guia	S/. 8.550	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 49.290
Cuartelero	S/. 8.550	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 10.185	S/. 49.290
Guia- verano 1	S/. 700	S/. 700	S/. 700	S/. 700	S/. 700	S/. 4.300
Guia- verano 2	S/. 700	S/. 700	S/. 700	S/. 700	S/. 700	S/. 4.300
Contador	S/. 1.200	S/. 1.440	S/. 1.440	S/. 1.440	S/. 1.440	S/. 6.960
TOTAL	S/. 45350,00	S/. 53.765	S/. 53.765	S/.53.765	S/. 53.765	S/. 262.250

Elaboración: Propia

9.2. DEPRECIACION

La depreciación de las inversiones en Activos fijos se calculó a través del Método Uniforme, en el cual se distribuye uniformemente la depreciación entre los años de vida útil del activo (Aliaga, 2004). Se aplicó a la infraestructura que incluye todo los materiales usados para la construcción de la Minigranja, también se consideró la depreciación de los inmuebles, y finalmente de los equipos de procesamiento de datos (computadores). Los porcentajes de depreciación usados son conformes a la legislación de la SUNAT (SUNAT, 2015).

Durante los primeros cuatro años, la depreciación será de S/. 4413.26, durante el último año la depreciación desciende a S/. 3705.26 debido a que ya no habrá que absorber la depreciación de los computadores porque su vida útil es de tan solo 4 años.

Tabla N° 67. Depreciación Infraestructura

INFRAESTRUCTURA	S/. 52.842,31		
Depreciación	S/. 1.585,27		por año 3%
PERIODO	VALOR	MONTO ANUAL	MONTO MENSUAL
1	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
2	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
3	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
4	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
5	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
6	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
7	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
8	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
9	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11
10	S/. 52.842,31	S/. 1.585,27	S/. 132,11

Elaboración: Propia

Fuente: Sunat

Tabla N° 68. Depreciación Inmuebles

INMUEBLES	S/. 21.199,88		
Depreciación	S/. 2.119,99		por año 10%
PERIODO	VALOR	MONTO ANUAL	MONTO MENSUAL
1	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
2	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
3	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
4	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
5	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
6	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
7	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
8	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
9	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67
10	S/. 21.199,88	S/. 2.119,99	S/. 176,67

Elaboración: Propia

Fuente: Sunat

Tabla N°69. Depreciación Equipos de procesamiento de datos

EQUIPOS DE PROCESAMIENTO DE DATOS	S/. 2.832,00		
Depreciación	S/. 708,00		por año 25%
PERIODO	VALOR	MONTO ANUAL	MONTO MENSUAL
1	S/. 2.832,00	S/. 708,00	S/. 59,00
2	S/. 2.832,00	S/. 708,00	S/. 59,00
3	S/. 2.832,00	S/. 708,00	S/. 59,00
4	S/. 2.832,00	S/. 708,00	S/. 59,00

Elaboración: Propia

Fuente: Sunat

9.3. PLAN DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO

La inversión del proyecto se detalla en la tabla N° 72, en el cual indica que se necesita la cantidad de S/. 110,901.25

Tabla N°70. Inversión

TERRENO	S/. 4.800,00
INFRAESTRUCTURA	S/. 52.842,31
INMUEBLES	S/. 21.199,88
EQUIPOS DE PROCESAMIENTO DE DATOS	S/. 2.832,00
OTROS GASTOS IMPREVISTOS (3%APROX)	S/. 2.480,81
TOTAL	S/. 84.155,00

Elaboración: Propia

Tabla N°71. Capital de trabajo

TOTAL REQUERIDO	
PERMISOS, LICENCIAS, MARCA	S/. 1.418,40
SUELDOS (2 meses de operación)	S/. 8.415,00
INSUMOS (1er mes de operación)	S/. 3.407,85
COMPRA DE ANIMALES	S/. 1.820,00
CAMPAÑA INAGURACIÓN	S/. 11.685,00
TOTAL	S/. 26.746,25

Elaboración: Propia

Tabla N°72. Total requerido

TERRENO	S/. 4.800,00
INFRAESTRUCTURA	S/. 52.842,31
INMUEBLES	S/. 21.199,88
EQUIPOS DE PROCESAMIENTO DE DATOS	S/. 2.832,00
OTROS GASTOS IMPREVISTOS (3%APROX)	S/. 2.480,81
PERMISOS, LICENCIAS, MARCA	S/. 1.418,40
SUELDOS (2 meses de operación)	S/. 8.415,00
INSUMOS (1er mes de operación)	S/. 3.407,85
COMPRA DE ANIMALES	S/. 1.820,00
CAMPAÑA INAGURACIÓN	S/. 11.685,00
TOTAL	S/. 110.901,25

Elaboración: Propia

Dentro lo de los diversos métodos para el cálculo del capital de trabajo (método contable, ciclo operativo, ciclo efectivo, métodos de desfase, métodos de inventarios, cuentas por cobrar, etc.¹⁹) todos estos son básicamente para proyectos o inversiones donde se estima un primer ingreso pasado el primer periodo (año contable), por lo que para el presente calculo de capital de trabajo se ha considerado en base a los métodos regulares, un método adaptado de los mismos basándonos en los costos y gastos de los 2 primeros meses de operación e inversión y el primer mes de insumos consumibles.

En cuanto al capital inicial será financiado por los dos socios en un 45% con un aporte individual de 25000.00 nuevos soles por cada socio, logrando un total de 50,000.00 nuevos soles.

Tabla N°73. Fuentes de financiamiento

FINANCIAMIENTO	MONTO	PORCENTAJE
PROPIO	50.000,00	45,05 %
PRESTAMO	61.000,00	54,95 %
TOTAL	111.000,00	100,00 %

Elaboración: Propia

Será necesario un financiamiento de 61,000.00 nuevos soles, los cuales debido a la condición de “nueva” de la empresa no se puede acceder a créditos, por lo que este monto será mediante préstamo personal de cada socio (50% cada uno) y será la empresa quien cubra dicho pago.

Tabla N°74. Crédito

PRÉSTAMO	S/. 61.000,00
TEA	14%
PLAZO	2 AÑOS
MESES	12
Cuotas	24

Elaboración: Propia

¹⁹ <http://blogs.gestion.pe/deregresoalobasico/2011/01/metodos-para-estimar-el-capita.html>
<http://blog.manqv.com/metodos-para-estimar-el-capital-de-trabajo/>

Como se observa se trabaja con una TEA de 14% que es una tasa relativamente alta, ya que se puede obtener tasas de hasta 12% para préstamos personales, pero en el presente estudio se considera la tasa promedio-alta del mercado.

A continuación la simulación del préstamo:

Tabla N° 75 Financiamiento

Periodo	Fecha	Saldo	Capital	Interes	Desgrav.	Cuota	ITF	Total
1	01/02/2016	58,882.87	2,117.13	875.64	47.29	3,040.05	0.15	3,040.20
2	01/03/2016	56,675.87	2,207.00	790.35	42.70	3,040.05	0.15	3,040.20
3	01/04/2016	54,493.32	2,182.55	813.56	43.94	3,040.05	0.15	3,040.20
4	01/05/2016	52,250.97	2,242.34	756.83	40.88	3,040.05	0.15	3,040.20
5	01/06/2016	50,001.47	2,249.50	750.05	40.51	3,040.05	0.15	3,040.20
6	01/07/2016	47,693.37	2,308.10	694.44	37.51	3,040.05	0.15	3,040.20
7	01/08/2016	45,374.92	2,318.46	684.62	36.97	3,040.05	0.15	3,040.20
8	01/09/2016	43,021.38	2,353.53	651.34	35.18	3,040.05	0.15	3,040.20
9	01/10/2016	40,611.10	2,410.28	597.50	32.28	3,040.05	0.15	3,040.20
10	01/11/2016	38,185.49	2,425.61	582.96	31.48	3,040.05	0.15	3,040.20
11	01/12/2016	35,704.42	2,481.07	530.34	28.65	3,040.05	0.15	3,040.20
12	01/01/2017	33,204.57	2,499.85	512.53	27.68	3,040.05	0.15	3,040.20
13	01/02/2017	30,666.90	2,537.67	476.64	25.74	3,040.05	0.15	3,040.20
14	01/03/2017	28,045.66	2,621.24	397.34	21.47	3,040.05	0.15	3,040.20
15	01/04/2017	25,429.93	2,615.73	402.59	21.74	3,040.05	0.15	3,040.20
16	01/05/2017	22,762.14	2,667.79	353.18	19.08	3,040.05	0.15	3,040.20
17	01/06/2017	20,066.47	2,695.66	326.74	17.65	3,040.05	0.15	3,040.20
18	01/07/2017	17,320.17	2,746.31	278.69	15.05	3,040.05	0.15	3,040.20
19	01/08/2017	14,542.17	2,778.00	248.63	13.43	3,040.05	0.15	3,040.20
20	01/09/2017	11,722.13	2,820.03	208.75	11.27	3,040.05	0.15	3,040.20
21	01/10/2017	8,853.68	2,868.46	162.80	8.79	3,040.05	0.15	3,040.20
22	01/11/2017	5,947.58	2,906.10	127.09	6.86	3,040.05	0.15	3,040.20
23	01/12/2017	2,994.59	2,952.99	82.60	4.46	3,040.05	0.15	3,040.20
24	01/01/2018	0.00	2,994.59	42.99	2.32	3,040.05	0.15	3,040.20
Totales			61,000.00	11,348.19	612.95	72,961.30	3.60	72,964.80

Fuente: Simulador bancario

Elaboración Propia

La cuota mensual será de S/. 3,040.20, la que deberá asumir la empresa.

9.4. PLAN DE PRODUCCIÓN

Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante a la empresa, los costos fijos y variables en los que se incurrirá para poner en marcha la empresa.

En la tabla N°76, se especifican los montos anuales por gastos de mercadotecnia. En la tabla N° 77, aparece la composición del costo fijo de la empresa, la Minigranja incurre en una mayor cantidad de costos fijos que variables. Están considerados dentro del detalle; los servicios básicos, la alimentación de los animales, útiles de limpieza y de escritorio.

Es importante mencionar que el primer año se distinguen cifras diferentes con respecto al resto de años porque la empresa asume 2 meses de remuneraciones de los colaboradores y 1 mes de los insumos como parte de su inversión inicial.

Cabe destacar que para los escenarios pesimistas se considerara un aumento del 3% cada año de los costos fijos de insumos y suministros.

Tabla N° 76. Gastos de Mercadotecnia

GASTOS DE MERCADOTECNIA - Publicidad, promoción y otros (excluido personal)						
Gastos Mercadotecnia	01	02	03	04	05	TOTAL
Publicidad Internet, otros	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 45,850
TOTAL	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 9,170	S/. 45,850

Elaboración: Propia

Tabla N°77 Costos y Gastos Fijos – Insumos – Suministros

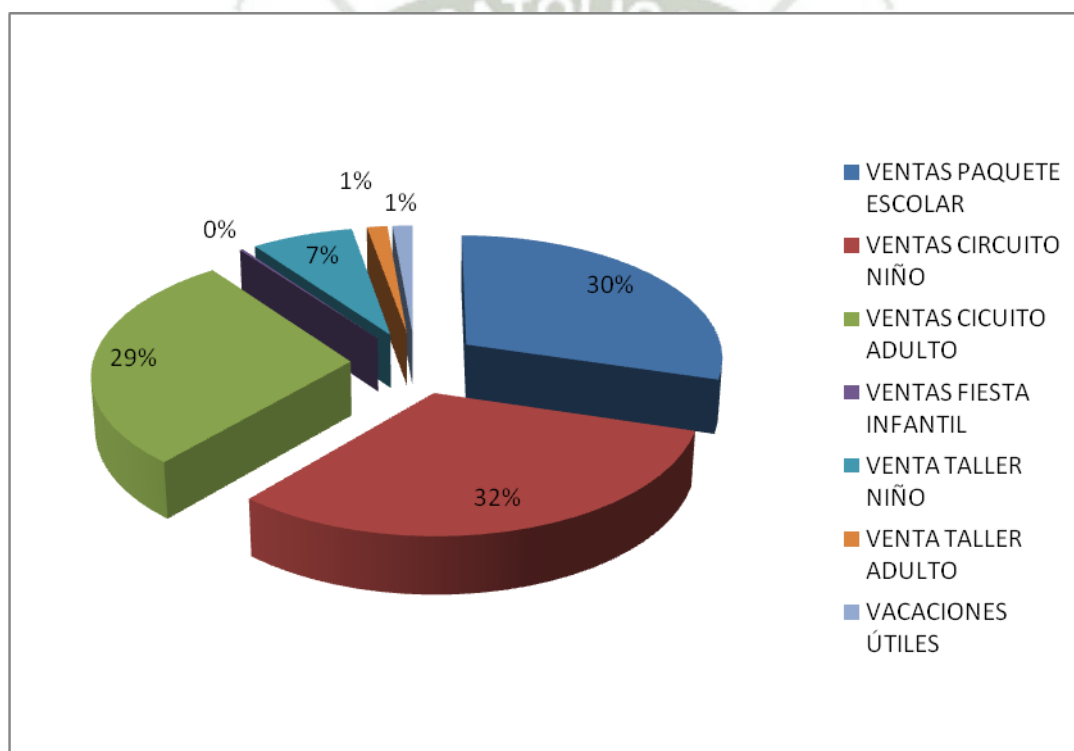
GASTOS FIJOS - Costes de administración y dirección (excluido personal)						
Gastos Fijos	01	02	03	04	05	TOTAL
Agua	S/. 770	S/. 840	S/. 840	S/. 840	S/. 840	S/. 4.130
Electricidad	S/. 1.100	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 1.200	S/. 5.900
Internet + Teléfono	S/. 990	S/. 1.080	S/. 1.080	S/. 1.080	S/. 1.080	S/. 5.310
Alimentacion Animales	S/. 33.196	S/. 36.214	S/. 36.214	S/. 36.214	S/. 36.214	S/. 178.053
Vacunación de los Animales	S/. 1.120	S/. 1.120	S/. 1.120	S/. 1.120	S/. 1.120	S/. 5.599
Útiles Escritorio	S/. 550	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 600	S/. 2.950
Útiles de Limpieza	S/. 880	S/. 960	S/. 960	S/. 960	S/. 960	S/. 4.720
Alquiler del Local	S/. 16.500	S/. 18.000	S/. 18.000	S/. 18.000	S/. 18.000	S/. 88.500
TOTAL	S/. 55.106	S/. 60.014	S/. 60.014	S/. 60.014	S/. 60.014	S/. 295.162

Elaboración: Propia

9.5. PLAN DE VENTAS

En este apartado se puntualizará las visitas a la Minigranja en cantidad y su traducción en ventas monetarias, mediante un cálculo simple de multiplicación entre la cantidad de visitas de la Minigranja y los precios de los servicios. Sin embargo, en primera instancia deben establecerse cuántas son las “visitas” que se venderán por cada tipo de producto, ya que los precios no son los mismos para todos para lo cual, se ha descompuesto los ingresos por cada servicio ofrecido que se distingue en el gráfico N°1.

Gráfico N° 01 – Porcentaje de ventas por Servicio



Elaboración: Propia

El mayor número de ventas se registra por circuito de niño, seguido de paquete escolar y circuito adulto.

En base a dicha tendencia, se genera la proyección de las ventas:

Tabla N°78. Proyección de Ventas Unidades

	VENTA ANUAL - UNIDADES				
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE ESCOLAR L-V (NIÑOS)	2960	3404	3744	4119	4531
CIRCUITO NIÑO FDS	3168	3643	4008	4408	4849
CIRCUITO ADULTO FDS	2851	3279	3607	3967	4364
FIESTA INFANTIL	22	25	28	30	34
TALLER NIÑO	713	820	902	992	1091
TALLER ADULTO	143	164	180	198	218
VACACIONES ÚTILES	140	161	177	195	214

Elaboración: Propia

Tabla N°79. Proyección de Ventas Monetarias

	VENTA ANUAL - EN NUEVOS SOLES S/.				
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETE ESCOLAR L-V (NIÑOS)	S/. 35.520	S/. 40.848	S/. 44.933	S/. 49.426	S/. 54.369
CIRCUITO NIÑO FDS	S/. 38.016	S/. 43.718	S/. 48.090	S/. 52.899	S/. 58.189
CIRCUITO ADULTO FDS	S/. 42.768	S/. 49.183	S/. 54.102	S/. 59.512	S/. 65.463
FIESTA INFANTIL	S/. 15.336	S/. 17.637	S/. 19.401	S/. 21.341	S/. 23.475
TALLER NIÑO	S/. 5.702	S/. 6.558	S/. 7.214	S/. 7.935	S/. 8.728
TALLER ADULTO	S/. 2.851	S/. 3.279	S/. 3.607	S/. 3.967	S/. 4.364
VACACIONES ÚTILES	S/. 21.000	S/. 24.150	S/. 26.565	S/. 29.222	S/. 32.144

Elaboración: Propia

En tal sentido, las tablas anteriores representarán la proyección de la demanda, partiendo del valor estimado para el primer año y como van aumentando progresivamente durante los próximos 5 años.

La proyección de la demanda se atribuye al crecimiento de la población de Arequipa, crecimiento del PBI de Arequipa y por último, en las estimaciones hechas a partir del estudio de mercado realizado.

El porcentaje de crecimiento del primer año es de 15%, para los próximos 3 años se considera un crecimiento de 10%

9.6. FLUJO DE CAJA

Luego de haber realizado los cálculos previos, procedemos al flujo de caja económico que se observa en la tabla N° 80.

La Minigranja es evidentemente un negocio rentable, desde el primer año de operación se obtienen resultados positivos, aun asumiendo un crédito.

Tabla N° 80. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

FLUJO DE CAJA							
PERIODO	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INGRESOS							
Inversión	-110.901,25						
Ventas		161.193,96	185.373,06	203.910,36	224.301,40	246.731,54	1.021.510,33
VENTAS PAQUETE ESCOLAR		35.520,00	40.848,00	44.932,80	49.426,08	54.368,69	225.095,57
VENTAS CIRCUITO NIÑO		38.016,00	43.718,40	48.090,24	52.899,26	58.189,19	240.913,09
VENTAS CICUITO ADULTO		42.768,00	49.183,20	54.101,52	59.511,67	65.462,84	271.027,23
VENTAS FIESTA INFANTIL		15.336,36	17.636,82	19.400,50	21.340,55	23.474,61	97.188,84
VENTA TALLER NIÑO		5.702,40	6.557,76	7.213,54	7.934,89	8.728,38	36.136,96
VENTA TALLER ADULTO		2.851,20	3.278,88	3.606,77	3.967,44	4.364,19	18.068,48
VACACIONES ÚTILES		21.000,00	24.150,00	26.565,00	29.221,50	32.143,65	133.080,15
TOTAL INGRESOS	-110.901,25	161.193,96	185.373,06	203.910,36	224.301,40	246.731,54	910.609,08
EGRESOS							
°G. Mercadotecnia		9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	45.850,00
°RRHH		45.350,00	53.765,00	53.765,00	53.765,00	53.765,00	260.410,00
*Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
° Servicios - Insumos		55.106,15	60.014,00	60.014,00	60.014,00	60.014,00	295.162,15
TOTAL EGRESOS		114.039,41	127.362,26	127.362,26	127.362,26	126.654,26	622.780,44
SALDO ANTES DE IMPUESTOS	-110.901,25	47.154,56	58.010,80	76.548,11	96.939,14	120.077,28	
Impuestos		8.487,82	10.441,94	13.778,66	17.449,05	21.613,91	71.771,38
SALDO DESPUES DE IMPUESTOS	-110.901,25	38.666,74	47.568,86	62.769,45	79.490,10	98.463,37	
Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
Valor de Recupero						55.515,90	
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-110.901,25	43.079,99	51.982,11	67.182,70	83.903,35	157.684,53	
Préstamo	61.000,00						
Amortización		-36.482,40	-36.482,40				-72.964,80
FLUJO DE CAJA FINAL	-49.901,25	6.597,59	15.499,71	67.182,70	83.903,35	157.684,53	

Elaboración: Propia

Con la finalidad de conocer los pronósticos más agresivos, se realizarán dos escenarios pesimistas y uno optimista.

9.6.1. Escenario Optimista

En este escenarios se mantienen los costos fijos, y se aumenta las ventas en un 25% anual los dos primeros años y luego el 15% a partir de este las ventas se mantienen iguales para los siguientes años, según como detalla la tabla a continuación.

Los resultados se pueden evaluar en la tabla N°81, donde se denota una utilidad neta bastante superior a la del escenario base mostrada en la tabla anterior.



Tabla N° 81. ESCENARIO OPTIMISTA

FLUJO DE CAJA							
PERIODO	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INGRESOS							
°Inversión	-110.901,25						
°Ventas		161.193,96	201.492,45	251.865,57	289.645,40	333.092,21	1.237.289,60
VENTAS PAQUETE ESCOLAR		35.520,00	44.400,00	55.500,00	63.825,00	73.398,75	272.643,75
VENTAS CIRCUITO NIÑO		38.016,00	47.520,00	59.400,00	68.310,00	78.556,50	291.802,50
VENTAS CICUITO ADULTO		42.768,00	53.460,00	66.825,00	76.848,75	88.376,06	328.277,81
VENTAS FIESTA INFANTIL		15.336,36	19.170,45	23.963,07	27.557,53	31.691,16	117.718,57
VENTA TALLER NIÑO		5.702,40	7.128,00	8.910,00	10.246,50	11.783,48	43.770,38
VENTA TALLER ADULTO		2.851,20	3.564,00	4.455,00	5.123,25	5.891,74	21.885,19
VACACIONES ÚTILES		21.000,00	26.250,00	32.812,50	37.734,38	43.394,53	161.191,41
TOTAL INGRESOS	-110.901,25	161.193,96	201.492,45	251.865,57	289.645,40	333.092,21	1.126.388,35
EGRESOS							
°G. Mercadotecnia		9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	45.850,00
°RRHH		45.350,00	53.765,00	53.765,00	53.765,00	53.765,00	260.410,00
*Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
° Servicios - Insumos		55.106,15	60.014,00	60.014,00	60.014,00	60.014,00	295.162,15
TOTAL EGRESOS		114.039,41	127.362,26	127.362,26	127.362,26	126.654,26	622.780,44
SALDO ANTES DE IMPUESTOS	-110.901,25	47.154,56	74.130,20	124.503,31	162.283,15	206.437,96	
Impuestos		8.487,82	13.343,44	22.410,60	29.210,97	37.158,83	110.611,65
SALDO DESPUES DE IMPUESTOS	-110.901,25	38.666,74	60.786,76	102.092,71	133.072,18	169.279,12	
°Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
Valor de Recupero						55.515,90	
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-110.901,25	43.079,99	65.200,02	106.505,97	137.485,44	228.500,29	
Prestamo	61.000,00						
Amortizacion		-36.482,40	-36.482,40				-72.964,80
FLUJO DE CAJA FINAL	-49.901,25	6.597,59	28.717,62	106.505,97	137.485,44	228.500,29	

Elaboración: Propia

9.6.2. Escenario Pesimista 1

En este escenario las ventas se ven afectadas, disminuyendo en 3% la caída de ventas todos los años con respecto al escenario base, asimismo un incremento de 3% en el costo del plan de recursos humanos y del 2% el plan de producción (costos de insumos).

Aun afrontando una situación adversa como esta, la utilidad prevalece positiva.



Tabla N° 82. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO – ESCENARIO PESIMISTA I

FLUJO DE CAJA							
PERIODO	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INGRESOS							
°Inversión	-110.901,25						
°Ventas		161.193,96	156.498,99	151.940,77	147.515,31	143.218,75	760.367,79
VENTAS PAQUETE ESCOLAR		35.520,00	34.485,44	33.481,01	32.505,83	31.559,06	167.551,34
VENTAS CIRCUITO NIÑO		38.016,00	36.908,74	35.833,73	34.790,03	33.776,72	179.325,21
VENTAS CICUITO ADULTO		42.768,00	41.522,33	40.312,94	39.138,78	37.998,81	201.740,86
VENTAS FIESTA INFANTIL		15.336,36	14.889,67	14.455,99	14.034,95	13.626,16	72.343,14
VENTA TALLER NIÑO		5.702,40	5.536,31	5.375,06	5.218,50	5.066,51	26.898,78
VENTA TALLER ADULTO		2.851,20	2.768,16	2.687,53	2.609,25	2.533,25	13.449,39
VACACIONES ÚTILES		21.000,00	20.388,35	19.794,51	19.217,97	18.658,23	99.059,07
TOTAL INGRESOS	-110.901,25	161.193,96	156.498,99	151.940,77	147.515,31	143.218,75	649.466,54
EGRESOS							
°G. Mercadotecnia		9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	45.850,00
°RRHH		45.350,00	55.377,95	57.039,29	58.750,47	60.512,98	277.030,69
*Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
° Servicios - Insumos		55.106,15	61.214,28	61.688,52	62.539,45	63.430,24	303.978,64
TOTAL EGRESOS		114.039,41	130.175,49	132.311,07	134.873,17	136.818,48	648.217,61
SALDO ANTES DE IMPUESTOS	-110.901,25	47.154,56	26.323,51	19.629,70	12.642,14	6.400,27	
Impuestos		8.487,82	4.738,23	3.533,35	2.275,58	1.152,05	20.187,03
SALDO DESPUES DE IMPUESTOS	-110.901,25	38.666,74	21.585,28	16.096,36	10.366,55	5.248,22	
°Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
Valor de Recupero						55.515,90	
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-110.901,25	43.079,99	25.998,53	20.509,61	14.779,81	64.469,39	
Prestamo	61.000,00						
Amortizacion		-36.482,40	-36.482,40				-72.964,80
FLUJO DE CAJA FINAL	-49.901,25	6.597,59	-10.483,87	20.509,61	14.779,81	64.469,39	

Elaboración: Propia

9.6.3. Escenario Pesimista II

En el escenario pesimista II, las ventas caen en 5% el primer año y luego continua la caída pero solo en 1%, así mismo el plan de recursos humanos y el costo de los insumos se mantiene igual que el escenario pesimista I.



Tabla N° 83. FLUJO DE CAJA ECONÓMICO – ESCENARIO PESISMISTA II

FLUJO DE CAJA							
PERIODO	0	1	2	3	4	5	TOTAL
INGRESOS							
°Inversión	-110.901,25						
°Ventas		161.193,96	153.518,06	151.306,31	149.142,30	147.024,51	762.185,14
VENTAS PAQUETE ESCOLAR		35.520,00	33.828,57	33.493,64	33.162,01	32.833,68	168.837,90
VENTAS CIRCUITO NIÑO		38.016,00	36.205,71	35.847,24	35.492,32	35.140,91	180.702,18
VENTAS CICUITO ADULTO		42.768,00	40.731,43	40.328,15	39.928,86	39.533,52	203.289,96
VENTAS FIESTA INFANTIL		15.336,36	14.606,06	14.461,45	14.318,26	14.176,50	72.898,63
VENTA TALLER NIÑO		5.702,40	5.430,86	5.172,24	4.925,95	4.691,38	25.922,83
VENTA TALLER ADULTO		2.851,20	2.715,43	2.586,12	2.462,97	2.345,69	12.961,41
VACACIONES ÚTILES		21.000,00	20.000,00	19.417,48	18.851,92	18.302,83	97.572,23
TOTAL INGRESOS	-110.901,25	161.193,96	153.518,06	151.306,31	149.142,30	147.024,51	651.283,89
EGRESOS							
°G. Mercadotecnia		9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	9.170,00	45.850,00
°RRHH		45.350,00	55.377,95	57.039,29	58.750,47	60.512,98	277.030,69
*Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
° Servicios - Insumos		55.106,15	61.214,28	61.688,52	62.539,45	63.430,24	303.978,64
TOTAL EGRESOS		114.039,41	130.175,49	132.311,07	134.873,17	136.818,48	648.217,61
SALDO ANTES DE IMPUESTOS	-110.901,25	47.154,56	23.342,57	18.995,25	14.269,12	10.206,03	
Impuestos		8.487,82	4.201,66	3.419,14	2.568,44	1.837,09	20.514,16
SALDO DESPUES DE IMPUESTOS	-110.901,25	38.666,74	19.140,91	15.576,10	11.700,68	8.368,95	
°Depreciación		4.413,26	4.413,26	4.413,26	4.413,26	3.705,26	21.358,29
Valor de Recupero						55.515,90	
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-110.901,25	43.079,99	23.554,17	19.989,36	16.113,94	67.590,11	
Prestamo	61.000,00						
Amortizacion		-36.482,40	-36.482,40				-72.964,80
FLUJO DE CAJA FINAL	-49.901,25	6.597,59	-12.928,23	19.989,36	16.113,94	67.590,11	

Elaboración: Propia

9.7. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

9.7.1. Análisis escenario Base

El Valor Actual Neto de los Flujos Económicos del escenario base da como resultado S/.136,408.37 Nuevos Soles. El valor es mayor a cero, por ello se puede decir que el Proyecto es Rentable.

Tabla N° 84 VANE ACTUAL

TASA	15,00%
PERIODO	FLUJO ECONOMICO
Año 0	-S/. 110.901,25
Año 1	S/. 43.079,99
Año 2	S/. 51.982,11
Año 3	S/. 67.182,70
Año 4	S/. 83.903,35
Año 5	S/. 157.684,53
TIRE	49,11%
Si la TIRE es > a TASA. (15.00%) El Pyto.se puede aceptar.	

Elaboración: Propia

El VAN y TIR económico y Financiero son positivos por lo que el proyecto es rentable

TASA	15,00%
VANE	S/. 136.408,37
TIRE	49,11%
B/C	1,46

COK (costo de oportunidad del accionista)	15,00%
VANF	S/. 138.098,61
TIRF	64,01%

El VAN y TIR económico y Financiero son positivos por lo que el proyecto es rentable

Los indicadores financieros indican que el proyecto es rentable.

9.7.2. Análisis escenario optimista

El Valor Actual Neto de los Flujos Económicos del escenario optimista da como resultado S/. 238,102.37 Nuevos Soles. El valor es mayor a cero, por ello se puede decir que el Proyecto es Rentable.

TASA	15,00%
VANE	238.102,37
TIRE	65,05%
B/C	1,81

COK (costo de oportunidad del accionista)	15,00%
VANF	S/. 239.792,61
TIRF	86,28%

El VAN y TIR económico y Financiero son positivos por lo que el proyecto es rentable

Los indicadores financieros indican que el proyecto es rentable.

9.7.3. Análisis escenario pesimista 1

El Valor Flujos Económicos del estado Pesimista I da como resultado S/. 207.00 Nuevos Soles. El valor es mayor a cero, se puede decir que el Proyecto es Rentable a pesar de considerar menores ventas.

TASA	15,00%
VANE	207
TIRE	15,08%
B/C	0,33

COK (costo de oportunidad del accionista)	15,00%
VANF	1.896,96
TIRF	16,00%

El VAN y TIR económico y Financiero son positivos por lo que el proyecto es rentable

Los indicadores financieros indican que el proyecto es rentable.

9.7.4. Análisis escenario pesimista 2

El Valor Flujos Económicos del estado Pesimista II da como resultado S/. 330.70 Nuevos Soles. El valor es mayor a cero, se puede decir que el Proyecto es Rentable a pesar de considerar menores ventas.

TASA	15,00%
VANE	S/. 330,70
TIRE	15,12%
B/C	1,00

COK (costo de oportunidad del accionista)	15,00%
VANF	S/. 2.020,94
TIRF	16,03%

El VAN y TIR económico y Financiero son positivos por lo que el proyecto es rentable

Los indicadores financieros indican que el proyecto es rentable.

9.8. ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Según De Velasco (1994), el punto de equilibrio es el nombre que recibe:

- El volumen de producción vendida en el cual terminan de producirse pérdidas y comienzan a obtenerse beneficios.
- El volumen de producción para el cual los beneficios se igualan a cero, es decir, la empresa no realiza ni beneficios ni pérdidas.
- El volumen de producción que generan ingresos que cubren exactamente el importe de costos fijos más los costos variables.

En el caso de este proyecto, evidentemente se necesitará hacer el cálculo de un P.E. Multiproducto, ya que no se cuenta con costos variables y son distintos servicios, así mismo el cálculo está en base al periodo 2, ya que en este inicia la estabilidad del producto, el año 1 se considera como la etapa de nacimiento de la empresa.

Debemos de prorratear los costos fijos, con el porcentaje de participación de ventas visto en el gráfico N°1, que se desmenuzará en la tabla N° 85.

La fórmula que se utiliza en el caso se halle un P.E. Multiproducto es:

Punto de equilibrio multiproducto físico:

$$PE(\#) = CF / \sum X_i mcu_i$$

Donde:

$$X_i = Q_i / QT \text{ (participación física de las ventas)}$$

$$mcu_i = (pv - cvu) \text{ (margen de contribución unitario)}$$

Punto de equilibrio multiproducto monetario:

$$PE(\$) = CF / \sum W_i cmc_i$$

Donde:

$$W_i = I_i / IT \text{ (participación monetaria de las ventas)}$$

$$cmc_i = (1 - cvu/pv) \text{ (coeficiente del margen de contribución)}$$

Tabla N°85. COSTO FIJO ANUAL PRORRATEADO

PRORRATEO DEL COSTO FIJO	PORCENTAJE PARTICIPACION VENTAS	COSTO FIJO UNITARIO
COSTO PAQUETE ESCOLAR L-V (NIÑOS)	22,04%	S/. 39.098,01
COSTO CIRCUITO NIÑO FDS	23,58%	S/. 41.845,44
COSTO CIRCUITO ADULTO FDS	26,53%	S/. 47.076,12
COSTO FIESTA INFANTIL	9,51%	S/. 16.881,23
COSTO TALLER NIÑO	3,54%	S/. 6.276,82
COSTO TALLER ADULTO	1,77%	S/. 3.138,41
COSTO TALLER NIÑO - VERANO	13,03%	S/. 23.115,38
COSTO FIJO TOTAL	100%	S/. 177.431,40

Elaboración: Propia

Una vez que tenemos el costo fijo prorrateado, aplicando la formula tenemos:

Tabla N°86. PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO				
SERVICIOS	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO PRORRATEADO	CANTIDAD DE EQUILIBRIO
PAQUETE ESCOLAR L-V (NIÑOS)	12,00	0,00	S/. 39.098,01	3258
CIRCUITO NIÑO FDS	12,00	0,00	S/. 41.845,44	3487
CIRCUITO ADULTO	15,00	0,00	S/. 47.076,12	3138
FIESTA INFANTIL	700,00	0,00	S/. 16.881,23	24
TALLER NIÑO	8,00	0,00	S/. 6.276,82	785
TALLER ADULTO	20,00	0,00	S/. 3.138,41	157
VACACIONES ÚTILES	150,00	0,00	S/. 23.115,38	154
Total			S/. 177.431,40	

Elaboración: Propia

La empresa tendrá que vender 3258 paquetes escolares, 3487 circuito de niños, 3138 circuito de adultos, 24 fiestas infantiles, 786 talleres de niño, 157 talleres de adulto y 154 talleres de verano en un año para que no tenga ni ganancias ni pérdidas, es decir este en equilibrio.

Comparando estos datos con las ventas proyectadas se tiene:

Tabla N° 87. PUNTO DE EQUILIBRIO VS VENTAS ESPERADAS

PUNTO DE EQUILIBRIO VS VENTAS ESPERADAS				
SERVICIOS	CANTIDAD DE EQUILIBRIO	VENTAS ESPERADAS	DIFERENCIA	% DE LAS VENTAS ESPERADAS
PAQUETE ESCOLAR L-V (NIÑOS)	3258	3404	146	4,28%
CIRCUITO NIÑO	3487	3643	156	4,28%
CIRCUITO ADULTO	3138	3279	140	4,28%
FIESTA INFANTIL	24	25	1	4,28%
TALLER NIÑO	785	820	35	4,28%
TALLER ADULTO	157	164	7	4,28%
TALLER NIÑO – VERANO	154	161	7	4,28%
			PROMEDIO	4,28%

Elaboración: Propia

Con los datos de dicha tabla se puede concluir que la Minigranja necesita cubrir en promedio solo el 4.28% de sus ventas estimadas para llegar a un punto de equilibrio durante el año 2, así mismo este varía y se optimiza cada año.

9.9. **RIESGOS**

Finalmente se analizarán los riesgos potenciales en el desarrollo del presente proyecto, tanto cuantitativos como los cualitativos:

- El principal riesgo será la aparición de competencia directa, la cual podría tener incluso mayor capital para lograr un marketing más agresivo y captar gran parte del público objetivo.
- Enfermedades o pestes en los animales, que además de incurrir en un sobre costo no estimado (dependerá de cada animal y el tratamiento) también puede llevar al cierre temporal por fumigación.
- Denuncia de algún cliente, por alergias o daños que pueda causar algún animal a su persona (mordidas, arañones, alergias, etc.) lo que genera mal marketing boca a boca y posibles gastos adicionales hacia el cliente.
- El cambio del alcalde de Cerro Colorado, lo que puede llevar a cambio en sus entregas de licencias y permisos de locales, así como incremento de pagos.
- Algún desastre natural que lleve al cierre temporal o a la baja de ventas temporalmente.
- Robo en el local, generaría pérdidas económicas y el cierre temporal hasta establecer lo necesario para el funcionamiento.

Los anteriormente mencionados podrán ocasionar como ya se mencionó en el escenario pesimista punto 9.6.2. y 9.6.3. la caída de ventas, el incremento de sueldos e insumos pueden desfavorecer a la empresa.

Tabla N° 88. VALORACION DE RIESGOS

RIESGO POTENCIAL	VALOR ECONOMICO
CAÍDA DE VENTAS EN 3% ANUAL POR COMPETENCIA DIRECTA.	4,800.00 Soles
ENFERMEDADES O PESTES QUE LOS ANIMALES PODRÍAN SUFRIR (CONSIDERANDO SOLO ATENCIONES).	940.00 Soles
ENFERMEDADES O PESTES QUE LOS ANIMALES PODRÍAN SUFRIR (CONSIDERANDO MUERTES).	1,820.00 Soles
DESASTRES NATURALES (10% DE INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y MUEBLES)	7,687.42 Soles
ROBO EN EL LOCAL (EQUIPOS Y MUEBLES)	3,032.00 Soles

Elaboración: Propia



10. CONCLUSIONES

- Primero. A través de los análisis realizados en esta investigación, se determina que la implementación de una Minigranja en el mercado arequipeño es factible y viable.

El análisis financiero realizado indica que se tendrían resultados bastante positivos. El valor actual neto económico, VAN asciende a S/. 136,408.37, lo que indica que el negocio es rentable, en cuanto a la Tasa interna de retorno económico, TIR 49.11% que se comparó con la tasa de rendimiento más alta que el mercado ofrece en proyectos de inversión (15%), así mismo los indicadores financieros VAN y TIR son positivos lo que determina la rentabilidad del proyecto.

- Segundo. La demanda actual del servicio de Minigranja que se brinda en Arequipa es de 16,000 personas anualmente, se pronostica atender a 9,996 personas el primer año a través de nuestros diversos servicios.

Las características del mercado son favorables al negocio que se plantea debido al crecimiento del PBI, gasto en esparcimiento de los Arequipeños y un aumento de las inversiones en la región Arequipa.

- Tercero. Existen competidores directos e indirectos identificados con servicios similares, la competencia directa cuenta con desventajas por tratarse de un negocio móvil y no tener un espacio físico en la Ciudad de Arequipa. La competencia indirecta la incluyen Parques Zoológicos y recreacionales donde se puede divisar o tener algún contacto con especies de animales, ambas opciones tienen carencias de diversa índole y no satisface a los consumidores Arequipeños. Por lo que se concluye que existe un mercado desatendido.
- Cuarto. Se identificaron los equipos y maquinarias necesaria, así como la infraestructura acorde, la que asciende a S/. 76,874.19 La localización óptima que estaría dentro de los requisitos sería en el distrito de Cerro Colorado, y alquilaría el local por el periodo de 5 años.
- Quinto. Se necesitará de 4 personas para operar la Minigranja incluyendo al Propietario que hará las veces de Gerente de marketing y Finanzas.

- Sexto. Se ha visto por conveniente una estrategia de precios basada en la competencia y una publicidad intensiva como medio de introducción al mercado, usando canales de venta directos e indirectos. Además de los servicios básicos, se ofrecerán servicios complementarios, diversificando el público objetivo y permitiendo defendernos de la estacionalidad de este tipo de negocios por estar enfocado mayormente a niños en edad pre escolar y escolar.



RECOMENDACIONES

- Primero. Asegurarse de tener los logos y artes correctos y más propicios, por medio de una empresa de publicidad experta en el rubro.
- Segundo. Aplicar el estudio de mercado al segmento C, ya que es el segmento que ha crecido sustancialmente los últimos años en Arequipa.
- Tercero. Evaluar la alternativa de implementar la zooterapia con los animales de la Minigranja, apoyados en profesionales con experiencia en dicho rubro.



BIBLIOGRAFÍA

- Alcalde M. (2010). Consultoría Minigranja Turística Autosostenible. Julio 7, 2015, de Scribd. Sitio web: <https://es.scribd.com/doc/32480750/Modelo-de-Minigranja#download>
- Aliaga, C. (2004). Apuntes de Estudio: Manual de Matemática Financiera. Lima: Universidad del Pacífico.
- Aurum (2014) El consumidor arequipeño 2014 (frente a una desaceleración en el corto plazo y a perspectivas favorables en el largo plazo) 20 de Julio del 2015, de Aurum Consultoría y Mercado Sitio Web: <http://aurumperu.com/pdf/Infoconsumoct2014.pdf>
- Aurum Consultoría y Mercado. (Abril del 2015). Informe Perspectivas Económicas 2015, Región Arequipa. 13 de Noviembre del 2015, de Aurum Consultoría y Mercado Sitio web: http://ucsp.edu.pe/cegov/wp-content/uploads/2015/04/AURUM_Informe-Perspectivas-Econ%C3%B3micas-2015-Regi%C3%B3n-Arequipa_Abril-2015.pdf
- Banco Central de Reserva del Perú (2015). Reporte de Inflación: Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2015-2017. Julio 9, 2015, de Banco Central de Reserva del Perú. Sitio web: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2015/mayo/reporte-de-inflacion-mayo-2015.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú. (Setiembre 2015). Síntesis Reporte de Inflación 2015. 10 de Noviembre del 2015, de Banco Central de Reserva del Perú Sitio web: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2015/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2015-sintesis.pdf>
- Blog empresarial Gerencie. (2010). Diferencia entre viable y factible. Mayo 27, 2015, de Blog empresarial Gerencie. Sitio web: <http://www.gerencie.com/diferencia-entre-un-Estudio-viable-y-factible.html>
- Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. (Noviembre 2009). Lineamientos estratégicos para el desarrollo Nacional 2010-2021. 10 de Noviembre del 2015, de Centro Nacional de Planeamiento Estratégico) Sitio web: <http://www.ceplan.gob.pe/documentos/documento-trabajo-2-lineamientos-estrat%C3%A9gicos-el>
- Comisión Europea. (2013). Focus Group ¿Por qué utilizar esta herramienta en evaluación? 20 de Julio del 2015, de Comisión Europea Sitio web: http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/examples/too_fcg_res_es.pdf

- Concejo Municipal Provincial de Arequipa. (2010). Ordenanza Municipal N° 667. Julio 9, 2015, de Concejo Municipal Provincial de Arequipa. Sitio web: <http://www.muniarequipa.gob.pe/normas/normaspdf/O2010667.pdf>
- Crecemype. (2013). Inscripción en el Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa (REMYPE). 03 de Noviembre del 2015, de Ministerio de la Producción Sitio web: <http://www.crecemype.pe/portal/index.php/aprovecha-la-ley-mype/paso-3-registrate-en-el-remype>
- De Perú.com. (2013). Los Regímenes Tributarios de la SUNAT. 02 de Noviembre del 2015, de De Perú.com Sitio web: <http://www.deperu.com/contabilidad/los-regimenes-tributarios-de-la-sunat-4834>
- De Perú.com. (2014). Qué es el régimen laboral especial. 03 de Noviembre del 2015, de De Perú.com Sitio web: <http://www.deperu.com/abc/regimen-laboral-especial/559/que-es-el-regimen-laboral-especial>
- De Velasco, E. (1994). El precio, variable estratégica de marketing. Madrid: Mc Graw-Hill Interamericana de España S.A.
- Departamento de Estudios Económicos. (2015). Indicadores Económicos IV trimestre 2014- Enero 2015. Julio 11, 2015, de Cámara de Comercio Industria Arequipa. Sitio web: http://www.camara-arequipa.org.pe/sites/default/files/publicaciones/indicadores_economicos_-_iv_trimestre_2014._enero_2015.pdf
- Ecodes. (2015). Sistema de Gestión sostenible. Mayo 27, 2015, de Ecodes. Sitio Web: http://ecodes.org/ecodes/sistema-de-gestion-sostenible#.VWjRhM9_Oko
- Edwin Escalante Ramos. (11 de Diciembre del 2014). Curso de Creación y Gestión - Constitución y formalización. 03 de Noviembre del 2015, de Mi Empresa Propia MEP Sitio web: <https://www.youtube.com/watch?v=1pkFa386d5I>
- El Comercio. (2013). La ciudad de Arequipa supera en 50% el límite permitido de contaminación. 3 de Noviembre del 2015, de El Comercio Sitio web: http://elcomercio.pe/mundo/actualidad/ciudad-arequipa-supera-50-limite-permitido-contaminacion_1-noticia-1655955
- El Comercio. (Jueves 19 de Marzo del 2015). El consumo de productos orgánicos crece entre los peruanos. 10 de Noviembre del 2015, de Actualidad Ambiental Sitio web: http://www.actualidadambiental.pe/wp-content/uploads/2015/03/elcomercio_2015-03-19_p12.pdf

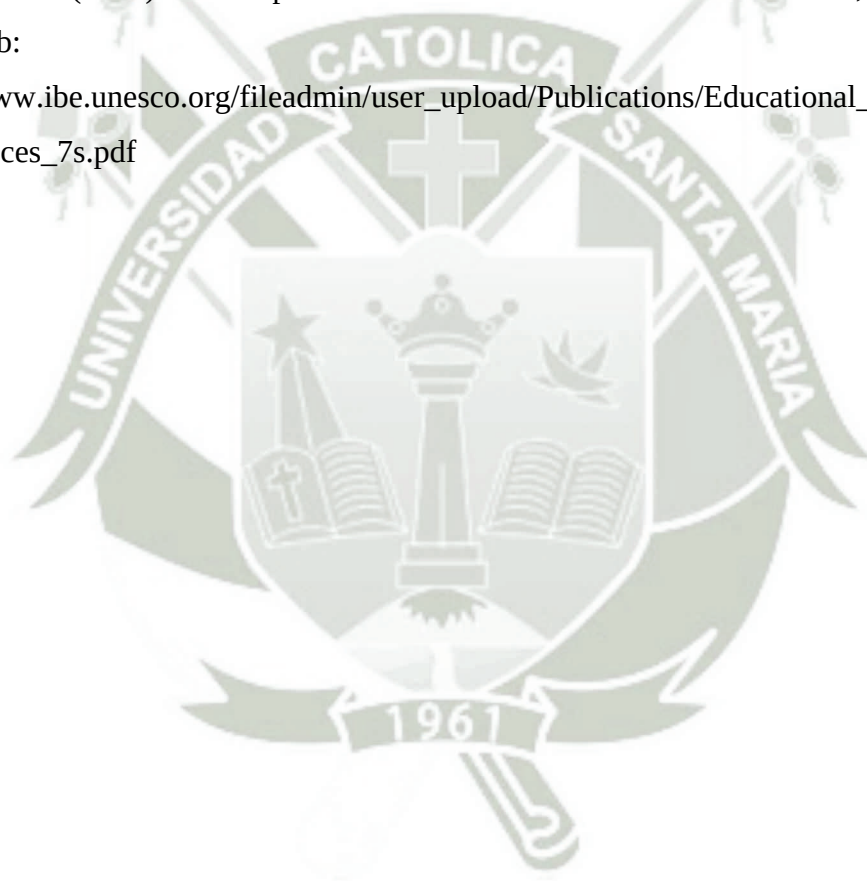
- El Comercio. (Junio del 2015). EY: Arequipa es la tercera mayor economía del Perú. 14 de Noviembre del 2015, de El Comercio Sitio web: <http://elcomercio.pe/economia/peru/ey-arequipa-tercera-mayor-economia-peru-noticia-1819716>
- Ernst & Young Global Limited. (Setiembre del 2015). Perspectivas para la región Arequipa: crecimiento, sostenibilidad y proyecciones. 11 de Noviembre del 2015, de Revista de la Cámara de Comercio e Industria de Arequipa Sitio web: <http://www.ey.com/PE/es/Newsroom/Newsroom-AM-perspectivas-region-arequipa-crecimiento-sostenibilidad-proyecciones>
- Exporta Fácil- SUNAT. (2007)¿Qué es el RUC? 03 de Noviembre del 2015, de SUNAT Sitio web: <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/ruc.htm>
- Garavito, J., Andrade, H., Vásquez, C., & Gómez, U. (2010). Minigranja: Ambiente para el aprendizaje y la toma de decisiones. Mayo 27, 2015, de Revista Dinámica de Sistemas. Sitio web: <http://www.dinamica-de-sistemas.com/revista/dinamica-de-sistemas-52.pdf>
- Garcia. C. (2012). Creación de un centro infantil de entretenimiento y aprendizaje para la preservación del ecosistema. Mayo 22, 2015, de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Sitio web: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/262/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-27.pdf>
- Gestiópolis. (2011). Problemática ambiental, crecimiento económico y avance tecnológico. Origen, debate actual y consecuencias. 2 de Noviembre del 2015, de Gestiópolis Sitio web: <http://www.gestiopolis.com/problematika-ambiental-crecimiento-economico-avance-tecnologico/>
- Giglo, N. (2001). La dimensión ambiental en el desarrollo de América Latina. Mayo 23, 2015, de CEPAL. Sitio web: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2262/S2001612_es.pdf?sequence=1
- Greig. (1983). De la Herencia Cotidiana al Tesoro Perdido: Nuevos Desafíos en la Educación Ambiental para la Conservación de la Biodiversidad. Mayo 27, 2015, de Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España. Sitio web: <http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulosdeopinion/2002>
- Indecopi. (2014). Taller de registro de Marcas, Signos, distintivos y patentes. 03 de Noviembre del 2015, de Indecopi Sitio web: <http://indecopi-indecopi.blogspot.com/2010/02/requisitos-para-registrar-su-marca-en.html>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014). Estado de la Población Peruana 2014. Julio 11, 2015, de Instituto Nacional de Estadística e Informática. Sitio web: http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1157/libro.pdf
- Juan Carlos Benner Caycho. (2009). Principales beneficios de la ley MYPE. 03 de Noviembre del 2015, de PROMPEX Sitio web: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=C1DED215-5C9C-44B1-9CE0-10484048C5F1.PDF>
- Juan S. y Roussos A. . (Julio del 2010). El focus groups como técnica de investigación cualitativa. Documento de Trabajo N° 256. 22 de Noviembre del 2015, de Universidad de Belgrano Sitio web: http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/254_Roussos.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing. México: Pearson Prentice Hall Educación de México.
- Lesen de Resúa, R. (2011). El juego en Educación Infantil. Abril 13, 2015, de Techtraining Multiservice S.L. Sitio web: http://www.techtraining.es/revista/numeros/PDF/2011/revista_32/13.pdf
- Llopis R. (2004). Grupos de discusión: Manual de aplicación a la investigación social, comercial y comunicativa. Madrid: ESIC Editorial.
- Maldonado J.. (2014). Estrategia empresarial. Mayo 27, 2015, de Gestiópolis. Sitio web: <http://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>
- Ministerio del Ambiente. (2014). ¿Por qué enseñar educación ambiental a los niños y niñas de primaria?. 12 de Noviembre del 2015, de Ministerio del Ambiente Sitio web: http://www.minam.gob.pe/proyecolegios/Curso/curso-virtual/Modulos/modulo2/2Primaria/m2_primaria/por_qu_ensear_educacin_ambiental_a_los_nios_y_nias_de_primaria.html
- Ministerio de Educación. (2006). Diversificación y programación curricular. 11 de Noviembre del 2015, de Ministerio de Educación Sitio web: http://www.minam.gob.pe/proyecolegios/Curso/curso-virtual/Modulos/modulo2/2Primaria/m2_primaria/diversificacion_y_programacion.pdf

- Orientación MYPES- SUNAT. (2014). Régimen laboral de Micro y Pequeña empresa. 03 de Noviembre del 2015, de SUNAT Sitio web: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>
- Preparados para aprender. (2015). Actividades pedagógicas. Mayo 27, 2015, de Preparados para aprender. Sitio web: http://www.preparadosparaaprender.com/actividades_pedagogicas.php
- Servicios al Ciudadano-Municipalidad de Arequipa. (2013). Autorización instalación de anuncios y propaganda. 03 de Noviembre del 2015, de Municipalidad de Arequipa Sitio web: http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/tramites/11859/5_1_27_0.htm
- Sistema Nacional de Información Ambiental SINIA. (2009). Indicadores Ambientales. 2 de Noviembre del 2015, de Ministerio del Ambiente Sitio web: <http://sinia.minam.gob.pe/estadisticas/indicadores-ambientales>
- Servicios al Ciudadano-Municipalidad de Arequipa. (2013). Licencia de funcionamiento para establecimientos comerciales y servicios en general. 03 de Noviembre del 2015, de Municipalidad de Arequipa Sitio web: http://www.serviciosalciudadano.gob.pe/tramites/11859/2_24_0_0.htm
- SUNAT. (2013). Persona natural, sociedad conyugal y sucesión indivisa. 03 de Noviembre del 2015, de SUNAT Sitio web: http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=1723:persona-natural-sociedad-conyugal-y-sucesion-indivisa&catid=212:inscripcion-al-ruc&Itemid=383
- SUNAT. (2013). Personas jurídicas y otras entidades. 03 de Noviembre del 2015, de SUNAT Sitio web: http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=1724:personas-juridicas-y-otras-entidades-&catid=212:inscripcion-al-ruc&Itemid=383
- SUNAT. (2014). Guía de Constitución y Formalización de Empresas; Legalizando mis libros contables. 03 de Noviembre del 2015, de SUNAT Sitio web: <http://www.sunat.gob.pe/exportaFacil/pasos/paso9.pdf>
- Unesco. (2015). *Educación para el desarrollo sostenible*. Mayo 27, 2015, de Unesco. Sitio web: <http://www.unesco.org/new/es/our-priorities/sustainable-development/>
- Universidad Católica de Santa María. (2015). *Plan de educación ambiental regional para Instituciones Educativas de la Región*. Junio 25, 2015, de Universidad Católica de Santa María. Sitio web:

http://www.ucsm.edu.pe/SIAR2/images/Docs_pdf/080116_InformeGteaArequipa.pdf

- Vara-Horna, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. Junio 12, 2015, de Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima. Sitio web: www.aristidesvara.net 451 pp.
- Velarde, J. (2015). *Reporte de Inflación: Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2014 – 2016*. Julio 9, 2015, de Banco Central de Reserva del Perú. Sitio web: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2015/enero/reporte-de-inflacion-enero-2015-presentacion.pdf>
- Vosniadou S. (2006). *Cómo aprenden los niños*. 12 de Noviembre del 2015, de Unesco. Sitio web: http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/Publications/Educational_Practices/EdPractices_7s.pdf





Anexo 1 Propuesta de la Competencia que permitió el surgimiento de la Idea





Arequipa agosto de 2015

Señores [REDACTED]
J.B.R.
Presente.-

Atte.-

Cordiales saludos, el motivo de la presente es para poderle presentar nuestros servicios de ECO GRANJA MÓVIL. Un servicio pionero en el Perú y en Arequipa; por más de 5 años en el medio.

ECO GRANJA MÓVIL "BB", tiene por fin despertar la alta sensibilidad del niño, ya que en esta etapa es importante para su formación tanto en el área racional como afectiva.

Presupuesto:

Nro. De Niños	: 73 niños (del nivel de inicial)
Precio Paquete	: Paquete Básico: S/ 803.00 (Ochocientos tres con 00/100 Nuevos Soles) - c/u a S/. 11.00 por niño. - Mínimo 40 niños (S/. 440.00) Paquete 1: S/ 876.00 (Ochocientos setenta y seis con 00/100 Nuevos Soles) - c/u a S/. 12.00 por niño. Mínimo 60 niños (S/. 720.00). Este paquete es como mínimo 60 niños en adelante.
Grupo de Visita	: De 9:00 hrs. a 13:00 hrs.
Fecha de visita	: Por definir fecha.
Condiciones del Evento	: A la firma del contrato el 50 % del monto total, saldo restante en la presentación. Se entrega Contrato de Locación de Servicios y recibos por honorarios.

Paquete Básico: Pollos (30); patos (2); codorniz (2); conejos (2); cuy (2); perrito (1), Tachitos Recicladores; Pequeños Veterinarios: Uso de estetoscopios, Forraje verde "ad libitum"

Paquete 1: Lechón (01); pollos (20); patos (4); codorniz (2); conejos (2); cuy (2); perrito (2) Tachitos Recicladores; Pequeños Veterinarios: Uso de estetoscopios, Forraje verde "ad libitum"

Todas las sesiones de Zooterapia con los grupos de trabajo.

Sin otro en particular me despido de usted



Oscar Castillo Mejía
Gerente General

Cuesta del Ángel Nro. 509 – Yanahuara - Arequipa – Cel. 974 617795 (BPC)
e-mail: informes.ecogranjamoovil@gmail.com  [eco.granjamoovil](https://www.facebook.com/ecogranjamoovil)

Anexo 2: Indicadores económicos

Tabla A 1.1. Proyecciones económicas del Perú 2015-2017

	2014	2015		2016		2017
		RI May.15	RI Set.15	RI May.15	RI Set.15	RI Set.15
Producto bruto interno (Var. % real)	2,4	3,9	3,1	5,3	4,2	5,0
Balanza comercial (%PBI)	-0,6	-0,8	-1,1	-0,2	-1,0	0,0
Exportaciones de bienes y servicios (Var. % real)	-1,0	1,7	0,1	8,4	7,0	9,5
Importaciones de bienes y servicios (Var. % real)	-1,5	1,5	-1,3	4,5	2,6	4,2
Inflación (Var. % real)	3,2	2,0 - 3,0	3,5 - 4,0	1,5 - 2,5	2,5 - 3,0	2,0 - 2,5
Resultado económico del sector público no financiero (%PBI)	-0,3	-2,0	-2,2	-1,8	-2,7	-2,6
Cuenta corriente de la balanza de pagos (%PBI)	-4,0	-3,9	-3,2	-3,3	-3,1	-2,3

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú
Elaboración: Propia

Tabla A 1.2. Indicadores económicos Arequipa

Indicador	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Población	1,192,932	1,205,317	1,218,168	1,231,553	1,245,251	1,259,162	1,273,180
Producto Bruto Interno (millones de nuevos soles constantes, base 2007)	18,885	19,083	20,251	21,153	22,212	22,691	-
PBI per cápita	15,831	15,832	16,624	17,175	17,838	18,021	-
Inflación	8.8%	-0.4%	4.8%	6.6%	3.4%	5.0%	3.2%
Tipo de cambio 1/	3.1	2.8	2.8	2.7	2.5	2.7	3.0
Dolarización de créditos 2/	42.3%	32.2%	29.3%	26.7%	25.9%	26.1%	22.1%
Balanza Comercial a valor FOB (miles de US\$)	2,101,319	2,088,939	2,990,390	3,459,159	2,600,345	1,804,484 a/	667,000 b/
Exportaciones a valor FOB (miles de US\$)	2,546,330	2,374,900	3,511,586	4,228,039	3,783,583	3,262,948 a/	2,293,000 b/
Importaciones a valor FOB (miles de US\$)	445,011	285,961	521,196	768,880	1,183,238	1,458,46 a/	1,626,000 b/
Resultado de Ejecución del Presupuesto del Gobierno Regional (millones de nuevos soles) 2/				112.86	91.48	139.48	
Recaudación tributaria como % del PBI	18.99%	14.22%	17.03%	24.70%	19.18%	-	-
Ingreso mensual promedio por trabajo (nuevos soles)	884.95	954.98	971.9	1,057.97	1,141.11	1,176.06	-
Tasa de desempleo	4.84%	6.11%	5.07%	5.17%	4.80%	5.28%	-

Fuentes: INEI / BCRP / GRA / SUNAT / MINTRA

1/ Tipo de cambio de casas de cambio de la ciudad de Arequipa, al cierre del año

2/ Datos de 2014 a noviembre

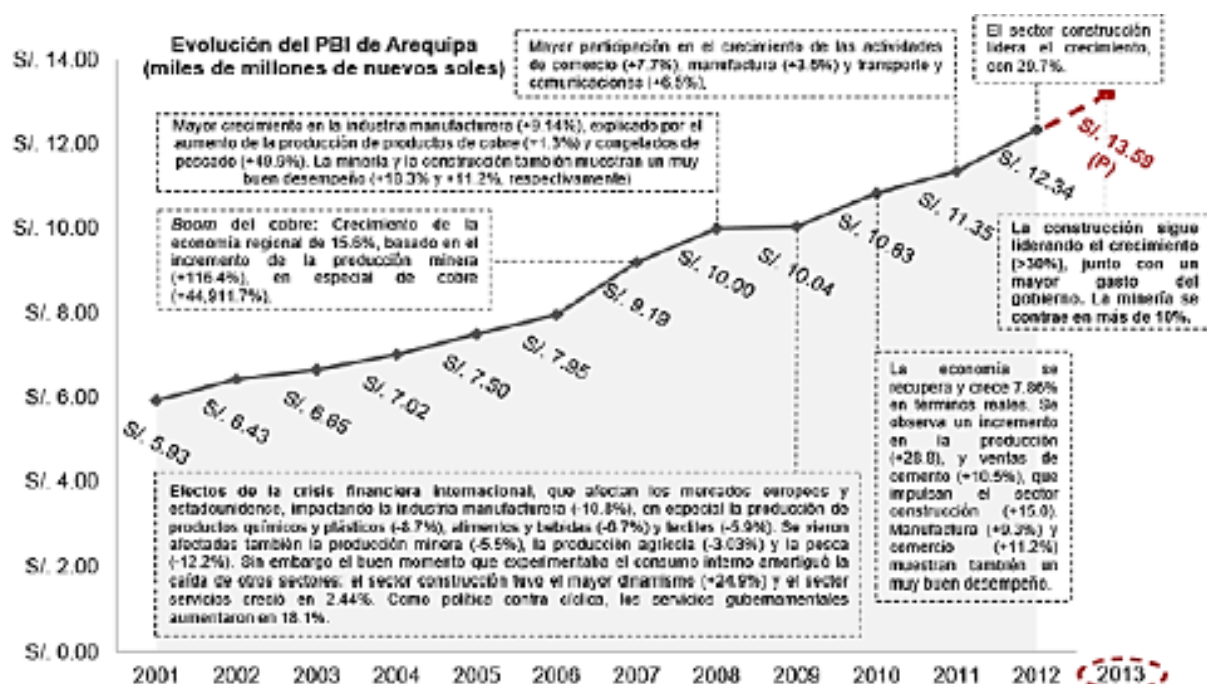
a/ Datos a noviembre de 2013

b/ Datos a setiembre de 2014

Anexo 3: evolución del PBI de Arequipa al 2013

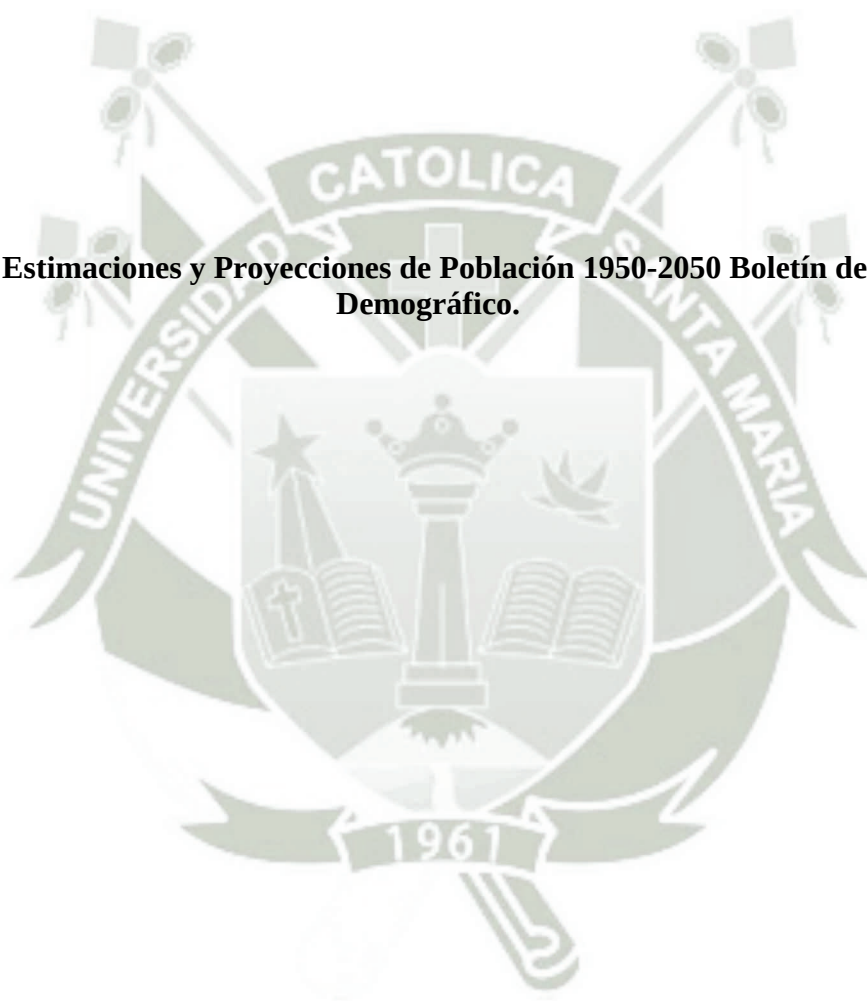


Grafico A 2.1. Evolución del PBI de Arequipa al 2013

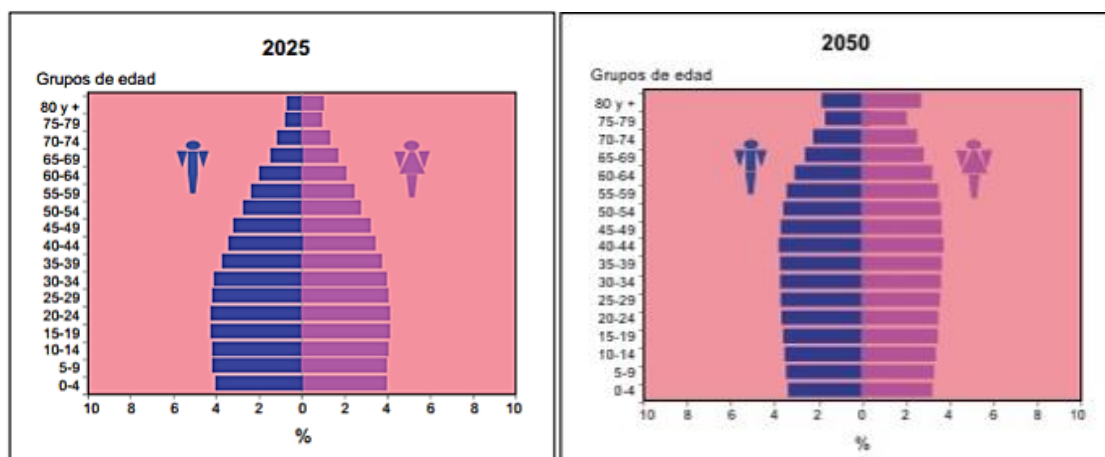


Fuente: Aurum Consultoría y Mercado

Anexo 4: Estimaciones y Proyecciones de Población 1950-2050 Boletín de Análisis Demográfico.

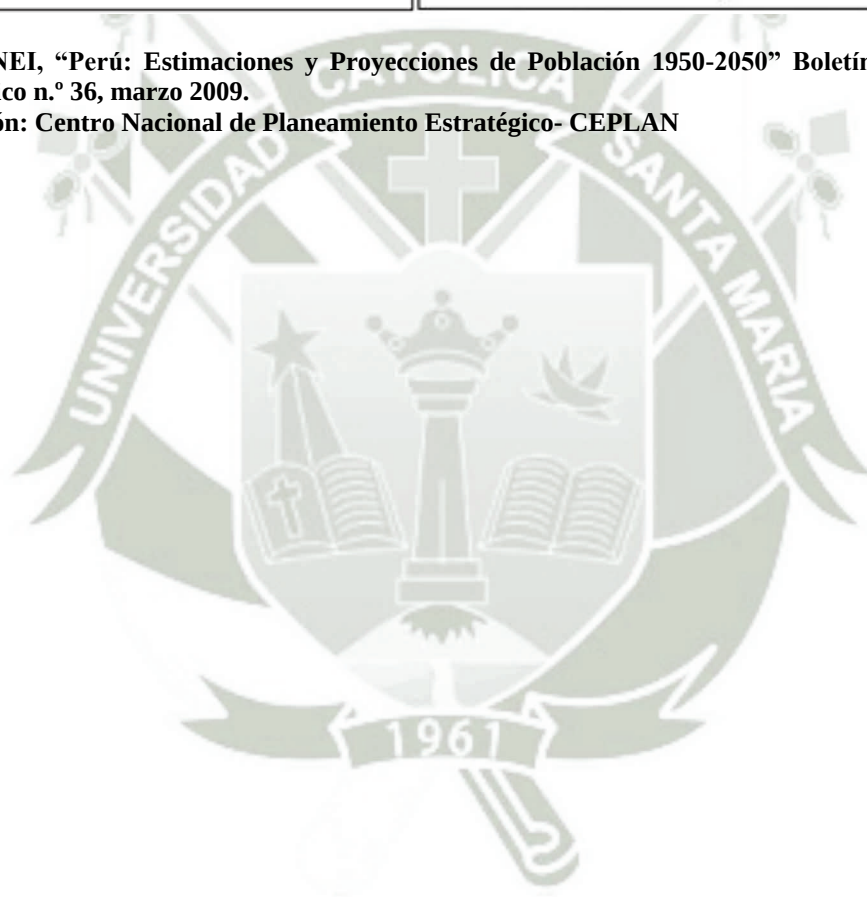


Gráfica A 3.1. Estructura de la población en el Perú a julio del 2025 y julio del 2050



Fuente: INEL, “Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población 1950-2050” Boletín de Análisis Demográfico n.º 36, marzo 2009.

Elaboración: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico- CEPLAN



Anexo 5: Niveles Socio- económicos en Arequipa

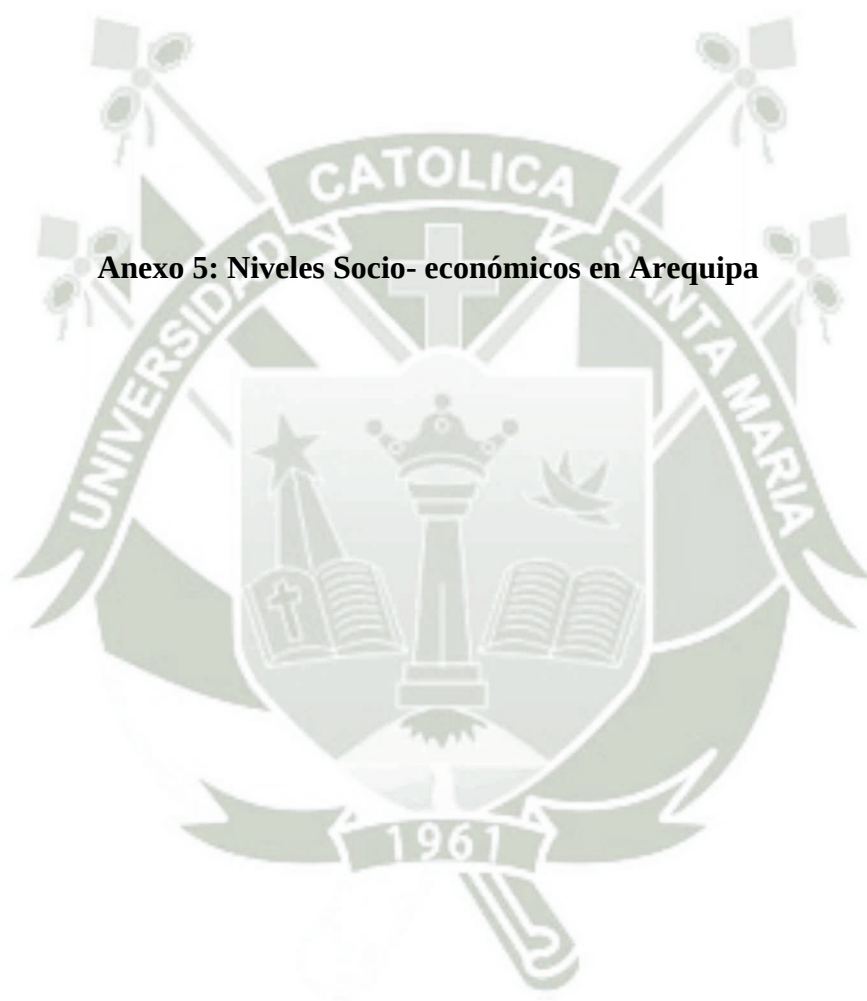
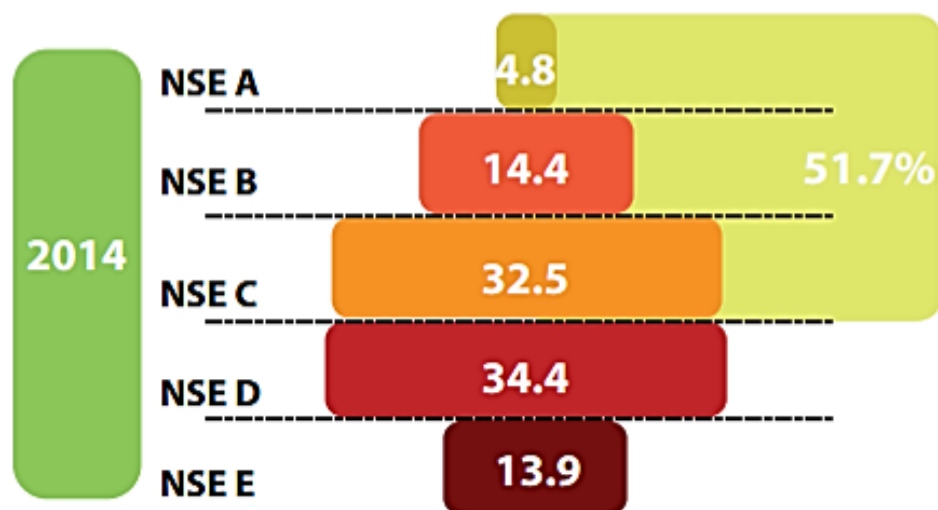


Grafico A 4.1. Niveles Socio económicos en Arequipa



Fuente: Asociación de Empresas de Investigación de Mercados- APEIM

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Arequipa- CCIA, Departamento de Estudios Económicos.

Anexo 6: Población estimada de la infancia, adolescencia por sexo, según departamentos en Perú al 2014



Tabla A 5.1. Población estimada al 2014 en Arequipa

DEPARTAMENTO	TOTAL		
	Primera infancia (0 - 5)	Niñez (6 - 11)	Adolescencia (12 - 17)
TOTAL	3 465 581	3 514 934	3 485 778
Amazonas	54 462	54 733	46 958
Áncash	133 938	136 302	132 018
Apurímac	61 479	61 481	52 763
Arequipa	124 542	125 943	133 952
Ayacucho	93 408	92 793	87 954
Cajamarca	188 552	196 386	184 787
Provincia Constitucional del Callao 1/	94 044	95 912	97 708
Cusco	152 058	156 057	149 229
Huancavelica	79 803	75 486	67 973
Huánuco	113 672	113 769	101 744
Ica	81 948	85 550	87 120
Junín	170 968	159 483	168 563
La Libertad	206 619	210 509	210 391
Lambayeque	132 344	140 246	145 340
Lima 1/	955 000	949 666	1 002 707
Loreto	139 120	145 770	132 668
Madre de Dios	15 752	15 954	14 760
Moquegua	16 292	16 767	16 792
Pasco	38 064	39 375	38 458
Piura	223 290	226 199	221 157
Puno	176 202	180 309	177 086
San Martín	99 059	102 457	95 640
Tarma	34 317	35 237	35 316
Tumbes	24 473	24 624	24 059
Ucayali	56 175	63 926	60 635

Fuente: Estado de la Población Peruana al 2014 del Instituto Nacional de Estadística e Informática- INEI

Elaboración: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Anexo 7: Cálculo de la población y muestra de la encuesta.



La población total es de 250 485 niños entre 1 a 12 años de edad en Arequipa, es una población finita. A dicha cifra se le extraerá el 19.2% que es el porcentaje del segmento A y B en Arequipa según la APEIM, dando una población final de 48094 niños. Al ser una población finita se hará uso de la siguiente fórmula:

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

Con el objetivo de obtener un error del 5%, se procederá de la siguiente manera:

n= Tamaño de la muestra

z = 2 (1,96) para el 95% de confianza

p = Frecuencia esperada: 50

q = 1-p: 50

E = Error máximo permitido: 5%

N= Tamaño de la población: 48 094

$$n = \frac{(2)^2 (50)(50)(48094)}{(5)^2 (48094-1) + (2)^2 (50)(50)}$$

n= 396

La muestra resultante es de 396 personas

Anexo 8: Focus Group a Padres de familia y Profesores



INTRODUCCION

Buenos noches con todos, su presencia aquí responde a que se quiere conocer sus opiniones y puntos de vista sobre lugares al actividades al aire libre destinados a niños, así como analizar el impacto percibido sobre la propuesta de una Minigranja en la ciudad.

La conversación va a ser filmada para plasmar todas las intervenciones en la investigación que vengo desarrollando.

PRESENTACION DEL FOCUS GROUP

La duración de este Focus Group será de aproximadamente de hora y media a dos horas, para el cual necesito que cada uno exprese su opinión libremente, no existen buenas ni malas respuestas. Les pido por favor que mantengamos el orden en todo momento para que todos puedan participar

PRESENTACION DE LOS PARTICIPANTES

Por favor, a continuación cada uno dirá su nombre para conocernos mejor y dirigirnos a cada uno.

DESARROLLO

Empezando con la ronda de preguntas la cual tendrá el orden de derecha a izquierda, la primera pregunta es la siguiente.

PREGUNTAS GENERALES

Estas preguntas fueron realizadas con la finalidad de obtener un marco general acerca del comportamiento del mercado, es decir, frecuencia de consumo de servicios sustitutos, comportamiento del mercado y factores que son importantes al momento de una elección

1. ¿Cuántas veces a la semana creen que un niño de 1 a 12 años realiza alguna actividad al aire libre?
2. ¿Qué tipo de actividad realiza? ¿A qué lugares acude para realizar dichas actividades?
3. ¿Qué atributos considera Ud. al momento de elegir el lugar donde el niño realizará la actividad?

4. ¿Considera que las nuevas generaciones de niños están más evocados a actividades donde se incluya aparatos electrónicos para pasar su tiempo libre? ¿Cree que esto es beneficioso para el niño?
5. ¿Ustedes creen que los niños son menos impresionables a causa de que están todo el tiempo conectados por algún aparato electrónico?
6. ¿Considera importante que un niño forme una cultura ecologista desde pequeño?
¿Por qué?
7. ¿El niño tiene contacto con animales que no sean sus mascotas? ¿Cuáles son esos lugares?
8. ¿Conoce las ventajas que produce en el niño el contacto con animales?
9. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja?
10. ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?

PREGUNTAS DE TRANSICION

Una Minigranja es un establecimiento destinado al cultivo y crianza empleando métodos ecológicos, es optimizando los recursos naturales, sin emplear productos químicos ni genéticamente alterados para el abono ni para combatir plagas, logrando de esta forma obtener alimentos orgánicos. Estos ambientes están orientados a niños y familias donde se busca promover el aprendizaje cognitivo y social de los niños a través del contacto con especies menores de animales de granja y con el medio ambiente.

El lugar ofrece una visita guiada del circuito, donde los niños se interrelacionan con los animales, alimentándolos y conociendo sus características. Así también recorrido las instalaciones con los cultivos de las verduras, hierbas y hortalizas que se disponga.

Habrà un área de recreación con juegos infantiles y un área de comedor para que los visitantes se sirvan los alimentos que llevaron si fuera el caso.

11. Ya que todos saben ahora cuál es el concepto de Minigranja, ¿Cuál es su opinión sobre esta idea de negocio?
12. ¿Qué característica de la Minigranja le pareció más atractiva?
13. ¿Asistiría con sus hijos o llevaría a niños de su familia a la Minigranja?
14. ¿Qué les parecen los servicios ofrecidos?
15. ¿Qué nombre le pondría a la Minigranja?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

La finalidad de estas preguntas es el obtener una retroalimentación directa y precisa de nuestro producto en el mercado, como este es visto, su posibilidad de expansión y la aceptación que tendría.

16. ¿Cuánto creen que debería costar la entrada que incluye todo los servicios descritos por niño y por adulto?
17. ¿Cada cuánto tiempo llevaría a sus hijos o niños de su familia a la Minigranja?
18. ¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?
19. ¿Qué le parece que esté ubicada en el distrito de Cerro Colorado?
20. ¿Qué servicios agregaría a la visita?
21. ¿Cuánto cree que debe durar la visita?
22. ¿Mediante qué medios de comunicación cree que se debería promocionar este tipo de servicio?



Anexo 9. Resultados del Focus Group adultos

1. ¿Cuántas veces a la semana creen que un niño de 1 a 12 años realiza alguna actividad al aire libre?

Esta pregunta se realizó con la intención de conocer la frecuencia de los hábitos de los niños de las edades a las que esta investigación se enfoca.

Tabla A 8.1. ¿Cuántas veces a la semana creen que un niño de 1 a 12 años realiza alguna actividad al aire libre?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Una a dos veces por semana	Todos los días es necesario	Tres a cuatro veces por semana	Depende de la edad, de niñitos hasta los desde uno a 5 años es más continuo casi diario. Mientras más crecen más pegados a la computadora están y ya no prefieren estar al aire libre, hay que forzarlos para que al menos sea una vez a la semana.	Niños hasta los cinco años deberían tener actividades diarias, se supone que mientras crecen es más fácil en teoría, buscando el tipo de actividad más adecuada para que la desempeñen. Sino que a veces no se permite por diferentes motivos como colegio, tareas, disponibilidad de tiempo de los padres.	Actualmente los niños no tienen muchas actividades al aire libre. Pero deberían ser diarias, por lo menos si es un pequeño de 1 a 4 años la mamá debe sacarlos por lo menos a dar una vuelta o a comprar a la tienda para que conozca los lugares y mientras van creciendo aumentar progresivamente llevándolos a ferias, a parques, etc. Estoy totalmente de acuerdo en que sea diario.	Se divide en cuanto a edades, sin embargo si desde niño se ha educado a tener actividades al aire libre, de grande ya no va a ser una obligación sino un gusto y que no le suene tedioso. Es importante que tenga actividades al aire libre para que se desarrolle y desempeñe socialmente, por lo tanto mínimamente debe salir 5 veces a la semana para intercambiar comportamientos, conductas, maneras de pensar.

Fuente: Elaboración Propia

Los participantes en su mayoría mencionaron que los niños realizan actividades de dos a más veces por semana. Clasificándose este según edades, siendo así que de pequeños hasta los 5 años sus salidas al aire libre son más constantes que de los más grandes.

Sin embargo la recomendación que brindaron los profesores Alberto Bernilla, Mary Hernani y la Psicóloga Karim Mena, fue que es necesario que los niños tengan actividades de forma diaria y debe ser instruido a esto desde niño con el propósito que a medida que vaya creciendo esto se transforme en un hábito saludable.

2. ¿Qué tipo de actividad realiza? ¿A qué lugares acude para realizar dichas actividades?

Esta pregunta se hizo con el propósito de conocer las actividades más comunes que realizan y los lugares, para conocer los hábitos de los niños y a la competencia directa e indirecta

.

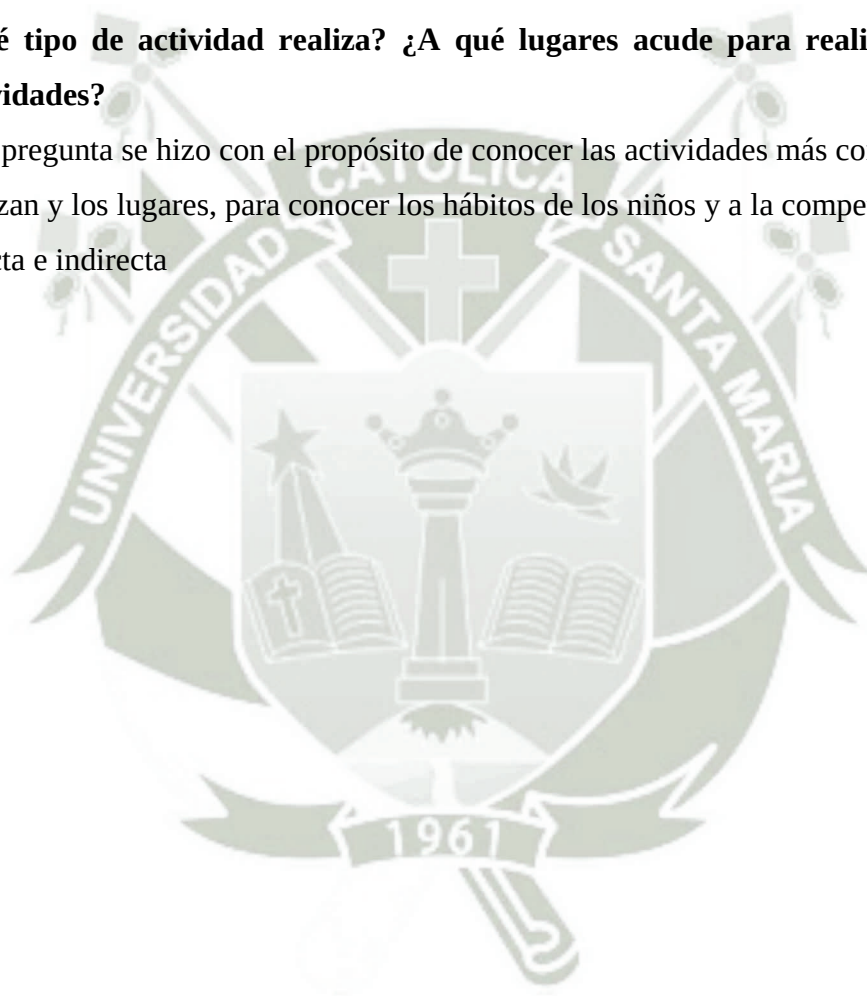


Tabla A 8.2. ¿Qué tipo de actividad realiza? ¿A qué lugares acude para realizar dichas actividades?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Realizan juegos infantiles en parques o jardines si tienen en la casa, con compañeros de su institución y vecinos.	El tiempo del niño se divide en dos; en el colegio y en la casa. En la casa van a parques cercanos a jugar. Dependiendo de la edad puede ser que simplemente vayan a explorar o a desarrollar algún deporte. En el colegio se debería confrontar al niño a la naturaleza.	Mis hijos tienen actividades únicamente los fines de semana porque mi mamá es mayor y está enferma y no hay nadie que los supervise.	Yo tengo un hijo de 1 año 8 meses realiza actividades como salir al campo a ver animales porque le sorprende y es espectacular para ellos. A medida que crecen les va interesando más los deportes. Las actividades las realizan chacras, parques, clubes.	Mi hijo tiene casi 2 años y sus actividades son exploratorias con el ambiente y los seres vivos. No podemos dejarlo solo con animales porque no sabe cómo comportarse todavía. Por lo tanto realiza actividades en el campo con supervisión. Mi otra hija de 7 años realiza actividades como jugar, pasear con amiguitas del colegio.	Observo que los sitios al aire libre están muy deteriorados o resultan peligrosos porque no se les da el mantenimiento adecuado, entonces limita a los niños, obligándonos a llevarlos a los centros comerciales donde si existen juegos interesantes y seguros. Como profesora en el colegio a los niños les he enseñado a recuperar los juegos antiguos tradicionales como “matagente”. Juegos como estos los ayudan a tener habilidades sociales.	El ritmo de vida de los padres hace que los chicos acudan a centros comerciales y despierten en ellos afición en lugar de actividades lúdicas al aire libre. Por ejemplo en el día del padre en el colegio donde trabajo llevamos animalitos creando una especie de rancho y a pesar de la advertencia donde decía que no se podían acercar a los animales, padres y alumnos convivieron con ellos y fueron la atracción porque todos estaban muy felices y pendientes de ellos. Fue una actividad muy gratificante para todos que fomentaría que los padres confíen nuevamente en estos acercamientos, mientras menos existan estos proyectos más concurrencia existirá a malles. Es importante que el niño viva esta experiencia por él mismo.

Fuente: Elaboración Propia

En su mayoría los colaboradores de este Focus manifestaron que las actividades que más realizan al aire libre los niños son juegos en parques o practican deportes. Además de aprovechar los fines de semana para paseos en el campo o centros comerciales en menor proporción debido a la seguridad de los juegos que ofrecen estos frente a los parques.

Además manifestaron que los niños de sus colegios o sus propios hijos cuando han tenido contacto con animales en estas actividades, lo han disfrutado y ha sido gratificante.

3. ¿Qué atributos considera Ud. al momento de elegir el lugar donde el niño realizará la actividad?

La razón de esta pregunta es que se desea conocer las características que más valoran los padres o profesores para plasmarlos en el presente proyecto.

Tabla A 8.3. ¿Qué atributos considera Ud. al momento de elegir el lugar donde el niño realizará la actividad?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Lo primordial es la seguridad, ambientes adecuados a la edad del niño.	Seguridad, higiene, que sea un lugar entretenido y amplio.	Seguridad, higiene.	Seguridad, higiene, playa de estacionamiento, que haya sombra porque el sol es muy dañino.	Depende del lugar porque si se trata de una chacra uno mismo tiene que proveer los atributos como seguridad, higiene, etc. a través de los instrumentos o útiles que uno pueda llevar consigo.	Seguridad, calidad de servicio, buen trato, paciencia para los niños.	Seguridad, higiene

Fuente: Elaboración Propia

Se distingue que lo principal para los asistentes es la seguridad, la higiene y la calidad de servicio. Al mismo tiempo se considera importante que los ambientes de los lugares sean coherentes con las edades de los niños.

Además se mencionaron características de los ambientes como son; playa de estacionamiento y que las áreas no estén expuestos al sol.

4. **¿Considera que las nuevas generaciones de niños están más evocados a actividades donde se incluya aparatos electrónicos para pasar su tiempo libre?
¿Cree que esto es beneficioso para el niño?**

El motivo de la pregunta fue que se necesita conocer los puntos de vista acerca de los nuevos hábitos de consumo de sus hijos, y si desean que fueran diferentes.

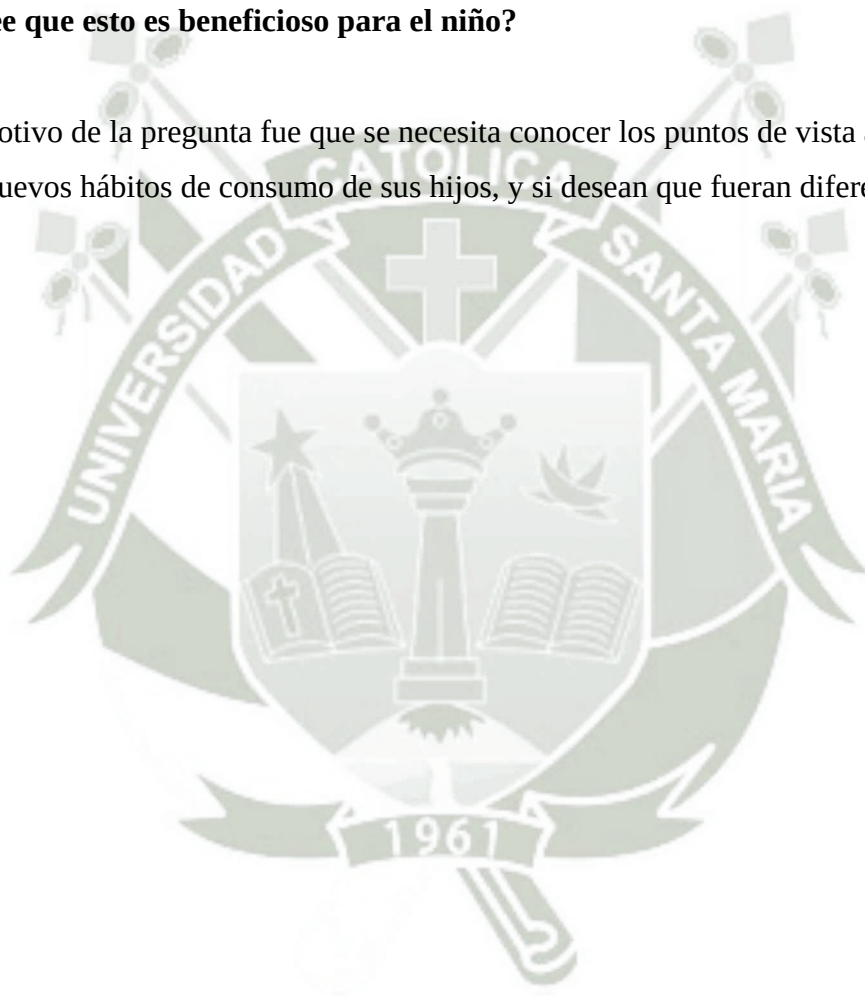


Tabla A 8.4. ¿Considera que las nuevas generaciones de niños están más evocados a actividades donde se incluya aparatos electrónicos para pasar su tiempo libre? ¿Cree que esto es beneficioso para el niño?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Sí, es un hecho que actualmente se les expone o da algún aparato electrónico para que se calmen o distraigan y dejen a los adultos libres para seguir con sus actividades.	La interacción con los medios es muy grande, soy profesor y ya es difícil que en el colegio los niños luego de venir con muchas horas de televisión reaccionen a motivaciones o respondan positivamente después de ver tantas cosas espectaculares en la televisión, videos, Tablet, etc.	Debe haber un punto intermedio, mis hijos no tienen ninguno de estos aparatos como Play Station. Sin embargo considero que es necesario que sepan usarlos porque es parte de la era en que vivimos.	Yo discrepo con todos, ya estamos en un nuevo mundo, los chicos se desenvuelven en una era distinta. La sociedad se mueve con tecnología que avanza rápidamente y si se les expone muy tarde a esta tecnología, las demás personas ya van a estar en otra realidad.	La tecnología no es negativa, sino que debemos aprender a emplearla. A través de ella podemos conocer cosas que no podríamos mostrarles a nuestros hijos por diversas circunstancias como la explosión de un volcán.	En el colegio donde trabajo el aprendizaje está muy ligado a la tecnología. Como padres debemos procurar el uso racional de todo tanto el internet como todo. Yo enseño yoga en el colegio y les mostré posiciones nuevas en la pantalla y los niños lo pudieron imitar rápidamente y les gusto. En el proyecto de Biohuerto que también desarrollo en el colegio, los niños han podido averiguar cómo cultivar nuevas especies, es así que hemos logrado hacer brotar quinua.	En las escuelas de padres en el colegio, siempre menciono que los niños ya no nacen con un pan bajo el brazo, sino una Tablet. Los niños tienen facilidad con el “ensayo y error” averiguar rápidamente el funcionamiento de los aparatos. Es necesario estar de la mano con la tecnología. Debemos criar niños con criterio, para que saquen una conclusión positiva de las cosas que utilizan. Es buena la tecnología sin abusar de ello, incluso los juegos en línea tienen un propósito en los niños. Los padres deben participar de estas actividades.

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría coincidió que el uso de aparatos electrónicos debe ser bajo supervisión, ya que de lo contrario se cae en adicción. Además todos mencionaron que la habilidad de los niños en el control de aparatos electrónicos como tabletas, celulares, computadoras, etc. En su mayoría, expresaron que el dominio de la tecnología es muy importante en el plano académico porque es parte de las actividades cotidianas de la sociedad actual y que esta tendencia irá en aumento, por lo tanto los niños deben estar adaptados a ella.

Se manifestó además que los padres tienen el deber de inculcar en los niños criterio para que obtengan una conclusión positiva de los artefactos que puedan utilizar.

5. ¿Ustedes creen que los niños son menos impresionables a causa de que están todo el tiempo conectados por algún aparato electrónico?

El propósito de esta pregunta fue saber si los niños les causa impresión conocer o estar expuestos frente a situaciones o cosas que no conocen, esto para saber si la idea de una Minigranja les resultará o no atractiva o aburrida.

Tabla A 8.5. ¿Ustedes creen que los niños son menos impresionables a causa de que están todo el tiempo conectados por algún aparato electrónico?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
No, al contrario por el mismo contacto que tienen con los aparatos se logran conmover con cosas mínimas.	Sí, pero con cosas diferentes a las que ven en línea.	Sí es fácil impresionarlos pero hay que saber cómo.	Cualquier cosa les impresiona por la manera en cómo se les presenta	Por ejemplo lo que te comentaba, a mis alumnos los hice jugar a la liga y se quedaron maravillados.	Sí, por lo menos en la niñez si se impresionan, en la adolescencia les impresionan solo las chicas.	Sí son impresionables con cosas tradicionales por ejemplo.

Fuente: Elaboración Propia

Todos coincidieron en que sí son impresionables, conmovibles por situaciones nuevas que resulten divertidas y entretenidas.

6. ¿Considera importante que un niño forme una cultura ecologista desde pequeño? ¿Por qué?

El fin de esta consulta fue para conocer si los niños hoy en día son conscientes del daño y por ende el cuidado que se debe tener con el medio ambiente, así como la impresión de los padres frente a que sus niños estén expuestos a un cambio de mentalidad en pro del planeta.

Tabla A 8.6. ¿Considera importante que un niño forme una cultura ecologista desde pequeño? ¿Por qué?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Claro que sí, porque son parte del planeta entonces tienen que cuidarlo y quererlo. Cómo formar eso sino es desde chiquitos porque a nosotros nos resulta más difícil asimilar estos temas.	Es muy importante, en la última encíclica del Papa, habla que el planeta está colapsado con todo lo que sucede y se deja el ambiente de lado porque el ambiente es frágil. Es fácil contaminar a pesar de las leyes rígidas, es fácil extirpar a la naturaleza de cosas que se le negará al futuro. Estamos usando mucho y en el futuro no va a haber tanto y somos muy inconscientes de eso. Siento que últimamente hay un plan de usemos todo en cinco años y no importa lo demás. Es importante que los niños aprendan a no contaminar, a reciclar, reusar, respetar la naturaleza.	Si es importante, si les enseñamos a interactuar, los niños responden. En mi familia tenemos la costumbre de salir al campo y les encanta, de cierta forma si uno los hace interactuar más seguido, aprenden a querer, a cuidar, a conservar la naturaleza. A mí me enferman los malls, prefiero mil veces llevarlos a un parque a que jueguen que a un centro comercial	A los niños ahora les inculcan mucho la ecología, mi sobrino la vez pasada, caminando encontramos un árbol talado y me dijo: “Tía, han atentado contra la naturaleza, ya no hay sombra, no hay árbol, el planeta se va a destruir”. Yo pensé qué chévere, los niños ya están con eso metido, están concientizados.	Totalmente de acuerdo con lo que han dicho. Por ejemplo ahora desde los dibujos animados que ven los niños, nosotros los adultos también logramos instruirnos.	Me parece súper importante, concuerdo con Catherine. Los niños ya están siendo educados con esto. El problema somos nosotros por ejemplo mi suegra no le ve el sentido a que se recicle, ella quema su basura, las personas mayores son los que necesitan cambiar. Cuando alguien que no sea su familia les habla de esto les hacen más caso.	Actualmente algunas instituciones comparten este tipo de actividades ecológicas con los padres. En mi colegio los padres participan activamente en algunos proyectos sobre todo los ingenieros que trabajan en minas donde les subrayan mucho la importancia de la educación ambiental. Sería bueno hacer esto a nivel macro conjuntamente con instituciones para implantar este tipo de hábitos ecológicos en todos los ciudadanos. Tenemos que crear la conciencia en los adultos luego compartirlo con nuestros niños y a un nivel macro obligatorio.

Fuente: Elaboración Propia

Todos coincidieron en que actualmente se le da mucha importancia a este tema en las instituciones educativas, por lo mismo los niños muestran preocupación por el medio ambiente y los seres vivos. Además consideran que la degradación de los ecosistemas se ha venido dando indiscriminadamente porque no ha existido la misma instrucción en los que ahora son adultos y adultos mayores.

Por otro lado una de las madres de familia, señaló que no le gusta llevar a sus hijos a centros comerciales, sino aprovechar en llevarlos al campo donde se le preguntó si en esos momentos los niños están pendientes de aparatos electrónicos y la respuesta fue que únicamente su hijo mayor de 7 años y se le intentó distraer para que prestara atención al paseo y no al celular.

7. **¿El niño tiene contacto con animales que no sean sus mascotas? ¿Cuáles son esos lugares?**

Esta pregunta se realizó con el ánimo de conocer a la competencia o los lugares donde el niño podría reemplazar a la Minigranja, y cómo son esos lugares.

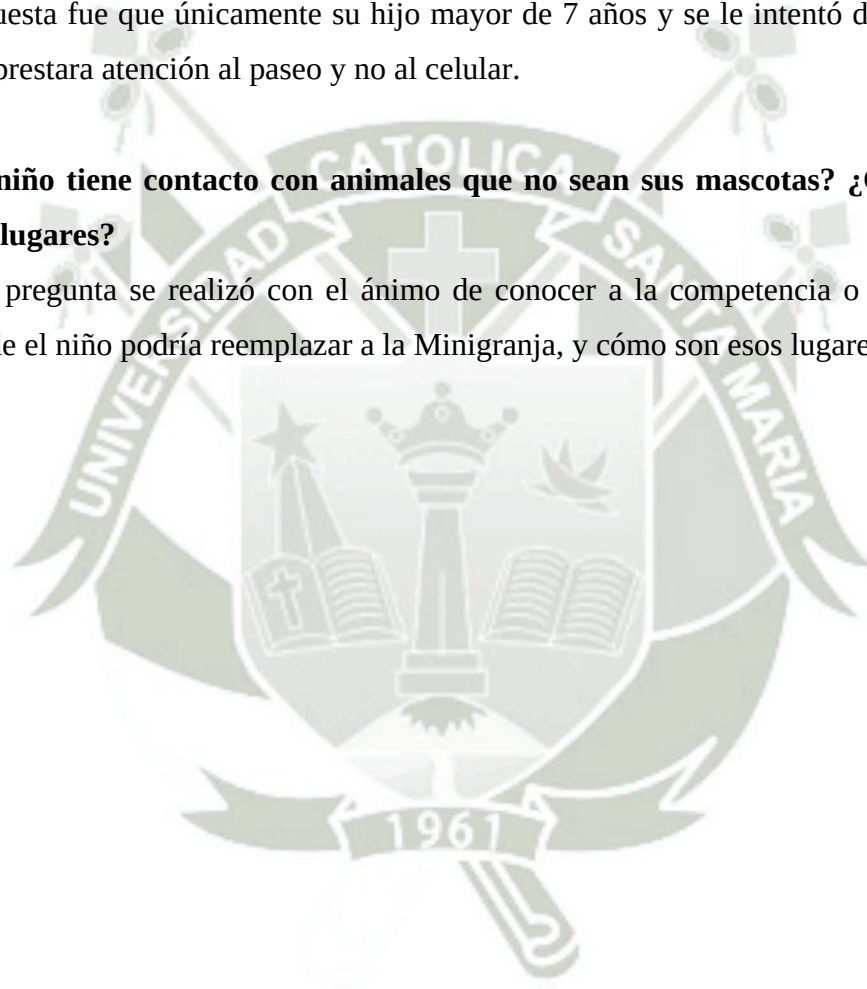


Tabla A 8.7. ¿El niño tiene contacto con animales que no sean sus mascotas? ¿Cuáles son esos lugares?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Cuando acude a una chacra, en el zoológico.	En el zoológico aunque no me parecen un lugar agradable porque los animales están tristes, también cuando salimos con mi perro, y en el Parque Selva Alegre y afuera del Club Internacional vimos una llama.	Al zoológico definitivamente no los llevaría porque yo fui una vez y no me gustó en absoluto. Tienen contacto cuando van a chacras a distancia pueden ver algunos animales.	Cuando fuimos a Puno por fiestas logré que se acercara a varios animalitos como a un cordero para sacarle fotos, también a una alpaca. En Arequipa no hay lugares donde pueda tener contacto definitivamente.	Yo tengo unos tíos que tienen chacras, la vaca que está ahí es muy cariñosa con los niños, también puede tocar conejos. También en Selva Alegre con los patitos y gansos que hay ahí y en el Parque Los Condes.	En la Minigranja Móvil BB que llevaron al Colegio donde trabajo. Por otro lado cuando estuve en Madrid asistí a un Biohuerto que también tenía animalitos, también en un Acuario en Barcelona. Lamentablemente tengo que llevar a mi hijo a otros países para que conozca a estos animales.	En Arequipa no existen lugares donde los niños puedan interactuar con animalitos. En el Colegio el año pasado, con un arriero de un terreno cercano logramos que atrase su horario para que pase a la primera hora de clases por la calle y todas las clases pegados a las ventanas, querían acercarse y embelesados con la criatura. Incluso de esta manera logramos motivar a uno de nuestros alumnos que tiene Síndrome de Asperger. Las profesoras de nivel inicial pudieron llevar a los niños a una chacra cercana y los niños felices con las ovejitas que pastaban ahí. Tanto así que los niños comenzaron a exigir que se tuvieran animales en el colegio.

Fuente: Elaboración Propia

Se mencionaron lugares como el zoológico, aunque dos de los asistentes coincidieron en que es un lugar triste y poco cuidado. También resaltaron en las respuestas lugares como chacras cercanas a la ciudad o Colegio, el parque Selva Alegre, lugares en el extranjero o en otra ciudad del país donde existen acuarios, Biohuerto, etc.

Varios mencionaron que no existen lugares al aire libre que ofrezcan dentro del servicio el contacto con animales. Por lo cual se podría concluir que la Minigranja sería una buena propuesta y que hay demanda insatisfecha.

8. **¿Conoce las ventajas que produce en el niño el contacto con animales?**

Esta pregunta tuvo como objetivo conocer saber qué ventajas conocen y puedan compartirlas. Del mismo modo el objetivo fue saber si les parecería instructiva o beneficiosa la idea de negocio de la Minigranja.



Tabla A 8.8. ¿Conoce las ventajas que produce en el niño el contacto con animales?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Que sepa que es un ser vivo y como tal siente y debe considerarlo y cuidarlo.	La novedad, el contacto con la naturaleza, entender que tiene que respetarlo. Los animales no deberían venderse.	Aprende a cuidar, a respetar, a querer a los seres vivos. Yo si les he enseñado eso a mis hijos con los pececitos que tenemos en casa.	Yo leí veinte ventajas en internet, no recuerdo todas. Les enseñan ternura, responsabilidad, a no ser tan materialistas, a preocuparse por los demás, a no ser egoístas. Es muy enriquecedor.	Aprenden a socializar, muchas veces recomiendan eso en los colegios para tener confianza y responsabilidad.	Yo soy terapeuta y recomiendo mascotas para niños con TDAH. Tengo un hijo hiperactivo con síndrome de TDAH, y además de trabajar con él el Coaching, utilizamos una mascota que le ha ayudado mucho en cuanto a autocontrol, responsabilidad, concentración, paciencia. He tenido niños a mi cargo con Asperger. He recomendado la Equinoterapia, entonces hay demostraciones que las terapias con animales dan muy buenos resultados.	Para la orientación hacia la responsabilidad es necesario que el niño inicie con una planta, si es capaz de cuidar una planta entonces es posible que se le entregue un animalito y luego poder cuidar a otra persona. Las ventajas son que aprenden que los animales sienten y tienen formas de expresarse, entender su lenguaje, además que aprenden la ternura, el cariño. Hay muchas terapias con animales como delfines, caballos, perritos, gatitos. Para esto hay que ser coherentes con la edad del niño.

Fuente: Elaboración Propia

Principalmente se consideraron ventajas como incrementar sentimientos nobles de los niños hacia los seres vivos, como el cariño, el respeto, a no ser egoístas o materialistas.

Por otro lado se destacaron cualidades como la responsabilidad, confianza. Se nombraron algunas terapias que existen con animales y en general se resaltaron habilidades sociales que el niño aprende con los animales.

9. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja?

La pregunta fue con el ánimo de conocer si en Arequipa existe más competencia en este rubro y cuáles son los servicios que ofrece.

Tabla A 8.9. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
No	No, creo que en Lima hay un colegio que tiene una Minigranja	No	En Lima fui a la Granja Villa.	No	En Lima fui a la Granja Villa y en Barcelona visité en Colegio Waldorf que tiene una Minigranja en sus instalaciones. Por otro lado, la Minigranja Móvil que llevaron al colegio.	No

Fuente: Elaboración Propia

Se relacionó la Minigranja con la Granja Villa, un lugar en Lima destinado o igualmente a niños. Únicamente una persona conocía el concepto de las Minigranjas porque tuvo una experiencia en un colegio en España, asimismo esta profesora tuvo a la Minigranja BB en las instalaciones del colegio donde trabaja.

10. ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?

Se quiso conocer la impresión de que se llevaron de la competencia.

Tabla A 8.10. ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
					El Colegio Waldorf que tiene una Minigranja con visita guiada, únicamente está disponible para los alumnos, tienen animales diversos como cerditos, ovejas, becerros, patos. Las instalaciones del colegio son de ensueño y la Minigranja estaba súper cuidada y limpia. La Minigranja Móvil lleva animalitos como conejitos, pollitos, un ternero. Hace un taller donde pintan unas alcancías con forma de chanchitos, hace escuchar los latidos del corazón con un estetoscopio, los niños pueden darle leche a los animalitos. El costo fue de 13 soles 15 soles más o menos y eran un promedio de 70 a 80 niñitos. Para paquetes de cumpleaños que es lo que pienso contratar este año para mi hijo, solicita un área verde para que pueda llevar su Minigranja, y cobra 700 soles por cuestiones de transporte, sin importar la cantidad de invitados.	

Fuente: Elaboración Propia

La Profesora Mary comentó ampliamente su experiencia en Barcelona en la Minigranja del Colegio Privado Waldorf, de donde resaltó la pulcritud de las instalaciones y los animales. Por otro lado con su experiencia con la Minigranja BB comentó que quedó muy complacida con el servicio, ya que les agradó mucho a los niñitos tanto que contratará los servicios para el cumpleaños de su menor hijo. El precio de este último fue entre 13 a 15 soles y los servicios incluían talleres pequeños, alimentación a un ternero y contacto con conejos, chanchito, pollitos.

Por lo tanto se deben considerar todos estos detalles para aplicarlas en el presente negocio.

11. Ya que todos saben ahora cuál es el concepto de Minigranja, ¿Cuál es su opinión sobre esta idea de negocio?

Con esta pregunta se requiere la opinión de los participantes acerca de la impresión que les causa la idea de negocio.

Tabla A 8.11. Ya que todos saben ahora cuál es el concepto de Minigranja, ¿Cuál es su opinión sobre esta idea de negocio?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Me parece genial porque en Arequipa no hay esos tipos de lugares para recreación. Me parece súper interesante sobre todo para los niños y personas que buscan hacer cosas distintas los fines de semana.	Me parece interesante e innovador, sobre todo para pasar un momento en familia, sobre todo porque es vivencial.	Definitivamente me parece una idea excelente y más aun con las ideas que todos hemos aportado hoy.	Me gusta la idea, me gustaría que haya ya.	Algo que me impresionó es que van a tener plantitas. La idea me parece muy buena.	Es una idea muy bonita, sería genial si se llevara a cabo, si hubiera una persona que estuviera dispuesta a solventar el proyecto.	La idea me parece súper, me parece muy viable, más allá que hay necesidad, es algo incluso urgente.

Fuente: Elaboración Propia

En su mayoría consideraron que era urgente que existiera un lugar con estas características ya que el grupo objetivo está desatendido por no haber lugares con este formato en Arequipa. Todos opinaron que era una idea innovadora y muy buena.

12. ¿Qué característica de la Minigranja le pareció más atractiva?

Esta pregunta se formuló con el fin de conocer qué característica habría que resaltar más en la Minigranja para captar más la atención del público.

Tabla A 8.12. ¿Qué característica de la Minigranja le pareció más atractiva?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
La auto sustentabilidad de la Minigranja	El contacto mismo con los animales	El contacto y los circuitos	Todo me ha gustado	Todo lo que has mencionado es útil	Los circuitos	La interacción con los animales, ya que siendo psicóloga busco que los niños desarrollen la sensibilidad, la ternura, emociones, comunicación no verbal. Me agradaría que mi hijito de 2 años tenga ese contacto con animales que no sean domésticos.

Fuente: Elaboración Propia

Principalmente la característica más interesante fue el contacto con los animales y la visita guiada a través de los distintos ambientes. Además de los beneficios que fueron resaltados por la Psicóloga Karim, la auto sustentabilidad del ambiente también fue un punto importante.

13. ¿Asistiría con sus hijos o llevaría a niños de su familia a la Minigranja?

La pregunta fue con el objetivo de conocer si los asistentes consideran a la Minigranja una alternativa llamativa para llevar a sus hijos o niños de su colegio según sea el caso.

Tabla A 8.13. ¿Asistiría con sus hijos o llevaría a niños de su familia a la Minigranja?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: Elaboración Propia

Todos afirmaron que llevarían a sus hijos porque les parece una propuesta interesante.

14. ¿Qué les parecen los servicios ofrecidos?

La pregunta se formuló con la intención de saber si los servicios que se mencionaron serían suficientes o les gustaría gozar de algún servicio complementario para crear una mejor experiencia.

Tabla A 8.14. ¿Qué les parecen los servicios ofrecidos?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Bien, pero complementaria con algunos más	Bien, pero complementaria con algunos más	Bien, pero complementaria con algunos más	Bien, pero complementaria con algunos más	Bien, pero complementaria con algunos más	Bien, pero complementaria con algunos más	Bien, pero complementaria con algunos más

Fuente: Elaboración Propia

Todos los presentes informaron que les parecían bien los servicios básicos, pero en su mayoría manifestaron que agregarían más servicios.

15. ¿Qué nombre le pondría a la Minigranja?

Esta pregunta se hizo con el propósito de saber qué nombre sería más llamativo y haría que se relacione la marca al servicio.

Tabla A 8.15. ¿Qué nombre le pondría a la Minigranja?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
No importa tanto el nombre porque Minigranja de por sí llama la atención, sino cómo se promoció.	No sé. Le pondría más énfasis a la promoción, el nombre pasa a un segundo plano.	No se me ocurre uno.	No sé. Le pondría más énfasis a la promoción, el nombre pasa a un segundo plano.	No sé. Le pondría más énfasis a la promoción, el nombre pasa a un segundo plano.	No sé. Le pondría más énfasis a la promoción.	No sé. Le pondría más énfasis a la promoción, el nombre pasa a un segundo plano.

Fuente: Elaboración Propia

A ninguno se le ocurrió algún nombre, sino revelaron que es más importante saber promocionar de una manera efectiva para que llegue al público.

16. ¿Cuánto creen que debería costar la entrada que incluye todo los servicios descritos por niño y por adulto?

La pregunta tuvo la finalidad de conocer el rango de precios que están dispuestos a pagar por visitante dividiéndose en niño y adulto. Así poder formular de manera asertiva los precios de la Minigranja.

Tabla A 8.16. ¿Cuánto creen que debería costar la entrada que incluye todo los servicios descritos por niño y por adulto?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
12 niño- 8 adulto	25 niño- 15 adulto	Máximo 15 niño- 10 adulto	Máximo 15 niño- 10 adulto	Los niños hasta los 2 años tendrían que pagar más porque hay que tener más cuidado. Entre 13 y 15 el niño y 7 el adulto	13 niño- 7 adulto	15- 20 niño y 8-12 adulto

Fuente: Elaboración Propia

El promedio de los rangos de tarifa por niño fue de 16 soles y de adulto 10 soles aproximadamente.

17. ¿Cada cuánto tiempo llevaría a sus hijos o niños de su familia a la Minigranja?

La pregunta fue hecha porque es necesario saber la frecuencia con la que visitarían la Minigranja para además de proyectar la demanda, planear el tamaño del local con mayor asertividad.

Tabla A 8.17. ¿Cada cuánto tiempo llevaría a sus hijos o niños de su familia a la Minigranja?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Una a dos veces al mes	Una a dos veces al mes	Una a dos veces al mes	Una a dos veces al mes	Una a dos veces al mes	Una a dos veces al mes	Una a dos veces al mes

Fuente: Elaboración Propia

Todos manifestaron que llevarían a sus hijos hasta dos veces al mes, lo que indica que el negocio además de ser atractivo, llegaría a ser rentable.

18. ¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?

Se consideró esta pregunta porque se debe saber qué animales prefieren encontrar para darle valor a la visita.

Tabla A 8.18. ¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Caballo, gallinas, patos, cuyes	Conejos, cuyes, vacas, pollos, gansos, patos, chanchos	Conejos, vacas, cuyes, ovejas, pollos, gansos, patos, chanchos	Conejos, vacas, cuyes, pollos, gansos, patos, chanchos	Conejos, vacas, ovejas, cuyes, pollos, gansos, patos, chanchos	Conejos, vacas, cuyes, pollos, gansos, patos, chanchos	Vacas, patos, conejos, , cuyes, pollos, gansos, chanchos

Fuente: Elaboración Propia

Los animales mencionados fueron animales comunes de granja y que además no son complicados de conseguir. Como son vaca, cerdo, aves de corral, animales rústicos como ovejas, conejos y cuyes.

19. ¿Qué le parece que esté ubicada en el distrito de Cerro Colorado?

El objeto de esta pregunta fue advertir qué distrito les parecía adecuado, además de saber si estaban satisfechos con que fuera dentro de la ciudad.

Tabla A 8.19. ¿Qué le parece que esté ubicada en el distrito de Cerro Colorado?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Bien	Muy bien	Buena ubicación	Buena ubicación	Bien	Bien, y eso que vivimos en Socabaya	Muy bien y eso que trabajamos en Tiabaya.

Fuente: Elaboración Propia

A todos les pareció correcto que la Minigranja se ubique en Cerro Colorado a pesar de vivir o que el colegio donde laboran se encuentre distanciado.

20. ¿Qué servicios agregaría a la visita?

Esta pregunta fue con la finalidad de considerar los servicios complementarios vertidos en las opiniones, como posibles propuestas para incluirlos en la Minigranja.

Tabla A 8.20. ¿Qué servicios agregaría a la visita?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Poder comercializar los productos obtenidos de los animales que se tengan, y los vegetales orgánicos que se cultiven. Ofrecer la opción para “Ser granjero por un día”, campamentos de turismo vivencial donde se puedan utilizar los productos de la Minigranja.	Poder tener un área donde se pueda hacer picnics	Que a través del voluntariado se puedan acoger a adolescentes o adultos mediante talleres o clases que puedan tener contacto con animales para personas que les guste para que salgan de la rutina y el estrés.	Alcohol en gel a disposición de los visitantes, una posta o personal que asista emergencias de niños, cafetería con alimentos orgánicos con precios justos, pantallas que muestren el desenvolvimiento de los animales en libertad o su evolución en la historia. Tener a una persona que enseñe dónde colocar cada tipo de residuo en tachos diferenciados.	Wi Fi, videos en pantallas que muestren qué se hace con la basura, cómo reutilizarla, cómo ayuda esto en la naturaleza, etc. Animaciones de qué han hecho con tal animal a lo largo de la historia.	Tutoriales para adultos sobre reciclaje, reutilización, etc. Además ofrecer deportes de aventura para niños como Escalada.	Un plan de actividades o circuitos clasificado por edades donde se detallen las precauciones. Hacer un plan de “Adopta a un animalito” para que a través de eso el mantenimiento se financie por las personas voluntarias.
			Crear una sala de audiovisuales donde se reproduzcan videos con contenido ecologista como reciclaje, reutilización de desechos, hacer participar a los niños mediante personajes que ellos conocen como Peppa Pig, o Avengers para los mayores.	Elaborar folletos con información de los animales para que los papás se los lleven y compartan eso a sus hijos.		Maquinas que traduzcan el lenguaje de los animales, como en un acuario que vi en Televisión.
			Shows los fines de semana con música folclórica en la hora del almuerzo, donde puedan bailar las familias y compartir agarrados de las manos por ejemplo.	Dar clases y talleres de Biohuerto o cuidados de plantas a adultos.		Que haya como un test en Tablets donde haya preguntas capciosas con premios según el puntaje.

Fuente: Elaboración Propia

Las propuestas fueron variadas, entre ellas; que se clasifiquen los circuitos de guiado por edades, que exista variaciones en los atractivos con el uso de tecnología mediante aparatos electrónicos para tutoriales en tabletas.

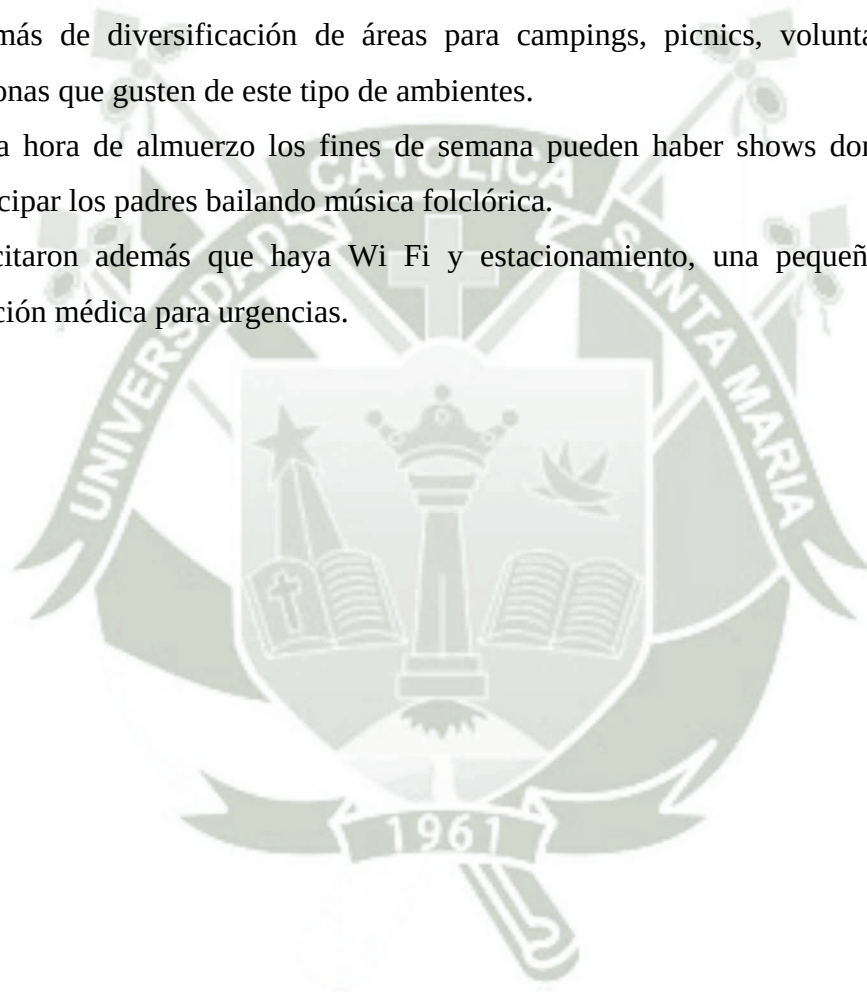
Talleres sobre cuidados de plantas, se mencionó también un salón de audiovisuales para pasar videos sobre la evolución del uso de animales como caballos en la historia, videos para concientizar sobre el deterioro del medio ambiente, etc.

Los productos obtenidos pueden ser comercializados por el plus de ser orgánicos.

Además de diversificación de áreas para campings, picnics, voluntariado para personas que gusten de este tipo de ambientes.

En la hora de almuerzo los fines de semana pueden haber shows donde puedan participar los padres bailando música folclórica.

Solicitaron además que haya Wi Fi y estacionamiento, una pequeña posta de atención médica para urgencias.



21. ¿Cuánto cree que debe durar la visita?

La pregunta se enunció con el fin de saber qué tiempo les parece prudente para que sea un servicio justo y que se pueda apreciar las diferentes especies disponibles. De esta manera armar el circuito para que coincida con este tiempo

Tabla A 8.21. ¿Cuánto cree que debe durar la visita?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
40 minutos	30 minutos	30 a 40 minutos. La verdad tomaría más en cuenta la calidad de la experiencia brindada.	30 a 40 minutos	30 minutos.	30 a 40 minutos.	40 minutos

Fuente: Elaboración Propia

En su mayoría consideraron un rango de 30 a 40 minutos para apreciar todo el recorrido.

22. ¿Mediante qué medios de comunicación cree que se debería promocionar este tipo de servicio?

Esta pregunta tuvo como objetivo conocer los medios más cercanos para exponer el negocio y así formularlo en la investigación.

Tabla A 8.22. ¿Mediante qué medios de comunicación cree que se debería promocionar este tipo de servicio?

Emily	Alberto	Sandra	Catherine	Armando	Mary	Karim
Videos que muestren los servicios en Facebook, en el cine, en vallas publicitarias en las calles. Visitas en colegios, enseñando los servicios a modo de muestra o con talleres pequeños promocionado el sitio.	En televisión nacional, volantes afuera de centros comerciales, en el Club Internacional.	En Facebook, volantes afuera de centros comerciales	En Facebook, volantes afuera de centros comerciales, banners en el Club Internacional.	En Facebook, volantes en los colegios, banners en los colegios.	En Facebook., banners en los colegios.	En Facebook mediante promociones y ofertas.

Fuente: Elaboración Propia

El medio predilecto fue Facebook, por otro lado las visitas a los colegios promocionando el servicio a los niños para que les comenten a sus padres. También con volantes fuera de centros comerciales o centros de entretenimiento de niños. Así como banners en el Club Internacional donde asisten muchos niños del sector al que se quiere satisfacer.

Anexo 10: Focus Group a niños



INTRODUCCION

Buenos tardes con todos, su presencia aquí es debido a que necesito conocer sus opiniones acerca de las actividades al aire libre que ustedes realizan, así como conocer su impresión sobre la propuesta de una Minigranja en la ciudad que más adelante les explicaré en qué consiste..

La conversación va a ser filmada para plasmar todas las intervenciones en la investigación que vengo desarrollando.

PRESENTACION DEL FOCUS GROUP

La duración de este Focus Group será de aproximadamente de 45 minutos a 1 hora, para el cual necesito que cada uno exprese su opinión libremente, no existen buenas ni malas respuestas. Les pido por favor que mantengamos el orden en todo momento para que todos puedan participar

PRESENTACION DE LOS PARTICIPANTES

Por favor, a continuación cada uno dirá su nombre para conocernos mejor y dirigirnos a cada uno.

DESARROLLO

Empezando con la ronda de preguntas la cual tendrá el orden de derecha a izquierda, la primera pregunta es la siguiente.

PREGUNTAS GENERALES

Estas preguntas fueron realizadas con la finalidad de obtener un marco general acerca del comportamiento del mercado, es decir, frecuencia de consumo de servicios sustitutos, comportamiento del mercado y factores que son importantes al momento de una elección

1. ¿Cuántas veces a la semana ustedes realizan una actividad al aire libre?
2. ¿Qué tipo de actividades realizan y a qué lugares van para hacerlas?
3. ¿Cuáles son sus lugares favoritos, aquellos a los que les gusta ir seguido?
4. ¿Qué cosas o características les atrae de los esos lugares a los que van?
5. ¿Cuánto tiempo al día pasan utilizando un aparato electrónico o mirando televisión?
6. ¿Ustedes prefieren usar aparatos electrónicos o ir de paseo?

7. ¿Asisten con sus padres a lugares donde tienen contacto con animales que no sean sus mascotas?
8. ¿En sus colegios los llevan a paseos al aire libre? ¿Cuántas veces al año los llevan?
9. ¿A qué lugares los han llevado en dichos paseos? ¿En estos paseos tienen contacto con animales?
10. ¿Les gusta tener contacto con animalitos? ¿Con qué animalitos?
11. ¿Creen que es beneficioso tener contacto con animalitos?
12. ¿Alguno de ustedes es alérgico a algún animalito?
13. ¿Es importante cuidar el medio ambiente y los seres vivos? ¿Por qué?
14. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja? ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?

PREGUNTAS DE TRANSICION

Una Minigranja es un lugar donde se cultivan plantas y se crían animalitos de granja empleando métodos ecológicos. Este ambiente están orientados a niños y familias donde además de visitar se busca que los niños y adultos aprendan y vivan una experiencia educativa y entretenida.

El lugar ofrece una visita guiada del circuito, donde los niños se interrelacionan con los animales, alimentándolos y conociendo sus características.

Además habrá un área de recreación con juegos infantiles y un área de comedor para que los visitantes se sirvan los alimentos que llevaron si fuera el caso.

15. ¿Qué les parece este lugar?
16. ¿Qué les llamó más la atención de la descripción que di de la Minigranja?
17. ¿Les gustaría ir? ¿Por qué?
18. ¿Les gustaría que en su colegio los lleven de paseo a la Minigranja?
19. ¿Qué nombre le pondrían a la Minigranja?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

La finalidad de estas preguntas es el obtener una retroalimentación directa y precisa de nuestro producto en el mercado, como este es visto, su posibilidad de expansión y la aceptación que tendría.

20. ¿Cada cuánto tiempo les gustaría ir a la Minigranja?
21. ¿Qué animales les gustaría que tenga la Minigranja?
22. ¿Qué otras atracciones o cosas agregarían a la Minigranja?
23. ¿Cuánto tiempo tendría que durar el circuito guiado?



Anexo 11: Resultados del Focus Group niños



1. ¿Cuántas veces a la semana ustedes realizan una actividad al aire libre?

Esta pregunta se realizó con la intención de conocer la frecuencia de los hábitos de los niños de las edades a las que esta investigación se enfoca

Tabla A 10.1. ¿Cuántas veces a la semana ustedes realizan una actividad al aire libre?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
2 veces	1 vez	1 o dos veces a la semana	1 vez a la semana	Todos los días	3 veces a la semana	3 veces a la semana

Fuente: Elaboración Propia

Los niños respondieron que su frecuencia es en promedio dos veces por semana. Lo que es posible aprovechar para las estrategias de marketing de la Minigranja

2. ¿Qué tipo de actividades realizan y a qué lugares van para hacerlas?

Esta pregunta se hizo con el propósito de conocer las actividades más comunes que realizan y los lugares, para conocer los hábitos de los niños y a la competencia directa e indirecta.

Tabla A 10.2. ¿Qué tipo de actividades realizan y a qué lugares van para hacerlas?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Me gusta jugar verdad o reto con mis amigos en el parque.	Visitar a mis tías, tíos y mi abuelita. No hacemos casi nada sólo nos quedamos conversando.	Con mi familia voy al centro comercial a pasear y comer helados. Visito mis otras casas, ayudo a limpiar, paseo por el campo en Characato y también visito a mis familiares.	Hago catequesis por Characato con los catequistas de Don Bosco, nos recreamos en las tardes y visito a mi abuelita.	Juego con mis amigos y practico básquet o fútbol en el parque. Jugamos en el resbalón que es muy alto y al que se tira le damos cinco soles.	Juego con mis amigos en el parque, salgo con mi hermana y jugamos.	3 veces a la semana

Fuente: Elaboración Propia

Las actividades fueron variadas, los niños más pequeños indicaron que les gusta jugar en el parque. Las niñas indicaron que normalmente visitan familiares y gustan de sociabilizar con amigos de su edad, acudir al centro comercial y pasear por el campo.

3. ¿Cuáles son sus lugares favoritos, aquellos a los que les gusta ir seguido?

El propósito de la pregunta fue saber los lugares que realmente les gustaba, independientemente del lugar que sus padres prefieran sus padres. Para conocer más a fondo la competencia a la que se le debe poner mayor atención.

Tabla A 10.3. ¿Cuáles son sus lugares favoritos, aquellos a los que les gusta ir seguido?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
El parque de los Ccoritos, porque tienen juegos altos y divertidos.	A las pizzerías mayormente porque hay juegos, soy un poco comelona y la pizza es una de mis comidas favoritas.	Normalmente no me gusta salir pero cuando lo hago me gustan los juegos mecánicos porque son un poco arriesgados y divertidos.	Me gusta ir a la catequesis. No salgo mucho, donde vivo es un poco alejado.	A la piscina porque me refresco cuando hace calor y al parque de los Ccoritos porque hay juegos divertidos, hay unas burbujas como carritos chocones.	Pasear por las calles.	Ir a Centros Comerciales a comprar helados.

Fuente: Elaboración Propia

4. ¿Qué cosas o características les atrae de los esos lugares a los que van?

La razón de esta pregunta es que se desea conocer las características que más valoran los niños para plasmarlos en el presente proyecto.

Tabla A 10.4. ¿Qué cosas o características les atrae de los esos lugares a los que van?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
La razón de esta pregunta es que se desea conocer las características que más valoran los niños para plasmarlos en el presente proyecto.	Me parece interesante porque tiene muchos dinosaurios y explican qué dinosaurios estuvieron antes de nosotros. Y es muy educativo.	Yo soy un poco comelona y me atrae más ir a esos lugares porque me gusta mucho la pizza.	Los juegos mecánicos son divertidos y arriesgados, la paso bien y mal a la vez y eso me gusta. Cuando no están de temporada no salgo porque no me gusta salir.	Hacen juegos, jugamos entre todos los niños, oramos y hablamos de Dios y de Don Bosco y nos dan una merienda. Me gusta hacer amigos.	Me gusta porque juego en el agua y me refresco.	Me gusta pasear y que hay lugares en donde descansar y sentarme. Porque puedo jugar y ver muchas cosas.

Fuente: Elaboración Propia

Se distingue que la gran parte manifestó que les atraen los lugares donde puedan divertirse y en un par de casos, comer. Lo que indica que independientemente de la edad, todos prefieren el entretenimiento que pueda brindar un lugar como principal atractivo para asistir.

5. ¿Cuánto tiempo al día pasan utilizando un aparato electrónico o mirando televisión?

Tabla A 10.5. ¿Cuánto tiempo al día pasan utilizando un aparato electrónico o mirando televisión?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
1 hora	3 horas en mis vacaciones, cuando estoy en el colegio sólo 1 hora.	12 horas en mis vacaciones y a veces un poco más, cuando estoy en el colegio 4 horas.	2 horas en la televisión en la época escolar, y luego mientras hago mis quehaceres escucho radio, me gusta escuchar música.	4 horas	2 horas	3 horas

Fuente: Elaboración Propia

La gran parte de niñitos coincidió que el tiempo promedio es de 3 horas, pudiendo aumentar en época de vacaciones. Lo que determina un apego a la tecnología creciente.

6. ¿Ustedes prefieren usar aparatos electrónicos o ir de paseo?

Al igual que la pregunta anterior, la pregunta trata de dilucidar los gustos y preferencias de las generaciones jóvenes para plantear de una manera más adecuada el formato de la Minigranja.

Tabla A 10.6. ¿Ustedes prefieren usar aparatos electrónicos o ir de paseo?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
ambos	Yo honestamente prefiero estar en la computadora.	Yo prefiero la computadora, es mejor.	Me gusta más conocer cosas, hacer amigos nuevos, no me gusta mucho la computadora.	Prefiero la computadora, pero me gustaría salir más al campo, a la calle a jugar.	Me gusta más la computadora.	Prefiero la computadora.

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría confesó que les parece más entretenido utilizar la computadora. Algunos también dijeron que les gustaría acudir más al campo. Lo que otorga una ventaja al negocio de la presente investigación.

7. ¿Asisten con sus padres a lugares donde tienen contacto con animales que no sean sus mascotas?

La pregunta se formuló con el ánimo de conocer si existe competencia directa o indirecta que pueda ofrecer un servicio similar y qué opinión se llevan los niños de estos lugares

Tabla A 10.7. ¿Asisten con sus padres a lugares donde tienen contacto con animales que no sean sus mascotas?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
No, pero si me gustaría.	Cuando voy a la plaza veo palomas.	Sí, en el campo veo lagartijas, vacas, llamas, vicuñas, caballos, peces también pero rara vez. Me acerco y los acaricio, también vi un caballo muy bonito.	Sí, con mi hermano fui a montar caballo cerca de Characato.	Fui a montar caballo en el cumpleaños de mi prima. Fue gracioso y me gustó.	Cuando voy de paseo veo palomitas en parques o plazas.	Veo palomitas y ovejas en el campo, en el Parque Selva Alegre también.

Fuente: Elaboración Propia

Los asistentes convinieron que los lugares donde tienen contacto son en el campo, lugares como Characato o Sabandía, parques y plazas.

8. ¿En sus colegios los llevan a paseos al aire libre? ¿Cuántas veces al año los llevan?

La pregunta se realizó con la meta de conocer si es común llevar a los niños a paseos al aire libre y la frecuencia de esto. Para así poder plantear estrategias de marketing.

Tabla A 10.8. ¿En sus colegios los llevan a paseos al aire libre? ¿Cuántas veces al año los llevan?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
tres veces al año	una vez al año	una vez al año	una vez al año	tres veces al año	cuatro veces al año	cinco veces al año

Fuente: Elaboración Propia

A todos los participantes los llevan a paseos al aire libre al menos una vez al año. Lo que se considera una oportunidad para la Minigranja.

9. ¿A qué lugares los han llevado en dichos paseos? ¿En estos paseos tienen contacto con animales?

Esta pregunta recaudó información sobre la competencia y los hábitos de los niños.

Tabla A 10.9. ¿A qué lugares los han llevado en dichos paseos? ¿En estos paseos tienen contacto con animales?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Hemos ido a retiros católicos donde nos enseñan más sobre la religión y a veces a lugares turísticos como la Chuscana. Vi caballos, ovejas y peces. Acaricié a los animalitos y me gustó.	A la planta de Coca Cola y el zoológico. Nos llevan para aprender e informarnos sobre todo. Fue bonito ver varios animales que estaban ahí como monos, un león, peces, pingüinos, mono-araña y gorilas.	Fuimos al vivero de Cerro Verde para conocer mejor las plantas, al zoológico y al museo. Vimos monos, mono-araña, peces, pingüinos, y un león.	Hemos visitado Sogay, el zoológico y el Ojo del Milagro. Nos llevan una vez al año por el día del estudiante. Solo vi patos.	En el zoológico vi peces, llamas, ovejas, caballos y cocodrilos. Me gustaron los acuarios. Había una maquinita en las que había que poner dinero y mis compañeros empezaron a jugar de mentira y al final la accionaron.	A lugares turísticos y el zoológico. He visto palomitas, arañas, ovejas y gallinas.	A lugares turísticos donde vi ovejas.

Fuente: Elaboración Propia

Principalmente se observó que son llevados al zoológico, a distritos turísticos en las afueras de Arequipa como Sogay, Characato. Una de las niñas asistió al vivero de Cerro Verde. Se puede concluir que los destinos son limitados y a las Instituciones les interesa que los niños conozcan la fauna en sus paseos.

10. ¿Les gusta tener contacto con animalitos? ¿Con qué animalitos?

La pregunta intentó reunir información sobre las preferencias acerca del contacto con animales y cuáles son para considerarlos en la Minigranja.

Tabla A 10.10. ¿Les gusta tener contacto con animalitos? ¿Con qué animalitos?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Sí, perros y gatos porque el perro es el mejor amigo del hombre y lo puedes criar para que defienda la casa. También me gusta el caballo.	Sí, perros y gatos. Tengo una gata de 10 meses es buena compañía y es muy tierna.	Sí, caballo y peces. Me gustaría montar un caballo y cabalgar hasta el amanecer.	Sí, terneros, ovejas, caballos, perros. No me gustan los gatos porque creo que causan enfermedades	Sí, ovejas, cabras, terneros, perros, peces. No me gustan los gatos porque me han arañado varias veces.	Sí, borreguitos, ovejitas, llamas, vaquitas. En mi tierra están todos esos animalitos.	Sí, me gustan las ovejitas y las gallinas.

Fuente: Elaboración Propia

Además de mencionar animales domésticos, se nombraron a animales de granja con los que les gusta tener relación, lo que es supone una ventaja para la Minigranja.

11. ¿Creen que es beneficioso tener contacto con animalitos?

La pregunta se formuló con la intención de saber si además del gusto de poder tocar un animal, consideran que esto les ayuda en algo de alguna manera, es decir saber si tienen conocimiento sobre los beneficios del contacto con animales.

Tabla A 10.11. ¿Creen que es beneficioso tener contacto con animalitos?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Sí porque puedes aprender más de ellos y si es posible hacer una empresa para cuidarlos y vacunarlos.	Si porque los animales, como el perro, son de confianza, y son de buena compañía, nos alegran el día cuando estamos de mal humor.	Sí, porque es bueno saber la fauna del país donde viven, pero también es peligroso porque pueden causar accidentes.	Sí, pero hay que tratarlos bien y vacunarlos porque si no los vacunamos pueden enfermarse.	Si porque podemos conocer una parte de ellos y hasta podemos comunicarnos con ellos, son confiables y amigables, y si usas el 100% de tu cerebro puedes comunicarte con ellos a través de ondas mentales.	Si porque son bonitos.	Si porque así pueden crecer.

Fuente: Elaboración Propia

Esencialmente se manifestaron atributos como ternura y la amistad que se puede desarrollar con animales domésticos sobre todo. No se distinguió que los niños conocieron las ventajas del contacto con animales, más bien mencionaron cuidados que se deben tener con ellos

12. ¿Alguno de ustedes es alérgico a algún animalito?

La intención de la pregunta fue saber si los niños tienen alergias frecuentes frente a la exposición con animales y de qué manera son tratados.

Tabla A 10.12. ¿Alguno de ustedes es alérgico a algún animalito?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
No	Sí, a los mosquitos.	No	No	No	No	No

Fuente: Elaboración Propia

Ninguno manifestó tener alguna alergia a algún animal de ningún tipo, excepto por una participante que dijo tener alergia a la picadura de los mosquitos. Será un punto a tomar en cuenta para prever servicios médicos que dispongan de medicamentos adecuados para este tipo de casos que puede resultar común.

13. ¿Es importante cuidar el medio ambiente y los seres vivos? ¿Por qué?

La idea de la pregunta fue conocer si los niños son formados con conciencia ambientalista y si esto les parece correcto para así utilizar este recurso para agregarle valor a este estudio.

Tabla A 10.13. ¿Es importante cuidar el medio ambiente y los seres vivos? ¿Por qué?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Si porque además de cuidar nuestra vida, cuidemos nuestro planeta; las plantas nos dan oxígeno, si quemáramos las plantas y las destruyéramos y matáramos a los animales no habría oxígeno y el mundo sería un caos.	Si porque las plantas producen oxígeno, y debemos cuidarlas principalmente por ello. Los animales son parte de nuestra vida, cultura e historia.	Si porque si no lo hacemos no va a quedar nada para las generaciones futuras, nunca van a poder conocer la fauna y flora de antes, solo van a saber a partir de lo que les digan, nunca van a conocerlas de verdad.	Hay que cuidarlo porque poco a poco se está contaminando y es como si le hiciéramos un daño a nuestros hijos y a los niños que van a crecer, todo eso lo está malogrando la tecnología. Sin la planta no hay nada, no hay oxígeno, es nuestro alimento y el de los animales.	Si hay que cuidar el medio ambiente, sino puede que desaparezcan todas las plantas de la faz de la tierra, no habría vida ni para las generaciones futuras. Gracias a ellos algunos comen, de ellos aprendemos.	Si porque nos alimentamos de las plantas.	Si, para que crezcan las plantitas.

Fuente: Elaboración Propia

En su mayoría los niños mostraron que eran conscientes de la contaminación ambiental y que es necesario cuidar las especies y cuidar el planeta, porque además forman parte de nuestra cultura e historia.

Lo anterior denota una preocupación por el medio ambiente y es un punto que se puede resaltar en la Minigranja.

14. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja? ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?

Esta pregunta se utilizó como recurso para saber la experiencia con la competencia directa.

Tabla A 10.14. ¿Habían oído o visitado alguna Minigranja? ¿En qué ocasión y cuál es su opinión acerca de este lugar?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
No	No	No, creo que son parecidos a los viveros, no estoy segura si fui; pero en el vivero pude ver todo el proceso de las plantas porque como todo está contaminado las plantas no se pueden desarrollar adecuadamente y ahí lo hacen artificialmente, cuando ya están crecidas las donan a las municipalidades para que las planten.	No, pero creo que una Minigranja es un lugar donde hay animales pero no están separados.	No	No	No

Fuente: Elaboración Propia

Sólo una participante pudo brindar un acercamiento al concepto de Minigranja por lo cual a todos les pareció nuevo este formato de Minigranja.

15. ¿Qué les parece este lugar?

La idea fue conocer la primera impresión que se llevaban los niños tras escuchar la idea de negocio.

Tabla A 10.15. ¿Qué les parece este lugar?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Está bien porque la Minigranja ayuda al planeta a usar productos que no dañan a las plantas para así tener un mejor planeta y saludable.	Me parece buena la idea porque trata de incentivar a no usar productos contaminantes y dejar que los seres vivos como plantas y animales vivan su vida normal sin ser maltratados ni encerrados en jaulas.	Creo que es un bonito lugar porque dan ejemplo a la población de cómo ayudar al planeta haciendo pequeñas cosas.	Es una buena idea porque incentiva a la gente a salvar el planeta.	Es una buena idea porque las familias pueden sociabilizar y aprender más de los animales, poder cuidar el medio ambiente y salvar al planeta.	Está bien porque cuidamos al planeta.	Si está bien porque cuidamos al planeta.

Fuente: Elaboración Propia

Todos captaron principalmente la idea ecológica del negocio lo que les pareció positivo, además hablaron que de esta manera se da el ejemplo a las personas a cuidar al planeta con iniciativas como la Minigranja.

16. ¿Qué les llamó más la atención de la descripción que di de la Minigranja?

El objetivo de la pregunta fue conocer qué característica les pareció más llamativa para prestarle mayor atención en el negocio.

Tabla A 10.16. ¿Qué les llamó más la atención de la descripción que di de la Minigranja?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Cuidar nuestro planeta, no maltratar a los animales, ni encerrarlos en jaulas para que puedan vivir su vida.	Que los animales viven tranquilos y usan materiales orgánicos que no contaminan para poder imitar su ecosistema natural.	Que existe contacto directo con los animales, ya que por lo general no existen estos casos.	Poder alimentar a los seres vivos y cuidar el medio ambiente.	Cuidar el medio ambiente y la comunidad, salvar el planeta.	Alimentar animalitos y poder cuidarlos.	Alimentar animalitos y verlos crecer.

Fuente: Elaboración Propia

Según las respuestas se puede proyectar que el principal atractivo del negocio es que cuida el planeta y que existirá contacto con animales, que además estarán bien cuidados en ambientes que imiten hábitat natural.

17. ¿Les gustaría ir? ¿Por qué?

Con la pregunta se pretendió saber la intención de compra de los niños, así como saber a qué responde su interés en un ambiente de esas características.

Tabla A 10.17. ¿Les gustaría ir? ¿Por qué?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Sí, porque puedo tener contacto con animales, ver el procedimiento de la Minigranja y como no maltratan a los animales.	Sí, por el contacto con los animales y para darles de comer. Y porque de pequeña siempre me gustó hacer cosas por la sociedad y contactarme con los animales.	Sí, para acariciarlos y darles de comer, sería bonito.	Sí, para darles de comer y entender la forma de cómo cuidarlos.	Sí, para conocer animales que me gustan, alimentarlos y salvar el planeta.	Sí, para conocer animalitos y darles comida.	Sí, porque es bueno, para alimentar animalitos.

Fuente: Elaboración Propia

Los niños afirmaron que les gustaría asistir, y que además la característica más importante es nuevamente poder tener contacto con los animales y alimentarlos en un ambiente acogedor para el animal. Así mismo poder conocer el funcionamiento de la Minigranja. Serán aspectos a tomar en cuenta para posteriores estrategias.

18. ¿Les gustaría que en su colegio los lleven de paseo a la Minigranja?

La finalidad de la pregunta fue saber si además les gustaría vivir la experiencia que la Minigranja ofrece junto con sus compañeros de colegio, para saber dónde promocionar el negocio.

Tabla A 10.18. ¿Les gustaría que en su colegio los lleven de paseo a la Minigranja?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Sí, para aprender más sobre las Minigranjas.	Sí, sería bonito ver los ecosistemas y diferentes tipos de animales que no conozco.	Sí, además de aprender pasaría un buen rato con mis amigas	Sí, porque mis compañeros aprenderían más de cómo cuidar el planeta	Sí, porque podría jugar con mis compañeros, cuidar a los animales y aprender más.	Sí, para jugar pasear y comer con mis amigos.	Sí, para jugar.

Fuente: Elaboración Propia

A los niños les gustaría acudir en paseos de colegio para pasar un buen rato con sus amistades y departir en el lugar.

19. ¿Qué nombre le pondrían a la Minigranja?

Se lanzó la pregunta con motivo de conocer con qué asociaban la Minigranja y qué nombres les parecían atractivos o divertidos para que exista recordación de marca.

Tabla A 10.19. ¿Qué animales les gustaría que tenga la Minigranja?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Minigranja Sociabilizadora del Ambiente	Minigranja Vida Libre	Según donde se ubique	La Segunda Naturaleza de los Seres Vivos	Minigranja Cuidemos El Planeta	Vida Social	Anaranjado

Fuente: Elaboración Propia

Los nombres que inmediatamente surgieron fueron referentes a la característica que anteriormente habían relacionado directamente con el negocio que fue el cuidado del planeta, y también el aspecto sociabilizador que tiene el negocio.

20. ¿Cada cuánto tiempo les gustaría ir a la Minigranja?

Se quiso conocer la frecuencia con la que les gustaría asistir para delimitar la demanda.

Tabla A 10.20. ¿Cada cuánto tiempo les gustaría ir a la Minigranja?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Cada nueve días	Una vez al mes estaría bien.	Dos veces al año para ver como siguen los animales.	Dos veces al mes para ver cómo van creciendo.	Cada quince días	Todos los días	Todos los días

Fuente: Elaboración Propia

Los niños mencionaron que les gustaría ir con mucha frecuencia, lo que habla que realmente les gustó el concepto.

21. ¿Qué animales les gustaría que tenga la Minigranja?

Es necesario trasladar las opiniones de los niños hacia la Minigranja para complacer sus gustos y así generar más visitas.

Tabla A 10.21. ¿Qué animales les gustaría que tenga la Minigranja?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Caballos, leones y cocodrilos	Caballos, osos, conejos, leones, zorros, pumas y pollos.	Ovejas y cocodrilos	Animales en peligro de extinción para poder salvarlos.	Delfín rosado, pollitos, vacas, toros, cebras, pandas, caballos.	Osos, patos, ovejas	Perros, ovejas

Fuente: Elaboración Propia

Muchos de los niños divagaron un poco con respecto a las recomendaciones de animales que brindaron, llegando a mencionar animales salvajes o marinos. Sin embargo una alternativa muy interesante fue la de tener animales en peligro de extinción. Luego mencionaron caballos, ovejas, pollitos, vacas y patos.

22. ¿Qué otras atracciones o cosas agregarían a la Minigranja?

Además se quiso saber qué otros servicios les gustaría encontrar con el objetivo de hacer una visita más completa y satisfactoria.

Tabla A 10.22. ¿Qué otras atracciones o cosas agregarían a la Minigranja?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
Juegos recreativos y un museo para ver las partes de los animales.	Comedor y juegos como el carrusel y la rueda de la fortuna.	Juegos mecánicos	Toda clase de juegos	Juegos mecánicos	Juegos	Juegos

Fuente: Elaboración Propia

Todos mencionaron que quisiera tener variedad en juegos agregando incluso juegos mecánicos que serían una opción muy interesante para los asistentes de todas las edades.

23. ¿Cuánto tiempo tendría que durar el circuito guiado?

Se quiso conocer qué tiempo les parecía prudente para conocer y aprender de los animales en el guiado para plantearlo en el negocio.

Tabla A 10.23. ¿Cuánto tiempo tendría que durar el circuito guiado?

Benjamín	Paula	Annel	Mayra	Nicolás	Fiorella	Surizayde
2 horas	2 horas	1-2 horas	1-2 horas	45 minutos	5 minutos	3 minutos

Fuente: Elaboración Propia

Los niños mencionaron en promedio 1, 5 o 2 horas aproximadamente de duración del circuito. Denotando un interés por conocer todos los detalles en ese tiempo.

**Anexo 12: Modelo de Entrevista a Profesora Mary Ann Hernani, Profesora de Inicial
que desarrolla un proyecto de Biohuerto en la Institución Educativa Futura School**



Buenas noches Profesora, le haré unas breves preguntas

1. Tengo entendido que Ud. Está desarrollando un proyecto de Biohuerto en el Colegio donde trabaja, ¿Cómo surge la idea?
2. ¿De qué consta el Biohuerto?
3. ¿Qué especies cultiva?
4. ¿De qué manera participan los alumnos en este proyecto?
5. ¿Utilizan materiales orgánicos para abonar y cultivar?
6. ¿Los alumnos disfrutan de participar en esta actividad?
7. ¿De qué edades son los niños que participan del Biohuerto?
8. ¿Qué beneficios cree que esta iniciativa trae a la institución y a los niños?
9. ¿Por qué cree Ud. que es importante impartir una cultura que procure el cuidado del medio ambiente y los seres vivos en los niños?
10. ¿Antes de este proyecto, en su colegio llevaban a los niños a algún vivero o campo?
¿Cuáles son esos lugares?
11. ¿Los niños del colegio donde trabaja, asisten a paseos al aire libre? ¿Cuáles son esos lugares?
12. ¿En dichos paseos, han tenido contacto con animales?
13. ¿Cada cuánto tiempo son llevados a paseos al aire libre?
14. ¿Cuánto pagaban por dicha actividad?
15. ¿Sabe Ud. qué es una Minigranja?

Se le explica brevemente en qué consiste una Minigranja

16. Después de escuchar la explicación ¿Ud. recomendaría una visita a la Minigranja en el colegio donde trabaja?
17. ¿Cómo lo recomendaría en su Institución?
18. ¿Cuál debería ser la tarifa de ingreso por niño y adulto en la Minigranja?
19. ¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?
20. ¿Qué características deberían tener las áreas del establecimiento?
21. ¿Qué actividades extra recomendaría que tenga la Minigranja?
22. ¿Cada cuánto tiempo recomendaría que los niños visiten la Minigranja?

Anexo 13: Resultados Entrevista a Profesora Mary Ann Hernani

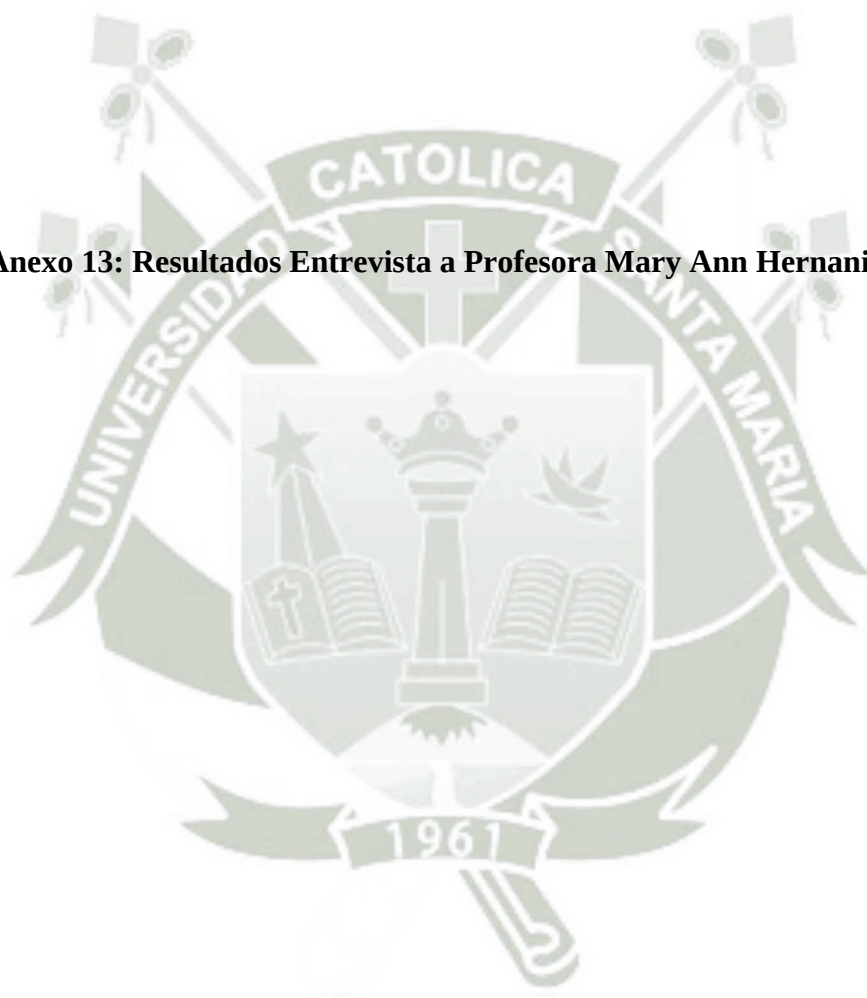


Tabla A 12.1. Resultados de la Entrevista a la Licenciada de Educación Primaria y Terapeuta Mary Hernani

PREGUNTAS	Explicación de la pregunta	Respuestas Prof. Mary	Interpretación de las respuestas
1 Tengo entendido que Ud. Está desarrollando un proyecto de Biohuerto en el Colegio donde trabaja, ¿Cómo surge la idea?	Se desea saber en líneas generales cómo nació, de qué trata y qué motivó este proyecto en el plantel educativo. Así como recaudar datos del comportamiento de los niños frente a proyectos al aire libre en contacto con la naturaleza.	La propuesta surge de la necesidad que tiene actualmente la ciudad de Arequipa de áreas verdes. Todas las zonas se han vuelto urbanas, no hay focos de oxígeno que provean a la ciudad. El colegio donde trabajo ve esta necesidad y comienza a implementar este proyecto, llamado Proyecto Intel, que se trabaja en Futura Schools.	La intención de la institución es de compartir a la ciudad la cultura ecológica que cultivan en Futura School a través de su metodología. Así llegar a conmover el sentido ecologista de colegios que no cuentan con los recursos de poder tener un Biohuerto establecido en sus instalaciones.
2 ¿De qué consta el Biohuerto?		Es un área verde de 30 m2 instalada en la sede de Cerro Colorado, donde los niños participan activamente para a través de este tener experiencias y aprender. Las macetas están hechas de materiales reciclados que los mismos niños han llevado como botellas, llantas, cajas de frutas, chapitas, papeles, etc. Cada uno de ellos ha pintado con diseños libres. Se ha denominado como “La tierra de sueños” y está dividida en distintas áreas donde hay plantas en macetas como en tierra en el suelo, un área para leer. Lo que se quiere lograr es hacer que el Biohuerto sea un lugar que no solo sea para sembrar sino también para compartir con amigos. Las semillas fueron donadas por un Ingeniero Agrónomo que desinteresadamente nos capacitó además los costalillos que nos regaló nos han servido también para regalar a otros niños.El padre de una alumna del colegio que también es Ingeniero agrónomo nos ha donado tierra, semillas y abono. Además tenemos un periódico mural donde los niños pegan recortes informativos sobre las plantas como características, beneficios, etc.	La participación de los niños es integral en el desarrollo del Biohuerto, todos han podido reutilizar recursos, aprovechándolos para convertirlos en macetas. Las semillas, tierra y abono fueron donados por lo cual el Biohuerto se mantiene con sus propios recursos. El propósito es lograr que todos los niños logren captar la importancia de conservar las áreas verdes así como conocer los cuidados de la flora peruana.
3 ¿Qué especies cultiva?	Con estas preguntas se trató de conocer la participación y desenvolvimiento de los niños en el proyecto, así como conocer qué beneficios trae en su desarrollo y si disfrutan de esta experiencia.	Tenemos Quinua, chía, lechuga, huacatay, perejil, cebolla, ajo, maíz forrajero, alverja, plantas ornamentales.	Resalta en el proyecto que se ha tratado de utilizar especies de plantas oriundas del Perú.
4 ¿De qué manera participan los alumnos en este proyecto?		Cada niño se ocupa de una parte del Biohuerto, ellos se encargan íntegramente de esa parte en cuanto a la preparación de la tierra, sembrar las semillas, y cuidarlas para que broten y crezcan. El proyecto no termina ahí, sino que además ellos están encargados de transmitir lo aprendido hacia otros colegios. Por ejemplo hace poco visitamos a un colegio en el Distrito de Hunter en donde se entregaron semillas para que puedan cultivarlas en el área verde que dispone su colegio. Los mismos alumnos fueron los que capacitaron del cuidado que necesitaba cada planta, con el compromiso de que volverían a controlar que las plantas estaban creciendo. Este proyecto incentiva a que se transmita la experiencia hacia otros colegios en Arequipa.Los niños han acudido de forma casi diaria al Biohuerto en este bimestre, pero a partir del retorno de vacaciones (Agosto) ya coordinaremos un horario con ellos.Hay tres actividades distinguibles que son limpiar, sembrar y cuidar a las plantas.	Los alumnos están en la obligación de promocionar y predicar lo aprendido a otros colegios, lo que les ha resultado más motivante aún. Este último punto puede servir de ejemplo para la Minigranja, se podrían implementar talleres con un concepto similar.
5 ¿Utilizan materiales orgánicos para abonar y cultivar?		Por ahora estamos trabajando con el abono que nos han donado. Las semillas que nos obsequiaron están preparadas así que no necesitan fertilizantes químicos porque estaban desinfectadas naturalmente.	Los materiales donados no son orgánicos sin embargo no contaminan el ambiente.
6 ¿Los alumnos disfrutan de participar en esta actividad?		Sí, les encanta, viven pendientes del Biohuerto. Están muy contentos con el proyecto y se han vuelto más responsables con sus demás tareas, controlan el tiempo para poder ir y trabajar en el Biohuerto.	Los alumnos del tercer grado de primaria son los encargados de este proyecto que además según manifiesta la Docente, es un proyecto que ha podido captar por completo su atención y que disfrutaban mucho, también muestran mucho compromiso con el proyecto.
7 ¿De qué edades son los niños que participan del Biohuerto?		Tercer grado de primaria porque es el proyecto que les ha tocado a ese grado. En el colegio desarrollamos proyectos por secciones y grados.	
8 ¿Qué beneficios cree que esta iniciativa trae a la institución y a los niños?	A continuación las respuestas explorarán sobre la competencia a la que se enfrenta la Minigranja en cuanto a proveedores de entretenimiento en los colegios. Así como las características y las experiencias que hayan tenido con cada uno, así como los atributos que evalúan de ellos.	Hemos practicado matemáticas con el Biohuerto, calculamos el área, perímetro. Los niños se preocupan mucho por cuidar a las plantas. En los niños trae beneficios como la paciencia, tolerancia, trabajo en equipo sobre todo porque se dan cuenta que si no lo hacían juntos no íbamos a poder hacerlo. Además el control del tiempo, la responsabilidad.	El Biohuerto ha sido de mucha ayuda en el desarrollo social y cognitivo de los alumnos, evidenciando actitudes de los que ellos mismos pudieron darse cuenta según relata la Profesora Mary.
9 ¿Por qué cree Ud. que es importante impartir una cultura que procure el cuidado del medio ambiente y los seres vivos en los niños?		Es muy importante, actualmente los niños ya están siendo educados en valores como el respeto y cuidado al medio ambiente. El problema es que los adultos aún no hemos entendido ese mensaje, algunas personas no entienden el sentido de reciclar por ejemplo.	La Docente manifiesta que el cuidado del medio ambiente ya se imparte en las instituciones, y los niños responden favorablemente. Además indica que son los adultos los que debemos cambiar las actitudes. Este será un punto que se podrá fortalecer en la Minigranja ya que deberá impartir el conocimiento del medio ambiente hacia adultos de la misma manera que sus hijos lo han captado.
10 ¿Antes de este proyecto, en su colegio llevaban a los niños a algún vivero o campo? ¿Cuáles son esos		No, la verdad no.	Se observa que en este colegio los paseos al aire libre no son parte de la currícula, sino más bien en los proyectos que exige la metodología que desarrollan, los niños pueden ser expuestos a ambientes al aire libre, aunque no necesariamente es en todos los grados de primaria.

	lugares?			En dichos proyectos no han tenido contacto con animales, pero como la ubicación del colegio es colindante con chacras, los niños divisan a distancia a animales de granja. Las salidas al aire libre pueden darse hasta dos veces al bimestre.
11	¿Los niños del colegio donde trabaja, asisten a paseos donde tienen contacto con animales? ¿Cuáles son esos lugares?		En el colegio todas las actividades las organizamos por proyectos como la visita a la municipalidad de Tiabaya. No los llevamos de paseo a diario pero para algunos proyectos si los hemos llevado a las chacras aledañas, por ejemplo en el proyecto de recolección de material reciclado.	
12	¿En dichos paseos, han tenido contacto con animales?		Según tengo conocimiento, no. La mayoría de las visitas según el proyecto son a las chacras cercanas donde pueden ver a los animales a distancia, mas no acercarse. También han hecho paseos a alguna institución local.	
13	¿Cada cuánto tiempo son llevados a paseos al aire libre?		Los niños son llevados a paseos dependiendo del proyecto, los proyectos son destinados según el grado, en este bimestre los llevamos de paseo hasta en dos oportunidades.	
14	¿Con qué características debe contar uno de estos sitios para que los niños puedan asistir?		Seguridad, mantener la higiene, que sea un lugar amplio y que llame la atención de los niños.	Las características que evalúan los docentes, se puede afirmar que son principalmente la seguridad y la higiene, por lo tanto estos son atributos que deben destacar en la Minigranja
15	¿Cuánto pagaban por dicha actividad?	Iniciando con saber si conoce del concepto de Minigranja	Cuando tuvieron la oportunidad de conocer la Minigranja Móvil la entrada costo alrededor de 13 a 15 soles. Fuera de ellos los paseos que hacemos a las chacras o las instituciones cercanas no son costosos.	El precio de las actividades informa que no fueron costosas, excepto por una con la Minigranja Móvil que tuvieron que pagar entre 13 a 15 soles por alumno.
16	¿Ha oído hablar de alguna Minigranja o ha visitado una?	para que pueda otorgar una opinión más cercana a lo que pueda conocer. Las preguntas anteriores trataran de obtener la impresión que se lleva una profesional de la educación acerca de la Minigranja y los atributos que esta ofrece, y saber su disposición a recomendar el negocio, cómo lo haría y por qué.	Cuando estuve en Lima fui a la Granja Villa, en mi viaje a Barcelona visité la Minigranja del Colegio Waldorf. También la Minigranja Móvil que llevaron al colegio.	La Profesora como se observa en su respuesta, ha tenido experiencia previa con las Minigranjas de manera presencial inclusive en el extranjero. Por lo tanto esto valida aún más las opiniones vertidas en esta entrevista
17	Después de escuchar la explicación ¿Ud. recomendaría una visita a la Minigranja en el colegio donde trabaja?		Si definitivamente lo recomendaría, sería muy beneficioso para los alumnos y muy entretenido además.	Según lo referido en la entrevista, a la profesora le pareció un buen lugar para llevar a sus alumnos y lo recomendaría en su institución a través de reuniones con la directora. Esto indica que la propuesta del negocio es satisfactoria y va por buen camino.
18	¿Cómo lo recomendaría en su Institución?		Comentándoles de los beneficios de ir a una Minigranja con los niños, para que se distraigan jueguen al aire libre, en Arequipa no hay muchos lugares así. En el colegio felizmente las recomendaciones son tomadas en cuenta por la Directora y los padres de familia, si la sugerencia es viable pues se lleva a cabo el proyecto	
19	¿Cuánto debería pagar el niño por asistir a la Minigranja?		Trece soles la entrada para un niño	
20	¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?	Con las preguntas se intentó reunir información y recomendaciones acerca de lo que ella considera correcto en cuanto a tarifa de ingreso, servicios complementarios, animales para la exhibición y contacto con niños, y frecuencia de visita.	Me gustaría que haya conejos, vacas, cuyes, pollos, gansos, patos, chanchitos	El aproximado de la tarifa sería 13 soles al igual que con la Minigranja BB, los animales que mencionó serían ideales son todos alcanzables en cuanto están disponibles en zonas aledañas a la ciudad.
21	¿Qué características deberían tener las áreas del establecimiento?		Sobretudo garantizar la seguridad del niño. Los parques ahora están muy deteriorados, los juegos no son seguros, llevándolos allí solo los exponemos. A veces solo queda la opción de ir a un centro comercial, sería perfecto que exista un lugar seguro y al aire libre donde los niños puedan jugar	El atributo principal que consideraría es la seguridad. Atributo que se tomará en cuenta en el presente negocio.
22	¿Qué actividades extra recomendaría que tenga la Minigranja?		Sería ideal que haya deportes de aventura, por ejemplo que los niños puedan escalar en una palestra.	La profesora brindó una alternativa interesante al proponer juegos de aventura que puedan disfrutar y divertir a los niños como Escalada.
23	¿Cada cuánto recomendaría que los niños visiten la Minigranja?		Una o dos veces mensualmente.	La frecuencia de visita que la profesora recomendó es bastante buena. Este dato servirá para proyectar la demanda.

Elaboración: Propia

Anexo 14: Modelo de Entrevista a Psicóloga especializada en niños Karim Mena



1. ¿Es importante que un niño se relacione con los animales?
2. ¿Qué tipo de habilidades se desarrollan en el niño cuando tiene interacción con animales?
3. ¿Desde qué edad el niño puede interactuar con animales?
4. ¿Por qué cree Ud. que es importante impartir una cultura que procure el cuidado del medio ambiente y los seres vivos en los niños?
5. ¿Los niños del colegio donde trabaja, asisten a paseos al aire libre? ¿Cuáles son esos lugares?
6. ¿Los niños del colegio donde trabaja, asisten a paseos donde tienen contacto con animales? ¿Cuáles son esos lugares?
7. ¿Cada cuánto son llevados a paseos al aire libre?
8. ¿Sabe Ud. cuánto pagaban por dicha actividad?
9. ¿Cuáles son los lugares favoritos de los niños al llevarlos a actividades al aire libre?

Se le explica brevemente en qué consiste una Minigranja

10. Después de escuchar la explicación ¿Ud. recomendaría una visita a la Minigranja en el colegio donde trabaja?
11. ¿Por qué sería bueno que los niños conozcan un lugar así?
12. ¿Cómo lo recomendaría en su Institución?
13. ¿Cuál debería ser la tarifa de ingreso por niño y adulto en la Minigranja?
14. ¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?
15. ¿Qué características deberían tener las áreas del establecimiento?
16. ¿Qué actividades extra recomendaría que tenga la Minigranja?
17. ¿Cada cuánto tiempo recomendaría que los niños visiten la Minigranja?

Anexo 15: Resultados Entrevista a Psicóloga especializada en niños Karim Mena



Tabla A 14.1. Resultados de la Entrevista a la Psicóloga educativa especializada en niños Karim Mena

PREGUNTAS	Explicación de la pregunta	Respuestas Psicóloga Educativa Karim Mena	Interpretación de las respuestas
1 ¿Es importante que un niño se relacione con los animales?	La pregunta se realiza para saber la importancia que tiene la relación de los niños con los animales, desde un punto de vista Psicológico, de esta forma se podrá saber los beneficios y ventajas que tiene la realización del negocio	Si, definitivamente si considero que es importante, más por la carrera que he estudiado, nos han enseñado que muchos de los animales tienen un propósito terapéutico, sobre todo en el ordenamiento de la conducta, y estas afirmaciones no solo se basan en estudios, está científicamente probado como la terapia ayuda mucho.	Para la Licenciada, la relación con los animales tiene un propósito terapéutico, de esta manera podemos afirmar que la Minigranja si será útil para el desarrollo de los niños.
2 ¿Qué tipo de habilidades se desarrollan en el niño cuando tiene interacción con animales?		Está comprobado que el contacto con los animales ayuda a ser más responsables, más maduros, autónomos, la interacción con los animales les da la responsabilidad de otro ser vivo, son tareas distintas a las que realizan en casa o en el colegio, definitivamente considero que ayuda mucho a los niños.	En su respuesta, la Licenciada atribuye el desarrollo de habilidades que ayudan a la formación del niño a la relación de ellos con los animales de la Minigranja, de tal manera que fortalece la idea de negocio, podemos usar estas respuestas como promoción del mismo.
3 ¿Desde qué edad el niño puede interactuar con animales?		Considero que desde los 5 años, ya que si es menor por ejemplo de 3 años, tendría que estar acompañado de un adulto, un niño de 3 años es más tosco y puede dañar a la mascota sin darse cuenta, en cambio un niño de 5 años ya sabe que responsabilidades implica, sabe que tiene que limpiarlo, que tiene que estar pendiente de donde va a dormir, si le hace frio lo tiene que abrigar. Hasta se puede dar cuenta del comportamiento de la mascota, si es indiferente, si estaba juguetero y después triste, son más conscientes, más racionales.	La licenciada considera una edad apropiada para que el niño visite la Minigranja como min 5 años, y considera que un niño mas pequeño podría no aprovechar los beneficios del negocio, siendo mas bien un riesgo para la integridad de los animales. Así podemos tener una idea de los segmentos a los que tiene que ir dirigida la Minigranja
4 ¿Por qué cree Ud. que es importante impartir una cultura que procure el cuidado del medio ambiente y los seres vivos en los niños?	La siguientes pregunta, trata de mostrarnos la importancia que tiene para la educación de un niño el contacto con los animales y el medio ambiente, se podrá evaluar el interés o la importancia que le da el colegio a las actividades en el aire libre, y ver la factibilidad de considerar la visita a una Minigranja como parte de estas actividades.	"Es más fácil educar a un niño que sanar a un adulto" es proverbio que me agrada mucho emplear y también implica más un servicio de trabajarles la voluntad, un propósito es trabajarles el sentido de colaboración y protección de otro. Hay otra frase que me gusta emplear, "Si no hay un TU, no existiría un Yo". Ayudarlos a ser más desprendidos, colaboradores, solidarios y que mejor que atendiendo a otro ser vivo, que mejor que cuidar el planeta, que hasta ahora está muy deteriorado, que con estos cuidados envés de deteriorarlo más, colaboramos a la restauración del mismo. Por ejemplo un niño así riegue una plantita, así sea la más pequeña genera oxígeno, por más pequeña que sea da un aporte favorable, y si el niño no regara la planta, ¿que estaríamos haciendo?, estaríamos perdiendo la oportunidad de que el niño aporte favorablemente al mundo. Por eso es mejor trabajar la voluntad en edades más tempranas, porque más grandes hay que trabajar con mucha lógica y se considera más difícil.	Con esta respuesta nos da a conocer su postura con respecto a la estimulación temprana de los niños en cuanto al cuidado del medio ambiente y su relación con los niños, para ella es mas fácil inculcarle aun niño hábitos de cuidado ambiental que a un adulto. Ella piensa que entre mas temprano se le eduque al niño los resultados serán óptimos. El negocio puede emplear estos argumentos para su promoción y aceptación
5 ¿Los niños del colegio donde trabaja, asisten a paseos al aire libre? ¿Cuáles son esos lugares?		En algunas ocasiones si, cuando es requerido para un proyecto, alguna socialización, por ejemplo los niños cuando están participando en competencias deportivas, son llevados a campos abiertos para competir con otros colegios, o los llevamos a un proyecto exploratorio, los chicos han asistido a la campaña de Arequipa, para contrastarlo con la minería, por ejemplo el proyecto de tía maría, así se desarrolla la conciencia ambiental, pero por otro motivo no lo he visto. Han tenido contacto con los campesinos, sobre todo los niños de inicial, han estado mientras cosechaban, sembraban, los de nivel primario no salían tanto.	Esta respuesta nos indica la poca importancia que le da la institución en la que trabaja, a los paseos al aire libre, ya que es casi nula, son pocas veces las que se realizan, quizás porque no hay muchas opciones en la ciudad, de esta forma la Minigranja podría ser atractiva para este y otros colegios que no dan importancia al contacto de sus alumnos con la naturaleza
6 ¿Los niños del colegio donde trabaja, asisten a paseos donde tienen contacto con animales? ¿Cuáles son esos lugares?		Por la zona del colegio si, pasan caballos, ovejas, cabras, vacas, toros, chanchitos, esto por la ubicación del colegio. Al principio les llama la atención, por ejemplo en los recreos mientras juegan futbol cerca al patio del colegio había un caballo que les llamaba la atención, y después les causa un poco de gracia, pero finalmente terminan desinteresándose, ya no les llama la atención.	
7 ¿Cada cuánto son llevados a paseos al aire libre?		Ellos desarrollan proyectos cada mes, uno por cada grado, pero depende del proyecto porque hay algunos que están relacionado netamente con la tecnología. Y no salen del colegio, vienen profesionales al colegio. Pero hay otros en los que interactúan con niños de otros colegios de sus mismos años, contemporáneos, pero no salidas a la comunidad.	
8 ¿Sabe Ud. cuánto pagaban por dicha actividad?		No, la verdad no. Los proyectos realizados el 2014 no tenían costos por que eran salidas cerca de la zona del colegio. Como era cerca era más accesible y no había costo alguno.	Lamentablemente al no tener un monto referencial, la respuesta de la licenciada no nos ayuda para comparar los precios de la posible competencia
9 ¿Cuáles son los lugares favoritos de los niños al llevarlos a actividades al aire libre?		No la verdad que no, no tienen un lugar favorito por lo que no salen mucho, pero la actividad que si les encanto, que podría relacionarse con el contacto con los animales, fue una exposición canina que hizo la policía nacional, les encanto tener a los perros cerca, los cogían, querían montarlos, realmente los deslumbro.	Al no realizar paseos al aire libre con frecuencia como lo indico anteriormente, los niños del colegio en el que trabaja la licenciada no tiene un lugar favorito a visitar, pero lo mencionado con respecto a la exposición canina nos reafirma el interés que tienen los niños por el contacto con los animales

10	Después de escuchar la explicación ¿Ud. recomendaría una visita a la Minigranja en el colegio donde trabaja?	Con estas preguntas se intenta recopilar informacion sobre la importancia de estas actividades, la forma en que ella lo recomendaria al colegio donde trabaja, los aporte en cuanto a las caracterticas del establecimiento, servicio que espera recibir, actividades en las que pueda participar el visitante, asi como tarifas y frecuencia en la que se debe de visitar el establecimiento.	Definitivamente si lo recomendaría, pero me gustaría que no sea solo en el colegio, sino que se fomente también con un banner, con publicidad, para que los niños puedan ir individualmente con su familia, cosa que no solo queda como una actividad del colegio sino algo que pueden hacer fuera de el mismo, derrepente con volantes o afiches, descuentos, etc.	SI recomendaría la idea de negocio, pero nos recomienda que no solo este relacionado con actividades escolares, sino también como actividad familiar. Así al momento de segmentar el mercado objetivo podremos considerar esta respuesta.
11	¿Cómo lo recomendaría en su Institución?		Lo propondría en el consejo constructivo, que está formado por la dirección, los coordinadores y los psicólogos, que en conjunto desarrollan los proyectos y ahí se podría proponer asistir, sería una activad extra para los niños. Esto no sería un proyecto para el colegio, sino una actividad para el alumno.	
12	¿Por qué sería bueno que los niños conozcan un lugar así?		Porque es una actividad que al niño lo favorece y nosotros buscamos que los niños aprendan, al margen de la educación, tienes que darle estrategias y mostrarles lugares donde el niño adquiera este conocimiento. El colegio busca que el niño sea el motor de su aprendizaje, que sea el protagonista de su aprendizaje.	En su respuesta, la Licenciada atribuye el desarrollo de habilidades que ayudan a la formación del niño a la relación de ellos con los animales de la Minigranja, de tal manera que fortalece la idea de negocio, podemos usar estas respuestas como promoción del mismo.
13	¿Cuál debería ser la tarifa de ingreso por niño y adulto en la Minigranja?		Yo pienso que un precio entre S/15.00 a S/.20.00 por niño sería adecuado y por adulto entre S/.8.00 a S/12.00 por adulto ya que la atracción es más para los niños, ellos lo disfrutarán más.	La diferencia de precios para un niño y para un adulto, refleja la idea que tiene la psicóloga, la Minigranja es una atracción para niños es por eso que su entrada debe de ser mayor que la del adulto.
14	¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?		Los animales que creo deberían estar son los popularmente llamados animales de corral: Vacas, patos, conejos, cuyes, pollos, gansos, chanchos, todos estos son animales domésticos que facilitan el contacto con los niños.	La respuesta nos reafirma que los animales que debemos considerar son animales domésticos y de corral.
15	¿Qué características deberían tener las áreas del establecimiento?		Lo principal la seguridad y la Higiene. Debe de controlarse adecuadamente, sabemos que la crianza de este tipo de animales requiere mayor atención en cuanto a la limpieza del lugar donde habitan, así mismo la seguridad debe de contemplar un supervisor de cada área, de esa forma se controlara mejor el comportamiento de los niños en el establecimiento, fomentando el orden. Creo que también debería de clasificarse a los animales de acuerdo a las edades de los niños a visitar.	Para la Licenciada lo principal será la higiene y la seguridad, de esta tenemos que tomar en cuenta estos dos puntos para la elaboración de los procedimientos y manuales de funciones dentro de la Minigranja, debemos de conseguir niveles óptimos.
16	¿Qué actividades extra recomendaría que tenga la Minigranja?		Un plan de actividades o circuitos clasificado por edades donde se detallen las precauciones. Hacer un plan de “Adopta a un animalito” para que a través de eso el mantenimiento se financie por las personas voluntarias. Que haya como un test en Tablet donde haya preguntas capciosas con premios según el puntaje.	Con su respuesta nos recomienda actividades para la posible adopción de un animalito, o concursos en Tablet, que pueden significar atracción de mas clientes, y elevar las visitas en la Minigranja
17	¿Cada cuánto tiempo recomendaría que los niños visiten la Minigranja?		Yo recomendaría una visita de una vez al mes a la Minigranja, de pronto los padres de familia no tendrán el acceso para llevarlos todos los fines de semana, por eso que sea una vez al mes me parece adecuado, ahora derrepente hacer varias sedes, para que en cada sede tengan distintos tipos de animales, hacer visitas programadas con distintos show o espectáculos de los animales.	Considera en su respuesta una visita al mes, mas por un tema económico, esto nos puede ayudar para calcular los ingresos que generaría la Minigranja, también nos recomienda tener varias sedes para poder diversificar los shows y espectáculos a realizar .

Elaboración: Propia

Anexo 16: Modelo de Entrevista a Médico Veterinario Brenda Ayres Diaz



1. ¿Cuál es su experiencia con animales de granja?
2. ¿Qué vacunas son necesarias para una vaca? ¿Cuánto cuesta?
3. ¿Qué vacunas son necesarias para un cerdo? ¿Cuánto cuesta?
4. ¿Qué vacunas son necesarias para un conejo? ¿Cuánto cuesta?
5. ¿Qué vacunas son necesarias para un cuy? ¿Cuánto cuesta?
6. ¿Qué vacunas son necesarias para una oveja? ¿Cuánto cuesta?
7. ¿Qué vacunas son necesarias para aves domésticas como gallinas, patos, gansos?
¿Cuánto cuesta?
8. ¿Qué emergencia puede surgir con uno de estos animales?
9. ¿Sabe cuánto cuesta adquirir estas especies?
10. ¿Qué alimentos concentrados existen para estas especies? ¿Dónde pueden conseguirse? ¿Sabe los precios de estos alimentos?
11. ¿Cada cuánto tiempo debe ser el control médico por especie y cuánto cuesta?
12. ¿Cuánto espacio requiere cada animal para poder desarrollarse óptimamente?
13. ¿Qué requisitos deben tener los espacios según cada especie?
14. ¿Qué beneficios encuentra Ud. en el contacto de niños con animales?
15. ¿Ha oído o conoce alguna Minigranja?
Se le explica brevemente en qué consiste una Minigranja
16. Después de escuchar la explicación ¿Ud. llevaría a sus hijos?
17. ¿Cuál debería ser la tarifa de ingreso por niño y adulto en la Minigranja?
18. ¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?
19. ¿Qué características deberían tener las áreas del establecimiento?
20. ¿Cada cuánto tiempo recomendaría que los niños visiten la Minigranja?
21. ¿Qué actividades extra recomendaría que tenga la Minigranja?

Anexo 17: Resultados Entrevista a Médico Veterinario Brenda Ayres Diaz



Tabla A 16.1. Resultados de la Entrevista al Médico Veterinario Zootecnista Brenda Ayres Diaz

PREGUNTAS	Explicación de la pregunta	RESPUESTAS	Interpretación de las respuestas
1 ¿Cuál es su experiencia con animales de granja?	La intención de la pregunta fue conocer a fondo la experiencia de este profesional en animales que formarán parte de la Minigranja para confirmar que su opinión será un respaldo para la investigación de mercado.	Si por lo general la carrera de veterinaria es muy amplia. Puedes trabajar con un plano de animales mayores los cuales son destinados para producción generalmente. En mi experiencia he trabajado en el procesamiento, en el manejo de granjas, en establos, también en salud pública para la carne de consumo Por otro lado en ganadería, trabaje en el plano de la producción de cerdos y aves. Luego tuve experiencia con animales menores aquí en clínica, trabajo con perros, gatos, animales exóticos, canarios, pericos, ardillas, etc. El trabajo consiste en vacunarlos, desparasitarlos, bañarlos, recomendar alimentos especiales, juguetería, medicamentos	Como se lee, Brenda ofrece una muy amplia experiencia en el rubro, posee además un veterinario y su contacto con animales de granja ha sido principalmente con animales destinados a la producción y consumo humano por lo cual conoce al dedillo los requisitos y estándares que debe tener un animal de granja.
2 Qué vacunas son necesarias para una vaca? ¿Cuánto cuesta?	En las preguntas se intentará tener un aproximado de los costos de controles y mantenimiento de las especies que se tendrán en exhibición en la Minigranja. Además también se desea conocer las enfermedades más comunes, mantenimiento y urgencias que pueden surgir según especie para más adelante detallar los costos.	Las vacunas para las vacas son variables, hay vacunas para prevenir neumonías, mastitis, para las vacas secas contra las enfermedades virales como IBR, BVD, PI3 y BRSV. Existe todo un programa de vacunación dependiendo si son destinadas a producción o a consumo, las vacunas también dependen del clima, la zona, la temperatura. Por ejemplo las vacunas para un ternero pueden costar hasta cincuenta soles. El mantenimiento varía pues para una Minigranja los terneros llamaran más la atención y el apego de los niños. Si quieres mantener a un animal adulto por ejemplo a una vaca el costo es mayor pues necesitan de inseminación, sacarles la leche, que den crías, mantener también a las crías. El costo de las vacunas varía según marca o laboratorio, entre 30 a 50 soles.	Los animales más propensos a enfermedades son la vaca y el cerdo, sin embargo el precio de las vacunas por ejemplar no es significativo ya que se hace una vez por año. Además considerando que se tendrán pocos ejemplares de cada especie en la Minigranja.
3 ¿Qué vacunas son necesarias para un cerdo? ¿Cuánto cuesta?		También varían según el destino y la producción, las zonas también son variables las mismas vacunas que colocas aquí no vas a ponerlas para Puno o Tacna, son temperaturas y climas diferentes. Las vacunas para un cerdo desde que nace hasta que empiezan a darte un beneficio pueden variar en un precio de 50 a 60 soles En el proyecto que propones en el caso de los cerdos necesitan más desinfección y sanidad, puedes limpiarlos esporádicamente una vez al mes. El mantenimiento tampoco es costoso	El Veterinario mencionó que el costo sería alto si fueran animales para consumo, al ser para exhibición y contacto externo, los costos reducen significativamente.
4 Qué vacunas y que tipo de mantenimiento son necesarias para un caballo? ¿Cuánto cuesta?		El caballo es un animal pacifico, no requiere de mucho cuidado salvo el mantenimiento a sus extremidades. Igualmente se alimenta de concentrado y en cuanto a su mantenimiento necesita por supuesto de un paseo y un espacio de sombra. El precio de las vacunas varía entre 30 a 50 soles igual que en el caso de las vacas.	Los precios según el Médico Veterinario varían según el laboratorio entre 30 a 50 soles para las vacas y caballos.
5 ¿Qué vacunas y que tipo de mantenimiento necesitan un conejo o un cuy? ¿Cuánto cuesta?		Necesitan desparasitación, vacunas, dependiendo claro de la zona. Principalmente la sanidad; los animales de compañía menores como son los conejos y cuyes necesitan de una buena desinfección, de limpieza, recolección de heces, el animal no puede estar en contacto con las heces porque son propensos a contraer infecciones. El costo de las vitaminas y antiparasitarios es de S/. 0.50 céntimos por animal	Para un cerdo las vacunas cuestan entre 50 a 60 soles por ser animales más delicados.
6 ¿Qué vacunas son necesarias para ovejas, llamas y alpacas? ¿Cuánto cuesta?		En esta especie el mantenimiento es mínimo, ya que son animales rústicos, la alimentación es básica, y la sanidad es poquísima. Las vacunas varían entre 20 a 40 soles una sola vez por año.	Con animales pequeños como son conejos, cuyes, los precios son realmente ínfimos y los controles son anuales, el costo de vitaminas y antiparasitarios es de S/.0.50. Por otro lado para aves de corral como gallinas, patos, gansos las vacunas ascienden a S/.0.70 por animal y las vitaminas S/. 0.40 cada seis meses.
7 ¿Qué vacunas son necesarias para aves domésticas como gallinas, patos, gansos? ¿Cuánto cuesta?		Depende del destino de las aves, por ejemplo si son ponedoras o son destinadas para consumo, todo es variable y existen programas de vacunación para cada tipo de especie. Básicamente la desparasitación, y procurar que el ambiente este siempre desinfectado y limpio para evitar también infecciones. El costo por vacunas es de S/. 0.70 céntimos por animal y las vitaminas de S/.0.40 céntimos por animal.	En el caso de los animales rústicos como llamas, alpacas y ovejas, el precio es entre 20 a 40 soles. Con chequeos anuales.
8 ¿En Arequipa cuales son las enfermedades más comunes que afectan a los animales?		Por especies en el caso de ganado vacuno, las enfermedades más comunes son la neumonía IBR BVD carbunco, aftosa, en el caso del ganado porcino, cólera, erisipela, en el caso de aves, Pasteurela, neumonías.	En general las recomendaciones fueron en cuanto a la higiene, que debe ser constante y asegurar desinfección de los ambientes.
9 ¿Es costoso el mantenimiento de animales?		No es costoso, sin embargo, es costoso cuando no se lleva un control de los animales, en el caso de los perros hay que tener un poco de cuidado. En el caso de animales de granjas, depende del servicio y la producción, pues para cualquier producción hay que invertir en sanidad, en alimentación que aporte en contenido de fibra. Sin embargo si son animales para exhibición es diferente, el costo del mantenimiento es bajo, las vacunas son mínimas.	El control de animales grandes es una vez al año.
10 Cada cuánto tiempo debe ser el control médico por especie y cuánto cuesta?		Para animales de especies mayores como vacas, cerdos, caballos una vez al año es suficiente.	Las emergencias más comunes pueden ser según estación, debido al frío. Pero en general los cuidados no son demasiados.
11 ¿Cuáles son las emergencias más comunes que pueden surgir con uno de estos animales?		Emergencias de carácter patológico, enfermedades, como diarreas, neumonías, si son animales adultos pueden presentar problemas al parto, sin embargo no son tan delicados como los perros o los gatos.	Todos los animales de granja se deben alimentar en un 70% con alimento concentrado, lo que además de abaratar costos, beneficia al animal en tanto su salud y nutrición son mejores.
12 ¿Qué alimentos concentrados existen para estas especies? ¿Dónde pueden conseguirse? ¿Conoce los precios de estos alimentos?	Estas preguntas tienen como propósito averiguar qué tratamiento especial debe tener cada animal, requisitos de espacio y suelo. Así mismo conocer qué alimentación es adecuada según especie y los costos de esta.	En la alimentación debe haber un equilibrio y una dieta El concentrado se puede manejar en un 70%, el 30% restante podrías cubrirlo con alfalfa que puedes conseguirla más fácilmente y que aporta ciertos nutrientes que el concentrado no aporta. El precio del concentrado varia depende de la marca, el mercado es muy abierto en cuanto a precios. El concentrado se consigue en mercados, tiendas que venden harina de pescado, harina de maíz, harina de soya. Un costal de este tipo de concentrado cuesta alrededor de 100 a 120 soles y por ejemplo para un ternero podría durar hasta un mes. En el caso de los cerdos solo se alimentan de concentrado, porque los desechos vegetales, cascara, frutas no aportan nutrientes por lo tanto no los beneficia. La duración del concentrado varía de acuerdo a las etapas que son pre inicio, inicio, crecimiento y finalmente acabado, los cerdos comen según la etapa en la que estén de acuerdo al peso y a la edad también. En el caso de los animales rústicos la alimentación no es tan costosa, para las ovejas, llamas, alpacas y vicuñas también sirve el concentrado, el forraje seco que es muy económico, la avena, alfalfa seca .Los animales menores por lo general también se alimentan de concentrado, y esto los beneficia en que no tengan enfermedades, los desechos son fáciles de limpiar, la contaminación se reduce; por otro lado también facilita al operario darle de comer, limpiar los desechos. La dieta debe balancearse en una ración alimenticia que conste de harina de maíz, soya, afrecho, pasta de algodón, torta de girasol, la dieta apunta al beneficio que quieres recibir de ese animal.	Así mismo ayuda en el mantenimiento y desinfección de su ambiente.
13 ¿Qué requisitos deben tener los espacios según cada		Dependiendo de la especie, tendría que tener un espacio para comer, beber, para moverse, un espacio de sombra. Si son aves, en caso de los patos un espacio para que puedan nadar en una laguna de aproximadamente 15 m² de diámetro.	Los alimentos no son costosos, y se dividen según la edad y proporciones de los animales mayores.
			Los requerimientos de espacio obviamente varían según las dimensiones del animal. Siendo 15 m2 para una vaca,

	especie?			una cerda m2, aves 1m2, animales rusticos hasta 6m2. Además se deben considerar los espacios para alimentarse y debe ser bajo sombra.
14	¿Cuánto espacio requiere cada animal para poder desarrollarse óptimamente?		Las aves requieren aproximadamente 1m ² por ave, una oveja 3m ² , una alpaca 5m ² una vaca requiere de 15m ² a 20m ² , una cerda de 6m ² a 8m ² , también hay que destinarle un espacio para el bebedero, el comedero. Definitivamente el diseño dependerá del negocio, en este caso si se exhibirá a una vaca con sus críos el espacio también debe ajustarse a ello.	
15	¿Es recomendable mantener a los animales en un espacio cerrado como un establo o es preferible dejarlo al aire libre en su hábitat?		Generalmente eso depende del tipo de producción y su destino, cuando es netamente un negocio entonces hay que trabajarlos confinados. Por ejemplo en las zonas altas de Arequipa la gente se dedica al pastoreo, en cambio en la ciudad eso no se da porque casi ya no hay áreas verdes, algunos lugares tradicionalmente los conservan, otros en cambio prefieren un corral y eso es todo.	
16	¿Qué tipo de suelo es el más adecuado para tener los animales?		El espacio no debe ser cementado, porque el cemento trae mucha humedad, puede ser de tierra pero cubierto con paja. Dependiendo de la especie, para las vacas puede ser un espacio que sea mitad de tierra mitad pasto, en el caso del caballo tendría que ser solo tierra.	
17	¿Qué tipo de certificación hay que tener para tener animales en exhibición?		Un certificado de salud, licencia de funcionamiento que debe especificar el rubro al cual se destina el negocio, pero sobretodo un certificado de sanidad en el cual detalle que los animales estén desparasitados, adecuados para tener contacto con el público. Este tipo de negocios no representan una gran contaminación, los niños se acercan a los animales para verlos o tocarlos, entonces además de los certificados para el local, también el personal que trabaje allí requiere de un certificado de sanidad.	El requisito para poder tener animales en un negocio, afirma Brenda, que es principalmente contar con una licencia de funcionamiento con certificado de salud.
18	¿Sabe cuánto cuesta adquirir estas especies? ¿Dónde pueden comprarse?	Se debe conocer los costos de adquisición por cada especie y saber dónde están a la venta.	En el caso del ganado vacuno, los terneros machos son los que cuestan menos en promedio estarán entre 50 soles o incluso te los pueden regalar en lugares como Pampa Blanca en Majes, pues los engordan y son destinados a consumo en comparación de una ternera hembra que es netamente para la producción y que podría costar alrededor de 100 soles. Una vaca cuesta entre 1000 a 1500 soles. Luego inseminarlas cuesta alrededor de 50 o 60 soles dependiendo, el costo se eleva si quieres entrar a genética pura, alta calidad, es decir, que la vaca sea lechera. Por otro lado las alpacas y las llamas bebe pueden cotizarse en zonas altoandinas como Puno y Juliaca a 100 soles . Las ovejas cuestan 50 soles. Los caballos para paseo cuestan en 1,000 soles los venden en algún hipódromo generalmente son los caballos que perdieron alguna carrera Las especies en general pueden adquirirse en un establo o en un fundo. Animales más pequeños se consiguen en mercados, como los conejos, gallinas, patos, gansos y varían desde 5 hasta 30 soles máximo aproximadamente.	El Veterinario indica que es muy sencillo cnseguir los animales grandes, ya que en zonas como Majes o La Joya es posible incluso que se regalen si son machos. Las hembras de especies grandes pueden costar 50 soles una ternera, una vaca hasta 1500, Las llamas, alpacas 100 soles. Las ovejas 50 soles, y los animales más pequeños llámese conejos y aves entre 5 a 30 soles.
19	¿Qué beneficios encuentra Ud. en el contacto de niños con animales?	La pregunta pretende conocer más a fondo las ventajas de la relación con animales desde el punto de vista de un profesional en esta área.	Muchísimos, los niños se motivan bastante, los animales los alientan a compartir, desarrollan la afectividad, hay médicos y psicólogos que recomiendan el contacto con animales a personas con discapacidad, porque tiene fines terapéuticos. Por supuesto hay que saber manejarlo, con un animal a un niño puede enseñarle hasta los valores, su educación, forjar su carácter.	El desarrollo principal es el social y sentimientos nobles.
20	¿Ha oído o conoce alguna Minigranja?		No, no llegue a conocer ninguna, pero si he oído de la Granja Villa en Lima y en Arequipa los fundos que también tiene algunos animalitos. En Arequipa hay alguno que otro criadero.	
21	Después de escuchar la explicación ¿Ud. llevaría a sus hijos?		Claro, prefiero que tenga contacto con los animales, que disfrute y aprenda en lugar de llevarlo a un mall y que este aturdido con una máquina.Los niños en las máquinas de juego no aprenden nada, al contrario se vuelven adictos y nerviosos	El especialista negó conocer una Minigranja, al compartirle el concepto reaccionó positivamente afirmando que llevaría a su meor hijo de 3 años ya que debido a la escasa oferta, se ve obligado a llevarlo constantemente a centros comerciales
22	¿Cuál debería ser la tarifa de ingreso por niño y adulto en la Minigranja?		Para niños serian diez soles y para adultos veinte soles.	El precio para el niño debe ser menor al del adulto según el especialista.
23	¿Qué animales considera que debería tener la Minigranja?	Estas preguntas quieren acercarnos a una opinión no únicamente profesional sino como padre de familia acerca de la Minigranja.	Habría que ver la factibilidad, porque el alimento y el mantenimiento son más baratos en el caso de las aves como patos, gansos, gallinitas. También podría haber un cerdito, un caballo, una vaca, alpacas, llamas.	
24	¿Qué características deberían tener las áreas del establecimiento?		Un establecimiento bien organizado, bien constituido, que llame la atención a los niños., que sea llamativo porque a los niños les llama la atención la decoración.	Los animales que recomendó tener son justamente los mismos por los que se le hizo la consulta inicial. Además afirmó que los atributos importantes son la organización, el entretenimiento y decoración.
25	¿Cada cuánto tiempo recomendaría que los niños visiten la Minigranja?		Puede ser dos veces al mes, a los niños los va a motivar muchísimo ver el desarrollo de los animales como por ejemplo ver a la vaquita panzona y después ver a sus terneritos, ver a la gallina en la primera visita y después a los pollitos.	Recomendó visitas quincenales y poder disfrutar de escenas variadas en cuanto a los animales disponibles.
26	¿Qué actividades extra recomendaría que tenga la Minigranja?		Además de juegos una salita en la que puedan traer a los animalitos y tener un contacto más directo con ellos. Para nosotros los adultos unas mesas para que puedan comer algún fiambre o quizás hacer una parrillada, un espacio ideal para compartir y salir de la rutina. En Arequipa sino son los centros comerciales es el Chuck n´Cheeses, no hay un espacio donde los niños puedan jugar estar con la familia, recrearse.	El Médico Veterinario participó preferencias por áreas donde poder comer y departir con la familia los fines de semana.

Elaboración: Propia

Anexo 18: Modelo de Entrevista a Gerente/ Propietario de la Minigranja Móvil



1. ¿Cuál es su experiencia trabajando en negocios con animales?
2. ¿Desde cuándo opera con la Minigranja Móvil BB? ¿Cómo surge la idea?
¿Qué dificultades enfrentó al inicio?
3. ¿A través de qué medios se promociona?
4. ¿De qué consta su servicio?
5. ¿Con qué animales trabaja?
6. ¿Cuáles son las tarifas que cobra?
7. ¿Qué servicios adicionales ofrece?
8. ¿Para contratar sus servicios, se debe reservar con anticipación, dar algún adelanto?
9. ¿Con qué requisitos debe contar el local para que Ud. pueda brindar el servicio?
10. ¿Existe estacionalidad en su negocio?
11. ¿Qué colegios ya ha visitado, cuántas presentaciones en promedio tiene al mes?
12. ¿Cuántos participantes atiende en promedio en sus visitas a colegios y a nidos?
13. ¿Qué es lo que más les atrae a los participantes?
14. ¿Con qué animales se entretienen más los participantes?
15. ¿Qué impresión se llevan los padres o profesores luego de su visita?
16. ¿Qué beneficios rescata del contacto con animales?
17. ¿Qué alimentos les proporciona a sus animales?
18. ¿Cuánto cuesta en promedio alimentar a cada animal?

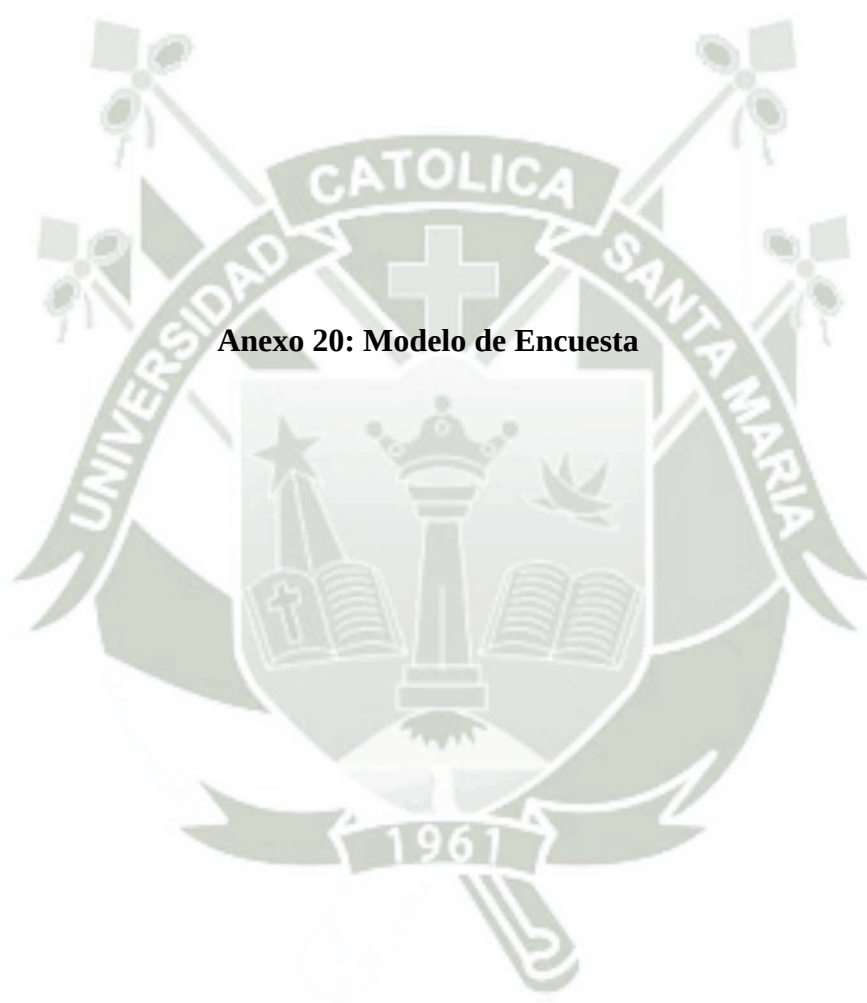
Anexo 19: Resultados Entrevista a Gerente/ Propietario de la Minigranja Móvil



Tabla A 19.1. Resultados de la Entrevista al Gerente y Propietario de la Minigranja Móvil Tres Marías Oscar Castillo Mejía.

PREGUNTAS	Explicación de la pregunta	RESPUESTAS	Interpretación de las respuestas
1 ¿Cuál es su experiencia trabajando en negocios con animales?	Se desea conocer la experiencia del entrevistado para validar la presente entrevista y conocer cómo decidió implementar en Arequipa el modelo de Minigranja y las adversidades que enfrentó en el mercado.	Tengo bastante experiencia, para resumirte un poco, comencé hace muchísimos años, he trabajado en Argentina y Perú, soy Administrador en la Producción y Gestión Pecuaria, actualmente soy Asesor Privado y he sido docente por años de empresas en Agro negocios, especialista en el sector Pecuario: Proyectos de inversión. Conduje fundos y establos en La Joya. En la actualidad soy Propietario y Gerente General de ECO GRANJA MOVIL “TRES MARIAS”.	Es evidente que el Sr. Oscar es un conocedor de este rubro y tiene capacitaciones y experiencia que lo respalda, lo que además le agrega valor a la entrevista.
		Desde siempre tengo inclinación por trabajos en campo, pero desde una perspectiva empresarial, profesional, yo amo a la naturaleza y quiero trabajar para sumar, no ser uno más.	
		Tengo una granja en La Joya desde donde justamente traslado los animales para mis contratos.	
		Además soy Capacitador en Neuromarketing.	
2 ¿Desde cuándo opera con la Minigranja Móvil BB? ¿Cómo surge la idea?		Bueno desde el 2013, ahí fue cuando me anime a emprender con la Minigranja, tomando el referente de países como España, Argentina, Chile que obviamente están mucho más adelantados en este tipo de negocios que nosotros definitivamente.	Basado en esto, su emprendimiento rindió frutos ya que contaba con la experticia y la capacidad debido a que cuenta con una granja y un medio de transporte.
		Pero pensé que como mi residencia la mayoría del tiempo es en La Joya, se me complicaría tener un negocio, entonces dije que la haría móvil, hice todo el estudio y resultó muy bien al segmento que la dirigí y bueno sigo aprendiendo.	
3 ¿Qué dificultades enfrentó al inicio?		Al inicio las personas no entendían de qué se trataba el negocio, desconfiaban. Pero poco a poco a través de la publicidad que yo mismo generaba en Facebook comencé a tener más contratos y la gente se pasaba la voz. Siempre que me llaman pregunto cómo se enteró y casi siempre es por recomendaciones de personas que ya vieron mi servicio, y luego lo corroboran a través de Facebook.	Como cuenta el Sr. Oscar, al inicio se le presentaron inconvenientes por no contar con un local físico y esto generaba desconfianza en los clientes. Lo que intentó atacar formando una reputación iniciando con sus conocidos y así poder hacer más visual su negocio, principalmente con publicidad de boca en boca.
		Cuando recién empecé trataba de contactar a conocidos y amigos, les hacía descuentos para que me contraten y poder hacerme conocido porque así se manejan los negocios cuando están dirigiéndote a niños sobre todo, po recomendaciones. Lo que pasa es que al no tener un local físico y residir lejos de Arequipa, las personas piensan que uno va a incumplir, pero a través del tiempo gracias a Dios pude generar confianza en las personas y ya me he hecho una reputación.	
4 ¿A través de qué medios se promociona?		Principalmente Facebook, alguna vez he puesto un banner en algún restaurante pero la verdad es que las redes sociales con la tecnología que manejamos hoy en día tu sabes que a través de eso se consigue todo.	Como menciona el experto, su medio principal de promoción es la red social Facebook, donde a través de su cuenta publica fotos de las visitas a colegios y nidos.
		Subo fotos constantemente de los lugares como colegios, cumpleaños a los que me contratan y por ahí todo se corre la voz.	
5 ¿De qué consta su servicio?	Las siguientes preguntas se realizaron debido a que es necesario conocer cómo opera su negocio para abrir el panorama del presente Estudio.	Yo mismo llevo los módulos a los que los he denominado “Eco-módulos”, son cercos despleables para cumplir con las medidas de seguridad y resguardar el bienestar de los presentes, son de madera y son básicamente para mantener dentro a los animales y limitar el ambiente disponible para relacionarse con ellos.	Se observa que el servicio ofrecido es básico y que no tiene un contenido demasiado elaborado, lo que más bien destaca es la preparación y detallismo que se tiene en el servicio.
		En segundo lugar ofrezco los Eco-talleres, lo que se quiere es que los niños valoren el medio ambiente, que se sientan parte de él y que por lo tanto le deben respeto, amor. Esto a través de un taller de reciclaje, en donde ellos aprenden a clasificar los residuos según su naturaleza. También hago talleres de pintura, con alcancías en forma de animales, a los niños los divierte un montón, los relaja y aprenden en el transcurso por supuesto. Otro taller que les hago hacer es escuchar los latidos del corazón con un estetoscopio que yo proporciono, a todos les encanta, es una sensación diferente escuchar los latidos del corazón de otro ser vivo, se conectan los niños es impresionante.	
		Por último el Programa Vida que es el contacto en sí con los animalitos en donde los niños aprenden haciendo como yo le digo, ellos los alimentan, les dan su concentrado, su leche a los terneros. Pueden acariciarlos, jugar con ellos, siempre pido que haya adultos presentes para tener mayor supervisión sobre todo en los nidos.	
6 ¿Con qué animales trabaja?		Son diversos y según el presupuesto que quiera el colegio o quien me contacte, mayormente son especies pequeñas o crías porque al tener que transportarlos y tener que acomodarme en ambientes pequeños, necesito animalitos chiquitos pues.	Los animales con los que trabaja son diversos pero siempre especies pequeñas por temas de espacio y de ser un negocio que se traslada al lugar donde es solicitado.
		Mira, yo considero pollos, patos, un ternero, un lechón, codorniz, conejos, cuy y un perrito, si por ahí tengo otro animalito pequeño en mi granja en La Joya también lo llevo como corderitos, eso les gusta mucho a los niños.	
7 ¿Cuáles son las tarifas que cobra?		Varían en cuanto a la cantidad de asistentes, mayormente como te imaginaras que los asistentes son niños aunque también he visitado colegios en donde he sido contratado por grados de secundaria y el asombro ha sido aún mayor, todos pedían fotos y fue una locura.	La tarifa que nos mencionó concuerda con la anteriormente solicitada en un presupuesto y además en la entrevista con la Docente Mary, que afirmó un precio similar en la ocasión que visitó el colegio donde labora.
		La tarifa con la que trabajo varía entre 11 a 13 soles en cuanto a visitas a colegios y nidos.	Es un precio moderado considerando todo los servicios que ofrece, la presentación y el traslado.
8 ¿Qué servicios adicionales ofrece?		También ofrezco el servicio para fiestas infantiles, mayormente esto surge luego de que el niño ve mi servicio en la visita que le hice en su colegio o nido y se lo pide a su mamá o le cuenta cuánto le gustó y me llaman.	Este es un punto interesante, ya que que el Sr. Oscar ha incursionado en el rubro de eventos en

		En los cumpleaños, sin importar la cantidad de asistentes, lo que considero son los gastos de traslado desde la Joya que es donde tengo a mis animalitos. Son dos horas de entretenimiento con los mismos servicios que en los colegios, solo que entrego como sorpresa o sea el regalo para los niños, un pollito que los traigo desde Lima. Eso tiene un costo aparte porque también puede ser sin sorpresa.	cumpleaños infantiles todo gracias a la publicidad de boca en boca.
9	¿Para contratar sus servicios, se debe reservar con anticipación, dar algún adelanto?	Bueno, al momento del contacto, que siempre es por teléfono o por Facebook, coordinamos el día que se pueda, a veces tengo otras actividades en La Joya o ya tengo separada esa fecha así que me llaman con tiempo siempre. Y luego envió mi proforma por correo, me confirman y luego pido un depósito a una cuenta y pactamos el día hora y lugar y listo.	Los pasos para contratar los servicios de la Minigranja BB son bastantes simples, ya que él mismo ejerce las funciones enteras del negocio y el contacto es directamente con él. Los requisitos para contratarlo también son básicos, facilitando el procedimiento al cliente.
10	¿Con qué requisitos debe contar el local para que Ud. pueda brindar el servicio?	Un área mínima de diez metros cuadrados dependiendo de las personas que van a participar, agua, forraje que puede ser alfalfa, leche para los terneros o corderitos.	
11	¿Existe estacionalidad en su negocio?	Normalmente baja un poco en invierno por el frío, los paseos no están programados en los colegios por esas fechas pero el resto del año es normal. Se podría decir que es constante, excepto en nuestro verano Arequipeño tan peculiar, en esa temporada baja completamente el negocio.	Este dato es valioso para proyectar la demanda, se debe considerar la estacionalidad que según el Sr. Oscar es según el clima que afronte Arequipa.
12	¿Qué colegios ya ha visitado, cuántas presentaciones en promedio tiene al mes?	Son muchos, desde nacionales hasta el los privados de primera categoría, a todos los considero por igual y les ofrezco lo mismo sin distinción. En promedio se puede hablar de 6 a 8 al mes considerando además cumpleaños, yo manejo una agenda un poco compleja porque como te dije, también asesoro a clientes y me encargo de mi granja en La Joya, por lo tanto tratar de atender todo es difícil pero posible.	A pesar de no poder atender toda la demanda por la carga laboral que soporta el Sr. Oscar en el resto de sus actividades, en promedio puede tener 6 a 8 contratos por mes, lo que es considerable. Por otro lado, la cantidad de participantes por cada presentación es de 40 a 60.
13	¿Cuántos participantes atiende en promedio en sus visitas a colegios y a nidos?	Cuando se trata de nidos puede ser que me contrate sólo una sección, aunque casi siempre es todo el nido, entonces son como 40 a 60 niñitos en promedio. En un colegio es parecido.	
14	¿Qué es lo que más les atrae a los participantes?	Todo, en realidad les fascina conocer a los animales, y te hablo de todas las edades. Los niños son muy esporádicos y los mayorcitos son un poco más distantes al inicio pero luego se prenden y participan mucho también. Los talleres también les resultan divertidos porque trato de hacerlos participar a todos y que se diviertan, bromeen y aprendan sobre todo.	Como afirma el experto, tanto su servicio principal como los complementarios son muy reconocidos y valorados porque son variados y llaman a la convivencia.
15	¿Con qué animales se entretienen más los participantes?	Te puedo asegurar que todos quieren conocer a todos los animales, un momento con uno, un momento con otro. Siempre que puedan tocarlos, acercarse, acariciarlos, alimentarlos, tomarse fotos. Todos son bonitos.	Por lo antes leído, se puede afirmar que todos los animales causan interés de los participantes
16	¿Qué impresión se llevan los padres o profesores luego de su visita?	A los padres siempre que sus hijos aprendan y encima se diviertan, van a estar conformes, igual los profesores. El adicional que ofrece este tipo de negocios es que despierta en el niño sensaciones que probablemente no haya experimentado antes, ahora con todo esto del boom tecnológico, está difícil que los padres los lleven a conocer a animales fuera de los que puedan tener en casa como perros, gatos, pericos. Así que es una opción diferente, sana, educativa, que los hace mejores personas y los padres encantados.	Se observa que el principal atractivo que valoran los padres o profesores es que sea un entretenimiento sano y educativo
17	¿Qué beneficios rescata del contacto con animales?	Desarrolla sentimientos como la ternura, la bondad, valores como la responsabilidad. A los niños les preocupa el bienestar de los animales, estimula actividad en los hemisferios del cerebro como son el racional y emotivo. Es una terapia para los niños que ayuda al autocontrol, a la autoestima. Son muchos los beneficios en sí.	Los beneficios que posee el contacto con animales son diversos mencionó, principalmente los sentimientos nobles que despierta en los niños.
18	¿Qué alimentos les proporciona a sus animales?	Concentrado principalmente, siempre se les complementa con alfalfa o verduras. El concentrado es el mejor alimento que le puedes dar a un animal porque los fortifica, los hace fuertes, incrementa sus defensas para protegerlos de enfermedades, plagas por contagios.	Al igual que la Veterinario Brenda, el sr. Oscar afirma que el mejor alimento y que además optimiza costos es el concentrado.
19	¿Cuánto cuesta en promedio alimentar a cada animal?	Mira, hablando específicamente en cuestión de alimento concentrado, las vacas comen un promedio de 6 a 8 kilos con un costo de S/.1.00. Se puede complementar con forraje pero serán dos kilos a S/.2.20 te sale el kilo. El ternero come un cuarto de lo que come su mamá. Las llamas y alpacas comen 3 kilos de forraje seco a S/. 1.50 el kilo, la oveja a comerá tres kilos máximo al día. Los lechoncitos en Pre inicio comen 500 gramos, esto por dos meses con un costo de S/1.80 el kilo y vas aumentando 250 gramos cada semana los primeros dos meses hasta llegar al Inicio y sigues aumentando lo mismo hasta llegar a la etapa de Crecimiento, a los 5 kilos que come de adulto. Los conejos y cuyes 800 gramos de concentrado a S/.1.80 el kilo y 250 gramos de forraje verde a S/.1.50 el kilo igual que los otros. Las aves como gallinas, patos, gansos comen 400 gramos a S/.1.50 al día.	Aquí tenemos datos muy valiosos para más adelante calcular los costos de insumos. Como se lee, los costos de alimentación no son elevados, aun más considerando que se tendrán poco número de especies por cada animal.



Anexo 20: Modelo de Encuesta

Soy estudiante de la UCSM. Estoy realizando un trabajo de investigación sobre las preferencias del consumidor. Agradeceré su colaboración respondiendo a este cuestionario anónimo. No se trata de un test de conocimiento, por lo cual no existe respuesta buena o mala.

Edad: 15 a 19 () 20 a 24 () 25 a 29 () 30 a 34 () 35 a 39 () 40 a 44 ()
45 a 49 () 50 a más ()

Distrito: _____

Sexo: 1. Masculino () 2. Femenino ()

1. ¿Usted tiene hijos con edades entre 1 a 12 años?

1. Sí () 2. No () Pasar a la pregunta 7

2. ¿Qué edad(es) tienen sus hijos? _____

3. ¿Qué tipo de actividades al aire libre son las que normalmente realiza su (s) hijo (s)?

1. Practica deportes ()
2. Paseos al campo ()
3. Juega en el parque ()
4. Asiste a un club ()
5. Otros. _____

4. ¿En la institución educativa de su (s) hijo (s), acuden a paseos al aire libre?

1. Sí () 2. No () Pasar a la pregunta 7

5. ¿Con qué frecuencia acude a dichos paseos?

1. Una vez al año ()
2. Dos veces a tres veces al año ()
3. Más de tres al año ()

6. ¿A qué lugares al aire libre es llevado su hijo en dichos paseos? Numere al menos 3 lugares por orden de prioridad, siendo 1 el más común y 6 el menos común

1. Lugares Históricos ()
2. Parques ()
3. Club ()
4. Granjas ()
5. Sabandia/Characato ()
6. Otros. _____

7. ¿Para Ud., qué atributos son importantes al elegir un lugar de dispersión al aire libre para niños? Numere al menos 3 de las características por orden de prioridad, siendo 1 el más importante y 6 el menos importante:

1. Calidad del servicio ()
2. Personal cuidadoso con los niños ()
3. Seguridad ()
4. Higiene ()
5. Precios accesibles ()
6. Otros. _____

Supongamos que en la ciudad se apertura una Minigranja, un sitio al aire libre donde el niño puede interactuar con animales de granja, alimentándolos y conociendo sus características principales. Desarrollando sus habilidades cognitivas y sociales, en un ambiente controlado por adultos que cuidaran de ellos y guiarán su visita.

8. ¿Estaría dispuesto a asistir o enviar a sus hijos o niños de su familia?

De todas maneras	Es posible	No estoy seguro	Probablemente no	De ninguna manera
1	2	3	4	5

9. De haber respondido 3, 4 o 5 en la pregunta anterior. ¿Por qué no asistiría?

10. ¿Cuál cree que debería ser el precio promedio por persona para el ingreso a la Minigranja?

1. S/.5 a S/.10 ()
2. S/.11 a S/.15 ()
3. S/.16 a S/.20 ()
4. Más de S/.20 ()

11. ¿Qué características de la descripción anterior consideró atractivas? Numere las características por orden de prioridad, siendo 1 el más importante y 3 el menos importante:

1. Que es al aire libre ()
2. Actividades con animales ()
3. Que será instructivo y educativo ()

12. ¿Qué le parece que la Minigranja esté ubicada en el distrito de Cerro Colorado?

Muy bien	Bien	Mal	Muy mal
1	2	4	5

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Anexo 21: Resultados de la Encuesta

1. Edad

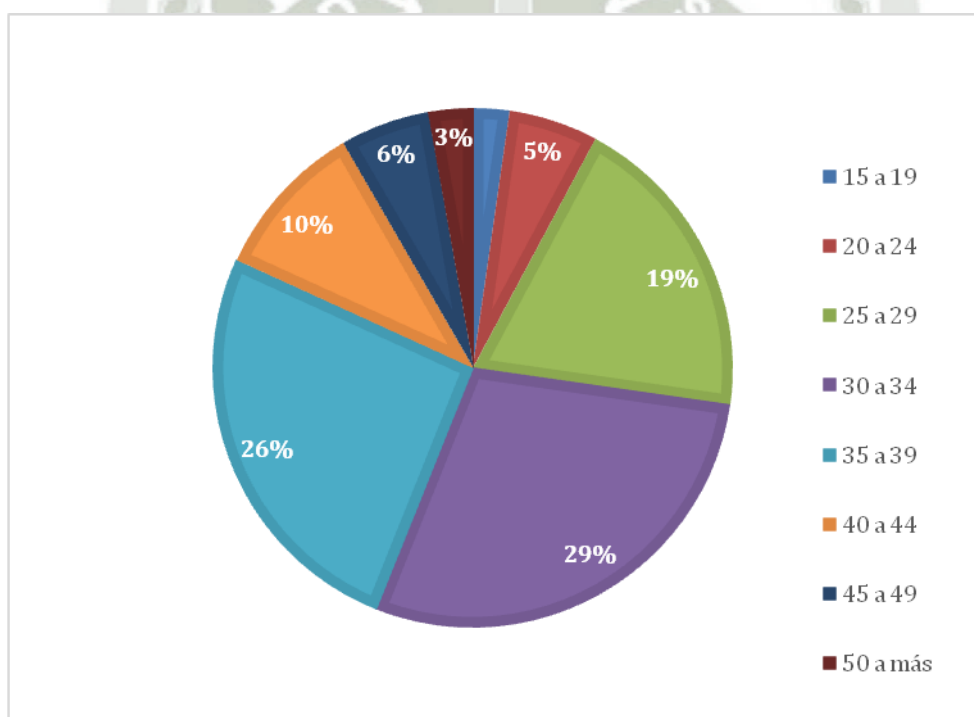
Este dato se recopiló con la intención de conocer las edades promedio de los encuestados.

Tabla A 20.1. Edad

EDAD	
15 a 19	9
20 a 24	22
25 a 29	77
30 a 34	114
35 a 39	102
40 a 44	39
45 a 49	22
50 a más	11
TOTAL	396

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.1. Edad



Elaboración: Propia

Se observa que en la muestra la mayoría tiene una edad entre 30 a 34 años con un porcentaje de 29%, seguido por un rango de edad de 35 a 39 con un porcentaje de 26%, y de 25 a 29 con 19%.

2. Distrito

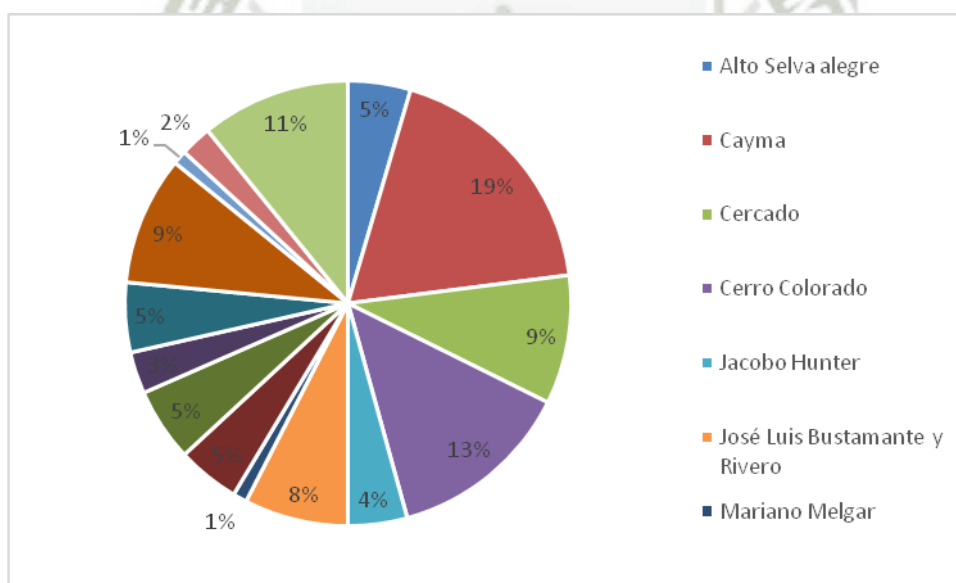
El objetivo de este ítem fue conocer el distrito de procedencia de los encuestados.

Tabla A 20.2. Distrito

DISTRITO	
Alto Selva alegre	18
Cayma	73
Cercado	37
Cerro Colorado	53
Jacobo Hunter	17
José Luis Bustamante y Rivero	30
Mariano Melgar	4
Miraflores	18
Paucarpata	21
Sabandia	12
Sachaca	20
Socabaya	37
Uchumayo	4
Tiabaya	9
Yanahuara	43
TOTAL	396

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.2. Distrito



Elaboración: Propia

La mayoría de los encuestados viven en Cayma, Cerro Colorado y Yanahuara, en un porcentaje de 19%, 13% y 11% respectivamente.

3. Sexo

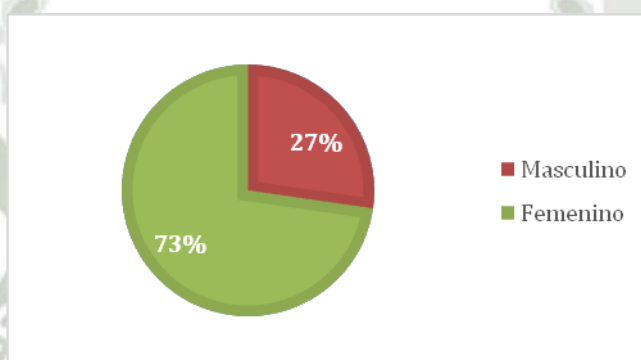
Este dato se recopiló con la intención de saber el sexo de los encuestados.

Tabla A 20.3. Sexo

SEXO	
Masculino	108
Femenino	288
TOTAL	396

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.3. Sexo



Elaboración: Propia

La mayor cantidad de encuestados fueron mujeres, en un porcentaje de 73% frente a un 23% conformado por hombres.

4. ¿Usted tiene hijos con edades entre 1 a 12 años?

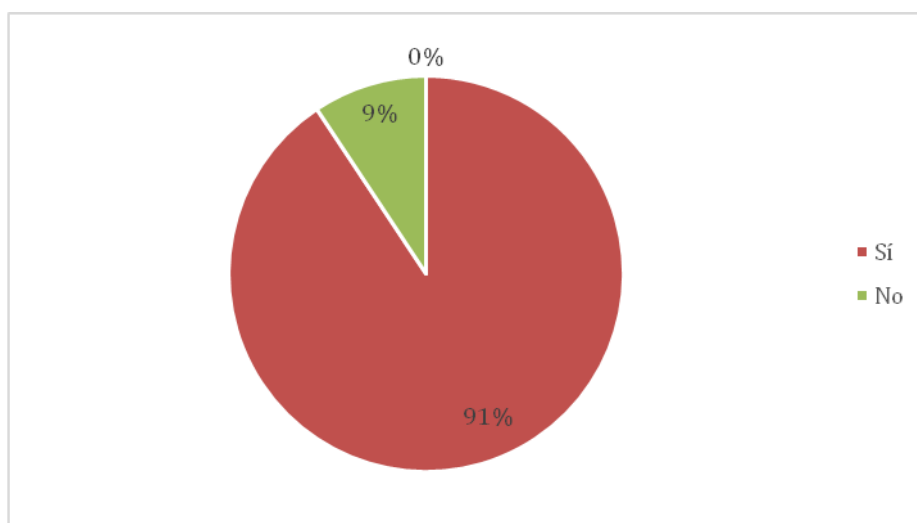
Este dato es importante para saber si los encuestados tienen hijos que estén dentro del grupo objetivo.

Tabla A 20.4. Encuestados con hijos de 1-12 años de edad

¿Usted tiene hijos con edades entre 1 a 12 años?	
Sí	359
No	37
TOTAL	396

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.4. Encuestados con hijos de 1-12 años de edad



Elaboración: Propia

El 91% afirmó tener hijos entre 1-12 años.

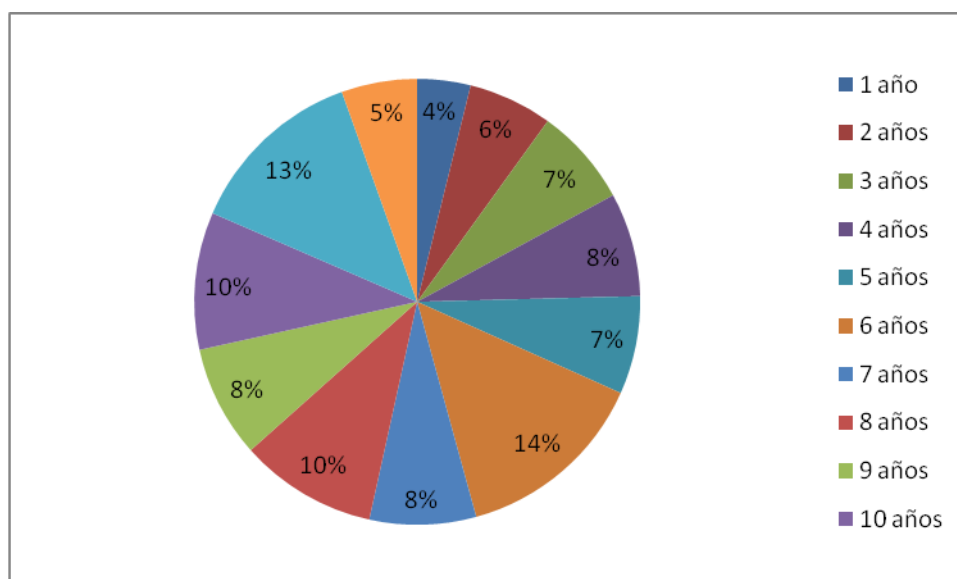
5. ¿Qué edad(es) tienen sus hijos?

La intención de la pregunta fue conocer las edades de los hijos de las personas encuestadas.

Tabla A 20.5. Edad promedio de los hijos de los encuestados

¿Qué edad(es) tienen sus hijos?	
1 año	19
2 años	30
3 años	35
4 años	37
5 años	35
6 años	69
7 años	38
8 años	49
9 años	40
10 años	49
11 años	64
12 años	27

Elaboración: Propia

Gráfico A 20. 5. Edad promedio de los hijos de los encuestados


Elaboración: Propia

Las personas con hijos de 6 años representan un porcentaje de 14%, seguido de las personas con hijos de 11 años con un porcentaje de 13%, siendo el tercer y cuarto grupo formados por personas con hijos de 8 y 10 años con un porcentaje de 10%

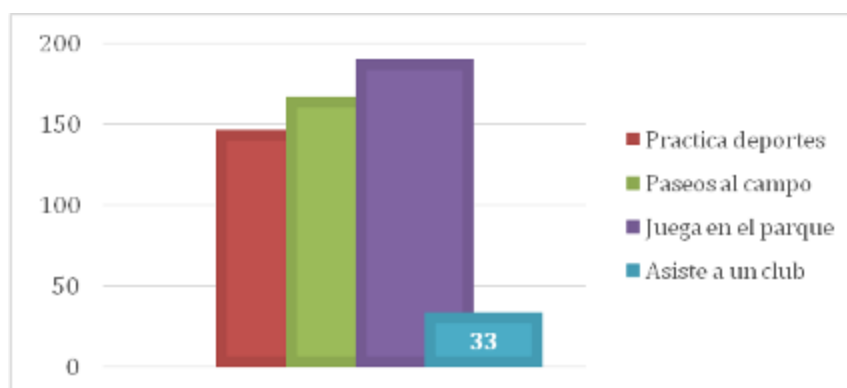
6. ¿Qué tipo de actividades al aire libre son las que normalmente realiza su (s) hijo (s)?

La intención de la pregunta fue saber las actividades más comunes que realizan los niños.

Tabla A 20.6. Tipo de actividad que realiza el niño

¿Qué tipo de actividades al aire libre son las que normalmente realiza su (s) hijo (s)?	
Practica deportes	146
Paseos al campo	167
Juega en el parque	190
Asiste a un club	33
Otros	- Ir al cine - Clases de música

Elaboración: Propia

Gráfico A 20. 6. Tipo de actividad que realiza el niño


Elaboración: Propia

Los hijos de los encuestados prefieren realizar actividades en el parque, luego, paseos al campo y la realización de deportes, mientras que un pequeño grupo prefiere asistir al club.

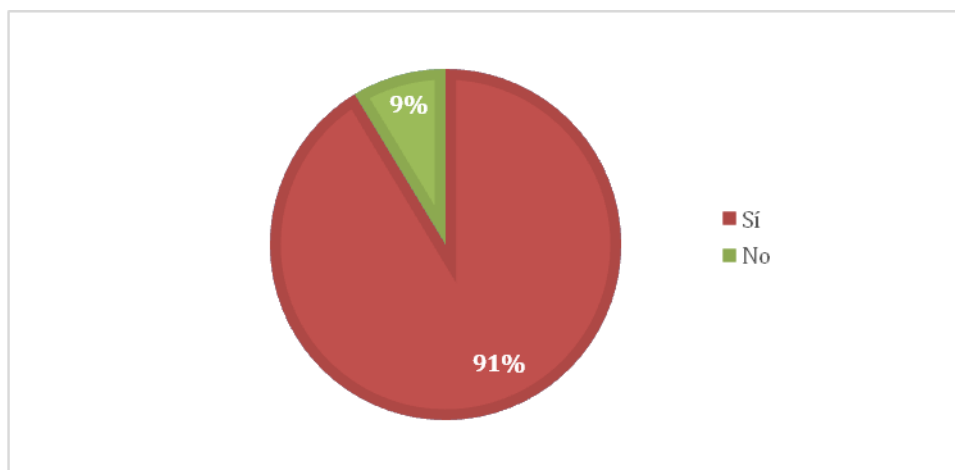
7. ¿En la institución educativa de su (s) hijo (s), acuden a paseos al aire libre?

La finalidad de la pregunta fue saber cuán común es para los colegios llevar a los niños de paseo o actividades fuera de la institución.

Tabla A 20.7. Asistencias a paseos al aire libre

¿En la institución educativa de su (s) hijo (s), acuden a paseos al aire libre?	
Sí	328
No	31
TOTAL	359

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.7. Asistencias a paseos al aire libre

Elaboración: Propia

Del total de encuestados con hijos de 1-12 años, un 91% indicó que en la institución educativa a la que asisten sí realizan actividades al aire libre. Tan sólo el 8% de ellos respondió que no lo hacen.

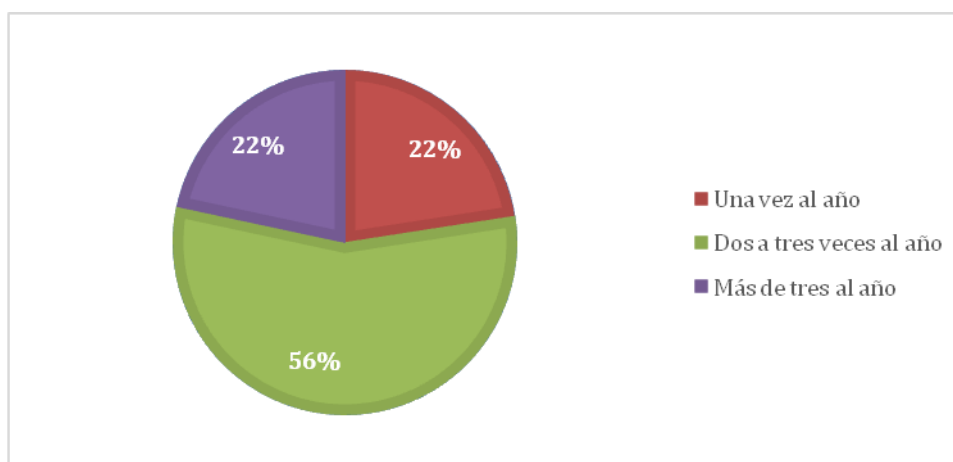
8. ¿Con qué frecuencia acude a dichos paseos?

La pregunta tuvo el objetivo de medir el número de veces que las instituciones planean paseos fuera de la institución, así determinar la demanda posible.

Tabla A 20.8. Frecuencia de los paseos realizados por las instituciones educativas

¿Con qué frecuencia acude a dichos paseos?	
Una vez al año	74
Dos a tres veces al año	183
Más de tres al año	71

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.8. Frecuencia de los paseos realizados por las instituciones educativas


Elaboración: Propia

Del total, un 56% indicó que la institución educativa a la que asisten los niños realiza paseos dos a tres veces al año. En igual porcentaje de 22% se encuentran los niños cuyas instituciones realizan paseos una vez al año y los que realizan paseos más de tres veces al año.

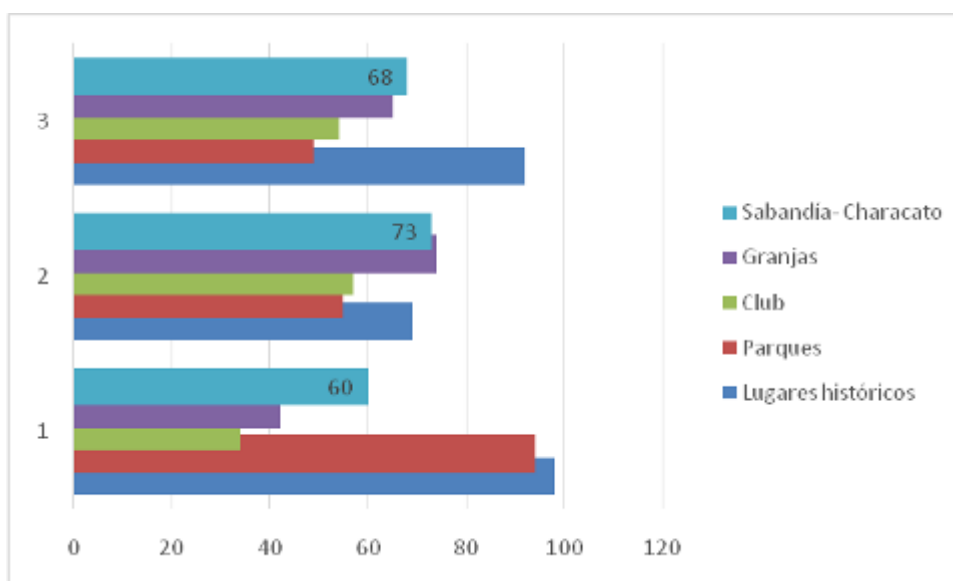
9. ¿A qué lugares al aire libre es llevado su hijo en dichos paseos? Numere al menos 3 lugares por orden de prioridad, siendo 1 el más común y 3 el menos común

Esta pregunta se hizo con la finalidad de estar al tanto el tipo de actividades que realizan los niños al aire libre y su orden de frecuencia, siendo el 1 el lugar más visitado por los niños y 3 el lugar menos visitado por los niños respecto a los paseos realizados por las instituciones educativas.

Tabla A 20.9. Orden de preferencia de los paseos

¿A qué lugares al aire libre es llevado su hijo en dichos paseos? Numere al menos 3 lugares por orden de prioridad, siendo 1 el más común y 3 el menos común?						
Orden de Prioridad	Características					TOTAL
	Lugares históricos	Parques	Club	Granjas	Sabandía-Characato	
1	98	94	34	42	60	328
2	69	55	57	74	73	328
3	92	49	54	65	68	328
TOTAL	259	198	145	181	201	984

Elaboración: Propia

Gráfico A 20. 9. Orden de preferencia de los paseos

Elaboración: Propia

Se pudo observar que la preferencia de los paseos es mayor por los lugares históricos, seguido de los parques y lugares ubicados en Sabandía o Characato. Un menor grupo indica una preferencia por las visitas a las granjas y clubes de la ciudad.

10. ¿Para Ud., qué atributos son importantes al elegir un lugar de dispersión al aire libre para niños? Numere las características por orden de prioridad, siendo 1 el más importante y 3 el menos importante

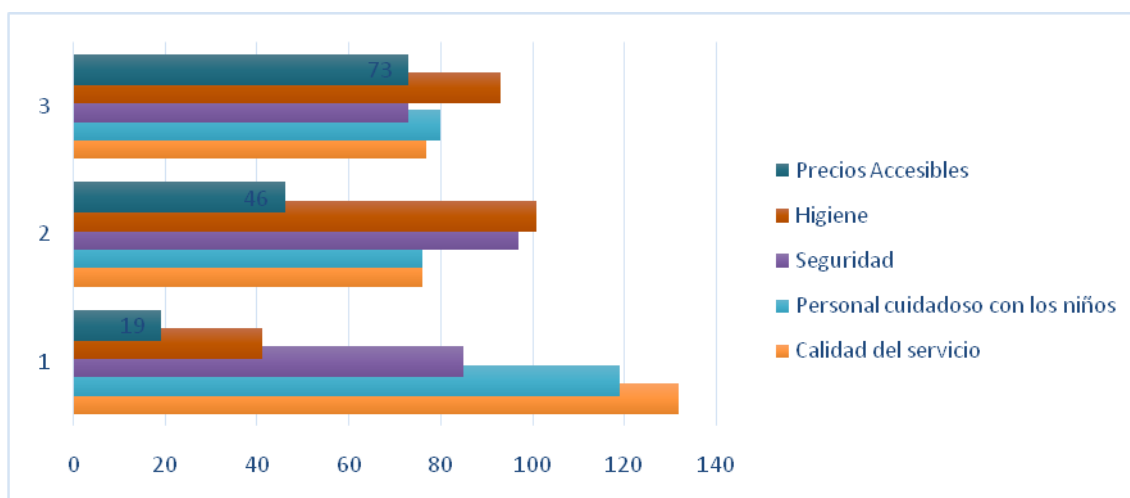
El propósito de esta pregunta fue conocer qué característica es la más importante al momento de elegir un lugar de entretenimiento para niños.

Tabla A 20.10. Importancia de los atributos para la elección de un lugar de dispersión

¿Para Ud., qué atributos son importantes al elegir un lugar de dispersión al aire libre para niños? Numere las características por orden de prioridad, siendo 1 el más importante y 3 el menos importante:						
Orden de Prioridad	Características					
	Calidad del servicio	Personal cuidadoso con los niños	Seguridad	Higiene	Precios Accesibles	TOTAL
1	132	119	85	41	19	396
2	76	76	97	101	46	396
3	77	80	73	93	73	396
TOTAL	285	275	255	235	138	1188

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.10. Importancia de los atributos para la elección de un lugar de dispersión



Elaboración: Propia

De la muestra se obtiene que la mayoría de padres evalúa la calidad del servicio como primer atributo, como segunda prioridad consideran que el lugar cuente con personal cuidadoso con niños, la seguridad e higiene, y por último los precios ofrecidos por el establecimiento.

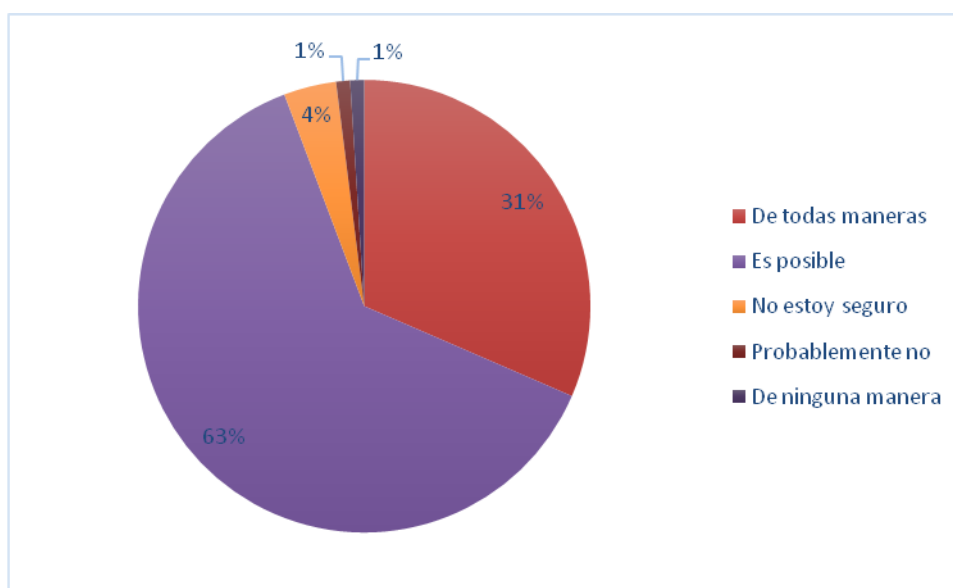
11. ¿Estaría dispuesto a asistir o enviar a sus hijos o niños de su familia?

La pregunta se mencionó para conocer la disposición de los padres de enviar a sus hijos a la Minigranja o asistir con su familia.

Tabla A 20.11. Posibilidades de visitar la Minigranja

¿Estaría dispuesto a asistir o enviar a sus hijos o niños de su familia?	
De todas maneras	126
Es posible	251
No estoy seguro	15
Probablemente no	2
De ninguna manera	2
TOTAL	396

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.11. Posibilidades de visitar la Minigranja


Elaboración: Propia

La mayoría de los padres indican que probablemente sí enviarían a sus hijos, o asistirían con su familia a la Minigranja, este grupo representa el 63% mientras que un 32% indica que de todas maneras visitaría el lugar. Las personas que no están seguras de visitar la Minigranja tan sólo son el 4%, mientras que quienes no asistirían son el 1%

12. De haber respondido 3, 4 o 5 en la pregunta anterior. ¿Por qué no asistiría?

Esta pregunta se hizo con la finalidad de conocer la razón por la que los padres no consideran la visita de sus niños o su familia a la Minigranja.

Tabla A 20.12. Razones por las que los encuestados no asistirían

De haber respondido 3, 4 o 5 en la pregunta anterior. ¿Por qué no asistiría?
Si los animales se encuentran en buen estado de salud y controlados
Depende de la ubicación
Depende de con quién asistan y si es seguro
Depende de que los animales están controlados

Elaboración: Propia

Los padres indican una preocupación por el bienestar de sus hijos al estar expuestos a animales, mientras que otros se basan en la ubicación para considerar conocer el lugar.

13. ¿Cuál cree que debería ser el precio promedio por persona para el ingreso a la Minigranja?

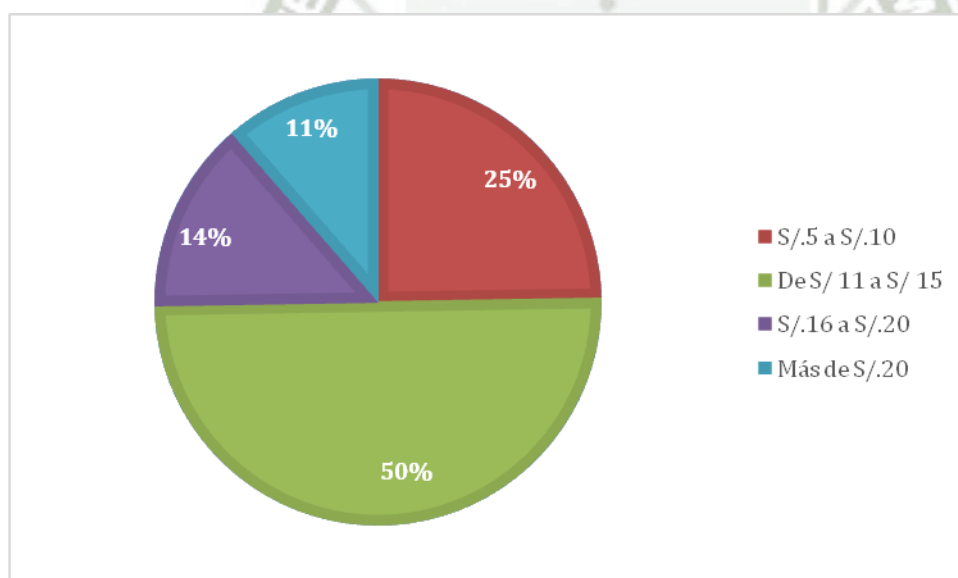
Esta pregunta se hizo con la finalidad de poder asignar un precio al servicio que se va a brindar.

Tabla A 20.13. Precio promedio de la entrada

¿Cuál cree que debería ser el precio promedio por persona para el ingreso a la Minigranja?	
S/.5 a S/.10	98
De S/ 11 a S/ 15	198
S/.16 a S/.20	55
Más de S/.20	45
TOTAL	396

Elaboración: Propia

Gráfico A 20.13. Precio promedio de la entrada



Elaboración: Propia

En su mayoría (50%) los padres indican que estarían dispuestos a pagar de 11 a 15 nuevos soles por cada entrada a la Minigranja, un 25% pagaría de 5 a 10 nuevos soles y el 25% restante pagaría de 16 a más.

14. ¿Qué características de la descripción anterior consideró atractivas? Numere las características por orden de prioridad, siendo 1 el más importante y 3 el menos importante

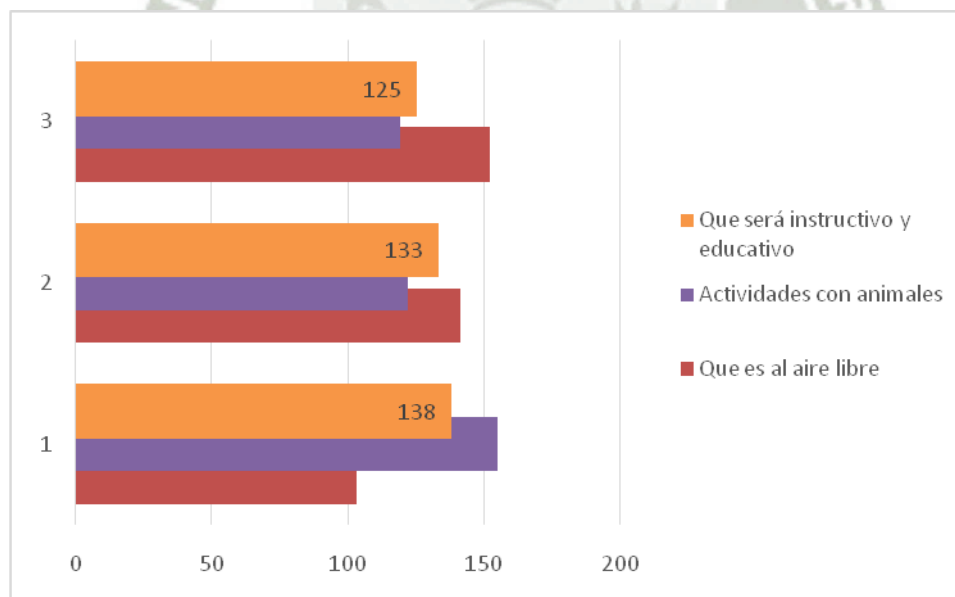
Esta pregunta se hizo con la finalidad de conocer qué característica de la Minigranja les pareció más atractiva, en cuanto a que sea una actividad al aire libre, que se realice con animales o que sea educativa.

Tabla A 20.14. Orden de prioridad de los atributos de la Minigranja

¿Qué características de la descripción anterior consideró atractivas? Numere las características por orden de prioridad, siendo 1 el más importante y 3 el menos importante:				
Orden de Prioridad	Características			
	Que es al aire libre	Actividades con animales	Que será instructivo y educativo	TOTAL
1	103	155	138	396
2	141	122	133	396
3	152	119	125	396
TOTAL	396	396	396	1188

Elaboración: Propia

Gráfico A 20. 14. Orden de prioridad de los atributos de la Minigranja



Elaboración: Propia

Se observa que los encuestados consideran que lo más atractivo de la Minigranja es el contacto con los animales, seguidamente que es educativo y por último que es al aire libre.

15. ¿Qué le parece que la Minigranja esté ubicada en Cerro Colorado?

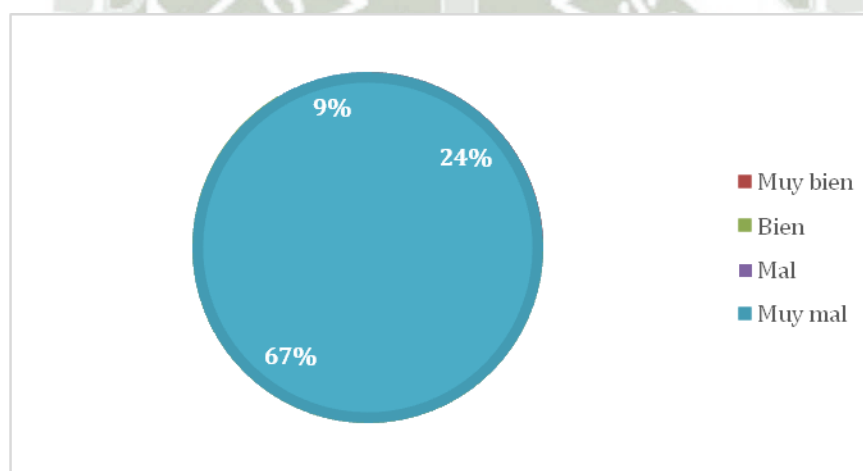
El propósito fue saber si los encuestados están de acuerdo con la ubicación de la Minigranja.

Tabla A 20.15. Grado de aceptación de la ubicación de la Minigranja

¿Qué le parece que la Minigranja esté ubicada en Cerro Colorado?	
Muy bien	96
Bien	266
Mal	34
Muy mal	
TOTAL	396

Elaboración: Propia

Gráfico A 20. 15. Grado de aceptación de la ubicación de la Minigranja



Elaboración: Propia

Los encuestados muestran una aceptación del 67% en cuanto a la ubicación de la Minigranja, además un 24% indica que el distrito es de su mayor aprobación, sólo un 9% indica que no estarían de acuerdo.

Anexo 22 Perfil de puestos



- **Administrador**

Tabla N° 89 - Perfil del puesto De Funciones Administrador

Puesto: Administrador	Turno: Lunes a Sábado 9:00 -13:00 y 15:00 – 18:00 Domingo 10:00 -13:00 y 14:00 – 17:00
Requisitos Laborales: Experiencia mínima de 1 año en el cargo	Salario: S/.1500.00
Reporta: Propietario	Subordinados: Recepcionista, Guía, Cuartelero, Contador
Funciones • Ejercer la representación legal de la empresa • Planifica estratégicamente las actividades de la empresa • Diseña estructuras organizacionales y controla el desempeño de los colaboradores • Encargarse de las funciones del área financiera • Encargarse de tareas de marketing • Contactar y realizar pagos a los proveedores • Controlar la gestión de compras de la Minigranja. • Recepcionar y verificar el dinero recaudado diariamente.	
Perfil Académico y Competencias • Profesional en Administración de Empresas, Ing. Industrial, carreras afines. • Conocimientos en Marketing • Conocimiento en logística. • Visión de negocios • Liderazgo • Capacidad de negociación	

Elaboración Propia

- **Recepcionista**

Tabla N° 90 – Perfil del puesto De Funciones Recepcionista

Puesto: Recepcionista	Turno: Lunes a Sábado 9:00 -13:00 y 15:00 – 18:00 Domingo 10:00 -13:00 y 14:00 – 17:00
Requisitos Laborales: Experiencia mínima de 1 año en el cargo	Salario: S/.750.00
Reporta: Administrador	Subordinados:
Funciones • Proporcionar apoyo administrativo. • Hacer seguimiento a las tareas y colaborar en el control de las operaciones de la Minigranja. • Recibir llamadas, contestar amablemente el teléfono, tomar recados y transferirlos al interesado. • Cobrar el ingreso de los clientes regulares. • Llevar el control de asistencia del personal. • Tramitar el envío de contratos a clientes corporativos • Recibir a los visitantes, indicar los aspectos de seguridad establecidos en la Minigranja para el ingreso de visitantes. • Recibir correspondencia. • Colaborar con el mantenimiento del Vivero • Llevar a cabo otras actividades relacionadas que la empresa considere necesarias para el desarrollo del puesto.	
Perfil Académico y Competencias • Carrera técnica en administración de negocios, secretariado y computación, carreras afines. • Conocimientos de computación • Capacidad de trabajar bajo presión. • Actitud de servicio	

Elaboración Propia

- **Guía de Recorrido**

Tabla N° - 91 - Perfil del puesto De Funciones Guía de Recorrido

Puesto: Guía	Turno: Lunes a Sábado 9:00 -13:00 y 15:00 – 18:00 Domingo 10:00 -13:00 y 14:00 – 17:00
Requisitos Laborales: Experiencia en trabajo con animales de corral	Salario: S/.750.00
Reporta: Administrador	Subordinados: Cuartelero
Funciones • Transmitir información a los participantes, invitando a la interacción y uso de los diversos ambientes. • Realizar el acompañamiento a los visitantes. • Brindar información de la Minigranja como visita turística de la región. • Brindarle al visitante la asistencia técnica que requiera para el desarrollo de cada una de las actividades • Alimentar a los animales de las diversas áreas de la Minigranja. • Mantener los elementos y herramientas en condiciones adecuadas de Limpieza. • Informar al administrador sobre la existencia de insumos o la adquisición de nuevos elementos.	
Perfil Académico y Competencias • Secundaria completa • Capacidad de manejo y atención de publico • Capacidad de manejo de niños. • Conocimientos básicos de cuidado de animales y plantas • Actitud de servicio	

Elaboración Propia

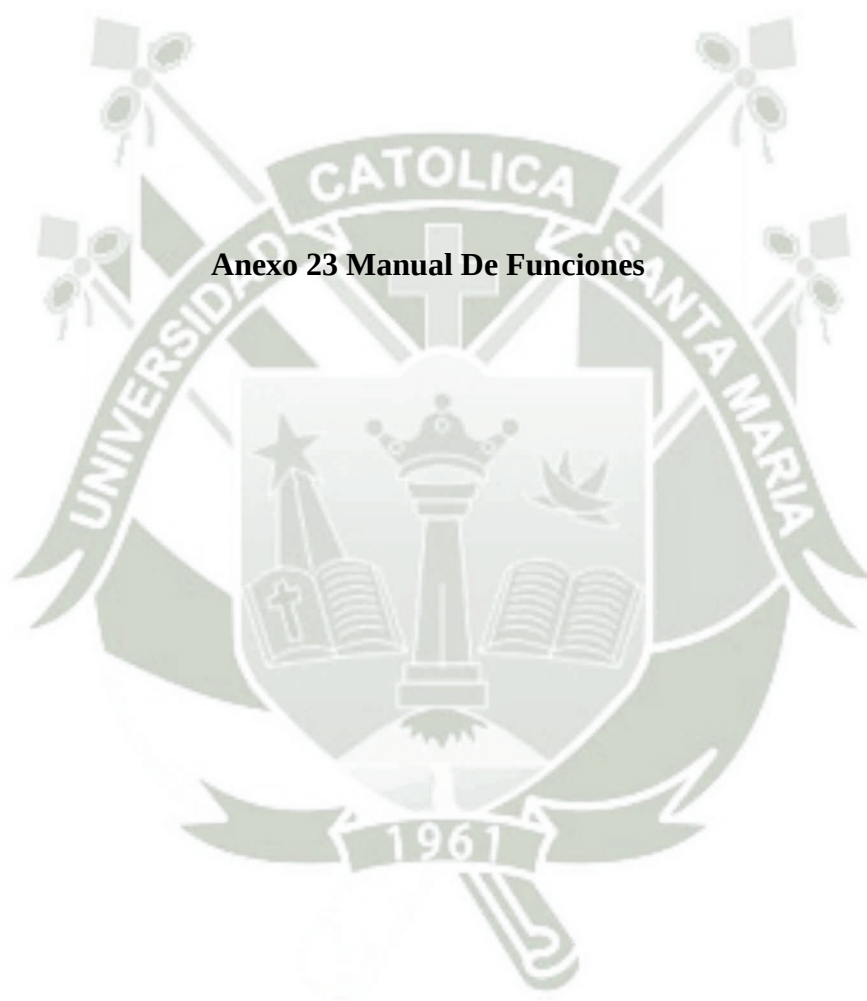
- **Cuartelero**

Tabla N° 92 - Perfil del puesto De Funciones Cuartelero

Puesto: Cuartelero	Turno: Lunes a Sábado 9:00 -13:00 y 15:00 – 18:00 Domingo 10:00 -13:00 y 14:00 – 17:00
Requisitos Laborales: Experiencia en trabajo de seguridad mínimo 1 año	Salario: S/.750.00
Reporta: Administrador, Guía	Subordinados:
Funciones • Brindar la seguridad del perímetro de la Minigranja. • Efectuar la recolección de residuos orgánicos producidos por la Minigranja primera hora de la mañana antes de recibir a los primeros visitantes y en las horas de la tarde después de haber cerrado al público. • Efectuar la limpieza de los ambientes para el público de la Minigranja. • Mantener en buenas condiciones las herramientas suministradas para el desarrollo de las actividades diarias. • Portar adecuadamente los equipos de seguridad suministrados • Brindar apoyo a la zona que designe el administrador • Mantenimiento del Vivero. • Informar al administrador sobre el requerimiento de insumos.	

Elaboración Propia

Anexo 23 Manual De Funciones



	MANUAL DE FUNCIONES ADMINISTRADOR		Fecha: Marzo 2016																																																															
			Rev. 1																																																															
			Elaborado por: E.A.Ch.F.																																																															
I. IDENTIFICACIÓN <table><tr><td>Denominación Del Cargo</td><td>Gerente general</td></tr><tr><td>Nivel</td><td>Profesional</td></tr><tr><td>Código</td><td>012016</td></tr><tr><td>Cargo a quien reporta</td><td>El dueño</td></tr><tr><td>Cargos que le reportan</td><td>Guía, cuartelero, Recepcionista</td></tr></table>								Denominación Del Cargo	Gerente general	Nivel	Profesional	Código	012016	Cargo a quien reporta	El dueño	Cargos que le reportan	Guía, cuartelero, Recepcionista																																																	
Denominación Del Cargo	Gerente general																																																																	
Nivel	Profesional																																																																	
Código	012016																																																																	
Cargo a quien reporta	El dueño																																																																	
Cargos que le reportan	Guía, cuartelero, Recepcionista																																																																	
II. PROPÓSITO PRINCIPAL Supervisar y coordinar actividades con los trabajadores, representar legalmente a la empresa, realizar el trabajo administrativo, mantener la estabilidad organización, controlar los egresos e incrementar las ventas.																																																																		
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES <table><tr><th rowspan="2">Funciones</th><th colspan="5">Frecuencia</th></tr><tr><th>O</th><th>D</th><th>S</th><th>Q</th><th>M</th></tr><tr><td>• Ejercer la representación legal de la empresa</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Planifica estratégicamente las actividades de la empresa</td><td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td></tr><tr><td>• Diseña estructuras organizacionales y controla el desempeño de los colaboradores</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>X</td></tr><tr><td>• Encargarse de las funciones del área financiera</td><td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td></tr><tr><td>• Encargarse de tareas de marketing</td><td></td><td></td><td>X</td><td></td><td>X</td></tr><tr><td>• Contactar y realizar pagos a los proveedores</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>X</td></tr><tr><td>• Controlar la gestión de compras de la Minigranja.</td><td></td><td></td><td>X</td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Recepcionar y verificar el dinero recaudado diariamente.</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>								Funciones	Frecuencia					O	D	S	Q	M	• Ejercer la representación legal de la empresa	X					• Planifica estratégicamente las actividades de la empresa				X		• Diseña estructuras organizacionales y controla el desempeño de los colaboradores					X	• Encargarse de las funciones del área financiera				X		• Encargarse de tareas de marketing			X		X	• Contactar y realizar pagos a los proveedores					X	• Controlar la gestión de compras de la Minigranja.			X			• Recepcionar y verificar el dinero recaudado diariamente.		X			
Funciones	Frecuencia																																																																	
	O	D	S	Q	M																																																													
• Ejercer la representación legal de la empresa	X																																																																	
• Planifica estratégicamente las actividades de la empresa				X																																																														
• Diseña estructuras organizacionales y controla el desempeño de los colaboradores					X																																																													
• Encargarse de las funciones del área financiera				X																																																														
• Encargarse de tareas de marketing			X		X																																																													
• Contactar y realizar pagos a los proveedores					X																																																													
• Controlar la gestión de compras de la Minigranja.			X																																																															
• Recepcionar y verificar el dinero recaudado diariamente.		X																																																																



MANUAL DE FUNCIONES

RECEPCIONISTA

Fecha: Marzo 2016

Rev. 1

Elaborado por:
E.A.Ch.F.

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación Del Cargo	Recepcionista
Nivel	Técnico
Código	022016
Cargo a quien reporta	El Administrador
Cargos que le reportan	

II. PROPÓSITO PRINCIPAL

Llevar el control del ingreso de personal y clientes, cobrar el ingreso al local, apoyar en diversos aspectos, permitir el mejor desenvolvimiento de la empresa y satisfacción de los clientes.

III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Funciones	Frecuencia				
	O	D	S	Q	M
• Proporcionar apoyo administrativo.	X				
• Hacer seguimiento a las tareas y colaborar en el control de las operaciones de la Minigranja.		X			
• Recibir llamadas, contestar amablemente el teléfono, tomar recados y transferirlos al interesado.		X			
• Cobrar el ingreso de los clientes regulares.		X			
• Llevar el control de asistencia del personal.		X			
• Tramitar el envío de contratos a clientes corporativos	X				
• Recibir a los visitantes, indicar los aspectos de seguridad establecidos en la Minigranja para el ingreso de visitantes.		X			
• Recibir correspondencia.		X			
• Colaborar con el mantenimiento del Vivero		X			
• Llevar a cabo otras actividades relacionadas que la empresa considere necesarias para el desarrollo del puesto.	X				

	MANUAL DE FUNCIONES GUIA		Fecha: Marzo 2016																																																									
			Rev. 1																																																									
			Elaborado por: E.A.Ch.F.																																																									
I. IDENTIFICACIÓN <table><tr><td>Denominación Del Cargo</td><td>Guía de Recorrido</td></tr><tr><td>Nivel</td><td>Técnico</td></tr><tr><td>Código</td><td>032016</td></tr><tr><td>Cargo a quien reporta</td><td>El Administrador</td></tr><tr><td>Cargos que le reportan</td><td>El Cuartelero</td></tr></table>								Denominación Del Cargo	Guía de Recorrido	Nivel	Técnico	Código	032016	Cargo a quien reporta	El Administrador	Cargos que le reportan	El Cuartelero																																											
Denominación Del Cargo	Guía de Recorrido																																																											
Nivel	Técnico																																																											
Código	032016																																																											
Cargo a quien reporta	El Administrador																																																											
Cargos que le reportan	El Cuartelero																																																											
II. PROPÓSITO PRINCIPAL Guiar a los clientes en el recorrido de la Minigranja, logrando la mejor imagen de la empresa y el marketing experimental, alimentar a los animales e informar del stock de alimentos.																																																												
III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES <table><tr><th rowspan="2">Funciones</th><th colspan="5">Frecuencia</th></tr><tr><th>O</th><th>D</th><th>S</th><th>Q</th><th>M</th></tr><tr><td>• Transmitir información a los participantes, invitando a la interacción y uso de los diversos ambientes.</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Realizar el acompañamiento a los visitantes.</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Brindar información de la Minigranja como visita turística de la región.</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Brindarle al visitante la asistencia técnica que requiera para el desarrollo de cada una de las actividades</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Alimentar a los animales de las diversas áreas de la Minigranja.</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Mantener los elementos y herramientas en condiciones adecuadas de Limpieza.</td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>• Informar al administrador sobre la existencia de insumos o la adquisición de nuevos elementos.</td><td></td><td></td><td>X</td><td></td><td></td></tr></table>								Funciones	Frecuencia					O	D	S	Q	M	• Transmitir información a los participantes, invitando a la interacción y uso de los diversos ambientes.		X				• Realizar el acompañamiento a los visitantes.		X				• Brindar información de la Minigranja como visita turística de la región.		X				• Brindarle al visitante la asistencia técnica que requiera para el desarrollo de cada una de las actividades		X				• Alimentar a los animales de las diversas áreas de la Minigranja.		X				• Mantener los elementos y herramientas en condiciones adecuadas de Limpieza.		X				• Informar al administrador sobre la existencia de insumos o la adquisición de nuevos elementos.			X		
Funciones	Frecuencia																																																											
	O	D	S	Q	M																																																							
• Transmitir información a los participantes, invitando a la interacción y uso de los diversos ambientes.		X																																																										
• Realizar el acompañamiento a los visitantes.		X																																																										
• Brindar información de la Minigranja como visita turística de la región.		X																																																										
• Brindarle al visitante la asistencia técnica que requiera para el desarrollo de cada una de las actividades		X																																																										
• Alimentar a los animales de las diversas áreas de la Minigranja.		X																																																										
• Mantener los elementos y herramientas en condiciones adecuadas de Limpieza.		X																																																										
• Informar al administrador sobre la existencia de insumos o la adquisición de nuevos elementos.			X																																																									



MANUAL DE FUNCIONES

CUARTELERO

Fecha: Marzo 2016

Rev. 1

Elaborado por:
E.A.Ch.F.

I. IDENTIFICACIÓN

Denominación Del Cargo	Cuidante - Limpieza
Nivel	Técnico
Código	042016
Cargo a quien reporta	El Guía
Cargos que le reportan	

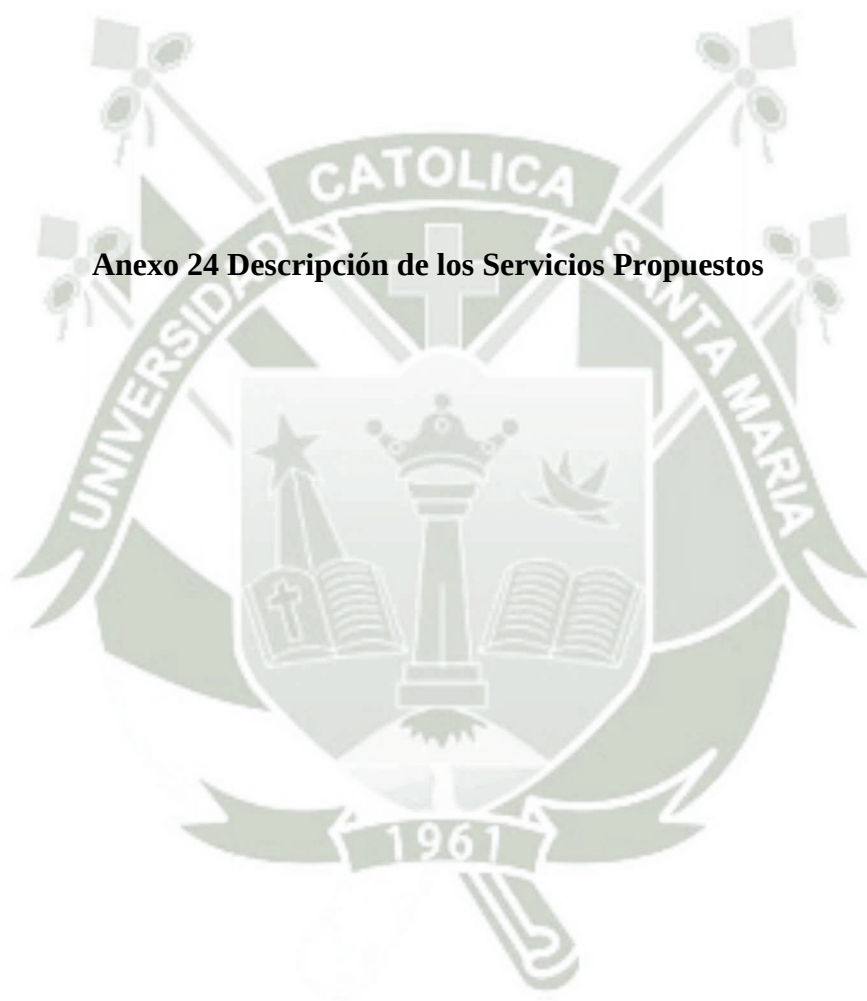
II. PROPÓSITO PRINCIPAL

Cuidar y brindar seguridad al local, mantenerlo limpio y ordenado, brindar apoyo en lo que fuera necesario a fin de lograr las mejores condiciones de la Minigranja

III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Funciones	Frecuencia				
	O	D	S	Q	M
• Brindar la seguridad del perímetro de la Minigranja.		X			
• Efectuar la recolección de residuos orgánicos producidos por la Minigranja primera hora de la mañana antes de recibir a los primeros visitantes y en las horas de la tarde después de haber cerrado al público.		X			
• Efectuar la limpieza de los ambientes para el público de la Minigranja.		X			
• Mantener en buenas condiciones las herramientas suministradas para el desarrollo de las actividades diarias.		X			
• Portar adecuadamente los equipos de seguridad suministrados		X			
• Brindar apoyo a la zona que designe el administrador	X				
• Mantenimiento del Vivero.		X			
• Informar al administrador sobre el requerimiento de insumos.			X		

Anexo 24 Descripción de los Servicios Propuestos



Paquete escolar

Este servicio está dirigido a niños de nidos o colegios comprendidos entre las edades de 1 a 12 años. Se brindarán de lunes a viernes como parte de un paseo o actividad al aire libre programada por las instituciones, por lo tanto se hará a través de descuentos con respecto al precio básico. Incluirán el guiado a través de la Minigranjas y vivero, además del uso de las áreas de comedor y juegos infantiles. El recorrido guiado tiene una duración aproximada de 01 hora.

El recorrido iniciará en el vivero, donde el guía brindará una explicación acerca de los cuidados, formas de cultivo y siembra de cada uno de los tipos de plantas, granos, vegetales entre otros, se realizarán actividades de demostración (cultivo y siembra) el recorrido continuará por los corrales de animales más pequeños, es decir, los corrales de conejos y cuyes, se resaltarán el origen de estos animales, adicionalmente se explicarán los cuidados que requieren este tipo de animales como también el tipo de alimentación que necesitan, se permitirá la alimentación de estos bajo la supervisión del guía, se continuará el recorrido por los corrales de gallinas, patos, llamas y alpacas, chanchos, vacas y terneros, y por último el corral de las ovejas, se tendrán las distintas consideraciones mencionadas anteriormente.

Posteriormente los niños podrán hacer uso del área de juegos y del comedor, donde podrán degustar los alimentos que lleven consigo.

Circuito niño y adulto

Los circuitos de niño y adulto se ofrecerán para personas que vayan por su cuenta, sin formar parte de un grupo como en el caso anterior.

Se pronostica que la demanda de este servicio serían los fines de semana mayormente, que es cuando los padres aprovechan para departir junto a sus hijos. Es en estos días donde las familias podrán participar de juegos y concursos programados para hacer la visita más alegre. El recorrido guiado tiene una duración aproximada de 01 hora.

El recorrido iniciará en el vivero, donde el guía brindará una explicación acerca de los cuidados, formas de cultivo y siembra de cada uno de los tipos de plantas, granos,

vegetales entre otros, se realizarán actividades de demostración (cultivo y siembra) el recorrido continuará por los corrales de animales más pequeños, es decir, los corrales de conejos y cuyes, se resaltará el origen de estos animales, adicionalmente se explicarán los cuidados que requieren este tipo de animales como también el tipo de alimentación que necesitan, se permitirá la alimentación de estos bajos la supervisión del guía, se continuará el recorrido por los corrales de gallinas, patos, llamas y alpacas, chanchos, vacas y terneros, y por último el corral de las ovejas, se tendrán las distintas consideraciones mencionadas anteriormente.

Adicionalmente se realizarán distintos tipos de concursos, como los siguientes:

- **Concurso de ordeño.** Donde los participantes podrán ordeñar a una vaca con un tiempo límite, ganando el que logre juntar mayor cantidad de leche.
- **Atrapar al lechón.** Los concursantes tendrán un tiempo determinado para capturar a un lechoncito suelto.

De igual manera, los visitantes podrán disfrutar del área de juegos y del comedor, donde podrán degustar los alimentos que lleven consigo.

Fiesta infantil

La fiesta infantil incluirá el uso del local por 4 horas, para una cantidad de invitados ilimitada (dentro de las capacidades del aforo).

Tendrá dos modalidades:

- **Alquiler.** Donde las personas invitadas tendrán acceso a las instalaciones y a un guía. Se permite que se contraten servicios externos.
- **Alquiler y show granjero.** Este servicio permite que además de hacer uso de las instalaciones, los invitados disfruten de una presentación a cargo del personal y extras contratados para el entretenimiento de los asistentes, además de los servicios básicos como el guiado (estructura mencionada en los anteriores servicios).

Talleres niño y adulto

Consta de una serie de cursos variados donde se enseñará actividades o prácticas relacionadas al cuidado de plantas y animales de forma didáctica.

Se dictarán en las áreas que se adecuen al tipo de taller, divididas por edades, se podrán brindar:

- Jardinería ecológica.
- Talleres de manualidades de Reciclaje, Reutilización y Reducción
- Fundamentos de botánica
- Arreglos florales.
- Cosmetología ecológica.
- Infusiones.
- Usos medicinales de las hierbas

Vacaciones útiles

Debido a que la Minigranja es un negocio estacional, debido principalmente al clima que cambia las temperaturas durante verano, generando que las familias migren hacia la costa a disfrutar de las playas; esto combinado con las vacaciones escolares, provoca que la mayoría de negocios dedicados a niños, disminuyan la demanda.

La Minigranja tiene que aprovechar el verano para ofrecer Vacaciones útiles donde se ofrecerán clases y talleres a niños de todas las edades.

La metodología será la siguiente; dictar clases 3 veces por semana, dividir a los niños según rangos de edades durante un mes.

El contenido de los cursos será similar a los talleres solo que desarrollados con mayor profundidad.