



Las Papitas Fritas Para Ti

Jane Baranello
Spring 2019
Professor Vallejo



Tipo de Empresa:

Por su finalidad: Lucrativa

Por su actividad: sociedad anónima cerrada

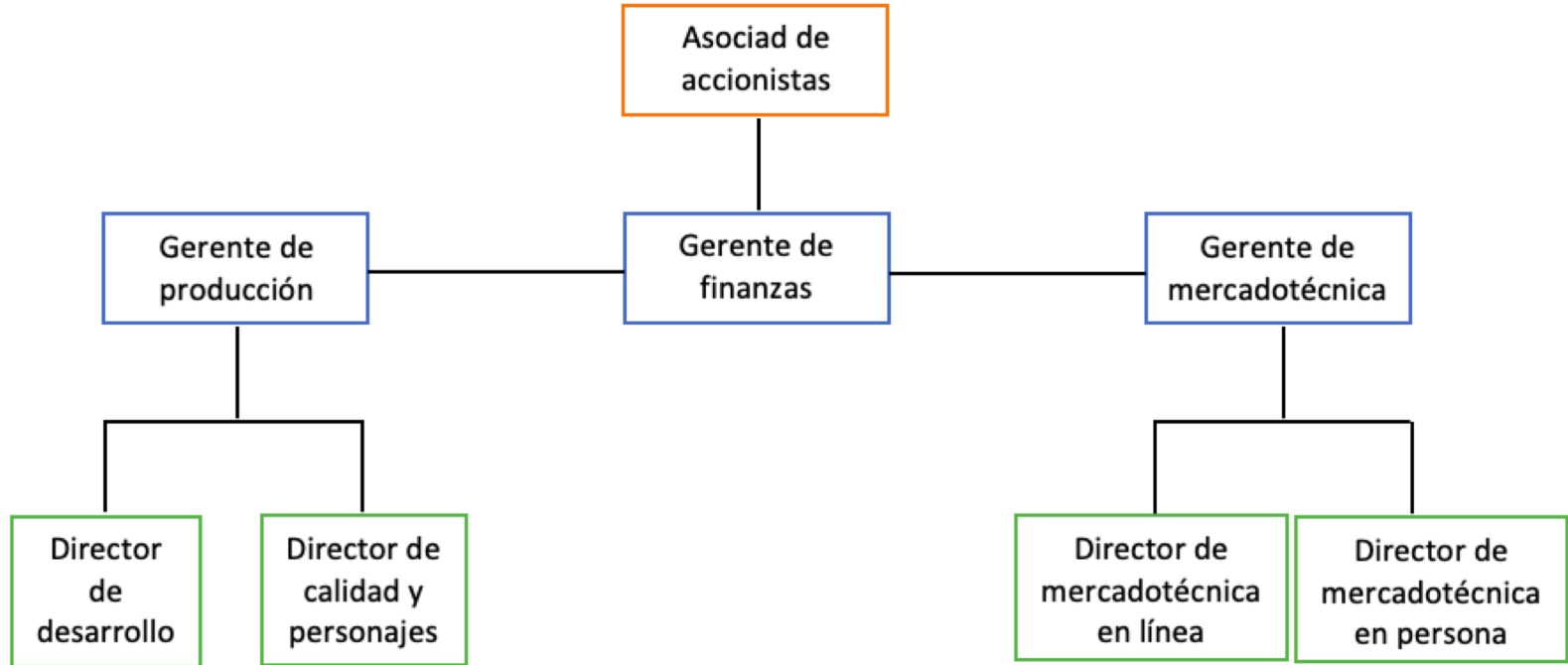
Por el origen de su capital: privada

Por tamaño: pequeña

Por su alcance: nacionales

Por su estructura legal: personas morales

Estructura



¿Quiénes Somos?

Misión: Somos una empresa familiar y apreciamos todos de los clientes y empleados que trabajan cada día. Queremos proveer las papitas fritas con los ingredientes naturales que demuestran la utilidad de cuatro papas específicas de la región de Lima, Perú. Por eso, todos los empleados de Papitas Fritas para Ti trabajan exclusivamente para producir las papitas fritas de la máxima calidad a los precios muy económicos para todos. Trabajamos con los granjeros locales para desarrollar las innovaciones específicas para producir las papitas fritas de una manera sostenible.

Visión: Para proveer meriendas deliciosas pero saludables para todos de los habitantes de Lima, Perú. Nuestros productos exhibirán la variedad de papas que esta región tiene que ofrecer.

Valores: La honestidad; la transparencia, la innovación, la creatividad, el respeto, la sostenibilidad

Cientes y Competencia/Sustitutos

Cientes:

Primeramente los consumidores de las papitas fritas son las personas que no quiere el dinero para comprar la comida más saludables porque las papitas fritas y otras comidas son más baratos. Estas personas trabajan muchas horas de la semana para provenir por su vida y su familia y **quiere la comida barato, del acceso fácil, y delicioso** en vez de la comida más saludables. Además las personas comen las papitas fritas cuando los productos son accesibles. Todos tipos de personas pueden comer las papitas fritas pero el consumidor específicamente es las personas que no tienen los recursos para gastar más dinero para las frutas o las comidas orgánicos.

Competencia:

1. PepsiCo → FritoLay = Las papitas fritas con sabores Peruanos "Queso Andino"
2. Karinto Fritas
3. DeproDeca S.A.C

Sustitutos:

1. Las palomitas de maíz
2. Los pretzels
3. Las galletas
4. Las galletas saladas

FODA Análisis

Fortalezas: La ubicación de la empresa podría ser solamente en el región de Lima, Perú. Este hecho darle la habilidad para trabajar directamente con la comunidad, utilizar los recursos locales y mantienen los costos más económicos para todos. La empresa puede utilizar cuatro papas nativos del región y contribuir a la cultura en que las papas son muy importante.

Debilidades: Las papas fritas son una comida precocinada y hoy en día hay muchas investigaciones sobre el impacto de las comidas precocinadas de la salud. Además, el mercado de los piscofritas es muy competitiva porque hay muchas sustitutos las personas pueden comprar en vez de las papitas fritas.

Oportunidades: Asociarse con los granjeros locales para negociar un descuento entre la producción de las papas y los materiales extras que se producen durante el sistema de producción de las papitas fritas. Además la empresa tiene la oportunidad para vender los productos otro que las papitas fritas. Por ejemplo, por que la ubicación de la empresa es en Lima puede vender los libros de recetas para las personas que quieren hacerlo.

Amenazas: El oligopolio de PepsiCo/FritoLay por que le tienen la influencia, la práctica y los recursos para prosperar en un ambiente en que la empresa está establecido. Además inestabilidad y corrupción del gobierno es muy prevalente en Perú y contribuir a la tasa de los impuestos más altas. Y finalmente, más de 33% de la población de Perú viven en pobreza y la diferencia entre las personas ricas y las personas pobres es más grande.

Las Metas

1. Donar los materiales extras a la comunidad para utilizar por el compost.
2. Desarrollar las maneras en que hacer las papitas fritas más saludables.
3. Tener un impacto más grande de las comunidades acerca de Lima.
4. Promover la cultura que es muy importante a las personas de la comunidad.
5. Buscar por las maneras en que pueden tener un producto más económico para todos.
6. Asegurar que los productos son muy accesibles para todos.

Mi Plan Estratégico

1. Forman las relaciones con los granjeros locales del región de Lima:
 - a. Puede negociar un descuento, la empresa puede proveer los materiales extras para el compost y los granjeros pueden contribuir una buen precio para las papas que la empresa necesita comprar.
 - b. El gerente de producción y el director de desarrollo trabajan conjuntos para desarrollar las sistemas eficientes para la producción de las papitas fritas y el cultivo de las papas.
 - c. Contribuyen al impacto de la empresa de la comunidad de Lima, Perú porque los granjeros son un parte más importante para la comunidad.
 - d. Todos partes de la producción de las papitas fritas es afectado por la relación entre la empresa y los proveedores (los granjeros locales).
 - e. El uso de la comida de los granjeros locales tienen un impacto de la salud de los ingredientes porque la comida no necesita la misma niveles de los conservantes.
2. Se enfoque en la producción de las papitas fritas con cuatro papas nativos de Lima:
 - a. Papá perricholi
 - b. Papá nativa
 - c. Papá huamantanga
 - d. Papá púrpura

1. Producir otros productos que conecta a las papitas fritas:
 - a. Las salsas diferentes que complementan los sabores de las papitas fritas
 - b. Los libros de recetas para las personas que quieren hacerlo en su casa
2. Desarrollar una receta que hacer las papitas fritas más saludables
 - a. Específicamente, populariza la idea de las papitas fritas al horno. Los productos de Las Papitas Fritas Para Ti son las papitas fritas generales con cuatro tipos de papas y la opción a comprar las papitas fritas al horno para la misma variedad de papas.
 - b. Este proceso puede eliminar algunos de las preocupaciones las personas tienen sobre la comida precocinada.
 - c. Una bolsa de las papitas fritas son más económicos y el desarrollado de una receta más saludable puede ayudar las personas que comprar las papitas fritas porque no tienen la habilidad para gastar el dinero para la comida más saludables y caro.
3. Asegurar que los productos son accesibles en una variedad de maneras:
 - a. Las máquinas expendedoras
 - b. Los supermercados
 - c. Los mercados locales
 - d. Un opción para proveer los productos a los festividades o las reuniones
 - e. Las escuelas