UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras



15/10/97
UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
BIBLIOTECA
U.N.U.
013468

Costos de producción de pan de harina de trigo en mezcla con sucedáneos de especies tropicales en Pucallpa.

Tesis para optar el Título de

CONTADOR PUBLICO

Raúl Javier Gutierrez Pineda

CALLERIA - PERU

1996

INTRODUCCION

Se está observando desde hace varios años atrás el uso de los productos elaborados a partir del trigo, especificamente el pan tiene una gran demanda en el Perú. A consecuencia de esto trae un aumento permanente de la importación del trigo. El crecimiento de la demanda de trigo y del pan tiende a crear dificultades en la balanza de pagos.

Debido a esto surgió una gran preocupación en encontrar la forma de sustituir la cantidad en porcentaje a la harina de trigo, surgiendo la alternativa del uso de harinas sucedáneas extraidas de: camote, cebada, maiz, pituca, plátano, yuca, etc, que se puede utilizar en la industria panificadora como opción de sustitución, brindando de esta manera al agricultor un mercado seguro de sus productos para la elaboración de harinas sucedáneas y por ende un mayor uso de mano de obra en las plantas procesadoras de harina.

Actualmente en la ciudad de Pucallpa, se está empleando sucedáneos en porcentajes que fluctuan del 10% al 30%, de harina de maiz, yuca y plátano en las diferentes panaderías encuestadas, obteniendo de estas un promedio de sustitución del 21% en harina de maiz, 16% en harina de yuca y 10% en harina de plátano, demostrando que los sucedáneos mencionados mejoran el valor nutritivo, calidad, peso y sabor del pan.

Si bien es cierto, el consumo actual de estos panes está en un bajo porcentaje en relación al pan de harina de trigo, esto es debido al desconocimiento del público consumidor, por falta de publicidad donde se indique las ventajas y valores bromatológicos que contiene este pan. Lo que nos indica para incrementar la demanda de este producto es necesario incentivar el consumo a través de la propaganda, anuncios, precio adecuado y primordialmente educar al público consumidor.