Canastos de Fibra Vegetal

Nicolás Prado Martínez
Daniel David Quintero Pineda
Karol Natalia Meneses Vega

Presentado a
Angela Maria casanova

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Octubre del 2020

Tabla de contenido

1. **Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio** 5
   - **1.1 Objetivos del desarrollo sostenible** 5
   - **1.2 Teoría del valor compartido** 6
   - **1.3 Tecnologías Disruptivas** 6
   - **1.4 Análisis del sector económico** 6
     - **1.4.1 Análisis D.O.F.A.** 7
     - **1.4.2 Análisis Pestel.** 8
2. **Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad** 10
   - **2.1 Árbol de problemas y objetivos** 12
     - **2.1.1 Pregunta problema.** 13
3. **Descripción de la idea de negocio** 13
   - **3.1 Técnica de ideación** 13
   - **3.2 Autoevaluación de la idea de negocio** 14
   - **3.3 Estructura de la idea** 15
   - **3.4 Solución de la idea de negocio estructurada** 16
4. **Innovación** 16
   - **4.1 Alternativas de idea de negocio inicial** 16
   - **4.2 Competencia** 16
   - **4.3 Diferenciador de la idea de negocio.** 17
   - **4.4 Idea prometedora e innovadora** 17
   - **4.5 Descripción de la innovación** 17
5. **Fuerzas de la industria** 18
   - **5.1 Contextualización de la empresa** 18
   - **5.2 Análisis de la demanda** 19
   - **5.3 Análisis de la oferta** 20
   - **5.4 Análisis de la comercialización** 24
   - **5.5 Análisis de los proveedores.** 27
6. **Segmentación de mercado** 31
     - **6.1.1 Bondades del producto** 31
   - **6.2 Buyer persona** 32
   - **6.3 Descripción cliente ideal.** 33
   - **6.4 Bondades descritas ajustadas a cliente ideal.** 34
   - **6.5 cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.** 34

7. **Propuesta de valor** 36
7.1 Perfil cliente 36
7.2 Mapa de valor 37
7.3 Declaración de la propuesta de valor 37
8. Diseño del producto 38
8.1 Ficha técnica 38
8.2 Ciclo de vida 39
8.2.1 Definición estratégica 39
8.2.2 Libro primero capítulo I calificación de los comerciantes Articulo 10 código de comercio: 40
8.2.3 Libro primero capítulo II Articulo 19 código de comercio obligación de los comerciantes: 40
8.2.4 Resolución número 834 de 2013 ministerio de salud y protección social 40
8.2.5 Artículo 78 de la constitución política 41
8.2.6 Resolución 683 de 2012 minsalud 41
8.2.7 Diseño de concepto 41
8.2.8 Diseño en detalle 42
8.2.9 Cadena de distribución 43
8.3 Validación y verificación 43
8.4 Producción 44
8.4.1 Empaque del producto 44
8.4.2 Etiqueta de producto 44
9. **Precio de venta** 45
10. **Prototipo** 46
10.1 Brochure 46
10.2 Prototipo 48
11. **Modelo running lean** 49
12. **Validación de ideas de negocio** 50
12.1 Objetivo de la investigación 50
12.1.1 Objetivos específicos de la investigación 50
12.2 Tipo de investigación a realizar 50
12.3 Formulario de encuestas 51
12.4 Tamaño de la muestra 55
13. **Tabulación y análisis de la información** 56
14. **Lecciones aprendidas y recomendaciones** 63
15. **Bibliografía** 64

1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

La artesanía con fibras vegetales es una de las actividades más importantes de algunos de los Municipios de Cundinamarca y en general de Colombia. Dentro de estos productos podemos encontrar la cestería como uno de los principales, sombreros y otros accesorios como secundarios. Siendo también este trabajo el sustento de muchas familias que han seguido sus costumbres conservando el oficio al pasar de los años. Sin embargo, se encuentra una problemática que afecta estas familias. Se encuentra que los comerciantes pagan a los cesteros por una docena de cestos entre $2.500 y $3.000 mientras que en Bogotá y otras ciudades lo venden en $2.000 cada uno. (Arias, 1995). Sumado a esto la disminución de la oferta de compra para estos canastos ha disminuido por el uso de bolsas plásticas para el transporte del mercado familiar, generando un impacto negativo para la naturaleza en particular en la fauna marina. Su acumulación en basureros y rellenos tienen unos resultados catastróficos para el planeta, Por ello se quiere recuperar las tradiciones de los canastos de mercado hechos en fibras vegetales, con el objetivo de cumplir las necesidades que demanda una bolsa plástica y que sea amigable con el medio ambiente, generando un impacto positivo socio económico para las familias cesteras y cuidando el medio ambiental para el planeta disminuyendo el uso de bolsas plásticas.

1.1 Objetivos del desarrollo sostenible

Dentro de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) podemos relacionar el objetivo número 12 el cual hace referencia **a producción y consumo responsables,** ya que por medio de los productos de innovación que se pretenden elaborar o producir con fibras vegetales, ayuda ecológicamente en los métodos de producción y consumo de bienes con el objetivo de remplazar bolsas plásticas que pueden contaminar nuestro medio ambiente.

El trabajo decente y crecimiento económico, es un objetivo que hace referencia a nuestra idea de negocio ya que mediante la fabricación de los productos en fibras vegetales, ayuda a que personas en condiciones de pobreza o en regiones de nuestro país puedan tener un empleo pleno y productivo para hombres y mujeres, debido a que las materias primas se dan en regiones naturales y su manufactura puede llegar a ser artesanal y tener oportunidad de crecimiento económico para las personas y para la idea de negocio. Al ser un producto 100% orgánico no contamina y es biodegradable dando una buena solución para un gran contaminante.

1.2 Teoría del valor compartido

Desde la teoría del valor compartido a nuestra idea de negocio se podría abordar estrategias y políticas que ayuden a mejorar condiciones sociales y económicas con la elaboración de bolsas de fibra vegetal, podemos tener el reto de conservar el medio ambiente y mejorar condiciones de trabajo a regiones de nuestro país, nuestro objetivo es poder llegar a todos los canales de distribución utilizando nuestros productos remplazando el producto inicial con el fin de general mayor cultura y rentabilidad.

La solución que proponemos viene del mismo medio ambiente ya que son fibras vegetales que se trenzan a mano de esta forma se impulsa el trabajo colombiano que es desvalorizado dándole una segunda oportunidad, los canastos que ofrecemos son muy resistentes y son un gran sustituto de las bolsas plásticas también tiene una variedad de usos y estilos para la demanda que puede llegar a obtener este producto

1.3 Tecnologías Disruptivas

Dentro de la idea de negocio no encontramos tecnologías disruptivas ya que el producto está elaborado por artesanos de manera manual, sin embargo, para la extracción de la materia prima podemos encontrar maquinarias o extracción manual para este trabajo específico.

1.4 Análisis del sector económico

Para el análisis del sector empleamos la estrategia de matriz dofa para encontrar las debilidades, oportunidades, fortaleza y amenazas del entorno frente a nuestra idea de negocio.

1.4.1 Análisis D.O.F.A.

Debilidades

- Es un producto poco conocido o ignorado por los colombianos
- La gente prefiere usar productos extranjeros que utilizar los hechos en Colombia
- No es de uso común para muchas familias Bogotanas
- Es irrelevante a la hora de elegir que medio usar para transportar el mercado familiar
- El consumo de bolsas plásticas aumenta drásticamente y por ende su costo baja y lo vuelve bastante asequible

Oportunidades

- La iniciativa de los canastos puede ser algo innovador tanto Nacional como Internacionalmente
- Lograr fortalecer el trabajo colombiano
- Ayudar al medio ambiente con materiales que nos brinda la naturaleza
- Las constantes campañas de sensibilización por parte del gobierno a los supermercados para que disminuyen e incluso quiten el uso de bolsa plástica
- El aprovechamiento de los recursos naturales para la producción de las bolsas artesanales

Fortalezas

- Utilizamos recursos ecológicos y amigables con el medio ambiente
- Es una alternativa biodegradable a diferencia de las bolsas plásticas
- Disminuiría la contaminación del mar que generan las bolsas
- Tiene un tiempo de duración largo y puede ser reutilizado varias veces.

Amenazas

- Las personas prefieren las bolsas plásticas
- Existen varias bolsas de tela u otros materiales que pueden ser otra variable a las bolsas
- El rechazo por parte de los consumidores, al pensar en la practicidad del producto

1.4.2 Análisis Pestel.

También realizaremos un análisis pestel para profundizar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden estar relacionados a nuestra idea de negocio.

Político: Teniendo como base el proyecto que quiere implementar el Congreso de La Republica de Colombia en el año 2019 en el cual se busca tomar medidas para la contaminación ambiental por medio del plástico que se usa a diario y es uno de los mayores contaminantes que encontramos no solo en el mar si no en los ríos y bosques de todo el mundo Proyecto de ley No 175 de 2018 de cámara de representantes ,en donde menciona la prohibición de fabricación, importación, venta y distribución de productos plásticos como envases, recipientes de un solo uso. En este podemos encontrar muchos puntos que pueden identificar las diferentes formas en el que el plástico tiene una parte fundamental en nuestro entorno, con esta idea de negocio podemos disminuir el consumo de bolsas plásticas y empaques o de icopor al tratar de reemplazarlas mostrando que existen varias alternativas para poder ayudar al medio ambiente.

Económico: Nuestro sector económico es el sector secundario el cual se constituirá en la fabricación de empaques que remplacen las bolsas plásticas e icopor por fibras vegetales y aplicará al sector de fabricación de fibras partir de hilados constituidos por diversos tipos de materiales vegetales ubicado en el código 1311 preparación y elaboración de hilas textiles identificado en la cámara de comercio de Bogotá.

En sector de fabricación y comercialización de productos a base de fibras vegetales no ha tenido un crecimiento significativo en Colombia ya que las comunidades no tienen un sentido de pertenencia referente a productos biodegradables, dándole mayor uso a productos desechables y contaminantes, pero de acuerdo a la última exposición de expoartesanias realizada en diciembre de 2019 se destaca el avance en el sector artesanal con un incremento en las ventas del 7% de forma directa y del 6% por parte de visitantes obteniendo ventas superiores a $17.000 millones. (Mincomercio, 2019)

En Colombia el 83% de las materias primas son utilizadas para la elaboración de artesanías de origen natural utilizando 114 especies de plantas que se extrae en nuestro territorio. En Colombia encontramos entidades como la fundación bolívar Davivienda la cual financian proyectos de emprendimiento y brindan apoyo social y económico de emprendimientos de alto impacto, también encontramos como posible financiador la entidad créame incubadora de empresas, quien ayuda programas de emprendimiento y modelos de empresas ubicado en 80 municipios y 19 municipios en Colombia. (Casas Caro & lozano, 2018)

Sociocultural: Nuestro proyecto de emprendimiento está enfocado a todos los hogares bogotanos con el objetivo de bajar la tasa de contaminación, ya que el uso de materiales plásticas o de icopor se encuentra en cualquier tienda o negocio. Queremos llegar a incentivar el uso empaques de fibras vegetales a todas las edades y personas que están en el entorno de nuestra ciudad, cambiando el estilo de vida de nuestras familias, comunidades por medio de productos reutilizables.

Tecnológico: En el aspecto tecnológico en Colombia cuenta con maquinaria que ayuda en la fabricación de bolsas biodegradables de diferentes tamaños, pero no han sido muy significativas, ya que la mayoría de productos a base de fibras se realizan de manera manual y artesanal. En la oferta de los productos se cuenta con plataformas digitales que ayudan en la comercialización y adquisición de forma rápida y ágil de productos artesanales.

Ecológico: Los riesgos que se encuentran podría ser la eliminación de selvas en la cual se encuentran una gran cantidad de especies que es utilizada en la elaboración de las artesanías. Pero también contamos con el beneficio de ser productores biodegradables el cual ayuda a la conservación del medio ambiente. Para el suministro de nuestras materias primas encontramos cuidados ambientales en la región de apulo Cundinamarca el cual de acuerdo a

la resolución 280 del 2015 hace énfasis en el cuidado y protección de las fuentes hídricas o reservas naturales (Rodriguez Acuña, 2018).

Legal: desde el punto de vista legal entramos el Decreto 2420 de 1968 el cual habla sobre en hacer cumplir todas las reglas frente a sanidad de productos agropecuarios frente a la importancia de flora y fauna de los sectores dentro del territorio colombiano.

Dentro del marco legal también encontramos la ley 203 de 1398 el cual habla sobre la repoblación forestal el cual hace referencia a las reglas y normatividades que debe tener la sanidad vegetal frente a plagas y contaminantes externos.

Es muy importante resaltar el Proyecto de ley 060 de 2019 el prohíbe la utilización de polietileno expandido para empaque de alimentos.

Para nuestra idea de negocio también tenemos presente el código sustantivo de trabajo ya que trabajaremos con comunidades de la región de apolo Cundinamarca dando una forma de trabajo digno, justo y equilibrado de acuerdo a los **artículos 1°** justicia entre empleadores y trabajadores, **artículo 10°** todos los trabajadores y trabajadoras son iguales ante la ley y el 11° toda persona tiene derecho al trabajo y a escoger su profesión u oficio dentro código sustantivo del trabajo.

2. Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

El problema principal es la baja oferta para los artículos diseñados a partir de fibras vegetales, los precios injustos de comerciantes y compradores por las artesanías, al igual que la desinformación de dicha tradición y cultura, la cual ha sido reemplazada por bolsas plásticas y artículos desechables. Afectando también familias artesanas de Apulo Cundinamarca y su economía teniendo en cuenta que su economía depende directamente de la artesanía en fibra vegetal. Una problemática que ha venido afectando los principales clientes es el consumo

excesivo de bolsas plásticas para el transporte de mercados u otros, impactando negativamente el medio ambiente.

En la siguiente tabla encontraremos 3 problemas que evaluaremos, se clasificara por criterios con una calificación en donde se identificara el problema clave.

Tabla 1:

Criterios para identificar problema clave.

Criterios	**Problema 1**	**Problema 2**	**Problema 3**
	Baja producción canastas en fibra vegetal por la escaces de materia prima a causa de la deforestación.	Baja rentabilidad para los artesanos en la fabricación de canastas, poca demanda.	Bajo interes en productos artesanales para el remplazo de bosas plasticas.
Conocimiento o experiencia	3	2	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?	2	2	4
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información/datos/cifras ¿puedo darle alguna solución?	4	2	4
Tiempo (posible solución)	1	2	3
Costos (posible solución)	1	2	2
Impacto ¿es transcendental? ¿representa un desafío para ustedes?	3	3	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	2	3	4
TOTAL	**16**	**16**	**25**

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN.

De acuerdo a los criterios evaluados, nuestro problema identificado es el número 3 el cual menciona el bajo interés en productos artesanales para reemplazo de bolsas plásticas.

2.1 Árbol de problemas y objetivos

De acuerdo a la problemática encontrada sobre el bajo interés en productos artesanales para el remplazo de bolsas plásticas identificamos de acuerdo a nuestro árbol de problemas las siguientes causas y efectos.

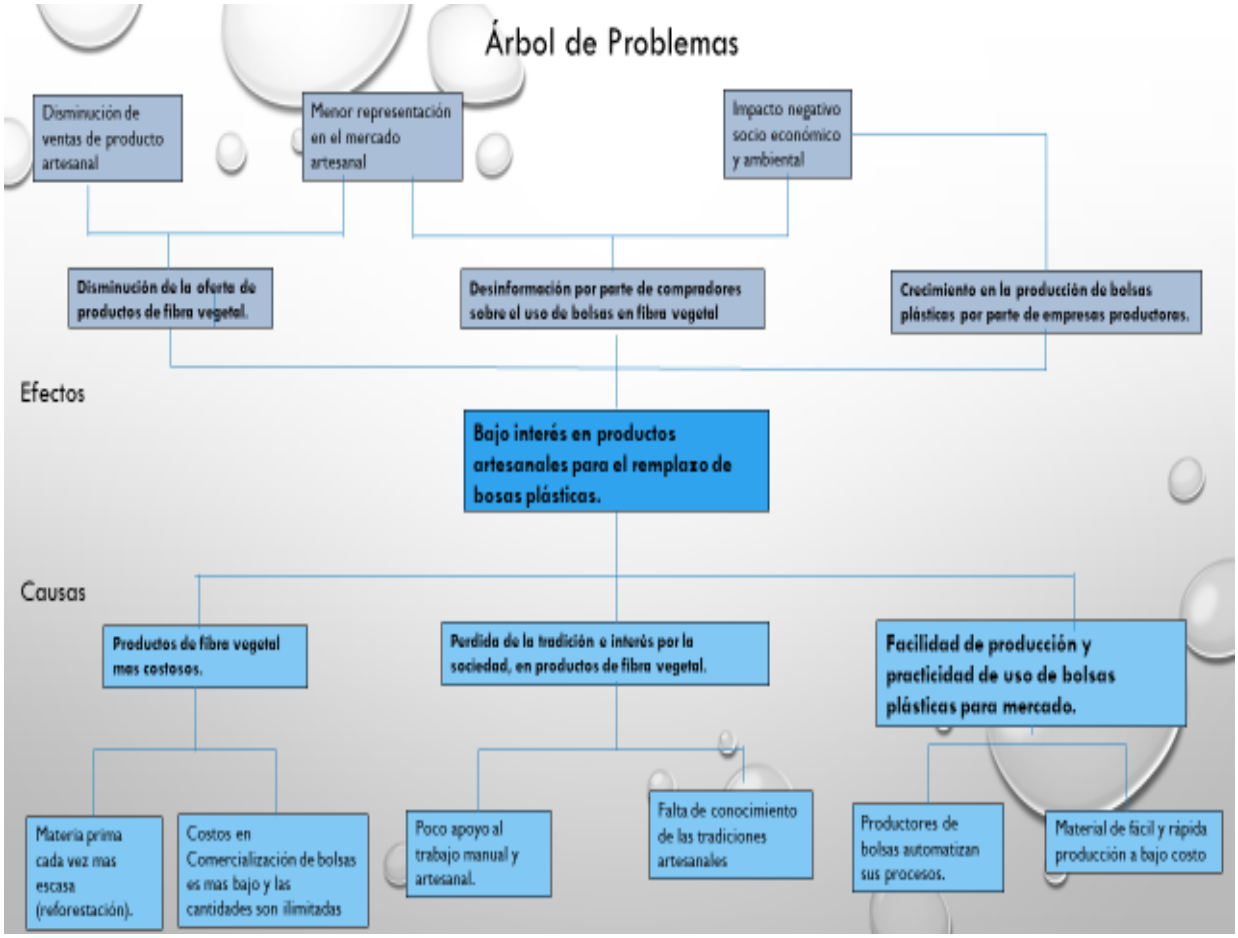

Figura 1. Árbol de problemas

Identificando el árbol de problemas, se desarrolló el árbol de objetivos el cual nos ayuda a dar solución a las problemáticas encontradas a nuestro problema principal en la figura 2.

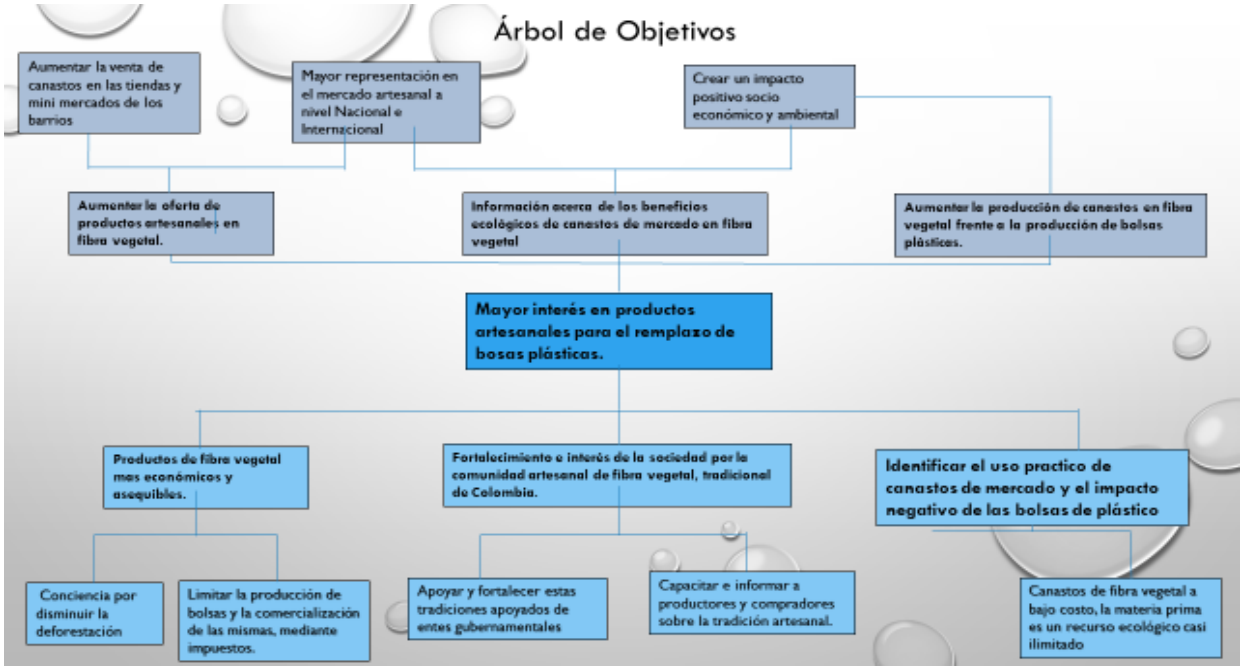

Figura 2. Árbol de Objetivos

2.1.1 Pregunta problema.

- ¿Cómo incentivar el uso de canastos y bolsos artesanales en las familias bogotanas para mitigar el uso de bolsas plásticas en las compras del mercado familiar?

3. Descripción de la idea de negocio

3.1 Técnica de ideación

De acuerdo a nuestra pregunta problema ¿Cómo incentivar el uso de canastos y bolsos artesanales en las familias bogotanas para mitigar el uso de bolsas plásticas en las compras del mercado familiar? Desarrollamos técnica de ideación lluvia de ideas las cuales son:

- Generar campañas publicitarias en las medianas y pequeñas tiendas de mercado.
- Desarrollar prototipos, diseños innovadores de empaques, bolsos o canastas en fibras vegetales.
- Divulgar en los hogares bogotanos la importancia de empaque de productos biodegradables por medio de campañas de marketing.
- Establecer precios bajos para la adquisición del producto para reemplazar bolsas plásticas.

- Elaborar técnicas y líneas de producción que faciliten la fabricación del producto.
- Implementar capacitaciones en el proceso productivo al personal destinado a la labor de producción para optimizar el tiempo y los recursos.

3.2 Autoevaluación de la idea de negocio

Para nuestra idea de negocio se plantea la siguiente auto evaluación:

Tabla 2:

Autoevaluación de negocio.

INTERES/DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	X 5
No me incomodaria decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	X 5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarollar el negocio.	1	2	3	X 4	5
Considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	X 3	4	5
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN :	**0**	**0**	**1**	**1**	**2**

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	X	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	1	X	4	=	4
Total de afirmaciones valoradas en 5:	2	X	5	=	10
			PUNTAJE TOTAL		**17**

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN.

Interpretación del puntaje total

De 20 a 15 ptos = tiene UD. Una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 10 ptos = aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalué sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 ptos = para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla

3.3 Estructura de la idea

Tabla 3:

Autoevaluación de negocio.

¿Cuál es el producto o servicio?	Empaques a base de fibras vegetales que reemplacen los empaques desechables y de plástico para llevar alimentos a domicilio. Un producto biodegradable, amigable con el planeta y asequible.
¿Quién es el cliente potencial?	Principalmente está pensado para negocios de comidas rápidas que distribuyan domicilios en barrios de Bogotá. Optando por una alternativa bio para los tenderos de los barrios, para que finalmente llegue al consumidor de una forma amigable para el planeta.
¿Cuál es la necesidad?	Reemplazar los empaques tradicionales para comidas rápidas por empaques biodegradables y amigables con el planeta a base de fibras vegetales. Asequibles económicamente para los tenderos de los barrios de Bogotá y así disminuir el uso de empaques como plásticos, aluminios y otros.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Busca cubrir las necesidades de embalaje para alimentos de comida rápida, que conserve el alimento hasta que llegue al destino. Es un producto reutilizable y biodegradable ya que es fabricado a partir de fibras vegetales.
¿Por qué lo preferirían?	Estamos en tiempos de pensar en productos que ayuden en la preservación y cuidado del medio ambiente, también en época de Pandemia por el Covid19, donde se han aumentado considerablemente el uso de bolsas plásticas aluminios y otros productos desechables. Por esto pensamos en un producto amigable con el medio ambiente en donde puedan empacar y llevar sus alimentos de una forma amigable con el planeta y práctica para su uso.

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN.

3.4 Solución de la idea de negocio estructurada

¿cómo podemos…

Tabla 4:

Estructura de la idea de negocio.

Verbo	Tema u objetivo	Característica
Crear Diseñar Implementar	Empaque de comida rápida	Asequible Resistente Biodegradable Practico Reutilizable

¿Para que los…

Usuarios	Verbo inspirador	Propósito inspirador
Hombres y mujeres de 14 a 60 años, consumidores de comidas rápidas o de domicilios.	Reemplacen Cambien Integren Promueven	Empaques desechables, por empaques biodegradables elaborados a partir de fibras vegetales

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN.

4. Innovación

4.1 Alternativas de idea de negocio inicial

1. Utilizar empaques en fibras vegetales para el reemplazo de empaques desechables, bolsas plásticas de productos de consumo de comidas rápidas.
2. Utilización de fibras vegetales para la fabricación de sombrillas.
3. Accesorio para cabello de damas como hebillas y ligas.
4. Triciclos con fibras vegetales para que los niños puedan divertirse con un producto biodegradables.

4.2 Competencia

- **Artesanías de Colombia** es un fuerte competidor ya que ofrecen una variedad de productos en fibras vegetales, por medio de producción manual y artesanal fomentando el desarrollo cultural. Están enfocados a las artesanías y muy poco a elaboración de empaque de productos.

- **Manteles y cacerolas** es una empresa que se dedica a la fabricación de vajillas canastos, lencerías y bolsas en zuncho, usando sus artículos para la decoración y uso de cocina y mesa.
- En el mercado encontramos varios emprendedores en redes sociales quienes ofrecen trabajos artesanales en fibras vegetales.

4.3 Diferenciador de la idea de negocio.

Combinando las fibras vegetales y la gran contaminación de los empaques de comidas rápida, tratamos de implementar las fibras vegetales para crear un empaque amigable, reutilizable y no contaminante.

4.4 Idea prometedora e innovadora

Implementado la innovación a nuestra idea de negocio utilizaremos empaques en fibra vegetal reemplazando recipientes de comida rápida de icopor (poliestileno expandido) los cuales son un gran contaminante para el medio ambiente, nuestra alternativa contribuye a la disminución de la contaminación y a la reutilización de los empaques de comidas rápidas. Igualmente, para dar una segunda vida al producto se implementará puntos ecológicos donde se podrán depositar el producto en caso de no ser reutilizado por el consumidor, con el fin de recolectar y reprocesar el material para la optimización de materias primas y procesamiento.

4.5 Descripción de la innovación

Para describir las variables de innovación emplearemos la siguiente tabla:

Tabla 5:

Variables de innovación.

Variable	Descripción de la Innovación
Producto o servicio	Nuestro producto entra a competir con diseños de empaques para los diferentes tipos de comidas tejidos a partir de fibras vegetales, en donde los consumidores puedan reutilizar dicho empaque en otros usos, como recipiente para guardar otros elementos, o para cargarlo nuevamente en otra compra. Si en llegado caso este empaque es desechado indebidamente, tiene

	la ventaja de ser biodegradable y no causar un impacto negativo al medio ambiente, aunque este no debe ser su debido uso, está pensado para un segundo uso. Además de esto entra a competir con precios justos para los tenderos de diferentes barrios de Bogotá, y que puedan ser asequibles para implementarlos en su negocio.
Mercadeo	Se puede comercializar también mediante la fidelización de los clientes con la tienda. Ya que, por medio de estos empaques de diferentes diseños, pueden ser usados como campaña de fechas especiales, o como empaques con el nombre y logo para ser recordadas. Llegando a la mayor cantidad de personas, siempre pensando en un impacto positivo para el medio ambiente
Proceso	La elaboración de dichos empaques a partir de fibras vegetales es principalmente manufacturada por artesanos del departamento de Cundinamarca. Tejidos a manos por ellos mismos, guiados de los diseños ya pensados.

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN.

5. Fuerzas de la industria

5.1 Contextualización de la empresa

Cestos pack, es una empresa que apoya la cestería como actividad económica de los artesanos de Municipios de Cundinamarca, mediante la creación de cestos elaborados con fibras vegetales, diseñados como empaques para comidas rápidas, que cubra las necesidades que deja la prohibición del uso de Icopor (pp) y que aporta a la disminución del uso del plástico, ya que es un producto biodegradable y reutilizable. La distribución del mismo va dirigida para los tenderos de los barrios, quienes venden comidas rápidas y puedan distribuirlas como empaques de comidas rápidas y que lleguen a los consumidores principales, quienes tendrán la oportunidad de obtener un producto que aumente la satisfacción de su compra al saber que aporta al medio ambiente con un empaque biodegradable, que igualmente puede darle un

nuevo uso o reusarlo para otra ocasión. Un empaque biodegradable, seguro, tradicional y amigable con el medio ambiente para llevar tus alimentos preferidos.

5.2 Análisis de la demanda

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Este tipo de restauración se dirige a la mayoría de la población, sobre todo a edades comprendidas entre los 15 y los 65 años. Intenta atender a públicos que tienen distintos horarios para lograr reducir los tiempos ociosos (Val, 2017). El aumento del consumo de comidas rápidas lo encontramos en quienes una vida cotidianamente ocupada, que requiere servicios de domicilios para una comida rápida, también aquellos quienes les guste compartir con amigos y familiares en momentos especiales y por sobre todo en sus hogares, que tengan un empaque biodegradable y agradable para todos. Dentro de nuestros consumidores también encontramos aquellas personas detallistas que quieran regalar una comida rápida con un empaque de diseño perfecto para un detalle de algún día especial. Finalmente, quienes apoyen el cuidado del medio ambiente mediante el reemplazo de plásticos de uso diario por productos biodegradables y reutilizables.

¿Cómo se comportan?

Nuestros consumidores tienen características de una vida algo acelerada, quienes necesiten comidas rápidas para seguir con el día a día de sus obligaciones. Sin embargo, antes de la pandemia del coronavirus, ya se estaba pensando en un consumo responsable de empaques y desechos plásticos, tanto para empresas como para personas naturales. Muchos se sienten impotentes y culpables del impacto negativo de empaques de sus alimentos de comida rápida que compran casi diariamente, pues siempre reciben plásticos, aluminios, desechables, icopores y demás al momento de llevar estos alimentos, convirtiéndose inevitable para los consumidores el usar por tan solo unos minutos o quizá horas, lo que dura años en descomponerse. Cabe resaltar que, en la pandemia del 2020, aumento el uso de bolsas plásticas y desechables para el transporte de comidas de restaurantes a hogares y oficinas.

¿Cuáles son sus creencias?

Aquí encontramos una gran diversidad de creencias y pensamientos. Podemos encontrar, jóvenes liberales y creyentes en sí mismo y sus capacidades propias, al igual quienes se reúnen con familiares en diferentes ocasiones, conservan valores como la unión. Igualmente es importante resaltar que los consumidores quieren sentirse totalmente satisfechos al poder consumir sus alimentos sin tener un cargo de conciencia por el daño medio ambiental de sus empaques.

¿Cuál es el tamaño del mercado?

Dentro del tamaño del mercado, podemos observar la cantidad de unidades vendidas, entre empanadas, hamburguesas, pizzas y otros productos que son vendidos en los diferentes locales, para llevar o para domicilio, ocupan el 15% de lo que consumen los colombianos anualmente referente a un estudio realizado por Nielesn el cual menciona que el 38% de los colombianos comen fuera del hogar dos veces por semana..

¿Cuál es la cuota del mercado?

Como cuota de mercado se estima el cumplimiento de $ 500,000,000 el cual tendrá una utilidad de $ 200,000,000 para los representantes o socios de la idea de negocio.

5.3 Análisis de la oferta

¿Quién más está haciendo lo mismo que usted está intentando hacer?

En el mercado no se encuentran empresas que estén desarrollando o tratando de remplazar recipientes de comida rápida de icopor para este tipo de producto o idea de negocio, no hay un producto que sea reutilizado y pueda ser dispuesto para otras funciones, la mayor similitud son establecimientos de picadas o empanadas en donde sirven el producto en empaques o bandejas más personales.

¿Describa brevemente varios de sus competidores más próximos y más importantes?

Encontramos competidores en Colombia que desarrollan productos en fibras vegetales como lo son artesanías de Colombia, manteles y cacerolas, quienes fabrican productos artesanales como lo son vajillas canastos, bolsas en fibras, estos productos son utilizados para la decoración de cocinas y vajillas, estas dos empresas llevan en el mercado más de 50 años realizando productos artesanales e innovadores.

En mercado también encontramos empresas como greenpack quien se dedica la fabricación y comercialización de empaques biodegradables con uso de papeles vírgenes de fibras largas y también desarrollan productos de materiales laminados a base de maíz, para el empaque de café. Otra empresa que encontramos como competidor es la empresa seepack quienes fabrican, recipientes y empaques a partir de bagazo de la caña de azúcar utilizando recubrimientos en PEBD totalmente biodegradables y reciclables, estas empresas llevan en el mercado más de 10 años y son reconocidas por sus objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

¿Cuáles son sus estrategias? ¿Cuántas empresas existen?

En el mercado encontramos varias empresas artesanales pero las más destacadas o que trabajen con fibras vegetales son artesanías de Colombia, manteles y cacerolas, greenpack y seedpack, las cuales las empresas "artesanías de Colombia y manteles y cacerolas" establecen estrategias enfocadas en comercializar y aumentar las artesanías a nivel nacional e internacional y promover en los territorios diseños culturales y artesanales, las empresas "greenpack y seedpack" llevan de la mano prácticas de responsabilidad social y ambiental por medio de empaques más primarios para el consumo de alimentos.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

Las empresas al ser constituidas ya en mercado llegan casi al 90% del mercado de establecimientos que utilizan empaques biodegradables ya que por su reconocimiento y en el mercado tienen gran demanda en el sector.

¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles?

Algunos puntos fuertes son productos que llaman la atención de los clientes debido a que son artesanales hechos a mano o por comunidades indígenas con materiales en fibras vegetales, barro, renovando e incentivando de nuevo la tradición artesanal, también tienen como virtud el cuidado del medio ambiente y cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible en el país.

Como puntos débiles encontramos que los productos no llegan a todas las familias o hogares de Colombia, si no que están enfocadas a un sector de restaurantes con ciertas etiquetas y protocolos para la decoración de las mesas, para su posterior o respectivo consumo de alimentos.

¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general?

Podemos retomar de nuestros competidores la importancia de mostrar diseños innovadores, el trabajo manual de las personas y la importancia del cuidado del medio ambiente de empaques fabricados en fibras vegetales. También podemos aplicar las estrategias de publicidad en páginas web y la participación es ferias artesanales que se han realizado en Colombia el cual ya han participado en varias ocasiones y han dado a conocer su portafolio.

¿Cómo espera competir?

Esperamos competir con un producto innovador biodegradable, reutilizable, a un precio bajo y fácil de adquirir para empaques de comida rápida.

¿Cómo espera hacerlo mejor?

Esperamos mostrar en cada uno de los hogares bogotanos la importancia de reutilizar productos biodegradables, fácil de adquirir y que posea una segunda función o beneficio.

¿Qué competencia indirecta afrontará, y que bienes sustitutos existen en el mercado?

Como competencia indirecta si encontraríamos empresas que puedan buscar nuestros clientes a pesar de que ofrezcan otros tipos de productos, ya que al tratarse de empaques de comida rápida se pueden abrir nuevas oportunidades.

Si empleamos nuestra idea de negocio actualmente encontramos productos sustitutos, pero elaborados en plástico o icopor, el cual es muy fácil de adquirir actualmente, pero con la condición de que es perjudicial al medio ambiente. si se regula la ley que está estudiando el gobierno nacional sobre la prohibición de empaques de plástico e icopor nuestra idea de negocio no tendría un sustituto directo y seriamos pioneros en este tipo de productos en Colombia.

¿Cuáles son las barreras de acceso?

Como barreras encontramos el acceso a canales de distribución, ya que actualmente no hay un canal definido para este tipo de producto en donde se pueda comercializar fácilmente. Otra barrera que encontramos es la reacción de la competencia ya que la competencia lleva mucho más tiempo en el mercado de fibras vegetales y puede desarrollar el producto más rápido y gran escala.

¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y las tendencias cambiantes que pudieran afectar a su negocio en el futuro?

Obtendríamos la posibilidad de utilizar Tics en donde se pueda tener la capacidad de poder transmitir información útil al consumidor, sobre los beneficios del producto que ofrecemos.

¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

Podrían existir amenazas de nuevos bienes en el sector, ya que estos mismos productos se podrían desarrollar con otro tipo de materiales diferentes a las fibras vegetales como lo es el proyecto de la universidad nacional quienes plantean aprovechar los residuos vegetales a partir de fibra de plátano aprovechando la celulosa de plátano como materia prima para la

elaboración de empaques biodegradables, la cual genera muchas más oportunidades o ideas de negocio a muchas personas interesadas en el medio ambiente.

Tabla 6:

Identificación del competidor

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Artesanías de Colombia	porta cazuela	$33.000	Cazuela Elaborada a mano en fique 6 cm de alto.	Bogota
Manteles y cacerolas	Porta cazuela	$37.000	Cazuela Elaborada a mano en fique de 8 cm de alto **varios colores.**	Bogota
seedpack	contenedor tapa plana 1000 grs paq x 10 und	$12.236	Contenedor tapa plana elaborada a bagazo de caña de azúcar, película en poliestileno biodegradable	Bogota
Grennnpack	Caja CLM-PL	$12.000	contenedor o estuche en ácido poliactico a base de maíz 9*13*5.8	Bogota

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN

5.4 Análisis de la comercialización

¿Cómo es el producto de nuestro competidor?

Dentro del mercado de empaques biodegradables y ecológicos, encontramos gran variedad de empresas dedicadas a dicho oficio, sin embargo, son escasas las que usan fibras vegetales, como fique o mimbre en sus empaques. Aun así, podemos encontrar empresas puntuales como Greenpack & Seedpack, empresas colombianas, dedicadas al diseño, fabricación y comercialización de eco empaques, brindando soluciones sostenibles y amigables con el medio ambiente. Dentro de sus productos podemos encontrar gran variedad de diseños, tanto

para ocasiones como cumpleaños, fiestas de boda al igual que empaques tradicionales, portacomidas, platos, recipientes, bolsas y cajas. Específicamente encontramos en la empresa Greenpack, la fabricación de cajas que, para ellos, podrás exhibir, llevar y servir todo tipo de alimentos, donde encontramos también, diferentes diseños para los empaques.

Greenpack, solo utiliza en la producción de sus empaques los siguientes materiales (Greenpack, 2020):

- Papeles vírgenes y limpios para entrar en contacto directo con alimentos.
- Papeles especiales anti grasa y anti humedad sin parafinas ni ceras
- Papeles laminados con bioplásticos o plásticos a base de maíz o féculas, compostables y repulpables
- Papeles reciclados de primera producción
- Impresos con tintas base agua
- Pegantes base agua
- Costurados con materiales de algodón 100%
- Cartones hechos materias primas vírgenes
- Tintas litográficas a base de vegetales

Dentro de Seedpack, Los papeles elaborados a partir de la fibra de la caña de azúcar son un subproducto de la industria azucarera, considerado residuo agroindustrial (bagazo de caña), siendo la caña de azúcar un recurso renovable que se siembra y se cosecha en cortos periodos de tiempo. papel corrugado medio natural, es un papel que se puede reciclar y es biodegradable además es inocuo y puede estar en contacto con los alimentos. (Seedpack, 2020**)**

¿En qué consiste?

Estas empresas desarrollan productos biodegradables que brindan sostenibilidad para las empresas que quieran adoptar un modelo ecológico, pero también van dirigidas a personas naturales, y también tenderos que quieran adoptar este modelo, en general, todo el que requiera de productos para reuniones, detalles, empaques u otro tipo de eventos. Estas empresas dentro de sus políticas resaltan más que sus productos el cambio e impacto que quieren generar, para que mediante sus productos y las empresas, enseñen al público sobre el medio ambiente.

¿Cuánto vale?

A continuación, mostramos la descripción y precio de los productos más relevantes de cada una de las empresas anteriormente mencionadas.

Tabla de productos Seedpack. En la siguiente tabla encontramos los productos más destacados de dicha empresa, cantidad y valor en pesos colombianos.

Tabla 7:

Precios competidores.

PRODUCTO	UNIDADES	VALOR
Recipiente (1000gr)	**15**	**$11.168**
Bolsa en Kraft grande	**50**	**$48.711**
Bolsa en Earth Pact	**50**	**$53.599**
Contenedor tapa alta (250gr) C1	**10**	**$13.943**
Contenedor tapa alta perro sushi	**10**	**$7.722**
Contenedor tapa alta P2	**10**	**$11.806**
Bandeja separador	**25**	**$7.791**

Nota: precios Seedpack.

Tabla de productos Greenpack. En la siguiente tabla encontramos los productos más destacados de dicha empresa e igualmente los más similares a nuestra idea de negocio, en esta tabla no encontramos el valor ya que solo se da al cotizar y comprar directamente. Se adiciona una pequeña descripción del producto.

Tabla 8:

Precios competidores

PRODUCTO	REFERENCIA	DESCRIPCION
Cajas	Exhibir –CEA-FR	Pueden ser laminados con PLA (Ácido Poliláctico a base de maíz) plástico a base de maíz, o con ventanas del mismo material para que tu producto quede visible.

Cajas	Llevar –CLM-PO	Empaques diseñados para llevar todo tipo de productos Empaque que cumple la función de estuche.
Cajas	Exhibir –CEM-CA	Empaques utilizados para exhibir el producto, con ventanilla lo que permite ver el producto.
Cajas	Llevar –CLS-PA	Empaques diseñados para llevar todo tipo de productos Empaque que cumple la función de estuche
Cajas	Exhibir –CEM-E	Empaques utilizados para exhibir el producto, con ventanilla lo que permite ver el producto.

Nota: precios GreenPack

¿Qué valores añadidos tiene?

Después de haber observado los productos de dichas empresas, encontramos que tienen características destacadas como lo son el permitir ver el producto mediante una lámina transparente añadida al empaque, la variedad de diseños pensados para llevar diferentes alimentos conservando sus características. También la diversidad en cuanto a las diferentes necesidades de los consumidores de comidas rápidas y de cafetería, vasos, laminas, bolsas, portacomidas y en general, todos los productos que comúnmente nos dan con los alimentos, como plásticos y desechables. Estas empresas piensan en generar un cambio positivo para el medio ambiente, por medio de los consumidores frecuentes de alimentos, generando una conciencia positiva en cuanto al uso de plásticos, mediante productos a base de materiales biodegradables y amigables para el planeta.

5.5 Análisis de los proveedores.

Nuestro producto este elaborado a partir de materiales totalmente biodegradables, específicamente fibras vegetales con las que se realiza la tejeduría de la cestería. Dentro de los materiales más usados en esta actividad encontramos fibras como el Guano, Mimbre,

Bambú, Rattan y Yute. A continuación, vamos a mencionar cada uno de ellos y las especificaciones.

Guano: El guano es una palmera silvestre cuyas hojas son utilizadas por campesinos y campesinas para elaborar árganas que son colocadas en burros para transportar sus cultivos y el agua desde ríos cercanos. Con este material también se fabrican escobas para barrer y artesanías como carteras, macutos y vainas para machetes. e utiliza generalmente en el caballete o techo de las casas de campo cobijadas de cana, así como en paredes de casas y bohíos, y en los andullos de tabaco.

Mimbre: El mimbre es una fibra vegetal que se obtiene de un arbusto de la familia de los sauces y que se teje para crear muebles, cestos y otros objetos útiles. En el tejido se utiliza el tallo y las ramas de la planta, ya sea en todo su grosor para el marco o en lonjas cortadas longitudinalmente para el tejido propiamente tal.

Bambú: Bambú es el nombre común, de origen indio, aplicado a todas las Plantas arboriformes con tronco leñoso y forma de caña. Las semillas y raíces jóvenes se utilizan como alimento, y las hojas constituyen un excelente forraje para el ganado. De diversos tamaños, los tallos se emplean en tuberías, como madera de construcción, mástiles, puentes, así como para fabricar muebles, arcos, recipientes de cocina, cubetas, artículos de mimbre, pasta de papel, cuerdas y tejidos. Hay casas completas que se construyen con tallos de bambú.

Rattan: El rattan, es una especie de palma proveniente de las selvas tropicales del sureste asiático, este es sometido a varios tratamientos que aseguran durabilidad, maleabilidad y exótica belleza; así mismo se requieren más de 25 años para obtener el calibre optimo necesario para la fabricación de muebles, que conjunto con las texturas y el acabado que se le puede dar a este material propicia la creación de únicos y agradables

Yute: Conocido como la ‘fibra dorada’, el yute es una de las fibras naturales más largas y más usadas para diversas aplicaciones textiles. Es una fibra natural con un brillo sedoso dorado, llamada por eso mismo fibra dorada. El yute es un cultivo anual que se desarrolla en cerca de 120 días (entre abril/mayo y julio/agosto. Con las fibras se hacen cortinas, cubiertas de sillas, alfombras, tapices, y muchas veces están mezcladas con otras fibras, tanto sintéticas como naturales. Los hilos muy finos pueden separarse y convertirse en seda de imitación. El yute también puede mezclarse con lana. Si se trata el yute con soda cáustica, mejoran el

prensado, la elasticidad, la flexibilidad y la apariencia, lo que facilita el hilado con lana. (Paulino, 2017)

Luego de encontrar las materias primas con las cuales serán fabricados los cestos, vamos a identificar los diferentes proveedores que comercializan estos productos ya listos para tejer.

- Rattán Oriental: Líderes en la distribución de fibras naturales y sintéticas para la fabricación de muebles y artesanías, los productos que ofrecen son:
    - ✓ Mimbre Natural y Sintético
    - ✓ Hilos de fibra
    - ✓ Petatillo
    - ✓ Vara de rattán
    - ✓ Rejilla natural
    - ✓ Rejilla sintetica
    - ✓ Vara portuguesa

Cabe resaltar, que esta actividad es netamente artesanal. Por este motivo también encontramos que los proveedores podemos ser nosotros mismos. El sector más cercano donde podemos trabajar la producción de materia prima es Silvania – Cundinamarca, En Silvania existen aproximadamente 20 talleres que trabajan la tejeduría en mimbre; en Ibagué son cerca de 80 personas cabezas de familia que trabajan en la producción artesanal con mimbre (Hoyos, 2016). En lo general, el artesano puede llevar a cabo todas las tareas de la cadena de producción, más sin embargo hay diferentes ocupaciones en el proceso.

Cultivador: Persona que se dedica al cultivo del mimbre

Recolector de materias primas: Persona encargada de cortar las varas de mimbre con la ayuda de machetes, cuchillos, tijeras o herramientas manuales

Rajador: Persona encargada de abrir la varilla de mimbre en tres o cuatro hebras, haciendo uso de un cuchillo y un rajador.

Cepillador: Persona encargada de pasar las hebras de mimbre por la pasadora o cepillo, con el fin de pulir la fibra y darle mayor flexibilidad al material.

Tintorero: Persona que da color a la fibra. Puede manejar diferentes técnicas, todas ellas definidas por la naturaleza del colorante. Pueden ser de tipo mineral, vegetal o colorantes industriales.

Armador de estructuras: Persona encargada de realizar las estructuras necesarias para realizar el tejido en mimbre.

Tejedor: Persona encargada de entrecruzar o anudar uno o más hilos o fibras del mimbre. El tejedor mimbrero puede ser especializado en cestería o mobiliario

Elaborador de accesorios: Persona encargada de elaborar, elementos de decoración o accesorios a productos tejidos en mimbre, pueden ser trenzas, cordones, lazos etc.

Terminador: Persona encargada de dar las terminaciones a la pieza tejida, comprende actividades como corte, pulimento, recubrimientos, pintura, etc.

Maquinaria y herramientas utilizadas en el proceso de tejeduría con mimbre

Cada taller artesanal cuenta con una infraestructura similar, pero dependiendo al poder adquisitivo del núcleo artesanal la maquinaria y herramienta varía.

Dentro de las herramientas básicas, un artesano del mimbre debe contar con lo siguiente:

- Tijeras para cortar la esterilla.
- Punzón para abrir o apretar el tejido.
- Podadora para cortar los armados.
- Martillo liviano, para clavar los armados en las bases.
- Cuchillo de hoja rígida, para cortar los mimbres gruesos.
- Taladro con brocas de diferente diámetro, para los trabajos que llevan base de madera.
- Escofina para alisar la madera de los fondos.
- Cola plástica para pegar los armados en los fondos y para forrarlos con tela; cola para pegar los bordes.

Dentro de la maquinaria que un artesano necesita para el procesamiento de la materia prima, se consideran de importancia las siguientes:

- Una máquina cepilladura de mimbre.
- Una máquina pasa hebra, esta divide la hebra en dos por el espesor.
- Una máquina sin- fin, para el corte de los camones.

Existen otros elementos que ayudan también en la preparación y que se encuentran en el taller, como son:

- Un pozo de almacenamiento.
- Un tanque húmedo para mojar el mimbre antes de pasarlo por las máquinas.
- Una caldera para ablandar la corteza del mimbre antes del pelado y para dar un color rojizo al mimbre (Hoyos, 2016)

6. Segmentación de mercado

6.1.1 Bondades del producto

Nuestro producto ofrece las siguientes bondades:

1. Ayuda el medio ambiente.
2. Producto innovador.
3. Producto diferenciador.
4. Producto reutilizable.
5. Producto de diversos diseños.
6. Producto accesible y 100 % colombiano.
7. Producto generador de empleo.
8. Producto útil.
9. Producto practico y sencillo.
10. Producto generador de cultura.
11. Producto tangible.
12. Producto natural.
13. No producen elementos químicos ni gases.
14. Permite higiene en los usuarios.
15. Permite clasificarse.

6.2 Buyer persona

Fernando Mosquera de 45 años quien vive en la localidad de Soacha es una persona independiente del entorno de clase media que se dedica a la elaboración y venta de comidas rápidas en el municipio. Es una persona que le gusta cocinar y por ende aplica sus gustos a su negocio personal.

Tabla 9:

Descripción cliente ideal.

Foto del cliente	**Describe los miedos frustraciones, ansiedades**	**Desea, necesita, anhela y sueña**
	Miedo a no cumplir las ventas mensuales para el sostenimiento del negocio, frustración a llegar a cerrar el establecimiento y perder el reconocimiento de su negocio, ansiedad a no manejar las situaciones de estrés laboral.	Persona con proyectos de crecimiento personal y laboral en su negocio, desea crecer el negocio de comidas rápidas y colocar otros puntos de venta, anhela que su negocio sea distinguido por su Sazón, sueña con obtener mayores utilidades anuales y que le brinden mayor calidad de vida a su familia.
Demográficos y geográficos	**¿Que están tratando de hacer y porque es importante para ellos?**	
La empresa ricuras colombianas se encuentra en el municipio de Soacha, Cundinamarca en la dirección carrera 7 #20-05 Soacha centro, su dueño es el señor Fernando Mosquera de 45 años el cual lleva muchos años en el sector y es reconocido en la zona por su gran atención al cliente y la calidad de los productos que ofrece.	Está tratando de apoyarse en redes sociales como lo es Facebook y twitter, para promover cada vez más sus productos, quieren implementar domicilios debido a la pandemia que se está viviendo en este año 2020,estan tratando de que el punto de venta sea más distinguido en otras localidades para obtener mayor expansión.	Implementar calificaciones de servicio en donde muestre la calidad del producto y del servicio prestado al consumidor, deben generar combos de comidas rápidas en presentaciones más personales con publicidad referente a la comida ofrecida, establecer normas de higiene y seguridad, para ganar confianza en el consumidor. como barrera se encuentra que al generar domicilios solo pueden realizarlos a los lugares cercanos del establecimiento ya que no cuentan con un método de transporte más rápido como lo es una moto para desplazamientos largos.
Frases que mejor describen sus experiencias	Encontramos frases como la atención al cliente es importante, hay que atender de forma rápida al cliente, los productos deben estar bien elaborados y con buena presentación y buen sabor.	

¿existen otros factores que deberíamos tener encuentra?	Factores como la competencia, quien puede hacer las mismas comidas a menor precio.

6.3 Descripción cliente ideal.

¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente

Encontramos personas similares a nuestro cliente ideal en cada uno de las localidades de Bogota. Debido a que este tipo de negocio es representativo en la comunidad, si el negocio es B2B encontramos compañías de tamaños más grande el cual pertenecen a nicho mucho más segmentado en el cual se orienta la venta del producto directamente a la empresa.

¿Qué valores destacan a su cliente ideal? describa mínimo 5

Mi cliente ideal se destacan valores como: responsabilidad, cumplimiento en las entregas, honestidad, respeto y empatía y carisma.

¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona una semana normal.

Nuestro cliente ideal se relaciona normal mente con sus familiares que convive día a día, con sus vecinos que a la misma vez hacen función de clientes y con los proveedores que les suministra las materias primas para la elaboración de los alimentos,

¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

Consideramos que las una de las necesidades más urgentes de nuestro cliente ideal es potenciar el nombre del negocio, tratando de expandirse en otros lugares de la ciudad ya que sus productos son muy distinguidos en la zona que están por la sazón de los alimentos.

6.4 Bondades descritas ajustadas a cliente ideal.

Las bondades descritas en el numeral 1 se ajustan al cliente ideal ya que el producto proporciona cualidades positivas y se identifican con la vida cotidiana del cliente, ya que son productos tangibles que permiten cuidar el medio ambiente, adicional es un producto innovador y diferenciador de diverso diseños o presentaciones el cual su adquisición puede llegar a ser fácil en el mercado, es un producto útil, practico y sencillo como empaque primario de alimentos, al ser un producto tangible es fabricado con materias primas naturales el cual no producen elementos químicos ni gases, permite buenas prácticas de higiene y al ser natural se puede clasificar después de su consumo, lo cual ayuda en la salud de los clientes y consumidores y van de la mano del día a día del consumidor, cliente y medio ambiente.

6.5 cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.

Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto

Encontramos tres empresas que son representantes como actores del mercado similar, las cuales son Lifepack, GreenPack y Seedpack. Estas empresas están dedicadas a la creación de empaques, platos y cubiertos para celebraciones o negocios de comidas totalmente biodegradables, los cuales no causan daño al medio ambiente, en el casi de lifepack, encontramos que sus productos como platos, cubiertos y vasos se pueden plantar en el jardín

¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo?

Principalmente nuestra empresa está enfocada en los tenderos de Fontibón, negocios de comidas rápidas y venta de empanadas.

¿Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo?

Estos negocios de comidas rápidas quieren innovar de acuerdo al tiempo que estamos ahora, el cual está enfocado en crear y generar campañas y conciencia para el cuidado del medio ambiente. Dentro de esto, los vendedores de comidas rápidas han quedado como mayores contaminantes de empaques desechables y bolsas plásticas. Pero estos también quieren entrar en el mercado de eco negocios. Mas sin embargo se a encontrado que el costo de los

desechables es mucho más asequible para estos negocios y los otros productos no brindan una solución de reúso. Nuestro producto disminuye la compra y el uso de desechables para comidas rápidas, los cuales pueden ser reutilizados.

¿Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto?

Tenederos cercanos que quieran ayudar el medio ambiente mediante el cambio de los plásticos y desechables. En el barrio Arabia Fontibón principalmente podemos encontrar de 10 a 15 negocios potencialmente identificados como compradores de nuestro producto. Los cuales son emisores de dicho producto para las personas del barrio y en general de Bogotá

¿Cuantas personas o negocios definitivamente suplirán sus necesidades con su producto?

Tenderos que quieran disminuir costos en cuando a los empaques desechable y plásticos que usan diariamente. Así mismo encontramos aquellas tiendas que quieran pasarse a un modelo eco para generar un cambio a favor del medio ambiente. Cabe recalcar que en estos tiempos es de gran atractivo ser una empresa amigable con el medio ambiente, ya que llama la atención de los consumidores que quieran tener una conciencia medio ambiental y que el producto de uso diario no se lo permite.

7. Propuesta de valor

Dentro de la propuesta de valor se identificará el perfil del cliente y mapa de valor en donde se analizarán los trabajos del cliente, las frustraciones y alegrías.

7.1 Perfil cliente

Para el perfil de nuestro cliente emplearemos el siguiente esquema:

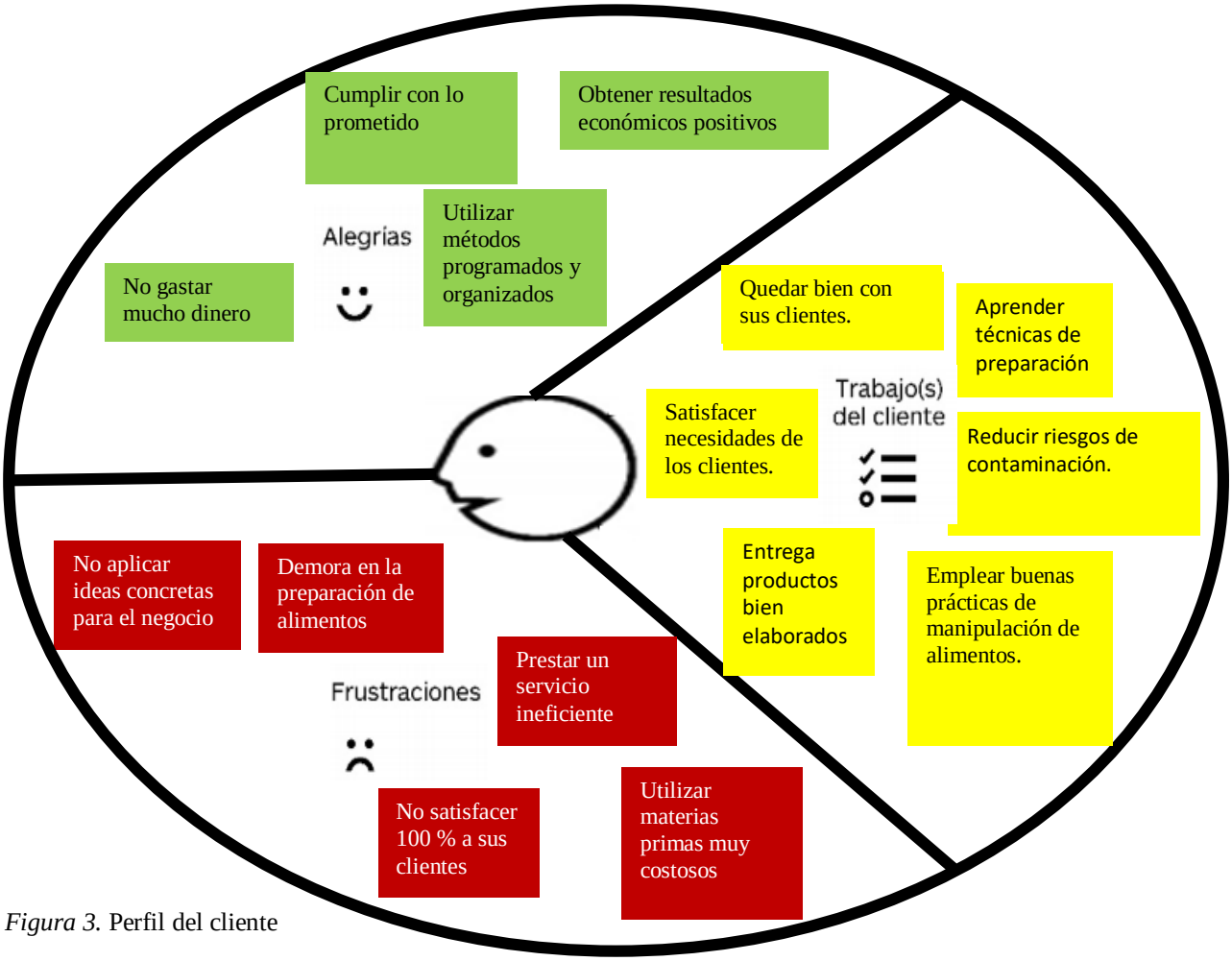

Figura 3. Perfil del cliente

7.2 Mapa de valor

Como herramienta el mapa de valor nos ayudara a poder dar soluciones a nuestros clientes.

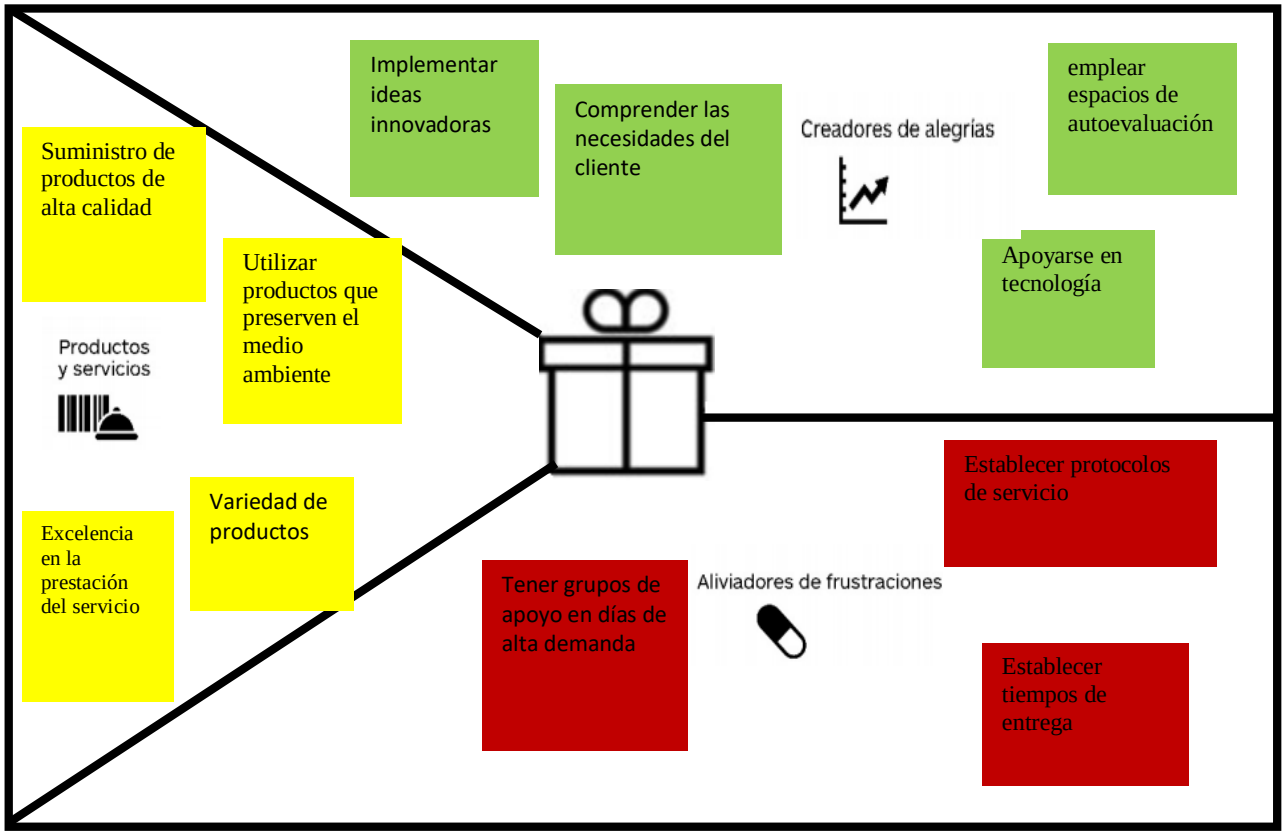

Figura 4. Mapa de valor

7.3 Declaración de la propuesta de valor

Como frase corta que ofrece nuestra idea de negocio emplearíamos la siguiente frase:

“Regresando a lo tradicional a empaques prácticos para un cambio medio ambiental”

8. Diseño del producto

8.1 Ficha técnica

Descripción y calidad del producto.

Tabla 10:

Ficha técnica.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO
A. Cestos pack
B. Elaborado a base de fibras vegetales (Mimbre y Rattan)
C.
D. Por unidad, x15 unid, x50 unid, x100 unid, x150 unid, x200unid
E. Empaques de caja de cartón, en lo general cuadradas, o de acuerdo al diseño del producto y las cantidades específicas. En las cajas se encuentra la marca impresa del logo, igualmente biodegradable.
F. Cajas de cartón con atributos visuales
G. La materia prima utilizada biodegradable, debe tener un correcto manejo para su conservación. No emplear materiales tóxicos. Dentro de los principales factores a tener en cuenta son: Temperatura, ambientes corrosivos, presión atmosférica, humedad, vibración y niveles de ruido.
H. El producto está pensado para tener una larga vida útil, pensando en que pueda ser reutilizado en otras funciones o para el mismo empaque. Al ser un producto de fibras vegetales, si es al usado o desechado inapropiadamente, es un producto biodegradable que causa poco daño al medio ambiente.
I. A parte de brindar una solución amigable mediante empaques a base de vibra vegetal. Tiene un punto diferenciador y son los diferentes diseños para las diferentes comidas rápidas que se quieran llevar. Además de esto, los diseños brindan una solución de segundo uso, donde puedas reutilizarlo para poner otros objetos u otros usos.
J. Determinantes de calidad para tejeduría en Mimbre las siguientes son las principales determinantes de calidad que aplican al producto artesanal elaborado en mimbre, tanto en piezas pequeñas como de gran formato: • La estructura del mueble debe ser hecha con maderas duras y fuertes, con las características necesarias para resistir esfuerzos y su parte inferior debe estar cubierta con lona. No deben ser visibles las puntillas y demás elementos de unión en los ensambles. • La madera que quede a la vista debe estar bien pulida y tener protección adecuada, mediante inmunizado o sellado; debe ser homogénea en su color, textura de la fibra y acabado. No debe presentar manchas o chorriones del lacado. • El producto debe tener dimensiones antropométricas, guardando simetría y proporción que resulte cómoda en su contacto con el cuerpo (ergonomía). • El producto no debe llevar en su tejido carnaza o vigolo, material poco resistente y quebradizo frente a presiones normales. • Las zonas embarriladas no deben dejar ver la estructura (a no ser que esto haga parte del diseño y la madera tenga un buen acabado). El tejido debe tener un patrón continuo, sin saltos, y no se debe notar el comienzo ni el final de cada hebra, la cual no puede estar quebrada. • Los armados o parales del tejido deben estar enteros sin rajaduras, fracturas o

quiebres en toda su longitud. Tanto hebras como armados deben estar libres de manchas, humedad, hongos y agujeros o deformaciones causados por insectos. • Los parales base deben tener una longitud que alcance hasta el remate y deben quedar todas sus puntas entretejidas; deben ser suficientemente firmes para que durante el uso no se desarme el tejido. • Cuando el producto emplee partes eléctricas, deben cumplir requisitos mínimos de seguridad y facilitar el mantenimiento y reposición. El producto debe estar acompañado de instrucciones de uso y mantenimiento. • En acabados de color, la superficie debe ser uniforme, sin vetas, manchas o zonas más claras u oscuras. El lacado debe estar uniforme, sin grumos o zonas con gotas secas. • Los productos de cestería deben tener estabilidad estructural y sus bases deben quedar parejas para que sean estables. Los remates y terminaciones deben estar muy bien hechos. • Las medidas de los productos deben ser las que se manejan estandarizadas y coincidir con las fichas técnicas que se hayan entregado. El producto debe cumplir con las características de diseño establecidas, relacionadas con uniformidad en diseño, dimensión y proporciones. Debe tener buenos acabados en todas sus partes.

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN.

8.2 Ciclo de vida

Nuestro producto es una idea innovadora la cual se encuentra en la introducción de su ciclo con el fin de posicionarlo en el mercado realizando mejoras para la satisfacción de nuestros clientes investigando las respuestas positivas y negativas hacia este, al no tener demanda iremos adaptando nuestro producto a medida de las necesidades de nuestros compradores y así lograr obtener respuestas favorables y promocionándolo para que cada vez seamos más reconocidos en el entorno de los empaque biodegradables para las comidas rápidas

8.2.1 Definición estratégica

En el mercado colombiano para poner en marcha nuestra idea de negocio y poder cumplir las expectativas, se debe efectuar las siguientes normas, leyes o decretos para que la idea de negocio pueda funcionar y cumpla lo requerido por los entes que regulan el funcionamiento.

8.2.2 Libro primero capítulo I calificación de los comerciantes Articulo 10 código de comercio:

Este articulo menciona quienes son comerciantes mediante los siguientes criterios, Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere, aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona, quien regula este funcionamiento es la cámara de comercio y Dian.

8.2.3 Libro primero capítulo II Articulo 19 código de comercio obligación de los comerciantes:

En este artículo de acuerdo a idea de negocio es obligación de todo comerciante los siguientes requisitos.

1. Matricularse en el registro mercantil.
2. Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad.
3. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
4. Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.
5. Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles.
6. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal (Senado, 2020).

8.2.4 Resolución número 834 de 2013 ministerio de salud y protección social

En esta resolución establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los materiales, objetos, envases y equipamientos celulósicos y sus aditivos, destinados a entrar en contacto con alimentos y bebidas para consumo humano el cual debemos tener en cuenta para la fabricación de nuestro producto teniendo encuentra el artículo 3, en donde enuncia materiales celulósicos para la fabricación (social, Resolucion 834 de 2013, 2013).

8.2.5 Artículo 78 de la constitución política

El artículo 78 de la constitución política menciona que la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos (colombia, 2020).

8.2.6 Resolución 683 de 2012 minsalud

Para nuestra idea de negocio consideramos que esta resolución es muy fundamental tenerla en cuenta ya que menciona sobre el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los materiales, objetos, envases y equipamientos destinados a entrar en contacto con alimentos y bebidas para consumo humano (social, resolucion 683 de 2012, 2012).

8.2.7 Diseño de concepto

Maquinaria y herramientas utilizadas en el proceso de tejeduría con mimbre

Cada taller artesanal cuenta con una infraestructura similar, pero dependiendo al poder adquisitivo del núcleo artesanal la maquinaria y herramienta varía.

Dentro de las herramientas básicas, un artesano del mimbre debe contar con lo siguiente:

- Tijeras para cortar la esterilla.
- Punzón para abrir o apretar el tejido.
- Podadora para cortar los armados.
- Martillo liviano, para clavar los armados en las bases.
- Cuchillo de hoja rígida, para cortar los mimbres gruesos.
- Taladro con brocas de diferente diámetro, para los trabajos que llevan base de madera.
- Escofina para alisar la madera de los fondos.
- Cola plástica para pegar los armados en los fondos y para forrarlos con tela; cola para pegar los bordes.

Dentro de la maquinaria que un artesano necesita para el procesamiento de la materia prima, se consideran de importancia las siguientes:

- Una máquina cepilladura de mimbre.
- Una máquina pasa hebra, esta divide la hebra en dos por el espesor.
- Una máquina sin- fin, para el corte de los camones.
- Existen otros elementos que ayudan también en la preparación y que se encuentran en el taller, como son:
- Un pozo de almacenamiento.
- Un tanque húmedo para mojar el mimbre antes de pasarlo por las máquinas.
- Una caldera para ablandar la corteza del mimbre antes del pelado y para dar un color rojizo al mimbre (Hoyos, 2016)

8.2.8 Diseño en detalle

Para nuestra idea de negocio se imprentará el siguiente diagrama de bloques:

Figura 5. Diagrama de bloques.

8.2.9 Cadena de distribución

Como cadena de distribución se empleará el siguiente diagrama:

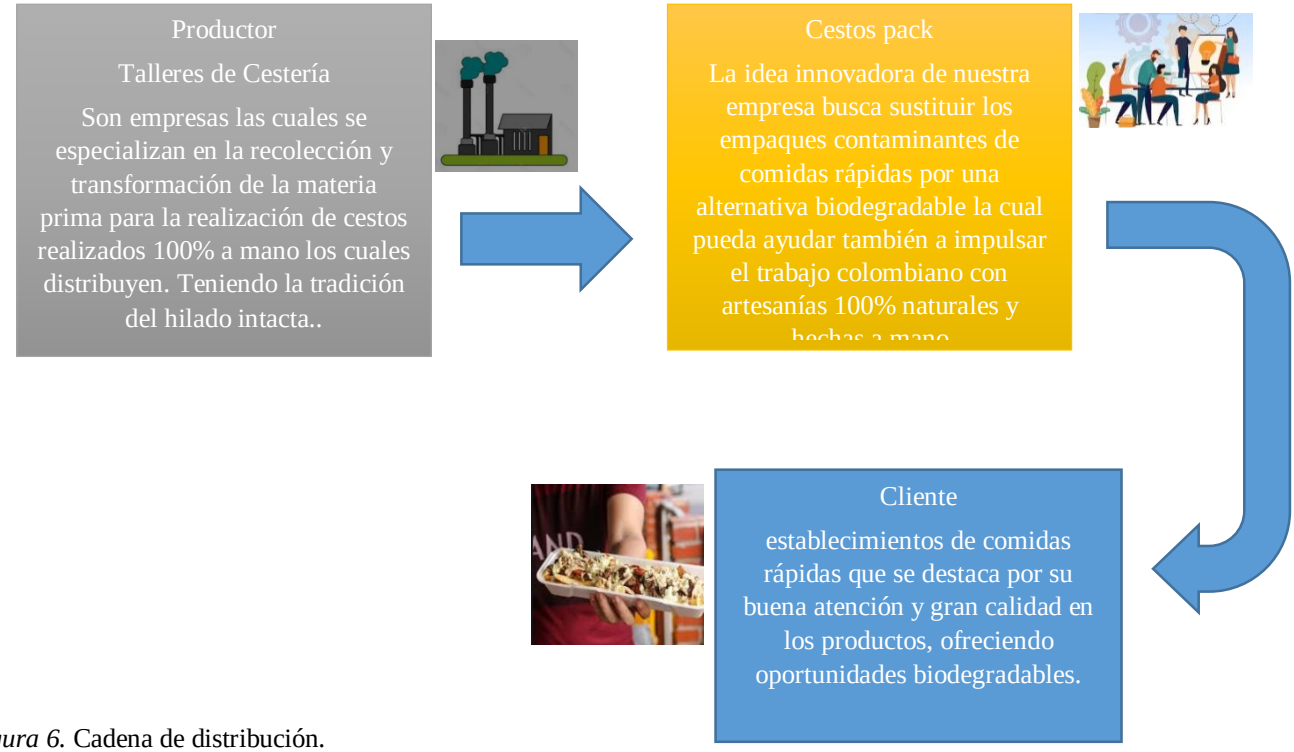

Figura 6. Cadena de distribución.

8.3 Validación y verificación

Para la validación y verificación de nuestro producto es importante resaltar y conocer si cumple las especificaciones y perspectivas de los clientes, validar antes de salir al mercado es fundamental ya que orienta a que se desarrolle todas las exigencias de los clientes.

Como indicadores de calidad antes de salir al mercado se aplicarían:

1. Calidad
2. Compras
3. Desarrollo
4. Atracción
5. Credibilidad
6. Innovación
7. Consumo
8. Originalidad
9. Valor compartido
10. Alcance en tics

8.4 Producción

8.4.1 Empaque del producto

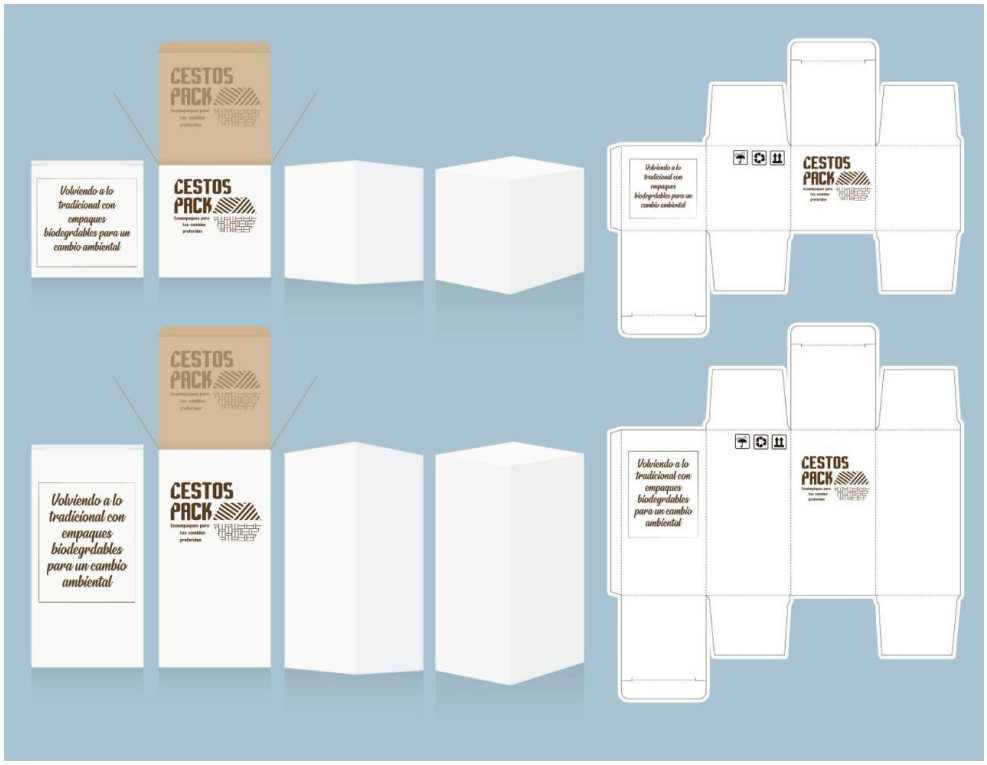

Figura 7. Empaque de producto

8.4.2 Etiqueta de producto

Figura 7. Etiqueta del producto

9. **Precio de venta**

Tabla 11:

Costo de producción.

COSTOS DE PRODUCCIÓN (1 CESTO)	
Costo unitario de materiales	**600**
Costo unitario mano de obra	**1200**
Cotos indirectos de la fabricación	**600**
COSTO TOTAL UNITARIO	**2400**

Nota: Tabla extraída de corporación unificada CUN.

Pv=costo total unitario /1-40% Operación 2400/ 1- 40%

Pv=2400/ 1-0.4

Pv=2400/0.6

Pv=4000

10. **Prototipo**

10.1 Brochure

El Brochure, es una herramienta que nos facilita mostrar de la información de nuestra empresa en un folleto con las especificaciones más importantes de nuestra idea de negocio. Esto con el fin de poder informar a nuestros clientes mayoristas y quienes quieran apoyar la idea de negocio. En el siguiente brochure presentamos la información más relevante y nuestros servicios y compromisos con el medio ambiente.

Figura 8. Brochure empresarial tiro

Figura 9. Brochure empresarial retiro

10.2 Prototipo

Cestos pack quiere entrar al mercado como una empresa de soluciones biodegradables en empaques de comidas rápidas, nos apoyamos de la mano de nuestros artesanos mimbreros de Silvania, Cundinamarca. En el siguiente prototipo digital, mostraremos una aproximación visual de lo que es el diseño y tejido de nuestros productos. Para ello tomamos los empaques más representativos entre comidas rápidas.

Figura 10. Prototipos productos cestos pack.

11. **Modelo running lean**

Para el desarrollo de nuestra idea de negocio estableceremos el modelo running lean el cual nos permite conocer el producto o servicio que vamos a ofrecer en el mercado.

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Problema

*Empaques de comidas rápidas de material desechable, generando un gran contaminante para el medio ambiente.

*Productos desechables que han remplazado la cultura y trabajo artesanal</td>
<td>Solución

*Brinda alternativa biodegradable para empaque de comidas rápidas.

* producto innovador practico y sencillo el cual Incentiva el trabajo artesanal en Colombia.

*producto reutilizable que ayuda al medio ambiente.</td>
<td rowspan="2">Propuesta de Valor única

Suministrar un producto innovador y biodegradable, utilizando materiales basados en fibras vegetales, con diseños prácticos y reutilizables supliendo las necesidades de los consumidores.</td>
<td>Ventaja injusta

Nuestro producto es revolucionario y amigable 100% con el medio ambiente supliendo los empaques de comidas rápidas</td>
<td rowspan="2">Segmento de clientes

Personas de establecimientos de comidas rápidas y consumidores.</td>
</tr>
<tr>
<td>Métricas Clave

*Cantidad de unidades de empaque en pedidos

*Recurrencia de Necesidad de los clientes</td>
<td>Canales

*Establecimientos de comidas rápidas en los barrios de Bogotá.

*Redes sociales y pagina web

*Trato directo y personalizado.</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Estructura de costos

*Pago en mano de obra.

*Pago en publicidad.

*Infraestructura.

*Distribución y comercialización.</td>
<td colspan="2">Fuentes de ingresos

* Remuneración por las ventas realizadas.

*Promotores de emprendimientos.</td>
</tr>
</table>

Modelo Running Lean de la empresa CESTOS PACK

12. **Validación de ideas de negocio**

12.1 Objetivo de la investigación

Identificar consumidores y vendedores de comidas rápidas quienes prefieran optar por una solución biodegradable para los empaques de estos alimentos que normalmente con llevan el uso excesivo de plásticos y desechables.

12.1.1 Objetivos específicos de la investigación

- Evaluar los efectos positivos de los empaques biodegradables como opción sustentable en el mercado de comidas rápidas a domicilio
- Identificar la frecuencia de compra de comidas rápidas a domicilios que solicitan los bogotanos para empatar la demanda del producto
- Determinar qué cantidad de consumidores pueden optar por un empaque biodegradable a reemplazo de plásticos y desechables
- Observar la posición de los consumidores frente a la llegada de productos artesanales a base de fibra vegetal como reemplazo de empaques desechables.

12.2 Tipo de investigación a realizar

Se realizará una investigación cuantitativa para identificar cifras exactas y porcentajes de usabilidad, compra, apoyo y gusto por nuestro producto. Se pretende probar qué cantidad de potenciales consumidores de comidas rápidas, optan por un empaque elaborado a partir de fibras vegetales para llevar estos alimentos.

12.3 Formulario de encuestas

Cestos Pack, es un emprendimiento enfocado al medio ambiente, el cual quiere apoyar los artesanos de Cundinamarca, mediante el diseño y comercialización de empaques biodegradables para comidas rápidas elaborados a partir de fibras vegetales (Mimbre y Rattan).

1. **¿Con que frecuencia, pide domicilios y lleva para su hogar comidas rápidas?**

a. Diario

b. Semanal

c. Mensual

2. **¿Considera que una canasta artesanal hecha a medida para una hamburguesa, es antihigiénico o desagradable a la vista?**

a. Si

b. No

3. **¿Estaría dispuesto a reutilizar el empaque (Canasto artesanal) de alguna comida rápida para una siguiente compra?**

a. Si

b. No

4. **¿Considera que un empaque elaborado a partir de fibras vegetales es agradable como un obsequio?**

a. Si

b. No

5. **¿Ve incomodo el hecho de transportar un cesto artesanal como empaque de sus comidas rápidas de frecuente compra hasta su casa o lugar de destino?**

a. Si

b. No

6. **¿Cree que los cestos artesanales elaborados a partir de fibras vegetales, son una solución amigable con el medio ambiente para disminuir los plásticos y desechables?**

a. Si

b. No

7. **¿Apoyaría los productos biodegradables fabricados artesanalmente para el consumo de comidas rápidas?**

a. Si

b. No

8. **¿Para el cuidado del medio ambiente y al momento de consumir productos de comidas rápidas, que empaque preferiría para su producto de comidas rápidas**?

a. Bolsas y desechables

b. Empaques biodegradables

c. Empaques de vidrio

d. otro

9. **¿Si existiera un empaque reutilizable y biodegradable un poco más costoso a un empaque desechable tradicional lo adquiriría?**

a. Si

b. No

10. **¿Qué precio pagaría por un empaque biodegradable y reutilizable, para el consumo de comidas rápidas y comidas caseras?**

a. 2000-2900

b. 3000-3900

c. 4000-4900

d. 5000-5900

12.4 Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la muestra se pretenderá encuestar a habitantes del barrio suba Tibabuyes por upz # 71 el cual actualmente tiene una población total de 222,576 personas, el cual en la upz Tibabuyes hay una población de 37,096 personas

Nivel de confianza 95 %

Grado de error 5 %

Formula:

$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$

- ✓ Nivel de confianza (Z) = 1.96
- ✓ Grado de error (e) = 0.05
- ✓ Universo (N) =37096
- ✓ Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- ✓ Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (37096)) / ((37096) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))$

n = ((3.84) (0.25) (37096)) / (37096) (0.0025) + (3.84) (0.25))

n = 35612.16 / 92.74 + 0.96

n = 53418.24 / 93.7

n = 570

13. **Tabulación y análisis de la información**

Se realizó una encuentra a 47 personas para conocer sus opiniones al respecto con diferentes situaciones dando su preferencia con los productos, mostrando si nuestro producto serio llamativo al momento de adquirirlo y si podrían utilizarlo.

Gráfico 1.

Análisis: se identifica que nuestros posibles consumidores piden domicilios mensualmente con un resultado de 68,1 %. El 31,9 % pide domicilios semanalmente, lo cual identificamos que nuestros productos pueden llegar a tener frecuencias de demanda altas mensualmente.

2. ¿Considera que una canasta artesanal hecha a medida para una hamburguesa, es antihigiénico o desagradable a la vista?

47 respuestas

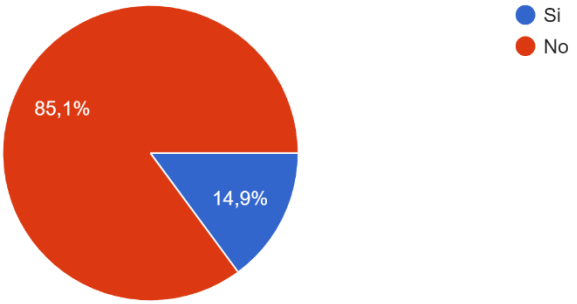

Gráfico 2

Análisis: Teniendo como base el resultado de la encuesta anterior podemos deducir que el 85,1% de las personas que realizaron la encuesta creen que un empaque artesanal es higiénico y el otro 14,9% dice que no le parece higiénico dando como resultado que la mayoría de las personas no tiene inconveniente al recibir una canasta artesanal empaque

3. ¿Estaría dispuesto a reutilizar el empaque (Canasto artesanal) de alguna comida rápida para una siguiente compra?

47 respuestas

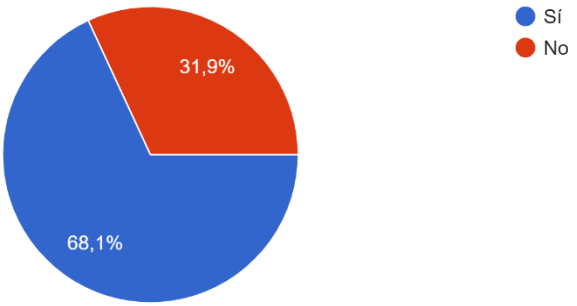

Gráfico 3

Análisis: Según los resultados podemos decir que el 31,9% de los encuestados no están desacuerdo con reutilizar los empaques, por otro lado, el 68,1% les parece bien la reutilización de estos canastos artesanales, con este resultado podemos de3cir que es posible reutilizar los empaques para que puedan tener una segunda utilización

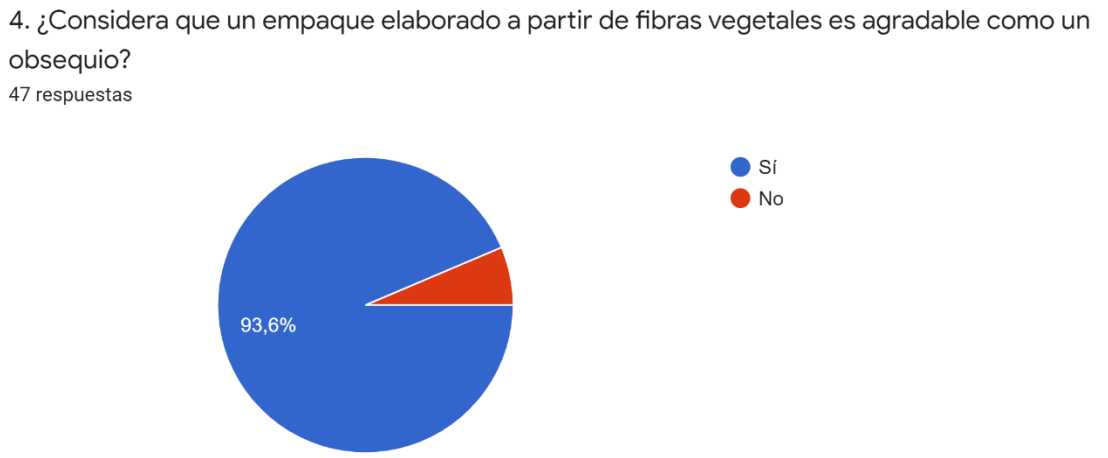

Gráfico 4

Análisis: El 93,6% de las personas que realizaron la encuesta creen que sería un buen regalo y un 6,4% no les parece adecuado dando como resultado que a la vista sería un gran detalle para alguna ocasión

Gráfico 5

Análisis: La respuesta que nos dieron con la pregunta anterior el 80,9% de las personas que realizaron la encuesta no tienen problema con transportar un cesto artesanal hasta su

residencia por el contrario con un 19,1% les parece incómodo y un poco molesto, esto nos indica que la mayoría podrían llevar el empaque hasta su casa sin problema alguno

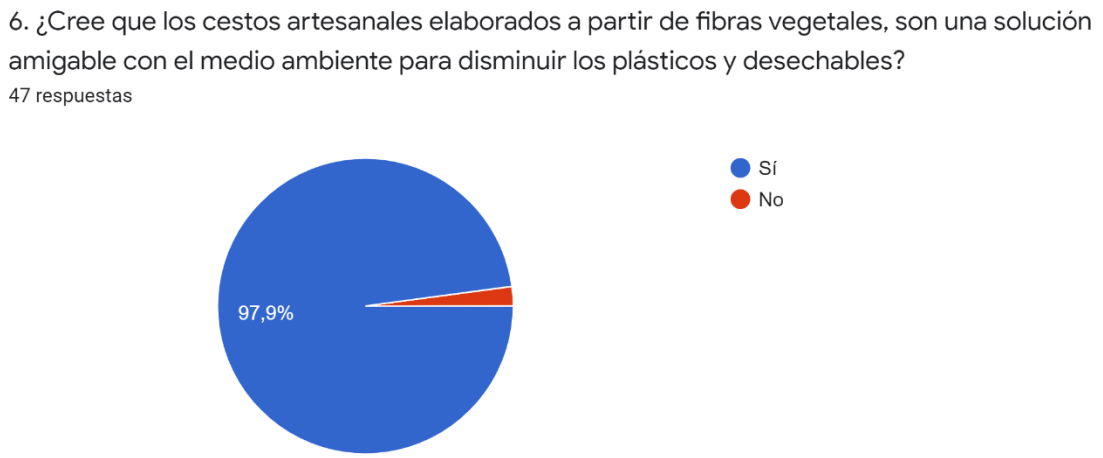

Gráfico 6

Análisis: El gráfico representa un resultado positivo frente a las soluciones medio ambientales que puede brindar nuestro producto artesanal, con un 98% los encuestados apoyan cestos artesanales como soluciones biodegradables. Bien sabemos que estamos en época donde se quiere tener una conciencia y un aporte al medio ambiente reduciendo plásticos y desechables, este resultado nos brinda un apoyo al momento de posicionar en el mercado de empaques de comidas rápidas, cestos de mimbre.

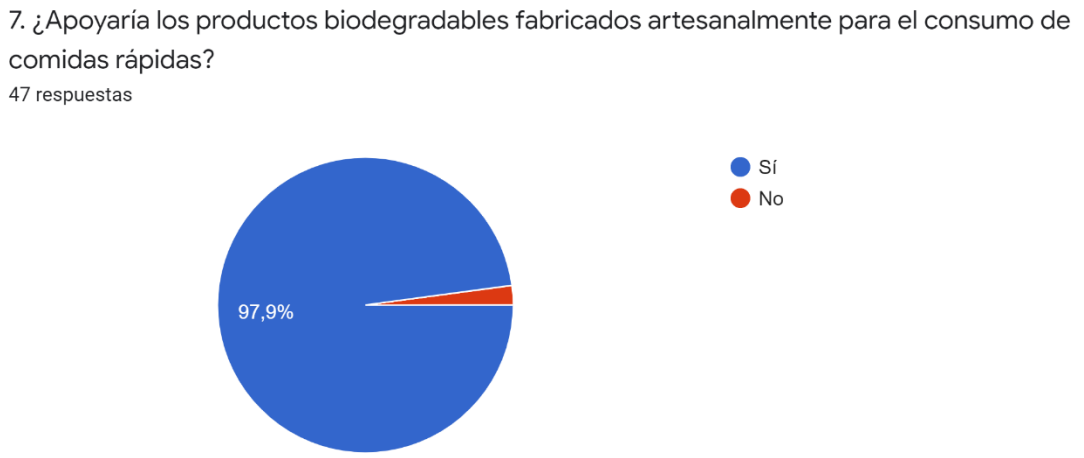

Gráfico 7

Análisis: De acuerdo al resultado del gráfico frente a las respuestas obtenidas, podemos notar que los encuestados apoyan con un 98% los productos fabricados por manos artesanas. Optan favorablemente por una opción biodegradable diseñada con productos mimbre. Con esto podemos notar que nos brindan una excelente aceptación frente al material y el uso del mismo.

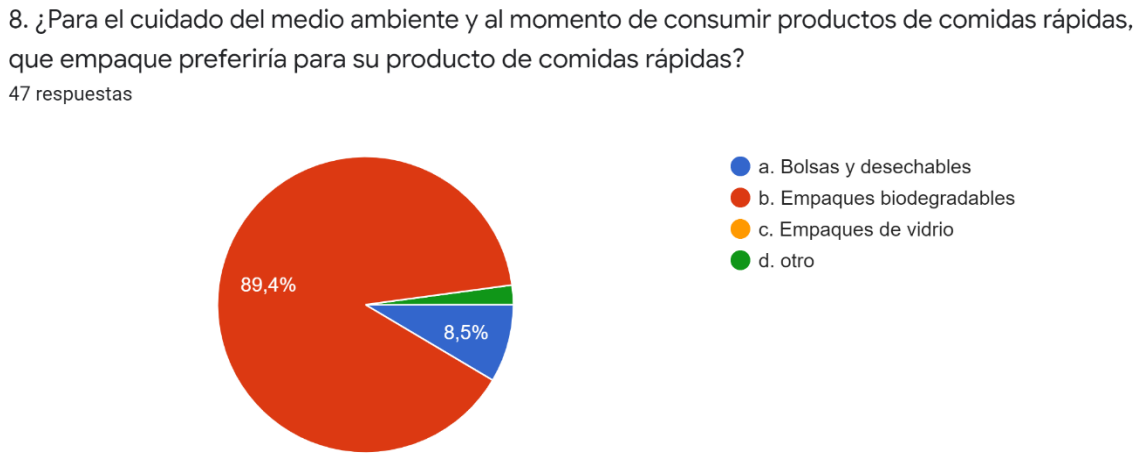

Gráfico 8

Análisis: En el anterior gráfico podemos notar que el 89.4% de los encuestados cuando compran comidas rápidas prefieren llevar un empaque biodegradable para sus comidas, claramente aceptarían disminuir el uso de plásticos. Sin embargo, un 8.5% decide llevar sus alimentos en plásticos y desechables. Con esto podemos notar que la aceptación de un producto biodegradable en el mercado de empaques es alta y apoyada por quienes consumen regularmente comidas rápidas a domicilio que evidentemente apoyan el reemplazo de una bolsa plástico por un cesto de mimbre.

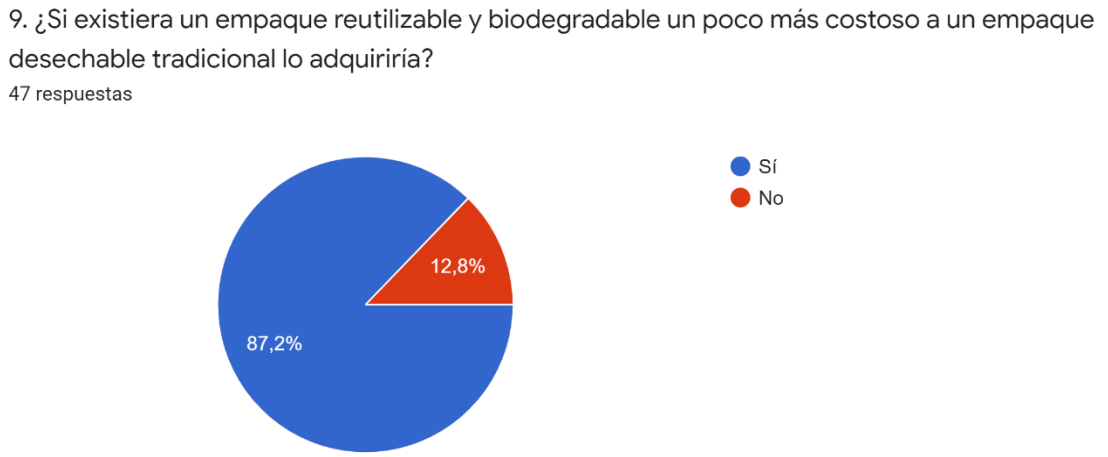

Gráfico 9

Análisis: El 82 % de los encuestados dicen, que si existiera un empaque reutilizable y biodegradable siendo un poco más costoso a un empaque desechable si estarían dispuestos a pagar por el empaque biodegradable, el 12,8 % dicen que no lo adquiriría.

10. ¿Qué precio pagaría por un empaque biodegradable y reutilizable, para el consumo de comidas rápidas y comidas caseras?

47 respuestas

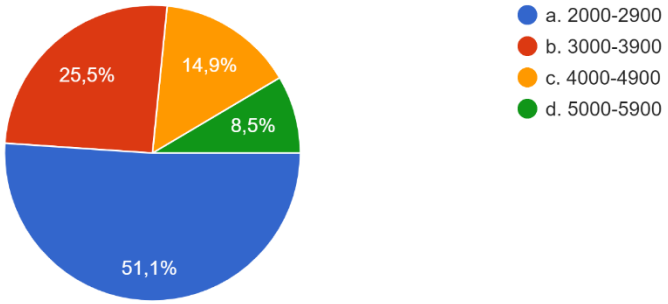

Gráfico 10

Análisis: El precio más representativo que los encuestados pagarían por un producto biodegradable y reutilizables para el consumo de comidas rápidas es de $ 2,000 a 2,900.

1. **51.1 % pagaría entre 2000 a 2900**
2. **25.5 % pagaría entre 3000 a 3900**
3. **14,9 % pagaría entre 4000 a 4900**
4. **8.5 % pagaría entre 5000 a 5900**

14. **Lecciones aprendidas y recomendaciones**

Dentro del aprendizaje obtenido en el proceso, pudimos adquirir conocimientos de organización, investigación y desarrollo de un proceso para el desarrollo de una idea de negocio. Tenemos claro que para poder lograr unos objetivos e idea principal se requiere una serie de pasos y ejercicios que nos ayudan a fortalecer el proyecto planteado. Dentro del desarrollo de una idea se requiere el análisis de diferentes entornos, sociales, legales, ambientales y económicos, el planteamiento e investigación del mismo nos arrojaran resultados positivos al proyecto. Podemos decir que gracias a este proyecto tenemos la base para crear una empresa con los semblantes que semana a semana, nos ayudaron a la realización del proyecto con estudios 100% reales los cuales nos muestran aportan a la efectividad de nuestra idea de negocio.

Los conocimientos obtenidos nos ayudan a poder tener una oportunidad de emprender y salir con una idea de negocio al mercado con un producto innovador teniendo más oportunidades de crecer en el entorno laboral al seguir los parámetros aplicados en la clase. Igualmente, con el anterior proyecto presentado, queremos lograr impulsar y dar una oportunidad de tener un mayor reconocimiento a las artesanías trabajadas con fibra vegetal de mimbre de Silvania Cundinamarca, apoyar al trabajo artesanal para que sea visto como cultura tradicional y acogido por mas bogotanos.

15. **Bibliografía**

Arias, G. (16 de Enero de 1995). *la cesteria se teje en apulo*. Obtenido de EL TIEMPO: https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-304704

Casas Caro, l. F., & lozano, A. (19 de Septiembre de 2018). *Biocomercio y sostenibilidad: análisis en torno a las materias primas de las artesanías en Colombia*. Obtenido de Intropica : http://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/intropica/article/view/2560/2228

colombia, C. p. (05 de octubre de 2020). *articulo 78*. Obtenido de constitucion politica: https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-78

Greenpack. (18 de Septiembre de 2020). *Green Pack*. Obtenido de Green Pack: 2020

Hoyos, S. N. (23 de Junio de 2016). *Proceso de tejeduria en Mimbre: SILVANA NAVARRO HOYOS*. Obtenido de SILVANA NAVARRO HOYOS, consultoría Investigación y proyectos estratégicos: https://www.silvananavarro.com/post/2016/06/23/proceso-de-tejedur%C3%ADa-en-mimbre

Mincomercio. (18 de Diciembre de 2019). *Ministerio de comercio y turismo*. Obtenido de Mincomercio: https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/con-buenas-ventas-cierra-expoartesanias-2019

Paulino, B. (27 de Julio de 2017). *Las fibras: Arte y fotografía*. Obtenido de Slideshare Arte y fotografía: https://es.slideshare.net/biancapaulino374/las-fibras

Rodriguez Acuña, j. D. (29 de Noviembre de 2018). *Resolucion 280 de 2015 "Por la cual se determino la zona de proteccion del rio apulo"*. Obtenido de Blog departamento del derecho de medio ambiente : https://medioambiente.uexternado.edu.co/resolucion-280-de-2015-por-la-cual-se-determino-la-zona-de-proteccion-del-rio-apulo/

Senado, S. (22 de Septiembre de 2020). *Decreto 410 de 1971*. Obtenido de leyes desde 1992: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html#10

social, M. d. (28 de Marzo de 2012). *resolucion 683 de 2012*. Obtenido de acoplasticos: https://www.acoplasticos.org/boletines/2019/NormasAmbientales/6.1%20Resoluci%C3%B3n%20683%20de%202012.%20Minsalud.pdf

social, M. d. (26 de Marzo de 2013). *Resolucion 834 de 2013*. Obtenido de Minsalud: https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-0834-de-2013.pdf

turismo, M. d. (18 de Diciembre de 2019). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de Mincomercio: https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/con-buenas-ventas-cierra-expoartesanias-2019

Val, A. A. (2017). *Comportamiento del consumidor de comida rápida: El caso de la ciudad de huesca.* Zaragoza, España .