



CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

III CORTE: INNOVACIÓN

LAS GUSTOSITAS



INTEGRANTES

Álvarez Rodríguez Yudi Milena

Cueto Contreras Brenda

Montiel Prieto Hernando

@LasGustositas

@Empanadasgustositas



313 – 548 -45606

Escuela de Ciencias Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Creación de Empresas II

Bogotá

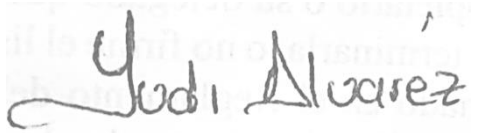
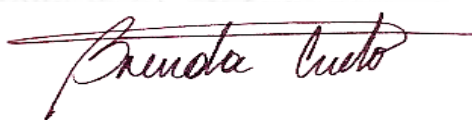

2020

COMPROMISO DEL AUTOR

Nosotros, Álvarez Rodríguez Yudi Milena, identificada con C.C. 1032381125; Cueto Contreras Brenda, identificada con C.C. 1127598276; Montiel Prieto Hernando identificado con C.C. 1106779717, estudiantes del Programa de Administración de Empresas, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firmas.



Contenido

1.	Descripción de la idea de negocio:.....	5
2.	Modelo de Negocio	7
2.1	Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:.....	7
2.2	Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:	8
2.2.1	Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	8
2.2.2	Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?.....	8
2.2.3	Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	8
3.	Innovación sostenible:.....	9
4.	Análisis del Sector	11
4.1	Estrategia Océano Azul:.....	11
4.2	Análisis de Porter:	13
5.	Marketing MIX	14
5.1	Estrategias de producto para clientes	14
5.1.1	Portafolio.....	15
5.2	Estrategia de precios	16
5.3	Estrategia de distribución	16
5.4	Estrategia de comunicación	16
6.	Desarrollo de la marca	20
7.	Marketing digital	21
8.	Métricas Claves	24
9.	Estudio Técnico	27
9.1	Localización del Proyecto	28
10.	Estudio Técnico II	31
10.1	Flujograma	31
10.2	Cuadro de Productos.....	32
11.	Ficha Técnica	34
11.1	Ficha Técnica del Producto	34
11.2	Ficha Técnica del Servicio	41
12.	Producto Mínimo Viable.....	45
	CONCLUSIÓN	46
	BIBLIOGRAFIA	47

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.-Portafolio	15
Ilustración 2.- Marketing Digital	21
Ilustración 3.- Página Web Inicio	21
Ilustración 4.- Página Web	22
Ilustración 5.- Móvil 3	22
Ilustración 6.- Móvil 2	22
Ilustración 7.- Móvil 1	22
Ilustración 8.- Pantallazo Landing Page Web	23
Ilustración 9.- Móvil 4	23
Ilustración 10.- Móvil 4	23
Ilustración 11.- Móvil 5	24

1. Descripción de la idea de negocio:

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Desarrollaremos una empresa de producción y distribución de empanadas horneadas para eventos familiares, tipo catering a domicilio, con el propósito de inculcar en las personas que consuman nuestro producto, la importancia de comer sano en los eventos o festejos, el producto que ofrecemos, tiene grandes beneficios para el cuerpo humano, todos los ingredientes que manejamos para la realización de las empanadas de principio, proporcionan ventajas tanto para personas que tengan condiciones de salud delicada, es decir, que tengan restricción alimenticias o para las personas que les gusta cuidar de alimentación o para las personas que no tiene ningún rigor la comer. A fin de darnos a conocer por nuestro interés en que las personas coman sano en los eventos familiares, nuestra calidad,</p>
--	---

	frescura de nuestro producto y tiempo de entrega.
¿Quién es el cliente potencial?	Nuestro producto lo ofrecemos para que sea consumido en los eventos familiares y requieran solución oportuna para atender a sus invitados, brindando empanadas horneadas que sean de gran beneficio para la salud alimentaria de las personas
¿Cuál es la necesidad?	Ofrecer una alternativa rápida y ágil a la persona encargada de organizar el evento familiar, con el fin de optimizar su tiempo. Además de
¿Cómo?	Por medio online, podrá acceder a nuestros menús y realizar su orden de compra.
¿Por qué lo preferirán?	Por calidad y frescura de nuestros productos, respaldada por una entrega oportuna

2. Modelo de Negocio

2.1 Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:



2.2 Escoja un modelo de negocio de ventas por Internet y responda estas preguntas:

2.2.1 Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

El modelo de negocio de ventas por internet que implementaremos será, E-commerce, como el producto que ofrecemos será por medio online con envío a domicilios, la captación de clientes, se hará por medio de publicidad y flash sales ofreceremos descuentos y promociones que incentiven a las personas comprar de nuestros productos en un corto periodo de tiempo a través en redes sociales de forma interactiva, para llamar la atención de nuevos clientes, además de fidelizar a los ya existentes; Crear una especie de tarjeta vip con la cual tenga acceso a beneficios y ofertas exclusivas.

2.2.2 Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Incluiremos diversidad en la gastronomía gracias a un menú variado, para lo diferentes gustos de nuestros clientes.


Crear contenido de interés para nuestros consumidores, para conectar con nuestros clientes o nuevos clientes.

2.2.3 Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Para cerrar la venta por internet de la escucha a nuestros clientes, con el fin de satisfacer su requerimiento, despertarles interés en nuestro portafolio de servicio, cumplir sus expectativas, ofrecer no solo en producto, sino los beneficios que trae su consumo, darle a conocer al cliente lo fácil y rápida que es la adquisición y entrega, transmitiremos confiabilidad y seguridad en nuestro servicio, ya que somos los primeros que debemos creer en la calidad de nuestro productos, desde principio a fin de cada uno de los procesos.

Transferencias bancarias; tarjetas de crédito y débito; giros por Efecty; servicio de Nequi y Daviplata.

3. Innovación sostenible:

	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>PRODUCTO O SERVICIO ¿EL PRODUCTO TIENE UN ECODISEÑO?</p>	<p>El uso dado eficiente del agua siempre se le ha dado uso correctamente utilizando métodos donde nos permite contribuir al medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al lavar las manos utilizar la menor cantidad posible. - Revisar que la llave quede bien cerrada - No dejar el grifo abierto inútilmente. - Utilizar sistemas que nos permita reciclar el agua. - Ser consiente 	<p>Es la oportunidad perfecta para tomar conciencia sobre las políticas de eficiencia energética, que ya se encuentran desarrollando, y que consiste en consumir energía de manera responsable, realizando las mismas actividades diarias, pero con menos cantidad de energía de lo habitual. De esa manera ahorramos dinero y cuidamos el medio ambiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizando reguladores 	<p>¿Reduce los insumos?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprando materias primas al por mayor - utilizando los insumos necesarios para cada producción. - comprar materias primas a empresas que gestionen procesos ecológicos <p>Materias primas a utilizar en nuestro producto</p> <ul style="list-style-type: none"> - harina - aceite - huevos - carnes - azúcar - sal - quesos - vegetales (espinacas, champiñones, berenjenas.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar el uso de la bicicleta al cliente interno - reducción de emisiones - Empresa tercerizada para realizar los domicilios. - utilizar una campana extractora que nos ayude a reducir los gases que se generan al producir las empanadas. 	<p>¿Qué residuo recicla?</p> <ul style="list-style-type: none"> -El orden adecuado del uso del manejo de productos reciclables. -El cartón -Los embaces o plásticos retornables -Las bolsas plásticas - desarrollar sistemas para todos los tipos de reciclajes por medios de puntos ecológicos.

		<p>de flujo luminoso</p> <ul style="list-style-type: none"> - utilizando bombillas que nos permita utilizar menos energía con lámparas led - teniendo conciencia en los trabajadores para apagar las luces. - dejando los equipos que no requieran desconectados <p>Utilizando una toma de múltiples conexiones.</p> <p>¿Qué equipos utiliza?</p> <ul style="list-style-type: none"> - un computador. - refrigeradores - moldeadora - horno - estufa 	<p>- condimentos.</p> <p>¿Qué empaque y embale utiliza?</p> <ul style="list-style-type: none"> - empaques y embalajes ecológicos para alimentos, que sean biodegradable (Seed pack). 		
MARKETING	<p>Hacer alianzas con empresas que dentro de su gestión sean amigables con el agua.</p>	<p>El medio de transporte, será tercerizada, empresas nos prestarán el servicio de entregas a domicilios.</p>	<p>Es un producto eco amigable ya que es de uso único y su embalaje es con un sistema reciclable.</p>	<p>Utilizar transporte que nos permita aportar y contribuir al mejoramiento del medio ambiente con bajas emisiones.</p>	<p>Hay que generar actividades y campañas que nos permita comunicar y emitir conciencia sobre el uso del reciclaje.</p>

4. Análisis del Sector

4.1 Estrategia Océano Azul:

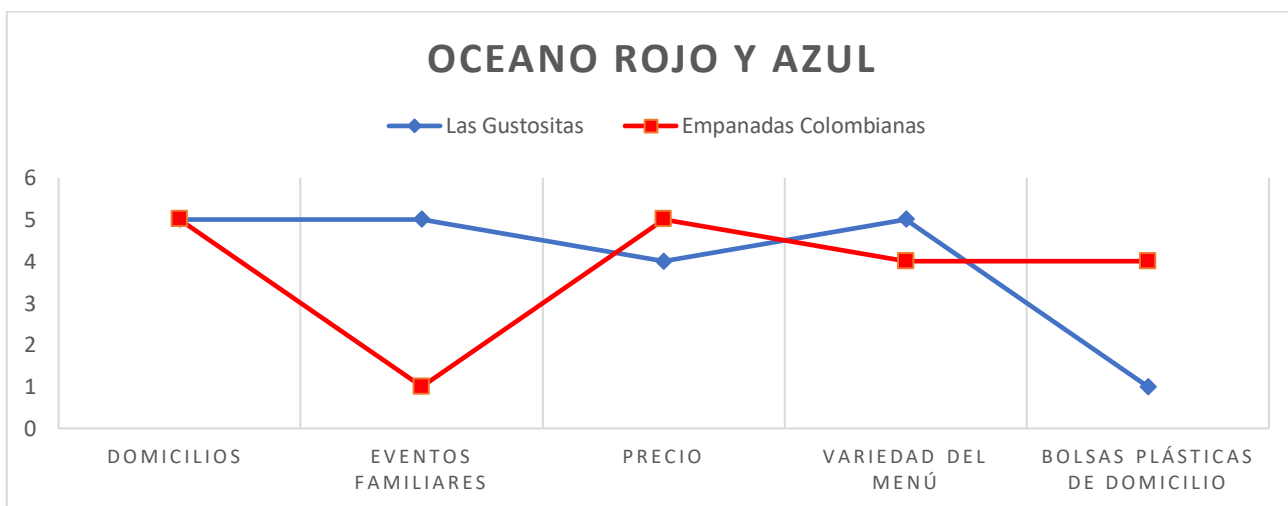
1. Identifique quien es su competencia:

- Empanadas Colombianas: Empresa que inicio en 1982, en la ciudad de Bogotá, elaborando empanadas no solo de pollo y queso, sino que adicionan a sus menús champiñones, mariscos y chirizo.

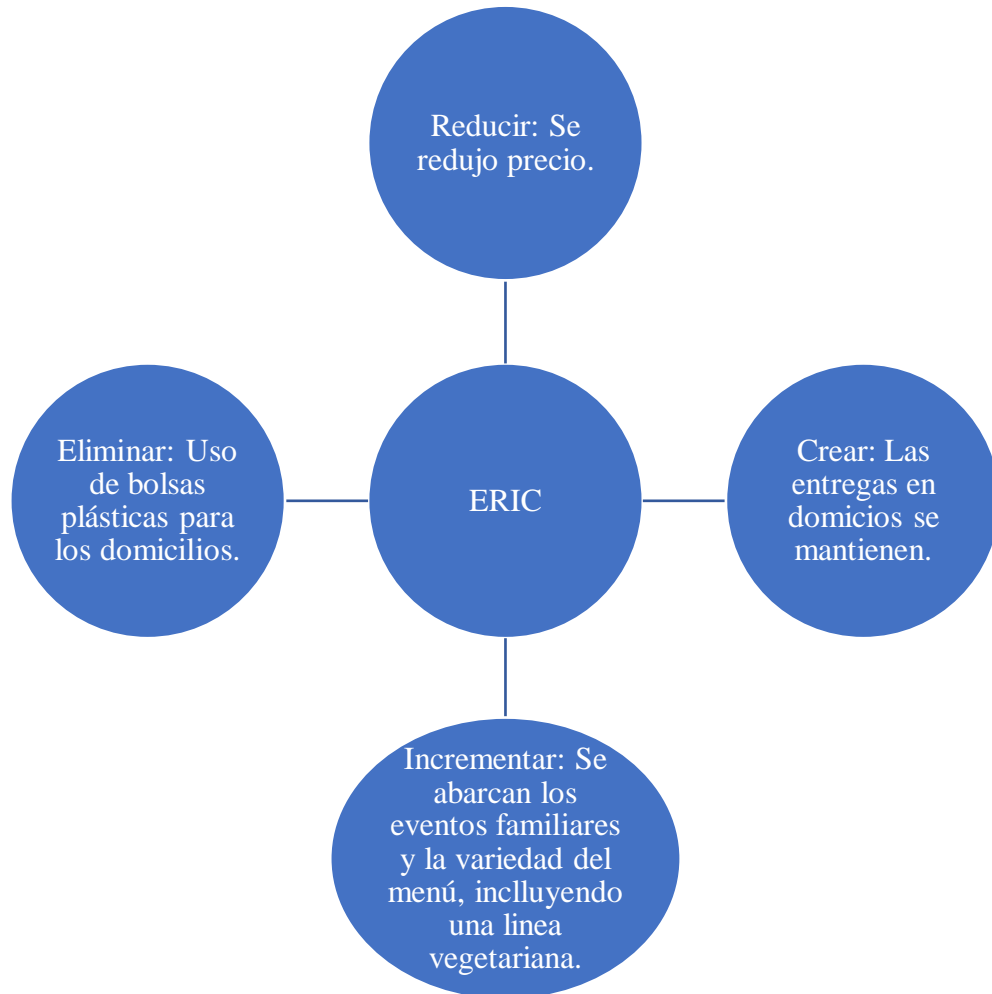
2. Defina las variables importantes para su idea de negocio:

Variables	Domicilios	Eventos Familiares	Precio	Variedad del menú	Bolsas plásticas de domicilio
Las Gustositas	5	5	4	5	1
Empanadas Colombianas	5	1	5	4	4
	Mantuvo	Incremento	Reducción	Incremento	Incremento

3. Dele un valor de (1 a 5):



4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener):



4.2 Análisis de Porter:



5. Marketing MIX

5.1 Estrategias de producto para clientes

Núcleo: Nuestro producto, se hará a base de una masa compuesta por harina de trigo integral, mezclada la quinua y el ajonjolí que son semillas que proporcionan al cuerpo humano ciertos beneficios como: ayuda con su alto aporte de fibra a la digestión, con el bajo índice glucémico es ideal para personas con diabetes o que deseen bajar de peso, ayuda a la circulación y el corazón, nos aporta hierro y calcio, reduce los niveles de colesterol. Para la obtención del color de las empanadas se extraerá del pigmento de alimentos naturales como lo son: la espinaca, remolacha, zanahoria o achiote.

Calidad: Nos cercioraremos que las materias primas a utilizar efectivamente sean de proveedores que implemente estándares de calidad en sus proceso y productos.

Envase: El empaquetado y embalaje se hará con envases ecológicos ideal para alimentos, que se distribuirán a domicilio.

Diseño: A pesar de que su forma se mantendrá, a la de una empanada tradicional, estas se elaborarán con un acabado elegante, donde se podrán apreciar características físicas de textura crujiente, colores diversos y marcadas de acuerdo a sus rellenos.

Servicio: dentro de los valores añadidos de nuestro producto podemos mencionar que contribuyen a la sana alimentación y proporcionar educación nutricional. Nuestro nicho de mercado son los eventos familiares, donde buscamos promover la idea que podemos consumir empanas que proporcionen beneficios a nuestra salud.

5.1.1 Portafolio



- MENU -



RELLENO TRADICIONAL

QUESO MOZARELLA
 JAMÓN AHUMADO
 POLLO DESMECHADO
 CARNE DESMECHADA
 CARNE MOLIDA

PARA LOS APASIONADOS POR LO TRADICIONAL
 "NO EXISTE MODERNIDAD SIN UNA BUENA TRADICIÓN"
 ANÓNIMO

RELLENO ESPECIAL

HAWAIANA
 JAMÓN Y QUESO
 CARNE Y QUESO
 POLLO Y QUESO
 CARNE Y POLLO
 POLLO Y CHAMPIÑONES
 POLLO - QUESO - MAIZ
 CAMARON Y QUESO

PARA LOS ARRIESGADOS QUE LOS HACE ESPECIALES

RELLENO VEGETARIANO

ESPINACA Y RICCOTA
 BERENJENA Y QUESO
 TOMATE - ALBAHACA - QUESO
 CHAMPIÑONES Y QUESO

PARA AQUELLOS QUE CUIDAN MAS DE SU CUERPO Y SALUD

CONTACTANOS



@EMPANADASGUSTOSITAS



@LASGUSTOSITAS



+57 313-548-4506



Ilustración 1.-Portafolio

5.2 Estrategia de precios

COSTO DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Costo unitario de materiales \$720 (Producción para pedido de 50 empanadas) \$36.000

Costo de mano de obra \$ 9.136 (2,5 Horas)

Costo unitario de CIF (Costos indirectos de Fabricación) \$15.000 (Servicios Públicos: Agua, luz, gas e internet)

Costo de distribución \$ 3.500

Costo Total \$ 58.636

Costo Unitario \$ 1.172 Aproximarlo \$ 1.200

Costo de Venta con Margen de Ganancia 50% \$ 2.400

5.3 Estrategia de distribución

Para poner nuestro producto a disposición en el lugar y tiempo que nuestro cliente lo solicita, utilizaremos canales de distribución como Rappi, Domicilios.com, mensajeros Urbanos y Uber eats, ya que son compañías reconocidas y con amplia cobertura geográfica, adicional su comisión de domicilio es justa. Con esto llegaremos directo a nuestro cliente objetivo que son los que organizan el evento familiar.

5.4 Estrategia de comunicación

Por medio del modelo de negocio por internet E-commerce

Publicidad: Se realizarán transmisiones por las redes sociales con contenido y anuncios, acerca de nuestras líneas de productos, el proceso de elaboración y de empaquetado, de igual manera, por medio de nuestras publicaciones daremos a conocer los beneficios que tiene el consumo de

algunos productos que hacen parte de nuestra materia prima, con el fin de proporcionar educación nutricional.

Promoción de Ventas: Se realizará el último día del mes promociones con descuentos del 15% en alguna línea determinada de nuestros productos, por 24 horas; se llevarán a cabo concursos flash, donde los que quieran participar, se harán seguidores en nuestras redes sociales e interactuaran en ella así lograr llegar a más personas.

Ventas Personales: Se harán publicaciones en internet del producto terminado, empaçado y listo para entregar, se divulgará el portafolio del menú con todos nuestros productos.

Relaciones Publicas: por medio de nuestra página web, los clientes podrán conocer más de nosotros como emprendimiento, acerca de nuestros productos, precios, descuentos y promociones.

Marketing Directo: A través de medios digitales, lograr segmentar nuestro target grupo y requerir que completen un formulario por la landing page, solicitando información de nuestros productos.

MARKETING MIX

MARKETING MIX						
ESTRATEGIA	Objetivo Smart	Como	Quien	Cuando	Donde	Valor
PRODUCTO	Diseñar un tamaño especial, para las empanadas de los niños, reduciéndola a la mitad del tamaño normal, con el fin de	Reduciendo el tamaño del producto, este llegará al cliente con un valor más bajo y aumentará la demanda, de igual forma se reducirá	El apoyo será: la planta de producción, el área contable, mercadeo y publicidad, los proveedores	1er trimestre del 2021 (enero-febrero-marzo)	Localidades del sur de Bogotá.	\$2.000.000 de pesos colombianos

	incrementar las ventas, en un 15%, durante el 1er trimestre del 2021	cantidad de materia prima a utilizar.				
PRECIO	Promocionar el último día de cada mes por compras superiores a \$30.000, un descuento del 15% en alguna línea determinada de nuestros productos, con el fin de aumentar las ventas y llegar a más clientes. Este se llevará a cabo durante un año, desde diciembre 2020, hasta diciembre 2021	Por medio del marketing digital, nos apoyaremos para dar a conocer a los clientes, las oportunidades de descuentos de nuestros productos en las fechas determinadas.	Los medios de apoyo serán: las redes sociales y página web, con ayuda del área financiera y de mercadeo y publicidad	Por 1 año (diciembre 2020 – diciembre 2021)	Dirigido a la ciudad de Bogotá.	\$1.617.420 pesos colombianos
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	Aumentar el número de visitas de la red	Realizar inversión en la promoción	Los medios de apoyo serán: la	Por un lapso de 2 dos meses	En la ciudad de Bogotá.	\$ 480.000 pesos colombianos

	<p>social de Instagram, en un 30%, duplicando la creación de contenido, para posicionar la marca y lograr más Leads o visitas. En los siguientes 2 meses</p>	<p>de una de las publicaciones, dirigida al grupo objetivo, especificando su alcance en cuanto a lugar, intereses edad y sexo.</p>	<p>red social de Instagram, con ayuda del área financiera y de mercadeo y publicidad</p>	<p>(noviembre y diciembre de 2020)</p>		
--	--	--	--	--	--	--

6. Desarrollo de la marca

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA		
Nombre de la idea:	Empanadas Las Gostosas	
PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Primer Paso: Diagnostico del Mercado	A. Identificación del sector	Alimentos - Nutrición - Gastronómico
	B. Identificar marcas en competencia	A. Empanadas Colombianas B. Gustosísimos Pasabocas C. KCERAS Empanadas D. Empanadas Berny
	C. Soluciones principales y alternativas	Tienen líneas vegetarianas - distribuyen otros pasabocas
	D. Tendencias del mercado	Empanadas con relleno Mixto
	E. Arquetipo de la Marca	Cotidiano
Segundo paso: realidad psicológica de la Marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	Sabor y olor
	B. Identificar variables de neuromarketing	El sabor colombiano
Tercer paso: Posicionamiento	A. Identificar Top of mind	Se evidencia en las redes sociales de la competencia la baja interacción de los clientes, ya que no tienen una cantidad considerable de likes y/o comentarios
	B. Identificar Top of heart	
Cuarto Paso: Realidad Material	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Saludable - Nutritivo - Hecho a mano - Hecho con amor - Crear sensaciones visuales y gustativas agradables, brindar al anfitrión la tranquilidad de tener a tiempo y en el lugar el producto deseado
Quinto Paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	Crear tres campañas semanales, que integren: envíos de correos electrónicos masivos, mensajes de textos, publicaciones por medio de las redes sociales.

7. Marketing digital

Las herramientas digitales, escogidas para dar conocer y gestionar nuestro emprendimiento, señalamos las siguientes:

Página Web: <https://empanadaslasgustos.wixsite.com/lasgustositasoficial>

Instagram: <https://www.instagram.com/empanadasgustositas/>

Facebook: <https://www.facebook.com/Las-Gustositas-102812724964643>



Ilustración 2.- Marketing Digital

- Capturas de pantalla del diseño de la página web:



Ilustración 3.- Página Web Inicio

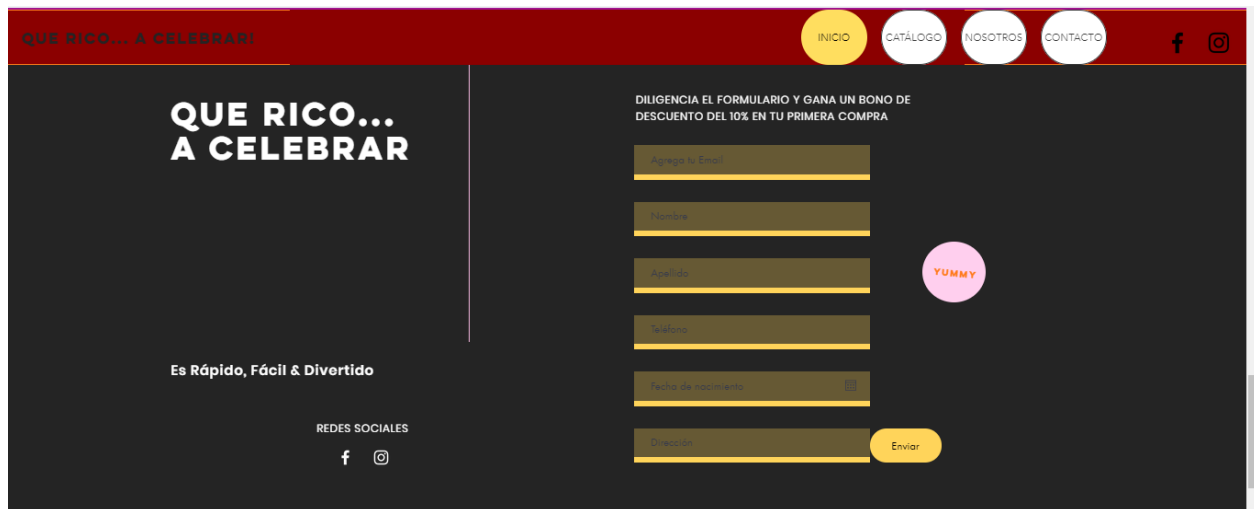


Ilustración 4.- Página Web

- Capturas de pantalla del diseño de la página web desde el móvil:

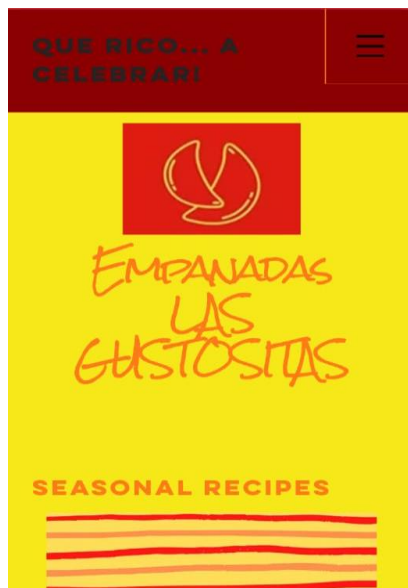


Ilustración 7.- Móvil 1



Ilustración 6.- Móvil 2



Ilustración 5.- Móvil 3

- URL de la “Landing Page”:

<https://www.wix.com/dashboard/480de3f2-35a2-4129-9268-3e01c3d1ef1e/inbox/b39d5272-f92d-370e-82b0-e4480fcbdcf8>

- Pantallazo Landing Page por Página Web



Ilustración 8.- Pantallazo Landing Page Web

- Pantallazo Landing Page por el Móvil

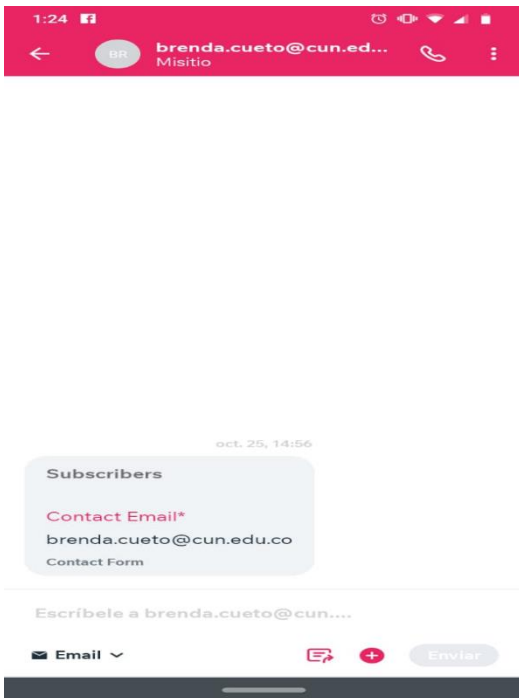


Ilustración 10.- Móvil 4

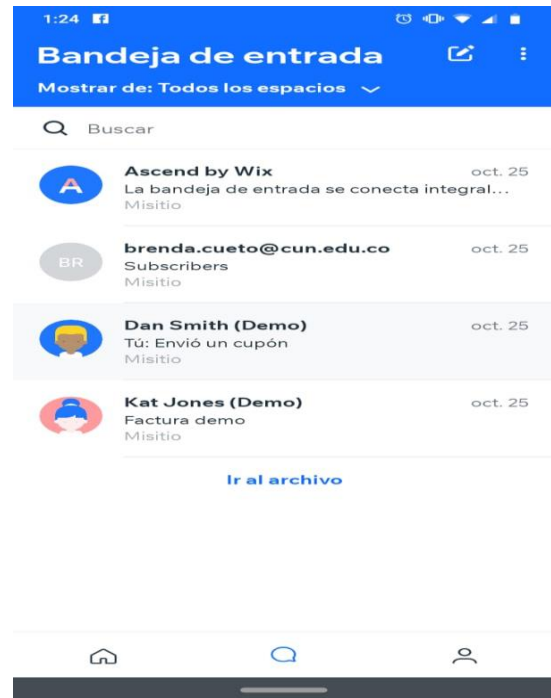


Ilustración 9.- Móvil 4

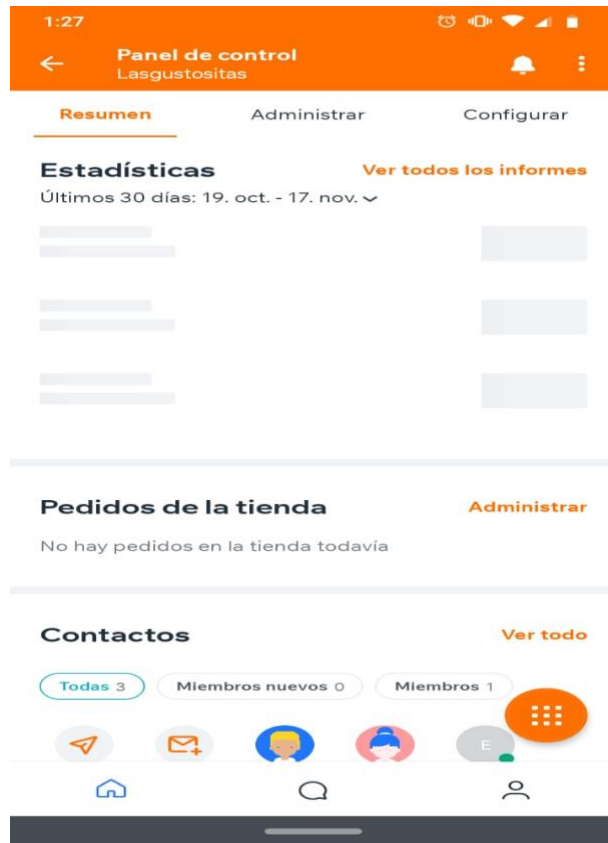
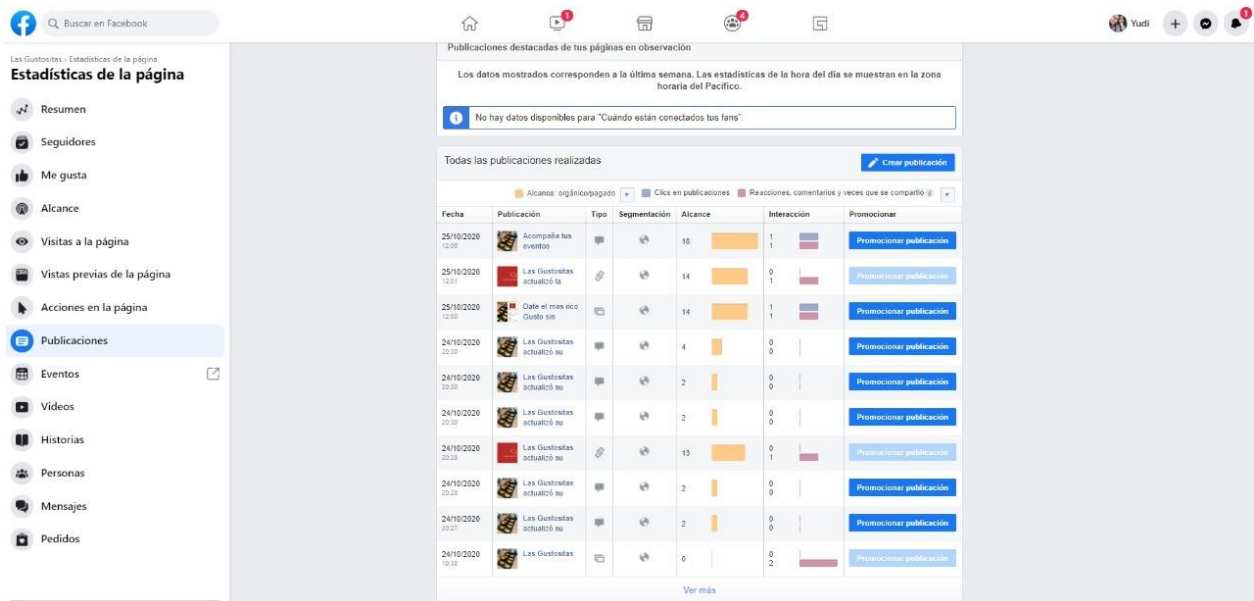


Ilustración 11.- Móvil 5

8. Métricas Claves



The screenshot shows a Facebook page analytics dashboard. On the left is a navigation menu with options like 'Resumen', 'Seguidores', 'Me gusta', 'Alcance', 'Visitas a la página', 'Vistas previas de la página', 'Acciones en la página', 'Publicaciones' (selected), 'Eventos', 'Videos', 'Historias', 'Personas', 'Mensajes', and 'Pedidos'. The main content area is titled 'Publicaciones destacadas de tus páginas en observación' and includes a message: 'Los datos mostrados corresponden a la última semana. Las estadísticas de la hora del día se muestran en la zona horaria del Pacífico.' Below this is a table of publications:

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promocionar
25/10/2020 12:00	Acompaña los eventos	Imagen	Alcance	10	1	Promocionar publicación
25/10/2020 12:01	Las Gustositas actualizó la	Imagen	Alcance	14	1	Promocionar publicación
25/10/2020 12:02	Dale el max eco Guabo sin	Imagen	Alcance	14	1	Promocionar publicación
24/10/2020 12:02	Las Gustositas actualizó su	Imagen	Alcance	4	0	Promocionar publicación
24/10/2020 20:00	Las Gustositas actualizó su	Imagen	Alcance	2	0	Promocionar publicación
24/10/2020 20:00	Las Gustositas actualizó su	Imagen	Alcance	2	0	Promocionar publicación
24/10/2020 20:00	Las Gustositas actualizó su	Imagen	Alcance	2	0	Promocionar publicación
24/10/2020 20:00	Las Gustositas actualizó su	Imagen	Alcance	15	1	Promocionar publicación
24/10/2020 20:00	Las Gustositas actualizó su	Imagen	Alcance	2	0	Promocionar publicación
24/10/2020 20:00	Las Gustositas actualizó su	Imagen	Alcance	2	0	Promocionar publicación
24/10/2020 19:00	Las Gustositas	Imagen	Alcance	0	2	Promocionar publicación



Las Gustositas

- Inicio
- Bandeja de entrada
- Recursos y herramientas
- Notificaciones (10 nuevos)
- Estadísticas
- Herramientas de publicación
- Centro de anuncios
- Calidad de la página
- Editar información (1 nuevo)
- Configuración (1 nuevo)

Promocionar

Crear anuncio

¿Como quieres hacer crecer tu negocio?

Promocionar una publicación | Promocionar tu app

Anuncios automatizados: Obtén anuncios personalizados que se ajusten con el tiempo para conseguir mejores resultados.

Estadísticas

Últimos 28 días: 27 de sep - 24 de oct

Personas alcanzadas	2
Interacciones con las publicaciones	6
Me gusta de la página	1

Información

- Ingresar ubicación
- Desarrollaremos una empresa de producción y distribución de

Las Gustositas actualizó la dirección de su sitio web.

1 Personas alcanzadas | 1 Interacción | Promoción no disponible

1 Me gusta | Comentar | Compartir

Comentar como Las Gustositas

Las Gustositas (8 min): Date el mas rico Gusto sin remordimientos... Empanadas Las Gustositas !!!

Buscar en Facebook

Las Gustositas - Estadísticas de la página

Estadísticas de la página

- Resumen
- Seguidores
- Me gusta
- Alcance
- Visitas a la página
- Vistas previas de la página
- Acciones en la página
- Publicaciones
- Eventos
- Videos
- Historias
- Personas
- Mensajes
- Pedidos

Promocionar

Los datos diarios se registran según la hora del Pacífico. 1S 1M 1T

Inicio: 29/9/2020 | Fin: 24/10/2020

Total de Me gusta de la página: 0

Crear publicación

No hay suficientes datos para representar este gráfico.

PUNTO DE REFERENCIA: Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

Me gusta de la página

Número de Me gusta de la página orgánicos, Me gusta de la página pagos y Ya no me gusta.

Crear publicación

No hay suficientes datos para representar este gráfico.

PUNTO DE REFERENCIA: Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.

¿QUIERES MÁS ME GUSTA? Crea un anuncio para conseguir que más personas indiquen que les gusta tu página. Promocionar página

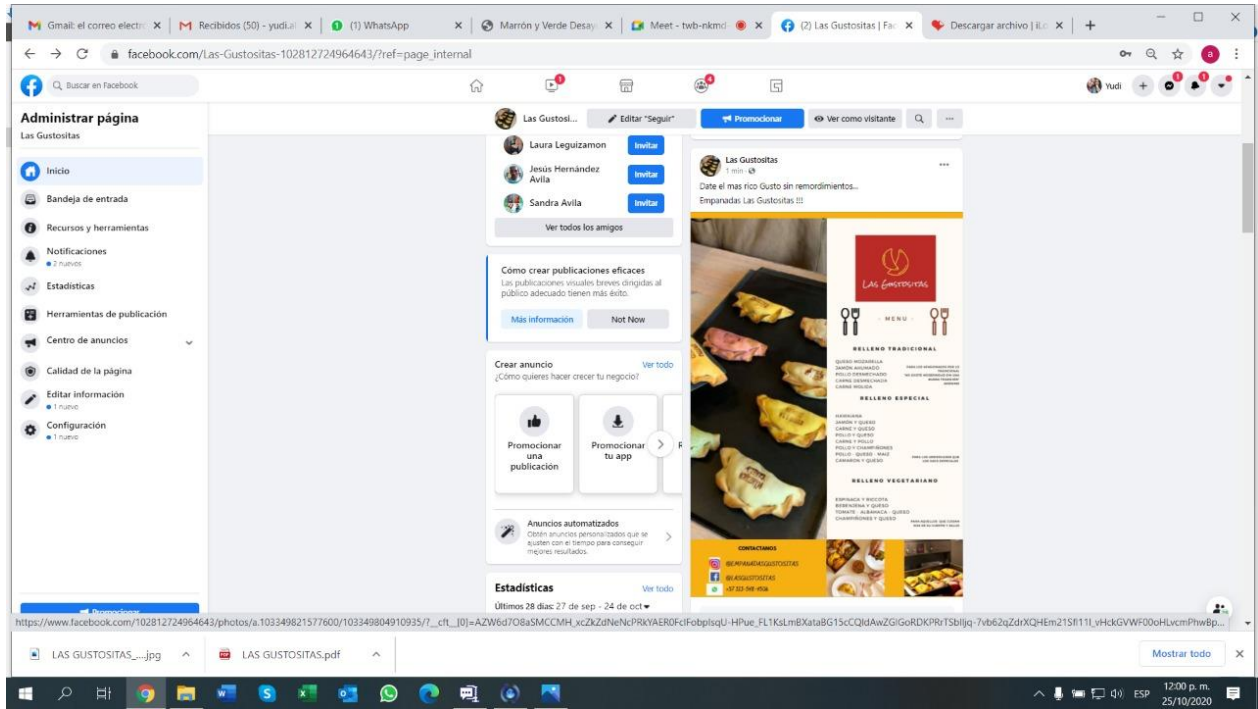
Dónde se produjeron los Me gusta

Número de veces que se hizo clic en "Me gusta" en tu página, desglosado por el lugar donde se produjo.

Crear publicación

No hay suficientes datos para representar este gráfico.

PUNTO DE REFERENCIA: Se compara tu rendimiento promedio a lo largo del tiempo.



9. Estudio Técnico

Macrolocalización y Microlocalización

Nuestra empresa será clasificada como Microempresa ya que nuestro personal no será mayor a 10 trabajadores y sus activos totales son inferiores a 501 salarios mínimos legales vigentes, teniendo en cuenta este tamaño y tomando como gran ventaja de que nuestro producto será vendido a puerta cerrada ya que nos encargaremos de producir y vender empanadas como Snack para eventos familiares , en primer momento aprovecharemos para impulsar nuestra idea de negocio un local disponible en una de las casas de los socio de la empresa , que cuenta con la disponibilidad de un espacio de 24 M², esta es una zona comercial ubicada en el barrio Nueva Deli ubicado en la zona cuarta de San Cristóbal ya que al contar con el apoyo familiar para el emprendimiento el costo del arriendo será muy económico y en este ubicaremos el departamento de producción , logística y de ventas. Al realizar observación en el sector identificamos gran afluencia de personas ya que es una vía principal del barrio, adicional este espacio cuenta con todos sus servicios públicos, servicios de telecomunicaciones y sistema de trasporte completo y suficiente. Dándonos la posibilidad en nuestro crecimiento de poder apertura punto de venta en la planta de producción.

Como otra oportunidad se evidencia que existen negocios de comidas rápidas, de eventos sociales quienes podremos tener como aliados para impulsar nuestro producto. Esta ubicación traerá beneficios ya que estamos a tan solo 30 minutos del centro lo cual nos facilita adquirir nuestras materias primas, productos terminados que necesitamos para poder producir y distribuir nuestro producto.

9.1 Localización del Proyecto

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Lote	1		24 m2
	la infraestructura es adecuada para la realización de nuestra actividades, con un establecimiento de calidad ofreciendo la mejor imagen a nuestro clientes. En las adecuaciones velar por tener todos los protecciones, por tener espacios saludables, y garantizando el funcionamiento optimo.	1	\$ 900.000	certificado del uso del suelo, que cuente con la licencia ambiental, matricula del establecimiento en la camara de comercio y las condiciones basicas de seguridad.
Maquinaria y Equipo	Horno haceb HX Casia 60 INOX	1	\$ 590.000	Garantizar el funcionamiento optimo de nuestro equipos, y poder brindar asi un producto con las mejores condiones de calidad.
	Estufa	1	\$ 520.000	
	Moldeadora Alfusa	1	\$ 64.000	
	Refrigerador y Congelador Electrolux Dual	1	\$ 950.000	
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa hp	1	\$ 1.550.000	las especificaciones tecnicas de los equipos de comunicaciones y impresión, sean las requeridas y que cumplan con todas las necesidades requeridas para nuestras funciones. Que cumplan con la capacidad optima de funcionamiento.
	Impresora Epson	1	\$ 350.000	
	Telefono de mesa	1	\$ 120.000	
Muebles y Enseres y otros	Mesa de Escritorio omma	1	\$ 210.000	que grantize diseño que, además de que vaya acorde con el estilo y la cultura empresarial, satisfaga las necesidades y se adapten a cada persona.
	silla de escritorio Tukasa	1	\$ 150.000	garantizar que esten en excelente condiciones para para la utilización de nuestro personal .
	silla rimax	3	\$ 78.000	
Otros (incluido herramientas)	internet	1	\$ 80.000	que cumpla y garantice con un funcionamiento optimo de calidad para nutros servicio
Gastos pre- operativos	Costitución			
	Apertura		\$ 2.000.000	
	Registro	1	\$ 1.900.000	

Metodo de Escalación
PLANTA DE PRODUCCIÓN

ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	60
Capacidad anual	172.800
Capacidad mensual	
Nº de días de operación (30 días)	14.400
Horas de producción	480,0

ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	60
Capacidad anual	172.800
Capacidad mensual	
Nº de días de operación (mensual)	14.400
Horas de producción	480,0

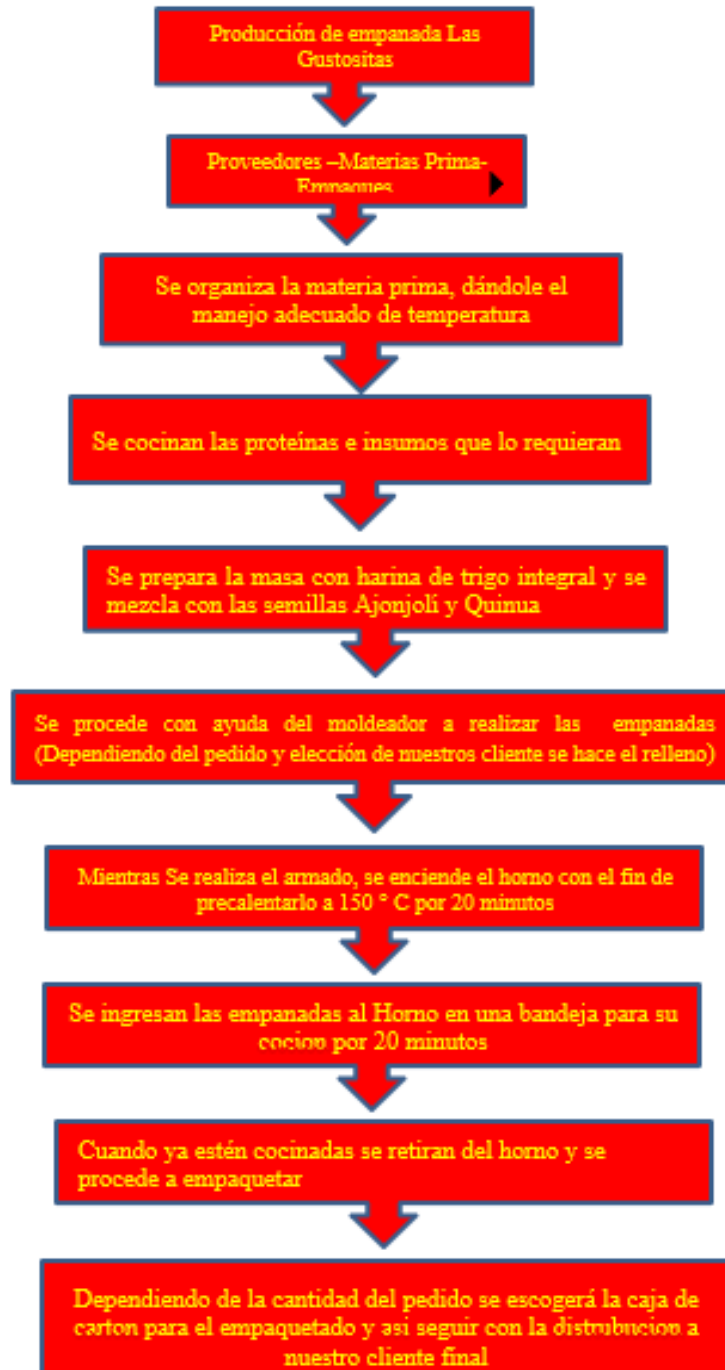


10. Estudio Técnico II

10.1 Flujograma

Flujograma

Ingeniería del Proyecto



10.2 Cuadro de Productos


PRODUCTO	INSUMO	CANTIDAD	PRECIO
Empanada Relleno Tradicional	• Queso mozzarella	• 1 Kg	• \$16.800
	• Jamon Ahumado	• 1.5 Kg	• \$14.550
	• Pollo	• 1000 g	• \$10.000
	• Carne	• 1000 g	• \$18.000
	• Carne Molida	• 1000 g	• \$12.000
Empanda Relleno Especial	• Hawaiana Queso	• 1000g	• \$10.000
	Jamón	• 1000 g	• \$9.700
	Piña	• 500g	• \$5.000
	• Jamon y Queso	• 1000g y 1000g	• \$9.700 y \$10.000
	• Carne y Queso	• 1000g y 1000g	• \$18.000 y \$10.000
	• Pollo y Queso	• 1000g y 1000g	• \$10.000 y \$10.000
	• Carne y Pollo	• 1000g y 1000g	• \$10.000 y \$13.000
	• Pollo y Champiñones	• 1000g y 1000g	• \$10.000 y \$13.000
	• Pollo-Queso-Maiz	• 1000g - 1000g-500g	• \$10.000- \$10.000-6000
	• Camaron y Queso	• 1kl y 1000g	• \$17.900 y \$10.000
Empanada Relleno Vegetariano	• Espinaca y Ricota	• 2Kl y 1 Kl	• \$6.000 y \$3.000
	• Berenjena y Queso	• 2Kl y 1000g	• \$8.000 y \$10.000
	• Tomate – Albahaca y queso	• 1Kl-1Kl- 1000g	•
	• Champiñones y Queso	• 1.5Kl y 1000g	

10.3 Capacidad de Producción

Bien / Servicio Fabrica de Empanada Las Gostosas				
UNIDADES PRODUCIR 100				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realizacion (Minutos/Horas)	Cargos que participan en la actividad	Numero de Personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan .Capacidad de produccion por Maquina (Cantidad de producto / Unidad de Tiempo)
Recepcion y Almacenamiento de Materia prima	90 minutos / 1.5 horas	Area de Compras Area de Calidad, Logistica	3	Bascula nevera 3 canastas 2 Hora - Maquina
Coccion	180 minutos/3 Horas	Area de Produccion Auxiliar de Cocina 1	2	Estufa 3 Horas - Maquina
Enfriamiento	30 minutos/ 0,5 Hora	Area de Produccion Auxiliar de Cocina 1	1	Bandeja de Aluminio 30 Minutos - Maquina
Desmechado	2 Horas /120 minutos	Area de Produccion Auxiliar de cocina 1 Auxiliar e cocina 2	2	160 Kg- Maquina
Alistamiento de	90 minutos / 1.5 horas	Area de Produccion Auxiliar de cocina 3 Auxiliar e cocina 4	2	80 Kg -Maquina
Moldeo de emp	60 minutos/ 1 Hora	Area de Produccion Auxiliar de cocina 2 Auxiliar de cocina 3	2	Moldeadora 100 Unidades - Maquina
Horneo	60 minuto /1 Hora	Area de Produccion Auxiliar de cocina 4 Auxiliar de cocina 5	2	Horno 100 Unidades - Maquina

11. Ficha Técnica

11.1 Ficha Técnica del Producto

	LAS GUSTOSITAS	
	A1001	1.0
16/11/2020		
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO		
A. NOMBRE DEL PRODUCTO		
<p>PASABOCAS: COMIDA LIGERA, QUE SE CONSUME ANTES DE UNA COMIDA PRINCIPAL, PARA ABRIR EL APETITO, LOS PASABOCAS TAMBIEN SUELEN SER CONOCIDOS COMO: APERITIVO, PASAPALOS O TENTEMPIÉ, POR LO GENERAL SON CONSUMIDOS FECHAS, EVENTOS O CELEBRACIONES ESPECIALES.</p>		
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE		
<p>PASABOCAS DE CARNE: CARNE 20 gr - MASA 15gr - QUESO 10gr PASABOCAS HAWAIANO: MASA 15 gr – JAMÓN 10 gr – QUESO 10 gr – PIÑA 10gr PASABOCAS DE QUESO: MASA 15 gr – QUESO 30 gr PASABOCAS DE POLLO: MASA 15 gr – POLLO 10 – QUESO 10 gr – MAIZ 5gr – CHAMPIÑON 5 gr PASABOCAS DE CAMARON: MASA 15 gr – CAMARONES 10 gr – QUESO 20 gr PASABOCAS DE ESPINACA: MASA 15 gr – ESPINACA 20 gr – RICCOTA 10 gr PASABOCAS DE BERENGENA: MASA 15 gr – BERENGENA 15 gr – QUESO 15 gr PASABOCAS DE CHAMPIÑON: MASA 15 gr – CHAMPIÑONES 15 gr – QUESO 15 gr</p>		
C. PRESENTACIONES COMERCIALES		
<p style="text-align: center;">UNIDADES (30 MÍNIMO)</p> <p style="text-align: center;">LA PRESENTACIÓN COMERCIAL SERÁN EN GRAN CANTIDAD, DADO QUE NUESTRO PRODUCTO LO OFRECEMOS A EVENTOS FAMILIARES, POR LO GENERAL SE CONSUMEN VARIAS UNIDADES DEL PRODUCTO Y ASISTEN UN NUMERO CONSIDERABLE DE PERSONAS.</p>		

D. TIPO DE ENVASE

CAJAS ECOLOGICAS, DISEÑADAS PARA PORTAR ALIMENTOS, LOS ENVASES ESTÁN ELABORADOS A BASE DE FIBRA DE LA CAÑA DE AZUCAR, ESTE ES CONSIDERADO COMO RESIDUO AGROINDUSTRIAL, SIENDO EL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZUCAR Y ESTA ES UN RECURSO RENOVABLE QUE SE PUEDE SEMBRAR Y COSEÑAS EN POCO TIEMPO.

E. MATERIAL DE ENVASE

LOS RECIPIENTES Y CONTENEDORES SON FABRICADOS A PARTIR DEL BAGAZO DE LA CAÑA DE AZÚCAR CON RECUBRIMIENTO INTERNO O EXTERNO DE PEBD SEGÚN USO, 100% RECICLABLE, IDEALES PARA ESTAR EN CONTACTO DIRECTO CON ALIMENTOS, EN ELLOS PUEDES SERVIR, EXHIBIR Y LLEVAR. ESTOS EMPAQUES CUMPLEN CON LA RESOLUCIÓN 834 DEL 2013 DEL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL, DONDE MANIFIESTA QUE EL MATERIAL Y LOS ENVASES CON APTOS PARA TENER CONTACTO CON LOS ALIMENTOS DE CONSUMO HUMANO. LOS ENVASES SERAN CONTENEDORES DE TAPA PLANA, CON CAPACIDAD DE 000 GRS, CON MEDIDAS DE 30,8 x 21 x 6 CM. EL CARTON CON QUE SE FABRICA, NO ALTERA EL SABOR ORIGINAL DEL ALIMENTO, RESISTE AL ENTRAR EN CONTACTO CON EL AGUA Y ACEITE, EL MATERIAL ES AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE, CONTIENE UNA PELICULA DE POLIETILENO DE BAJA DENSIDAD, 100% BIODEGRADABLE.

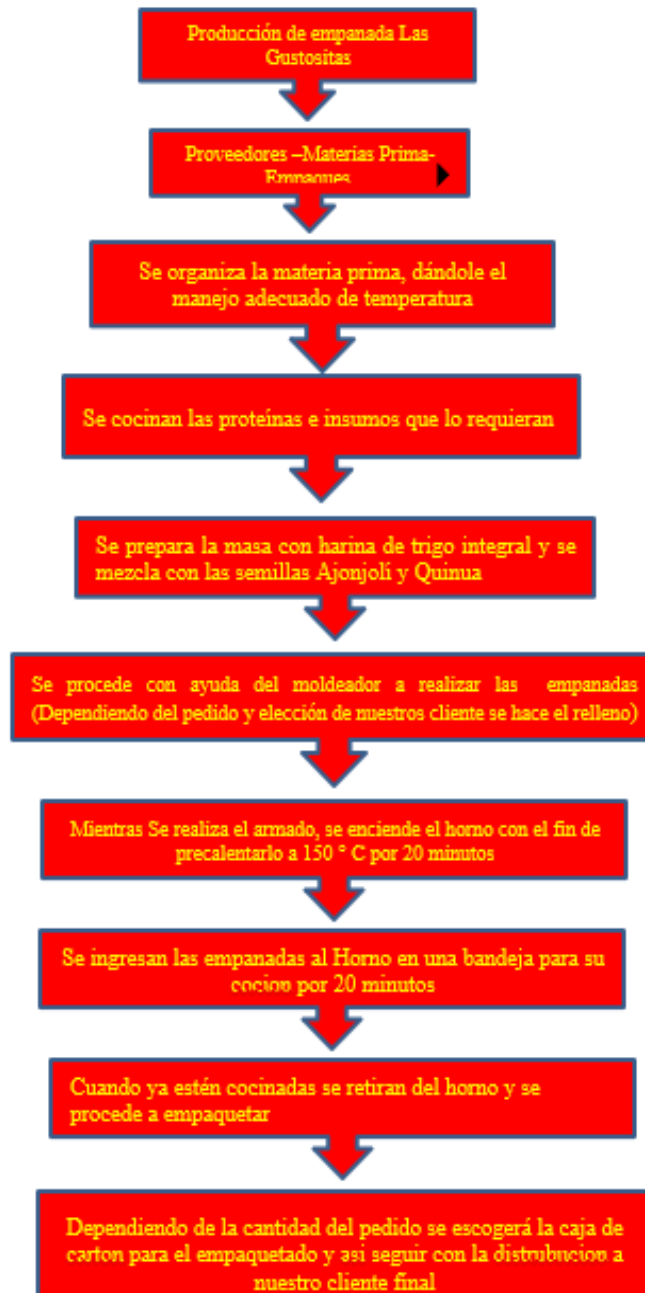
F. CONDICIONES DE CONSERVACION

MANTENER LAS EMPANADAS O PASABOCAS CON UN TEMPERATURA PROMEDIO DE 65° CELSIUS.

Teniendo en cuenta, que la empanada, es un alimento que se prepara para su consumo inmediato y son elaboradas, el mismo día que se debe realizar la entrega del pedido, éstas, se deben conservar a una temperatura inferior a 5° Celsius en caso que se quieran reservar y no consumir luego de 3 días, ya que ciertos ingredientes pueden llegar a causar daños o intoxicación al consumir luego de un tiempo prolongado.

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

Ingeniería del Proyecto
Flujograma



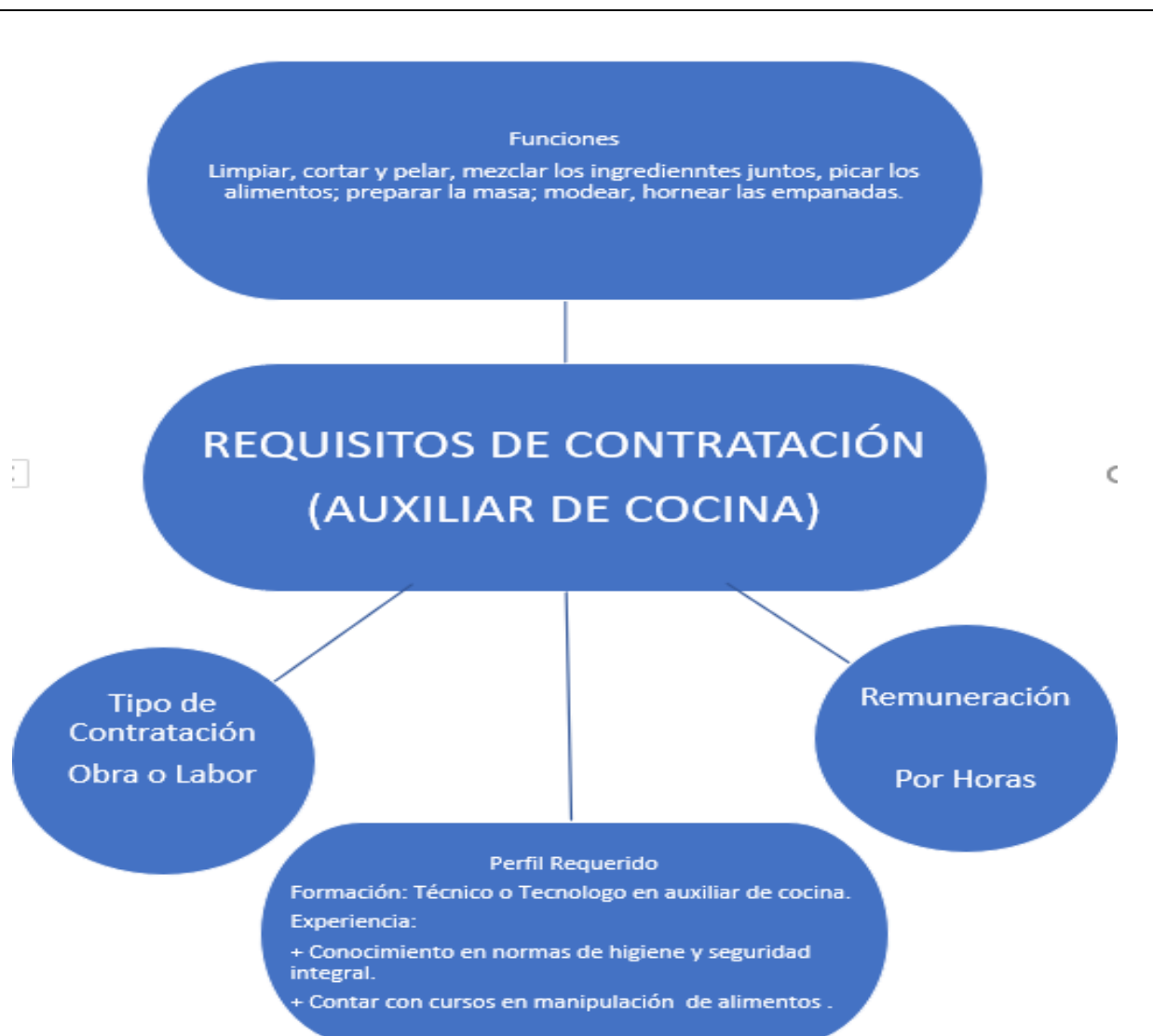
H. VIDA UTIL ESTIMADA

24 HORAS EL ALIMENTO ES ELABORADO PARA SU CONSUMO INMEDIATO

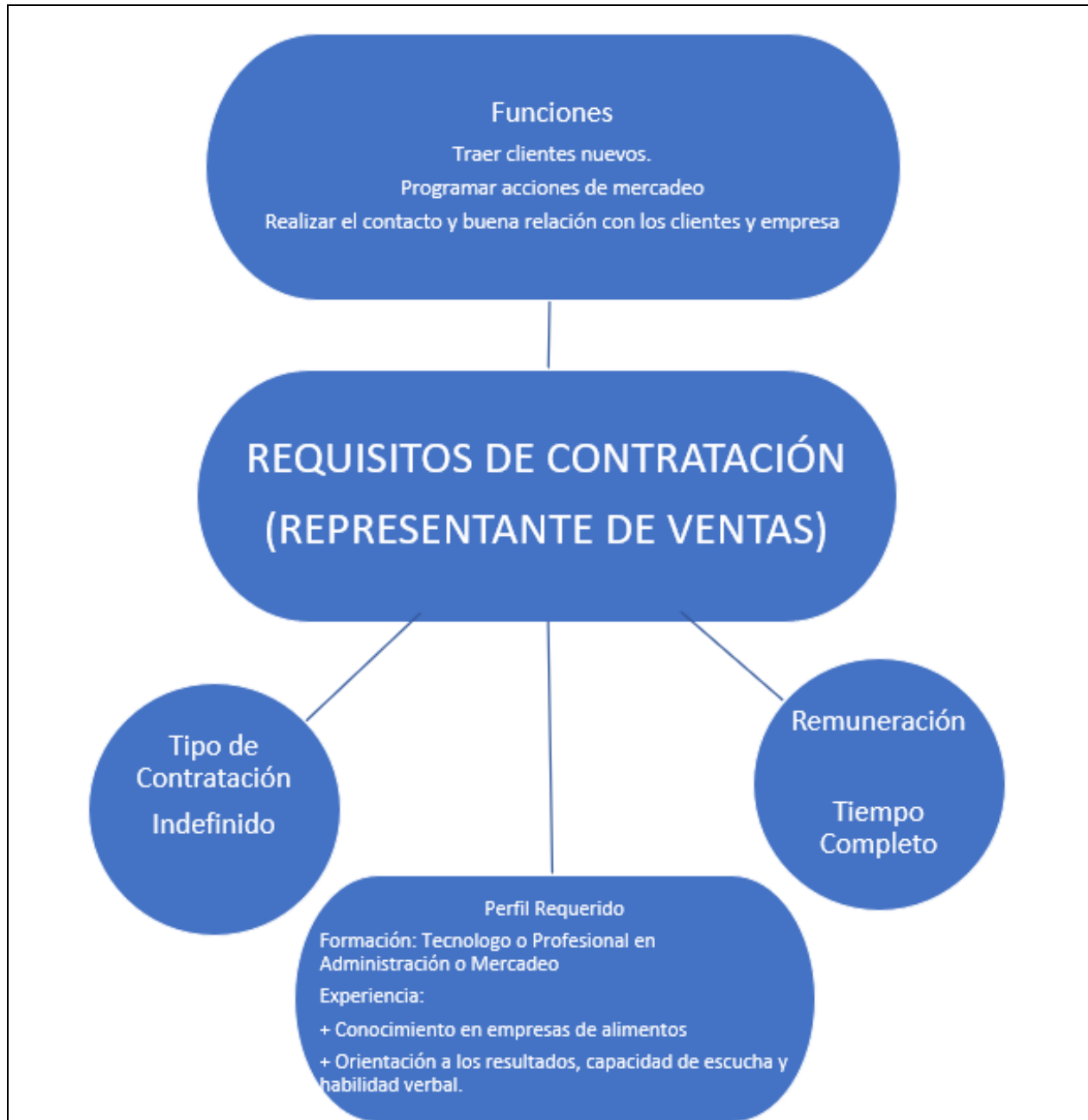
I. PORCION RECOMENDADA

NO APLICA TABLA NUTRICIONAL - PERO EN BASE A LA CANTIDAD DE CALORIAS QUE TIENEN LA UNIDAD DE EMPANADA HORNEADA QUE VARIA ENTRE 280-300 Kcal. Y EL PROMEDIO DE CALORIAS QUE EL CUERPO HUMANO DEBE INGESTAR AL DÍA, QUE SEGÚN LA (OMS) LAS MUJERES DEBEN INGERIR EL 1600 Y 2000 Kcal. Y LOS HOMBRES ENTRE 2000 Y 2500 Kcal, SE RECOMIENDA CONSUMIR DE 1 A 2 PORCIONES O UNIDADES.

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO










K. GRUPO POBLACIONAL

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA: HOMBRES Y MUJERES QUE TENGA FAMILIAS, CON EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25 Y 45 AÑOS. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA: HOMBRES Y MUJERES QUE TENGAN GRAN TENDENCIA A CELEBRAR EVENTOS FAMILIARES, CON ESTADO CIVIL SEAN CASADOS O EN UNIÓN LIBRE. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA: QUE VIVAN EN BOGOTÁ, AL SUR DE LA CIUDAD. SEGMENTACIÓN SOCIOECONÓMICA: PERTENECIENTES A LOS ESTRATOS I, II Y III. SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL: PERSONAS QUE DECIDAN CONTRATAR ESTE SERVICIO, PORQUE BUSCAN DAR UNA BUENA ATENCIÓN A SUS INVITADOS QUE TENGAN ACCESO A MANEJO DE MEDIOS DIGITALES, QUE DENTRO DE SU ESTILO DE VIDA ESTÉ INFORMARSE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y QUE EN SUS

<p>REUNIONES FAMILIARES OPTEN POR CONSUMIR PASABOCAS SALUDABLES COMO LAS EMPANADAS HORNEADAS. SEGMENTACIÓN INDUSTRIAL: NOS ENFOCAMOS EN SERVICIO PARA EL SECTOR CATERING. SEGMENTACIÓN DE PRODUCTO: PERSONAS QUE TENGAN PREFERENCIAS HACIA ALIMENTOS QUE SEAN SALUDABLES Y PROPORCIONEN BENEFICIOS A LA SALUD.</p>			
Firma del responsable del producto:		REPRESENTANTE LEGAL	
Nombre del responsable del producto	HERNANDO MONTIEL	Firma:	<i>Hernando Montiel P</i>

11.2 Ficha Técnica del Servicio

	LAS GUSTOSITAS		
	A1002	1.0	16/11/2020
FICHA TECNICA DEL SERVICIO			
A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)			
<p>ENTREGA DE PASABOCAS PARA EVENTOS FAMILIARES O CATERING A DOMICILIO ESTE TIPO DE SERVICIO, CONSTA DE LA ENTREGA DE LA COMIDA O ALIMENTO AL CLIENTE EN LA PUETA DE SU CASA, EN ESTE CASO EN PARTICULAR DE LA ENTREGA DE EMPANADAS HORNEADAS. EL SERVICIO PRESTADO ES PARTICULAR PARA FESTEJOS Y NOS INCLINAMOS POR LOS EVENTOS FAMILIARES, PARA QUE LO INVITADOS DISFRUTEN.</p>			
B. OBJETIVO			
<p>PROMOVER EL MENSAJE DE COMER SANO EN LOS EVENTOS, DONDE POR LO GENERAL LAS PERSONAS APROVECHAN PARA DESCUIDAR UN POCO LA ALIMENTACIÓN, LA IDEA ES QUE SE COMA EN LAS PROPORCIONES ADECUADAS Y SIN REMORDIMIENTO, TODO LO CONTRARIO, EL ALIMENTO QUE CONSUMIRÁ, ES HECHO CON LA INTENCIÓN QUE GENERE BENEFICIOS CONSIDERABLES AL CUERPO HUMANO, EVITANDO LOS EXCESOS PERJUDICIALES A LA SALUD.</p>			

C. METODOLOGIA
<p>INCULCAR EL BUEN Y SANO COMER EN LOS EVENTOS - FOMENTAR EL CONSUMO DE ALIMENTOS SALUDABLES, DANDO A CONOCER LOS BENEFICIOS QUE TIENEN LOS INGREDIENTES QUE UTILIZAMOS EN LA ELABORACIÓN DE LA EMPANADAS.</p>
D. DESCRIPCIÓN GENERAL
<p>POR MEDIO DE NUESTRO SERVICIO DE CATERING O DE ENTREGA DE PASABOCAS A DOMICILIO, EN PARTICULAR, PARA EVENTOS FAMILIARES, SEAN: BAUTIZOS, COMUNIONES, CUMPLEAÑOS, BODAS, QUINCEAÑELROS, REUNIONES DE AMIGOS Y FAMILIARES, ANIVERSARIOS O GRADUACIONES. POR LO GENERAL EL SERVICIO DE CATERING DISPONE O VA ACOMPAÑADO DE UNA PERSONA PARA QUE SIRVA A LOS INVITADOS, NOSOTROS BUSCAMOS SUMINISTRAR LA COMIDA, PERO EL CLIENTE ES QUIEN SE HARÁ CARGO DE ATENDER A SUS INVITADOS.</p> <p>EN CASO DE QUE UN PEDIDO NO LLEGUE A TIEMPO EL CLIENTE SOLO CANCELARÁ EL 50% PORCIENTO DEL COSTO.</p> <p>SI LA COMIDA LLEGA EN MAL ESTADO DE DESCOMPOSICIÓN, EL CLIENTE PODRÁ HACER LA DEVOLUCIÓN EN UN TIEMPO MENOR A 24 HORAS, PARA QUE SE REALICE RESTITUCIÓN DE SU PAGO.</p> <p>EN CASO DE RECLAMOS EL CLIENTE DEBE COMUNICARSE POR NUESTRA LINEAS DE ATENCIÓN (INSTAGRAM Y FACEBOOK – MENSAJE PRIVADO) PARA QUE SU SOLICITUD SEA ESTUDIADA.</p>
D. DURACION
<p>DEPENDERÁ DE LA MAGNITUD, CANTIDAD DEL PEDIDO Y REQUERIENTOS DE LOS CLIENTES, PERO EN TIEMPOS MINIMOS UNA SEMANA DE ANTICIPADO A 3 MESES DE ANTELACIÓN PARA Y REALIZAR LA RESERVACIÓN (VARIA DE ACUERDO AL PEDIDO)</p>
E. ENTREGABLES

GRABACIONES DEL PROCESO DE ELABORACIÓN PARA QUE QUEDE UN RECUERDO DE NUESTRO SERVICIO Y HACERLO PARTICIPE DEL PROCESO.

G. PERFIL DEL CLIENTE

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA: HOMBRES Y MUJERES QUE TENGA FAMILIAS, CON EDADES COMPRENDIDAS ENTRE 25 Y 45 AÑOS. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA: HOMBRES Y MUJERES QUE TENGAN GRAN TENDENCIA A CELEBRAR EVENTOS FAMILIARES, CON ESTADO CIVIL SEAN CASADOS O EN UNIÓN LIBRE. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA: QUE VIVAN EN BOGOTÁ, AL SUR DE LA CIUDAD. SEGMENTACIÓN SOCIOECONÓMICA: PERTENECIENTES A LOS ESTRATOS I, II Y III. SEGMENTACIÓN CONDUCTUAL: PERSONAS QUE DECIDAN CONTRATAR ESTE SERVICIO, PORQUE BUSCAN DAR UNA BUENA ATENCIÓN A SUS INVITADOS QUE TENGAN ACCESO A MANEJO DE MEDIOS DIGITALES, QUE DENTRO DE SU ESTILO DE VIDA ESTÉ INFORMARSE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES Y QUE EN SUS REUNIONES FAMILIARES OPTEN POR CONSUMIR PASABOCAS SALUDABLES COMO LAS EMPANADAS HORNEADAS. SEGMENTACIÓN INDUSTRIAL: NOS ENFOCAMOS EN SERVICIO PARA EL SECTOR CATERING. SEGMENTACIÓN DE PRODUCTO: PERSONAS QUE TENGAN PREFERENCIAS HACIA ALIMENTOS QUE SEAN SALUDABLES Y PROPORCIONEN BENEFICIOS A LA SALUD.

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

PARA EL SERVICIO DE ENTREGAS, SERÁ TERCERIZADO, UNA EMPRESA ENCARGADA Y ESPECIALIZADA EN ENTREGAS A DOMICILIO NOS PRESTARÁ EL SERVICIO



Firma del responsable del servicio:		REPRESENTANTE LEGAL	
Nombre del responsable del servicio		HERNANDO MONTIEL	Firma: <i>Hernando Montiel P</i>

12. Producto Mínimo Viable

Mejoras de nuestro PMV *(Edit Title)* by 5628efc0

<p>¿Que problema estas tratando de resolver?</p>	<p>¿Quién es tu público objetivo?</p>
 <p>Buscar y atraer más personas que se interesen y compren nuestros productos. Por medio de</p>	<p>Segmentación demográfica: Hombres y mujeres que tenga familias, con edades comprendidas entre 25 y 45 años. Segmentación psicográfica: Hombres y mujeres que tengan gran tendencia a celebrar eventos familiares, con estado civil sean casados o en unión libre. Segmentación geográfica: que vivan en Bogotá, al sur de la ciudad. Segmentación socioeconómica: pertenecientes a los estratos I, II y III. Segmentación conductual: personas que decidan contratar este servicio, porque buscan dar una buena atención a sus invitados que tengan acceso a manejo de medios digitales, que dentro de su estilo de vida esté informarse a través de redes sociales y que en sus reuniones familiares opten por consumir pasabocas saludables como las empanadas horneadas. Segmentación industrial: Nos enfocamos en servicio para el sector catering. Segmentación de producto: personas que tengan preferencias hacia alimentos que sean saludables y proporcionen beneficios a la salud</p>
<p>¿Cómo resolverás este problema?</p>	<p>Cuál es el primer paso?</p>
<p>Falta de desconocimiento de nuestra marca y la ausencia de ventas</p>	<p>Contratar un Community Manager, profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online, alrededor de nuestra marca en internet.</p>

CONCLUSIÓN

- Nuestras empanadas tienen costos fijos muy elevados para el volumen de producción, para reducirlos debemos aumentar el volumen de producción y de esta manera aumentaremos la utilidad.
- Al determinar la función de cada uno de sus cargos nos permite lograr procesos más eficientes que buscan llevarnos al cumplimiento y así generar satisfacción en nuestros clientes.
- El encargado de la logística debe almacenar y distribuir las materias primas cuidando manejar las temperaturas adecuadas para cada insumo.

BIBLIOGRAFIA

- https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/598537/mod_resource/content/1/Las%20%20fuerzas%20competitivas-michaelporter.pdf
- <https://www.compromisorse.com/rse/2013/02/11/diez-maneras-para-hacer-tu-negocio-mas-sostenible-y-ahorrar-dinero/>
- <https://www.marketing-xxi.com/cigona/facilitar-cierre-ventas>
- <http://www.empanadascolombianas.co/>
- <https://www.miarevista.es/salud/articulo/cuantas-calorias-tengo-que-tomar-al-dia-331447228155>
- <https://www.infobae.com/2013/08/26/1504468-cuantas-calorias-innecesarias-sumamos-la-dieta/>