



MALÚ POSTRES ARTESANALES SALUDABLES

Presentado por:

María Luz Alba Patiño Ruiz Código: 53910211

Adriana Perdomo Gómez Código: 52768092

Gloria Yaneth Caicedo Montaña Código: 35197214



Instagram Maluuu_84



Maluu

Contenido

COMPROMISOS DEL AUTOR	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
OBJETIVOS	9
Objetivo Específico:.....	9
Claves para el Éxito	9
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DEL NEGOCIO.....	10
Datos y Cifras	10
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	12
❖ Objetivo 3	12
❖ Objetivo 8.....	12
TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS	13
ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	14
Tabla 1.	17
<i>MATRIZ DOFA</i>	17
ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	17
❖ Político:	17

Grafica 1.....	18
<i>Económico</i>	18
Registro de marca-Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).....	20
Edificación e instalaciones	23
CONDICIONES DE INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO	24
Personal manipulador de alimentos	24
Estado de Salud.....	24
Educación y capacitación	24
Prácticas higiénicas y medidas de protección.....	24
REQUISITOS HIGIÉNICOS DE FABRICACIÓN	24
ENVASES.....	25
ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE LA CALIDAD.....	26
Tabla 2.	24
<i>ANÁLISIS DE PESTEL</i>	24
AUTOEVALUACIÓN IDEA DE NEGOCIO.....	26
<i>ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO</i>	26
IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA.....	27
FUERZAS DE LA INDUSTRIA.....	27
CARACTERÍSTICA DE LA OFERTA DE NUESTROS COMPETIDORES.....	28
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y PROVEEDORES.....	28

PROCESO DE SEGMENTACIÓN	29
Segmentación Geográfica.....	35
PROPUESTA DE VALOR.....	36
FRASE PROPUESTA DE VALOR.....	37
DEFINICIÓN ESTRATÉGICA.....	37
Sarlaft:	37
Ley de las Sociedades Comerciales.	37
Ley de Trabajo	37
Leyes Tributarias.	37
DISEÑO DE CONCEPTO	38
Diagrama de Bloques	39
COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA.....	40
Tabla 7.....	40
PROTOTIPO.....	45
Objetivo de la Investigación.....	47
GRÁFICAS Y ANÁLISIS DE LA TABULACIÓN DE LA ENCUESTA	48
CONCLUSIONES.....	54
RECOMENDACIONES.....	55

COMPROMISOS DEL AUTOR

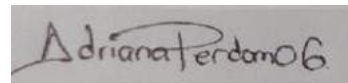
Yo María Luz Alba Patiño Ruiz identificada con C.C. 53910211 estudiante del programa Administración de Empresas declaro que:

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.



Yo Adriana Perdomo Gómez identificada con C.C. 52768092 estudiante del programa Administración de Empresas declaró 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.



Yo Gloria Yaneth Caicedo Montaña identificada con C.C.35197214 estudiante del programa Administración de Empresas declaró 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.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'GLORIA YANETH CAICEDO MONTAÑA', is written over a horizontal line.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto consiste en el diseño e implementación de un plan de negocio para la venta de postres saludables en el municipio de Chía Cundinamarca. El negocio está enfocado en la preparación de un postre nutritivo, saludable y bajo en calorías, que además de aportar al organismo los nutrientes necesarios, mejora la calidad de vida de las personas. Por ello el principal factor competitivo del producto es la utilización de excelentes materias primas (stevia y productos orgánicos), sustanciales y de calidad en el proceso de elaboración del postre.

Este proyecto tiene un impacto económico, social y ambiental ya que debe ser rentable y viable, dado que contribuye con la generación de empleo y brinda la posibilidad a la comunidad de disfrutar un producto delicioso y saludable.

INTRODUCCIÓN

La idea de negocio que proponemos es una empresa de postres artesanales saludables llamada Malú Postres Artesanales Saludables, este es un postre tradicional de la sabana de Bogotá, el cual se acostumbra a consumir después del almuerzo o los fines de semana, lo que pretendemos es que sea sostenible y competitiva. Buscamos con este emprendimiento dar una oportunidad de consumir postres a aquellas personas que, por asuntos de salud, con enfermedades relacionadas con el consumo de azúcar no pueden hacerlo. Así mismo, llegar a todas las personas de todas las edades que quieren consumir algo rico y saludable.

Dadas las circunstancias actuales de confinamiento y quietud de las personas en casa se hace necesario ofrecer una alternativa de postre saludable para todos, debido a la poca quema de energía por la cuarentena y al deseo de comer algo diferente.

Hemos basado todo nuestro emprendimiento en postres saludables para ajustarnos a la creciente necesidad de toda la humanidad de consumir cada vez alimentos más sanos. Así, además de alimentar, contribuimos a la buena salud de la población y generamos un ingreso para mejorar la calidad de vida de nuestras familias y de paso generar riqueza al país al crear empleos decentes.

Nuestro producto está pensado para todas las edades dadas su composición calórica, especialmente para pobladores del municipio de Chía y de sus alrededores.

OBJETIVOS

1. Crear una empresa que provea postres saludables en la sabana de Bogotá, principalmente en los municipios cercanos a Chía.
2. Satisfacer la necesidad de consumo de postres en personas con altos niveles de glucosa en sangre o diabetes diagnosticada o en prevención.
3. Ayudar a crear en las personas la necesidad de alimentación sana al propender por el bajo consumo de azúcar
4. Mostrar a todos que podemos consumir nuestros alimentos preferidos sin sacrificar nuestros deseos.

Objetivo Específico:

1. Realizaremos un estudio poblacional para determinar cuál es la incidencia en la zona de necesidad de consumo de productos bajos en azúcar. Para ello tendremos en cuenta los últimos estudios que ha realizado la OMS al respecto.

Claves para el Éxito

1. Será un producto novedoso y agradable que estará al alcance de todas las edades.
2. Nuestro factor diferenciador será el uso de stevia natural como endulzante e ingrediente principal de nuestras preparaciones.
3. Así mismo usaremos frutas cultivadas de manera orgánica, es decir, libres de abonos y fertilizantes químicos.
4. Otra clave de éxito será nuestra logística de distribución, estaremos en las redes sociales de mayor uso (Facebook, WhatsApp, Instagram etc..) promocionando nuestro producto y poniéndolo al alcance de nuestros clientes a sólo un clic

5. Tendremos proveedores certificados en producción de frutas orgánicas y también aquellos que posean cultivos de stevia.
6. Estamos ubicados en la sabana norte de Bogotá, zona de gran afluencia de visitantes especialmente los fines de semana, las personas quieren probar algo diferente y salir de la ciudad para encontrar un ambiente más sosegado

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DEL NEGOCIO

Las necesidades que planteamos solucionar con nuestro producto están basadas en el siguiente estudio de la OMS publicado el 8 de junio de 2020:

Datos y Cifras

- El número de personas con diabetes aumentó de 108 millones en 1980 a 422 millones en 2014.
- La prevalencia mundial de la diabetes en adultos (mayores de 18 años) ha aumentado del 4,7% en 1980 al 8,5% en 2014. (1)
- Entre 2000 y 2016, se ha registrado un incremento del 5% en la mortalidad prematura por diabetes.
- La prevalencia de la diabetes ha aumentado con mayor rapidez en los países de ingresos bajos y medianos que en los países de ingresos altos.
- La diabetes es una importante causa de ceguera, insuficiencia renal, infarto de miocardio, accidente cerebrovascular y amputación de los miembros inferiores.
- Se estima que en 2016 la diabetes fue la causa directa de 1,6 millones de muertes. Otros 2,2 millones de muertes eran atribuibles a la hiperglucemia en 2012.

- Casi la mitad de todas las muertes atribuibles a la hiperglucemia tienen lugar antes de los 70 años de edad. La OMS estima que la diabetes fue la séptima causa principal de mortalidad en 2016.
- La dieta saludable, la actividad física regular, el mantenimiento de un peso corporal normal y la evitación del consumo de tabaco previenen la diabetes de tipo 2 o retrasan su aparición.
- Se puede tratar la diabetes y evitar o retrasar sus consecuencias con dieta, actividad física, medicación y exámenes periódicos para detectar y tratar sus complicaciones.
- Estos datos nos muestran la necesidad urgente de proveer alimentos saludables y deliciosos.

Como podemos observar en el estudio de la OMS, la diabetes es una enfermedad en crecimiento constante que permea todos los niveles socioeconómicos, así como todas las edades y que se ha incrementado en los últimos tiempos debido a la ingesta cada vez mayor de productos muy procesados y endulzados.

Siempre se ha relacionado los postres como productos con exceso de azúcar, MALU Postres Artesanales hará la diferencia ofreciendo postres endulzados con stevia que es un endulzante natural con cero calorías, apto para todos especialmente para quienes padecen enfermedades relacionadas con el consumo de azúcar.

MALU Postres Artesanales, pondrá al alcance de todos postres preparados de manera saludable, con ingredientes sanos, aún muy buen precio y con disponibilidad total.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Dentro de los objetivos propuestos por la ONU, escogemos uno el cual se ajusta a la solución que nosotros proponemos mediante nuestra idea de negocio.

❖ **Objetivo 3.:** Salud y bienestar

Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades es esencial para el desarrollo sostenible.

Este objetivo se ajusta perfecto con los objetivos de nuestro emprendimiento de ofrecer productos saludables bajos en azúcar y con frutas orgánicas

Las enfermedades provocadas por el exceso de azúcar en la alimentación, así como el uso indiscriminado de fertilizantes y abonos en el proceso de producción de frutas y comestibles ha disparado de manera exponencial la incidencia de enfermedades prevenibles como cánceres y diabetes, con todas las consecuencias asociadas que están enfermedades presentan, entre otros (obesidad, ceguera, daños renales etc.)

❖ **Objetivo 8.** Trabajo decente y crecimiento económico

“Un crecimiento económico inclusivo y sostenido puede impulsar el progreso, crear empleos decentes para todos y mejorar los estándares de vida”.

Objetivos como el trabajo decente y crecimiento económico estarán implícitos en nuestra empresa, dado que haremos contrataciones con todas las prestaciones de ley y garantizando el respeto total hacia los derechos laborales y el pago de impuestos que son los impulsores del desarrollo económico del país.

Teoría del Valor Compartido

MALÚ Postres Artesanales ha identificado una necesidad creciente entre la población que busca consumir productos saludables en todo su proceso y poner alcance de todos postres que antes por su composición de glucosa frutas producidas con alto contenido de químicos (herbicidas y abonos) los hacia poco saludables, aunque deliciosos.

Al cruzarse estos objetivos sociales con los objetivos de nuestra empresa. nos permite crear una estrategia de valor empresarial medible no solo en términos económicos sino de gestión social.

Por ello ofrecemos un producto que satisfaga las necesidades o en este caso los antojos de sus clientes, siempre pensando en la salud y medio ambiente, por eso queremos ofrecer un producto con fruta natural y orgánica como fresas, guanábana, duraznos, uvas, moras entre otras, lo cual ayuda también a nuestros proveedores que son agricultores a recibir ingresos tanto para el sustento de sus familias como para la inversión de nuevas cosechas.

Adicionalmente pretendemos utilizar empaques amigables con el medio ambiente e innovadores, pero que a su vez sea un producto asequible para nuestros consumidores.

TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

MALU Postres Artesanales será una innovación en sí mismo, debido a que no existen en el mercado actual postres preparados con fruta orgánica y endulzada con stevia.

Usaremos empaques biodegradables, las cucharitas serán en madera de bambú, y haremos uso de todas las redes sociales para llegar a nuestros clientes, así como de todos los instrumentos electrónicos y de comunicación a nuestro alcance para dar a conocer lo que hacemos y como lo hacemos.

Tendremos una página de internet con videos de nuestros procesos, así como de los procesos de siembra y cosecha de frutas usadas en los postres. También en la página los clientes podrán hacer sus pedidos, pagarlos y dejarnos conocer sus opiniones.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

MALU Postres Artesanales, sería una empresa dedicada a la elaboración de productos alimenticios y a la comercialización de estos.

Nos ubicamos dentro de los siguientes códigos CIU:

1089 Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p

5612 Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.

La financiación para esta idea de negocio sería un 40% por recursos propios el cual será aportado en partes iguales por cada una de las integrantes del proyecto y el 60% por crédito solicitado a la Alcaldía de Chía para proyectos de emprendimiento, basado en el siguiente programa de la Gobernación que apoya los emprendimientos.

Imagen 1.

La Alcaldía de Chía viene trabajando y apoyando fuertemente a los emprendedores, pequeñas y medianas empresas a través de la Secretaria de Desarrollo Económico, con su programa “Chía emprende”.



Fuente: <https://bit.ly/3feq1b4>

La Gobernación de Cundinamarca y el municipio de Chía, a través de la Secretaria de Desarrollo Económico ponen en conocimiento los requisitos para que los interesados del programa "Chía Emprende" puedan acceder a los créditos.



Generalidad:

Los beneficiarios son las personas que habitan en los 116 municipios del Departamento de Cundinamarca y que *residen en los estratos 1, 2 o 3, emprendedores, vendedores informales, microempresarios, agricultores, comerciantes, organizaciones de naturaleza social, comunitaria, solidada o civil.*

1. Cuantía de los créditos hasta \$4.389.015 equivalente cinco salarios mínimos legales mensuales vigentes (5 SMLMV)
2. Tasa de interés 0% es **SUBSIDIADA** en su totalidad por la Gobernación de Cundinamarca.
3. El plazo será de hasta treinta meses, con un periodo de gracia de seis (6) meses.

Requisitos:

1. Formulario de solicitud firmada por el titular
2. Fotocopia ampliada de la cédula del titular al 150%
3. Original o fotocopia de la última cuenta de servicios públicos domiciliarios (Estrato 1, 2 y 3)
4. Cámara de Comercio actualizada que acredite 6 meses de antigüedad.
OBSERVACIÓN: *En caso de no tener registro de Cámara de comercio deberá certificar que desarrolla su actividad comercial/productiva por lo menos con una antelación de 6 meses a través de contratos, facturas, desprendibles.*
5. Registro único tributario RUT
6. Certificación bancaria que indique la titularidad en la cuenta del solicitante del crédito
7. Codeudor con contrato laboral vigente y/o finca raíz.

Fuente: <https://bit.ly/3gFucf7>

Tabla 1.

MATRIZ DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">● No es de consumo diario● Nuevos en el mercado● De consumo inmediato	<ul style="list-style-type: none">● Nueva normalidad● Apertura de los sectores económicos● Participar en proyectos de emprendimiento● Participar en ferias gastronómicas de Cundinamarca
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">● Producto rico y saludable apreciado por los consumidores● Producto que contiene diferentes tipos de fruta● Producto fresco y de alta calidad● Presentación y precio	<ul style="list-style-type: none">● Existencia de otros lugares dedicados a lo mismo● Desempleo● Cambios de clima drásticos● Confinamiento estricto

ANÁLISIS DEL ENTORNO

En el análisis del entorno tendremos en cuenta lo siguiente:

❖ **Político:** Nuestros productos fueron gravados con IVA en la última reforma tributaria

Estamos sujetos a las normas INVIMA requiriendo los siguientes registros:

Notificación Sanitaria (NSA)

Permiso Sanitaria (PSA)

Registro Sanitario (RSA)

En producción de alimentos nos rigen leyes como ley 019 de 2012, Resolución 719 de 2015, Resolución 2674 de 2013, entre otras.

Grafica 1.

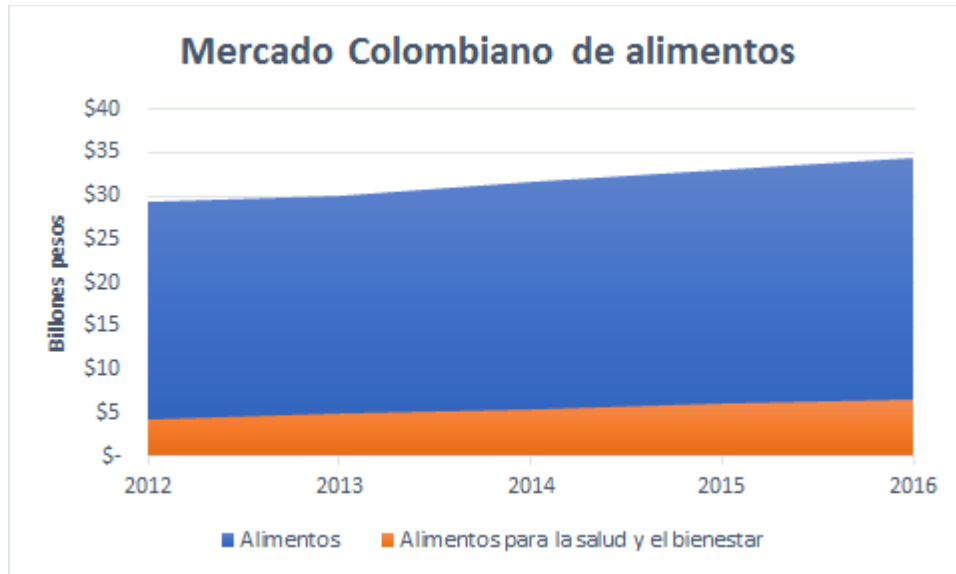
Económico: Pertenece a la industria de alimentos en Colombia que ha tenido un desarrollo significativo en los últimos años.



Grafica 2.

Esta gráfica nos muestra que la producción en Colombia de productos para la salud y el bienestar es bastante baja aun, lo que nos abre una importante oportunidad de negocios debido a que es un nicho de negocio inexplorado.

Obtendríamos financiación mediante programas de apoyo al emprendimiento como el fondo Emprender del SENA y otras entidades del estado como el programa INNPULSA

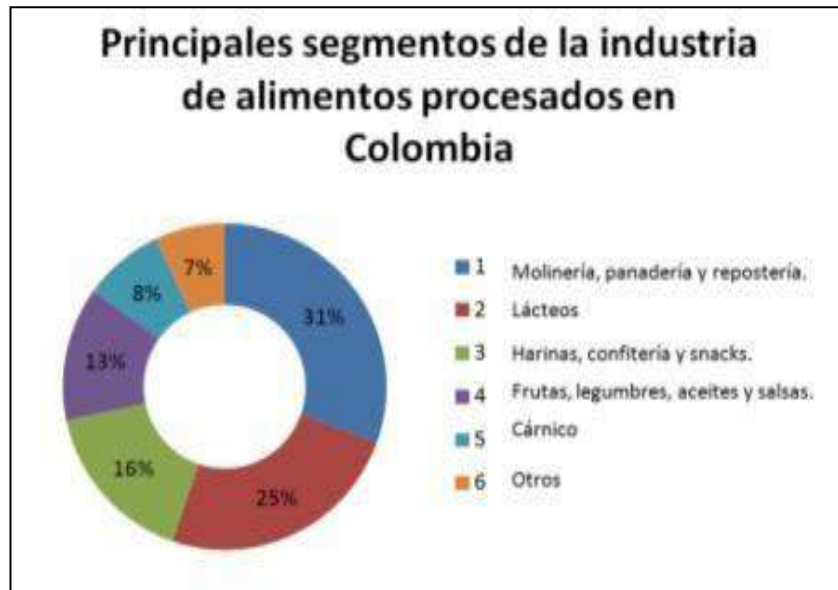


Fuente: Euromonitor International (2017).

Grafica 4.

Social: Hemos revisado estudios que muestran las tendencias de consumo de postres en Colombia

Ventas por segmento en Alimentos Procesados año 2015



Fuente: Datos tomados de Invest In Bogotá

Nuestro producto se encuentra 1 con el 38% en molinería, panadería y repostería. Las personas buscan los postres en fines de semana o cuando tienen alguna reunión familiar.

Mediante nuestros productos promoveremos un estilo de vida saludable donde las personas pueden acceder a alimentos que gustan mucho sin que se cause daño a su salud

- ❖ **Tecnológico.** Se hará uso de las redes sociales para promocionar nuestro producto tales como Facebook, Instagram, WhatsApp etc. Así mismo crearemos una app que le permita al cliente elegir el postre de su elección pagarlo y pedirlo a domicilio desde la comodidad de su casa
- ❖ **Ecológico:** en este espacio haremos un gran aporte al incentivar a nuestros campesinos a producir alimentos de manera orgánica, es decir, libres de pesticidas y abonos que contaminan las aguas y los alimentos, de esta forma las fuentes de agua estarán más limpias y darán lugar a mas vida dentro de ellas.

La tendencia del consumo de productos orgánicos ha estado creciendo en los últimos años por la necesidad de cuidarnos que todos tenemos

- ❖ **Legal:** En cuanto a este aspecto cumpliremos las normas que nos atañen, en la parte laboral, así como como en normas de calidad alimentaria, pago de impuestos.

Dentro de la parte legal encontramos lo siguiente:

Registro de marca-Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

La marca es un signo distintivo, sirve para diferenciar en el mercado productos, servicios y permitir a los consumidores hacer una buena elección de aquello que desean consumir en relación con los demás productos o servicios que se ofrecen en el mercado por parte de los competidores.

El registro pretende proteger el derecho al uso exclusivo de un signo distintivo se debe hacer ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), el otorgamiento de este registro protege la titularidad y exclusividad del signo durante el término de diez años, renovable por términos iguales.

El derecho al uso exclusivo comprende la facultad del titular de impedir que terceros no autorizados usen el signo o signos similarmente confundibles para los mismos bienes o servicios o aquellos vinculados competitivamente.

De acuerdo al Artículo 110 del Código de Comercio. La sociedad comercial se constituirá por escritura pública en la cual se expresará:

- ✓ Nombre completo de los constituyentes con sus documentos de identidad. En el caso de que los participantes en la constitución de la sociedad sean personas jurídicas (sociedades, entidades sin ánimo de lucro etc.), es necesario indicar en el documento el NIT correspondiente.
- ✓ Denominación o razón social. Esta debe responder al tipo de sociedad que se constituye: Colectiva, Limitada, En Comandita Simple o por Acciones o Anónima.
- ✓ Domicilio principal (ciudad o municipio donde se establece)
- ✓ Objeto social o actividades que desarrollará. El objeto social debe estar descrito de manera clara y determinada.
- ✓ Capital social y su distribución entre los socios, indicando las formas como fue pagado (dinero, especie, o industria). En cuanto a la distribución del capital debe indicar el número de cuotas o acciones según el caso y el valor nominal de cada una.

- ✓ Representación legal y nombramientos. Cuando se aporten a la sociedad activos tales como bienes inmuebles, deberá inscribirse la escritura en el registro de instrumentos públicos del lugar del inmueble.
- ✓ Vigencia o término de duración de la sociedad.
- ✓ Entre otros

Al mes de haber realizado la constitución se debe hacer la solicitud de la matrícula por medio del representante legal, tramitando formularios y anexo tributario, se debe diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial, firmado por el representante legal de la sociedad, solicitar y diligenciar el anexo tributario con la firma del representante legal, y anexar copia de la escritura pública de constitución.

Después de la constitución de la empresa, es necesario inscribirse ante la Cámara de Comercio donde se obtendrá la matrícula mercantil, luego se debe hacer inscripción del RUT a la DIAN y la asignación del número de identificación tributario (NIT) Antes de registrar el nombre se debe utilizar el servicio de la cámara de comercio de verificación de homonimia.

De acuerdo a investigación en Colombia, las buenas prácticas de manufactura (BPM) para alimentos están reguladas por el Decreto 3075 de 1997 y vigiladas por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima).

El Decreto 3075 de 1997 fue elaborado por el Ministerio de Salud (hoy Ministerio de Protección Social) que reglamentó la implementación de directrices destinadas a la elaboración inocua de los alimentos, con el objetivo de proteger la salud de los consumidores.

El Invima es la institución oficial de vigilancia y control, de carácter técnico-científico, que trabaja en la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos, mediante la aplicación de las normas sanitarias como: decretos y resoluciones para alimentos, medicamentos,

cosméticos, productos de aseo, bebidas alcohólicas, dispositivos médicos, homeopáticos, entre otros.

Campo de aplicación

- ✓ A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- ✓ A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- ✓ A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expandan, exporten o importen, para el consumo humano.
- ✓ A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

En este marco se tienen en cuenta los siguientes aspectos.

Edificación e instalaciones

La pauta principal consiste en garantizar que las operaciones se realicen higiénicamente desde la llegada de la materia prima hasta obtener el producto terminado, dentro de los componentes necesarios en edificación e instalaciones están:

- Localización y accesos
- Diseño y construcción
- Abastecimiento de agua
- Disposición de residuos líquidos

- Disposición de residuos sólidos
- Instalaciones sanitarias

Equipos y utensilios

Los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación, preparación, de alimentos dependen del tipo del alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista. Todos ellos deben estar diseñados, construidos, instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto.

CONDICIONES DE INSTALACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

Personal manipulador de alimentos

Estado de Salud

El personal manipulador de alimentos debe haber pasado por un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función.

Educación y capacitación

Prácticas higiénicas y medidas de protección

REQUISITOS HIGIÉNICOS DE FABRICACIÓN

Todas las materias primas y demás insumos para la fabricación, así como las actividades de fabricación, preparación y procesamiento, envasado y almacenamiento deben cumplir con los requisitos descritos en este capítulo, para garantizar la inocuidad y salubridad del alimento.

Las materias primas e insumos para alimentos cumplirán con:

- ✓ Recepción de materias primas debe en condiciones que eviten su contaminación, alteración y daños físicos.
- ✓ Materias primas e insumos deben inspeccionados, previo al uso, clasificados y sometidos a análisis de laboratorio cuando así se requiera.
- ✓ Materias primas sometidas a la limpieza con agua potable u otro medio adecuado de ser requerido y a la descontaminación previa a su incorporación en las etapas sucesivas del proceso.
- ✓ Materias primas conservadas por congelación que requieren ser descongeladas previo al uso, deben descongelarse a una velocidad controlada para evitar el desarrollo de microorganismos.
- ✓ Materias primas e insumos que requieran ser almacenadas antes de entrar a las etapas de proceso, deberán almacenarse en sitios adecuados que eviten su contaminación y alteración.
- ✓ Los depósitos de materias primas y productos terminados ocuparán espacios independientes, evitando peligros de contaminación para los alimentos.
- ✓ Las zonas donde se reciban o almacenen materias primas estarán separadas de las que se destinan a elaboración o envasado del producto final.

ENVASES

Los envases y recipientes utilizados para manipular las materias primas o los productos terminados deberán reunir los siguientes requisitos:

Estar fabricados con materiales apropiados para estar en contacto con el alimento y cumplir con las reglamentaciones del Ministerio de Salud.

El material del envase deberá ser adecuado y conferir una protección apropiada contra la contaminación.

No deben haber sido utilizados previamente para algún fin diferente que pudiese ocasionar la contaminación del alimento a contener.

Deben ser inspeccionados antes del uso para asegurarse que estén en buen estado, limpios y/o desinfectados. Cuando son lavados, los mismos se escurrirán bien antes de ser usados.

Se deben mantener en condiciones de sanidad y limpieza cuando no estén siendo utilizados en la fabricación.

ASEGURAMIENTO Y CONTROL DE LA CALIDAD

Una empresa que aspire a competir en los mercados de hoy, deberá tener como objetivo primordial la búsqueda y aplicación de un sistema de aseguramiento de la calidad de sus productos. El fin primordial que tiene este concepto consiste en lograr disminuir la cantidad de material defectuoso procesado, con el fin de disminuir el costo respectivo, también se busca hacer un uso más racional de la mano de obra y equipo, para lograr niveles de calidad más competitivos, disminuir los gastos de inspección, mejorar la moral del trabajador al participar en la elaboración de productos de mayor calidad, disminuir y, de ser posible, eliminar los reclamos y las devoluciones de productos. (Acuña, 1996).

La gestión de calidad de una empresa alimentaria está basada en producir siempre alimentos seguros para la salud de sus consumidores, procurando que sean higiénicamente elaborados; que no contenga sustancias dañinas; que sean nutritivos; que no engañen al consumidor, por lo cual la composición que se indica debe corresponder a la realidad y, a su vez, ayude a facilitar su comercialización. (Malevski, 1986).

Tabla 2.

ANÁLISIS DE PESTEL

POLÍTICO	ECONÓMICO	SOCIAL	TECNOLÓGICO	ECOLÓGICO	LEGAL
El Gobierno Nacional ofrece a los ciudadanos con el programa INNpulsa buscan fomentar la mentalidad y cultura emprendedora.	Encontramos que la financiación del proyecto lo podemos realizar a treves de la Alcaldia de Chia a traves de proyectos economicos apoyados por la Gobernacion de	Dirigidos a una población mixta potencial entre los 20 y 40 años	Utilización de las redes sociales como Instagram, Facebook y Whatsapp	El cambio climático nos afecta ya que incrementa los precios de la fruta	Nos regimos por la Legislación Sanitaria Decreto 3075 de 1997
Encontramos también el Fondo Emprender del SENA ofrece a los emprendedores un capital semilla para desarrollar los planes de negocio	Tambien lo podemos realizar a traves de los diferentes canales del gobierno como INNpulsa y Fondo Emprender del SENA	Ubicados en el municipio de Chía el cual cuenta con diferentes de vías de acceso	Participación en publicidad por parte de la Alcaldía y Emisora de Chia (Luna Stereo)	Utilización de paneles solares para generar energía limpia para los refrigeradores, batidoras y elementos que requieran electricidad.	Cambios en la Legislación Tributaria
La Camara de Comercio de Bogotá (CCB) cuenta el programa Gestión Financiera que tiene como fin optimizar a los emprendedores en el proceso de consecución de recursos financieros	Durante el segundo trimestre del 2020 nos podemos ver decrecimiento de la economía segun el DANE de un 15,7%, adicionalmente el alojamiento y los servicios de comida en un 34,3%	Tenemos la opción de llegar a los diferentes sitios ya que ofrecemos servicio a domicilio			

Grafica 3.

ARBOL DE PROBLEMAS



Autoría propia

Tabla 3.

AUTOEVALUACIÓN IDEA DE NEGOCIO

INTERES/ DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	F				V
La idea de negocio se ajusta a lo que siempre he querido hacer					5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad					5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio					5
Considero que en seis meses puedo tener el negocio funcionando					5
Número total de afirmaciones valoradas					20

Autoría Propia

Tabla 4.

ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO

¿Cuál es el producto o servicio?	Merengón
¿Cuál es el cliente potencial?	Población de todas las edades
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer los antojos de postre de una forma saludable
¿Cómo funciona la idea o servicio?	Servicio a la mesa o domicilio de merengón
¿Por qué lo preferirían?	Porque es un producto saludable bajo en azúcar, con ingredientes orgánicos, delicioso, de fácil adquisición, para toda la familia, con excelente calidad

IDEA DE NEGOCIO ESTRUCTURADA

Iniciar el proyecto de venta de merengones saludables bajos en azúcar con ingredientes orgánicos con excelente calidad, textura, tamaño, sabor y variedad, dirigido a una población de todas las edades, el cual se puede disfrutar en familia.

FUERZAS DE LA INDUSTRIA

El nombre de nuestro proyecto de empresa es MALU Postres Artesanales Saludables. MALU, sería una empresa dedicada a la elaboración de productos alimenticios y a la comercialización de estos.

Nos ubicamos dentro de las siguientes actividades económicas de acuerdo a los códigos CIU:

1089 Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p

5612 Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.

Inicialmente nuestro de tamaño de empresa corresponde a la PYME

Lugar de ubicación: Variante Chía – Cota, Cundinamarca

Debido a que nuestro producto es un alimento saludable y único en el mercado de Chía y alrededores, ya que cuenta con ingredientes orgánicos y endulzantes naturales como la estevia, no contamos con una competencia directa en este campo, por lo cual no hay lugar a poder negociador de nuestros clientes ya que no encuentra poder de escogencia.

Tabla 5.

CARACTERÍSTICA DE LA OFERTA DE NUESTROS COMPETIDORES

Nombre Competidor	Nombre del Producto	Precio	Servicio	Ubicación
Endulza tu paseo	Variedad de postres	Entre \$ 8.000 y \$ 14.000	Realización de eventos	Torca, Cra 7 Km 14 Chía
Delicias de Antaño	Variedad de postres	Entre \$ 5.500 y \$ 11.000	Postres y alimentos caseros	Vereda Bojacá sector delicias el 40 Chía

ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN Y PROVEEDORES

Nuestro principal proveedor es Balú Alimentos orgánicos certificados, se encuentra ubicado en la calle 121 # 7A-73, Bogotá – Cundinamarca.

Ya que es una empresa única de mercado orgánico certificado con variedad de productos y servicios ya que cuentan con amplia experiencia en la agricultura orgánica y temas relacionados

LA RECETTA



Con oficinas ubicadas en Bogotá, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Medellín, Ibagué

Compañía con más de 10 años de experiencia, líderes en soluciones integrales para el mercado institucional de Colombia.

FRUTIAGRO



Ubicado en Corabastos dedicados a la distribución y comercializador de frutas y verduras.

ALPINA



Empresa dedicada a la elaboración de productos lácteos

Ubicada en Km 3, vía Briceño Sopó, Edificio Administrativo Alpina Cundinamarca,
Colombia.

PROCESO DE SEGMENTACIÓN

Bondades:

Contiene frutas libres de pesticidas, fungicidas y herbicidas

Frutas con mayor cantidad de nutrientes y antioxidantes

Contiene endulzante natural (stevia) cero calorías

Tiene mejor sabor

Reduce los riesgos para la salud

Genera felicidad ya que por su contenido natural produce sustancias químicas como la serotonina, que contribuye al bienestar emocional

Si se consume en conjunto con una dieta saludable tiene mayor posibilidad de pérdida de peso

Mejora el humor y el estado de ánimo

Aporta energía

Satisface el antojo

Reduce el efecto negativo de las dietas

Para consumo de todas las edades

Protege el medio ambiente

Ayuda a los pequeños agricultores

Mayor tiempo de conservación de las frutas que al ser orgánicas se respeta el tiempo crecimiento y desarrollo de las plantas.

EJERCICIO BUYER

Tabla 6.

JENNIFER TATIANA PINTO



PERFIL	DATOS DEMOGRAFICOS	HABITOS	INTERESES	RETOS	FRUSTRACIONES	OBJETIVOS
Bachiller técnico Administrador de empresas Formación de cursos sura Tecnólogo en gestión de la calidad. Licencia en salud y seguridad	Mujer 23 Vive en alquiler casa en chía Autónoma con ingresos alrededor de \$2.000.000	Compra mucho por plataformas digitales Ultima compra postres para la familia	Hace ejerció todas las tardes Va a cine una vez a la semana Permanece activa en redes sociales Consume productos saludables bajos en calorías y azucares	Terminar la carrera profesional Comprar vivienda Viajar fuera del país con su hijo Combinar estabilidad laboral y familiar Tener un estilo de vida saludable y fitness	No tener reconocimiento laboral Estancada económicamente Pasar poco tiempo con su familia	Obtener la licencia para asesorar las diversas empresas Compartir con su familia un estilo de vida saludable

Autoría Propia

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

En la actualidad y con la crisis económica que se presenta a nivel mundial, nuestro municipio se ha visto afectado por el cierre de muchos establecimientos comerciales esto nos lleva a innovar nuestra idea de negocio con postres bajos en azúcares, de acuerdo al estudio realizado hemos dirigido nuestra marca especialmente a personas con diabetes o consumidoras de productos bajos en azúcar, observamos que nuestros mayores competidores son endulza tu paseo y mi dulce compañía, en estos establecimientos comerciales ofrecen únicamente postes endulzados con productos artificiales y azúcares refinados lo que hace que los productos sean perjudiciales para la salud por sus altos contenidos de dulce, nuestro producto al ser orgánico y endulzado con Stevia hace que poseamos un plus adicional para innovar en el mercado y llegar al éxito.



<https://n9.cl/xwbz>



<https://n9.cl/it3f>

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

Con nuestra idea de negocio estamos enfocadas en llegar a personas que no pueden consumir productos altos en azúcares por alguna enfermedad que les impide el consumo o porque dentro de sus hábitos alimenticios se encuentran limitadas las calorías o el consumo de azúcares refinados, nuestro producto es saludable, orgánico y con endulzante natural.

Las frutas si bien son ricas en azúcar, poseen fructosa natural que, a diferencia de la fructosa industrial o artificial, se acompaña de fibra, vitaminas, minerales, antioxidantes y mucha agua

para el organismo, nuestro objetivo es llegar a la población total del municipio de Chía y municipios aledaños.

Llegaremos a los establecimientos comerciales como lo son:

Dulcerías, restaurantes, heladerías, esperamos que con una reactivación pronta del sector educativo poder ofrecer nuestro producto a la población estudiantil.

Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

En este caso los establecimientos de postres que ya están en el mercado, pero aún no han innovado o no han visto la necesidad de un producto especialmente para las personas con diabetes, y para aquellas que les guste comer saludable.

Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto.

Principalmente nos enfocamos en personas con diabetes o cuyo consumo de azúcar se bajó o limitado, en segundo lugar, nuestro producto al ser elaborado con azúcares naturales podemos llegar a la población más pequeña con el fin de que los puedan consumir sin ningún problema.

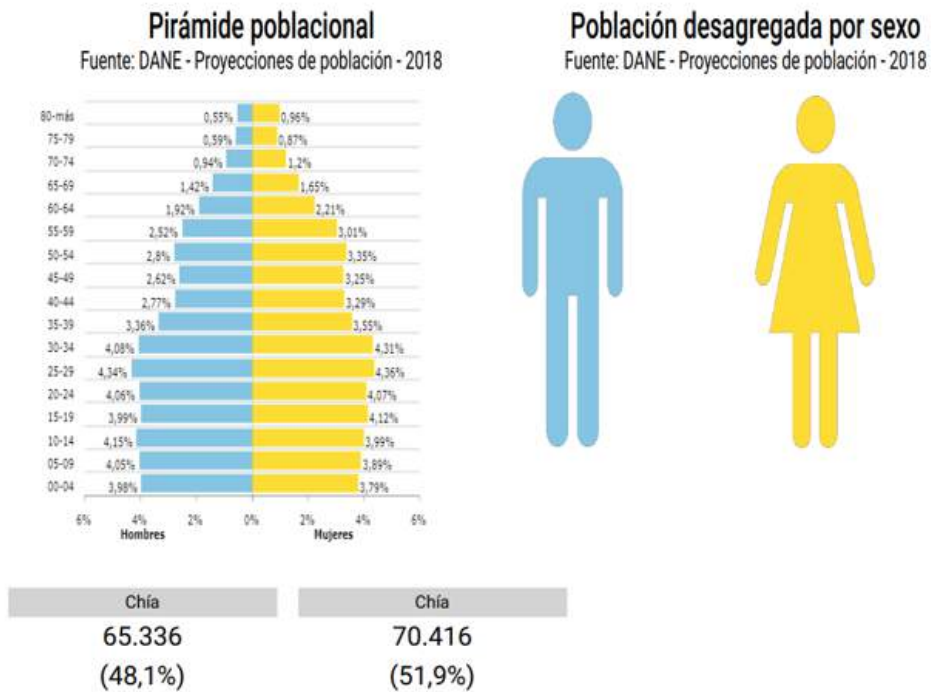
Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto.

Mercados con la necesidad de ampliar sus ingresos y satisfacer a sus clientes especialmente en los restaurantes donde el comercio a pesar de la baja del mercado son los únicos que han mantenido y han tenido que innovar ideas para cumplir con las metas financieras y comerciales.

Por medio de redes sociales daremos a conocer nuestra marca para llegar a todas y cada uno de los habitantes de la sabana de Bogotá.

Grafica 4.

Censo Poblacional Municipio de Chía 2018



Fuente: <https://bit.ly/376U51x>

De acuerdo a las proyecciones de población del DANE – 2018 la población de Chía - Cundinamarca es de: 135.752 habitantes.

Según información de la distribución geográfica calculada por el DANE , la mayor parte de la población de encuentra concentrada en el perímetro urbano con un 78% aproximado.

Segmentación Geográfica

Habitantes: 135.752

Población de consumo: 15 y 50 años



Mujeres: 40.725

Equivalente al 30%



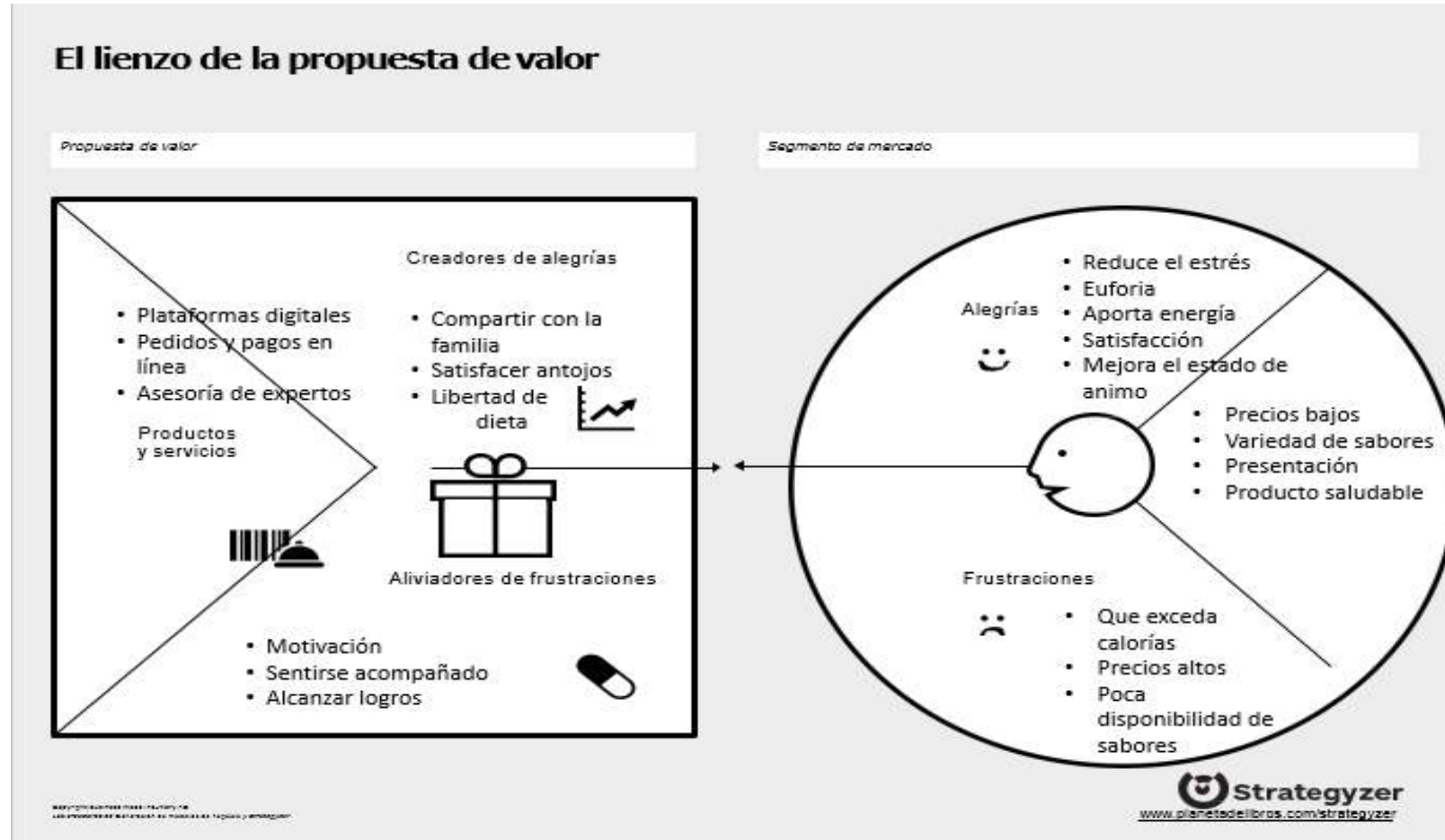
Hombres: 38.010

Equivalente al 28%

Clientes Potenciales: Personas entre los 20 y 40 años correspondiente al 32.13%, total de habitantes 43.440, lo anterior debido a que se encuentra en su etapa productiva por lo cual generan ingresos para satisfacer sus necesidades de compra y es la etapa más activa socialmente.

Grafica 5.

PROPUESTA DE VALOR



Autoria Propia

FRASE PROPUESTA DE VALOR

Tu salud y bienestar nuestro compromiso

DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

Dentro de las normas nacionales e internacionales que se deben tener en cuenta para la creación de una encontramos las siguientes:

Sarlaft:

Norma Internacional diseñada para prevenir el riesgo de lavado de activos y la financiación del terrorismo, la cual se encuentra regulada por la Superintendencia Financiera y la UIAF.

Ley de las Sociedades Comerciales.

En estas se establecen todos los procedimientos para la creación o modificación de una empresa. Establecidas en el Código de Comercio, Decreto 410 de 1971.

Ley de Trabajo.

Establecidas en el Código Sustantivo de Trabajo, en el cual encontraremos los derechos y obligaciones que conlleva contratar empleados, además de las normas de seguridad e higiene en el trabajo.

Leyes Tributarias.

Se debe tener en cuenta cual es el régimen de tributación al igual el impacto que tiene la contabilidad de la empresa sobre el tema de impuestos. Dentro de esta encontramos las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) las cuales establecen los requisitos de presentación de informes, medición, requisitos de reconocimiento, transacciones y hechos

económicos. Aplica para todas las compañías y están reguladas por el Congreso, la Superintendencia de Sociedades y la DIAN.

DISEÑO DE CONCEPTO

A continuación, relacionamos los materiales e insumos y maquinaria que requerimos para la elaboración de nuestro producto:

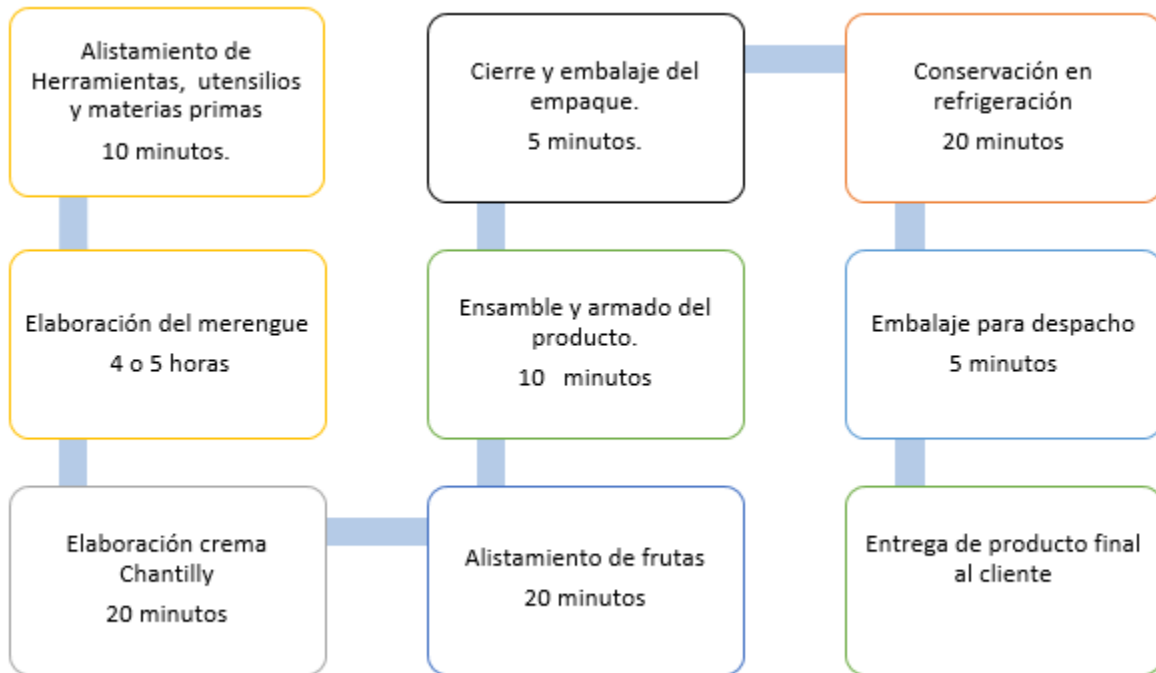
EQUIPOS DE PREPARACIÓN
MESON DE TRABAJO
HORNO
BATIDORA INDUSTRIAL
REFRIGERADOR
ESPATULAS DE SILICONA
MANGAS PASTELERAS Y BOQUILLAS
BOWLS
REJILLAS DE ENFRIAMIENTO
RECIPIENTES HERMETICOS
SILPAT (LAMINAS ANTIADHERENTES)
MOSTRADOR
UTENSILIOS DE COCINA

MATERIAS PRIMAS
ESTEVIA
CLARAS DE HUEVO
ESENCIA DE VAINILLA
VINAGRE
SAL
CREMA DE LECHE
DURAZNOS
FRESAS
MORAS
GUANABANA
MARACUYA
KIWI
ARANDANOS
BANANO
MANGO
CEREZAS

DISEÑO EN DETALLE

Diagrama de Bloques

Grafica 6.



Autoría Propia

Cadena de Distribución

Nuestra cadena de distribución es Directa, ya que el consumidor final adquiere el producto directamente desde el fabricante en el punto de venta.

COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA

Tabla 7.

COSTO DE PRODUCCIÓN MERENGÓN MALU	Vr x Unidad
Costo unitario de materiales	3.600
Costo unitario de mano de obra	1.220
Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)	1.400
COSTO TOTAL UNITARIO	6.220

Producto	Um	Costo promedio unitario	Cantidad	Costo Total
Merengue	un	1.100	1	1.100
Chantilly	Lt	8.000	0,1	800
Fruta (Fresa, guanabana, mora)	k	7.000	0,1	700
Empaque y envase	un	1.000	1	1.000
TOTAL				3.600

$$PV = \frac{6.220}{1 - 30\%}$$

$$PV = \frac{6.220}{0.7}$$

$$PV = 8.886$$

Redondeamos al mil más cercano

$$PV = 9.000$$

VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN

1) Indicadores de Calidad Decreciente

$$\frac{\text{Productos no aptos para la venta}}{\text{Cantidad de Productos fabricados}} = x 100\%$$

Cantidad de Productos fabricados

Objetivo: Controlar y medir el margen de perdida en la fabricación de los productos.

Tipo de indicador Decreciente

Meta: 20%

Periodicidad de evaluación semanal

2) Indicador Creciente

$$\frac{\text{Clientes satisfechos}}{\text{Clientes atendidos en el mes}} = x100 \%$$

Clientes atendidos en el mes

Objetivo: Medir la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad del producto

Meta: 80 %

Periodicidad de evaluación mensual

3) Indicador Creciente

$$\frac{\text{Cantidad de producciones satisfactorias}}{\text{Fabricaciones realizadas en la semana}} = x 100 \%$$

Fabricaciones realizadas en la semana

Objetivo: Medir el cumplimiento del procedimiento de fabricación del producto en cuanto a tiempo y cantidades para evitar pérdidas económicas o que llegasen afectar la finalidad del producto.

Meta: 90 %

Periodicidad de Evaluación Semanal

4) Indicador Creciente

Capacitaciones realizadas = x 100%

Capacitaciones realizadas en el mes

Objetivo: Producir un mayor rendimiento en la ejecución del producto minimizando sobre costos en la producción y disminuyendo la probabilidad de accidentalidad

Meta 90 %

Periodicidad de evaluación mensual

5) Indicador decreciente

Materia prima defectuosa comprada a proveedores = X 100 %

Materia prima comprada

Objetivo: Medir en kilos la cantidad de materia prima defectuosa recibida por parte de los proveedores

Meta: 10 %

Periodicidad de la evaluación: Semanal

PROPUESTA DE EMPAQUE Y ETIQUETA

A continuación, presentamos el empaque de nuestro producto el cual es un empaque biodegradable, amigable con el medio ambiente.



Tabla 8.

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
Nombre del producto	Merengón
Composición del producto	Merengue, Chantilly, frutas y envase. Servicio a la mesa.
Normas de calidad	Cumplimiento de BPM
Presentación comercial	Unidad por 250 g
Tipo de empaque o embalaje	Recipiente hermético tipo caja
Material de empaque	Caja cartón biodegradable con logo.
Condiciones de conservación	Conservar refrigerado de 2 a 4 °C, tapado herméticamente.
Vida útil estimada	1 día
ELABORÓ	Adriana Perdomo
REVISÓ	Gloria Yaneth Montaña
APROBÓ	María Luz Alba Patiño

Autoría Propia

Nuestro producto se encuentra en la fase de Introducción o Lanzamiento

PROTOTIPO

<https://youtu.be/rbRFjbdMJ-g>



Tabla 9

Modelo Running Lean Canvas MALU postres artesanales y saludables.

Problema Gusto por el dulce Las dietas son bajas en azúcar con poco sabor	Solución Producto bajo en calorías Apto para cualquier persona No dejar de comer postres	Propuesta de Valor única Frutos orgánicos Endulzante natural sin añadidos ni sabores artificiales Satisfacción sin remordimientos Empaques ecológicos	Ventaja injusta Que una marca reconocida utilizara los mismos ingredientes	Segmento de clientes Personas hombres o mujeres con una dieta saludable, baja en calorías. Deportistas Personas que quieren hacer dieta.
	Métricas Clave Medir ventas Incremento de nuevos clientes		Canales Ventas a través de Redes Sociales Domicilios Compra directa	
Estructura de costos Salarios, materias primas, empaques, arriendo, servicios públicos, web, marketing, infraestructura, transporte, mantenimiento etc.		Fuentes de ingresos Nuestra venta principal es la del producto al por mayor y detal. Realizando videos sobre recetas de postres saludables. Convenios empresariales Ventas institucionales Eventos especiales		

Autoría Propia

Nuestras encuestas las vamos a realizar partiendo del Lean Canvas de la propuesta de valor, ya que nuestro producto es saludable, elaborado con materias primas orgánicas y con endulzantes naturales lo cual marca la diferencia con productos de su misma línea en el mercado.

La investigación se realizó a través del método cuantitativo por medio de encuesta diseñado por google, ya que permite analizar y datos numéricos.

Objetivo de la Investigación

Conocer la viabilidad del producto analizando los gustos de la población encuestada, para el desarrollo del merengón, garantizando así que el mismo cumpla a satisfacción las características propuestas.

Para nuestro proyecto aplicamos la fórmula de un mercado heterogéneo partiendo que la población potencial a la que queremos llegar es de 43.440 habitantes del municipio de Chia, con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%, como se muestra a continuación.

$$n = \frac{1,65^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 43440}{0,1^2 \cdot (43440 - 1) + 1,65^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{2,72 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 43440}{0,01 \cdot 43439 + 2,72 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{29539,2}{434,39 + 0,68}$$

$$n = \frac{29539,2}{435,07}$$

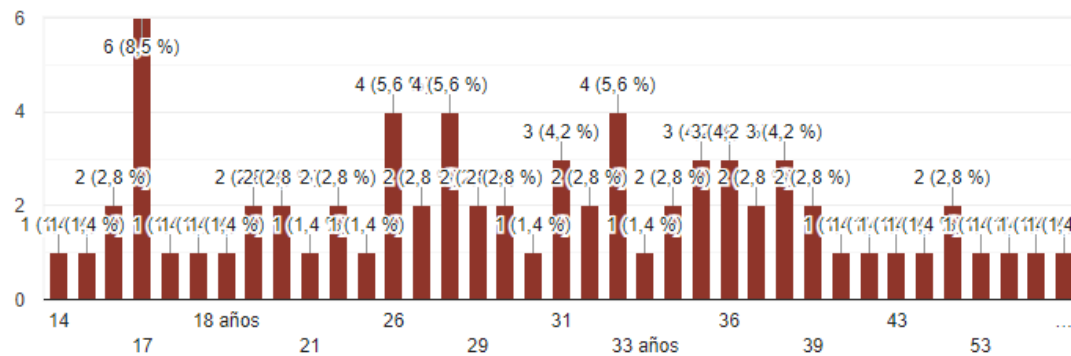
$$n = 68$$

GRÁFICAS Y ANÁLISIS DE LA TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Analizando las respuestas de la encuesta realizada evidenciamos que los rangos de edad más relevantes son:

Edad?

71 respuestas

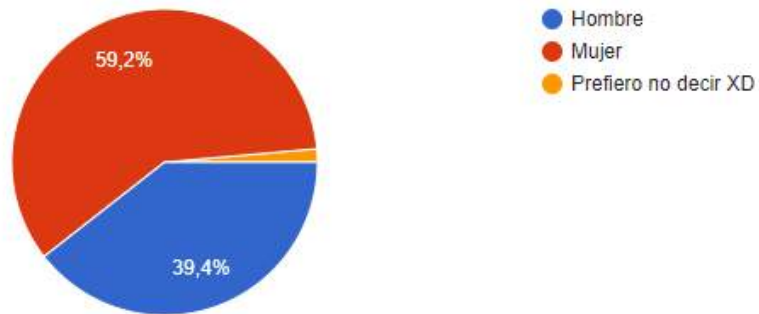


- 1 De 17 años 8,5 %
- 2 De 26,28 Y 33 años con un 5,6 %
- 3 De 31,35, 36 y 38 con un 4,2 %.

Con esto podemos concluir que el rango de edad de los clientes potenciales está entre los 17 y los 38 años.

Género?

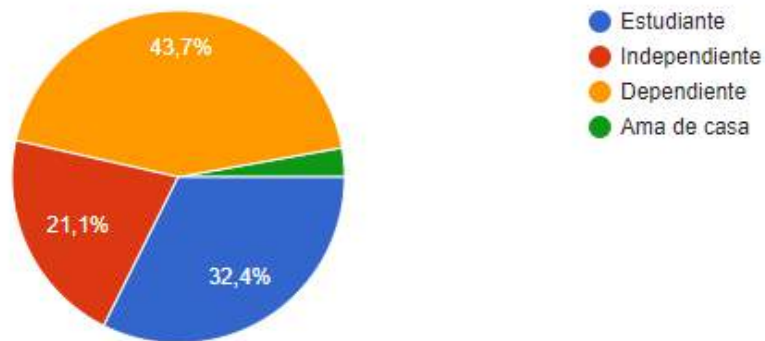
71 respuestas



La población encuestada en su mayoría es de género femenino con un 59,2%, por lo que podemos deducir que las mujeres están más dispuestas a responder y atender encuestas e influyen más en los niveles de compra.

Ocupación?

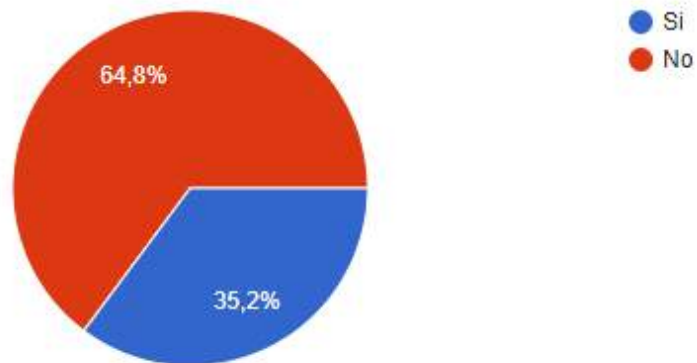
71 respuestas



Podemos evidenciar que la población que se encuentra en un trabajo formal con un 43,7 % es la que genera ingresos por lo tanto tienen mayor posibilidad de comprar.

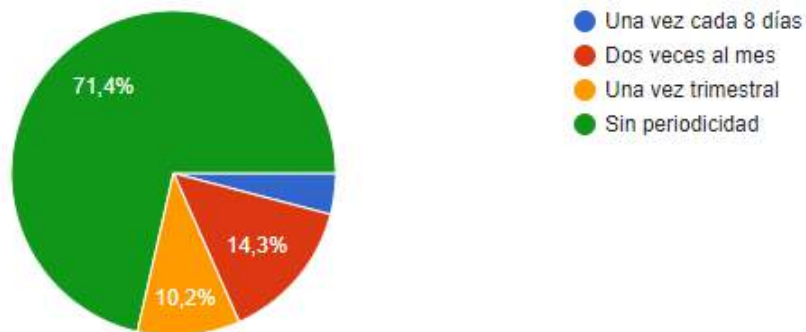
Usted consume o ha consumido merengón bajo en calorías o saludable?

71 respuestas



Si su respuesta anterior fue si, con que frecuencia lo consume ?

49 respuestas

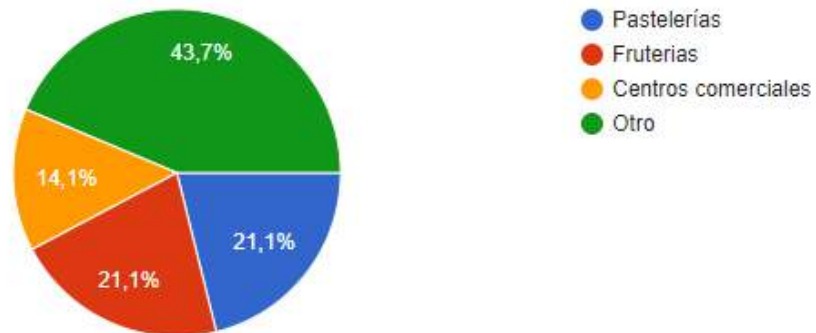


De acuerdo a la repuesta de los encuestados un 64,8% manifiesta no haber consumido merengón bajo en calorías o saludable lo que indica que nuestro producto tiene alta viabilidad en el mercado.

Encontramos que el 71,4 % de la población no consume este producto con periodicidad, ya que no se encuentra ofertado en el mercado.

Usualmente donde compra los merengones ?

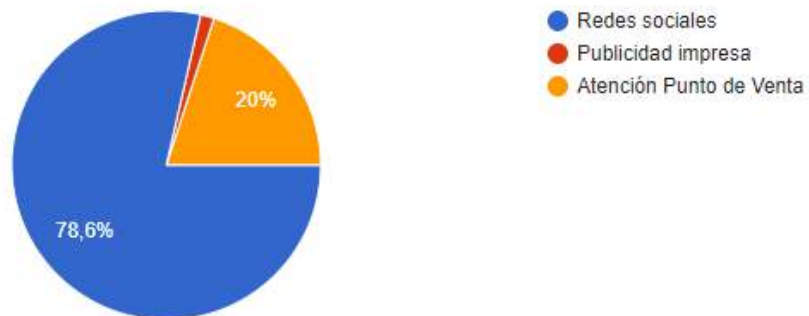
71 respuestas



El 43,7 % de la población encuestada refiere que compra los merengones en otro lugar “tiendas de postres”.

A Tráves de qué medio le gustaría tener información sobre los merengones saludables ?

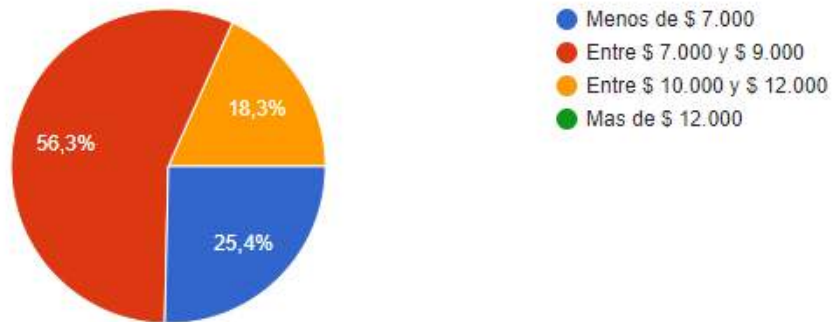
70 respuestas



Se evidencia que el 78,6% de las personas encuestadas prefiere que la información acerca del producto se dé por redes sociales, ya que esta herramienta es fácil y de rápido acceso.

Cuánto estaría dispuesto a pagar por un merengón saludable?

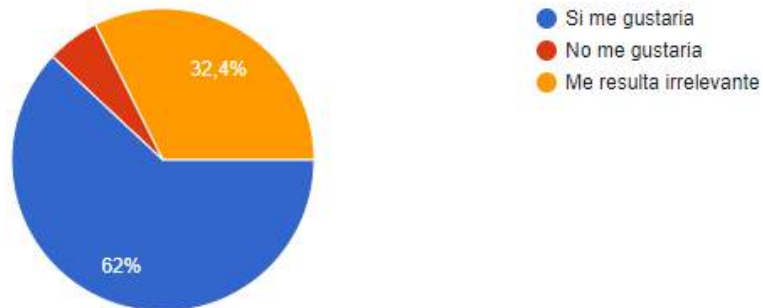
71 respuestas



Un 56,3% de la población considera que entre \$7000 y \$ 9000 estarían dispuestos a pagar por un merengón saludable, valor que está en el rango del precio de venta del producto.

Le gustaría encontrar tabla nutricional en el producto?

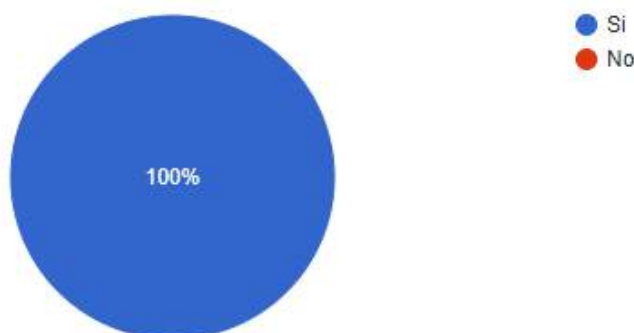
71 respuestas



Para un 62 % de los encuestados conocer información del valor nutricional en el producto es importante ya que le permite tomar decisiones en cuanto a su salud se refiere.

Le gustaría que el empaque de su producto fuera amigable con el medio ambiente ?

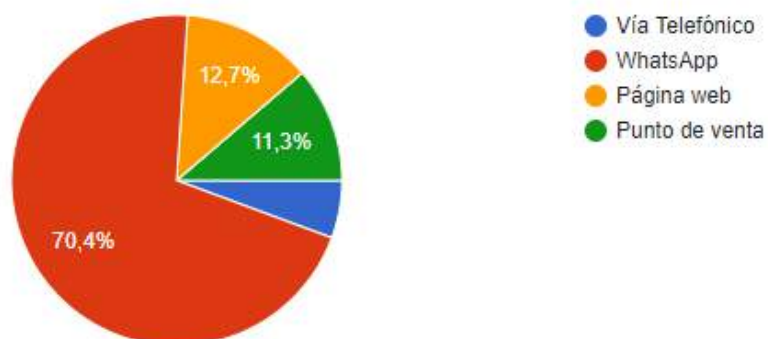
71 respuestas



Podemos concluir que implementar un empaque amigable con el medio ambiente cautiva al 100% de la población encuesta porque ayuda a la reducción de la contaminación en el planeta.

A Través de qué medio le gustaría realizar su pedido ?

71 respuestas



Como se evidencio en pregunta anterior para las personas las redes sociales y la facilidad de adquisición de productos por este medio juega un papel importante actualmente. Encontramos que un 70,4 % de la población encuestada prefiere a WhatsApp como medio para realizar los pedidos.

CONCLUSIONES

La realización de esta actividad nos permitió conocer y entender que la preparación de postres orgánicos y saludables tiene buena acogida en el mercado, ya que la oferta de este producto es baja por lo que no hay mucha competencia a comparación de los productos sustitutos.

Con la elaboración de esta investigación adquirimos y fortalecimos conocimientos vistos durante el semestre que nos permitieron entender a fondo como es la creación, lanzamiento y puesta en marcha de un proyecto de emprendimiento.

Entendimos que para que un proyecto sea viable se necesita realizar una investigación y seguimiento de las actividades siempre enfocadas en el cumplimiento de los objetivos planteados para lograr una finalización exitosa del mismo.

La metodología desarrollada en este proyecto es un referente valioso para la realización de proyectos similares de emprendimiento

RECOMENDACIONES

Es conveniente fortalecer el factor innovación enfocado principalmente en el producto ya que de esto depende en gran medida la conquista y fidelización del mercado.

Nuestro interés es crecer y ser rentables para ser sostenibles en el tiempo por lo cual debemos aumentar esfuerzos por capacitar al personal de trabajo, fortalecer actividades de publicidad y promoción para traer nuevos clientes.

REFERENCIAS

- Urna de cristal (noviembre 10 del 2018) <https://bit.ly/3pKxqnl>
- PORTAFOLIO (SEPTIEMBRE 30 2016) <https://bit.ly/3kMdI6Y>
- Informe del DANE (14 de agosto del 2020) <https://bit.ly/392qqwa>
- Buenas prácticas de manufactura (10/10/2016) <https://bit.ly/3kNw087>
- Cámara de comercio de Bogotá <https://bit.ly/3kMRYrJ>
- Sena fondo emprender <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Home.aspx#>
- Orgánicos BALÚ <https://www.organicosbalu.com/productos.php>
- Artículo de ACTUALICESE (23 de junio del 2017) <https://bit.ly/38YJ3kx>
- Pedro González (17 de abril del 2019) <https://bit.ly/3nLPQ5z>