

Naturalmente Avena



Corporación Unificada de Educación Superior Cun

Creación de Empresas

Diana Milena Galviz Cardona

Anaidu Moreno Espinosa

Síguenos en nuestras redes sociales Facebook, Twitter, Instagram

Compromisos del autor

Nosotras Diana Milena Galviz Cardona, identificada con C.C. 52.527.839 y Anaidu Moreno Espinosa identificada con C.C. 40.039.711 estudiantes del programa Administración de Empresas, declaramos que el contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original somos responsables directas legales económicas y administrativas 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.

Diana Milena Galviz

Anaidu Moreno Espinosa

Introducción

Naturalmente avena es un emprendimiento de empresa que inicia por la necesidad de crear e incursionar en el mercado y a su vez presentar un proyecto de grado.

Analizando las necesidades del sector y específicamente de un grupo de personas (trabajadores y estudiantes) logramos crear un proyecto empresarial para hacer realidad un negocio que nos diera la posibilidad de generar ingresos y suplir la necesidad de una comunidad.

Naturalmente avena está enfocada en el bienestar de las personas y aportar energía por periodos más largos durante la mañana a través de un único producto a base de un cereal tan conocido como la avena, nuestro producto alimentara de forma sana, económica y rápida a aquellas personas que por falta de tiempo no pueden preparar un desayuno con niveles de nutricionales completos.

Este producto alimenticio está enfocado en personas que llevan un nivel de vida agitado trabajadores, estudiantes, deportistas que necesitan aportar energía durante toda la mañana de una manera ligera y saludable.

Objetivos

Ofrecer un excelente producto con una tabla nutricional completa a un bajo costo.

Garantizar la satisfacción del cliente y construir una base de clientes.

Generar una tendencia de consumo novedosa, saludable, rentable y respetuosa del medio ambiente.

Crear un equipo de trabajo especial enfocado en marketing, redes sociales, lanzamiento de producto y comprometer a los empleados antes del cierre de año.

Aumentar la cartera de clientes ampliando nuestra distribución en Bogotá y con 3 puntos de venta más.

Ofrecer productos de calidad y a precios asequibles.

Ser reconocidos por nuestra marca antes de 5 años.

Fomentar el consumo de cereales, cuidando la salud de quienes consumen nuestros productos.

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

Plantee como mínimo tres problemas, retos, oportunidades, o necesidades que percibe en el entorno en el que se desenvuelve. (Puede ser a nivel social, económico, político o ambiental).

Necesidad en la población

1. Mejorar la digestión

La avena es un cereal con alto contenido en fibra soluble que facilita el tránsito intestinal, ayuda a digerir mejor los alimentos y consumirla diariamente podría llegar a mejorar el sistema digestivo.

2. Fuente de energía y protección durante la mañana

Consumir la avena en la mañana es aconsejable para aquellas personas que pasan muchas horas por fuera de casa y en el lapso de tiempo entre desayuno y almuerzo si se consume el producto las personas no sentirán hambre ya que está elaborado con este **propósito.**

3. Prevención de enfermedades en adultos y niños

El consumo de avena previene el hipotiroidismo, ya que contiene yodo, mineral que hace funcionar correctamente la glándula tiroidea. Además, las propiedades expectorantes y mucolíticas de la avena, mejoran los problemas de tos y bronquitis. Un aumento de este tipo de cereales puede reducir hasta en un 50 % el riesgo de asma en niños.

4. La avena como aliada de la belleza

La avena, absorbe toda la suciedad y residuos que se acumulan en los poros, manteniendo balanceado de forma natural el pH de la piel. También, los aceites que contiene la avena son muy recomendables para evitar la deshidratación.

5. Mantiene el peso ideal

La avena no dispara el azúcar en la sangre y esto puede resultar de ayuda en este sentido, pues evita los altibajos de glucosa.

Los betaglucanos de la avena también contribuyen a reducir el colesterol malo LDL, en parte reduciendo la absorción del colesterol que aportan otros alimentos.

Por otro lado, sus avenantramidas pueden contribuir a evitar la oxidación del colesterol, especialmente si se consume la **avena acompañada de alimentos ricos en vitamina C**. Todo ello hace que la avena sea ideal para incluir en la dieta a fin de **prevenir trastornos cardiovasculares**.

Explique: cómo su idea de negocio puede solucionar un problema social, económico, político o ambiental existente en el entorno, así mismo describa la población afectada cuantos son los usuarios en promedio edad género lugar estrato clima cultura y demás características que consideren importantes mencionar relacionado con el problema necesidad u oportunidad

Con nuestra idea de negocio podemos contribuir a solucionar en gran manera los problemas de salud a causa de una mala alimentación, el producto está orientado a aquellas personas que desean tener una alimentación sana, balanceada y sobre todo que aporte mucha energía, nuestro producto lo pueden consumir niños, adolescentes, adultos y adultos mayores está indicado para toda la población ya que no posee contraindicaciones y no es un medicamento, simplemente contribuye a una sana alimentación y aporta buena fuente de energía.

1.1 Objetivos de desarrollo sostenible

3) Enuncie de manera resumida a cuál (es) de los objetivos de desarrollo sostenible se puede relacionar el problema, reto, necesidad u oportunidad previamente identificados, o que aplica a su idea de negocio.

Los problemas del sector o de la sociedad serían los siguientes:

- **Problemas de Digestión**
- **Escases de energía**
- **Enfermedades de obesidad, azúcar en la sangre, asma, tos, bronquitis, colesterol.**

Los anteriores problemas están ubicados en los objetivos de desarrollo sostenible en el numeral

2. Hambre cero

3. Salud y Bienestar

1.2 Teoría del valor compartido

4) Describa brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio.

Conociendo las necesidades de una sana alimentación en la población nuestra idea de negocio está enfocada en desarrollar un producto alimenticio que aporte bienestar y calidad de vida y a su vez nos genere rentabilidad con la venta y distribución del producto.

1.4 Análisis del sector económico

2. Desarrolle la siguiente actividad en un archivo de Word con normas APA en donde irá conformando el proyecto empresarial semana a semana:

Acorde a lo visto en la sesión elabore el análisis PESTEL: análisis político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Se describe en la Guía del Proyecto.



POLITICO	ECONOMICO	SOCIAL	TECNOLOGICO	ECOLOGICO	LEGAL
<p>Si aplica Iva.</p> <p>Tendencias Electorales</p> <p>Normas para la manipulación de alimentos</p> <p>Clasificación de alimentos para el consumo humano.</p> <p>Requisitos sanitarios y BPM,</p> 	<p>Naturalmente</p> <p>avena pertenece al sector secundario,</p> <p>Nuestro proyecto podría ser financiado por las siguientes entidades</p> <p>Fondo emprender de capital semilla</p> <p>Bancoldex</p> 	<p>Hábitos y conductas saludables de las personas</p> <p>Calidad de vida, alimentación sana</p> <p>Se tendrá un punto fijo para la venta del producto</p> <p>Atención al público de domingo a domingo de 5:am a 12 am</p> <p>Alimento para todo tipo de personas, niños, adultos, adulto mayor</p>	<p>Nuevos productos y desarrollos</p> <p>Cambios en la tecnología</p> <p>A través de las redes sociales daremos a conocer el producto,</p> <p>Adicional a esto implementaremos una página web donde nuestros clientes podrán realizar sus pedidos desde el día anterior</p>	<p>Leyes de protección Ambiental</p>	<p>Leyes de respaldo</p> <p>Aprobación de nuevas leyes (protección de datos y regulación de FINTECH)</p> <p>Resolución 2674 de 2013</p> <p>Protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y manejar el Covid 19</p> <p>Resolución 666 de 2020</p>

Tabla 1. Análisis Pestel compañía Naturalmente avena

Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

Seleccione sólo 1 utilizando el siguiente esquema visto en clase, para determinar qué problema le conviene más trabajar. Recuerde que se califica de 1 a 5 por criterio. Puede determinar si agregar o quitar algún criterio. ¿Cuál obtuvo mayor puntuación?

* ¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

* De los 3 problemas, necesidades, retos u oportunidades seleccione sólo 1 utilizando el siguiente esquema visto en clase, para determinar qué problema le conviene más trabajar. Recuerde que se califica de 1 a 5 por criterio. Puede determinar si agregar o quitar algún criterio. ¿Cuál obtuvo mayor puntuación?

CRITERIO	HAMBRE CERO	FALTA DE ENERGIA EN LA MAÑANA	SALUD Y BIENESTAR
Conocimiento o Experiencia	1	5	5
Asesoramiento de un experto. ¿Lo tenemos?	1	4	4
Alcance Técnico ¿Tenemos las herramientas? Podemos desplazarnos para evaluar el problema. ¿Tenemos acceso a la información, datos, cifras?	1	5	5
Impacto ¿Es trascendental representa un desafío para nosotros?	5	5	5
Que tanto nos llama la atención el desarrollo del problema	3	5	5
TOTAL	11	24	24

Tabla 2. Identificación del problema necesidad reto u oportunidad Naturalmente avena

- Desarrolle el Árbol de Problemas

- * Para profundizar realice una investigación acerca del problema elegido, puede utilizar adicionalmente entrevistas, encuestas, focos grupo otros.

- * ¿Quiénes son los involucrados?

- * ¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?

- * Defina el problema central, bajo la condición de que sea una situación actual y su redacción es en negativo.

- * Defina de manera apropiada las relaciones de causalidad-efecto de los problemas. Deben ser actuales e igualmente se redactan en negativo.

- * Presente en el esquema de Árbol de problemas su análisis como en el siguiente ejemplo, teniendo la precaución que para su proyecto no sobren ni falten problemas a indicar:

EL ARBOL DE PROBLEMAS

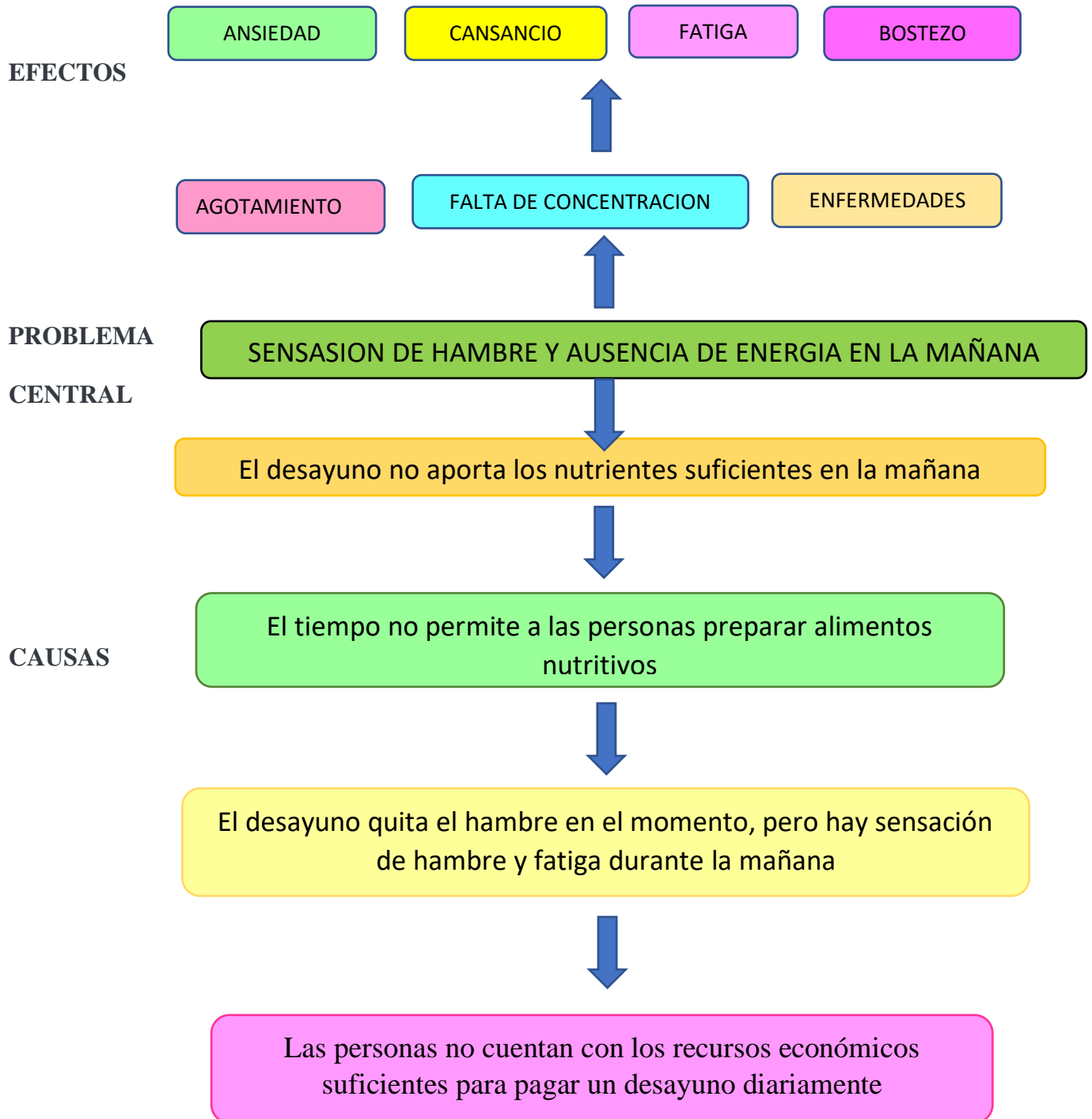


Figura 1, Árbol de problemas, compañía Naturalmente avena

* Una vez terminado el esquema del Árbol de problemas se debe formular la pregunta problema, tome el problema central y plantéelo a manera de pregunta.

¿Como minimizar el hambre y la falta de energía de las personas en la mañana?

- Continuando, en el Árbol de Objetivos los problemas en el Árbol de Problemas se convierten en objetivos o soluciones a dichos problemas.



Comience tomando el problema que aparece en el nivel más alto del Arbol de Problemas y conviértalo en un objetivo (que es una manera de abordar el problema).

Después, trabaje hacia abajo del Arbol de Problemas para identificar objetivos para cada problema, que se convierten en medios para abordar el problema de desarrollo.

* Convierta todas las condiciones negativas en objetivos (condiciones positivas) deseables y factibles. Se comienza de arriba hacia aba

Árbol de objetivos

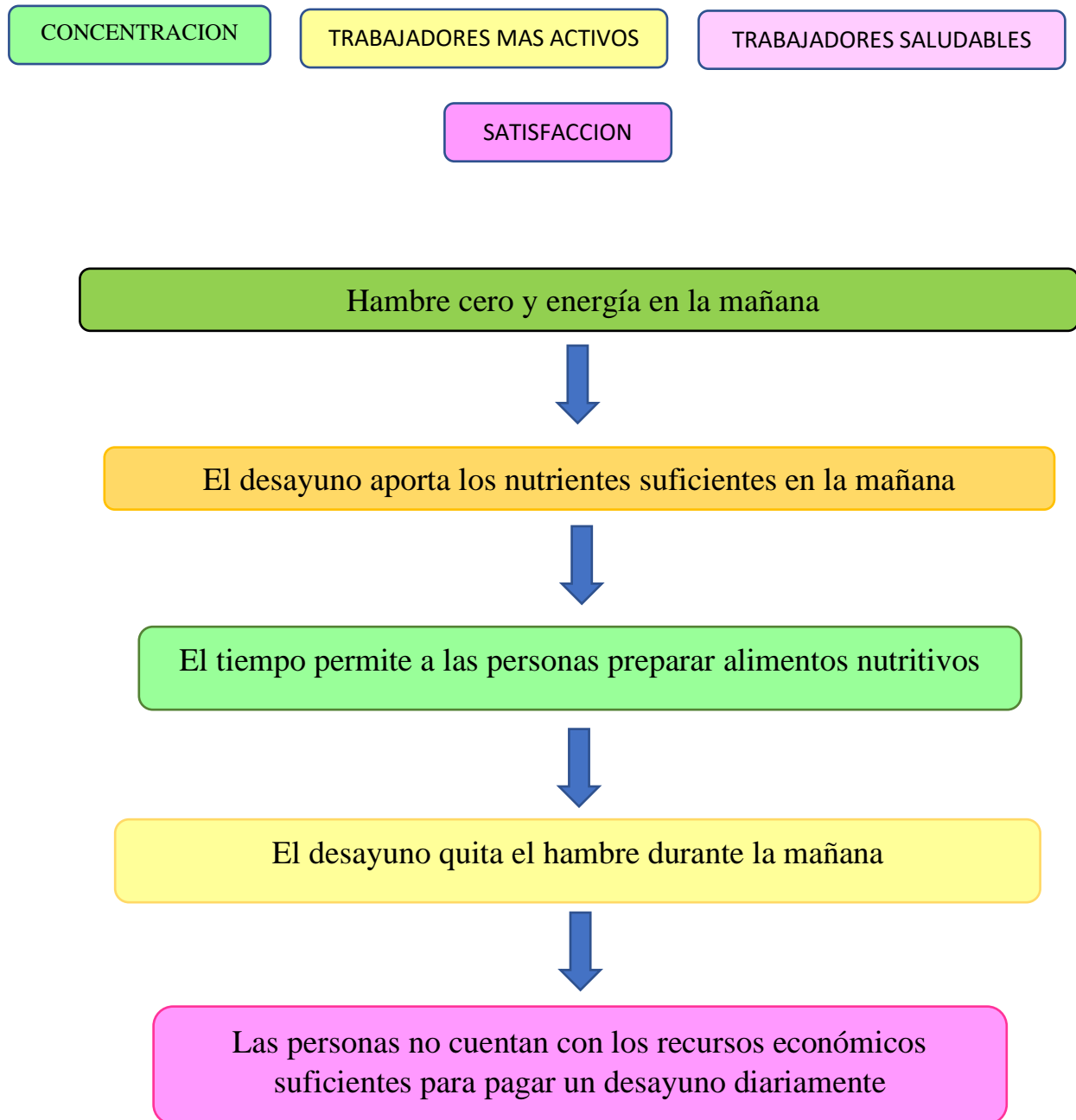


Figura 2, Árbol de objetivos compañía naturalmente avena

- * Establezca las relaciones medio-fin y construya el árbol.
- * Es probable que para lograr un objetivo en un nivel superior tenga que reformular o eliminar objetivos innecesarios o poco realistas.
- *Con el problema u oportunidad identificado aplique una técnica de ideación vista en el encuentro (lluvia de ideas, seis sombreros, relaciones forzadas, matrices combinatorias, biónica o analogía)
- *Realice una autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro:

INTERES DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	F				V
La idea de negocio se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer					5
No me incomoda 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 6 meses puedo tener el negocio funcionando	4				
NUMERO TOTAL DE AFIRMACIONES Y VALORADAS EN:	4				

Tabla 3. Autoevaluación de la idea de negocio, compañía naturalmente avena

Fuerzas de la industria

A) Contextualización de la empresa

Nombre de la empresa: **Naturalmente Avena**

Actividad Económica: 1081 Elaboración de productos de Panadería

Tamaño Empresas: Microempresa menos de 10 empleados

Lugar de Ubicación Calle 127a # 53a - 45, frente al centro empresarial Colpatria,
Bogotá D.C.

B) Análisis de la demanda: investiga las influencias internas, externas; determina el tamaño del mercado e identifica el Poder negociador de los clientes.

Nota: tome como guía las siguientes preguntas:

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Mis usuarios son personas ejecutivas que trabajan en el sector empresarial de un estrato social económico alto.

¿Cómo se comportan?

Siempre llegan a sus lugares de trabajo muy afanados y corriendo contra el tiempo

¿Cuáles son sus creencias?

Se ven personas de todas las creencias, conservadoras otras muy liberales, descompiladas,

¿Cuál es el tamaño del mercado?

Después de observar y seleccionar nuestras fuentes de mercado notamos que el mercado es poco competitivo por las siguientes razones:

1. No existen panaderías cercanas
2. Juan Valdez es la tienda más cercana pero los costos son muy elevados para mi tipo de clientes.
3. Después de hacer dos preguntas específicas a mis posibles clientes el 98 % de los encuestados contestaron que las tortas de avena serían estupendas y ellos las comprarían.
4. Existe alrededor de 3000 personas diariamente en las torres empresariales.

¿habrá espacio para mi idea de negocio?

Tengo el espacio para mi idea de negocio si hablamos del local es perfecto ya que está en los locales bajos del centro empresarial.

C) Análisis de la oferta: analice a sus competidores y a los posibles bienes sustitutos. Describa brevemente varios de sus competidores más próximos e importantes.

Nota: tome como guía las siguientes preguntas para realizar el análisis de la oferta:

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

Mis competidores más cercanos son Oxxo, Tostado y la tienda Juan Valdez, pero aun así no comercializan los mismos productos que yo tengo para ofrecer a mis clientes

Pancakes de Avena, Pancakes de Quinoa y Pancakes de Yogurt

¿Cuántas empresas existen?

13 empresas (Mitsubishi, Oracle, Estilo Ingeniería, Leonisa)

¿Cuáles son sus estrategias?

Mis estrategias es comercializar un producto alimenticio que aporta energía durante toda la mañana a base de ingredientes 100% naturales y que poseen una tabla nutricional completa a diferencia de los que se encuentran comúnmente en el mercado.

Como estrategia principal es ser competitiva con los precios de los productos ya que son accesibles para todo el público.

Ofrecer el servicio de domicilio hasta el interior de las oficinas.

Crear una relación con los administradores de cada una de las torres del centro empresarial, para ello debemos crear alianzas y descuentos especiales en nuestros productos para tener las debidas autorizaciones para el ingreso a las torres y oficinas.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

Del 100 % esperamos llegar a un 50% de los posibles compradores.

¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles?

Puntos fuertes

El producto es exquisito y lo mejor aportan energía por su gran contenido en nutrientes.

Precios accesibles

Servicio a Domicilios.

Producto novedoso

Puntos Débiles

Pocos recursos e Ingresos para la infraestructura del local, publicidad y marketing del producto.

¿Cómo espera competir? ¿Cómo espera hacerlo mejor?

La atención al público sin lugar a dudas es un punto muy importante, hemos notado que nuestra competencia es un poco fría en temas de atención, solo les preocupa facturar, las personas que atienden son empleados que a simple vista se nota no reciben capacitación constante en temas de servicio y atención a clientes.

Los clientes no son atendidos por sus propietarios.

Nuestro punto a favor es que somos gente con una amabilidad innata ya que pertenecemos y provenimos del departamento de Caldas y Risaralda y la atención al público para nosotros es primordial, pues nuestra zona siempre se ha caracterizado por

hacer sentir a nuestros clientes importantes brindando amabilidad en todo momento al mismo tiempo vamos a ofrecer un trato justo, precios accesibles y lo mejor un producto novedoso acompañado de sabores y texturas diferentes.

Es decir, Calidad en Productos, servicio y amabilidad.

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

¿Cuáles son las barreras de acceso?

Nota 2: una vez realizado el análisis de la oferta en su documento de forma escrita, genere consecutivamente una tabla donde resuma las principales características de la oferta.

Tome como base la siguiente tabla:

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Juan Valdez	Palitos de queso	5000	2500	Torre Empresarial
Oxxo	Empanadas	4000	2500	Torre Empresarial

Tabla 4. Principales características de la oferta, compañía naturalmente avena

D) Análisis de la comercialización y de los proveedores: investigue cuáles son los proveedores que se requieren para la producción de su producto o servicio, que tipos de proveedores está usando su competencia y defina unos criterios para seleccionarlos. De igual forma defina los canales para la distribución del producto o servicio.

Nota: para definir los criterios de selección de proveedores puede tener en cuenta las siguientes variables a modo de ejemplo:

Nombre del Proveedor	Producto	Precio	Facilidad de Pago	Localización Geográfica
Prodelagro	Avena Molida y Hojuelas	Saco 25 k	Crédito a 40 días	Calle 102 70C-02
	Crema de Maní	Frasco x 100 Gr	Crédito a 40 días	
Huevos oro	Huevos	Panel x 30 unidades	Crédito a 40 días	Carrera 69B No.21 ^a -36
	Quinua	Saco 25 K	Crédito a 40 días	
Paloquemao	Nueces, almendras, ciruelas	Libras	Crédito a 40 días	Calle 19 # 25-04
Paloquemao	Pulpa de fruta.	Libras	Crédito a 40 días	Calle 19 # 25-04
	Bebida de avena/ Quinua	1000 unidades	Crédito a 40 días	

Tabla 5. Análisis de la comercialización de los proveedores

Actividad Semana 7: Segmenta el Mercado

Realizar el siguiente proceso de segmentación:

1. Describa 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.

1.Producto 100% natural

2. Aporta energía

3. Va a suplir la necesidad de calmar el hambre durante todo el periodo de la mañana

4. Bajo costo del producto

5. Destinado a personas de todas las edades principalmente aquellas que trabajan y estudian.

6. Variedad de sabores

7. Rapidez en la entrega del producto.

8. El producto es 100% fresco ya que se prepara de inmediato no tenemos fecha de vencimiento la idea es que se prepare y se consuma de inmediato.

9. La presentación y empaque es llamativo

10. El producto contiene una tabla nutricional completa a diferencia de otros productos que se consiguen en el mercado.
11. El producto esta asesorado y tiene el aval de médicos nutricionistas.
12. Publicaremos la tabla nutrición del producto en su empaquetadura
13. El producto es asesorado por un Ingeniero de alimentos.
- 14.El producto es libre de grasa saturada y no engorda.
15. Ayuda para los procesos digestivos.

	<p>Miedos Frustraciones, ansiedades de Catalina Temor a quedarse sin trabajo y a enfermarse.</p> <p>Se siente frustrada por no haber aprovechado una oportunidad de trabajo que le salió en New York.</p> <p>Se siente ansiosa por tener mucho peso.</p>	<p>Desea, necesita Anhela y sueña Catalina desea irse pronto de su casa Quiere encontrar un lugar que le permita vivir tranquila, anhela tomar pronto unas vacaciones con su novio.</p>
<p>Demográficos y Geográficos Vive en la ciudad de Bogotá en Suba Compartir. Trabaja en el centro empresarial Colpatria. Tiene 28 años de edad Género Femenino Nivel de estudio Profesional Ingresos 3.000.000 mensuales</p>	<p>¿Que está tratando de hacer y porque es importante para ella? Quiere comprar su propio apartamento ya que no tiene privacidad en su casa pues convive con sus 3 hermanos y padres.</p>	<p>¿Como alcanza sus metas hoy? hay alguna barrera en su camino? Ahorra la mitad de su sueldo y se priva de muchos gustos y la mayor barrera es el costo de los apartamentos en Bogotá.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>Nunca darne por vencida, trabajar, trabajar y trabajar</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Desea terminar un post grado en gerencia de proyectos.</p>	

Tabla 6. Ejercicio Buyer persona, posible cliente entrevistado

Tenga siempre presente que las preguntas de cada recuadro deben ser respondidas desde el punto de vista de la persona que se encuentra en la foto (el cliente)

3. Describa lo siguiente:

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

Podríamos afirmar que encontramos clientes ideales en empresas y centros educativos ya que los estudiantes también serían un buen mercado, esta zona la 127 es ideal por la gran afluencia de empresas en el centro empresarial Colpatria, pero en Bogotá se tienen muchas más.

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5

1. Personas que quieran alimentarse sanamente.
2. Personas para las cuales su prioridad sea cuidar de su salud.
3. Personas que no sean alérgicas a productos como la avena, la quinua, oleaginosas y frutos secos.
4. Un cliente satisfecho que le guste nuestro producto y sea promotor del mismo.
5. Una persona que nos retroalimente sobre las posibles mejoras del producto.

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

Gente que trabaja, personas que estudian, personas que asisten al gimnasio.

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

-Tener una ingesta saludable a la hora del desayuno

-Nutrirse de manera sana y saludable a un bajo costo

-Posibilidad de adquirir un producto a la mano

-Consumir un producto libre de conservantes

4. Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

Conociendo el prototipo de cliente ideal y conociendo las bondades de nuestro producto podemos concluir lo siguiente:

Nuestro cliente le gusta no complicarse la vida, le gusta tener una mejor calidad de vida, nuestro producto le serviría y se ajustaría perfectamente a las necesidades que el cliente tiene que suplir diariamente ya que es una persona que no cuenta con mucho tiempo para preparar alimentos en horas de la mañana ya que trabaja y siempre esta alcanzado de tiempo, el producto ofrece un efecto saciante y no requiere una preparación compleja, y lo adquiere fácilmente ya completamente listo para el consumo.

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.

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

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

1500 personas

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

1500 personas

4. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

600 personas

5. Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto

500 personas

Con lo anterior, acaba de definir su mercado potencia, disponible, meta y objetivo, siendo este último al que finalmente vale la pena realizar TODOS los esfuerzos para alcanzarlo (logística, mercadeo u otros esfuerzos promocionales).

Semana 8 Propuesta de valor

Declaración de la propuesta de valor

Un desayuno con un único producto que te aportara energía durante toda la mañana.

2. Define los elementos del Perfil de cliente y Mapa de valor para tu idea de negocio.

Funcionales, Sociales y Emocionales

Nuestros clientes desean comprar un producto que les ofrezca la tranquilidad de saber que están consumiendo un producto alimenticio que le aportara alto nivel de nutrición a través de un solo producto alimenticio.

Desean que el producto no les haga subir de peso que esté libre de grasa y frituras y que les ayude a su sistema digestivo.

Ahora desarrolla el perfil del cliente (circulo) y el mapa de valor (cuadrado) con ayuda de las siguientes guías.

Perfil del cliente



Figura3. Perfil del cliente

Trabajos del cliente

*Consumir un Producto que me alimenta que tenga un sabor ideal que me aporte energía

*Adquirir fácilmente un producto que reemplace el desayuno a un bajo costo

* Que al consumir este alimento me vea bien, que no me suba de peso.

Frustraciones del Cliente

No he encontrado un alimento que de verdad me haga sentir menos hambre en la mañana y que me proporcione energía.

Los productos que encuentro a mi alrededor siempre son los mismos y son demasiados costosos.

No puedo desayunar todos los días en Juan Valdez.

Alegrías del Cliente

Que el producto esté preparado bajo todas las normas de sanidad y la manipulación de alimentos sea la indicada.

Que me atiendan siempre de una manera amable

Que el negocio sea limpio, lindo y que este muy bien decorado para sentirme más confortable cuando me encuentro con mis amigos.

Que pague un precio justo por los productos que voy a consumir.

Mapa de Valor

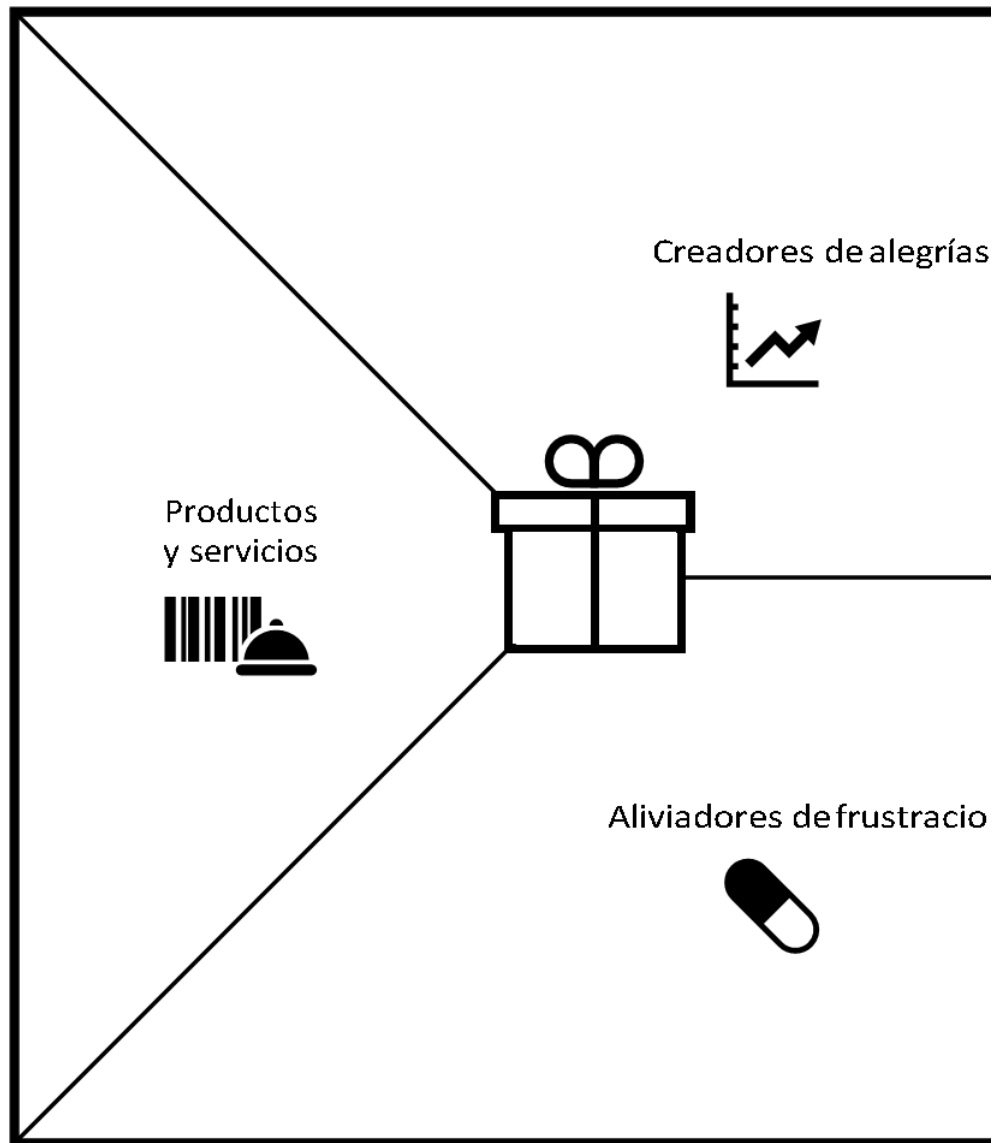


Figura 4. Mapa de valor

Productos y Servicios Tangibles

Contamos con una ingeniera de alimentos y un nutricionista que nos ayudara a proporcionar la tabla nutricional de nuestro producto y la forma correcta para la elaboración, conservación y manipulación del producto.

También contamos con los proveedores de nuestros productos

Aliviadores de Frustraciones

Después de identificar las frustraciones de mi cliente puedo ofrecer las siguientes soluciones.

El producto es de un alto valor nutricional.

El producto no va a hacer subir de peso a ninguno de mis clientes ya que es un producto 100 % natural hecho de avena.

El costo del producto es bajo y somos conscientes que nuestros clientes esperan encontrar un costo más bajo en mis productos.

Creadores de Alegrías

Hemos creado características diferenciales en nuestro producto que la gente no espera

Si el cliente esta de cumpleaños ofrecer un descuento especial y un pequeño detalle.

Por la compra de 4 productos lleva 5.

Si realiza su compra entre las 11 y 12 del dia recibe un descuento adicional. Etc.

Semana 9 Diseña el Producto

a. Investigue y describa mínimo 4 leyes decretos o normas colombianas e internacionales que vigilan o se requieran para poner en marcha la idea de negocio.

1. Decreto 1879 del 29 de mayo de 2008

Elegir la forma jurídica, Matricula mercantil, certificación de negativa, inscripción en el Rut, Inscripción en el Rit, capital social, solicitar el NIT

2. Ley 9 de 1979 Concepto Sanitario, Resolución 2674 de 2013 Invima.
3. Ley 019 de 2012 Manipulación de alimentos, Resolución 2674 de 2013

Requisitos sanitarios y BPM

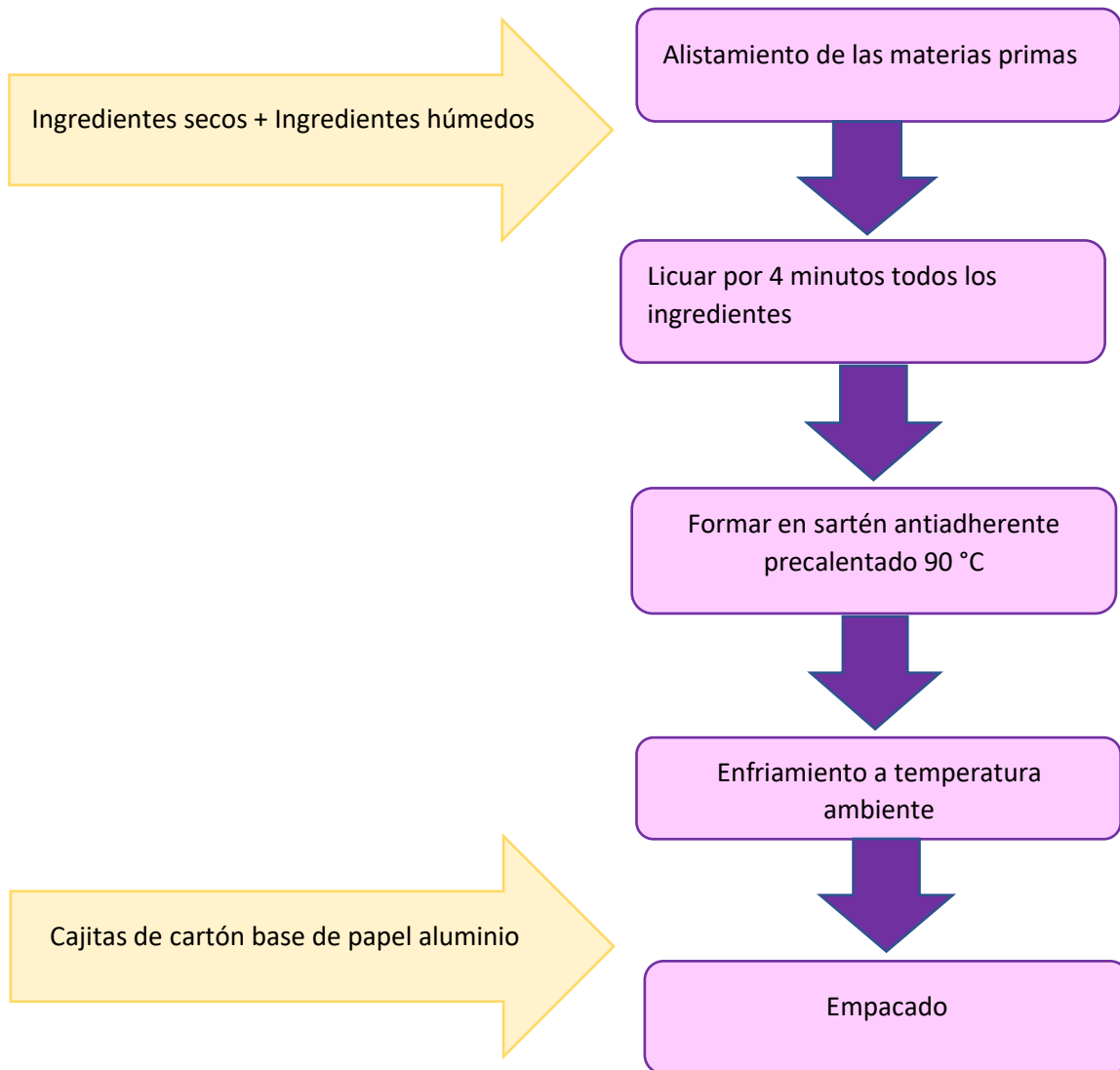
4. Decreto 3075 de 1995 Prerrequisitos para la industria de alimentos
5. Resolución 333 de 2011 Requisitos de Rotulado nutricional para el consumo

humano

b. Diseño de Concepto

MATERIALES	DESCRIPCION
Ingredientes secos de origen vegetal	Avena en hojuelas, Quinoa, Milo, Nueces, Ciruelas, Pistachos, almendras
Ingredientes Húmedos	Huevos, Yogurt, Miel de abejas, mantequilla de maní
MORFOLOGIA	FUNCIONAMIENTO
Porción de 120 gr	Se recomienda una porción en la mañana de 120 gr.
TECNOLOGIA	DESCRIPCION
Estufa	4 puestos a gas
Sartenes a la medida	antiadherentes
Licuada	4 unidades
Refrigerador	Capacidad 1000 litros

Tabla7. Lista de materiales y maquinaria requeridos para la elaboración del producto



a. Figura 5. Diagrama de bloques del proceso de producción del producto o servicio.

Grafique y describa la cadena de distribución

Punto de venta directo

Persona encargada de los domicilios

Entrega al cliente



Determine los costos de producción y el precio de venta

Precio de Venta

Define el precio más conveniente para la idea de negocio, para esto es importante definir los costos de producción

COSTOS DE PRODUCCION	
Costo unitario de materiales	\$ 1.500
Costo unitario de mano de obra	\$ 800
Costo unitario de CIF indirectos de fabricación	\$ 500
COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 2.800
PRECIO DE VENTA	\$ 4.000

Tabla 8. Costos de producción.

Indicadores de Calidad

Característica	Instrucciones	Calificación
Sabor	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Textura	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Olor	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Color	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Tiempo de entrega del producto	se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5

Tamaño	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Precio	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Calidad	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Empaque	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5
Transporte	Se dará una calificación de 1 a 5 puntos teniendo en cuenta una encuesta para 50 personas	1-5

Tabla 9. Indicadores de calidad



Ficha técnica del producto

- A. Nombre: Naturalmente Avena
- B. Composición del producto: Avena, quinua, milo, nueces, ciruelas, pistacho, almendras, huevos, yogurt, miel de abejas, mantequilla de maní.
- C. Normas de calidad: En proceso
- D. Presentación comercial: Pancakes * 120 gms.
- E. Tipo de empaque o embalaje: Cajas de cartón recubierta por papel aluminio
- F. Material del empaque: Papel aluminio y Cartón y desechables
- G. Condiciones de conservación. Lugar fresco
- H. VIDA UTIL. Consumir de inmediato
- I. PORCION RECOMENDADA: 1 Pancakes * 120 gms. Una vez al día

Características del producto o servicio

Prototipo desayuno saludable

Concientizar al cliente que un buen desayuno no siempre ira acompañado de productos tradicionales como el caldo, huevos, chocolate, tamal, café, fruta etc.

Es transmitir a las personas que se pueden alimentar de una manera saludable y diferente ahorrando dinero y proporcionándole al organismo una mejor fuente de energía.

Procedimiento para la elaboración de los pancakes

Los ingredientes que utilizamos para la elaboración del desayuno saludable de una persona son los siguientes.

2 huevos

35 gr de Avena en hojuelas

1 cucharada de crema de maní

7 nueces, 5 almendras, 10 gr maní.

1 cucharada de Milo

4 cucharadas de agua mineral

Tomamos todos los ingredientes y se colocan en la procesadora por 2 minutos.

Posteriormente esta mezcla se lleva a un sartén antiadherente previamente precalentado a 180 ° C durante 2 minutos por ambos lados para su correcta cocción.

Se retiran de la sartén y se dejan enfriar en una bandeja, listos para ser empacados.

Preparación para la elaboración de la bebida

Ingredientes

8 onzas de agua o leche que puede ser al gusto y elección del cliente,

Leche deslactosada, descremada, entera, soya, almendras.

35 gr de avena de Hojuelas

35 gr de Quinoa

Pulpa de Fruta al gusto puede ser (mora, arándanos, uva, fresa, ciruela, banano)

Miel de avena o Stevia

Procedimiento

Agregar 8 onzas de leche descremada, 35 gramos de avena en hojuelas, 35 gr de quinoa, porción de 35 gr de fruta a elección del cliente, 1 cucharadita de miel de abejas o Stevia según elección del cliente,

Verter los ingredientes en la licuadora por 2 minutos y servir en vaso de 10 onzas desechable, si es para llevar tapar, envolver en papel vinilo.

Como voy a interactuar con mi cliente

Nuestro producto lo daremos conocer de la siguiente manera

1. Lanzamiento del producto

Contrataremos 3 impulsadoras para el lanzamiento del producto, las cuales vestirán trusas color verde manzana y estampado de la marca y logo de naturalmente

avena, perfectamente maquilladas, cuerpos tonificados y saludables, tenis y gorra con logo de la marca. Ellas brindarán a los clientes pequeñas degustaciones de 4 onzas de bebida y mini pancakes de 10 gr.

A su vez 2 impulsadoras adicionales repartirán la publicidad como son folletos, volantes, tarjetas con el los datos de la empresa.

Evidencia del prototipo

Infografía

<p>PROBLEMA</p> <p>Los desayunos tradicionales sacian el hambre por periodos cortos ya que no aportan la energía que se requiere durante toda la mañana</p>	<p>SOLUCION</p> <p>Consumir un desayuno nutritivo y saludable que aporte los suficientes nutrientes y la energía necesaria para desarrollar sus trabajos eficientemente durante toda la mañana.</p>	<p>PROPOCISION DE VALOR UNICA</p> <p>Mejorar la digestión,</p> <p>Fuente de energía y protección</p> <p>Prevención de enfermedades en adultos y niños</p> <p>Alimentos aliados de la belleza</p> <p>Mantener el peso ideal</p>	<p>VENTAJA ESPECIAL</p> <p>Hambre cero y energía durante toda la mañana</p>	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>Realizaremos la segmentación de nuestros clientes por ubicación geográfica (Parque empresarial torres Colpatria)</p>
<p>METRICAS CLAVE</p> <p>Consecución</p> <p>Activación</p> <p>Retención de clientes</p> <p>Nuevos clientes</p>		<p>CANALES</p> <p>Venta directa del producto y entregas a domicilios.</p>		
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Costos Fijos:</p> <p>Arriendo, Servicios públicos, Nomina, transporte.</p> <p>Costos Variables:</p> <p>Materia Prima, empaques, Marketing.</p>			<p>FLUJO DE INGRESOS</p> <p>Venta directa del producto</p> <p>Precios fijos y de contado en efectivo o con tarjeta.</p>	

Validación del negocio

Nos enfocaremos en el problema del lienzo Lean Canvas para realizar las hipótesis.

Lo haremos por medio de encuestas a personas con edades entre 20 a 55 años de edad.

Los desayunos tradicionales sacian el hambre por periodos cortos ya que no aportan la

energía que se requiere durante toda la mañana, para esto creamos un desayuno completo altamente nutricional que te mantendrá con la energía para desarrollar todas las actividades de la mañana.

Datos Personales de nuestros stakeholders

1. Nombre
2. Edad
3. Género
4. Correo Electrónico

Posibles hipótesis

1. ¿Se sintió satisfecho con el desayuno?
2. ¿Sintió que el desayuno le aportó suficiente energía durante toda la mañana?
3. ¿Sintió hambre durante la mañana después de consumir el desayuno?
4. ¿Comparando los 2 desayunos su desayuno habitual y el de naturalmente avena cual le parece que le aporta más beneficios a su salud?

Realice el test del prototipo del producto o servicio desarrollado

1. Defina el objetivo de la investigación:

Estudiar de qué manera los malos hábitos alimenticios influyen en el desempeño de las actividades laborales durante la mañana, hacer un estudio de la cantidad de personas que consumen desayunos tradicionales antes de iniciar su jornada laboral y ver la rentabilidad que deja la venta de nuestro producto.

Objetivos específicos sociales

1. Concientizar a las personas que una buena alimentación no se trata de comer grandes cantidades y muchas veces al día o sentirse lleno.
2. Ser reconocidos por nuestros clientes como productores del mejor desayuno nutritivo, saludable y económico.
3. Propiciar una nueva fuente de alimentación a través de un producto balanceado y lograr que nuestros clientes se adapten al consumo diario.

2. Determine el tipo de Investigación a realizar (cualitativo)

Utilizaremos el método de investigación cualitativo haciendo cuestionarios, encuestas en diferentes temas, escogimos este método porque podemos reunir la información de un gran número de personas que nos permitirá determinar los posibles consumidores de nuestro desayuno.

3. Diseñe el Formulario de encuesta, entrevista o focus grupal

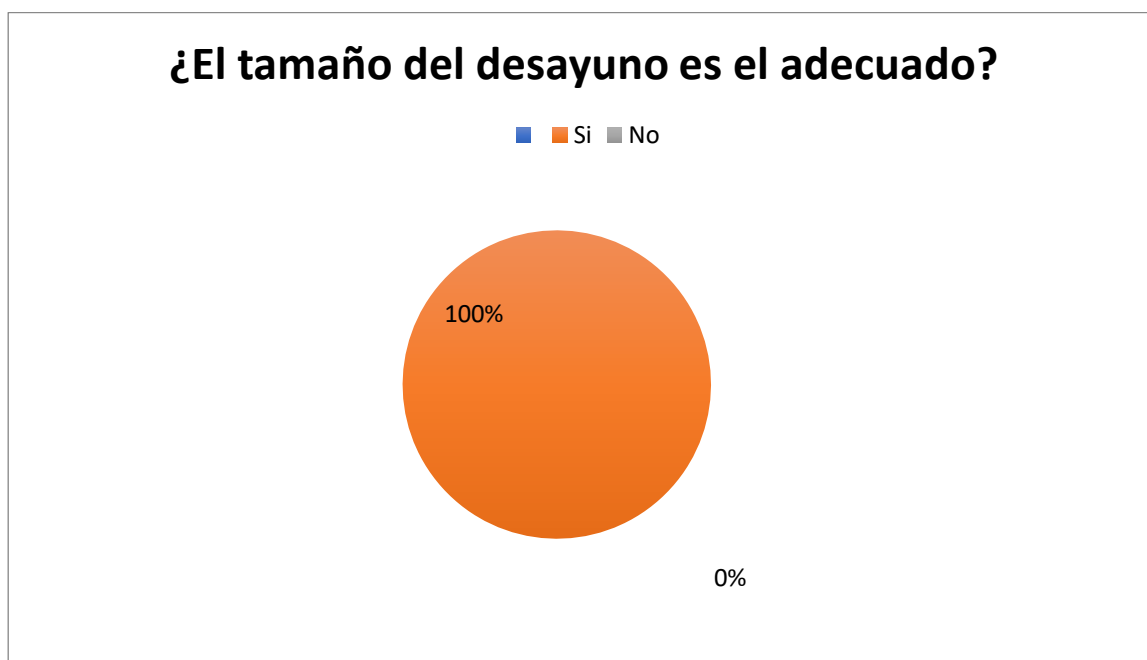
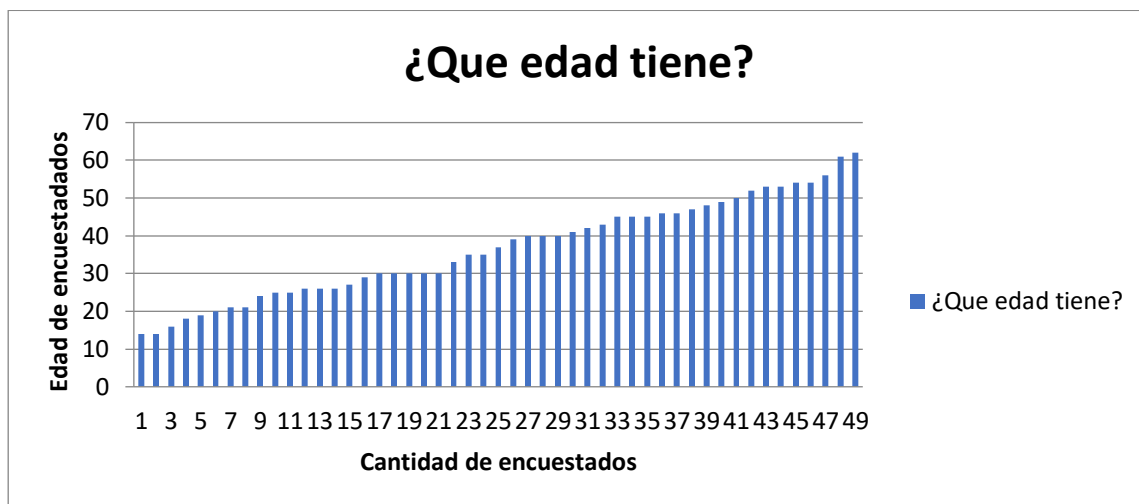
CUESTIONARIO

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué edad tiene?
3. Género al cual pertenece
4. Escriba su correo electrónico
5. ¿El tamaño del desayuno es adecuado?
6. ¿La presentación y empaque del desayuno es agradable para usted?
7. ¿Es fácil para usted trasportar el desayuno? Si / No ¿Por qué?
8. ¿Es agradable el Olor del desayuno?
9. ¿Es agradable el sabor del desayuno?
10. ¿La textura del pancakes es agradable?
11. ¿El valor (**\$4.000**) asignado al desayuno le parece justo?
12. ¿Se sintió satisfecho con el desayuno?
13. ¿Sintió que el desayuno le apporto suficiente energía durante toda la mañana?
14. ¿Sintió hambre durante la mañana después de consumir el desayuno?
15. ¿Comparando los 2 desayunos su desayuno habitual y el de naturalmente avena cual le parece que le aporta más beneficios a su salud?
16. ¿Con qué frecuencia semanal usted consumiría nuestro desayuno?
17. ¿Recomendaría nuestro producto a otras personas?
18. ¿Qué nivel de satisfacción encontró en nuestro desayuno?
19. ¿Considera que puede cambiar sus hábitos alimenticios por nuestro desayuno?

20. ¿Qué mejora le haría usted a nuestro desayuno?

4. Determine el Tamaño de la muestra.

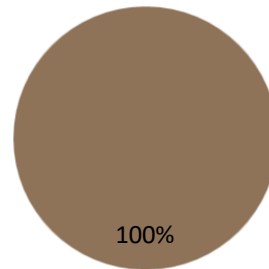
49 Encuestas



¿La presentación y empaque del desayuno es agradable para usted?

■ Si ■ No

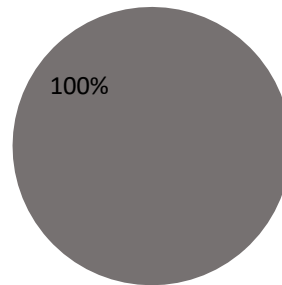
0%



¿La presentación y empaque del desayuno es agradable para usted?

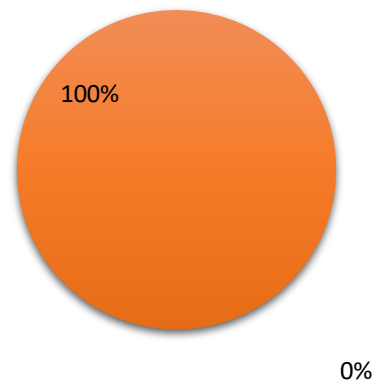
■ Si ■ No

100%



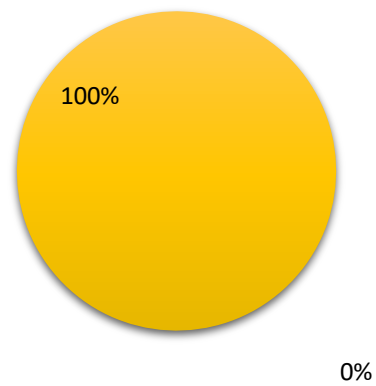
¿Es fácil para usted trasportar el desayuno?

■ Si ■ No



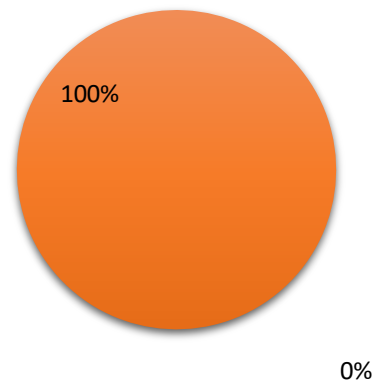
¿Es agradable el Olor del desayuno?

■ Si ■ No



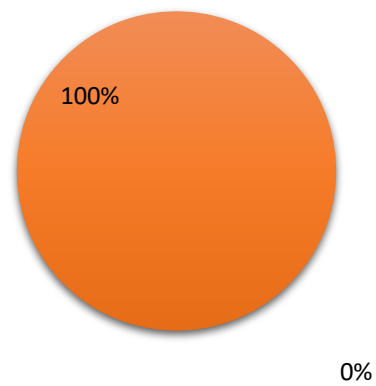
¿Es agradable el sabor del desayuno?

■ Si ■ No



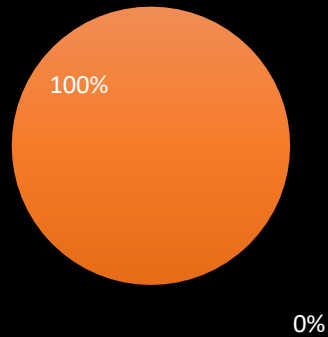
¿La textura del pancakes es agradable?

■ Si ■ No



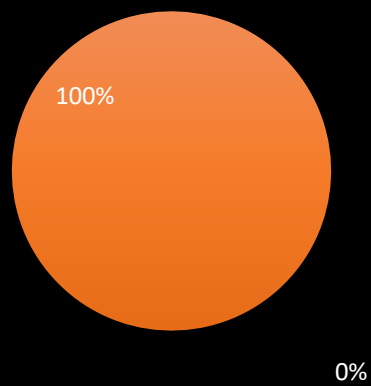
¿El valor (\$4.000) asignado al desayuno le parece justo?

■ Si ■ No

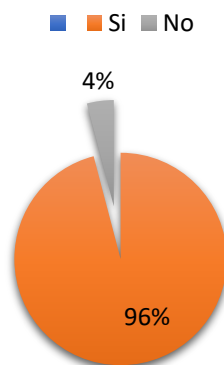


¿Se sintió satisfecho con el desayuno?

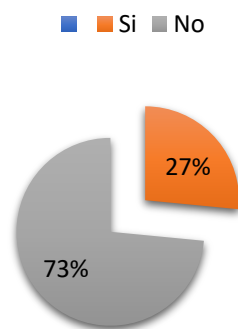
■ Si ■ No



¿Sintió que el desayuno le aportó suficiente energía durante toda la mañana?

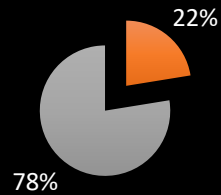


¿Sintió hambre durante la mañana después de consumir el desayuno?



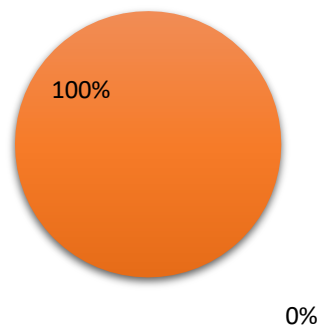
¿Comparando los 2 desayunos su desayuno habitual y el de naturalmente avena cual le parece que le aporta más beneficios a su salud?

■ Habitual ■ Naturalmente avena



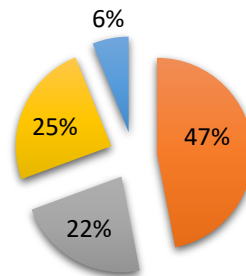
¿Recomendaría nuestro producto a otras personas?

■ Si ■ No



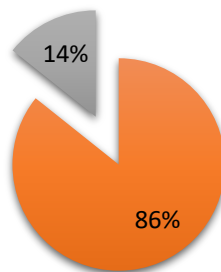
¿Con qué frecuencia semanal usted consumiría nuestro desayuno?

■ Diariamente ■ De 1 a 2 días a la semana
■ De 3 a 4 días a la semana ■ De 4 a 5 días a la semana



¿Qué nivel de satisfacción encontró en nuestro desayuno?

■ Muy Satisfecho ■ Satisfecho





Bibliografía

Tomado de: <https://www.miarevista.es/salud/articulo/los-10-beneficios-de-consumir-avena-191479372556>

https://www.cuerpomente.com/alimentacion/superalimentos/beneficios-avena_2239

