



# CEREAL FELIZ



Proyecto Creación De Empresa I

Luz Dary Gómez Gómez

Lizeth Fabiola Peñuela Moyano

Profesora: Maritza Arias Hernández

Corporación Unificada Nacional De Educación Superior

Nota del autor

Lizeth Fabiola Peñuela Moyano y Luz Dary Gómez Gómez, Administración De Empresas,  
Facultad De Ciencias, Corporación Unificada Nacional De Educación Superior Sede Bogotá.

La correspondencia relacionada con este trabajo debe ser dirigida a Lizeth Fabiola Peñuela  
Moyano y Luz Dary Gómez Gómez Corporación Unificada Nacional De Educación Superior

Sede principal Bogotá Calle 12b # 04-79 Bogotá, Colombia.

Contacto: [luz.gomezg@cun.edu.co](mailto:luz.gomezg@cun.edu.co) ; [lizeth.penuela@cun.edu.co](mailto:lizeth.penuela@cun.edu.co)

## Tabla de contenido

<b>1</b>	<b>COMPROMISOS DE LOS AUTORES</b> .....	10
<b>2</b>	<b>PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROYECTO</b> .....	11
<b>3</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	12
<b>4</b>	<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	13
<b>5</b>	<b>OBJETIVOS</b> .....	14
5.1	Objetivo general:.....	14
5.2	Objetivos específicos .....	14
<b>6</b>	<b>CLAVES PARA EL ÉXITO</b> .....	15
<b>7</b>	<b>ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIOS</b> .....	16
7.1	Objetivos de desarrollo sostenible: .....	17
7.2	La teoría del valor compartido:.....	18
7.2.1	<i>Tecnologías disruptivas</i> .....	19
7.2.2	<i>Análisis del sector económico</i> .....	19
<b>8</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD</b> .....	22
8.1	Definición del problema.....	24
<b>9</b>	<b>EL ÁRBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS</b> .....	25
9.1	Árbol de objetivo.....	26
<b>10</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO</b> .....	27
10.1	Ingredientes Que Componen Los Cereales Saludables.....	29
<b>11</b>	<b>INNOVACIÓN</b> .....	33
11.1	Análisis De Innovación .....	33
<b>12</b>	<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b> .....	35
12.1	CONCLUSIONES:.....	36
<b>13</b>	<b>FUERZAS DE LA INDUSTRIA</b> .....	37
13.1	Contextualización de la empresa.....	37
13.2	Análisis de la demanda .....	37
13.2.1	<i>Influencia Interna</i> .....	37
13.2.2	<i>Influencia externa</i> .....	37
13.3	Análisis de la comercialización y de los proveedores.....	40
<b>14</b>	<b>SEGMENTO EL MERCADO</b> .....	42
14.1	Bondades de “Cereales Feliz” .....	42
14.2	Descripción del cliente.....	44



14.3	Análisis de bondades ajustada al cliente ideal.....	45
<b>15</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR.</b> .....	<b>47</b>
15.1	Perfil del cliente. ....	47
15.2	MAPA DE VALOR. ....	50
<b>16</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR.</b> .....	<b>51</b>
<b>17</b>	<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b> .....	<b>52</b>
<b>18</b>	<b>CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO</b> .....	<b>53</b>
18.1	Desarrollo.....	53
<b>19</b>	<b>DEFINICIÓN ESTRATÉGICA</b> .....	<b>54</b>
19.1	Resolución 2674 de 2013.....	54
19.2	Resolución 5109 de 2005.....	55
19.3	Decreto 3075 de 1997.....	55
19.4	Resolución 2115 de 2007.....	56
<b>20</b>	<b>DISEÑO DEL CONCEPTO</b> .....	<b>57</b>
21	.....	58
<b>18</b>	<b>DISEÑO EN DETALLE</b> .....	<b>58</b>
21.1	Diagrama De Bloques.....	58
21.2	Cadena De Distribución.....	59
21.3	Recursos Propios.....	59
<b>22</b>	<b>VALIDACION Y VERIFICACION</b> .....	<b>60</b>
22.1	Indicadores de calidad .....	60
<b>23</b>	<b>PRODUCCIÓN</b> .....	<b>61</b>
23.1	Empaque y etiqueta del producto .....	61
<b>24</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO</b> .....	<b>67</b>
<b>25</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO</b> .....	<b>67</b>
<b>26</b>	<b>COMO VA A INTERACTUAR EL CLIENTE CON EL PROTOTIPO</b> .....	<b>67</b>
<b>27</b>	<b>PROTOTIPO DEL PRODUCTO</b> .....	<b>68</b>
<b>28</b>	<b>MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA</b> .....	<b>72</b>
28.1	Recursos Claves.....	73
<b>29</b>	<b>VALIDACION DE LA IDEA DE NEGOCIO</b> .....	<b>74</b>
<b>30</b>	<b>OBJETIVOS DE INVESTIGACION DE MERCADO</b> .....	<b>75</b>
<b>31</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACION</b> .....	<b>76</b>
<b>32</b>	<b>CUESTIONARIO</b> .....	<b>76</b>



**33 TAMAÑO DE LA MUESTRA ..... 79**

**34 TABULACION DE ENCUESTAS ..... 80**

**35 LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES ..... 90**

**36 BIBLIOGRAFIA..... 91**



## Tabla de Contenido Ilustraciones

<i>Ilustración 1 Análisis Pestel</i> .....	20
<i>Ilustración 2 Análisis Pestel</i> .....	21
<i>Ilustración 3 Árbol de problemas</i> .....	25
<i>Ilustración 4 Árbol de Objetivos</i> .....	26
<i>Ilustración 5 Ingrediente I</i> .....	29
<i>Ilustración 6 Ingrediente II</i> .....	30
<i>Ilustración 7 Ingredientes III</i> .....	30
<i>Ilustración 8 Ingrediente IV</i> .....	31
<i>Ilustración 9 Ingrediente V</i> .....	31
<i>Ilustración 10 Empaque y etiqueta producto I</i> .....	62
<i>Ilustración 11 Empaque y etiqueta producto II</i> .....	63
<i>Ilustración 12Empaque y etiqueta producto IV</i> .....	63
<i>Ilustración 13 Empaque y etiqueta producto III</i> .....	64
<i>Ilustración 14 Empaque y etiqueta producto IV</i> .....	65
<i>Ilustración 15 Presentación empaque domicilios</i> .....	66
<i>Ilustración 16 Prototipo</i> .....	68
<i>Ilustración 17 Prototipo Cereal con fruta</i> .....	69
<i>Ilustración 18 Prototipo cereal con fruta</i> .....	69
<i>Ilustración 19 Cereal con Gomitas</i> .....	70
<i>Ilustración 20 Cereal con gomitas</i> .....	70
<i>Ilustración 21 Cereal con M&amp;M</i> .....	71
<i>Ilustración 22 Cereal con M&amp;M</i> .....	71



*Ilustración 23 1 Pregunta Encuesta ..... 80*

*Ilustración 24 2 Pregunta Encuesta ..... 81*

*Ilustración 25 3 Pregunta Encuesta ..... 82*

*Ilustración 26 4 Pregunta Encuesta ..... 83*

*Ilustración 27 5 Pregunta Encuesta ..... 83*

*Ilustración 28 6 Pregunta Encuesta ..... 84*

*Ilustración 29 7 Pregunta Encuesta ..... 85*

*Ilustración 30 8 Pregunta Encuesta ..... 85*

*Ilustración 31 9 Pregunta Encuesta ..... 86*

*Ilustración 32 10 Pregunta Encuesta ..... 87*

*Ilustración 33 11 Pregunta Encuesta ..... 88*



## Contenido Tablas

<i>Tabla 1 DOFA</i> .....	22
<i>Tabla 2 Definición del problema</i> .....	23
<i>Tabla 3 Idea de negocio</i> .....	27
<i>Tabla 4 Innovación Alternativa I</i> .....	34
<i>Tabla 5 Innovación Alternativa II</i> .....	34
<i>Tabla 6 Innovación Alternativa III</i> .....	34
<i>Tabla 7 Innovación Alternativa IV</i> .....	34
<i>Tabla 8 Innovación Alternativa V</i> .....	35
<i>Tabla 9 Análisis de la oferta</i> .....	39
<i>Tabla 10 Análisis comercialización y proveedores I</i> .....	40
<i>Tabla 11 Análisis comercialización y proveedores II</i> .....	40
<i>Tabla 12 Análisis comercialización y proveedores III</i> .....	41
<i>Tabla 13 Análisis comercialización y proveedores IV</i> .....	41
<i>Tabla 14 Buyer Persona</i> .....	43
<i>Tabla 15 Población compradores</i> .....	45
<i>Tabla 16 Compradores suplir necesidad</i> .....	45
<i>Tabla 17 Compradores esperados</i> .....	46
<i>Tabla 18 Potencial compradores esperados</i> .....	46
<i>Tabla 19 Ficha técnica del producto</i> .....	52
<i>Tabla 20 Ingredientes</i> .....	57
<i>Tabla 21 Maquinaria</i> .....	57
<i>Tabla 22 Morfología</i> .....	58



*Tabla 23 Recurso propios* ..... 59

*Tabla 24 Costos* ..... 60

*Tabla 25 Modelo de Running*..... 72





### Tabla contenido gráficos

<i>Grafica 1 Trabajos del cliente .....</i>	<i>47</i>
<i>Grafica 2 Frustraciones.....</i>	<i>48</i>
<i>Grafica 3 Alegrías.....</i>	<i>49</i>
<i>Grafica 4 Productos y servicios.....</i>	<i>50</i>
<i>Grafica 5 Aliviadores de frustraciones.....</i>	<i>50</i>
<i>Grafica 6 Generadores de alegrías .....</i>	<i>51</i>



## 1 COMPROMISOS DE LOS AUTORES

Yo Luz Dary Gómez Gómez identificada con C.C 52.795.189 y yo Lizeth Fabiola Peñuela Moyano con C.C 1.095.510.883, estudiantes del programa Administración de empresas II semestre declaramos que:

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

Firmas:

LUZ DAR GOMEZ GOMEZ

LIZETH FABIOLA PEÑUELA MOYANO



## 2 PRESENTACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Por medio de este proyecto queremos dar a conocer los cereales como un producto innovador al que las personas tomen acogida por darse a conocer como un alimento saludable que se diferencia por sus deliciosos sabores, colores, formas y algo importante los ingredientes que lo componen.

Este producto tiene una gran ventaja ya que puede ser del agrado de niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad, puesto que los componentes del producto serán beneficiosos a cualquier edad,

Pretendemos brindar posibilidades para que el producto sea adquirido de manera fácil y confiable, a través de espacios y medios que permitan la adquisición del producto como venta libre en establecimientos, entregas a domicilio y lugares exclusivos para clientes.

También queremos darnos a conocer mediante las redes sociales, ya que es un espacio que nos brinda la tecnología para tener mayor cercanía con el cliente y poder darles información sobre nuestros productos.



### 3 INTRODUCCIÓN

Se evidencia que en la actualidad ya no es muy común tener una alimentación nutritiva, bien sea por el afán del día a día, por la falta de conocimiento en saber que contiene lo que comemos, si es saludable o no, o porque se tiene el paradigma de que comer sano no es rico y es costo, o simplemente no hay un interés en el la alimentación saludable.

Lo que vamos a lograr con los cereales saludables es que los usuarios y clientes conozcan una forma agradable, divertida y deliciosa de consumir productos que tienen una variedad de beneficios: ayudan a prevenir enfermedades, tener más energía, cuida la piel, ayuda a un mejor funcionamiento del organismo, aporte de un sinfín de vitaminas, etc. Estos cereales van a tener una gran variedad de acompañamientos, leche, yogurt, frutas, topinnings, entre otros.

Adicional a la investigación realizada se evidencia que la mayoría de la población a nivel mundial, tiene malos hábitos alimenticios, tiene sobre peso, y alguna de las causas son: falta de tiempo para cocinar en casa, la comida rápida está a la mano y es rica. Además al tener una mala nutrición lleva a tener problemas de salud, de auto estima, físicos, y demás.

Además tendremos un sitio con un ambiente familiar, acogedor, donde se puede reunir, con amigos, familias, socios, colaboradores, con quien desea. Si desea llevar nuestro cereales les daremos el paso a paso para prepararlo en casa y quede súper delicioso.



#### 4 RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad se ha evidenciado que se está llevando a un segundo plano el tema de alimentarse adecuadamente, esto debido a que cada vez se está más ocupado en el día a día y queda menos tiempo para equilibrar la alimentación. Lo cual es de vital importancia ya que al tener malos hábitos alimenticios, lleva a varios problemas como lo son, problemas de salud, sobre peso, baja auto estima, depresión, entre otros. Debido a esto se ve la necesidad de tener un producto nutritivo, saludable, reconocido y fácil de adquirirlo, esto son los cereales saludable, ya que en algún momento de la vida se ha consumido algún tipo de cereal, esta vez se encontraran en combinación, con otros productos que igualmente aportan nutrientes importantes al organismo. Se tendrá una gran variedad de combinaciones, adicional se encontrara un punto de venta al norte de Bogotá, que además de ofrecer el producto, se encontrara una experiencia diferente, ya se tendrá variedad de juegos de mesa mientras, los cuales se podrán utilizar mientras se espera y mensualmente se llevara a cabo torneos de estos juegos, con variedad de premios.

Se tendrá la opción de servicio a domicilio, por las diferentes APPS de domicilios, y por nuestra página web, el producto llegara con una breve instrucción de como prepáralos, como guardarlos en caso de no ser consumidos en el momento y cuánto tiempo durara.

Con lo anterior se lograra crear hábitos de comer nutritivo, además que sea una experiencia de descubrir nuevos sabores, texturas y lo más importante te aportara excelentes nutrientes al cuerpo, lo cual se sienten por dentro y se ve por fuera.



## 5 OBJETIVOS

### 5.1 Objetivo general:

Elaborar una gran variedad de cereales nutritivos con el fin de alentar a las personas a comer saludable y darles a conocer el sin fin de beneficios que esto tiene para el cuerpo y el organismo. Adicional se brindara una experiencia maravillosa en el punto de venta localizado al norte de Bogotá.

### 5.2 Objetivos específicos

- Mediante el estudio de mercado se observara si las personas consumen cereales nutritivos, si conocen los beneficios y demás.
- Incentivar el consumo de cereales nutritivos que aporten a la buena salud.
- Mediante la tabla nutricional de cada combinación, se dará a conocer al el cliente y usuarios que están consumiendo, y que aporte tiene a la buena salud.



## 6 CLAVES PARA EL ÉXITO

Nuestras claves para tener éxito y no fracasar en el intento será:

- Creemos en la capacidad que tenemos de aprender continuamente en el desarrollo de nuestro proyecto.
- Nos ponemos en el lugar del cliente, para así poder conocer que expectativas pueda tener frente a nuestro producto.
- Contamos con la capacidad de tomar riesgos que nos puedan ayudar a crecer como empresa y personalmente.
- Creemos que nuestro emprendimiento podrá ayudar a satisfacer varias necesidades en la población.
- Entendemos que en mercado habitual puede existir competencia, pero también sabemos que la podemos utilizar para hacernos más fuertes.



## 7 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIOS

La problemática que se abordara con el proyecto de CEREAL FELIZ, es de carácter social, sobre la mala nutrición, ya que esto trae varias consecuencias como lo son problemas de corazón, del sistema circulatorio, del aparato digestivo, hipertensión, obesidad, diabetes, triglicéridos altos, envejecimiento prematuro, entre otros, además la falta de concentración, mareos, fatiga.

Según un estudio de la ENSIN (Encuesta Nacional de Situación Nutricional) realizado a 151.343 personas, distribuidas en 44.202 hogares en 295 municipios, donde se evidencio que:

Los adultos entre los 18 a 64 años sufren sobre peso (56%), esto debido a que consumen más alimentos procesados, que alimentos hechos en casa, no se toman el tiempo en buscar alimentos nutritivos, se tiene la percepción que no son ricos y son costosos, además no en todos los barrios hay sitios donde se puedas ir a comer saludable, cosa que si pasa con la comida procesada en cada esquina se encuentra un lugar para consumir este tipo de productos. Además que si en los adultos hay malos hábitos de nutrición los niños aprenden este estilo de nutrición, es por esto que el 10% de los niños (entre los 0 a 4 años) sufre de desnutrición crónica.

Nuestro proyecto se enfocara a comercializar cereales saludables como lo son:

La Quinua (alta en proteína, calcio, hierro magnesio, fibra, vitamina C,E,B1,B2).

Granola (vitamina E, antioxidantes, tiamina, ácido fólico, fibra).

Copos de maíz (fibra, magnesio, antioxidantes, vitamina B1-B3-B9).





## 7.1 Objetivos de desarrollo sostenible:

Objetivos sociales:

- **HAMBRE CERO:** Es un programa a nivel mundial donde las naciones unidas a través de sus investigaciones encontró que 1 de cada 9 personas no como antes de dormir, y 1 de cada 3 personas tiene algún tipo de desnutrición. En la actualidad en Bogotá está el Banco de Alimentos que tiene programas de “Nutrición y Salud” que está encaminado a mitigar el hambre en la población, buscaremos ser un aliado estratégico para llevar los cereales saludables a la población más vulnerable que es este casos son los niños, y de esta forma estaremos presentes en el buen desarrollo de esta población.
- **PRODUCCION Y CONSUMO RESPONSABLE:** Este objetivo de desarrollo sostenible lo que quiere conseguir es que todos seamos cada vez más responsables de lo que consumimos y en las empresas lo que producen, es decir, por el lado de consumidor es concientizarlo de que lo que consumen no dañe el medio ambiente y reciclar al máximo, ya que si vas a la tienda por una libra de arroz no lleves bolsa (según un estudio de Greenpeace, cada persona consume 24 K de plástico anuales, lo cual equivale a 1.250.000 toneladas y el 56% es plástico de un solo uso), cuando se piden domicilios mirar que el establecimiento utilice menos plástico y más material biodegradable y/o amigable con el medio ambiente, esto es lo que vamos a implementar en nuestro



proyectos que para los domicilios utilizaremos bolsas de papel, contenedores de comida, cubiertos y vasos biodegradables (nuestro proveedores serán sunflex, lifepack, ecocubiertos, promociones fantásticas, entre otros ).

Evitaremos el desperdicio de comida al máximo con estas estrategias:

Almacenamiento adecuado de los alimentos.

Verificación y control de las fechas de vencimiento.

Refrigeración correcta de los alimentos.

Porcionar las cantidades exactas en cada preparación.

Ya que en la actualidad se desperdician 1.300 millones de toneladas de alimentos, y al rededor 2.000 millones de personas padecen y mueren de hambre y/o desnutrición y es sector de alimentos genera aproximadamente el 22% de la emisión de gases de efecto invernadero.

## **7.2 La teoría del valor compartido:**

Dentro de nuestra idea de negocio llevaremos a cabo un plan para que la comunidad tenga conocimiento de buenos hábitos de nutrición y los beneficios que estos tienen para todo tipo de personas. Si bien nuestro enfoque estará en los cereales saludables, también compartiremos cuales son los mejores alimentos para consumir, cuáles son sus beneficios, sus aportes nutricionales (esto se traduce en sentirse saludable físicamente, mentalmente y emocionalmente), por otro lado indicaremos cuales son los alimentos que no son tan



aconsejables consumir, las razones y de consumirlo debe ser en una ración mínima para evitar problemas de salud y los alimentos que realmente no se deben consumir, ya que tendrá consecuencias para la salud, el bienestar físico y emocional.

Adicional mantendremos una comunicación efectiva con nuestros proveedores donde les daremos sugerencias de mejoramiento a los procesos de producción y distribución (esto una vez se tenga la debida capacitación), y solicitaremos que nos proporcionen ideas de mejora en nuestras preparación, atención al cliente y distribución mediante los domicilios, de los cereales saludables.

Nuestros colaboradores serán tenidos en cuenta en todos los procesos, escuchando sus ideas de mejoras e innovación, sus críticas constructivas para que se den cuenta que son parte fundamental de la empresa y que si todos trabajamos hacia un mismo objetivo será muy fácil alcanzarlo.

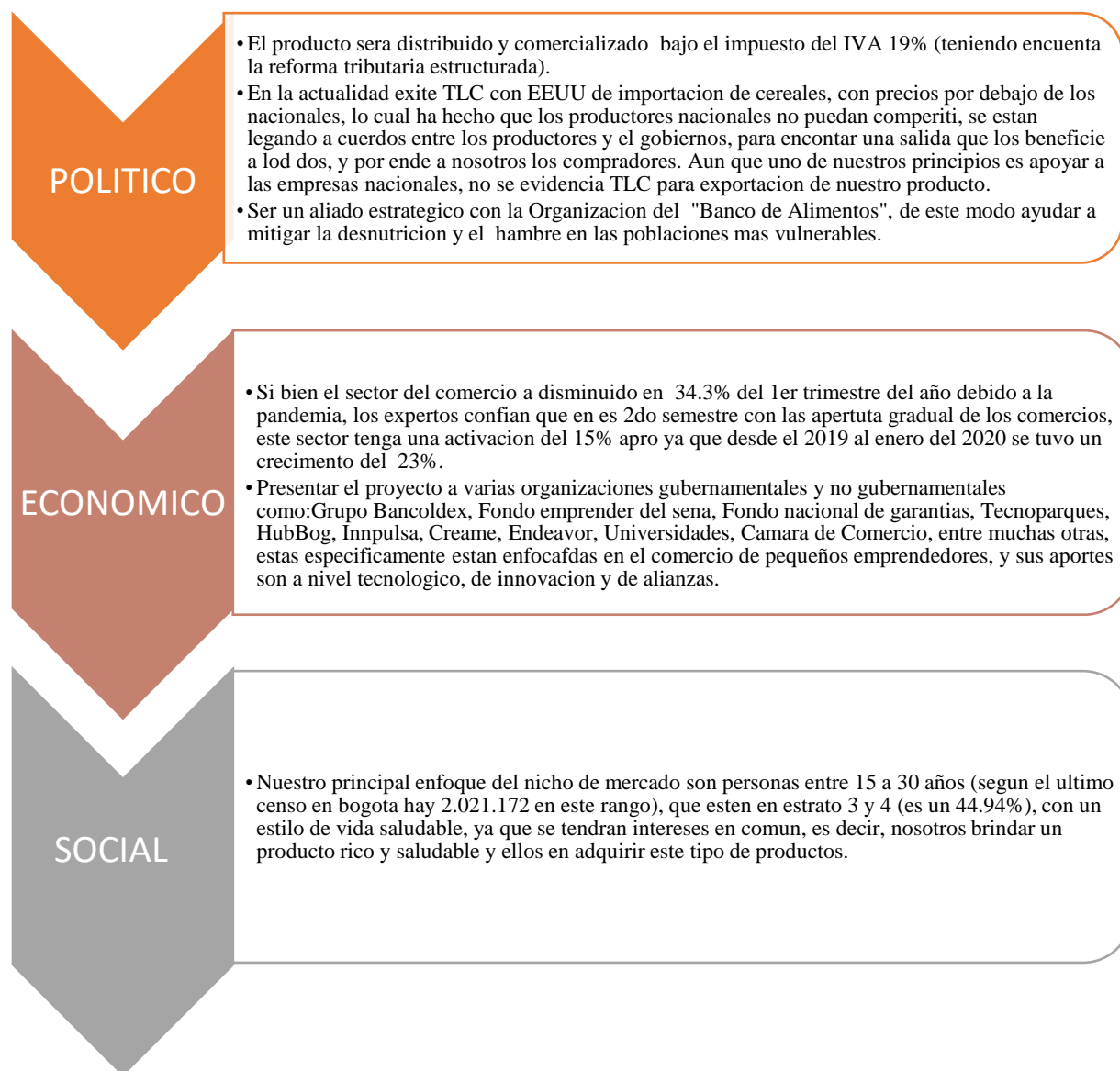
### ***7.2.1 Tecnologías disruptivas.***

Este tipo de tecnología aun no aplica para nuestra idea de negocio.

### ***7.2.2 Análisis del sector económico.***

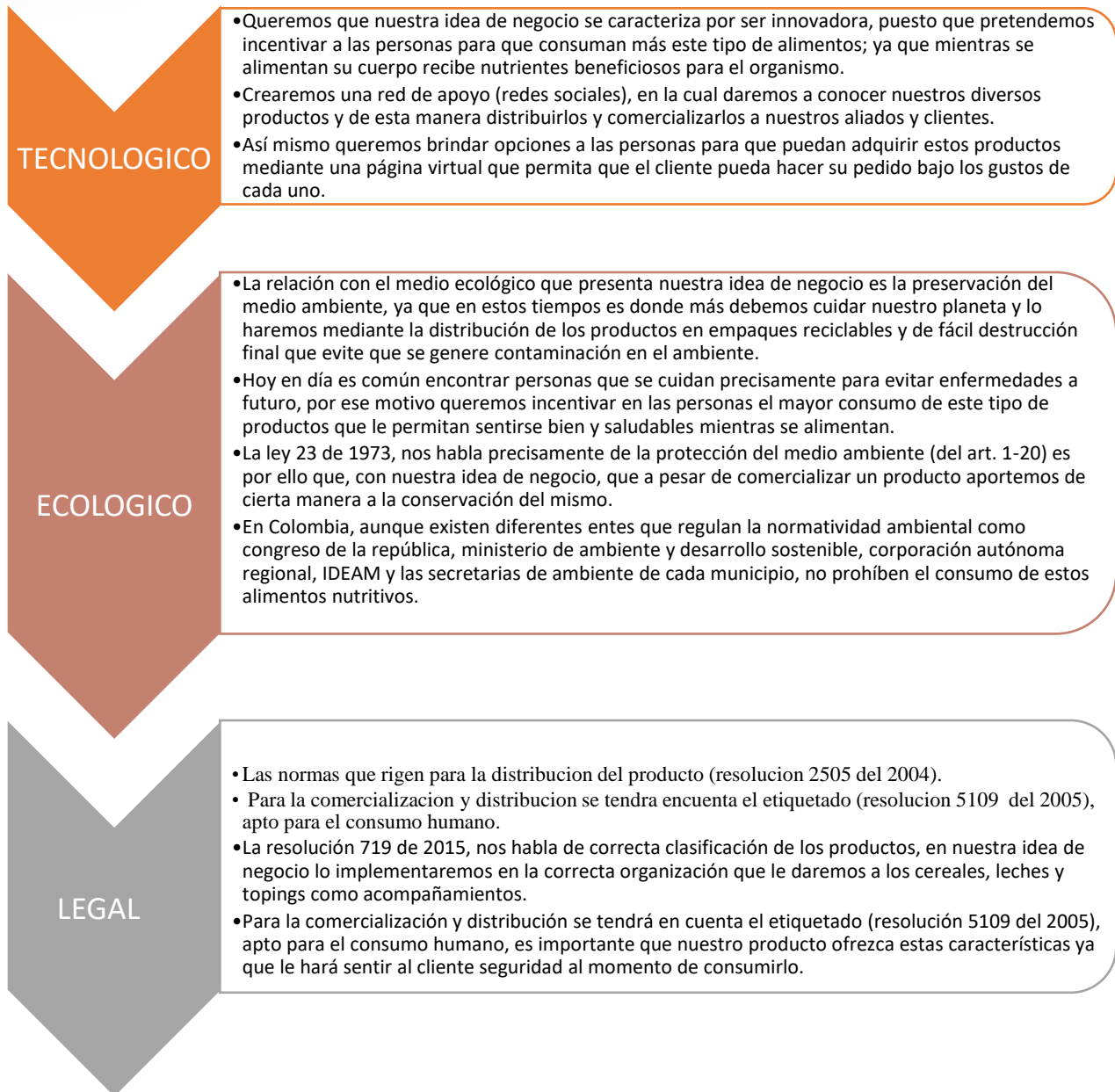
Cereal Feliz está contemplado dentro de la actividad económica primaria, dentro de las cuales está la distribución y comercialización.

*Ilustración 1 Análisis Pestel*





## Ilustración 2 Análisis Pestel





## 8 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.

Tabla 1 DOFA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Es un producto de baja competencia	Es un producto poco conocido
Es un producto de alta calidad	Ya que nuestro nicho de clientes es muy amplio, se corre el riesgo de no satisfacerlos a todos.
Estamos enfocados a todo tipo de clientes.	El costo del producto puede llegar ser alto para algunos clientes.
Estaremos presentes en las redes sociales lo cual nos ampliara nuestros aliados y clientes.	La comercialización y distribución solo será a nivel Bogotá.
Manejaremos tecnología para tener una amplia publicidad.	Inexperiencia en la comercialización y distribución.
Domicilios a nivel Bogotá, por nuestra línea directa y por las diferentes APPS, como por	
Distribución y comercialización a las grandes superficies de cadena.	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Crear nuevos productos.	Crecimiento de la competencia
Lograr una reconocimiento y posicionamiento de la marca.	Falta de liquidez para continuar con el negocio.
Expandir la distribución y comercialización a nivel nacional.	Los ingredientes no se aptos para clientes con problemas de salud.
Los márgenes de ganancia serán excelentes.	Mala propaganda por parte de los clienes.
Planes de fidelización para clientes y aliados.	Bajo crecimiento del mercado
	Recesión económica del país.



Tabla 2 Definición del problema

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	COMO PRODUCIR CEREALES RICOS Y NUTRITIVOS	MALOS HABITOS DE NUTRICION	NO SABER COMO ALIMENTARNOS SALUDABLEMENTE
Conocimiento o Experiencia	1	1	1
Asesoramiento de un experto (si se requiere,¿lo tenemos?)	1	1	1
Alcance (Tecnico, ¿Tenemos las herramientas?,¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?,¿Tenemos acceso a Informacion/datos/cifras,¿puedo darle alguna solución?)	1	1	3
Tiempo (posible solución)	3	1	3
Costos (posible solución)	3	1	3
Impacto ¿es trascendental?,¿representa un desafío para ustedes?	4	5	5
¿Qué tanto les llama la atención del problema?	3	5	4
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>19</b>



## 8.1 Definición del problema

En la problemática central MALOS HABITOS DE NUTRICION, evidenciamos que existen varias personas que prefieren no consumir este tipo de productos, por diferentes motivos, a algunos no les gusta el sabor a otros nos le parece apetitosos, pero es importante darles a conocer a nuestros consumidores los beneficios que tiene el saberse alimentar de manera saludable.

Los consumidores prefieren muchas veces ingerir alimentos que causen daños a su cuerpo, que les produzcan enfermedades, aunque no quieran aceptarlo, es probable que en el momento no se generen síntomas a causa de los productos ingeridos poco saludables, pero con el tiempo se ver reflejado.

Por ello es importante darle la importancia que merecen este tipo de productos, además porque existen personas a las cuales no les gusta consumir verduras, ni frutas, entonces estos cereales pueden aportar a que los nutrientes que se perdieron en un producto puedan ser recuperados en otro.

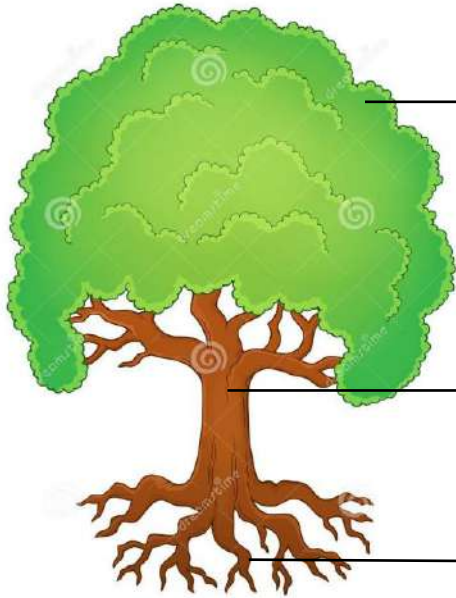
Los malos hábitos alimenticios afectan tanto a los adultos como a los niños, por esta razón es importante corregir estos malos hábitos desde la niñez, así se evitará a futuro que estos malos hábitos conlleven a consecuencias que afectan la salud física y mental.





## 9 EL ÁRBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS

Ilustración 3 Árbol de problemas



- Obesidad.
- Problemas de sueño
- Depresión.
- Cáncer.
- Diabetes.
- Enfermedades cardiovasculares.
- Hipertensión.
- Menor autoestima.

### MALOS HABITOS DE NUTRICION

- Desconocimiento sobre comida saludable.
- No a todas las personas les gustan los cereales saludables.
- Desconocer los componentes de los alimentos que se consumen.
- No saber en qué nos benefician o afectan lo que comemos.
- Malos hábitos y aprendizaje en la alimentación.
- Falta de recursos económicos.



## 9.1 Árbol de objetivo

Ilustración 4 *Árbol de Objetivos*



- Mejora en la salud.
- Mejor calidad de vida.
- Vitalidad
- Mejor autoestima.

**BUENOS HABITOS DE NUTRICION.**

- Conocimiento sobre comida saludable.
- A la mayoría de las personas les gustan los cereales saludables.
- Aprender a leer y comprender los componentes de los alimentos que se consumen.
- Saber en qué nos benefician o afectan lo que comemos.
- Buenos hábitos y aprendizaje en la alimentación.



## 10 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.

Tabla 3 Idea de negocio

<p><b>¿Cuál es el producto o servicio?</b></p>	<p>El producto que vamos a ofrecer se llama Cereales saludables los cuales son creados a base de avena, quínoa, semillas de chía, arroz, cebada, entre otros que ofrecer muchos beneficios para el cuerpo y la salud, con los cuales pretendemos entregarles a nuestros clientes buenas experiencias del consumo de este tipo de productos.</p> <p>Adicional tendrán la oportunidad de realizar la combinación de los cereales mediante opciones de toppings escogidos a su gusto.</p>
<p><b>¿Quién es el cliente potencial?</b></p>	<p>Los clientes potenciales estarán entre los 15 y 30 años, puesto que dentro de estas es donde se evidencia un mayor movimiento de compra, aunque no quiere decir que las demás edades no sean clientes para nuestro producto.</p> <p>Podríamos decir que los demás rangos de edades harían parte de consumidores finales, es decir que estarían recibiendo este producto por medio de otra persona que aplica como cliente.</p>



<p><b>¿Cuál es la necesidad?</b></p>	<p>Queremos cubrir necesidades en los malos hábitos de alimentación ya que esto está generando que se produzcan consecuencias a mediano o largo plazo, como lo son las enfermedades, o estados de ánimo que afectan la parte emocional de las personas.</p> <p>Saludable y rica, en la familia. Problemática</p>
<p><b>¿Cómo?</b></p>	<p>Comercializando cereales en donde sus componentes aporten fuentes de energía y vitaminas que le permitan a la persona desarrollarse a los diferentes ámbitos de la vida cotidiana, buscando así que las personas se disfruten alimentarse bien.</p>
<p><b>¿Por qué lo preferirían?</b></p>	<p>Porque nuestros cereales estarán compuestos por ingredientes que aportan fuentes de energía, además de que ayudaran a prevenir enfermedades futuras.</p> <p>Podrán preferirnos por las diferentes opciones que tenemos las cuales podrá combinar para la preparación del cereal a su gusto.</p>



	A pesar de ser saludables mantienen sabores ricos
--	---

### 10.1 Ingredientes Que Componen Los Cereales Saludables

Nuestros productos estarán hechos a base de avena, semillas de chía, cebada, quínoa, arroz, maíz.

Productos que son ricos en nutrientes que aportan beneficios a nuestro cuerpo y nos ayuda a mantener una buena salud física y mental.

A continuación, relacionaremos los principales beneficios que contienen estos ingredientes que componen nuestros productos.

#### *Ilustración 5 Ingrediente 1*




## AVENA

Producto que también ayuda a perder peso, ya que la avena contiene carbohidratos que son lentos para su digestión.

Ayuda a controlar los niveles de azúcar en la sangre.

Mejora la digestión del organismo facilitando el tránsito intestinal



*Ilustración 6 Ingrediente II*

## SEMILLAS DE CHIA

Las semillas de chía son un producto que aportan omega3 al organismo.

Posee un alto nivel de fibra lo que hace que funcione muy bien para el estreñimiento así como a controlar los niveles de colesterol.

Aportan minerales y vitaminas, de gran ayuda para mantener energía constante



*Ilustración 7 Ingredientes III*

## QUINOA

Contiene hasta un 23% de proteína

Esta compuesta por nutrientes minerales como calcio, hierro y magnesio.

Se considera un producto que mantiene un equilibrio entre grasas, proteínas y carbohidratos.







*Ilustración 8 Ingrediente IV*

## CEBADA

Favorecen la buena salud del colon, buen ingrediente para aquellas personas que sufren de esta enfermedad.

Contiene nutrientes para el cuidado de la piel.

Funciona como desintoxicante para el cuerpo.



*Ilustración 9 Ingrediente V*

## ARROZ

Proporciona energía a su vez que permite evitar la obesidad.

Evita la aparición de cáncer en el organismo.

Importante tener en cuenta que también ayuda a prevenir una enfermedad bastante escuchada como lo es Alzheimer





## Grafico 1

*Idea de negocio estructurada.*

Vamos a crear cereales saludables

Para ayudar a crear buenos hábitos de alimentación desde la familia, y demás población,

Además de ser deliciosos, son muy agradables a la vista y de fácil adquisición.

Toda la población entre 15 a 30 años.

Cambiar el pensamiento de las personas al creer que no es necesario consumir alimentos saludables.

Nuestro cereal ayuda a contribuir a la buena alimentación, lo cual a su vez previene enfermedades a corto y largo plazo.





## 11 INNOVACIÓN

### 11.1 Análisis De Innovación

CEREAL FELIZ, será un establecimiento comercial el cual brindará servicios en el día y en la noche, queremos tener esos espacios para que las personas puedan salir y disfrutar con sus seres queridos, en diferentes horarios.

Espacios donde podrán realizar actividades diferentes y que permita mantener una vida social activa. En este lugar podrán consumir cereales saludables así mismo pueden realizar la combinación de las diferentes toppings y leches.

Dentro de las preparaciones podrán elegir entre varios tipos de leche como lo son:

Leche de cabra

Leche de res

Leche de almendras

Leche de coco

Leche de Búfala

Es por ello que queremos aportar a entregarles a las personas experiencias agradables que puedan vivir mientras consumen este tipo de productos



*Tabla 4 Innovación Alternativa I*

<b>Variable</b>	<b>Descripción de la innovación</b>
Producto	Tendremos tres tipos de leche para ofrecer: *Leche de vaca. *Leche de cabra. *Leche de búfala. *Leche de almendras. *Leche de avena. *Leche de quinua.

*Tabla 5 Innovación Alternativa II*

<b>Variable</b>	<b>Descripción de la innovación</b>
Producto	En las noches sería “Bar de Cereales, lo cual no quiere decir, que se vaya a vender licor, sino que el ambiente se tornaría más nocturno.

*Tabla 6 Innovación Alternativa III*

<b>Variable</b>	<b>Descripción de la innovación</b>
Producto	Se detallara el aporte nutricional mediante un recordatorio del o productos a consumir, como lo son: Cereales. Leche y yogurt. Toppings. Frutas. Helado.

*Tabla 7 Innovación Alternativa IV*

<b>Variable</b>	<b>Descripción de la innovación</b>
Producto	Mediante la plataformas, los clientes podrán realizar juegos, donde tendrán la oportunidad de combinar los cereales, bebidas y demás productos que estamos ofreciendo, de esta manera poder dejar volar la imaginación, y una vez le llame la atención una de las tantas combinaciones que hubiera podido hacer realice su pedido con estas especificaciones



Tabla 8 Innovación Alternativa V

Variable	Descripción de la innovación
Producto	Se convocara una vez al mes a torneos de juegos como lo son: *Uno. *X-box. *Parchís. *Ajedrez. *Poker. A los ganadores se les entregaran bonos consumibles en el establecimiento.

## 12 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.



- Es un establecimiento que brinda diferentes cereales, para todos los gustos.
- Tienen un espacio dedicado para las mascotas.
- Es el único a nivel Bogotá, con estas características.
- Ofrecen domicilios.
- Su publicidad son las redes sociales, ya que no poseen página oficial.
- La preparación es a gusto del cliente.



## 12.1 CONCLUSIONES:

Podemos concluir que dentro de las alternativas propuestas tenemos ventajas frente a nuestra única competencia como lo son:

- Variedad en las tipos de leche (cabra, búfala, vaca, almendras, coco y soya).
- Nosotros estaremos más enfocados en la variedad de cereales saludables, y en los aportes nutricionales que tienen.
- Crearemos una experiencia virtual que permitirá que el cliente interactúe con nuestros productos, es decir, podrán crear un sinfín de combinaciones y determinar si son agradables (a la vista) o no.
- Tendremos página oficial donde podrán realizar sus pedidos y hacer seguimiento a este, encontraran videos de cómo preparar en casas nuestros cereales, tendremos tips de alimentación nutritiva, y un blog para PQR .
- Tendremos un espacio exclusivo para el entretenimiento de los niños, como lo son piscina de pelotas, tiro al banco, colorear, tendremos un uro donde puede plasmar su mano con pintura..
- Ofrecemos espacio para juegos de mesa (uno, parchís, domino, rompecabezas, parques, X-box, ajedrez, poker),y mensualmente se realizara torneo en torno a estos juegos.
- Nuestros utensilios serán biodegradables y/o amigables con el medio ambiente.



## 13 FUERZAS DE LA INDUSTRIA.

### 13.1 Contextualización de la empresa.

Nombre de la empresa:	Cereal Feliz
Actividad económica:	Distribución y comercialización.
Tamaño:	Pequeña empresa.
Ubicación:	Bogotá.

### 13.2 Análisis de la demanda

#### 13.2.1 *Influencia Interna.*

Nuestros clientes son personas jóvenes entre los 15 a 30 años quienes desde temprana edad han tenido al influencia a consumir algún tipo de cereal, ya sea en el desayuno, onces, comida, en cualquier momento. Por lo cual nuestros productos les recordaran su infancia a alguna etapa de su vida, al igual que situaciones que pudieron presentarse que de una o de otra forma aún siguen recordando al escuchar y ver el producto nuevamente.

#### 13.2.2 *Influencia externa.*

Vamos a ser una empresa innovadora por nuestros diversos productos, servicios y calidad, así lograr que el cliente nos conozca, se enamoró de nosotros y de esta manera hacer partícipes a familiares, amigos y conocidos, de esta gran experiencia.

Análisis de la oferta.

En nuestra investigación encontramos solo una empresa similar a la nuestra, llamada “Cereal Lovers”, la cual está ubicada en la zona rosa de Bogotá, no tiene sucursales y tampoco



página oficial , la estrategia que evidenciamos es que las mascotas hacen parte de los clientes, es decir, tienen cereales para mascotas las cuales pueden compartir el mismo espacio con sus dueños, no hay restricción de entrada, además realizan actividades en torno a estas. Adicional otra de sus estrategias es la leche de colores para sus preparaciones.

Un aprendizaje es que tiene muy en cuenta a las mascotas, cosa que no es muy frecuente en establecimiento se comidas.

Competiremos de manera honesta, sin crear publicidad engañosa, ni pero tampoco desacreditando la competencia, nuestros productos y servicio serán de calidad.

Nuestra competencia indirecta seria todos los establecimientos que venden cereales, leches en sus diferentes variedades, y los toppings.

Queremos fidelizar nuestra clientela mediante la plataforma digital, redes sociales, con el fin de poder seguir ofreciendo el mismo servicio en todo momento y lugar. Tendremos en cuenta las opiniones, solicitudes, sugerencias de nuestros clientes internos, externos y proveedores, A si mismo los motivaremos con puntos, bonos, obsequios, etc, que podrán adquirir por el consumo y participación en cada una de las actividades propuestas, lo cual nos ayuda a fortalecernos y crear planes de acción para ser mejores cada día.



Tabla 9 Análisis de la oferta

Nombre del Competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja Competitiva)	Ubicación
Cereal Lovers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cereales</li> <li>• leche colores</li> <li>• Cereales para mascotas</li> <li>• toppins</li> </ul>	\$10.000 a \$12.000	Las estrategias que evidenciamos es que las mascotas hacen parte de los clientes, es decir, tiene cereales para mascotas las cuales pueden compartir el mismo espacio con sus dueños, no hay restricción de entrada, además realizan actividades en torno a estas	Bogotá, Zona Rosa

### 13.3 Análisis de la comercialización y de los proveedores.

Tabla 10 Análisis comercialización y proveedores I

Proveedor	Producto	Precio	Localización	Experiencia	Alianzas	Conocimiento del mercado	Cumplimiento legal
<b>Cereales</b>							
BIOBOGOTA	QUINUA	\$9,000 Lb	Bogota	10 años en el mercado	N/A	Su principal enfoque es llevar por toda Colombia productos nativos, de excelente calidad, y por internet.	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
DISTRICEREALES DE COLOMBIA	QUINUA	\$18,000 Kg	Caldas (vta mercado libre)	8 años en el mercado	N/A	Especialista en distribución al por menor y al por mayor de cereales	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
COLOMBINA	QUINUA	\$6,000 /300 G	Bogota	Mas de 70 años en el mercado	N/A	Una empresa con experiencia de mas de 70 años en el mercado, gran variedad de alimentos a las familias.	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
KELLOGGS DE COLOMBIA	COPOS DE MAIZ	\$12,000 500 G	Bogota	Mas de 50 años en el mercado	Con grandes, medianas y pequeñas cadenas de supermercados	Empresa lider en la distribución de cereales para todos los gustos.	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	GRANOLA	\$10,000 500 G					
	SALVADO DE TRIGO	\$ 14.000 500 G					
CEREALES A GRANEL	COPOS DE MAIZ	\$ 15,000 Kg	Bogota	35 años en el mercado	N/A	Lideres en la importacion de cereales, de calidad y saludables	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	GRANOLA	\$ 16,000 Kg					
	SALVADO DE TRIGO	\$ 15.000 Kg					
BALU ALIMENTOS ORGANICOS	COPOS DE MAIZ	\$ 12.000 Kg	Bogota	8 años en el mercado	N/A	Certificados en productos organicos a nivel nacional, con gran variedad de productos.	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	GRANOLA	\$ 14.000 Kg					
	SALVADO DE TRIGO	\$ 16.000 kg					
	AMARANTO	\$ 18.000 kg					
	QUINUA	\$ 15.000 kg					

Tabla 11 Análisis comercialización y proveedores II

Proveedor	Producto	Precio	Localización	Experiencia	Alianzas	Conocimiento del mercado	Cumplimiento legal
<b>Fruta</b>							
ABASTOS	PIÑA GOLDEN	\$ 2.624 Kg	Bogota	50 años en el mercado	Corabastos tiene alianzas con los pequeños y grandes agricultores a nivel nacional. Además de ser aliado del banco de alimentos	Al ser una sociedad a nivel nacional, en la comercialización y abastecimiento de alimentos en óptima calidad a comerciantes mayoristas y	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	BANANO	\$ 1.500 Kg					
	BANANO	\$ 2.280 Kg					
	GUANABANA	\$ 2.700 Kg					
	FRESA	\$ 5.500 Kg					
	MANZANA	\$ 2.500 Kg					
	CEREZA	\$ 3.500 / 125 g					





*Tabla 12 Análisis comercialización y proveedores III*

Proveedor	Producto	Precio	Localizacion	Experiencia	Alianzas	Conocimiento del mercado	Cumplimiento legal
<b>Leches</b>							
ALQUERIA	LECHE ENTERA DE VACA	\$ 2.500 Litro	Bogota	61 años en el mercado	Alianza por la nutrición infantil en Colombia (alimentando sueños)	Esta enfocado a todo tipo de clientes, entre niños, jóvenes y adultos	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	LECHE DESLACTOSADA DE VACA	\$ 2.700 Litro					
CABRALAC	LECHE DE CABRA	\$ 4.000 Litro	Subachoque	18 años en el mercado	N/A	Esta enfocado a todo tipo de clientes, entre niños, jóvenes y adultos	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
PLANETA RICA	LECHE DE BUFALA	\$ 6.000 Litro	Bogota	15 años en el mercado	Trabaja con agricultores locales que han criado búfalos durante generaciones	Esta enfocado a todo tipo de clientes, entre niños, jóvenes y adultos	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
SILK	LECHE DE ALMENDRAS	\$ 9.400 Litro	Bogota	43 años en el mercado	Alianza con ROSMI SAS	Esta enfocados sobretodo a jóvenes y adultos que poseen problemas de digestión o que no son tolerantes a la lactosa.	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	LECHE DE COCO	\$ 15.000 Litro					
	LECHE DE SOYA	\$ 13.400 Litro					

*Tabla 13 Análisis comercialización y proveedores IV*

Proveedor	Producto	Precio	Localizacion	Experiencia	Alianzas	Conocimiento del mercado	Cumplimiento legal
<b>Toppings</b>							
PLENTI	ALMENDRAS	\$ 11.500 x 125 G	Bogota	11 años en el mercado	N/A	enfocados a Jóvenes y adultos que cuidan su salud y su cuerpo	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	MACADAMIA	\$ 14.000 x 125 G		11 años en el mercado			
	MANI SIN SAL	\$ 6.000 x 250 G		11 años en el mercado			
	MIX DE FRUTOS SECOS	\$ 10.000 x 125 G		11 años en el mercado			
LEVAPAN	FRUTA CRISTALIZADA	\$ 4.300 x 150 G	Bogota	70 años en el mercado	Plan nacional de desarrollo 2019-2020, trabaja por la educación de los niños	Enfocados a grandes, pequeños y medianos comerciantes, ayudando a que sus productos cada vez sean más ricos	Cumplen con los requisitos legales para la venta del producto
	DURAZNO EN ALMIBAR	\$ 8.500 x 1.000 G					
	UVAS PASAS	\$ 6.200 x 200 G					
	CIRUELAS PASAS	\$ 7.300 x 200 G					
	GRAJEA DE COLORES	\$ 4.200 x 500 G					
	COCO ROLLO	\$ 6.600 x 130 G					
	CEREZAS EN ALMIBAR	\$ 26.000 x 3.000 G					




## 14 SEGMENTO EL MERCADO

### 14.1 Bondades de “Cereales Feliz”

- ✓ Aportan nutrientes al cuerpo.
- ✓ Diversidad de combinaciones entre cereal, leche, frutas y topping.
- ✓ A pesar de ser cereales saludables se consideran ricos en sabor.
- ✓ Disminuye el riesgo de enfermedades.
- ✓ Ayuda a prevenir y tratar la obesidad.
- ✓ Son buena fuente de fibra.
- ✓ Tiene menos azúcar que los cereales tradicionales.
- ✓ Aportan una cantidad moderada de sal, para el organismo.
- ✓ Tiene efectos saciante, lo cual ayuda a controlar el peso.
- ✓ Contiene bajos niveles de grasa.
- ✓ Son fuentes de energía.
- ✓ Contiene antioxidantes.
- ✓ El precio lo hace asequible a gran variedad de público.
- ✓ Disminuyen el riesgo de mortalidad.
- ✓ Ayuda al tránsito intestinal y a cuidar la flora del intestino.



Tabla 14 Buyer Persona

 <p>Isabel Diaz, tiene 30 años, casada y tiene 2 hijos.</p>	<p><b>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</b></p> <p>A causa de la actual pandemia Isabel sufre una frustración puesto que perdió su trabajo. Tiene miedo que alguno de los integrantes de la familia pueda contagiarse del Covid-19, y al no tener trabajo, no tiene seguridad social. Todo lo anterior generara una ansiedad de no saber qué puede pasar.</p>	<p><b>Desea, necesita, anhela y sueña.</b></p> <p>Isabel desea conseguir un trabajo cuanto antes que le permita cubrir las necesidades básicas de su familia y a si mismo aportar en el cumplimiento de los sueños de sus hijos como lo tenían planeado.</p>
<p><b>Demográficos y Geográficos</b></p> <p>Isabel y su familia viven en la ciudad de Bogotá, en el barrio versalles.</p>	<p><b>¿Que están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</b></p> <p>Buscan conseguir una fuente de ingreso que les permite una estabilidad económica a si mismo poder llevar a cabo sus proyectos.</p>	<p><b>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</b></p> <p>En este momento Isabel está enfocada en conseguir un trabajo, la mayor barrera que tiene es la pandemia que estamos viviendo.</p>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<p>“Luchar por sus sueños”          “ Todo pasa por algo”          “Perseverante en todo momento”</p>	
<p><b>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</b></p>	<p>Un factor favorable para Isabel y su familia, es que el esposo aún tiene trabajo.</p>	



## 14.2 Descripción del cliente.

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

Las podemos encontrar en barrios de estrato medio-alto y en Centros Comerciales de igual estrato.

- b) Que valores destacan a su cliente ideal?. Escriba mínimo 5.

- Lealtad (una vez conozcan nuestros productos y atención que le brindaremos nos van a preferir, para comer saludable y rico)
- Sencillez.
- Empatía.
- Respeto.
- Solidaridad.
- Perseverancia.

- c) Que encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?. Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.

Encuentra personas en su área familiar, laboral y social con las cuales comparten conocimientos y experiencias vividas.

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

La mayor necesidad es la de mantener una estabilidad económica, para poder para así poder brindar una mejor calidad de vida a su familia.



### 14.3 Análisis de bondades ajustada al cliente ideal

Nuestro cliente ideal pretende tener una estabilidad económica para así brindar mejores condiciones a su familia, lo cual incluye una sana y nutritiva alimentación a un buen precio.

Factor importante para el cliente.

1. **Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto:** Lo que hemos investigado y evidenciado, solo tenemos una empresa como competencia fuerte, con diferentes valores agregados pero optando por productos saludables, además están los almacenes, tiendas y distribuidores que venden cereales, pero no con los acompañamientos que ofrece nuestra empresa.
2. Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo:

*Tabla 15 Población compradores*

HABITANTES BOGOTA (2018 ULTIMO CESNSO)	RANGO DE EDAD 14 A 28 AÑOS	COMPRADORES ESPERADOS
<b>7.743.955</b>	<b>2.021.172 = 26.1%</b>	<b>202.1170 = 10%</b>

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

*Tabla 16 Compradores suplir necesidad*

HABITANTES BOGOTA (2018 ULTIMO CESNSO)	RANGO DE EDAD 14 A 28 AÑOS	COMPRADORES SUPLIR NECESIDAD



<b>7.743.955</b>	<b>2.021.172 = 26.1%</b>	<b>161.694 = 8%</b>
------------------	--------------------------	---------------------

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

*Tabla 17 Compradores esperados.*

HABITANTES BOGOTA (2018 ULTIMO CESNSO)	RANGO DE EDAD 14 A 28 AÑOS	POTENCIALES COMPRADORES ESPERADOS
<b>7.743.955</b>	<b>2.021.172 = 26.1%</b>	<b>101.058 = 5%</b>

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

*Tabla 18 Potencial compradores esperados*

HABITANTES BOGOTA (2018 ULTIMO CESNSO)	RANGO DE EDAD 14 A 28 AÑOS	POTENCIALES COMPRADORES ESPERADOS
<b>7.743.955</b>	<b>2.021.172 = 26.1%</b>	<b>121.270 = 6%</b>



## 15 PROPUESTA DE VALOR.

### 15.1 Perfil del cliente.

*Grafica 1 Trabajos del cliente*

#### Trabajos Del Cliente

#### Funcionalidades

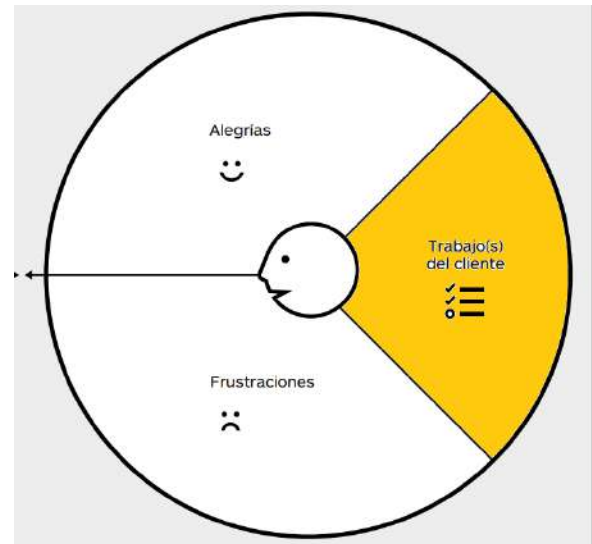
- Tener buenos hábitos de alimentación.
- Cuidar su cuerpo.
- Evitar enfermedades.
- Fortalecer el sistema digestivo.

#### Sociales

- Cuidar su cuerpo, para verse y sentirse bien
- Evitar molestias en su cuerpo por el consumo de alimentos que no le caen bien.
- Servir como referencia para Incentivar a otras personas al consumo de los cereales y así mejorar los hábitos de alimentación.

#### Emocionales

- Sentirse bien física y emocionalmente.
- Querer su cuerpo.
- Sentirse feliz por ver reflejados los beneficios de los cereales en su cuerpo.
- Autoestima favorable que permita el desarrollo de la persona.





## FRUSTRACIONES

### Efectos Secundarios

- El producto puede provocar efectos negativos como, reflujo, gases, indigestión, inflamación estomacal, entre otros.
- Para el cliente puede haber algunos ingredientes que prefiera no consumir por la sencilla razón que no le gusta.
- Algunos productos producen alergias en el cuerpo.

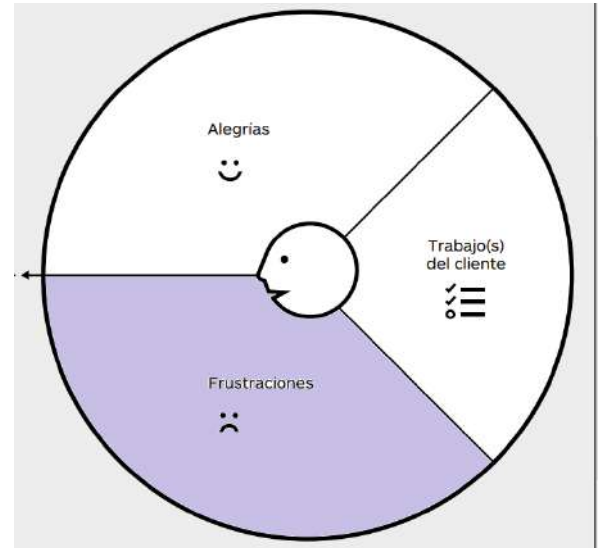
### Obstáculos.

- El producto puede ser costoso y por ende no podrá adquirirse fácilmente.
- El cliente puede desistir de la compra debido a que se debe desplazar al punto de venta.
- El cliente puede tener amigos que no les gusta este tipo de productos, esto hace que pierda el interés fácilmente en consumirlos.

### Riesgos/ resultados no deseados.

- El producto le sentó mal al cliente al ser consumido.
- Ese mismo cliente puede hacer que otros no consuman el producto por el hecho de que a él le sentó mal, pero cabe aclarar que no todos los organismos son iguales.

*Grafica 2 Frustraciones*







## ALEGRÍAS

Necesarias:

Deleitar sabores únicos en los cereales que más de ser un alimento saludable es muy rico por sus diversos sabores y presentaciones.

Deseadas:

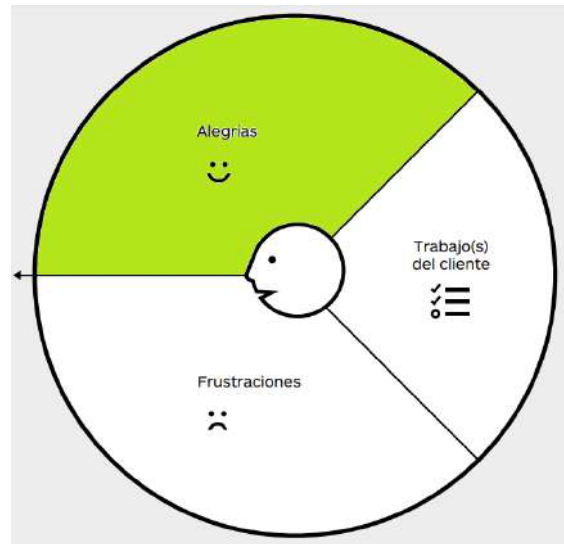
El cliente desea de nuestro producto que le aporte beneficios a su organismo mientras se alimenta de manera saludable.

Así mismo espera sentirse en un ambiente familiar, de esta manera el servicio que se preste al cliente es muy importante.

Esperadas:

El cliente espera que nuestro producto le aporte nutrientes a su cuerpo, que este lo reciba sin ningún efecto negativo y que permita que pueda seguirse consumiendo dentro de la alimentación diaria.

*Grafica 3 Alegrías*



## 15.2 MAPA DE VALOR.

### PRODUCTOS Y SERVICIOS

Tangibles -Intangibles -Digitales

Nuestra empresa tiene la capacidad de llegar a un nicho de mercado que prefiera la comida saludable, así fidelizar clientes que nos prefieran por nuestros productos y por la calidad.

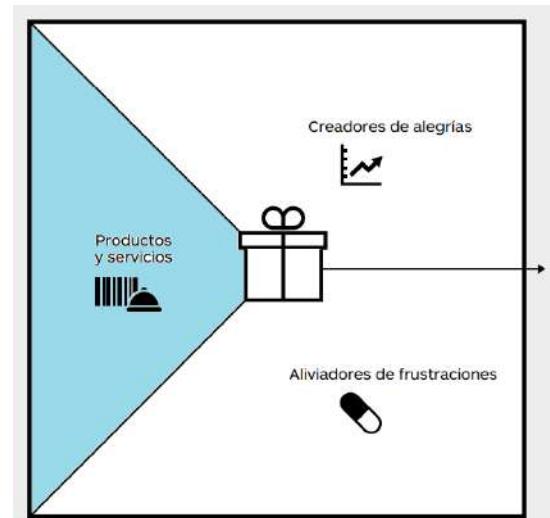
### ALIVIADORES DE FRUSTRACIONES

Mediante entregas a domicilio queremos brindarle al cliente un servicio que se ajuste a su necesidad y que le permita ahorrar en tiempo y en dinero al evitar generar desplazamientos al canal de venta.

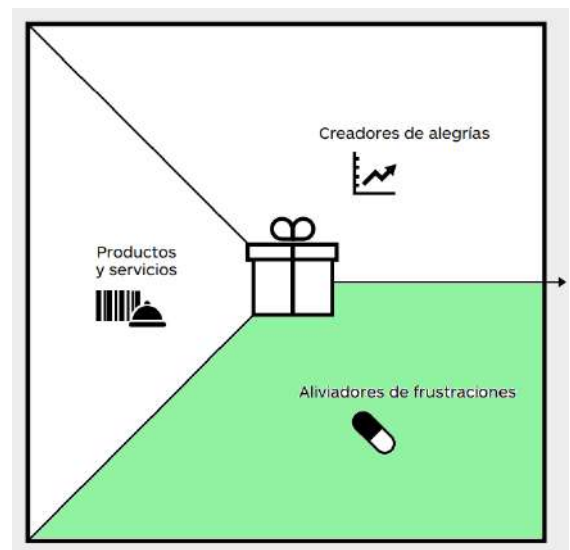
De igual forma brindaremos espacios especiales para la recreación de los niños de esta manera ellos podrán divertirse mientras los demás disfrutan de los productos que ofreceremos.

Implementaremos tablas de nutrición en los productos, de esta manera darle a conocer al cliente los ingredientes que contienen estos cereales, así evitar que consuma algún que pueda presentar molestias en su cuerpo.

*Grafica 4 Productos y servicios*



*Grafica 5 Aliviadores de frustraciones*



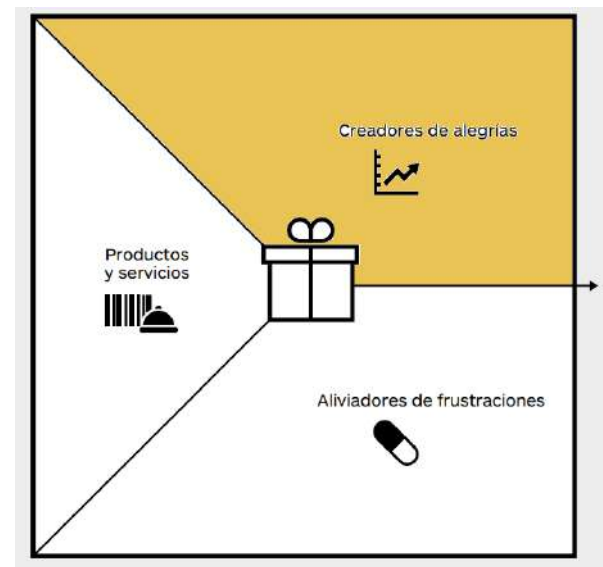


Así mismo implementaremos negociaciones con proveedores que manejen productos a bajo costo, pero sin dejar de lado la calidad del mismo. Para que el precio de venta no sea un motivo para dejar de consumir los cereales.

### GENERADORES DE ALEGRÍAS

Para el cliente este tipo de cereales cumplirá con una gran necesidad como lo es la alimentación saludable, consumir nutrientes que aporten al buen funcionamiento del cuerpo y que le permitan desarrollar las demás actividades sin ninguna molestia.

*Grafica 6 Generadores de alegrías*



### 16 PROPUESTA DE VALOR.

**“DALE BIENESTAR A TU  
CUERPO, SE VE POR  
FUERA Y SE SIENTE POR  
DENTRO.”**

## 17 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Tabla 19 Ficha técnica del producto

<b>FICHA TECNICA DEL PRODUCTO</b>	
Nombre del producto	Cereal feliz
Composición del producto	Quínoa, avena, copos maíz, granola, salvado de trigo, leche de vaca, leche de cabra, leche de almendras, leche de soya, leche de coco, abanó, manzana, piña, fresa, guanábana, cereza
Presentaciones Comerciales	Las preparaciones de los cereales llevan las siguientes cantidades para cada porción: Tasa de leche = 200 ml Tasa de cereal= 185 g Fruta= 1 unidad Topinngs= 1 cucharada 20 g
Material de empaque	Si el cereal es consumido en las instalaciones se servirá en una taza y cuchara artesanal. Cuando desea a domicilio el cereal, los toppings y la fruta serán empacados en una bolsa de papel y la leche en un contenedor de material biodegradable.  Todo en una caja de material biodegradable.
Condiciones de conservación	Si el cereal es servido en las instalaciones, este debe ser consumido de una vez. Si es para domicilios una vez este salga de punto de venta se bebe consumirá antes de 4 horas, si el tiempo es mayor la leche se debe refrigerar, la fruta dejar en un lugar fresco (sin humedad, sin calor) y los toppings y



	cereal se conservaran en el empaque máximo 24 horas.
Vida útil estimada	24 horas.
Porción recomendada	La porción recomendada por día es una porción del cereal nutritivo en cualquiera de sus combinaciones (1 taza de leche, 100g de cereal, 1 fruta) El consumo de los cereales nutritivos, no tienen ningún tipo de restricción, además se puede consumir en cualquier momento del día y ocasión.

## 18 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

### 18.1 Desarrollo

Nuestro producto se encuentra en la etapa del desarrollo, la cual consiste en llevar a cabo la idea de negocio, es algo así como empezar a plasmarlo, a que se haga cada día más real, a realizar acciones de investigación, del producto, del mercado, de las necesidades de la comunidad, del aporte positivo que se va a realizar en varios ámbitos, social, ecológico, humanitario.

Planear estrategias de mercado, de expectativa del producto, de beneficios, de promociones, de costos, de la inversión, de los riesgos, de las ventajas, de todo el análisis que se



debe hacer a un productos antes de seguir a la siguiente etapa de Introducción, ya que esta consiste en presentar el producto, comercializarlo, venderlo y demás.

## **19 DEFINICIÓN ESTRATÉGICA**

### **19.1 Resolución 2674 de 2013**

Esta resolución fue expedida por el ministerio de salud, en la cual se establece los requisitos que se deben cumplir para ejercer actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

Además, expone la importancia de realizar las adecuaciones pertinentes en los establecimientos de expendio de alimentos o bodegas; la correcta implementación de los protocolos expedidos por el ministerio de salud, permitirá que se realicen los controles a los establecimientos para evitar que los productos salgan contaminados.

Explica también la correcta disposición final que debemos realizar de los productos sólidos, esto se hace con el fin de evitar que se generen malos olores o que en su defecto se dé cabida a la aparición de plagas.

Así como también no habla de la importancia del personal que labora para la compañía, en qué estado de salud se encuentran las personas. Para ello deben presentar los exámenes médicos, como mínimo una vez al año y el cual se certifica bajo el concepto medico generado



por el profesional que lo atendió. Así mismo el empleado está en la obligación de informar cualquier estado de salud que le impida cumplir con sus funciones.

### **19.2 Resolución 5109 de 2005**

Expedido por el ministerio de protección social donde establece los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados o materias primas para el consumo humano.

El cual habla en la obligatoriedad del rotulado en cualquier producto alimenticio que genere confianza a la hora de consumirlo, hace referencia a que la información que debe contener el rotulo debe ser veraz, ya que estaría haciendo pasar un producto que no es apto para el consumo humano por un producto inocuo.

Es importante que el rotulo no tenga por ningún motivo contacto directo con el alimento, puesto se generaría una contaminación del mismo.

El rotulado debe contener información como: nombre del alimento, lista de ingredientes, fecha de elaboración, fecha de expiración o vencimiento y así mismo el Lote de producción, datos generales de donde fue fabricado el producto, así como también el contenido neto del empaque y por ultimo tener presente el tamaño de la letra del rotulado, este depende del tamaño del empaque.

### **19.3 Decreto 3075 de 1997**

Este decreto es uno de los más completos que regulan el sistema de alimentos aptos para el consumo humano. El cual habla de las BPM (buenas prácticas de manufactura), muy



importante a la hora de elaborar, producir, o distribuir un producto, puesto que el personal que manipula el alimento debe contar con la capacitación necesaria y así mismo con la práctica de los conocimientos en el desarrollo de sus funciones, haciendo que el producto final, este en las condiciones requeridas para su correcta distribución y comercialización.

También explica la manera correcta de adecuar las instalación de un establecimiento comercial o centros de distribución para el buen trato de los alimentos y así evitar que se contaminen, en el cual menciona que para la preparación directa del alimento el establecimiento debe contar con paredes lisas o de fácil limpieza, así evitar la acumulación de grasas o residuos que son difíciles de limpiar, así mismo los terminados de las paredes deben llevar medias cañas para evitar la aparición de plagas. También es importante saber que los productos no pueden almacenarse directamente en el piso, para ello debe contar con estibas que permita que el producto este a una altura estimada.

#### **19.4 Resolución 2115 de 2007**

Expedida por el ministerio de protección social, ministerio de ambiente vivienda y desarrollo territorial, esta resolución nos explica las características que debe tener el agua para el consumo humano, así como las características, instrumentos y frecuencias del sistema de control y vigilancia para la calidad de la misma.

Para ello es importante realizar un análisis microbiológico que permita identificar la cantidad de microorganismos que contiene el agua y de esta manera poder determinar si es apta para el consumo humano o en su defecto no pueda consumirse. Este análisis es el básico, pero si se requiere tener muestras más profundas, se realizan pruebas de análisis complementarios,





análisis físicos y químicos que permiten evaluar las características físicas o químicas de la muestra y así poder determinar la viabilidad de la misma.

Las características de la muestra siempre deben ser aceptables para el laboratorio para poder certificar que el agua utilizada para la producción del producto es apta para el consumo humano de lo contrario no podrá certificarse.

## 20 DISEÑO DEL CONCEPTO

*Tabla 20 Ingredientes*

INGREDIENTES	DESCRIPCION
Maíz	ingredientes secos de origen vegetal
Cebada	
Avena	
Semillas de chía	
Quínoa	
Frutos secos	
Vitaminas	ingredientes secos de origen animal y vegetal
Minerales	sustancias inorgánicas

*Tabla 21 Maquinaria*

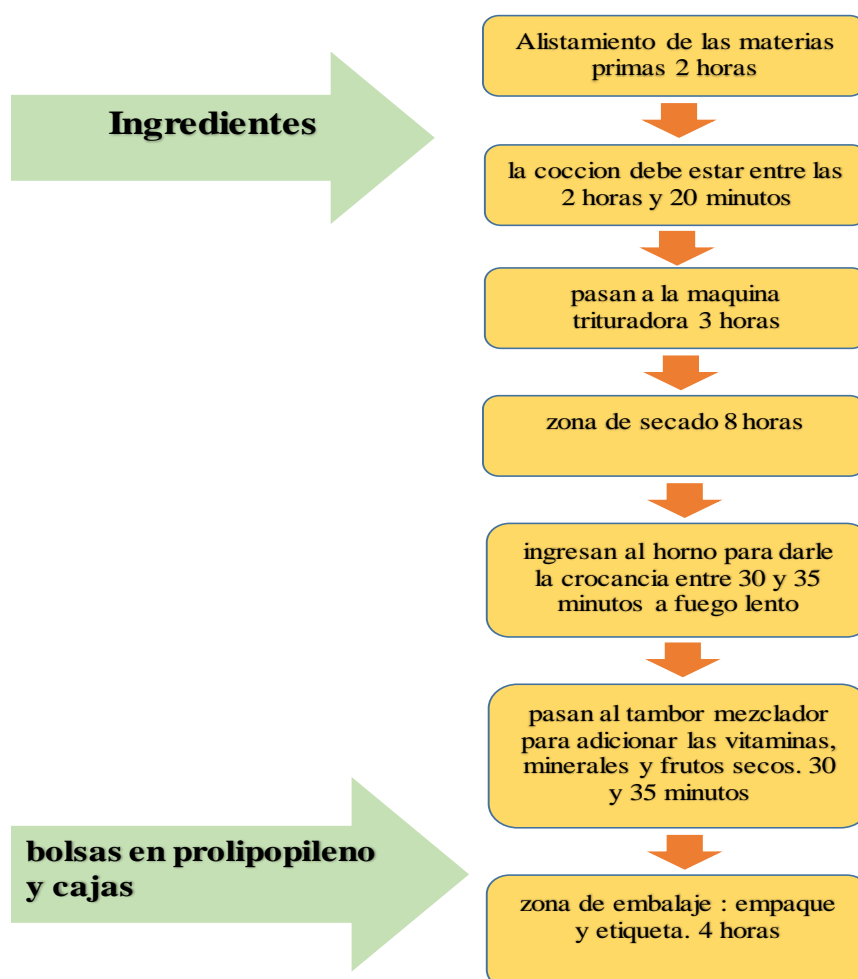
MAQUINARIA	DESCRIPCION
Trituradora	Capacidad de 50 kilos
Área de secado	láminas de 2 mts
Rodillos	Industriales
Horno	industrial a gas
Tambor giratorio	Capacidad de 50 kilos
Máquina de calor para el sellado	Capacidad de 50 kilos
Empaquetadora	industrial eléctrica
Etiquetadora	industrial eléctrica

Tabla 22 Morfología

MORFOLOGIA	FUNCIONAMIENTO
Composición del empaque de 500 gr	Una porción de cereal de 30 gr es suficiente para que aporte 130 calorías. Pueden ser consumidos por niños, jóvenes y adultos.
Nivel de crocancia del 40%	
Con semillas de chía y frutos secos	
Quinoa y avena	

## 18 DISEÑO EN DETALLE

### 21.1 Diagrama De Bloques





### 21.2 Cadena De Distribución



Realizaremos la cadena de distribución al punto de venta directo, adicional el transportador realizara las entregas a los diferentes supermercados mayoristas y minoristas para la venta al consumidor final.

### 21.3 Recursos Propios

Tabla 23 Recurso propios

RECURSOS PROPIOS	TERCEROS
Trituradora	Transporte del producto al punto directo, tiendas mayoristas y minoristas
Área de secado	
Rodillos	
Horno	
Tambor giratorio	
Máquina de calor para el sellado	



Tabla 24 Costos

COSTO UNITARIO MATERIAS PRIMAS		
maiz	30 gramos	\$ 720
semillas de chia	5 gramos	\$ 195
frutos secos	5 gramos	\$ 400
vitamina Riboflavina	2 ml	\$ 20
Niacina	2 ml	\$ 22
bolsa prolipopileno	1 und	\$ 10
caja	1 und	\$ 180
<b>total</b>		<b>\$ 1.547</b>
COSTO UNITARIO MANO DE OBRA		
operario 1	1 horas	\$ 5.634
<b>total</b>		<b>\$ 5.634</b>
COSTO INDIRECTOS DE FABRICACION		
agua		\$ 800
Luz		\$ 1.500
Gas		\$ 600
<b>total</b>		<b>\$ 2.900</b>
<b>COSTO UNITARIO</b>		<b>\$ 10.081</b>

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \frac{\$ 10.081}{1-(20/100)} = \frac{\$ 10.081}{0,8} = \$ 12.601$$

## 22 VALIDACION Y VERIFICACION

### 22.1 Indicadores de calidad

1. Nuestra imagen indica comer saludable y nutritivo, es delicioso.
2. Crear variedad en nuestros de los cereales junto con los acompañamientos ( la leche, fruta y topins)
3. Garantizar que todas las combinaciones de los cereales, la leche, la fruta y los topins, aportes nutrientes saludables.



4. Nuestra atención será rápida, efectiva, evitando al máximo de errores en entrega tanto presencial como en domicilios.
5. Adaptar nuestros horarios de atención a la necesidad del cliente.
6. Investigar sobre que otros cereales saludables (integrales, orgánicos, entre otros) y cuál es la mejor manera de prepararlos para el cliente.
7. Crearemos innovación tanto en productos como en el servicio, acorde a las sugerencias y necesidades del cliente.
8. Almacenamiento y control permanente de los productos para evitar tanto perdidas, como la entrega de estos en mal estado.
9. Adoptaremos todas las medidas de bioseguridad tanto para la preparación de los productos, como para la atención de los clientes y usuarios.
10. Se implementara las normas de higiene y manipulación de alimentos.

## **23 PRODUCCIÓN**

### **23.1 Empaque y etiqueta del producto**

Nuestro producto es la combinación de cereales nutritivos, leches nutritivas, frutas nutritivas y toppings, los lo cual se dará a conocer nuestros clientes la tabla nutricional de cada producto en la combinación que deseen escoger, a continuación expondremos algunas de las combinaciones.



Ilustración 10 Empaque y etiqueta producto I

Información Nutricional de la Quínoa		
Porción: 1 tasa=185 g		
Calorías= 150	Valor diario	%
Grasas totales	3,55 g	5%
Grasas saturadas	0 g	0%
Grasas trans	0 g	0%
Proteínas	8,14 g	16%
Carbohidatos	39,41 g	13%
Fibra	5,2 g	5%
Azúcares	1,61 g	3%
Calcio		2%
Hierro		15%
Zinc		18%
Fosforo		22%
Potasio		7%
Vitamina B1		17%
Vitamina B2		16%
Vitamina B9		20%
Vitamina B3		5%
Vitamina B6		5%
Vitamina E		8%

Información Nutricional Leche de almendras		
Porción: 1 tasa= 200 ml		
Calorías= 39	Valor diario	%
Grasas totales	3,2 g	6%
Grasas saturadas		1%
Grasas trans	0 g	0%
Proteínas	1,3 g	2%
Carbohidatos	1,3 g	1%
Fibra	0,8 g	3%
Azúcares	0,3 g	0%
Calcio	358 mg	36%
Sodio	122 mg	5%
Vitamina A	108 mg	18%
Vitamina D2	0,75 mg	15%
Vitamina B2	0,20 mg	15%
Vitamina B12	0,36 mg	15%
Vitamina E	2,0 mg	20%

Información Nutricional Manzana Roja		
Porción: 1 Unidad = 100 g		
Calorías= 95	Valor diario	%
Proteínas	0,47 g	1%
Carbohidatos	25,13 g	8%
Fibra	4,4 g	18%
Calcio	11 mg	1%
Hierro	0,22 mg	1%
Vitamina C	8,4 mg	9%
Vitamina B6	0,75 mg	4%
Vitamina B2	0,47 mg	4%
Vitamina B1	0,31 mg	3%
Vitamina E	0,33 mg	2%

## Quínoa con leche de almendras y manzana





Ilustración 11 Empaque y etiqueta producto II

## Granola con leche de coco y almendras



Información Nutricional Leche de coco		
Porción: 1 tasa= 200 ml		
	Valor diario	
Calorías=	230	12%
Grasas totales	32,8 g	35%
Proteínas	2,2 g	4%
Carbohidatos	5,5 g	2%
Fibra	2,2 g	8%
Azucares	3,3 g	8%
Calcio	16 mg	2%
Sodio	15 mg	2%
Vitamina C	2,8 mg	5%
Vitamina B9	0,16 mg	4%

Información Nutricional de la Granola		
Porción: 1 tasa=50 g		
	Valor diario	
Calorías=	78	9%
Grasas totales	4,0 g	7%
Grasas saturadas	1,1 g	5%
Grasas trans	0 g	0%
Proteínas	9,7 g	13%
Carbohidatos	26 g	9%
Fibra	5,5 g	20%
Sodio	83 mg	3%
Calcio	4,68 mg	
Hierro	2,5 mg	
Zinc	2,4 mg	
Fosforo	273 mg	
Potasio	324 mg	
Vitamina B11	0,4 mg	
Vitamina B2	0,2 mg	
Vitamina C	0,7 mg	
Vitamina B5	0,2 mg	
Vitamina E	6,7 mg	

Información Nutricional almendras	
Porción: 1 Cucharada = 20 g	
	Valor diario
Calorías=	68
Proteínas	20,4 g
Carbohidatos	20,4 g
Fibra	15 g



Ilustración 13 Empaque y etiqueta producto III



64

**Copos de maíz con  
leche y abanó**



Información Nutricional Copos de maíz		
Porción: 1 tasa=50 g		
Calorías= 114	Valor diario	9%
Grasas totales	0 g	0%
Proteínas	1,6 g	2%
Carbohidatos	27 g	9%
Fibra	0,7 g	3%
Sodio	110 mg	5%
Vitamina D	4,2 mg	1%
Vitamina B6	1,2 mg	0,04%

Información Nutricional de la Leche		
Porción: 1 tasa= 200 ml		
Calorías= 140	Valor diario	%
Grasas totales	7 g	11%
Grasas saturadas	5 g	25%
Proteínas	8 g	16%
Carbohidatos	11 g	4%
Fibra	0 g	0%
Sodio	105 mg	4%
Azúcares	11 g	2%
Calcio		30%
Vitamina A		20%
Vitamina D		35%

Información Nutricional Abanó		
Porción: 1 Unidad = 100 g		
Calorías= 89	Valor diario	%
Proteínas	1,09 g	2%
Carbohidatos	22,84 g	8%
Fibra	2,6 g	10%
Calcio	5 mg	0,4%
Hierro	0,22 mg	1%
Vitamina C	8,7 mg	10%
Vitamina B6	0,36 mg	22%
Vitamina B2	0,07 mg	6%
Vitamina B1	0,31 mg	3%
Potasio	358 mg	8%





Ilustración 14 Empaque y etiqueta producto IV

Información Nutricional Avena		
Porción: 1 tasa=100 g		
Calorías= 200	Valor diario	%
Grasas totales	6,9 g	11%
Proteínas	16,89 g	34%
Carbohidatos	66,27 g	22%
Fibra	10,6 g	42%
Calcio	54 mg	4%
Hierro	4,72 mg	26%
Zinc	3,97 mg	36%
Fosforo	523 mg	42%
Vitamina B1	0,76 mg	24%
Vitamina B2	0,13 mg	11%
Vitamina B9	56 mg	14%
Vitamina B3	0,96 mg	6%
Vitamina B6	0,11 mg	7%

## Avena con leche de búfala y frutos secos



Información Nutricional frutos secos		
Porción: 1 cucharada = 40 g		
Calorías=150	Valor diario	%
Proteínas	56 g	9%
Carbohidatos	36 g	6%
Grasa	86 g	11%
Fibra	43g	7%
Calcio	300 g	25%
Sodio	56 g	6%
Potasio	1.568 g	35%

Información Nutricional Leche de búfala		
Porción: 1 tasa= 200 ml		
Calorías= 140	Valor diario	%
Grasas totales		7,22%
Proteínas		3,85%
Carbohidatos		4%



*Ilustración 15 Presentación empaque domicilios*





## **24 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO**

La principal característica de los cereales nutritivos, es eso precisamente que son nutritivos, vamos a alentar a la comunidad a ser conscientes que se debe consumir alimentos que te aporten buenos nutrientes a tu cuerpo, lo cual es bueno para la salud. Pero que además de comer saludable sea rico, ya que se tiene el paradigma que lo saludable no es rico. Por lo tanto cada vez que se consume un cereal nutritivo cualquiera de sus combinaciones, se tendrá disponible la tabla nutricional de cada una para que veas que aportes nutritivos tienen.

De esta manera podrás hacer muchas combinaciones teniendo la certeza que en cualquiera de ellas se va a tener una buena nutrición.

## **25 CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO**

El prototipo, va a hacer una imagen, donde se va a reflejar nuestra principal característica es que son cereales saludables, que aportan buenos nutrientes.

## **26 COMO VA A INTERACTUAR EL CLIENTE CON EL PROTOTIPO**

Estaremos en centros comerciales, ferias, almacenes de cadena ya que son los lugares más frecuentados donde podremos darles a conocer nuestro producto, les mostraremos la presentación de nuestro producto, las características y también los beneficios que obtendrán al consumir este tipo de productos así darles a conocer la importancia de alimentarse bien.



Nos ubicaremos en un Stan, donde el cliente podrá interactuar con el producto, observar su presentación, color, textura y posteriormente disfrutar de la experiencia en su consumo.

Después hablaremos con cada uno de ellos para preguntarle por la experiencia que ha tenido, darles a conocer nuestros precios y así mismo escuchar sus opiniones ya sean buenas o sugerencias para mejora del producto o en su defecto de su precio para mayor facilidad de compra.

## 27 PROTOTIPO DEL PRODUCTO

*Ilustración 16 Prototipo*







*Ilustración 17 Prototipo Cereal con fruta*



*Ilustración 18 Prototipo cereal con fruta*





*Ilustración 19 Cereal con Gomitas*



*Ilustración 20 Cereal con gomitas*







*Ilustración 22 Cereal con M&M*



*Ilustración 21 Cereal con M&M*



## 28 MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA

Tabla 25 Modelo de Running

<u>Problema</u>	<u>Solución</u>	<u>Propuesta de Valor única</u>	<u>Ventaja injusta</u>	<u>Segmento de clientes</u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de mantener una alimentación saludable.</li> <li>Productos costosos para su adquisición.</li> <li>Poco consumo por los gustos de las personas al creer que estos productos no son ricos.</li> <li>Composición de los cereales, ya que existen personas que son poco tolerantes a algunos ingredientes.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Consumir por lo menos 30 gramos de cereal en el desayuno.</li> <li>El precio de venta al consumidor será de \$, así incentivar la compra de los cereales.</li> <li>Producir cereales que sean ricos y apetitosos por sus sabores naturales.</li> <li>Manejar ingredientes que no causen efectos secundarios en los consumidores</li> </ol>	<p>Produciremos cereales, con sabores únicos y apetitosos para el consumidor que cambie la mentalidad de que los cereales son escasos de sabor. De esta manera incentivaremos el manejo de una alimentación saludable, aportando una base importante al inicio del día como lo es el desayuno, aunque aun así puede ser consumido a cualquier hora del día.</p>	<p>Cuando se consume nuestro cereal nutritivo, se esta aportando excelentes nutrientes al cuerpo, los cuales ayudaran a tener una buena salud, y ha evitar algunas enfermedades a largo plazo, siempre y cuando sea un habito consumirlos y al combinarlos se obtendran deliciosos sabores, texturas, colores, una experiencia inolvidable.</p>	<p>Estaremos enfocados a un nicho de mercado que se encuentre entre los 15 y 30 años. Dentro de este rango de edades el consumo de este producto puede ser incentivado a sus familias, como niños y abuelos.</p>
	<p><u>Métricas Clave</u></p> <p>Los aspectos que vamos a medir son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Ventas diarias en punto de venta.</li> <li>* Ventas diarias domicilio.</li> <li>* Clientes y usuarios recurrentes.</li> <li>* Clientes y usuarios que van al punto de venta (edad y genero).</li> <li>* Visitantes redes sociales, tiempo de permanencia, sesión más vista.</li> </ul>		<p><u>Canales</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Contaremos con un canal de venta propio, en donde el cliente podrá disfrutar de un ambiente familiar.</li> <li>Distribuiremos el producto a tiendas mayoristas y minoristas.</li> <li>Contaremos con una plataforma digital en donde el cliente podrá realizar la solicitud de su pedido.</li> </ol>	





### Estructura de costos

Costos directos	
Cereales	\$ 400.000
Leche	\$ 300.000
Frutas	\$ 100.000
Topings	\$ 100.000
Losa para servir	\$ 250.000
Empaques para domicilios	\$ 150.000
Nomina (prepara los cereales).	\$ 1.500.000
Costos Indirectos	
Arriendo	\$ 2.000.000
Agua	\$ 500.000
Luz	\$ 300.000
Internet	\$ 450.000
Publicidad	\$ 200.000
Nomina personal	\$ 4.500.000

### Fuentes de ingresos:

- Nuestros ingresos son por las ventas que realicemos en el punto de venta.
- Ingresos por los domicilios.
- **El precio es fijo**, ya que se tendrá una carta con los diferentes combinaciones cuyo precio es fijo, se tendrá el valor de los adicionales (si se quiere añadir algún más a la combinación seleccionada), y el valor si es para llevar.
- Se tendrá diferentes medios de pago  
Datafono (todas las tarjetas).  
Efectivo.  
Nequi.  
Daviplata.

## 28.1 Recursos Claves

**Físicos:** Para desarrollar la idea de negocio de cereales saludables, requerimos de:

- Un local para la venta de los cereales.
- Mesón.
- Mesas y sillas.
- Dispensadores.
- Computador.
- Caja registradora.
- Utensilios para servir los cereales.
- Utensilios para empacar el producto cuando sea domicilio.
- Escritorio.
- Papelería diversa (cosedora, perforadora, esferos, resmas papel).

**Humanos:** Vamos a requerir inicialmente:

- Administrador.
- Cajero mesero.
- Preparador de los cereales.

**Económicos:**

- Se solicitara un préstamo para emprendedores a Bancoldex, entidad que actualmente tienen programas de ayuda para este gremio.

## 29 VALIDACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

Si bien nuestra idea de negocio está basada en incentivar el buen hábito de comer nutritivo, lo que tiene múltiples beneficios, entre ellos tener un excelente estado de salud (igual esto va ligado también al ejercicio), pero que el comer nutritivo no signifique comer sin sabor, o sabores feos, al contrario que se puede llegar a encontrar sabores espectaculares al tener varias combinaciones de cereales, frutas, leches, yogures, etc. También es muy cierto que este tipo de comida suele ser un poco costosa, por lo que en la validación de negocio nos enfocaremos en las fuentes de ingresos, ya que si bien tenemos precios fijos corremos el riesgo que estos sean un poco altos, lo cual lleva a bajos ingresos y a podría a corto plazo el cierre del negocio.

La validación la realizaremos mediante el método de ITERACIONES, es decir, vamos a buscar métodos, estrategias, alianzas, entre otras opciones, para poder bajar el costo de los productos, lo cual llevara a bajar el precio final al usuario. O también buscaremos obtener combinaciones tan deliciosas que el cliente no pondrá objeción alguna al momento de pagar, es mas no lo tomara como un gasto, sino una inversión a su salud.



### 30 OBJETIVOS DE INVESTIGACION DE MERCADO.

Objetivo general: El objetivo principal de la investigación de mercado es establecer que tan conscientes son las personas de las ventajas de consumir alimentos nutritivos y cuanto estarían dispuestos a pagar por los cereales nutritivos, inicialmente estamos enfocados a las personas entre 18 a 35 años que vivan en Bogotá

Objetivo específico:

- 1 Si los usuarios y clientes son conscientes de la buena alimentación entonces:
  - a) Con qué frecuencia consumen alimentos nutritivos.
  - b) Conoce cereales nutritivos, los a consumido.
  - c) Si no ha consumido cereales nutritivos, estaría dispuesto a probarlos.
  - d)Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por los cereales nutritivos.
  
2. Si los usuarios y clientes no son conscientes de la buena alimentación entonces:
  - a) Estaría dispuesto a conocer las ventajas de comer nutritivo.
  - b) Estaría dispuesto a consumir comidas saludables.
  - c) Le gustaría conocer y consumir los cereales nutritivos.
  - d)Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar.
  
3. Se dará a conocer que existe un sin fin de variedades de cereales nutritivos, que al momento de combinarlos con frutas (de diferente tipo), leche (de diferente tipo), topinnngs (variado), se obtienen diferentes sabores, colores, texturas, para tener gran variedad al momento se elegir que se quiere consumir.



### 31 TIPO DE INVESTIGACION

De acuerdo al análisis y los objetivos planteados la técnica de recolección de datos que se utilizara es cuantitativo, ya que se implementara la encuesta con 12 preguntas cerradas, las cuales posterior se realizara el respectivo análisis, y están relacionadas con objetivo de mercado, las cuales nos permitirá analizar de forma más detallada lo que quiere y espera el mercado de los cereales nutritivos.

### 32 CUESTIORARIO

Porque somos lo que comemos, podemos transformar, nuestros cuerpos y nuestras mentes, eligiendo una alimentación inspiradora.

1. ¿consume productos saludables?

SI

NO

2. ¿consumen cereales saludables, que aporten nutrientes al organismo?

SI

NO

3. ¿Por cuál de los siguientes motivos consumiría cereales?

Por salud

Para prevenir enfermedades

Porque son ricos por su variedad de sabores

4. ¿Con que frecuencia consume cereales?

Diaria

Semanal

Mensual



5. Si conociera un establecimiento comercial donde pudiera consumir cereales saludables en diferentes presentaciones y disfrutar de un ambiente familiar, ¿lo visitaría?

- SI
- NO

6. ¿Cuál es el complemento que utilizas para consumir cereales?

- Leche
- Yogurt
- Toppings
- Frutas
- Otros

7. ¿Dónde compra los cereales que consume?

- Establecimientos comerciales
- Supermercados
- Tiendas de barrio

8. ¿Qué busca a la hora de comprar cereales?

- Sabor
- Calidad
- Precio
- Marca
- Nutrición



9. ¿Qué presupuesto estaría dispuesto a pagar?, por un menú de cereal, como el expuesto en la imagen.



- \$2.000 - \$4.000
- \$5.000 - \$7.000
- \$8.000 - \$10.000
- \$11.000 - \$13.000

10. La presentación de nuestro producto para entrega a domicilios será en empaque de cartón, ¿estarías dispuesto a pagar un valor adicional por su empaque?

- SI
- NO

11. Con cuál de los siguientes acompañamientos le gustaría consumir cereales saludables

- Leche de cabra
- Leche de almendras
- Leche de búfala
- Leche de coco



12. ¿Qué opinión tiene acerca de los cereales saludables?

### 33 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:

1. El mercado que queremos abarcar, está conformado por jóvenes, mujeres, hombres, entre los 15 y 28 años, en la ciudad de Bogotá, la cual está conformada por una población aproximada de consumidores de 2.021.172, según información estadística.
2. Un nivel de confianza del 95% y un grado de error del 5%.

FORMULA DE MUESTRA:

$$\frac{n=(Z^2pqN)}{(Ne^2+Z^2pq)}$$

Nivel de confianza: 1.96

Grado de error (e): 0.05

Universo (N): 2.021.172

Probabilidad de ocurrencia (P): 0.5

Probabilidad de no ocurrencia (Q): 0.5

$$n= ((1,96)^2(0,5)(0,5)(2.021.172)) / ((2.021.172)(0,05)^2+(1,96)^2(0,5)(0,5))$$

$$n= ((3.84)(0.25)(2.021.172) / ((2.021.172)(0.0025)+(3.84)(0.25))$$



$$n = 1940325.12 / 5052.93 + 0.96$$

$$n = 1940325.12 / 5053.89$$

**n= 384**

La muestra que se debe aplicar es de 384 encuestas de las cuales se aplicaron de forma exitosa 70.

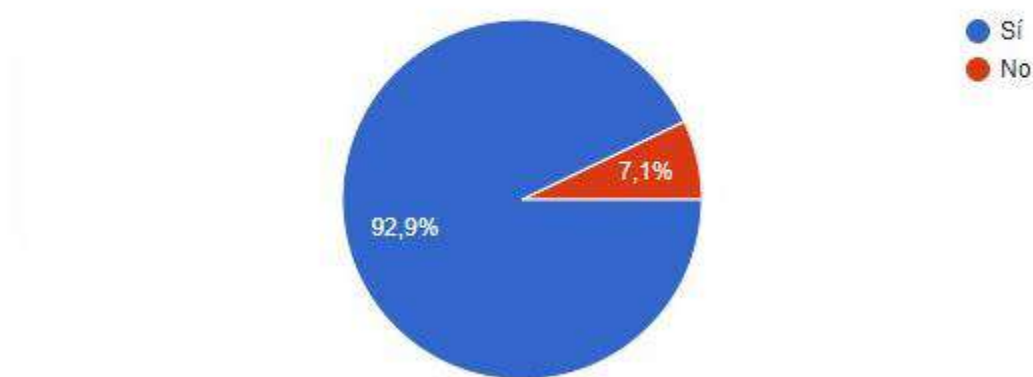
### 34 TABULACION DE ENCUESTAS

A continuacion la tabulacion de la encuesta.

#### *Ilustración 23 1 Pregunta Encuesta*

¿consume productos saludables?

70 respuestas



Se evidencia que el 7% no tiene buena hábitos de comer saludable, lo cual es una oportunidad de dar a conocer el producto, y los beneficios de implementar hábitos de comer



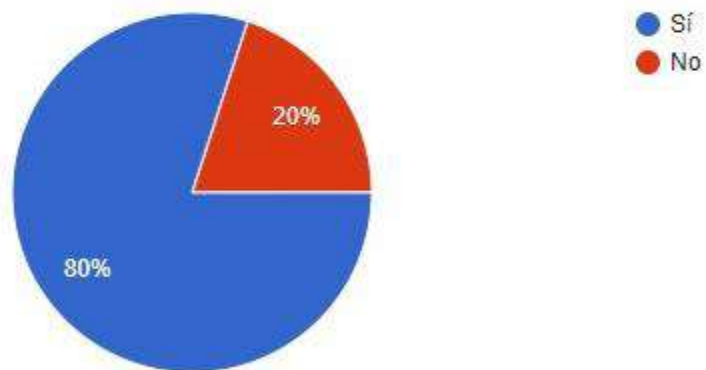


saludable. Y el 92%, ya tiene hábitos de comer saludable lo cual es muy bueno para el emprendimiento ya que sentirán interés de consumir los cereales saludables.

*Ilustración 24 2 Pregunta Encuesta*

¿consumen cereales saludables, que aporten nutrientes al organismo?

70 respuestas



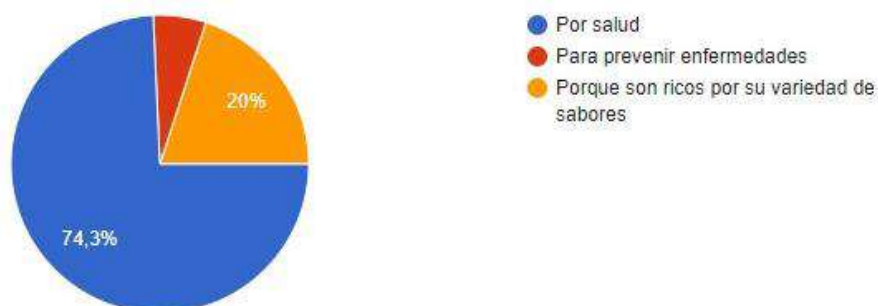
Se observa que el 20% de los encuestados indican que no consumen cereales saludables, lo cual nos lleva a realizar un plan para llegar a este 20% y se animarlos para que pruebe los cereales. Y el 80% si consume este tipo de cereal lo cual nos dice que el producto va por buen camino.



### Ilustración 25 3 Pregunta Encuesta

¿Por cuál de los siguientes motivos consumiría cereales?

70 respuestas



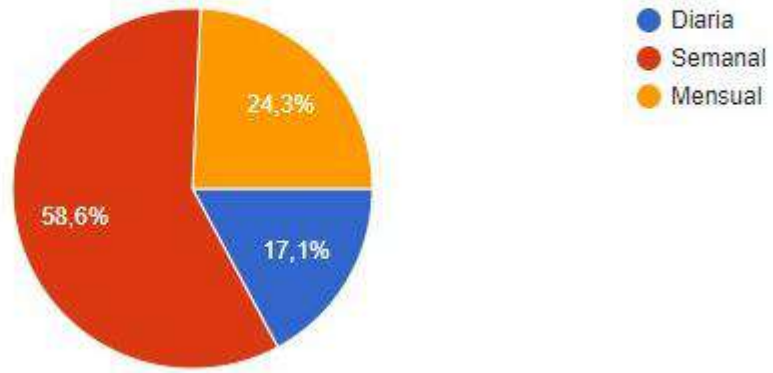
Se evidencia que las personas se están preocupando más por saber que lo que consumen aporta beneficios a la salud con un 74% de los encuestados. Con un 6% quienes buscan cierto tipo de ingredientes que ayuden a la prevención de algunas enfermedades, es decir, buscan bienestar. Y por último con un 20% los usuarios que aún siguen buscando buenos sabores, en ocasiones sin tener en cuenta si están aportando nutrientes al cuerpo, o por el contrario están perjudicando la salud, ya que no todos los cereales son saludables, aunque en general buscan bienestar para la salud, ingredientes que tienen los cereales saludables.



### Ilustración 26 4 Pregunta Encuesta

¿Con que frecuencia consume cereales?

70 respuestas

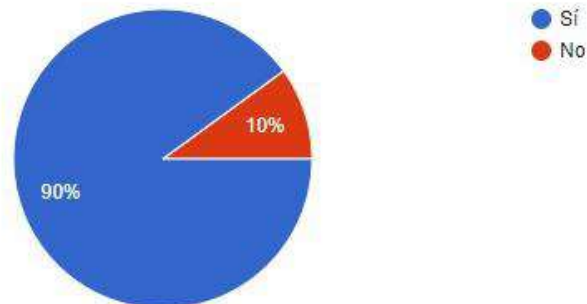


Se analiza que si es habitual el consumo de cereales, lo cual tiene una ventaja para el producto, ya que seria trabajar en que el cereal que consuman sea saludable, pero que a la vez sean los cereales nutritivos y el 24% que lo consume mensual pase hacerlo diario y/o semanal como minimo.

### Ilustración 27 5 Pregunta Encuesta

Si conociera un establecimiento comercial donde pudiera consumir cereales saludables en diferentes presentaciones y disfrutar de un ambiente familiar, ¿lo visitaria?

70 respuestas



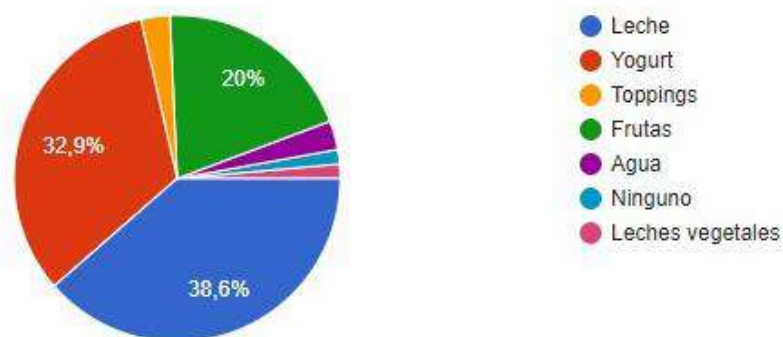


Es muy claro con el 90% de aprobación, que es muy viable el punto de venta de los cereales saludables, pero eso no garantiza el éxito. Es primordial generar una gran experiencia a todos los clientes y usuarios, en cada momento de la estancia en el punto de venta, ya que al tener una excelente experiencia a todo nivel, se produciría un efecto de voz a voz, muy positivo para el negocio, pero si por el contrario no se crea una muy buena impresión en todo momento el 10% que no visitaría el establecimiento podría crecer mucho más.

### Ilustración 28 6 Pregunta Encuesta

¿Cuál es el complemento que utilizas para consumir cereales?

70 respuestas



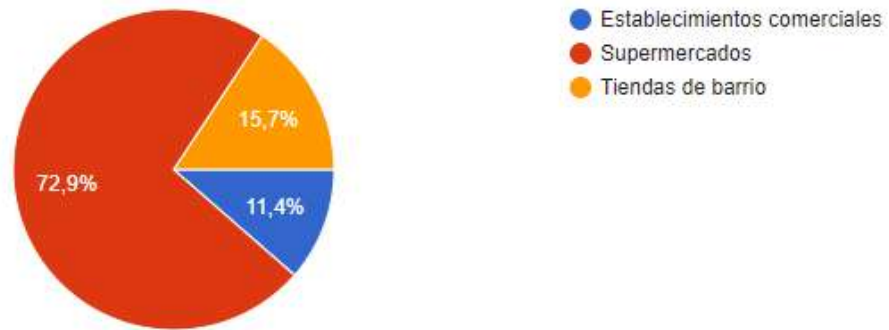
Se ven otras propuestas de complementos que no se había tenido encuesta y que son interesantes como la leche vegetal y agua, su bien estas dos están en un % pequeño, no se pueden dejar de lado ya que sería muy bueno poder complacer a la mayor cantidad de usuarios y clientes, que ninguno se sienta excluido por no encontrar lo que le gusta. Al igual son bien recibidos los acompañamientos que ya se habían seleccionado.



*Ilustración 29 7 Pregunta Encuesta*

¿Dónde compra los cereales que consume?

70 respuestas

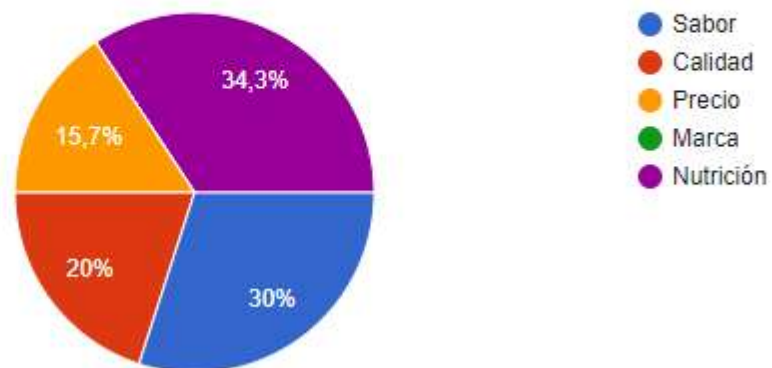


El 11.4% de los encuestados compran los cereales en supermercados, el 15.7% los adquieren en tiendas de barrio y el 72.9% prefieren comprar los cereales en establecimientos comerciales, de esta manera se evidencia que la mayoría compra en establecimientos comerciales por precios, calidad y así mismo sentirse seguros al momento de adquirir el producto.

*Ilustración 30 8 Pregunta Encuesta*

¿Qué busca a la hora de comprar cereales?

70 respuestas



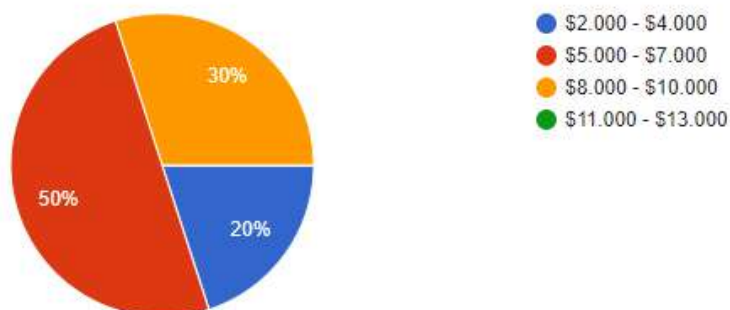


Podemos observar que el 0% de los encuestados no buscan marca al momento de adquirir estos cereales, el 15.7% de los encuestados busca precios económicos, el 20% busca calidad, el 30% busca sabor, el 34.3% busca encontrar en el producto nutrientes que aporten beneficios, lo que demuestra que la mayoría prefiere encontrar en el producto elementos que ayuden a fortalecer el organismo.

### *Ilustración 31 9 Pregunta Encuesta*

¿Qué presupuesto estaría dispuesto a pagar por un menú de cereal, como el expuesto en la imagen

70 respuestas



El 20% de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre \$2.000-\$4.000 por un plato de cereal, el 30% pagaría entre \$8.000-\$10.000 y el 50% de los encuestados pagaría entre

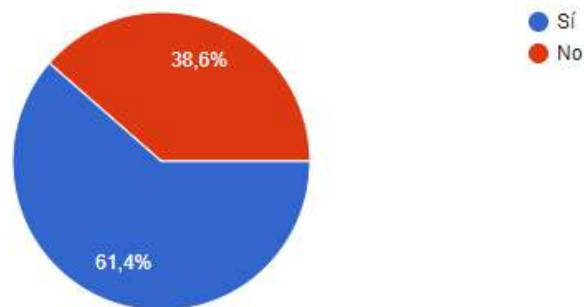


\$5.000-\$7.000 por un menú de cereal como el expuesto, lo que demuestra que el producto estaría dentro de un rango viable, que permitiría la venta del producto y así mismo la facilidad de adquisición.

### *Ilustración 32 10 Pregunta Encuesta*

La presentación de nuestro producto para entrega a domicilios será en empaque de cartón, ¿estarias dispuesto a pagar un valor adicional por su empaque?

70 respuestas



El 38.6% de los encuestados no están de acuerdo en pagar un costo adicional por la compra del producto en empaques de cartón, mientras que el 61.4% de los encuestados estarían dispuestos a pagar un costo adicional por el empaque, pues consideran que de esta manera aportan al cuidado del medio ambiente.

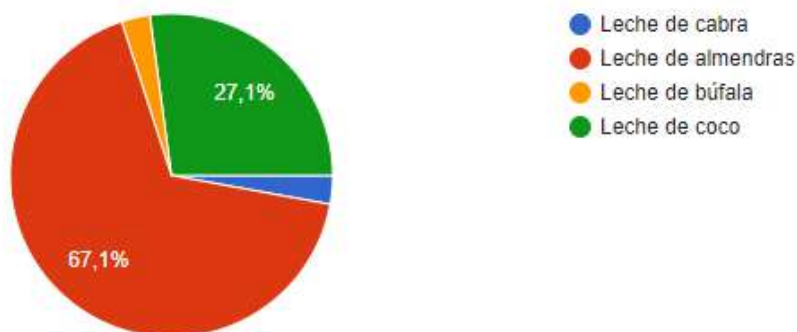




### Ilustración 33 11 Pregunta Encuesta

Con cuál de los siguientes acompañamientos le gustaría consumir cereales saludables

70 respuestas



Al 2.9% de los encuestados les gustaría acompañar el consumo de los cereales con leche de búfala, el 2.9% lo consumirían con leche de cabra, el 27.1% los consumirían con leche de coco y el 67.1% de los encuestados que es un su defecto la mayoría les gustaría consumir los cereales con leche de almendras, pues este tipo de leche se considera saludable y aporta beneficios al organismo.

### ¿Qué opinión tiene acerca de los cereales saludables?

70 respuestas

A continuación las diversas opiniones de los encuestados, en general se evidencia que son consumidores habituales de comida saludable y cereales, con lo indica que es una buena idea de negocio los cereales saludables y el link de la encuesta

<https://forms.gle/tUxe7dmqXigk9nYY7>





Son excelentes aliados si se consumen de la manera correcta	Son saludables y beneficiosos para la salud
Deberían tener mejor sabor	Son saludables y nutritivos
Beneficio para la salud	Son ricos en vitaminas y nutrientes que aportan a nuestro organismo
Deben ser parte de nuestro diario cotidiano porque favorece nuestra digestión	Hay que consumirlos para regular la digestión.
Excelentes productos en cuestión de sabor, y espectacular para el cuidado de nuestro cuerpo	Son más costosos
Hay una gran variedad en el mercado, pero hay que ser cautelosos con los verdaderos ingredientes, ya que no todos son tan saludables	Que son indispensables para el buen funcionamiento del organismo
Son buena fuente de proteína y pueden consumirse para reemplazar otros alimentos especialmente los procesados.	Que son buenos para el cuerpo por lo que no contienen un gran porcentaje de azúcar como los otros además de que son ricos y aquellos que proveen fruta dan esos nutrientes
Los cereales son muy saludables y mantienen el estómago satisfecho por más tiempo. Estos se pueden consumir a cualquier hora del día, especialmente en el desayuno y se pueden acompañar no solo con frutas, pero también con nueces, compotas de frutas, etc...	Que muchos contienen fibra que en mi caso me ayudan bastante para la salud
conozco poco, pero me parecen que son importantes para incluirlos en la alimentación	No son una buena opción de desayuno pues no cumplen con el requerimiento nutricional que debe aportar un desayuno, pueden ser una buena opción como snack
Hacen falta incorporar más en el mercado a precios accesibles para todos	Consumo cereal saludables hace años, me gustan por sus nutrientes, pero algunos son muy insípidos y la verdad no es agradable su consumo, así que aconsejaría que no pierdan nutrientes ni sabor, agregando frutas deshidratadas distintas a la uva pasa.
Qué son deliciosos y nutritivos	Los cereales los podemos consumir al desayuno el cual nos aporta energía y vitamina B
Muy bueno consumirlo	Ayudan con nuestro organismo y prevenimos en enfermedades
¡Son una muy buena opción para alimentarse saludablemente!	Por salud sirven para nuestro organismo
son ricos, pero algo caros	algunos son muy costosos
Básicos	Ayudan a mantener un estado de salud ideal controlando temas como la obesidad, si bien unos son de fácil acceso, otros son un poco difíciles de conseguir en el mercado tradicional
Aparte de ser buenos para el organismo son deliciosos	Considero que aportan nutrientes al organismo y lo ayudan enriquecerse de defensas
Son un complemento alimenticio y alternativa para el desayuno	Que son fabricados pensando en la salud del consumidor
Son ricos, saludables. Considero que no hay mucha información sobre los cereales y sus beneficios, como tampoco hay información de su variedad y múltiples recetas.	Necesarios en la ingesta diaria
buena, porque son nutritivos, libres de químicos.	excelente
Aportan nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del organismo	Son indispensables dentro de los alimentos diarios. Proporcionan carbohidratos y fibra necesarios para el cuerpo.
Son un gran complemento en los desayunos	Son un excelente complemento para la alimentación
Me parece que si son sanos son buenos porque hoy día hay muchas marcas comerciales que lo único que hace es echarles azúcar y fomentar una mala alimentación lo que hacen es una publicidad engañosa.	Excelente producto para la salud.
se ven deliciosos	Son deliciosos y nutritivos
Lo más importante es el contenido nutricional, de sabor y el aspecto que presente.	Son nutritivos, libres de químicos y aportan a nuestra salud
Que son una buena opción para los desayunos ya que es una forma rápida y sencilla de desayuno y si es saludable mucho mejor además también es conveniente para los niños ya que para la mayoría es su alimento preferido en los desayunos	Debemos incluirlos más en la dieta
SIP una buena fuente de nutrición	Cuidado en salud
Son muy buenos para el tránsito intestinal	Son ricos en fibra y saludables
Son excelentes y nutritivos	Que son buenos consumirlos por salud y nutrición
Combinados con trozos de chocolate son exquisitos	Que son necesarios dentro de una dieta saludable



### 35 LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES

Con la aplicación de las encuestas, podemos concluir que el consumo de cereales saludables produce expectativa por los consumidores, muchos de los mismos inclusive no conocían de los beneficios que podría aportar al organismo el consumo de este producto; así mismo se evidencio que hay personas que no consumen este tipo de productos, consideran que no hace parte de sus hábitos de alimentación. Pero lo cierto es que hay varias personas a las que les gustan los cereales saludables, conocen su procedencia y lo ven como un alimento básico a la hora de alimentarse bien.

Evidenciamos también que las personas buscan siempre un producto que cumpla con sus expectativas y que les genere beneficios a la hora de adquirirlo, sobre todo cuando se trata de cuidar su salud física y mental.



### 36 BIBLIOGRAFIA

<https://www.elespectador.com/noticias/economia/cuatro-de-cada-diez-hogares-en-colombia-tienen-jefatura-femenina/>

<https://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/asi-viven-los-bogotanos-3774#:~:text=El%20Censo%20encontr%C3%B3%20que%20en,%20parte%20de%20una%20vivienda.>

<http://concejodebogota.gov.co/bogota-produce-6-300-toneladas-de-basura-al-dia/cbogota/2018-09-03/134429.php>

<https://www.portafolio.co/economia/colombia-solo-recicla-el-17-de-las-12-millones-de-toneladas-de-residuos-solidos-523236>

<https://www.eltiempo.com/salud/cifras-de-la-obesidad-y-la-desnutricion-en-colombia-153944>

<https://www.ecoalgrano.com/blog/9-beneficios-cereales-integrales/>

<https://www.lafm.com.co/colombia/>

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/>

<https://www.eltiempo.com/salud/cifras-de-la-obesidad-y-la-desnutricion-en-colombia-153944>

<https://www.ecoportal.net/alimentacion/alimento-estrella/los-beneficios-comer-granola/#:~:text=Es%20una%20excelente%20fuente%20de,son%20da%C3%B1inos%20para%20nuestro%20organismo.>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Copos\\_de\\_ma%C3%ADz#:~:text=Propiedades%20de%20los%20copos%20de%20ma%C3%ADz&text=Se%20digieren%20f%C3%A1cilmente%20y%20se,vitaminas%20B1%2C%20B3%20y%20B9.](https://es.wikipedia.org/wiki/Copos_de_ma%C3%ADz#:~:text=Propiedades%20de%20los%20copos%20de%20ma%C3%ADz&text=Se%20digieren%20f%C3%A1cilmente%20y%20se,vitaminas%20B1%2C%20B3%20y%20B9.)



<https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/sustainable-development-goals/goal-2-zero-hunger.html#:~:text=Los%20Objetivos%20de%20Desarrollo%20Sostenible,nutritiva%20durante%20todo%20el%20a%C3%B1o.>

<https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/productos-para-la-mesa-amigables-con-el-medio-ambiente-401868>

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>

<https://deseguridadysalud.com/normatividad-ambiental-en-colombia/>

<https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/>

<https://www.vanidades.com/estilo-de-vida/cuales-son-los-beneficios-salud-comer-cebada/>

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

<https://ecocosas.com/salud-natural/beneficios-chia/>

<https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/>

<https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-5109-2005/>

[https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/decreto\\_3075\\_1997](https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/decreto_3075_1997)

<https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2115-2007/>

<https://rockcontent.com/es/blog/ciclo-de-vida-de-un-producto/>