



OROMÁIZ

Juan David Tafur Gutiérrez

Laura Yiseth Plata Cifuentes

Unidad de emprendimiento

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

18 de Octubre del 2020

COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, Juan David Tafur Gutiérrez con cédula de identidad 1.013.620.181 de Bogotá DC y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

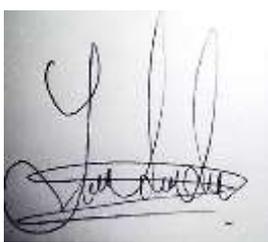
El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones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

Firma: 

COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, Laura Yiseth Plata Cifuentes con cédula de identidad 1.003.560.871 de Bogotá DC y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

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

Firma: 

Contenido

Introducción	5
Objetivos generales	6
Objetivos Específicos	6
Palabras Claves	6
Análisis del Sector Real económico y Productivo a nivel Local, Nacional e Internacional.	7
1. Conocer necesidades del entorno	7
2. Potencializar nuestra cadena de valor	7
3. Buscar la forma de asociarnos	7
4. Buscar el balance económico, social y medio ambiental	8
Identificación del problema y Oportunidades	8
Análisis PESTEL	8
Análisis DOFA	8
Problema que afecta a la comunidad, clientes y entorno al que están ubicados	9
Valoración del problema (enfocándonos en el centro de la ciudad de Bogotá)	9
Árbol de problemas	9
Pregunta problema	10
Árbol de Objetivos	10
Descripción de la idea de negocio	11
Autoevaluación de la idea del negocio	11
Estructura de la idea	11
Idea de negocio estructurada	12
Innovación	12
Idea de negocio principal: Oromáiz	12
Innovación en productos	12
Ideas de negocio alternativas	13
Análisis de la competencia	14
Fuerza de la industria	14
Contextualización de la empresa: Oromáiz	14
Análisis de la demanda:	15
Análisis de la oferta:	15
Análisis de la comercialización	15
Análisis de los proveedores	16
Segmentación del Mercado	16
1. Bondades	16
2. Buyer	17
Diseño del Producto	18
Perfil de cliente y Círculo de valor	18
Ficha Técnica	18
Ficha Técnica del producto	18
Precio de venta	19

1. Definición estratégica	19
2. Definición del concepto	19
3. Definición del detalle	20
4. Validación y verificación	21
5. Imagen de como se vería el producto	22
Lean Canvas	23
VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS	23
1. Objetivo de la investigación	24
2. Tipo de investigación	24
3. Tipo Formulario de entrevista investigativa	24
4. Tamaño de la muestra	25
Tabulación y análisis de la información	26
Lecciones aprendidas y recomendaciones	26
Biografía	27

Introducción

En este trabajo vamos a encontrar información del orden y características importantes a la hora de la conformación de una empresa o compañía; esto identificando las necesidades de una sociedad colaborando al crecimiento económico, al apoyo a un buen ecosistema emprendedor y a la mejora de la sociedad en diferentes aspectos, disminuyendo las diferentes problemáticas que han nacido con el tiempo.

Investigaremos diferentes tipos de proyectos, analizaremos el mercado buscando beneficios tanto económicos como de formación para la ejecución adecuada de dicho proyecto.

Objetivos generales

Atraves de este trabajo aprenderemos el manejo del mercado para la creación de un producto o servicio que permitan la posibilidad de mejora económica no solo a nivel personal de la persona que crea la empresa, si no a nivel grupal de la compañía y también la economía de un país.

Además aprenderemos las diferentes características para una empresa que pueda no solo auto sostenerse si no también de una u otra forma retribuir a cambio a la sociedad algo de lo que recibe ya sea de forma ecológica, ayudando a fortalecer áreas menos favorecidas o incluso al crecimiento de otras empresas.

Objetivos Específicos

1. Conocer los cimientos necesarios para que una empresa pueda surgir incluso en las situaciones más adversas, de la misma forma los mismos cimientos también generara crecimiento prolongado para que esta misma pueda crecer y colaborar a muchos no solo a través de contratación, sino también de fuertes alianzas estratégicas.
2. Identificar los diferentes factores que pueden favorecer y fortalecer la una compañía y de esa forma suplirlos huecos que dejan aquellos puntos que si los pueden afectar un negocio, o por otro lado poder convertirlos en fortalezas.
3. Analizar Las diferentes causas y problemáticas en diferentes aspectos socio cultural para de esa forma saber cuáles la falencia más grande y con una idea potencial para una compañía.
4. Conocer la forma de crear una idea innovadora que no solo tengan un valor agregado, si no también que sea llamativa al mercado haciendo rentable tanto para el vendedor como para el comprador.

Palabras Claves

Crecimiento prolongado, alianzas estratégicas, aumentando la demanda.

Análisis del Sector Real económico y Productivo a nivel Local, Nacional e Internacional.

1. Conocer necesidades del entorno

En Bogotá como en el mundo, hemos visualizado en las redes sociales y diferentes medios de comunicación los temas como el fitness, cuidado de salud, ejercicios y otros similares, haciendo que muchos se unan a estas iniciativas y mejorando a nivel personal su calidad de vida. Pero tenemos la otra cara de la moneda y son aquellas personas en donde les ha sido más difícil tomar la decisión de cambiar su forma de cuidado y mucho de esto se debe a los alimentos que nos ofrece el mercado. Analizando diferentes estudios dicen que no sirve hacer ejercicio si no tenemos una dieta balanceada, pero en cambio así no realizamos ejercicio y llevamos una buena dieta podremos tener un buen estado de salud.

Tomando en cuenta diferentes mercados hemos visto que para la realización de muchos de los productos Colombianos se tiende a buscar proveedores del exterior para conseguir las materias primas de sus productos, eso crea el estancamiento de muchos de los productos internos de nosotros, y no analizamos que muchas veces el alza del costo de los mismos es porque no están vendiendo la cantidad suficiente para cubrir las necesidades de esas compañías.

2. Potencializar nuestra cadena de valor

Además apoyar a nuestros campesinos al incluir alimentos orgánicos esto aumentara las posibilidades de que nuestro producto tenga un mejor sabor, y no solo eso incitaremos a todos las personas a consumir alimentos sanos que puedan ser beneficiosos para su vida y esto sin tener que sacrificar el buen sabor.

Adicionalmente cuando brindamos ese apoyo al campesino generamos la conciencia del cuidado y la mejora de nuestros campos en donde se cosecha la comida que consumimos, y no solo para los productos de una empresa sino para toda la comida de un país.

3. Buscar la forma de asociarnos

Apoyar a nuestros agricultores Colombianos convirtiéndolos en nuestros proveedores de ingredientes; los cuales manejan desde la época precolombina, y no hablo solo del maíz para las arepas, si no de los diferentes vegetales e ingredientes que ellos puedan cultivar 100% orgánicos. Esto dará la posibilidad no solo de que el campesino pueda fortalecer su economía si no que muchos conozcan la fuerza de nuestro campo nacional.

Crear alianzas estrategias con empresas cercanas que nos permitan ofrecer nuestros productos a un costo un poco más barato pero a la vez aumentando la demanda. Estas alianzas estratégicas se podrían hacer tanto con empresas como también con las instituciones educativas. De esa forma todos ganaríamos las empresas darían beneficios a sus trabajadores, las personas que compren las arepas estarían consumiendo un producto sano a su cuerpo y agradable al gusto y para nosotros pues porque de esa forma aumentamos nuestras ganancias dándonos la posibilidad de crecer como empresa y de la misma forma a nuestros aliados como proveedores

4. Buscar el balance económico, social y medio ambiental

Analizando los diferentes objetivos de desarrollo sostenible (ODS) Oromáiz estaría basado en el objetivo 3 (Bienestar y salud), promoviendo la sana alimentación para todas las personas sin importar del ámbito social desde donde lo veamos.

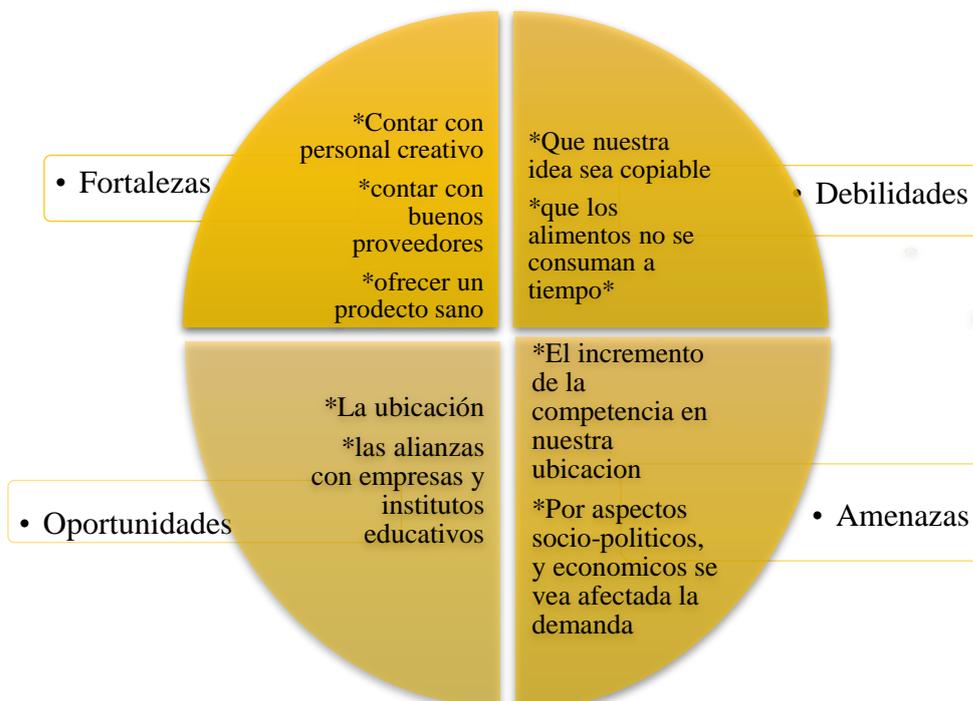
También el objetivo 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y 15 (Vida de ecosistemas terrestres), esto mostrando la importancia del ecosistema que tiene para nosotros ya que sin duda alguna es la fuente de alimento más importante para el ser humano, y cuando brindamos ese apoyo al campesino generamos la conciencia del cuidado y la mejora de nuestros campos en donde se cosecha la comida que consumimos, y no solo para los productos de una empresa sino para toda la comida de un país.

Identificación del problema y Oportunidades

Análisis PESTEL

CARACTERISTICA	PROBLEMATICA
Político	Tratado de libre comercio, Tratados comerciales,
Económico	Nivel de impuestos, inflación de la moneda,
Socio-político	Desplazamiento por guerrillas, situación demográfica, Estilo de vida de las personas,
Tecnológico	No estar al nivel digital necesario, costos de la energía y redes,
Ecológico	Leyes que protejan al medio ambiente, Cambio climático,
Legal	Contrataciones normativa mercantil, derechos de propiedades

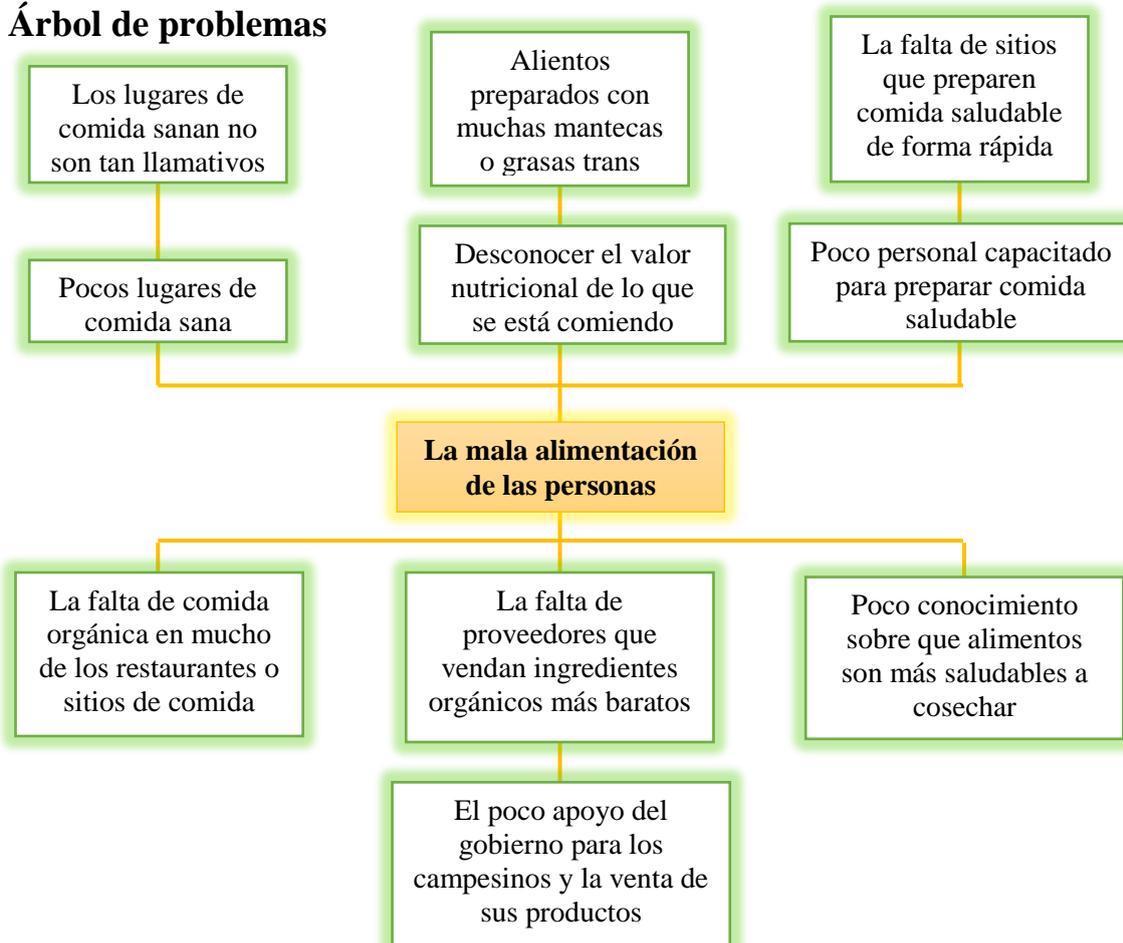
Análisis DOFA



Problema que afecta a la comunidad, clientes y entorno al que están ubicados
Valoración del problema (enfocándonos en el centro de la ciudad de Bogotá)

Criterios	Problema 1	Problema 2	Problema 3
		El cuidado de los hijos de padres solteros que trabajan en el centro	La mala alimentación de las personas
Conocimiento o experiencia	3	4	3
Alcance (técnico, ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿Puedo darle alguna solución?)	4	4	2
Tiempo (posible solución)	2	3	2
Costos (posible solución)	2	4	1
Impacto ¿es trascendental?, ¿representa un desafío para ustedes?	3	3	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4	3	3
TOTAL	18	21	15

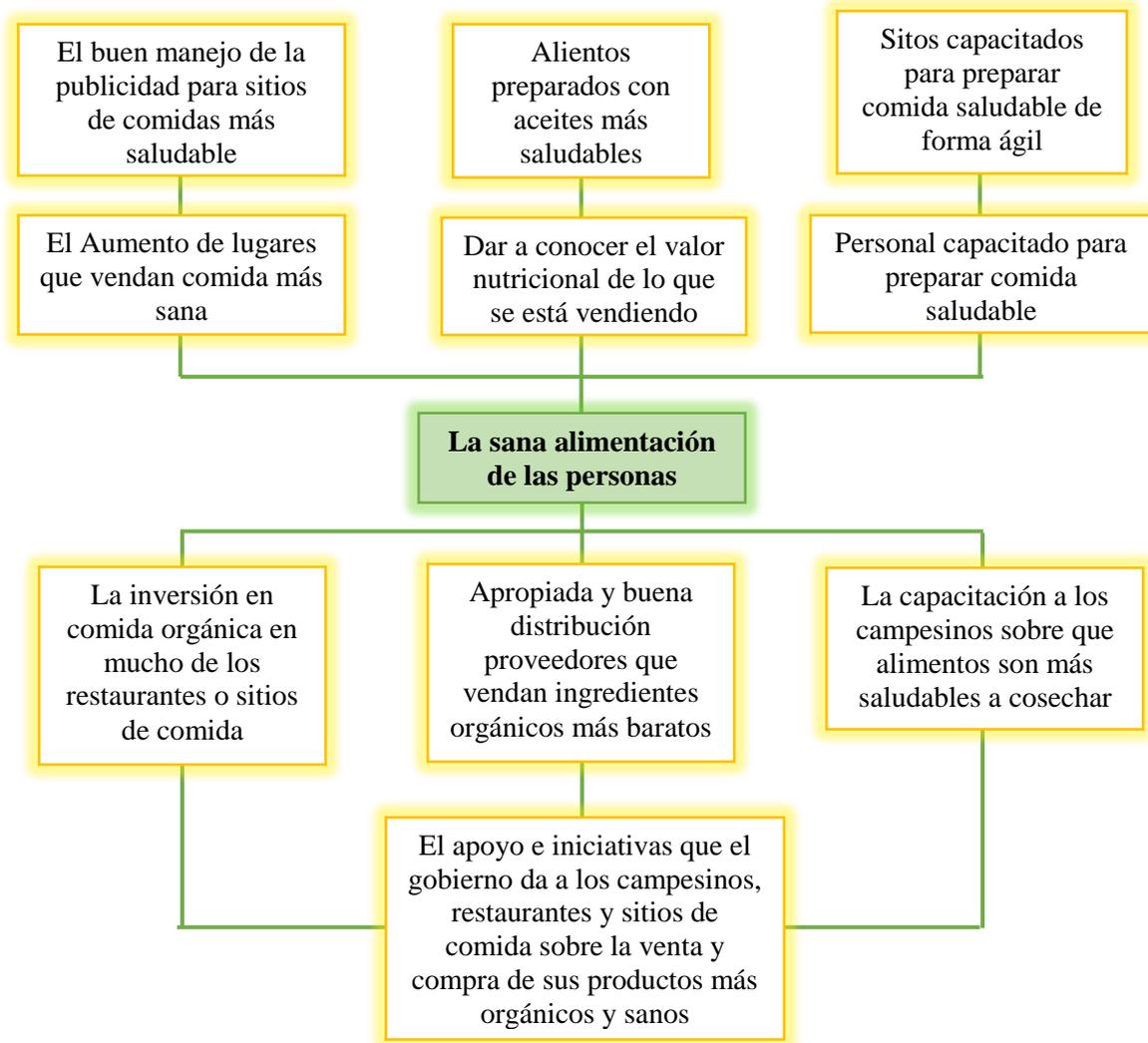
Árbol de problemas



Pregunta problema

¿Cómo reducir la mala alimentación de las personas en el centro de la ciudad de Bogotá?

Árbol de Objetivos



¿Es posible generar una idea de negocio con una de las causas?

- Si digamos escogemos (La falta de sitios que preparen comida saludable de forma rápida), podríamos crear una compañía que de capacitaciones a los restaurantes, este también podría dar asesoramiento con chef que estén actualizados con el tema de sana alimentación apoyados de nutricionistas, haciendo que la experiencias en dichos sitios cambie mejorando sus alimentos

¿Es posible combinar las causas?

- Crear un producto o alimento que sea nutritivo, que llame a la atención de la gente comenzando por la vista y luego por el olfato y por último el gusto; dándole al cliente la oportunidad de conocer que existen formas de alimentarse sanas, agradables a cada persona. Todo esto tendría que ser a un precio moderado, que al pagar no se sientan que pagaron demás.

Descripción de la idea de negocio

Autoevaluación de la idea del negocio

INTERÉS/ DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de negocio se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomoda decirles a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo necesario para desarrollar este negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
N° TOTAL DE LAS AFIRMACIONES VALORADAS	4	8	12	16	20

	A	B	C
Total de afirmaciones valoradas en 1	4	X	1 = 4
Total de afirmaciones valoradas en 2	8	X	2 = 16
Total de afirmaciones valoradas en 3	12	X	3 = 36
Total de afirmaciones valoradas en 4	16	X	4 = 64
Total de afirmaciones valoradas en 5	20	X	5 = 100

Estructura de la idea

¿Cuál es la idea del negocio?	Conformar una empresa donde produzcamos arepas de maíz rellenas de diferentes ingredientes orgánicos o con un valor nutricional positivo
¿Cliente potencial?	Las personas que lleguen al local, pidan a domicilio y nuestros aliados (Las empresas, los institutos educativos)
¿Qué necesidades va satisfacer el producto?	Que las personas que compren este producto puedan disfrutar de un alimento rápido de preparar, sea saludable ya sea por los ingredientes o su preparación y además que sea de su gusto.
¿Cómo funciona el producto o el servicio?	Una arepa de maíz el cual se le va rellenar diferentes ingredientes (al gusto de cada persona)

¿Por qué lo preferirían?

Porque es un alimento de primera necesidad y algo rápido para cualquier hora el día

Idea de negocio estructurada

Crear

**Una Empresa de
arepas con
plataforma digital y
buenos compradores**

**Economía
Rentabilidad
Nutritivo**

Para que los...

**Las empresas, los
institutos educativos
y al detal**

**Trasformen y
conformen**

**Su alimentación
sea más nutritiva
y satisfaga sus
necesidades**

Innovación

Idea de negocio principal: Oromáiz

Innovación en productos

Habiendo analizado las problemáticas que pusimos anteriormente pensamos en producto aparentemente sencillo, pero con soluciones para diferentes aspectos haciendo que sea no solo bueno para los clientes sino también para nosotros, nuestros proveedores y aliados.

Para nuestro país el uso del maíz ha sido muy importante desde la época precolombina ocupando un puesto importante en la gastronomía en diferentes ámbitos sociales. Y junto al maíz a llego la Arepa es un alimento común y peculiar, un alimento de gran identidad para nosotros. Desde la antigüedad las arepas han servido no solo como acompañamiento en las comidas sino también como plato fuerte servido de diferentes formas dependiendo de cada región del país y a la hora que queramos.

La arepa además de eso ser un variado y rico alimento es un alimento con un alto valor nutricional; cuanta con antioxidantes que combate el envejecimiento celular, fibra e hidratos de carbono que nos ayuda a controlar nuestro apetito, ácido fólico y otras vitaminas que son un aliado de diversas funciones cerebrales adicionalmente esto que es muy recomendable para las embarazadas y en etapas de lactancia., vitamina B1 reduce el riesgo de sufrir un ataque cardiovascular.

Sabiendo todo esto pensamos en Oromáiz, arepas de maíz rellenas de diferentes ingredientes orgánicos los cuales pueden escoger los clientes, sería un alimento sencillo de pedir para ustedes y de la misma forma preparar rápidamente para que puedan disfrutar y quedar satisfechos; todo eso sin sacrificar el cuidado de la salud que debemos tener a diario.

Punto que a veces olvidamos por el afán de las clases o el correr diario de nuestro trabajo. Oromáiz sería una solución rápida, deliciosa y que se ajusta al bolsillo de cualquiera.

Además del apoyo que le damos a diferentes causas: tener como proveedores a nuestros campesinos que nos abastecen de nuestro producto principal, la arepa de maíz, además de los restos de ingredientes. Para la preparación de las arepas contar con estudiantes de cocina que puedan no solo realizar sus prácticas sino aportar no solo con su trabajo si no con ideas frescas que aumenten tan to el meno como las ganancias de ellos y de la empresa. Y por último la realización de alianzas tanto de empresas como de institutos educativos aledaños a nuestro punto con el fin de que la alimentación a veces rápida no sacrifique lo saludable y que sepa bien sea la nueva moda en esta sociedad en donde las comidas dañinas no dan valor agregado y todo eso con un porcentaje un poco más bajo gracias a esas alianzas.

Ideas de negocio alternativas

Estas ideas no son basadas en la idea principal, si no en las problemáticas que hemos visto anteriormente

1. Innovación en servicio: Tener la posibilidad de crear cursos o videos cortos fáciles y entendibles para el cliente de diferentes recetas que ellos puedan preparar, estos contendrán recetas de saludables. Además se prestaría una asesoría nutricional para el cliente que hizo la compra y tres personas más.
2. Innovación en canales: Este sistema de catering, consiste en colocar uno o varios maquinas dispensadoras y/o refrigeradores dentro de las empresas o instituciones con las cuales hagamos alianzas, para que en ellas encuentren comidas y snacks listos para consumir, adicionalmente de una habrán diferentes de bebidas entre ellos licuados frescos, diferentes tipos de té y aguas. Además de todo lo anterior es que, semanalmente los menús vayan variando analizando diferente ingredientes y por consumo de los clientes.
3. Innovación en procesos: Actualmente los restaurantes ofrecen alternativas en sus menos basados en el costo de sus ingredientes inclusive en la fácil preparación, pero se podría pensar en uno en donde los menú vayan a varias de acuerdo a las diferentes dietan que mantengas las personas, ya sean tanto por salud como por una dieta fitness, los estilos de dieta pueden ser desde: Bajo en Índice Glucémico, bajo en grasas trans, optimo, vegetariano y vegano, paleo. Cada una de estas ofrecerá diferentes tipos de beneficios.
4. Innovación en modelo de negocio: Pensando en una de las fuerzas laborales más fuertes en nuestro país se encuentras nuestros campesinos y agricultores, en muchas de sus huertas y fincas han venido pérdidas significativas ya sea por el poco apoyo que tienen del gobierno o por la fuerte competencia con el mercado exterior, tienen que vender no solo a un costo muy bajos sus productos si no que en mucha de las ocasiones de están dañando sus frutos. La idea es que ellos puedan generar huertas orgánicas a las personas que tengas posibilidad de tener sus siembras en casa, estas variarían de acuerdo al espacio y condiciones del lugar. Además para aprovechar la fruta que se va a perder, se podrían hacer mermeladas y batidos empacadas en botellas de vidrio, tendrían diseño especial para que ese envase pueda ser reutilizado una vez acabado el producto.

Análisis de la competencia

- Cosechas “Expertos en bebidas”: nació en Costa Rica en el 2008, para ofrecer a sus clientes bebidas naturales a base de frutas y hortalizas. Fórmulas perfectamente creadas que buscan, no solo deleitar el paladar, sino contribuir a conservar y mejorar la salud de los consumidores. Por su alto valor nutricional, sus insumos de primera calidad y su sabor inconfundible, Cosechas se ubica hoy como la mejor opción en bebidas saludables en Panamá, México y Colombia, con proyectos de iniciar operaciones en más países del continente Americano. Y su misión es proporcionar experiencia de bienestar a nuestros consumidores desarrollando un modelo de negocio sostenible para nuestros franquiciados.
- Andean valley: Son productos libres de gluten e hipo alergénicos son elaborados en nuestra planta de procesamiento certificada. Desde el año 2014, distribuimos otros productos saludables y nutritivos a nivel nacional y en mercados de exportación. Estos productos son pastas libres de gluten de pasta el dorado (maíz, arroz y quinua real), aceites de aguacate y aceites de oliva de España.
- Tosh: Es cuidarse de muchas maneras con opciones, deliciosas, naturales y buenas para ti. Y para los que buscan vivir en armonía y sentirse bien consigo mismo y con su entorno. Tosh es la marca de alimentos y bebidas con la que sientes tranquilidad de estar alimentándote bien, porque te ofrece opciones deliciosas + naturales + buenas para ti.
- Etnico: seleccionamos cuidadosamente las mejores frutas cultivadas por pequeñas familias de agricultores Colombianos. Estas se convierten en nuestro único ingrediente, con el cual desarrollamos productos saludables que permitan a las personas cuidarse y consumir más fruta diariamente.

Fuerza de la industria

Contextualización de la empresa: Oromáiz

Habiendo analizado las problemáticas que pusimos anteriormente pensamos en producto aparentemente sencillo, pero con soluciones para diferentes aspectos haciendo que sea no solo bueno para los clientes sino también para nosotros, nuestros proveedores y aliados.

Para nuestro país el uso del maíz ha sido muy importante desde la época precolombina ocupando un puesto importante en la gastronomía en diferentes ámbitos sociales. Y junto al maíz a llegado la Arepa es un alimento común y peculiar, un alimento de gran identidad para nosotros. Desde la antigüedad las arepas han servido no solo como acompañamiento en las comidas sino también como plato fuerte servido de diferentes formas dependiendo de cada región del país y a la hora que queramos.

La arepa además de eso ser un variado y rico alimento es un alimento con un alto valor nutricional; cuanta con antioxidantes que combate el envejecimiento celular, fibra e hidratos de carbono que nos ayuda a controlar nuestro apetito, ácido fólico y otras vitaminas que son un aliado de diversas funciones cerebrales adicionalmente esto que es muy recomendable para las embarazadas y en etapas de lactancia., vitamina B1 reduce el riesgo de sufrir un ataque cardiovascular.

Sabiendo todo esto pensamos en *Oromáiz*, arepas de maíz rellenas de diferentes ingredientes orgánicos los cuales pueden escoger los clientes, sería un alimento sencillo de pedir para ustedes y de la misma forma preparar rápidamente para que puedan disfrutar y quedar satisfechos; todo eso sin sacrificar el cuidado de la salud que debemos tener a diario, todo eso apoyados en profesionales de la nutrición. Punto que a veces olvidamos por el afán de las clases o el correr diario de nuestro trabajo. Oromáiz sería una solución rápida, deliciosa y que se ajusta al bolsillo de cualquiera.

Además tener como proveedores a nuestros campesinos y agricultores que nos abastecen de nuestro producto principal, la arepa de maíz, además de los restos de ingredientes. Para la preparación de las arepas contar con estudiantes de cocina que puedan no solo realizar sus prácticas sino aportar no solo con su trabajo si no con ideas frescas que aumenten tan to el meno como las ganancias de ellos y de la empresa. Y por último la realización de alianzas tanto de empresas como de institutos educativos aledaños a nuestro punto con el fin de que la alimentación a veces rápida no sacrifique lo saludable y que sepa bien sea la nueva moda en esta sociedad en donde las comidas dañinas no dan valor agregado y todo eso con un porcentaje un poco más bajo gracias a esas alianzas.

La idea de este negocio es poder ir evolucionando de acuerdo a los márgenes de ganancia, a la ayuda de todos los empleados y de la forma en la que va ser recibida por los clientes.

Análisis de la demanda:

- Clase social: Un alimento para cualquier persona sin importar el estrato, a todos se les dará una excelente razón e igual para todos.
- Área geografía: Al estar escoger una ubicación en el centro de la ciudad
- Aprendizaje: Adquisición de conocimiento.
- Percepción: Interpretación del entorno.
- Memoria: Almacenamiento y uso de la información.
- Etapa de la vida: Brechas generacionales.
- Estructura familiar: Es un alimento el cual se puede disfrutar en familia, pareja o incluso la persona sola.

Análisis de la oferta:

- Mi competencia es indirecta, ofrecen un servicio o producto sustituto, alternativo y/o parecido.
- La competencia actualmente a nivel de comidas rápidas cuentan con más años de experiencia lo que les ha dado la oportunidad de posicionarse en el mercado y financieramente y generar un número de ventas considerable.
- En la mayoría de los sitios dan un excelente servicio un poco más de la mitad sus productos son de buen sabor y calidad, pero son pocos los que presentan comida saludable y muchos menos para diferentes gustos.
- La mayoría en el centro manejan la voz a voz y la presencia con el tiempo les da la oportunidad de darse a conocer.

Análisis de la comercialización

- Calidad: normas que rigen el producto.
- Precios: la mayoría manejan un costo asequible para todos, pero la competencia más fuerte maja costos muy elevados haciendo el producto poco consumible para algunos.
- Envase: al ser un aspecto tan delicado, por temas de higiene si pienso que en la mayoría tienen mucho cuidado tanto al momento de prepararlo como de entregarlo

para que pueda ser consumido.

- **Diseño:** La mayoría creen que más es mejor y es un concepto no solo de la competencia si no de los consumidores, pero aniveles de salud olvidan que ciertos productos deben darse con mesura por cuidado a las personas.
- **Marca:** muchos de los nombres son muy comunes y sin algún significado, por el contrario otra parte de mi competencia por la misma cantidad de tiempo que llevan en el mercado su nombre ya es punto de referencia para muchos de los que los conocen.
- **Servicio:** Son pocos los lugares en donde su servicio es de calidad, en la mayoría solo se preocupan por tomar la orden y entregar el producto olvidando que la actitud y la forma en la que se atiende es esencial para cualquier empresa.

Análisis de los proveedores

- **Canales:** Al escoger a los campesinos de municipios aledaños a la ciudad representaría un poco menos de costos la cantidad de intermediario desde el proveedor inicial hasta el comprador final es lo que aumenta los costos y es la ventaja que deseamos tomar.
- **Rendimiento:** Ellos al conocer el proceso de la cosecha conocen el ritmo al que deban trabajarlo que nos da una buena ventaja.
- **Económico:**
- **Adaptación:** Tanto para nuestros proveedores como para nosotros empezaremos poco a poco para adaptarnos al nuevo modelo de negocio
- **Legal:** Se realizaran contratos dando a conocer las responsabilidades de cada una de las partes de esa forma crearemos orden y más oportunidad de crecimiento

Segmentación del Mercado

1. Bondades

- Idea de negocio basado en raíces ancestrales de nuestro país.
- El apoyo a nuestros campesinos y agricultores tomándolos como proveedores.
- También se apoyan al contratar estudiantes de cocina para que puedan realizar sus prácticas.
- Reconocer y aceptar que las ideas pueden venir desde cualquier punto.
- Aparte de reconocer se deben premiar las ideas
- Apoyar nuestra idea de negocio con personal profesional (nutricionistas).
- Que nuestros alimentos sean fáciles de preparar para las personas, que quieren algo rápido.
- Es un alimento que se pueda disfrutar solo, en parejas o en familia.
- Nuestro producto fácilmente puede llegar a comer no solo por aquellos que le gusta la carne si no por aquellos que no también.
- Puede ser un alimento el cual se puede vender al por mayor.
- También se puede pedir para llevar.
- Creemos que el servicio es un punto esencial para que las personas se sientan a gusto y deseen venir con más frecuencia.

2. Buyer

Foto del cliente	Describe los miedos, frustraciones y ansiedades	Desea, necesita, anhela y sueña
	Uno de los miedos de la sociedad más grande es no ser aceptados por la apariencia física.	Necesita que el producto sea bueno Desea más producto innovador
Demográficos y geográficos	¿Que están tratando de hacer y porque es importante para ellos?	¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?
Edades desde los 15, hasta los 80 Solteros, casados, estudiantes y núcleos familiares		
Frases que mejor describen sus experiencias	<ul style="list-style-type: none"> El producto de la arepa es muy bueno y me ha ayudado a salir de la casa con merienda y rápido. 	<ul style="list-style-type: none"> Es un producto saludable y que tiene sus vitaminas.
¿Existen otros factores que debemos tener en cuenta?	Servicio Productos más orgánicos Forma de hacer llegar el servicio	

a. ¿En dónde se encuentra su cliente ideal? La idea de mi negocio está pensado en poder llegar a diferentes tipos de personas:

- Estudiantes de universidad o colegios que tengan ganas de comer algo después de sus clases ya sea en el día o en las noches.
- Trabajadores sin importar el tipo de sector o en que se empleen, disfrutar de forma rápida entre compañeros y quedar satisfechos.
- Para aquellos que después de una tarde de hacer ejercicio dejar descansar el cuerpo unos 30 minutos y sientan apetito y quieran cambiar el tipo de alimentos que consuman.
- Unos de los aspectos que más nos caracteriza como país es la gastronomía, y el centro es un punto en la ciudad en donde llega bastante extranjero.

b. Valores de mi cliente ideal

- Que sean puntuales en el momento de pagar
- Que sean respetuosos con cualquiera de los empleados
- Sinceros al momento de dar su opinión, ya que es muy importante

c. Entorno semanal de un cliente normal

- Con la familia
- Con los distribuidores
- Con la gente de la oficina

- Con los compañeros de universidad

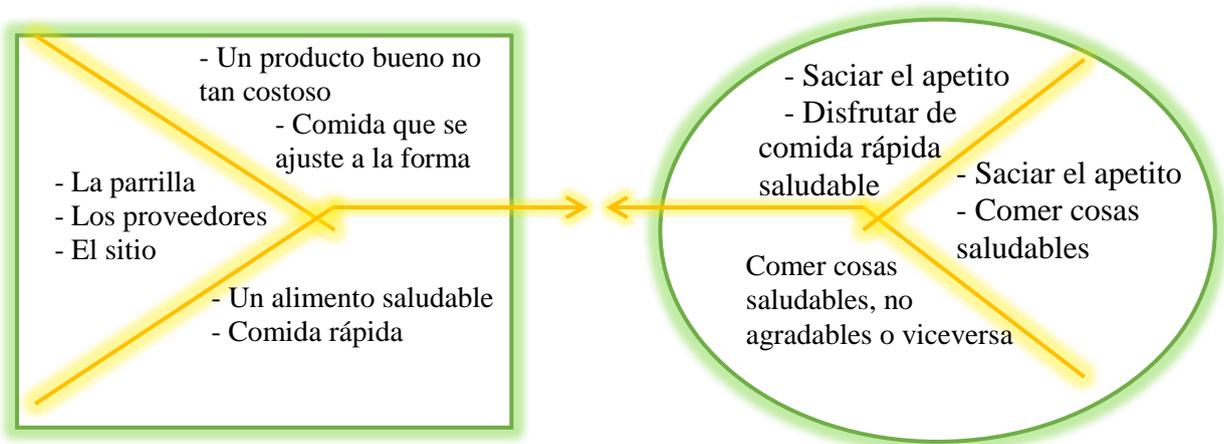
d. Necesidades urgentes del cliente ideal

- Satisfacer sus necesidades alimenticias
- Ahorrar tiempo en el momento de preparar sus alimentos

El cliente ideal es aquel que sabiendo el proceso de producción, se fija en él y lo consume a menudo es gustoso y además los ayuda a tener una buena alimentación, aparte de eso el producto ofrecido tiene vitaminas

Diseño del Producto

Perfil de cliente y Círculo de valor



Ficha Técnica

Ficha Técnica del producto
A. Nombre Del producto/ Oromáiz
B. Composición del producto: maíz para las arepas (Diámetro 13x1 cm de grosor), cebolla larga, puerro cabezona (blanca y morada), ajos, carne (res, pollo, cerdo, pescados y mariscos), tofu, lentejas, frijol (negro y rojo y manchado), aceite (oliva, coco y aguacate), diferentes tipos de acelgas u hortalizas, papa(criolla o negra)
C. Normas de calidad/ Documentación, Plan de Saneamiento, Plan de Capacitación Continuo y Permanente, Certificación médica del personal que trabaja en el establecimiento, Buenas prácticas de manufactura, Personal Manipulador, (El personal manipulador debe cumplir lo establecido en la Resolución 2674 de 2013), Materias primas e insumos.
D. Presentación comerciales/ Nos daremos a conocer través de historias en las diferentes redes sociales, podrán ingresar a nuestra página web para conocer nuestro tendremos líneas de WhatsApp activas para preguntas específicas y chatbot en nuestra página web para preguntas generales.
E. Tipo de empaque/la arepa/ las arepas están empacadas en bolsas de polietileno de baja densidad y cerradas por una máquina de termo-sellado. Las arepas servidas en el local se harán en bolsas en polipropeno metalizado (6*6 pulgadas) y la servilleta con el logo de Oromáiz.
F. Publicidad, Brochure/ Utilizaremos las redes sociales como Facebook, twitter, Instagram y WhatsApp; en donde enviaremos imágenes gif, y pequeños videos por

las historias o diferentes formas de publicaciones para que nos puedan conocer, además de eso poder llegar a negociar con pequeñas empresas dando descuentos considerables a los trabajadores.
G. Uso correcto/ Las arepas de Oromáiz son de un diámetro 13x1 cm de grosor, estas se deben calentar en un horno convencional a 176°C y para plancha o parrilla a fuego medio por 5 minutos; para rellenar con (pollo, carne, jamón y queso o lo que desee agregarle),
H. Vida útil estimada, garantía/ desde de que la arepa sale del horno puede durar un tiempo de 1 mes y medio fuera de cualquier tipo de refrigeración, para conservar por 3 meses refrigerar a una temperatura de entre 4°C y 2°C.
I. Servicios adicionales y recomendaciones/ Aparte de poder disfrutar una arepa rellena en el Oromáiz, también se tendrá la posibilidad de llevar un paquete de arepas para que puedan prepararlas y disfrutarlas en casa, pondremos caja de sugerencia para agregar nuevos ingredientes sugeridos por los clientes para abarcar más personas de gustos distintos.

Precio de venta

1. Definición estratégica

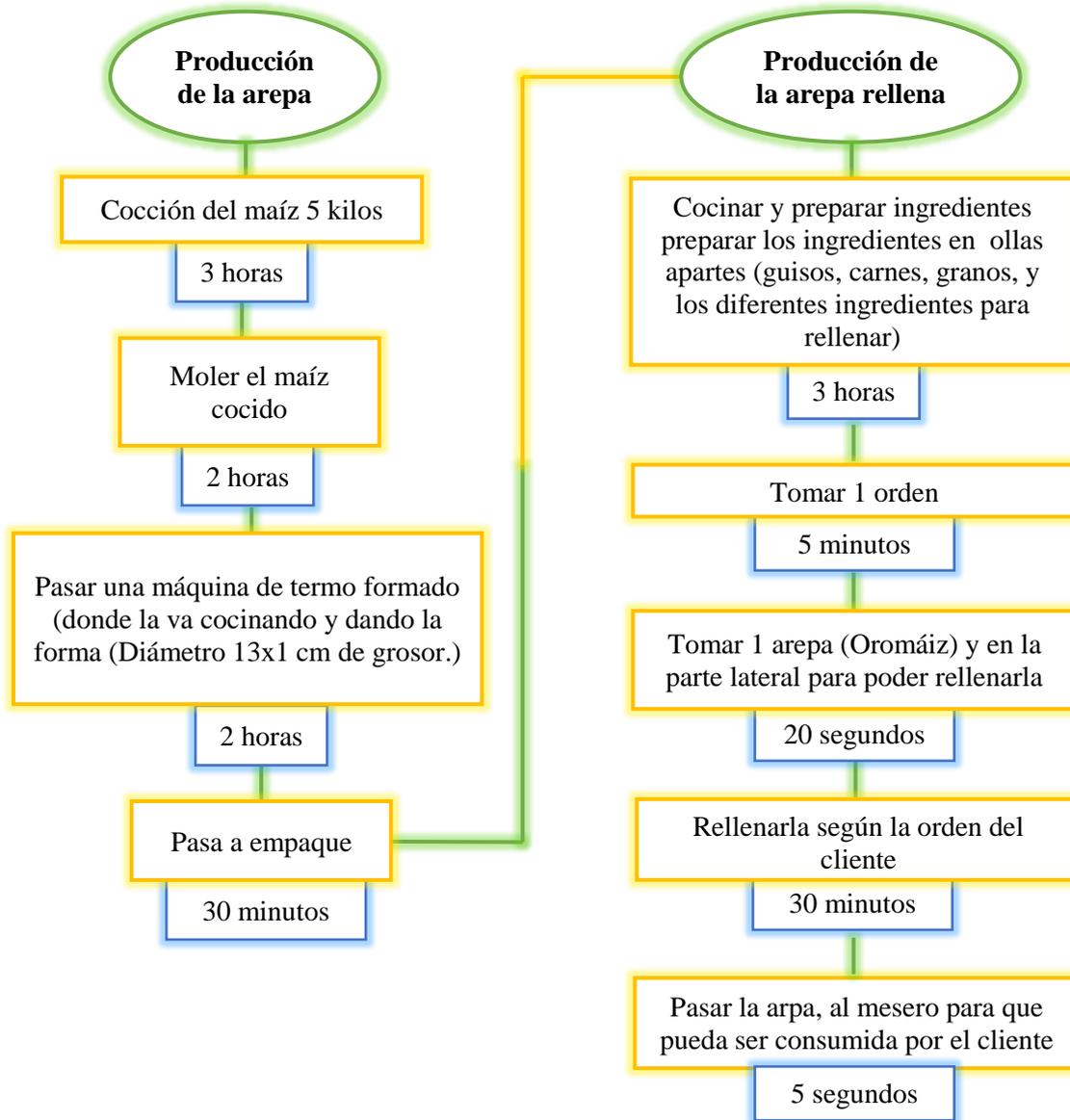
Decreto 1879 de 2008 Matrícula mercantil vigente. El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades. La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento, diligenciando el formulario Registro Único Empresarial- RUES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se puede adquirir en las sedes de la Cámara de Comercio.

Concepto sanitario. Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.

2. Definición del concepto

- El lugar donde se pondrá el negocio
- Molino y termo formadoras
- Hornos
- Horno de termo-formado
- Parrillas
- Carbón
- Espátulas
- Cuchillos
- Ingredientes
- Mesas y sillas
- Servilletas
- Máquina de termo-sellado
- Neveras

3. Definición del detalle



Costos de ingredientes y productos

Cantidad	Producto	Costo
1 Bulto	Maíz de peto	\$75.000
1 kilo	Conservante(ácido sórbico)	\$25.000
1kilo	Sal	
1 kilo	Bolsas de 2 kilos	\$50.000
1libra	cebolla larga	\$1.100
1libra	cebolla cabezona blanca	\$1.500
1libra	cebolla cabezona morada	\$1.600
1libra	tomate larga vida	\$1.600
1libra	zucchini amarillo	\$750
1libra	cebolla larga	\$1.650
1uni/ 200-300gr	Aguacate hass	\$2.100
1libra	Mazorca de tuza	\$2.200

1libra	Zanahoria	\$1.650
1libra	tomate cherry	\$4.200
1libra	tomate chonto	\$1.600
1/2 libra	cebollín verde	\$2.700
1libra	pimentón amarillo	\$4.000
1libra	pimentón verde	\$3.200
1libra	ajo	\$2.000
250 gramos	lechuga rugula	\$2.650
1libra	cebolla puerro	\$1.600
200 gramos	cilantro- atado	\$1.000
201 gramos	perejil crespo	\$1.250
202 gramos	perejil liso	\$1.250
203 gramos	Laurel	\$1.400
204 gramos	tomillo	\$1.400
205 gramos	hinojo	\$1.250
1libra	lentejas	\$1.100
1libra	frijol negro	\$2.600
1kilo	Carne – cadera	\$11.000
1kilo	Salmon canadiense	\$22.000
1kilo	Mariscos-camarones	\$13.000
1200 gramos	Pechuga de pollo	\$11.000
1kilo	Lomo de cerdo	\$13.000

- El costo de la arepa rellena podría oscilar entre los \$1.500 hasta los \$14.000 de dependiendo de cual escojan
- El costo del paquete de 5 arepas (1.300 gramos) para rellenar es de \$ 1.800
- El costo del paquete de 10 arepas (2.600 gramos) para rellenar es de \$ 3.000

COSTO DE PRODUCCIÓN DE (paquete de 10 arepas 2.600 gramos, unidad 100 gramos)		
+	Costo unitario de materiales	\$700
+	Costo unitario de mano de obra	\$850
+	Costo unitario de CIF	\$750
=	Costo por paquete de 10 arepas	\$2.300
+	Ganancia	\$700
=	Costo por paquete de 10 arepas	\$3.000
/	Costo por unidad de arepa	\$300

4. Validación y verificación

- Productividad
- Calidad
- Rentabilidad
- Eficiencia
- Efectividad
- Riesgo

- Liquidez
- Competitividad
- Atención al cliente
- Proveedores

5. Imagen de como se vería el producto



Lean Canvas

<p><u>Problema</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Conseguir lugares de comida rápida y saludable. • Los lugares de comida saludable son muy costosos. • Las comidas saludables se demoran más en preparar y ser servidas. 	<p><u>Solución</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Un Lugar de Arepas rellenas, este estará ubicado en el centro de la ciudad. <p><u>Métricas Clave</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • N° de clientes mensuales. • N° de clientes que se repiten mensualmente. • N° de paquetes de arepas vendidas al mes. 	<p><u>Propuesta de Valor única</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Arepas rellenas preparadas con comida orgánica natura bajas en grasas saturadas. • Serán a un costo razonable ya que tenemos proveedores directos (campesinos y agricultores), 	<p><u>Ventaja competitiva</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Al tener esos tipos de proveedores no solo aseguramos precio, si no también productos más frescos y diferentes. <p><u>Canales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Por medio de volantes que con información. • Perifoneo y cuñas radiales en emisoras influyentes. • Publicidad atreves de redes sociales. 	<p><u>Segmento de clientes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Estaremos enfocados en esas personas que están ubicadas en el centro de la Ciudad de Bogotá. • Personas que cuenten con poco tiempo y tengan hambre. • Es un Alimento que sirve para vegetarianos y veganos.
<p><u>Estructura de costos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal • Materia prima (ingredientes) • Materia prima • Marketing 		<p><u>Fuentes de ingresos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de arepas rellenas del local • Venta de paquetes de arepas de 10 		

VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS

¿Qué es lo primero que tenemos que validar para poner en marcha nuestra idea de negocio?

- Lo primero que debemos validar son las necesidades de los clientes a quienes vamos a ofrecer tal producto, por otra parte seria la planeación del negocio de cómo se va a llevar acabo para que de un buen resultado poder complacer a nuestros clientes y que el producto sea lo ideal y lo que ellos requieren

1. Objetivo de la investigación

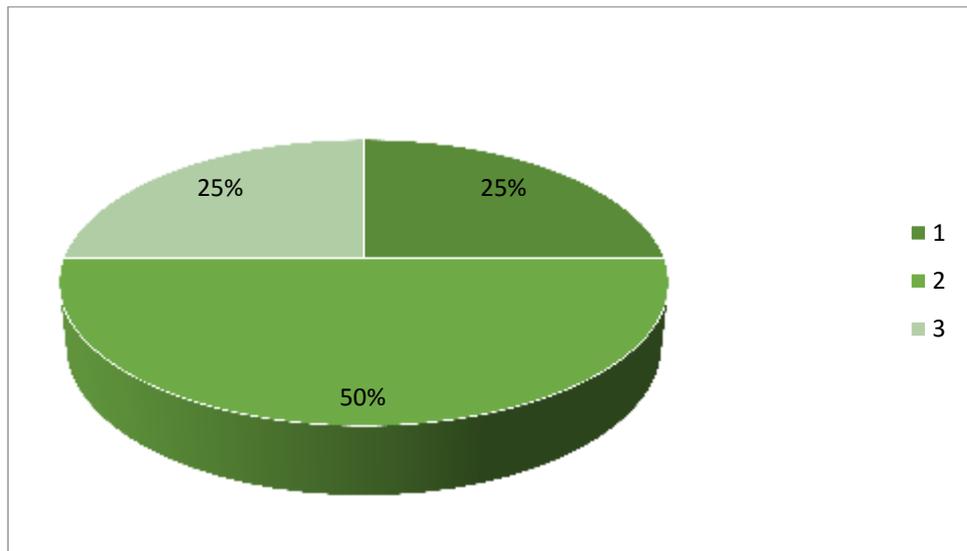
- EL objetivo de la nuestra investigación es plantear un producto para mejorar la alimentación, el producto es la variedad de las arepas que les ayuda a que un alimento sea más saludable y más rápido de preparar es algo fácil y nutritivo, el producto se está ofreciendo a la necesidad de los clientes y a lo más solicitado.

2. Tipo de investigación

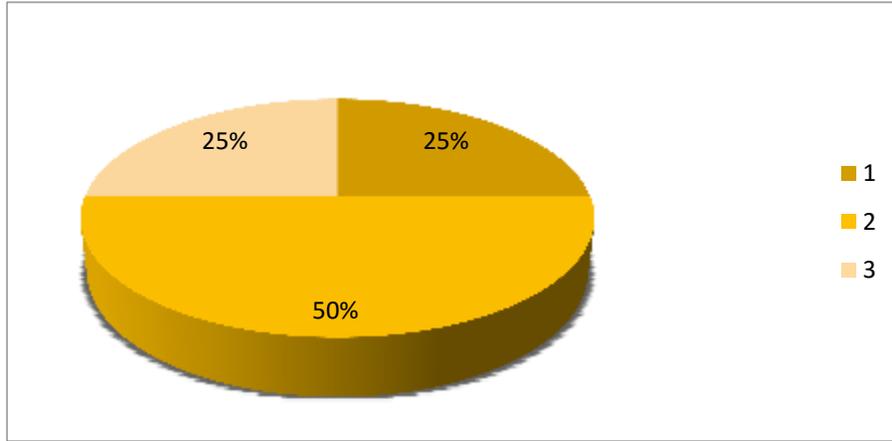
- Cuantitativo (Encuesta)

3. Tipo Formulario de entrevista investigativa

- 1) Cuando oyen la palabra comida rápida, ¿a qué les hace referencia?
 - Comida Grasosa
 - Enlatados
 - Comida saludable
 - Comida al vapor

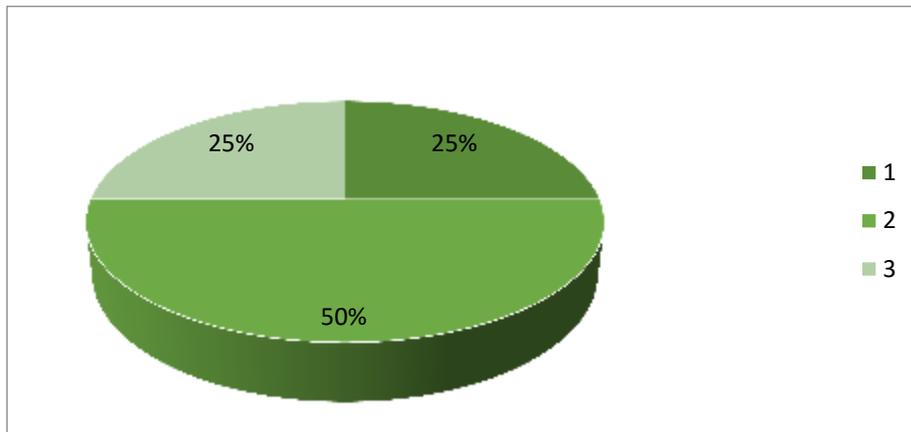


- 2) ¿Con que facilidad encuentra lugares de comidas rápidas saludables en el centro de la ciudad?
 - Nunca
 - Pocos
 - Muchos



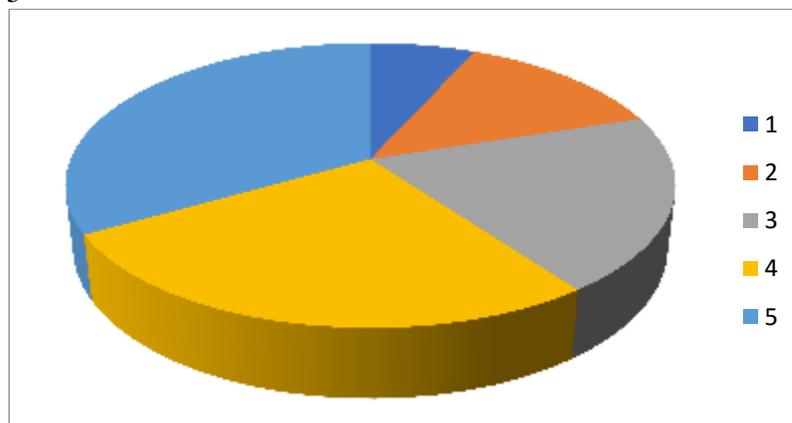
3) ¿Qué tan saludable tiende a comer normalmente?

- Mucho
- Poco
- No me interesa



4) ¿Qué tan dispuesto estarías a cambiar tu forma de alimentarte cuando tengas poco tiempo para comer?(1 siendo poco dispuesto, 5 siendo muy dispuesto a cambiar)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5



4. Tamaño de la muestra

- Esta encuesta se le realizó a 30 personas entre los 18 y 26 años

Tabulación y análisis de la información

1. Según el resultado de la pregunta n° 1 veremos que las personas no tienen mucho conocimiento sobre la comida saludable y en parte eso puede ser a que como lo vimos en la pregunta n° 2 casi no se encuentran muchos lugares en el centro de la ciudad.
2. También podemos concluir en la pregunta n° 3 que muchas de las personas no tienen a comer saludable pero podrían cambiar esa forma de alimentarse según los resultados de la pregunta N° 4 y eso lo podría ser con ayuda de un alimento rico rápido como las arepas de “Oromáiz”.

Lecciones aprendidas y recomendaciones

De este trabajo puedo concluir el duro trabajo que con llevaría el proceso de crear una empresa pero el seguir todos estos pasos aumentaría la probabilidad de éxitos y que sea rentable la idea de negocio. Además delo anterior es importante salir de la zona de confort de todos los negocios generando diferentes propuestas de valor, investigando y preguntando a la gente generando resultados e ideas nuevas.

También el trabajo en equipo es esencial para este como cualquier trabajo ya que las diferentes ideas y aportes hace que existan más oportunidades de tener un buen resultado.

Biografía

- Nelson Díaz Cáceres, Universidad EAN
La creación de valor compartido: Estrategia de sostenibilidad y desarrollo empresarial
- Gabriela Gottau (17 Octubre 2016) Dieta o ejercicio, ¿qué es más importante para estar en forma?
<https://www.tendenciashombre.com/fitness/dieta-o-ejercicio-que-es-mas-importante-para-estar-en-forma#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20la%20dieta,mejores%20frutos%20si%20co-memos%20adecuadamente.>
- Easy Español (Agosto 14 del 2018) Nuestra Cultura, Historia de la arepa
<https://www.easyespanol.org/blog/our-culture/historia-de-la-arepa/#:~:text=Algunos%20estudiosos%20del%20idioma%20indican,la%20preparaci%C3%B3n%20de%20este%20alimento.>
- (12 de junio del 2017, última modificación) Objetivos de Desarrollo Sostenible
<http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/NacionesUnidas/Paginas/ObjetivosDeDesarrolloDelMilenio.aspx>
- Dietas sanas y efectivas para perder peso y adelgazar sin efecto rebote
<http://www.dietas10.net/>
- Página oficial Tosh
<https://tosh.com.co/nuestro-proposito/>
- Marcas y productos
<https://mundosaludable.com.co/marcas>
- Página oficial cosecha “jugos”
<https://www.cosechasexpress.com>
- Guía para empresas y autónomos, bebitoor by sumup (s.f.)
<https://debitoor.es/guia-pequenas-empresas/marketing/como-analizar-la-competencia>
- Los precios de los ingredientes fueron dados por (Rosdel castro Useche, Roció Castro, Rosendo Castro) los dueños de fincas ubicados en Ataco-Tolima, Meta-Villavicencio y Santa Elena-Medellin
- La foto fue prestada por labores académicas el dueño de una de las sucursales de (Arepas Dpeto)
- Los datos específicos obtenidos de las arepas como pesos, temperaturas y costos de producción obtenidos de un trabajador de (arepas el carriel, Anónimo)
- <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>