

[Escriba aquí]



**BARRAS NUTRICIONALES GREG**

**GREGORI SALAZAR**

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

**FACULTAD DE INGENIERIA DE SISTEMAS**

**BOGOTA DISTRITO CAPITAL**

20/09/2020

[Escriba aquí]

## COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo Gregory Humberto Salazar Arriaga identificado con el número de cedula 1.016.085556 estudiante del programa de Ingeniería de sistemas 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 de la fuente origina, soy responsable directo, legal económico y administrativo, sin afectar al director de trabajo, a la universidad Y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales practicas

Firma:



[Escriba aquí]

## **RESUMEN**

El objetivo del presente trabajo fue elaborar una barra de cereal nutricional a base de quinua, mijo y alforfón utilizando alimentos como limón, naranja, lulo y almendras con la finalidad de ofrecer un producto que brinde características nutricionales necesarias para el cuerpo humano.

Actualmente la mayoría de los productos llevan algún tipo de proceso, donde se producen a una mayor escala alimentos saludables, naturales y sanos, entre los alimentos más empleados en mayor proporción de la nueva era los más importantes son las frutas y cereales. Las barras de cereales nutricionales son productos diseñados especialmente para proporcionar energía, tener una sana alimentación y ayudan a contribuir a mejorar el rendimiento físico de cualquier persona, la Quinua, el mijo y el alforfón es un alimento nutritivo, que aporta al cuerpo humano, carbohidratos, proteínas y vitaminas, indispensables para su funcionamiento.

Mediante el proyecto de investigaciones comprobó que los consumidores de barras energéticas de cereales, estarían totalmente dispuestos a consumir nuestro producto, ya que les resulto innovador e interesante que nuestra barra no contiene mucha azúcar, grasa trans y saborizantes.

[Escriba aquí]

## CONTENIDO

<b>1.INTRODUCCION.....</b>	<b>5</b>
<b>2.OBJETIVOS .....</b>	<b>6</b>
<b>3.ANALISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....</b>	<b>7</b>
<b>4.TEORIA DEL VALOR COMPARTIDO EN MI IDEA DE NEGOCIO.....</b>	<b>9</b>
<b>5.IDENTIFICACION DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD .....</b>	<b>21</b>
<b>6. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO .....</b>	<b>25</b>
<b>7. INNOVACION.....</b>	<b>27</b>
<b>8.FUERZAS DE LA INDUSTRIA.....</b>	<b>28</b>
<b>9.SEGMENTACION DEL MERCADO .....</b>	<b>40</b>
<b>10.PROPUUESTA DE VALOR .....</b>	<b>45</b>
<b>11.DISEÑO DEL PRODUCTO .....</b>	<b>47</b>
<b>12.PRECIOS DE VENTA.....</b>	<b>68</b>
<b>13.PROTOTIPO .....</b>	<b>69</b>
<b>14. ENCUESTA .....</b>	<b>78</b>

[Escriba aquí]

## 1. INTRODUCCION

Actualmente demanda de alimentos integrales y nutritivos es cada vez mayor en todo el mundo y comer una dieta sana , saludable y balanceada es la forma más correcta para prevenir, evitar y corregir muchos problemas de salud , como lo son obesidad, diabetes, malnutrición , enfermedades gástricas, enfermedades del corazón y muchas otras que se originan en su mayoría a errores de mala alimentación las barras de cereales es una tendencia que en los últimos años , se ha implementado más su consumo, debido a la extrusión de la masa del cereal, y la implementación de sabores dulces y salados ,vitaminas, minerales , proteínas , hidratos y fibras.

Todos estos ingredientes deben mezclarse adecuadamente para garantizar que se complementen entre sí, ya sea en sabor , textura y propiedades físicas la barra de cereal en este proyecto es a base de quinua, granola, frutas, avena, trigo, maíz, libres de grasas tras y de productos refinados o industrializados, siendo preparados de manera natural las ventajas de las barras de cereales son múltiples, pesan poco, aguantan mejor el calor y caben en cualquier bolsillo ,son de fácil consumo sin esfuerzo y se digieren muy fácilmente ,por lo anterior el objetivo de este trabajo fue desarrollar una barra de cereal nutricional, estudiar su composición y evaluar su aceptación en el mercado actual

[Escriba aquí]

## 2. OBJETIVOS

### **Objetivo general**

- Elaborar una barra de cereal nutricional a base de quinua, mijo y alforfón utilizando alimentos como limón, naranja, lulo y almendras

### **Objetivos específicos**

- Desarrollar un buen producto con un excelente perfil nutricional
- Determinar y analizar los clientes actuales y potenciales por medio de la realización de un estudio de mercado
- Conocer la aceptación del producto por parte de los posibles consumidores
- Mostrar al aporte del producto a los objetivos de desarrollo sostenible
- Identificar las ventajas del mercado y de nuestros competidores

[Escriba aquí]

### 3. ANALISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

#### IDEA DE NEGOCIO

En este proyecto damos como alternativa, un producto que en su interior y exterior está lleno de vitaminas y proteínas, con la característica que es un producto sano y a bajo costo, debido a que debemos tener buena alimentación, pero a su vez saber ¿qué es lo que exactamente consumimos y para que lo estamos consumiendo?

Nos enfocamos especialmente en las barras energéticas, ya que, en la actualidad, su mercado internacional es muy amplio, y con una gran variedad de empresas cuyo objetivo es dar energía

La nutrición es muy importante para el ser humano y alimentarse correctamente es fundamental, tenemos un área que todavía no se ha explorado por completo en la preparación de alimentos ricos y sanos

Nuestra sociedad aún no ha hecho conciencia de las consecuencias adversas que estos productos tienen. Nuestra comunidad no se da cuenta que a su alrededor hay componentes de fuentes saludables y aun precio asequible

La elaboración de una barra energética no es un trabajo muy difícil como muchos lo piensan, es simple rápido y no consume muchos recursos y lo más importante es saludable

Las compañías que elaboran barras nutricionales en Colombia suman ingresos por \$ 1.9 billones de pesos al año. Incluye (barras de dulce, frutas, nueces, dulces y salados), según cifras de Euromonitor internacional, una firma especializada en estudios de mercadeo. (EL país.com,2019)

Según informes de Euromonitor Internacional, una firma especializada en estudios de mercadeo, indican que los consumidores colombianos están más interesados en los productos que se consideran sanos y por ello las empresas han respondido a esa demanda mediante la ampliación de su oferta con frutos secos, frutas deshidratadas y semillas. Asimismo, productos bajos en sodio, bajos en azúcar, grasa, sal, calorías y carbohidratos de igual forma, que sean orgánicos, que tengan ingredientes de fuentes sostenibles, con alto contenido de fibra y proteínas. (euromonitor.com,2019)

Pese a sus beneficios, este mercado hasta ahora se está desarrollando, pues el consumo per cápita en el país aún es menor a 100 gramos al año. Sin embargo, de acuerdo con la proyección de Euromonitor International, se espera que la categoría mueva 1.600 toneladas en los próximos

[Escriba aquí]

cinco años y suma ventas por \$72.600 millones, lo que implicaría que también suba el consumo. (la república.c,2019)

## **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

- HAMBRE CERO
- SALUD Y BIENESTAR

### **HAMBRE CERO:**

La idea de negocio ayudaría a combatir el hambre en el mundo debido a que las barras energéticas ayudarían a combatir la desnutrición aguda o moderada en niños jóvenes o adultos que han perdido sus reservas o tienen el organismo debilitado a causa de su escasa alimentación, debido a que son nutritivas y contiene mucha fibra y proteínas

### **SALUD Y BIENESTAR:**

La idea de negocio ayudaría a la salud y bienestar debido a que cualquier persona puede comérselo y abrirlo inmediatamente, su sabor gusta a las personas, resiste temperaturas extremas, no tienen que mezclarse con agua como otros productos, el cual evita diarreas, además son productos bajos en sodio, bajos en azúcar, grasa, sal, calorías y carbohidratos, el cual ayudaría a combatir la obesidad.

[Escriba aquí]

#### 4. TEORIA DEL VALOR COMPARTIDO EN MI IDEA DE NEGOCIO

Nuestra idea de negocio se enfoca en:

- **Combatir el Hambre Cero:** de acuerdo con cifras de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en América Latina y el Caribe se estiman niveles de pérdida y desperdicio cercanos al 34% de los alimentos producidos, lo que representa 127 millones de toneladas de desperdicios al año, equivalentes a un promedio de 223 kilogramos por persona. En Colombia el panorama es muy similar. Según el Departamento de Planeación Nacional, en el país se desperdician anualmente 9.76 millones de toneladas de alimentos, lo que equivale al 34% de la producción total.
- **Ayudar a contribuir a la salud y bienestar:** de acuerdo con cifras de la UNICEF en todo el mundo, uno de cada tres niños menores de 5 años presenta retraso en el crecimiento, emaciación, o sobrepeso y, en algunos casos, una combinación de dos de estas formas de malnutrición

Nuestra idea de negocio busca crear un alimento para cambiar al mundo, y lo podemos lograr aprovechando el potencial nutritivo y económico de los granos integrales que incluyen micronutrientes, vitaminas y hierro, además de incluir alimentos saludables como frutas o verduras ya que parte del trabajo de la salud alimentaria de las ONG y las instituciones, es integrar aquellos productos que mejor crecen y que tienen más aceptación en las poblaciones, así como priorizar su consumo para algunos segmentos de este como lo son: mujeres embarazadas, mujeres que amamantan, niños hasta los 3 años, adultos mayores, entre otros.

#### GENERAR VALOR DIFERENTE A LOS DE NUESTRA COMPETENCIA

Nuestra idea de negocio se enfoca en crear barras nutricionales basadas en cereales y frutas con nutrientes que ayuden a cuidar la salud

[Escriba aquí]

## VALOR COMPARTIDO ECONOMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL

Nuestra idea de negocio ayuda a crear una fuente de trabajo estable, ayuda a la salud, su elaboración no requiere tanto trabajo, y ambientalmente ayudaría ya que los empaques serian biodegradables

## TECNOLOGIAS DUSRUPTIVAS

Mi idea de negocio si contara con las tecnologías disruptivas:

- BIG DATA
- CLOUD

### **BIG DATA**

La recolección y gestión de grandes datos para su respectivo análisis es muy importante para nuestra idea de negocio debido a que con ese análisis puedo conocer si algún producto les gusta menos a los futuros clientes, que producto les gusta más a los futuros clientes, que nuevos sabores, frutas les gustaría a los clientes que lanzáremos a la venta

### **CLOUD**

Nuestra idea de negocio contara con cloud ya que centralizar los servicios a la nube ofrece mayor flexibilidad, acceso rápido a la información, seguridad y ahorro en la inversión

[Escriba aquí]

## **ANALISIS DE PESTEL**

### **POLITICO**

¿Qué tratados de libre comercio benefician a tu proyecto?

En nuestro proyecto, nuestra incursión sería enfocada a los mercados más importantes y globales como lo son China y Estados Unidos

- **TLC CON ESTADOS UNIDOS**

El principal objetivo de Colombia en este capítulo fue establecer un marco jurídico justo y transparente que promueva la inversión a través de la creación de un ambiente estable y previsible que proteja al inversionista, su inversión y los flujos relacionados, sin crear obstáculos innecesarios a las inversiones.

Este Acuerdo está basado en un modelo de pre-establecimiento, por medio del cual la protección se extiende al inversionista incluso antes de instalar la inversión. Debido al carácter liberalizador de la estructura de pre-establecimiento, se mantiene la posibilidad de excluir de la aplicación de los estándares de Trato Nacional, Trato de Nación Más Favorecida, Requisitos de Desempeño, y Altos Ejecutivos y Juntas Directivas aquellos sectores, subsectores o actividades que se consideran estratégicos para el país; esto se hace a través del listado de Medidas Disconformes.

El TLC entre Colombia – Estados Unidos, establece en su capítulo 10 compromisos relacionados con el tratamiento que se otorgará al inversionista incluyendo trato nacional y trato de nación más favorecida; los estándares de responsabilidad que asumen los Estados con respecto a los inversionistas del otro Estado (nivel mínimo de trato); el establecimiento de reglas para la compensación al inversionista en caso de expropiación, y la transferencia de los capitales vinculados a la inversión. Además, establece un mecanismo para la solución de controversias entre inversionistas y el Estado. (tlc.gov.co,2020)

[Escriba aquí]

- **TLC CON CHINA**

El principal objetivo de Colombia en este Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de inversiones fue establecer un marco jurídico justo y transparente que promueva la inversión a través de la creación de un ambiente estable y previsible que proteja al inversionista, su inversión y los flujos relacionados, sin crear obstáculos innecesarios a las inversiones provenientes.

Este Acuerdo está basado en un modelo de post-establecimiento en el cual la protección se otorga una vez la inversión ha sido instalada en el territorio de alguno de los Estados parte. Es decir, el inversionista debe cumplir con todas las obligaciones del ordenamiento jurídico del Estado receptor.

El APPRI celebrado entre Colombia – China, establece compromisos relacionados con el tratamiento que se otorgará al inversionista incluyendo trato nacional y trato de nación más favorecida; los estándares de responsabilidad que asumen los Estados con respecto a los inversionistas del otro Estado (nivel mínimo de trato); la obligación para las partes de promoción, y protección de las inversiones; el establecimiento de reglas para la compensación al inversionista en caso de expropiación, y la transferencia de los capitales vinculados a la inversión. Además, establece un mecanismo para la solución de controversias entre inversionistas y el Estado. (tlc.gov.co, 2020)

## **PROYECTO TENDRIA IVA**

Nuestro producto si tendría IVA, El IVA es la estrategia que emplean los gobiernos para recaudar el dinero a emplear en el presupuesto de la nación, dinero que se invierte en las mejoras de los servicios públicos, la educación, el sector salud, el transporte, entre otros. Ahora bien, este dinero se recauda en gran parte del aumento en la base de aquellos productos de la canasta familiar que se encuentran gravados con el IVA.

Durante el año 2018, se analizó sobre la Ley de Financiamiento y se planteaba ampliar el IVA a la canasta familiar. Sin embargo, en noviembre del 2018 se descartó esta medida, debido al fuerte impacto que tendría.

Los suplementos alimenticios deben ir gravados a tasa del 19% ya que no son considerados como alimentos por ser optativos.

[Escriba aquí]

## **¿HAY ALGUNA LEGISLACION QUE TENGA QUE VER CON TU PROYETO?**

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) propuesto por el actual gobierno recibe el nombre de “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”. Se basa en tres pactos principales: legalidad, emprendimiento y equidad. ¿Por qué?

Porque parte de una ecuación básica:

Legalidad + Emprendimiento = Equidad

Tres conceptos que a su vez son el eje de tres líneas estratégicas:

**Pacto por la legalidad:** busca que los ciudadanos y los empresarios tengan acceso a una seguridad y justicia efectivas.

**Pacto por el emprendimiento:** se enfoca en lograr que las empresas, durante todo su ciclo de vida, cuenten con una mayor formación, formalización y acompañamiento en un entorno propicio para hacer negocios y puedan aprovechar la tecnología para generar una oferta exportable.

**Pacto por la equidad:** se espera que la igualdad de oportunidades para los colombianos se traduzca en una política social basada en la familia y en mejorar el acceso tanto de las regiones como de las personas a un sistema interconectado que mejore su calidad de vida en varios sentidos.

[Escriba aquí]

## ¿Cuál es la apuesta para impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas?



Tomado de <https://www.grupobancolombia.com/>

Rafael Puyana, Subdirector General Sectorial del Departamento Nacional de Planeación, explica las estrategias que el Gobierno desplegará en los próximos cuatro años para impulsar la competitividad de las empresas en el marco del Plan Nacional de Desarrollo:

“Estas reglas de juego son la base para que, a través del emprendimiento, la formalización y el desarrollo empresarial se logre la equidad, que es la principal meta del Plan Nacional de Desarrollo”, explicó.

El experto habló con Negocios Bancolombia sobre el Pacto por el emprendimiento y explicó cómo las iniciativas que se plantean para potenciar la actividad empresarial se aterrizan en estrategias y acciones concretas tendientes a lograr el crecimiento de las Mipymes colombianas.

[Escriba aquí]

## **Estrategias que contempla el Plan Nacional de Desarrollo (PND) para la generación de empleo y el crecimiento de las Mipymes**

“En primer lugar se requiere un entorno para que las Mipymes puedan crecer, ya que hemos identificado que en el país los emprendimientos no evolucionan por temas como los costos regulatorios o laborales, la obligación de cumplir con requerimientos como el Código de Policía o las exigencias de los Bomberos y otras obligaciones que se convierten en barreras para la formalización.” Rafael Puyana, Subdirector General Sectorial del Departamento Nacional de Planeación

En ese sentido, el PND busca disminuir esos requerimientos, de manera que las empresas puedan ingresar más fácilmente a la formalidad y tener acceso a financiamiento para crecer.

También busca que las empresas que necesiten acceso a servicios y conocimiento para adoptar tecnología, con el fin de aumentar su competitividad tanto en el mercado colombiano como en el exterior, puedan acceder a la información y la asistencia técnica que requieran, así como a las buenas prácticas que ya se tienen en Colombia y en otros países.

### **Programas para emprendedores**

- Etapa de emprendimiento | Programa Aldea.
- Etapa de crecimiento | Programa Mega-UP
- Etapa de consolidación | Programa Mega-Innovadores
- Programas de clúster con apoyo de cámaras de comercio y academia
- Programa fábricas de productividad
- Ley de financiamiento

### **normas de calidad para la prestación del producto o servicio**

#### **A nivel nacional**

En Colombia están las NTC 512-1 y NTC 512-2 que nos hablan sobre los rotulados o etiquetados que deben cumplir los productos alimenticios en Colombia. La NTC 512-1 tiene por objeto “establecer los requerimientos mínimos de los rótulos o etiquetas de los envases o empaques en que se expenden productos alimenticios”.

[Escriba aquí]

Esta norma habla sobre los requisitos generales que deben cumplir estos envases, entre ellos: evitar los rotulados falsos, y que dichos empaques se fabriquen de tal modo que no alteren la calidad y que no afecten la inocuidad de los alimentos. Habla también sobre la información que debe aparecer en la etiqueta, entre ellas: nombre del alimento, lista de ingredientes, contenido neto, nombre y dirección del fabricante, país de origen, identificación del lote, fecha de vencimiento, e instrucciones de uso.

Finalmente, se encuentra la NTC 512-2 que tiene por objeto “establecer las condiciones y requisitos que debe cumplir el rotulado nutricional de los alimentos envasados que se comercializan en Colombia en cuyos rótulos o etiquetas declaren información nutricional” Esta norma habla sobre los reglamentos generales que deben llevar las etiquetas, especialmente la declaración de nutrientes obligatorios, entre ellas: calorías totales y de grasa; grasas saturadas; proteínas; colesterol; sodio; carbohidratos; fibra dietaria; azúcares; vitaminas A y C, hierro y calcio; y cantidades de otras vitaminas. La norma también explica que nutrientes son de declaración opcional y pone a disposición mediante imágenes los formatos de las tablas nutricionales, explicando paso a paso cómo se deben de elaborar.

### **Internacionales**

- Lo referente a las dimensiones de las cajas, los pallets, estivas y/o plataformas politizadas está claramente parametrizado en la Norma ISO 3394, la cual puede ser consultada en: <http://www.iso.org/>
- En cuanto a la descripción del contenido de un empaque o embalaje de un producto de venta al detal se refiere la R- 87 es la encargada de presentar los lineamientos. Esta norma puede consultarse en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:164:0046:0068:es:PDF>
- El manejo de los símbolos de advertencia y demás pictogramas asociados al manejo de las mercancías se encuentra regulado mediante la norma ISO 780 e ISO 7000 las cuales pueden consultarse en la página enunciada en el numeral 1
- Por último, pero no menos importante, encontramos que la norma NIMF N°15 es la encargada de presentar los parámetros fitosanitarios a cumplir cuando se maneja embalajes en madera para exportaciones. Esta norma puede consultarse en: <http://www.ica.gov.co/Embalajes.aspx>

[Escriba aquí]

## **ECONOMICO**

### **Sector económico**

Se enfoca especialmente en cereales y barras de nutrición

### **Crecimiento del sector en Colombia**

Este mercado hasta ahora se está desarrollando, pues el consumo per cápita en el país aún es menor a 100 gramos al año. Sin embargo, de acuerdo con la proyección de Euromonitor International, se espera que la categoría mueva 1.600 toneladas en los próximos cinco años y sume ventas por \$72.600 millones, lo que implicaría que también suba el consumo

### **índices de precios**

Los precios varían desde los 1500 pesos a los 30000 pesos dependiendo los ingredientes y la cantidad de unidades.

### **¿Qué entidades pueden financiar el proyecto?**

- Fondo de Emprendimiento Departamental (FED): la Gobernación de Cundinamarca cuenta con un programa que busca que los cundinamarqueses empiecen a desarrollar su propio negocio. Puedes obtener fondos desde los 5 millones de pesos.
- Fondo Emprender: el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) cuenta con un programa que apoya emprendimientos que generan soluciones a problemáticas sociales. Puedes recibir un capital mínimo de 75 millones de pesos.
- Innpulsa Colombia: es una entidad adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) que promueve el emprendimiento e innovación. Por eso, apoya a pymes en su etapa de crecimiento y consolidación. Consulta las convocatorias a las que te puedes postular para acceder al capital que necesitas.
- Apps.co. Si lo tuyo es el emprendimiento digital, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones cuenta con una iniciativa que promueve la consolidación

[Escriba aquí]

de negocios tecnológicos. Cuenta con aliados como Endeavor Colombia. Desde luego, es una gran alternativa para los desarrolladores de aplicaciones móviles, software y contenidos.

- **Créditos.** Algunos bancos en Colombia como Bancamía manejan créditos especiales para los emprendedores. Para Geovanny López, especialista de financiamiento en la Agencia de Empleo y Emprendimiento de Compensar, “la única desventaja de esta opción es que los emprendedores pueden presentar dificultades a la hora de cumplir con los requisitos solicitados por estas entidades o no están dispuestos a hacer los procesos necesarios”.

## **SOCIAL**

### **ESTILOS DE VIDA**

La producción de barras está cambiando en respuesta a tres procesos principales. El más significativo es la tendencia a comer "en movimiento". A medida que el ritmo de la vida se acelera, las personas intentan hacer malabarismos con un número creciente de compromisos relacionados con el trabajo, la familia y el tiempo libre.

En consecuencia, los refrigerios, tienen un papel cada vez más importante en este tipo de estilo de vida. Los consumidores tienen a las barras de cereal o de chocolates a mano durante todo el día y a veces reemplazan las comidas reales. Como tal, los consumidores ya no desean simplemente barras tradicionales, sino que buscan alternativas saludables como barras a base de granos o sin azúcar.

El segundo desarrollo es el creciente cambio en el consumo hacia barras saludables que están "libres de" un determinado ingrediente. Por supuesto, esto siempre ha sido importante para los clientes con alergias a nueces o gluten, pero la amplia gama actual de productos "libres de" indica que esta tendencia se ha generalizado. Cada vez más, las barras contienen "granos saludables" como las semillas de chía o están etiquetadas como sin gluten, lo que las hace más fáciles de digerir y ofrece una alternativa saludable al trigo y al centeno.

Las barras son más populares que nunca, y los estantes de los supermercados cuentan con una gran selección. Pero esta popularidad y la mayor variedad no son las únicas tendencias observables: ahora también se están produciendo barras en diferentes tamaños. Combinados, estos tres desarrollos crean nuevos desafíos para la producción de barras. con estantes de supermercados con una gran selección.

Los fabricantes pueden responder a estas tendencias del mercado actualizando sus equipos, por ejemplo, eligiendo una solución completa de producción de barras que coordine todos y cada uno de los procesos de producción. En cualquier caso, la producción de barras debe evitar la contaminación cruzada cuando ocurren cambios de producto. Esto puede hacerse asegurándose de que las líneas de producción estén diseñadas teniendo en cuenta la higiene.

[Escriba aquí]

Para garantizar que los procesos de producción sean eficientes, cada componente de la producción de barras, desde la dosificación hasta la refrigeración, debe ser flexible y permitir cambios rápidos de productos. Las piezas pueden ajustarse o quitarse sin herramientas, por ejemplo, sistemas de ventilación móviles que abanicen las barras y garantizan cambios rápidos de formato. Junto con una interfaz de usuario intuitiva, la productividad y la calidad del producto se pueden potenciar significativamente.

El año 2015 registró un aumento en los retiros de alimentos en un 78% en comparación con 2014 según la Agencia de Normas Alimentarias del Reino Unido (FSA). De los 159 retiros, la mayoría de los casos de ese año se relacionaron con fallas en la lista de ingredientes, con 63 casos con problemas nutricionales y 96 con alergias. Los fabricantes tuvieron que recordar productos que contienen alérgenos como nueces, leche y gluten, así como productos que contenían bacterias, como salmonela, o incluso rastros de metal. Dado el aumento significativo de estas cifras, la FSA pidió a los fabricantes y proveedores que tomaran medidas inmediatas. Por esta razón, el diseño higiénico, desde una perspectiva de fabricación, es crucial en términos de seguridad del producto para los consumidores y seguridad de la marca para los fabricantes que consideran cuán costosos pueden ser los retiros.

## cifra de tendencia



[Escriba aquí]

De acuerdo con la gráfica, acerca de un informe de TOSH sobre el consumidor colombiano, que se basa en las cifras del estudio de tendencias de Nielsen, 23% del gasto de la canasta familiar hoy corresponde a alimentos saludables y además 90% de los consumidores pagarían más por alimentos con beneficios funcionales, pues buscan llegar a un equilibrio físico, emocional y mental; y para ello es importante adaptarse a nuevos hábitos de alimentación, lo que ha llevado a que las categorías saludables se hagan su espacio como lo muestra la siguiente imagen:

### **¿Quiénes son los consumidores?**

Niños, jóvenes, adultos y personas de tercera edad

## **TECNOLOGICO**

### **¿Qué avances tecnológicos hay en la idea de negocio?**

La incorporación de tecnología ha permitido al sector de barras de cereales lanzar nuevos productos al mercado a partir de una máquina que realiza el proceso de extrusión y permite obtener gran variedad de formas y sabores a partir de los granos, a través de diferentes matrices se obtienen las formas deseadas: redonditos, aritos, delfines, dinosaurios; también se elaboran "almohadillas rellenas y sin rellenas". Todo ello se elabora a partir de cereales cocidos y expandidos.

Las materias primas utilizadas son nacionales trigo, avena, maíz, arroz y frutas, pasas de uva, almendras y miel.

### **impacto de las Tic en la idea de negocio**

El impacto de los tics en la idea de negocio es muy amplio, ya que ayudan a las tareas de control de las materias primas utilizadas por medio de aplicaciones virtuales o móviles donde todo se gestiona ya sea desde un computador o un celular

[Escriba aquí]

## ECOLOGICO

¿Hay productos relacionados a la idea de negocio que cuiden el medio ambiente?

Si, la Marca Tosh, es la primera marca de alimentos colombiana con huella de carbono neutro, certificada por el Icontec para los 32 países donde comercializamos nuestras categorías.

Esto significa que la cantidad de CO<sub>2</sub> (dióxido de carbono) emitido durante el desarrollo de nuestros procesos, desde la adquisición de materias primas hasta que nuestros productos llegan a tus manos, es compensado en su totalidad, minimizando y neutralizando el impacto en el medio ambiente.

¿Cómo es la tendencia de consumo de estos productos?

El consumo de las barras se da principalmente a media mañana y media tarde, como un snack para saciar el hambre comiendo un producto a base de cereales sin tener que sacrificar sabor

### 5. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

CRITERIO	1. ¿Cómo mejorar nuestra nutrición por medio de barras nutricionales a los jóvenes ente los 15 a 24 años?	2.¿Cómo disminuir la obesidad por medio de bebidas adelgazantes a los jóvenes ente los 15 a 24 años?	3.¿cómo disminuir la alopecia por medio de tratamientos naturales a los jóvenes ente los 15 a 24 años?
conocimiento y experiencia	5	4	3
asesoramiento de un experto	4	3	2
Alcance	4	4	3
Tiempo	4	4	2
Costos	4	5	4
Impacto	5	3	4
interes del problema	5	4	3
TOTAL	4,428571429	3,857142857	3

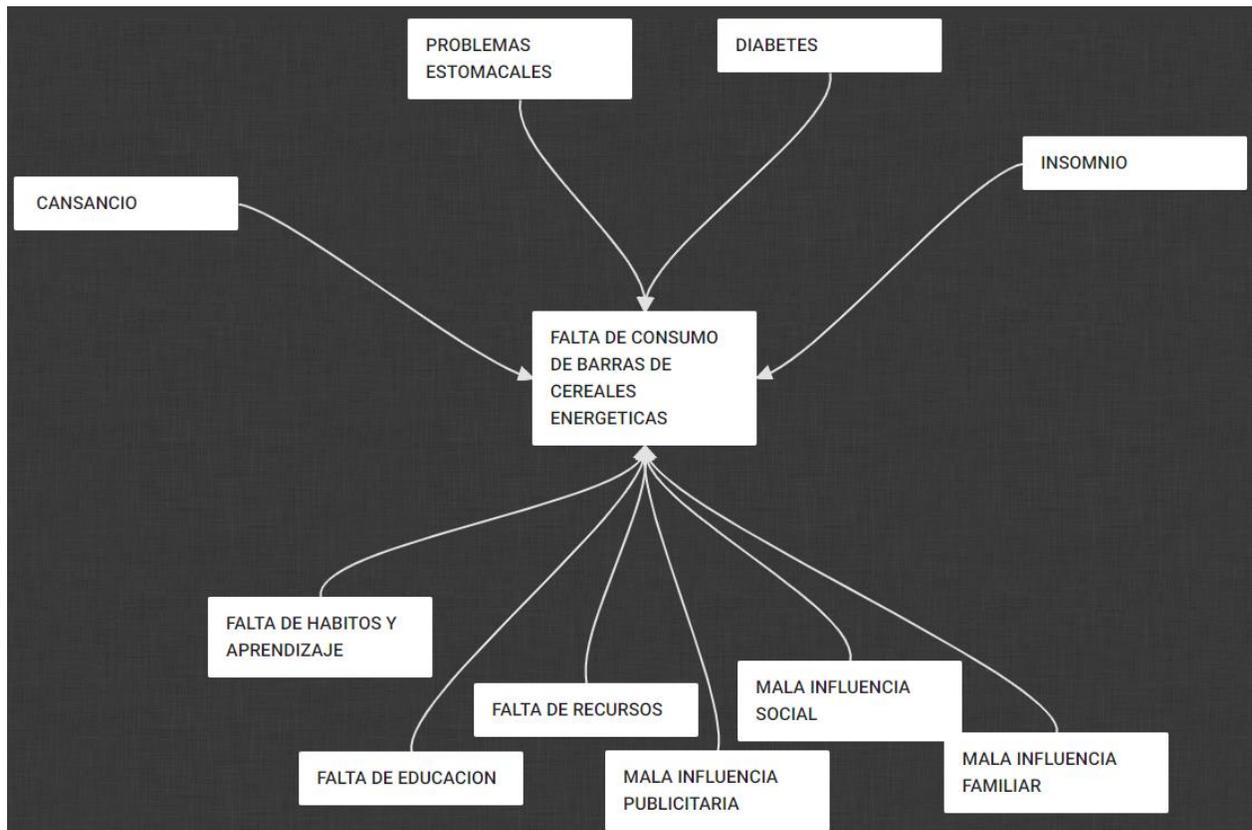
[Escriba aquí]

De acuerdo a la tabla anterior, se puede identificar tres problemas donde se evalúa cada uno en 7 criterios importante para hallar la identificación del problema de nuestro proyecto de trabajo, y se logró identificar que el problema 1: ¿Cómo mejorar nuestra nutrición por medio de barras nutricionales? Obtuvo mayor puntuación debido a su gran alcance e impacto en la sociedad actual

### PROBLEMA A TRABAJAR:

¿Cómo mejorar nuestra nutrición por medio de barras nutricionales a los jóvenes ente los 15 a 24 años?

#### 3.1 ARBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS



[Escriba aquí]

De acuerdo a la gráfica anterior podemos identificar los siguientes aspectos:

### **PROBLEMA CENTRAL**

Falta de Consumo de barras nutricionales de los jóvenes ente los 15 a 24 años

#### **¿Quiénes son los involucrados?**

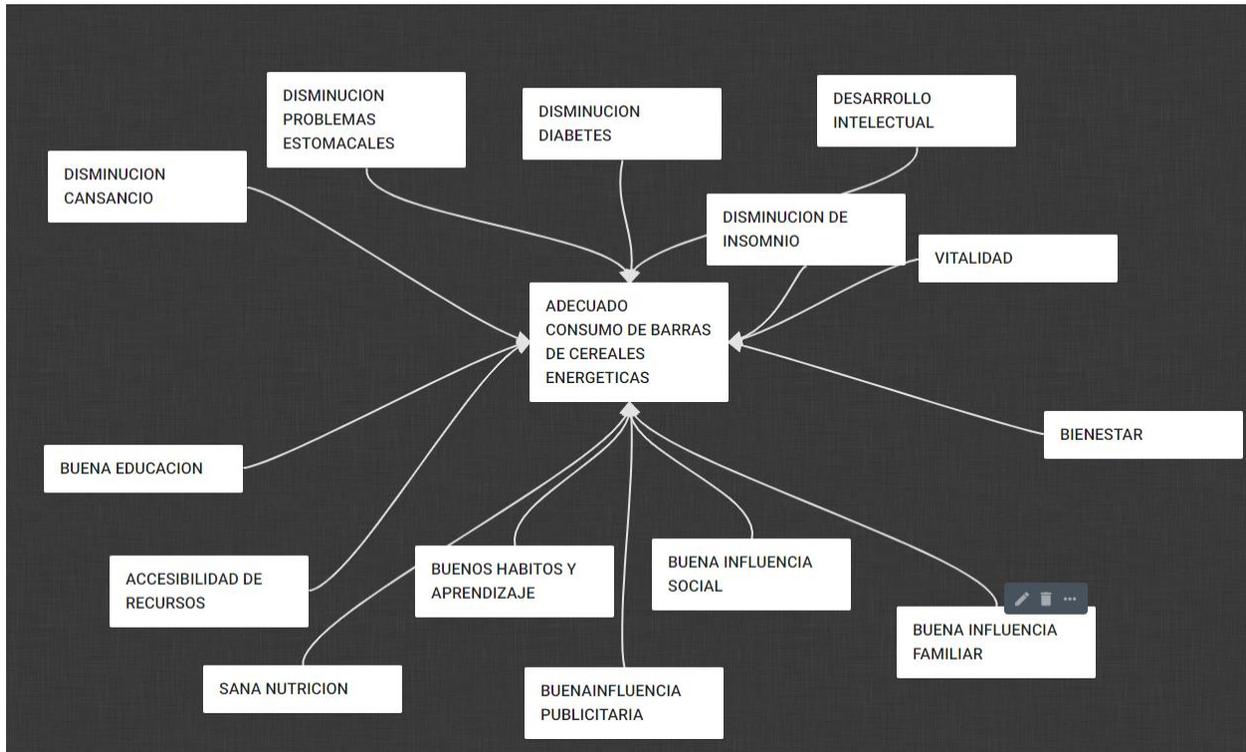
Jóvenes entre los 15 a 24 años

#### **¿Cuáles son las condiciones y causas negativas percibidas por los involucrados?**

- Precios elevados
- Falta de marketing
- Exceso de calorías
- Exceso de carbohidratos
- Uso de endulzantes
- Uso de saborizantes
- Uso de sabores artificiales
- Calidad de los productos
- Poca producción
- Puntos de venta
- Obesidad
- Cansancio
- Fatiga
- Hábitos de aprendizaje
- Falta de educación

[Escriba aquí]

## ARBOL DE OBJETIVOS



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

Si es posible, como por ejemplo se puede generar una sana alimentación mediante el consumo de barras de cereales energéticas

También como, puedo aumentar las ganancias, haciendo buena influencia social sobre el consumo de barras de cereales energéticos

### ¿Es posible combinar las causas?

Si es posible, ya que una buena educación y sana nutrición nos ayuda a obtener mayor accesibilidad a los recursos

[Escriba aquí]

## PREGUNTA PROBLEMA

**¿Cómo lograr un alto consumo de barras nutricionales en los jóvenes entre los 15 a 24 años en la localidad de Fontibón en la ciudad de Bogotá?**

### 6. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

#### Nombre De La Idea De Negocio

Barras nutricionales Greg

#### Descripción De La Idea De Negocio

Nos dimos cuenta que las ideas que más nos gustaba estaban relacionadas con los buenos hábitos alimenticios de las personas, estas ideas nos llevaron a dar con barras de cereales nutricionales, ofreciendo al público una merienda saludable y con aporte nutricional

Barras nutricionales Greg busca captar el sector del mercado de la industria de alimentos nutricionales e integrales, nuestra idea es crear una amplia gama de barras de cereales nutricionales elaboradas a base de quinua, granola, frutas, avena, trigo, maíz, libres de grasas trans y de productos refinados o industrializados, siendo preparados de manera natural

Lograr esta idea con estos criterios no es una tarea tan fácil, pero es un desafío que estamos dispuestos a vencer

### AUTOEVALICION DE LA IDEA DE NEGOCIO

INTERES/DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION(1-5)
LA idea de negocio se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	5
no me incomoda decir a otros , que me dedico en esta actividad	5

[Escriba aquí]

estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar en negocio	5
considero que en 6 meses , puedo tener el negocio funcionando	5

## **ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### **¿Cuál es el producto o servicio?**

barras de cereales nutricionales elaboradas a base de quinua, mijo, alforfón, libres de grasas trans y de productos refinados o industrializados con ingrediente como granola, frutas, avena, trigo, maíz, ricos en vitaminas, proteínas saludables para la salud

### **¿Quién es cliente potencial?**

Jóvenes entre los 15 a 24 años.

### **¿Cuál es la necesidad?**

satisfacer la necesidad de consumo de productos sanos, nutritivos y de fácil acceso

### **¿Como?**

Estableciendo una zona geográfica, diseñando un modo de funcionamiento confiable, bio-seguro

### **¿Porque lo preferían?**

Innovación de los productos, calidad de los productos

## 7. INNOVACION

### **ALTERNATIVAS APARTIR DE ESTRATEGIAS DE INNOVACION**

1. Crear una tienda virtual donde los clientes puedan solicitar nuestros productos, calificar nuestros productos, sugerir sabores además donde puedan hacer pagos en línea
2. Crear una alianza con el gobierno, para incluir nuestro producto en el plan de alimentación escolar
3. Desarrollar barras de cereales con grano de cereal mijo cuyos ingredientes sean vegetales y plantas medicinales como la sábila, jengibre, tomate
4. Desarrollar barras de cereales con grano de cereal alforfón cuyos ingredientes sean frutas como el limón, lulo y manzana, almendras

### **REFORMULACION DE LA IDEA**

Crear una línea de barras de cereales nutricionales con granos de cereal innovadores y muy pocos usados en la industria como lo es el mijo y alforfón cuyos ingredientes principales serán frutas como el limón, lulo, naranja, almendras y ofreciéndolos en diversas plataformas digitales como supermercados y tiendas online

### **COMPARACION CON RESPECTO A LA COMPETENCIA**

La idea de negocio se diferencia con respecto a la competencia en la innovación de los granos integrales, ya que la mayoría de la competencia utiliza como grano integral la harina de trigo, y estos granos que vamos a utilizar son a su vez son igual de fáciles de cultivar y su crecimiento es rápido

También se innovará en las frutas utilizadas como el limón, lulo y naranja debido a que los mercados de barras de cereales no implementan en sus productos frutas cítricas

Finalmente, el empaque de nuestras barras de cereales, tendrá imágenes con mensajes de conciencia de tener una buena alimentación, ya que la competencia

[Escriba aquí]

## 8. FUERZAS DE LA INDUSTRIA

### CONCEPTUALIZACION DE LA EMPRESA

BARRAS NUTRICIONALES GREG dedicada a la producción de barras nutricionales, con una amplia gama de barras de cereales nutricionales elaboradas a base de quinua, granola, frutas, avena, trigo, maíz, libres de grasas trans y de productos refinados o industrializados, siendo preparados de manera natural apto para cualquier persona, enfocándonos en los jóvenes entre los 15 a 24 años, se encuentra en la ciudad de Bogotá, localidad de Fontibón

### ANALISIS DE LA DEMANDA

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

#### **Edades**

Jóvenes entre los 15 a 24 años

#### **Ocupación**

Estudiantes

#### **Estilo de vida**

estilo de vida saludable del que forman parte la alimentación, el ejercicio físico, la prevención de la salud, el trabajo, la relación con el medio ambiente y la actividad social.

**¿Cuáles son sus creencias?**

Consumir alimentos sanos, ricos en proteínas y minerales en proporciones adecuadas para mantener una dieta saludable

[Escriba aquí]

### **¿Cuál es el tamaño del mercado?**

En Colombia, el tamaño del mercado de cereales es de 14.000 toneladas

### **¿Cuál es la cuota de mercado?**

De acuerdo con un informe de TOSH sobre el consumidor colombiano, que se basa en las cifras del estudio de tendencias de Nielsen, 23% del gasto de la canasta familiar hoy corresponde a alimentos saludables.

### **¿Habrá espacio para mi idea de negocio?**

Si habrá espacio para mi idea de negocio, ya que, en una de sus investigaciones de tendencias, Nielsen comprobó que hoy 90% de los consumidores en Colombia están dispuestos a pagar más por alimentos que tengan algún tipo de beneficio funcional

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

En Colombia existen más de 100 marcas, para la distribución, elaboración y comercialización de barras de cereales

Entre las cuales podemos destacar

- GRUPO NUTLESA
- KELLOGS
- NESTLE

[Escriba aquí]

## **¿Cuáles son sus estrategias?**

### **NESTLÉ**

Adquirimos compañías frecuentemente y con ellas el conocimiento acerca de sus consumidores, pero éste viene más de los equipos globales que nos dan el marco estratégico. El plan de implementación y ejecución creativa se les da a los mercados donde va a estar la marca porque son los que saben mejor las necesidades locales de los consumidores.

### **GRUPO NUTRESA**

La Organización definió seis prioridades estratégicas en sostenibilidad, que abarcan los 13 asuntos más relevantes identificados en la matriz de materialidad: Gobierno corporativo, nutrición y vida saludable, sostenibilidad ambiental, empleador y ciudadano responsable, innovación efectiva y Abastecimiento sostenible, en los próximos años el trabajo estará concentrado en estos fortaleciendo la sostenibilidad de la Organización.

### **KELLOGS**

Como estrategia de mercadotecnia, la idea de la compañía es apuntar a mayores ingresos a partir de “pensar qué hará por fuera de las cajas de cereales”.

Tras la tendencia del consumo saludable, los demás fabricantes de cereales empiezan a actuar en sus productos con la eliminación de colorantes artificiales y diferentes sabores en los cereales. Kellogg comenzará a disponer sus productos junto a la sección de frutas y verduras

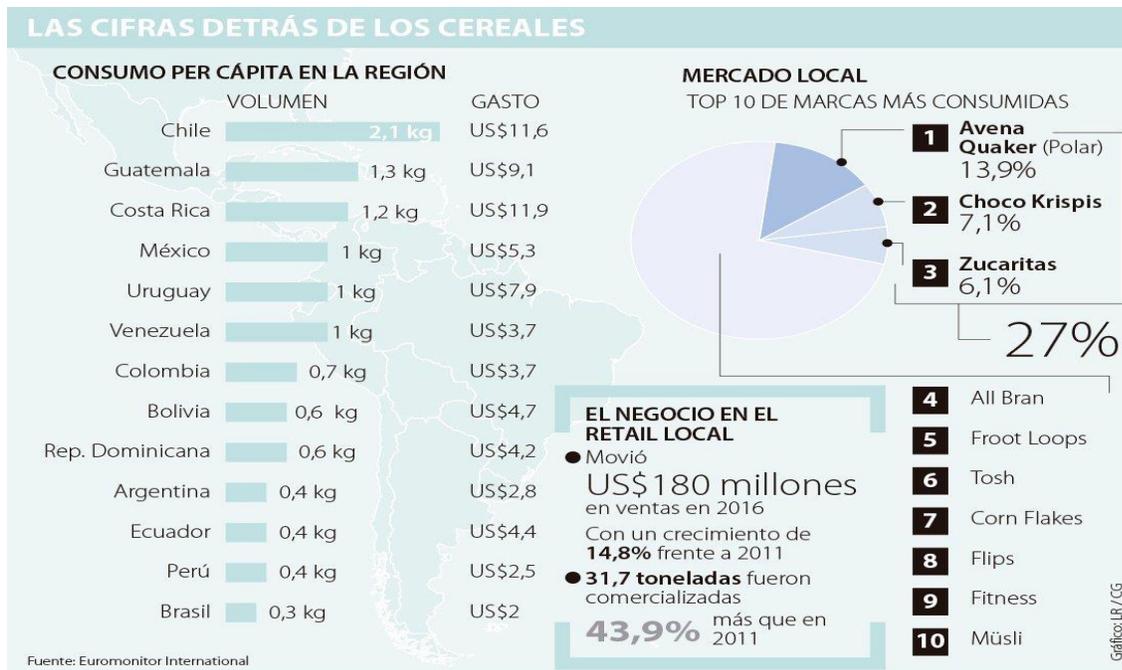
[Escriba aquí]

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?



De acuerdo a la gráfica anterior, Nestlé lidera el mercado de barras de cereales a nivel mundial con unas ventas aproximadas a \$19.644m de dólares y Kellogg está en el puesto 4 con ventas aproximadas en \$6.703 m de dólares

[Escriba aquí]



Como se observa en la gráfica, Colombia es el séptimo país en consumo per cápita de la región con 800 gramos, las ventas de este segmento crecieron 14,8% en los últimos cinco años, lo que permitió mover US\$180 millones en el retail al cierre de 2016.

En este sentido, Avena Quaker, que en el mercado colombiano es comercializada por Alimentos Polar, tiene 13,9% de participación en el negocio, lo que la ubica en el primer lugar de las más consumidas.

El podio de tres lo completan Choco Krispis con 7,1% y Zucaritas con 6,1% del mercado, marcas con las que la compañía Kellogg Colombia completa una participación de 13,2%.

[Escriba aquí]

## **¿Cuáles son los puntos fuertes y sus puntos débiles de nuestros competidores?**

### **PUNTOS FUERTES**

- Innovación
- Sostenibilidad
- Calidad De Productos
- Variedad De Productos

### **PUNTOS DEBILES**

- Productos No Sanos
- Productos Con Alto Contenido De Azúcar
- Precios Altos
- Poca innovación y cambio en el tipo de harina, solo usan harina de trigo y harina de avena

## **¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad?**

### **Precios**

La manera en que hacen negocios nuestros competidores es muy amplia, con respecto a los precios se puede identificar que los precios de un producto varia si se venden en una sola unidad, en paquetes de 6 unidades, o en cajas de 12 o 24 unidades

### **Publicidad**

La publicidad de nuestros competidores la realizan principalmente a través de redes sociales como Facebook, twitter, Instagram, Google, eventos sociales, patrocinios televisivos

## **¿Cómo espera competir?**

- Innovando en nuevos sabores como Lulo, mango, manzana y limón.
- Creando un empaque con imágenes disuasorias de una mala alimentación.
- Creando un empaque con imágenes de una buena alimentación.
- Innovando en los granos integrales como el mijo y alforfón.

[Escriba aquí]

### ¿Cómo espera hacerlo mejor?

- Innovando en nuevos
- Aportando productos diferentes
- Ampliando la gama de productos
- Estrategia publicitaria
- Empaques innovadores

### ¿Cuáles son las barreras de acceso?

- **Falta de conocimientos:** A muchas personas se les hace difícil emprender porque sus conocimientos son muy limitados. No tienen conocimientos relacionado a ninguna área que no sea la que han trabajado toda su vida.
- **Financiamiento:** Aunque hay muchas maneras de financiar nuestros proyectos, éstos también suelen ser un poco complicado. Como conseguir un crédito, buscar inversionistas o encontrar alguien dispuesto a ser un socio y cubrir a mitad los gastos.
- **Falta de contactos:** no contar con una red de contactos. Puede ser complicado iniciar un negocio sin tener una relación con ciertas entidades.

### ¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y las tendencias cambiantes que pudieran afectar a su negocio en el futuro?

Contando con un equipo especializado, que estén atentos a los cambios y tendencias que se esté dando en el mercado

### ¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

Si, desde que haya competencia, siempre existirán amenazas de nuevos bienes entrantes

[Escriba aquí]

## **Bienes sustitutos**

Para la empresa en desarrollo, es necesario manifestar que la amenaza de productos sustitutos es alta, debido a que, si bien las tendencias de consumo rondan lo saludable, varias compañías de alimentos que las producen y comercializan también se dirigen hacia allá ya que el primer hecho evidente en esta industria es que nunca ha dejado de evolucionar ni crecer.

Consecuente con lo anterior, se enfatiza el mercado de las galletas el cual ha tenido una notable eficacia en la innovación de productos listos para el consumo. Tanto la adición de fibra, como la reducción de grasas trans, han impulsado las ventas en este tipo de productos. Uno de los desarrollos más destacados en esta categoría fue el de Galletas Tosh.

Las galletas con adición de fibra, además de ingredientes como avena y frutos rojos representaron ventas nada desdeñables para la Compañía Nacional de Chocolates. De acuerdo con su informe de estados financieros: En el negocio de las galletas, las ventas de nuevos productos sumaron \$91.975 millones, representando el 12,6% de las ventas totales. Se destacan los lanzamientos de Saltín Penta, Saltín Taco Día y Tosh Avena y Frutos Rojos. (Revista I Alimentos, 2015, párr. 6).

Por lo anterior, el grupo investigador pretende incursionar con un producto cuyas propiedades no hayan sido exploradas por las grandes empresas que están actualmente posicionadas en el mercado, con el fin de atraer a los consumidores resaltando las propiedades nutricionales de la quínoa, mijo, alforfón como materia prima base para la producción de las barras energéticas propuesta en esta investigación.

[Escriba aquí]

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	PAGINA WEB	VENTAJA COMPETITIVA	PAISES IMPORTADORES	IMAGEN
GRUPO NUTRESA	Barras de cereal con frutos del bosque y sabor a yogurt griego Toshi	8140	<a href="https://gruponutresa.com/">https://gruponutresa.com/</a>	VARIEDAD DE PRODUCTOS Y CALIDAD DE PRODUCTOS	Colombia, Chile, Costa Rica, Guatemala, México, Panamá, Estados Unidos, Venezuela, Ecuador, El Salvador, Nicaragua, Perú, República Dominicana y Malasia	
NESTLE	Mezcla Fitness mixes frutos rojos paquete x 35g	2190	<a href="https://www.nestle.com.co/">https://www.nestle.com.co/</a>	VARIEDAD DE PRODUCTOS Y CALIDAD DE PRODUCTOS	Nestlé está estructurada en 3 áreas geográficas: Emena (Europa, Oriente Medio y Norte de África ) Américas y Asia- Oceania- África- y realiza operaciones en prácticamente todo el mundo.	
KELLOGGS	BARRA DE CEREAL SPECIAL K, 3800029175, CON PROTEÍNA SABOR A FRESA	6930	<a href="https://www.kellogg.es/es/home.html">https://www.kellogg.es/es/home.html</a>	VARIEDAD DE PRODUCTOS Y CALIDAD DE PRODUCTOS	está presente en más de 180 países, en los que comercializa más de 1.600 tipos de productos que incluyen, además de una gran variedad de alimentos elaborados a base de cereales	

Como se observa en la gráfica anterior, los precios ofrecidos a los productos por la competencia varían dependiendo de la cantidad de ingredientes y sabores que estén incluidos en el empaque, en el caso de Kellogg, presenta una barra de cereal con harina de trigo sabor fresa por un valor aproximado a los 6330 pesos, Nestlé nos presenta un producto de solo frutos rojos, pero sin harina de trigo, y Grupo Nutresa nos presenta su barra de cereal donde incluye harina de trigo, frutos rojos, por un precio mucho más alto aproximado a los 8140 pesos

[Escriba aquí]

## **COMERCIALIZACION**

### **¿Cómo es el producto de nuestro competidor?**

#### **Por tamaño**

- Muchos de los productos de nuestros competidores, los venden por unidad, por paquetes donde vienen 6 o 12 unidades

#### **Por imagen y marca**

- Publicidad

#### **Por distribución**

- Cobertura a nivel nacional

#### **Por variedad**

- Variedad de ingredientes en los productos, como lo son frutas, cereales, arroz, entre otros.

### **¿En qué consisten sus productos?**

Sus productos son a base de Miel de abeja, Miel, Granola, Quinoa, Frutos secos, almendras, nueces, pasas, Chocolate, Frutas varias y cereales

### **¿Cuánto vale?**

Los precios varían dependiendo de sus componentes, sus precios varían desde los 1000 pesos colombianos hasta los 90.000 pesos

[Escriba aquí]

### ¿Qué valores añadidos tienen?

- Prestigio y experiencia de la marca
- Experiencia de compra
- Precio
- Modo de consumo
- Personalización de los productos

## 6.5 ANALISIS DE LOS PROVEEDORES

**CONNPLANTS:** PROVEDOR DE QUINUA, FRUTAS, FIBRAS

**TELEFONO:** 301 445 3884

**LOCALIZACION GEOGRAFICA:** CALI COLOMBIA

**EXPERIENCIA:** MAS DE 1 AÑOS

**POSIBILIDAD DE ALIANZA:** SI

**CUMPLIMIENTO LEGAL:** SI

**CONOCIMIENTO DEL MERCADO:** SI

**PRECIOS:** Tarifas dependiendo el producto

**CONOCIMIENTO DEL MERCADO:** SI

**VENTAJA COMPETITIVA:** La Quinoa y las Frutas provienen directamente del campo



**INDUSTRIA HARINERA LOS TIGRES:** importadora y distribuidora de cereales y productos procesados

**TELEFONO:** 311 5616551

**LOCALIZACION GEOGRAFICA:** BOGOTA COLOMBIA

**EXPERIENCIA:** MAS DE 20 AÑOS

**POSIBILIDAD DE ALIANZA:** SI

**CUMPLIMIENTO LEGAL:** SI

**CONOCIMIENTO DEL MERCADO:** SI



[Escriba aquí]

**PRECIOS:** Tarifas dependiendo el producto

**VENTAJA COMPETITIVA:** No es una empresa intermediaria, cuentan con su propia fábrica de procesamiento y distribución de cereales

**FRUANDINA LTDA:** PROVEEDOR DE FRUTAS Y VERDURAS

**TELEFONO:** (57-1) 841 5680 / 841 5681 Fax: (571) 841 5682

**LOCALIZACION GEOGRAFICA:** Siberia, Bogotá

**EXPERIENCIA:** Más de 2 años

**POSIBILIDAD DE ALIANZA:** SI

**CUMPLIMIENTO LEGAL:** SI

**CONOCIMIENTO DEL MERCADO:** SI

**PRECIOS:** Tarifas dependiendo el producto

**VENTAJA COMPETITIVA:** Las frutas y verduras provienen directamente del campo



[Escriba aquí]

## 9. SEGMENTACION DEL MERCADO

### **BONDADES DEL PRODUCTO**

- Son un gran suplemento dietario
- Tienen alto contenido de fibra
- Brindan saciedad
- Mejora las funciones intestinales
- Evita el estreñimiento
- Mejora el corazón
- Ayuda a evitar anemia
- Son fácil de llevar
- Son fácil de consumir
- Variedad de sabores
- Variedad de precios
- Variedad de tamaños
- Ayudar a la salud
- Aportan muchas vitaminas
- Bajo contenido de azúcar
- Libre de grasas tras

[Escriba aquí]

	<p>ATRAVEZAR PROBLEMAS ECONOMICOS, PASAR POCO TIEMPO CON SU FAMILIA, QUEDARSE SIN EMPLEO, ENGORDAR</p>	<p>CREAR SU PROPIA EMPRESA EN 2 AÑOS, TENER CASA PROPIA, TENER OTRO HIJO, VIVIR UNA VIDA SALUDABLE</p>
<p>MARIA LOPEZ, MUJER DE 36 AÑOS, VIVE EN BOGOTA, BARRIO FONTIBON, INDEPENDIENTE CON INGRESOS DE 1 SALARIO MINIMO</p>	<p>TRATA DE OBTENER MAS RECURSOS ECONOMICOS, VENDIENDO OTROS PRODUCTOS A SUS CLIENTES</p>	<p>ALCANZA SU META VENDIENDO ARTICULOS ESTETICOS INDEPENDIENTEMENTE, SU PRINCIPAL BARRERA ES EL DINERO, YA QUE NO CUENTA CON LO SUFICIENTE Y TIEMPO, YA QUE TIENE QUE CUIDAR DE SU HIJA PEQUEÑA Y NO CUENTA CON APOYO FAMILIAR</p>
<p>FRASES QUE DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</p>	<p>mis experiencias nunca han sido un fracaso, pues siempre he demostrado mi buen trabajo</p>	
<p>EXISTEN OTROS FACTORES A TENER ENCUENTA?</p>	<p>no</p>	

### ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

Los clientes ideales los puedes encontrar de la siguiente manera:

1. **A través de la Red:** por medio de campañas de publicidad, redes sociales
2. **A pie de calle:** Por medio de encuestas, demostraciones del producto

### ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- Valor
- Apoyo
- Confiabilidad

[Escriba aquí]

- Empatía
- Respeto
- Lealtad

### **Entorno de su cliente durante la semana**

En la semana me encuentro con varios clientes potenciales, que desean tener una sana y mejor alimentación

### **Necesidades Presentadas por el cliente**

- Sana alimentación
- Sustituir una de las comidas diarias a una opción más saludable
- Mejorar su estado físico
- Mejorar su salud

### **¿Explique cómo se ajustan las bondades a su cliente ideal?**

Se ajustan a mi cliente ideal, ya que el producto que ofrecemos es sano y nutritivo, con una amplia gama de sabores y componentes, que ayudan a la salud

### **¿Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo?**

De acuerdo con un informe de Tosh sobre el consumidor colombiano, que se basa en las cifras del estudio de tendencias de Nielsen, 23% del gasto de la canasta familiar hoy corresponde a alimentos saludables.

[Escriba aquí]

**¿Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo? ¿Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto? ¿Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto?**

De acuerdo con un informe de TOSH sobre el consumidor colombiano, que se basa en las cifras del estudio de tendencias de Nielsen,

Nielsen comprobó que hoy 90% de los consumidores en Colombia están dispuestos a pagar más por alimentos que tengan algún tipo de beneficio funcional

## **SEGMENTACION GEOGRAFICA**

**Continente:** suramericano

**País:** Colombia

**Ciudad:** Bogotá

**Localidad:** Fontibón

**Clima:** Mayormente nublado

## **SEGMENTACION DEMOGRAFICA**

- **Género:** Masculino y femenino
- **Orientación sexual:** Homosexual, heterosexual, entre otras
- **Edad:** Entre los 15 a 24 años
- **Religión:** cristiana, católica, entre otras
- **Educación:** Estudiantes de secundaria y estudiantes de universidad
- **Tamaño familiar:** 5 personas
- **Ingresos económicos familiares:** Entre 1 a 2 salarios mínimos mensual vigente (\$877.803)

## **SEGMENTACION PSICOGRAFICA**

[Escriba aquí]

- **Personalidad:** Clientes activos, clientes desconfiados, clientes asesores, clientes agresivos, clientes entusiastas
- **Estilo de vida:** Los sofisticados, Progresistas, Los modernos
- **Clase social:** Clase alta, media alta, media, media baja y baja
- **Valores:** Confiabilidad, Empatía, Actitud positiva
- **Actitudes:** Controladora, Analítica, Leal
- **Intereses:** Alimentación Saludable, Estado físico, Estado mental

## **SEGMENTACION POR COMPORTAMIENTOS**

- **Nivel de fidelidad:** Baja
- Tendencias a costumbres sanas
- Búsqueda contante de productos innovadores

[Escriba aquí]

## 10. PROPUESTA DE VALOR

### **TRABAJOS DEL CLIENTE**

- Mejorar su estado de salud
- Comer saludablemente
- Relajarse
- Entretenerse
- Compartir con alguien

### **ALEGRÍAS DEL CLIENTE**

- Comodidad
- No gastar mucho dinero
- Opiniones de amigos
- Obtener buenas ganancias
- Consumir productos saludables
- Tener una vida sana

### **FRUSTRACIONES DEL CLIENTE**

- Escasez de recursos
- Opciones limitadas
- Tiempo insuficiente
- Perder horas de trabajo
- Necesitar conocimientos
- Poca hora de trabajo
- Engordar
- Mal estado de salud

### **PRODUCTOS Y SERVICIOS**

- Barras de cereales con quinua sabor limón con almendras
- Barras de cereales con alforfón, sabor lulo con almendras
- Barras de cereales con mijo y frutas cítricas con almendras
- Barras de cereales con mijo sabor limón con almendras
- Barras de cereales con alforfón sabor limón con almendras

[Escriba aquí]

## **ALIVIADORES DE FRUSTRACIONES DEL CLIENTE**

- Tener sitios cercanos para la comercialización de las barras de cereales
- Saber dónde hay gente
- Ofrecer un producto sano sin grasas trans
- Precios acordes a las necesidades
- Variedad de productos

## **CREADORES DE ALEGRÍA**

- **Ofrecer productos saludables**
- **Ofrecer productos con calidad**
- **Ayudar a mejorar la calidad de vida**

## **DECLARACION DE PROPUESTA VALOR**

Nuestra propuesta de valor es dar un producto saludable que es muy fácil y rápido de preparar y a su vez consumir, el cual está libre de químicos añadidos, libres de grasas trans y de productos refinados o industrializados, así mismo Barras Nutricionales Greg se basa en granos integrales como la Quinoa, Mijo y alforfón que son granos integrales que aportan un alto valor nutricional.

[Escriba aquí]

## 11. DISEÑO DEL PRODUCTO

### FASES PARA EL DISEÑO DEL PRODUCTO

#### 1. ESTRATEGICA NECESIDADES

- Consumo de alimentos rápidos entre comidas que no requieran preparaciones complejas
- Mantenerse joven y con energía por más tiempo
- Alimentarse pensando en la nutrición y la salud
- Sentirse identificado con un grupo social fitness

#### ESTRATEGICA (PROPUESTA VALOR)

#### PROPUESTA VALOR

MANTENERSE EN FORMA Y CON ENERGIA LO PUEDES HACER CON UNA SIMPLE MORDIDA, SOMOS LO QUE NECESITAS

#### RAZONES PARA CREER LA PROPUESTA VALOR

- **Ingredientes funcionales:** Una gran fuente de energía para el cerebro, músculos y sistema nervioso
- **Efecto saciante:** Mantener lleno por más tiempo

[Escriba aquí]

## **ESTRATEGIA LEGISLACION**

- **Decreto 3075 de 1997**

Principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se minimicen los riesgos inherentes durante las diferentes etapas de la cadena de producción.

### **¿Para qué sirve el decreto?**

- Para producir alimentos seguros e inocuos y proteger la salud del Consumidor
- Para tener control higiénico de las áreas relacionadas con el procesamiento
- Para sensibilizar, enseñar y capacitar a los técnicos y manipuladores en todo lo relacionado con las practicas higiénicas
- Para mantener los equipos y utensilios en perfecto estado de limpieza y desinfección.

- **Resolución 2674 de 2013**

La resolución establece los requisitos sanitarios que deben cumplir todas las personas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas.

Además establece los requisitos para la notificación, permiso Y registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

- **Resolución 333 Del 2011**

La presente resolución tiene por objeto establecer el reglamento técnico a través del cual se señalan las condiciones y requisitos que debe cumplir el rotulado o etiquetado nutricional de los alimentos envasados o empacados nacionales e importados para consumo humano que se comercialicen en el territorio nacional, con el fin de proporcionar al consumidor una información nutricional lo suficientemente clara y comprensible sobre el producto, que no induzca a engaño o confusión y le permita efectuar una elección informada.

[Escriba aquí]

- **RESOLUCION 719 DE 2015**

Establece que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional, requerirán de notificación sanitaria, permiso sanitario o registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social

- **Norma ISO 9001: Calidad del proceso y calidad del producto**

La norma ISO 9001 reúne los requisitos que deben cumplir un producto o un servicio para obtener resultados conformes y poder ofrecerlos a los clientes. La organización que implante un Sistema de Gestión de la Calidad deberá respetar cada uno de los requisitos que contiene, y en caso de que alguno no sea aplicable por cuestiones justificadas este no cumplimiento no puede afectar a la conformidad del producto o servicio.

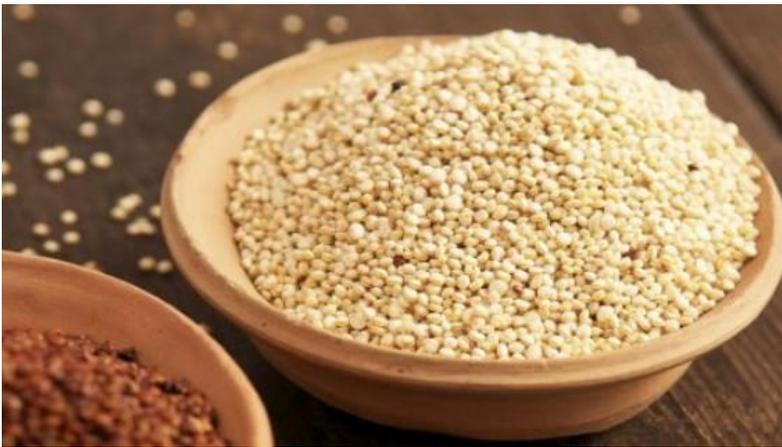
[Escriba aquí]

## **DISEÑO DE CONCEPTO**

### **INSUMOS:**

Los siguientes insumos son necesarios para la producción de barras energéticas a base de quínoa, mijo y alforfón:

#### **1. QUINUA**



### **PROPIEDADES Y BENEFICIOS:**

- Tiene hasta un 23% de proteína.
- Contiene minerales: calcio, hierro y magnesio.
- Posee vitaminas C, E, B1, B2 y fósforo.
- Rica en aminoácidos que favorecen el desarrollo cerebral.
- Gran contenido en omega 6.
- Es fuente de fibra soluble e insoluble.
- Su índice glucémico es muy bajo.

[Escriba aquí]

## 2. MIJO



### **PROPIEDADES Y BENEFICIOS:**

- **Energía:** 207 kcal
- **Hidratos de carbon:** 41.2 g
- **Proteínas:** 6.11 g
- **Grasas:** 1.74 g
- **Fibra:** 2.26 g
- **Fósforo:** 174 mg
- **Potasio:** 108 mg
- **Magnesio:** 76.6 mg
- **Sodio:** 3.48 mg
- **Zinc:** 1.58 mg
- **Vitamina B3 (niacina):** 1.33 mg
- **Vitamina B6 (piridoxina):** 0.10 mg

[Escriba aquí]

### 3. ALFORFON



#### **PROPIEDADES Y BENEFICIOS**

- **Su proteína es completa y de alto valor biológico**
- **No contiene gluten**
- **Es rico en fibra**
- **rico en vitaminas como la E, B1, B2, B6 y B9, y minerales como el potasio, fósforo, calcio, azufre, zinc y selenio**

[Escriba aquí]

#### 4. ALMENDRAS



##### **PROPIEDADES Y BENEFICIOS**

- Su aporte en carbohidratos nos ofrece energía para afrontar la jornada más exigente
- Bueno para el corazón
- Buenas para huesos y dientes
- Buenas para el cerebro
- El zinc que contiene las almendras mejora el funcionamiento del sistema inmunitario, favorece el crecimiento y combate los estados de fatiga o cansancio
- Su contenido en selenio y vitamina E combate los radicales libres, y ayuda a prevenir enfermedades degenerativas.

#### 5. Aceite de maíz no OGM



[Escriba aquí]

## **PROPIEDADES Y BENEFICIOS**

- Rico en Vitamina E, la cual ayuda en a evitar enfermedades circulatorias o vasculares.
- Previene la formación de radicales libres lo que ayuda a evitar el envejecimiento de las células y tiene un efecto antioxidante.
- Es muy utilizado a la hora de dar masajes ya que nutre e hidrata la piel.
- Tiene un alto contenido en Omega 6, los cuales ayudan a regular la producción de energía de nuestro metabolismo y a mantener la salud ósea, así como la del cabello y de la piel.

## **MAQUINARIA Y EQUIPOS**

Se llama máquina a todo instrumento inventado por el hombre para auxiliar su trabajo; y se llama maquinaria a toda combinación de instrumentos que bajo la dirección del hombre desarrollan considerables fuerzas dentro de una industria. Dichos aparatos forman parte de una línea de producción y son necesarios para desarrollar el proceso productivo o comercial de la actividad desarrollada. A continuación se presenta el presupuesto definido por el grupo de emprendedores destinado para la maquinaria y equipos

### **✓ Prensa De Aceite De Semilla De Girasol**



[Escriba aquí]

### **Característica:**

puede utilizarse para prensar diferentes tipos de semillas oleaginosas aparte de semilla de girasol. Por ejemplo, esta prensa de aceite puede procesar materiales oleaginosos tales como cacahuetes, soja, colza, semillas de algodón, semillas de sésamo, coco o copra, semillas de té, entre otros. se caracteriza por su estructura compacta, de fácil manejo y alto nivel de producción de aceite

- ✓ **Tanque acero inoxidable almacenamiento líquidos 4000lts**



### **Características:**

requieren de una óptima transmisión de temperatura y/o un mantenimiento homogéneo para productos que tienden a su separación por densidad o que tienen partículas en suspensión y que tienden a precipitar.

[Escriba aquí]

Su función principal es la de realizar una mezcla óptima del producto mediante los sistemas de agitación:

- ✓ Mezcla
- ✓ Dispersión
- ✓ Emulsión
- ✓ Mantenimiento homogéneo
- ✓ Transmisión de temperatura

- ✓ Bascula electrónica digital



### **Característica:**

La balanza digital debe ser calibrada antes de hacer uso de ella, ya que la precisión es uno de los aspectos más importantes de este tipo de aparatos, pues se trata del aspecto que aporta calidad tanto al trabajo que se realiza como al resultado final del mismo. Cuando se lleva a cabo la medición del peso de un objeto, resulta muy importante que el resultado sea fiable, ya que el resultado del peso es el objetivo del proceso de medición.

[Escriba aquí]

## TECNOLOGIA

Con el fin de llevar a cabo actividades administrativas, comerciales y operativas, la obtención de herramientas tecnológicas se hace necesaria para optimizar los procesos y dar cumplimiento eficaz y efectivo a los objetivos organizacionales propuestos, por ello a continuación se reflejan los elementos tecnológicos necesarios:

- ✓ Equipo de producción de barras energéticas

<b>Equipo de producción de barras energéticas</b>	
ESPECIFICACIONES	DATOS DEL EQUIPO
Capacidad:	1 tonelada cada 24 horas
Potencia de motor:	7,5 kW-1440rpm.
Tamaño:	1910 x 610 x 765 mm.
Peso:	620 kg
Potencia del calentador:	1,5 kW
Gabinete de control:	380 V, 50 Hz, trifásico.

- ✓ **Marmita aceryco**

[Escriba aquí]

<b>MARMITA ACERYCO</b>	
<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>DATOS DEL EQUIPO</b>
<b>Características Generales</b>	<p>Equipos diseñados para la cocción y procesos de preparación de alimentos.</p> <p>Disponibles en diferentes capacidades; funcionamiento mediante gas, aceite térmico o vapor; diseño volcable o fijo, cilíndricas, cuadradas, con o sin agitación.</p> <p>Construida totalmente en acero inoxidable tipo AISI 304 Calibre-12, 14, 18. Posee sistema de aislamiento de calor, moto reductor, Agitación tipo ancla con raspadores a 60 rpm. Quemadores ensamblados para gas natural o propano.</p>

[Escriba aquí]

✓ **Embolsadora automática horizontal tipo flowpack**

<p><b>EMBOLSADORA AUTOMATICA HORIZONTAL TIPO FLOWPACK</b></p>																							
<p><b>ESPECIFICACIONES</b></p>	<p><b>DATOS DEL EQUIPO</b></p>																						
<p><b>Características Generales</b></p>	<p>Maquina embolsadora horizontal automática con fotocelda. Control constante de temperatura, ajustable a casi cualquier material de empaque.</p> <table><tr><td>MODELO</td><td>JDB-280D</td></tr><tr><td>CAPACIDAD</td><td>40 a 200 BOLSAS /MIN</td></tr><tr><td>TAMAÑO DE LA BOLSA (Alto)</td><td>65-190 MM Y 120-280 MM</td></tr><tr><td>TAMAÑO DE LA BOLSA (Ancho)</td><td>30-110 MM</td></tr><tr><td>ALTO DEL PRODUCTO</td><td>MAX 40 MM</td></tr><tr><td>ANCHO DE LA PELICULA</td><td>MAX 250 MM</td></tr><tr><td>DIAMETRO DEL ROLLO DE PELICULA</td><td>LAMAX 320 MM</td></tr><tr><td>ENERGIA</td><td>2.4kw</td></tr><tr><td>PESO</td><td>800kg</td></tr><tr><td>VOLTAJE</td><td>220 volts monofasica</td></tr><tr><td>DIMENSIONES(LargoxAnchoxAltura)</td><td>3770x640x1450 MM</td></tr></table>	MODELO	JDB-280D	CAPACIDAD	40 a 200 BOLSAS /MIN	TAMAÑO DE LA BOLSA (Alto)	65-190 MM Y 120-280 MM	TAMAÑO DE LA BOLSA (Ancho)	30-110 MM	ALTO DEL PRODUCTO	MAX 40 MM	ANCHO DE LA PELICULA	MAX 250 MM	DIAMETRO DEL ROLLO DE PELICULA	LAMAX 320 MM	ENERGIA	2.4kw	PESO	800kg	VOLTAJE	220 volts monofasica	DIMENSIONES(LargoxAnchoxAltura)	3770x640x1450 MM
MODELO	JDB-280D																						
CAPACIDAD	40 a 200 BOLSAS /MIN																						
TAMAÑO DE LA BOLSA (Alto)	65-190 MM Y 120-280 MM																						
TAMAÑO DE LA BOLSA (Ancho)	30-110 MM																						
ALTO DEL PRODUCTO	MAX 40 MM																						
ANCHO DE LA PELICULA	MAX 250 MM																						
DIAMETRO DEL ROLLO DE PELICULA	LAMAX 320 MM																						
ENERGIA	2.4kw																						
PESO	800kg																						
VOLTAJE	220 volts monofasica																						
DIMENSIONES(LargoxAnchoxAltura)	3770x640x1450 MM																						

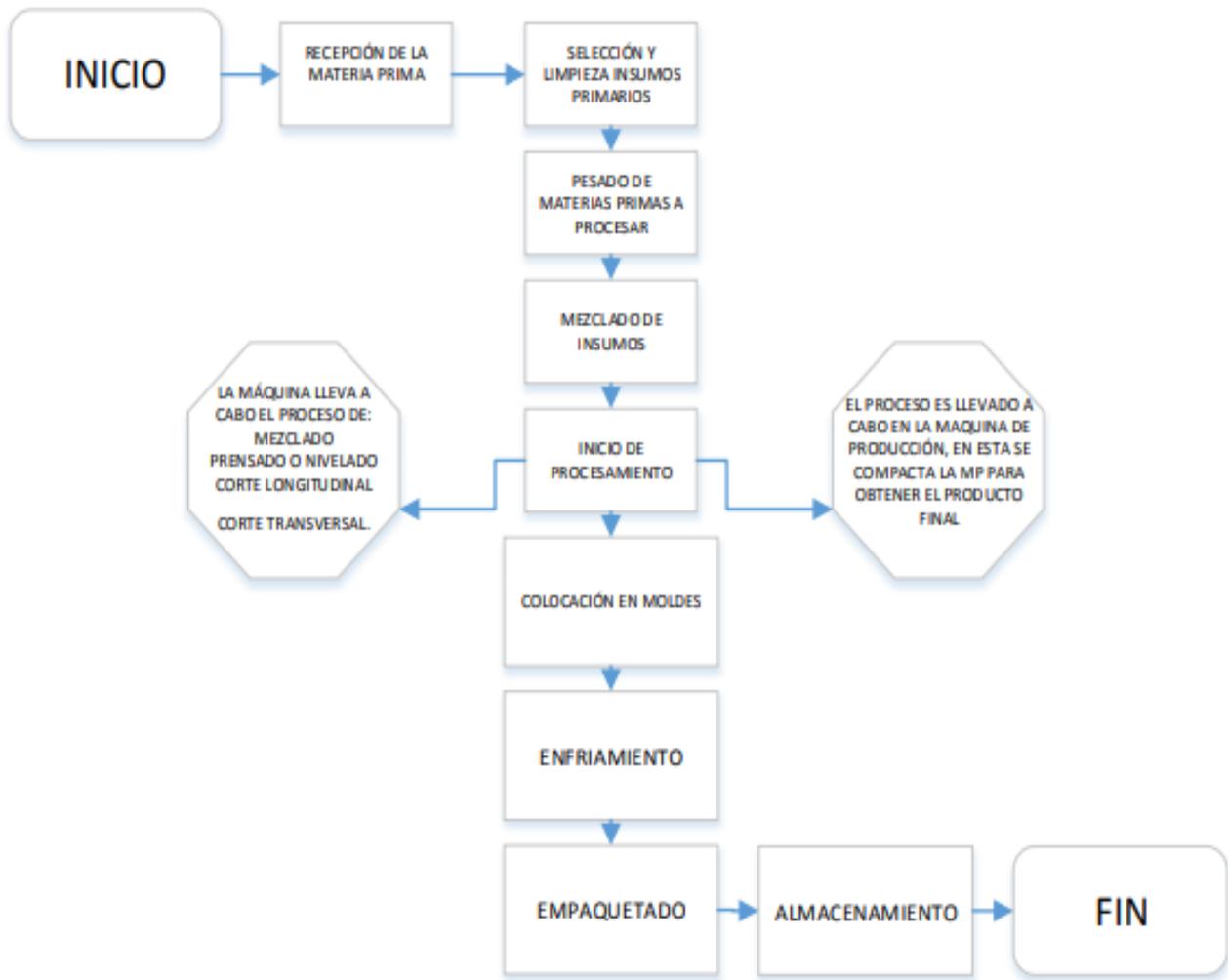
[Escriba aquí]

✓ **Etiquetadora Automática**

<b>Etiquetadora Automática</b>	
ESPECIFICACIONES	DATOS DEL EQUIPO
Diámetro	1 a 30 cms
Alto	3 a 15 cms
Producción	60 a 140 botellas / min
Ancho de la Etiqueta	2 a 10 cms
Largo de la Etiqueta	1.5 a 8 cms
Diámetro Exterior para el rolado del rodillo	30 cms
Diámetro Interior para el rolado del rodillo	7.6 cms
Energía y Consumo	220V 50 HZ 250 Watts
Peso	200 Kq
Dimensiones	180 cms x 90 cms x 140 cms

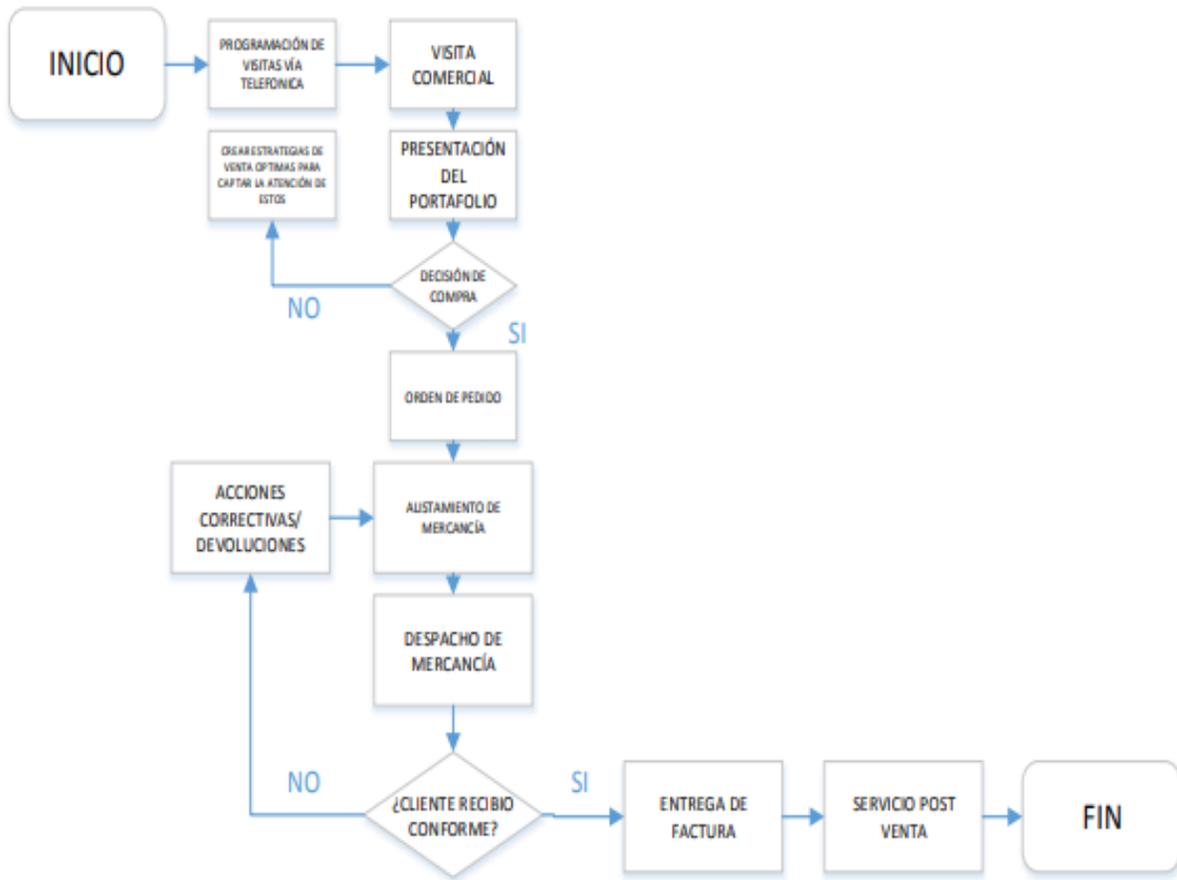
[Escriba aquí]

## 2. DIAGRAMA DE BLOQUES PROCESO DE PRODUCCION



[Escriba aquí]

## DIAGRAMA DE BLOQUES CADENA DE DISTRIBUCION



[Escriba aquí]

d) Validación y Verificación

Indicadores de calidad que se evalúan antes de salir al mercado

- ✓ **Viscosidad:** Las mediciones de viscosidad son importantes en la industria para apoyar los cálculos de flujo de líquidos, en la determinación de coeficientes de transferencia de calor y en el control de los procesos químicos
- ✓ **Textura:** La apariencia de un producto, la sensación al tocarlo y al sentirlo en la boca, todo esto forma la percepción multisensorial de un alimento en nuestra boca,
- ✓ **Contenido de Humedad:** El contenido de humedad afecta a la capacidad de procesamiento, al período de conservación, a la usabilidad y a la calidad del producto. La determinación exacta del contenido de humedad desempeña, por lo tanto, un papel clave para garantizar la calidad
- ✓ **Identificación de contaminantes:** la identificación de contaminantes permite detectar los problemas de los procesos y garantizar la seguridad y la calidad del producto
- ✓ **Identificación química:** Además de características físicas como tamaño y forma de partícula, la identidad química de las partículas puede ser importante.
- ✓ **Tamaño:** constituye la personalidad del producto, aportando información al consumidor y pudiendo ser un elemento diferenciador de la competencia
- ✓ **la concentración de partículas:** La medición de la concentración de partículas es un requisito común en una amplia gama de aplicaciones. En muchos casos, no basta con conocer el tamaño de partícula, puesto que la concentración de la muestra también puede afectar el desempeño del producto.
- ✓ **Durabilidad:** La probabilidad de que un producto va a seguir funcionando en los niveles de expectativas de los clientes, a la vida útil sin necesidad de la revisión o la reconstrucción, debido al desgaste
- ✓ **Firmeza:** Un producto blando es uno que muestra una ligera resistencia a la deformación, un producto firme es moderadamente resistente a la deformación
- ✓ **Diseño:** Un indicador de calidad no debe dar lugar a interpretaciones diferentes, debe ser conciso

[Escriba aquí]

- ✓ **Imagen del producto:** La imagen del producto es un factor importante ya que genera expectativas frente a los de la competencia, es un elemento fundamental de diferenciación y posicionamiento

e) Producción

## CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El producto se encuentra en el ciclo de vida de crecimiento por los siguientes factores:

- ✓ Es un producto con el mercado competitivo está aumentando
- ✓ Las barras de cereales han sido aceptadas significativamente en el mercado
- ✓ En los últimos años, han aumentado las empresas competidoras atraídas por el rápido incremento en las ventas
- ✓ Se puede crear una amplia gama de producto por mayor
- ✓ Hay muchas oportunidades de negocio ,ya que se suele alcanzar mayores beneficios por unidad vendida

### 9.1. FICHA TECNICA

**Nombre Del Producto:** BARRAS NUTRICIONALES GREG

**Composición Del Producto:** Las materias primas utilizadas son nacionales trigo, avena, maíz, arroz y frutas, pasas de uva, almendras y miel, entre otras

#### Portafolio de Productos

- Barras de cereales con quinua sabor limón con almendras
- Barras de cereales con alforfón, sabor lulo con almendras
- Barras de cereales con mijo y frutas cítricas con almendras
- Barras de cereales con mijo con trozos de limón y almendras
- Barras de cereales con alforfón trozos de limón y almendras

[Escriba aquí]

### **Combos, paquetes especiales**

- Pague 4 lleva 5: con esta oferta se busca que el consumidor al momento de realizar la compra de 4 unidades de barras de cereales, recibe uno completamente gratis
- Descuento del 10%: con esta oferta se busca que el consumidor después de comprar una unidad de barras de cereal, la segunda unidad tiene un 10% de descuento

### **Canales de información**

- Correo electrónico: [Barrasnutricionalesgreg@gmail.com](mailto:Barrasnutricionalesgreg@gmail.com)
- Celular: 3142696418
- Facebook, Instagram, twitter: [Barrasgreg@gmail.com](mailto:Barrasgreg@gmail.com)

### **Empaque**

#### **Diseño**



[Escriba aquí]

<i>Inf. Nutricional</i>		<b>Ingredientes:</b>	
<i>Valor Energético 456 kcal</i>		Harina - Huevo - Azúcar - Agua	
<u>Grasas</u>	31,30 gr.	Manteca de cerdo - Levadura	
<u>Grasas Saturadas</u>	29,63 gr.	Harina - Huevo - Manteca de cerdo	
<u>Hidratos de Carbono</u>	40,10 gr.	<hr/>	
<u>Grasas</u>	38,40 gr.	Peso Neto: 50gr.	
<u>Proteínas</u>	5,70 gr.	F. Consumo Preferente: 05/08/2017	
<u>Sodio</u>	0,29 gr.	Lote: 05/08/2017	
 		<hr/>	
<b>Contacto</b>		Conservar en lugar fresco y seco	
Barrasgreg@gmail.com			

Como se muestra en la ilustración, el diseño de nuestro empaque es transmitir frases motivadoras que inciten el consumo de alimentos saludables

### Tamaño

- Pequeño: 20 gramos
- Grande : 40 gramos

### Valor Nutricional

- El producto posee cero grasas trans.
- Excelente fuente de fibra dietética.
- El consumo de grasas trans debe representar menos del 1% de las calorías diarias ingeridas.
- Contiene 16% del valor diario de fibra dietética por porción
- Contiene 6% del valor diario de vitamina C por porción
- Contiene 1500 mg de ácidos grasos omega-6 por porción
- El producto es 100% Natural sin gluten.
- Muy bajo contenido de sodio.

[Escriba aquí]

### **Material de empaque**

- Polipropileno

### **Condiciones de conservación**

- ✓ temperatura ambiente (20 a 25 grados Celsius)

### **Vida útil**

- 360 días en temperatura ambiente.

### **Porción Recomendada**

- 20 y 40 gramos

[Escriba aquí]

## 12. PRECIOS DE VENTA

### COSTOS DE PRODUCCION

Para calcular el COSTO TOTAL UNITARIO, se utiliza la siguiente formula:

COSTOS DE PRODUCCIÓN		
+	Costo unitario de materiales	\$
+	Costo unitario de mano de obra	\$
+	Costo unitario de CIF (costos indirectos de fabricación)	\$
=	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	\$

Al diligenciar los datos de la ilustración da como resultado:

COSTOS DE PRODUCCION		
+	COSTO UNITARIO MATERIALES	\$ 1.500
+	COSTO UNITARIO MANO DE OBRA	\$ 500
+	COSTOS UNITARIOS CIF	\$ 500
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 2.500

De acuerdo a la gráfica anterior el costo total unitario es por valor de \$2500, el costo total unitario define lo que le cuesta a la empresa fabricar una unidad de producción indicando la cantidad de dinero que debe invertir en cada una de ellas para ser fabricada

Luego de conocer el costo total unitario, se procede a calcular el precio de venta mediante la siguiente formula:

$$PV = \frac{\text{Costo total unitario}}{1 - \% \text{ de utilidad}}$$

[Escriba aquí]

Al diligenciar los datos de la ilustración da como resultado:

PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO= (2500) /1- (PORCENTAJE DE UTILIDAD) =40%

= (2500) / (1-40%)

= \$ 4167

El resultado de la forma, expresa el valor de precio de venta para cada unidad fabricada, con un margen de utilidad que defina establecido del 40%

Este tipo de precio que se está ofreciendo, se aplica con el fin de capturar una base de clientes durante la primera etapa de vida de un producto. La estrategia consiste en ingresar al mercado con un precio inferior al de los competidores para llamar la atención de los clientes potenciales.

### 13. PROTOTIPO

#### **Paso 1**

#### **CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO**

- ✓ Grano entero
- ✓ Alto en Proteína
- ✓ Alto en fibra
- ✓ Ingredientes de fuentes sostenibles
- ✓ Orgánico
- ✓ Porción controlada
- ✓ Bajo en calorías
- ✓ Bajo en grasas
- ✓ Libres de Gluten
- ✓ Libres de cafeína
- ✓ Calidad
- ✓ Envase

[Escriba aquí]

## **PASO 2:**

### **FORMA DE PROTOTIPO: Modelo**

Se emplea esta forma de prototipo, debido a que es muy usada para productos físicos, en nuestro caso se va a representar nuestra barra de cereal

Materiales Utilizados:

- 1 octavos de cartón
- 1 Cinta adhesiva
- Icopor
- Pega stick
- Papel silueta
- 1 lija
- 1 lápiz
- tijeras
- Regla

Elaboración del prototipo

1. Con el lápiz trazamos en el octavo de cartón una medida de 12 cm de ancho y 4 cm de altura para representar la parte superior e inferior de la barra de cereal
2. Con el lápiz trazamos a una medida de 12 cm de ancho y 1cm de altura para representar los dos bordes
3. Cortamos con las tijeras los trazos
4. Con la cita unimos los trazos, para formar un rectángulo y así hacer una caja
5. Con el Icopor lo cortamos a una medida de 12 cm de ancho y 4 cm de altura
6. Lijamos el Icopor con la lija para acomodar los bordes del Icopor
7. Introducimos el Icopor adentro de la caja de cartón

[Escriba aquí]

8. Pegamos el papel silueta con Pega Stick para cubrir la caja

## **CARACTERISTICAS DEL PROTOTIPO**

- Forma
- Color
- Tamaño
- Apariencia
- Usabilidad
- Funcionalidad
- Peso

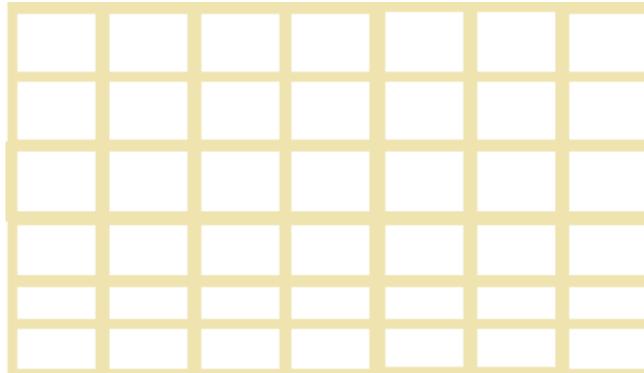
## **INTERACCION DEL CLIENTE CON EL PROTOTIPO**

El cliente podrá sentir la textura, la presentación, el tamaño, su peso y la firmeza del prototipo ya que la apariencia de un producto es factor clave y la sensación al tocarlo es muy importante debido a que un producto blando es uno que muestra una ligera resistencia a la deformación y un producto firme es moderadamente resistente a la deformación por tal motivo es de gran importancia conocer qué elementos les gusto o que se debe mejorar del prototipo para diferenciarnos de la competencia

[Escriba aquí]

## EVIDENCIAS DEL PROTOTIPO

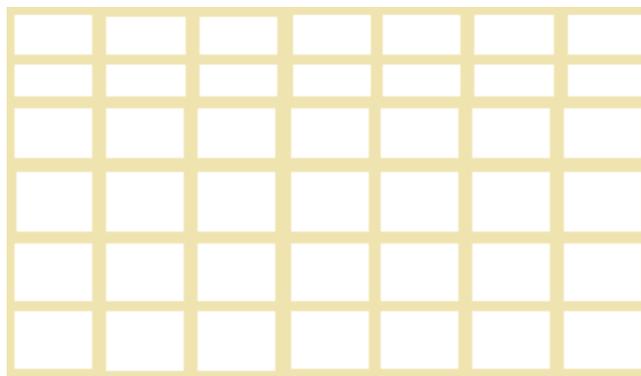
DISEÑO FRONTAL DE LA BARRA DE CEREAL SOLO CON GRANOS DE INTEGRALES



DISEÑO LATERAL DE LA BARRA DE CEREAL SOLO CON GRANOS DE INTEGRALES

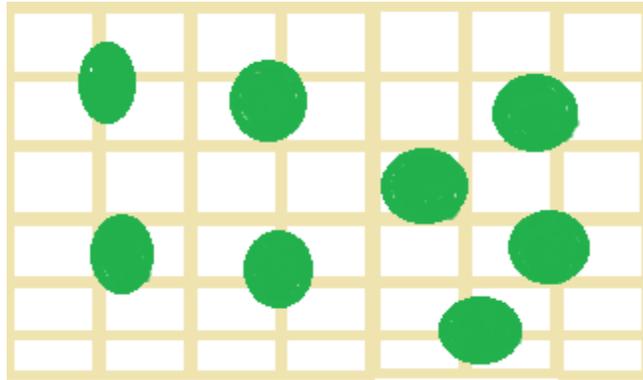


DISEÑO POSTERIOR DE LA BARRA DE CEREAL SOLO CON GRANOS DE INTEGRALES



[Escriba aquí]

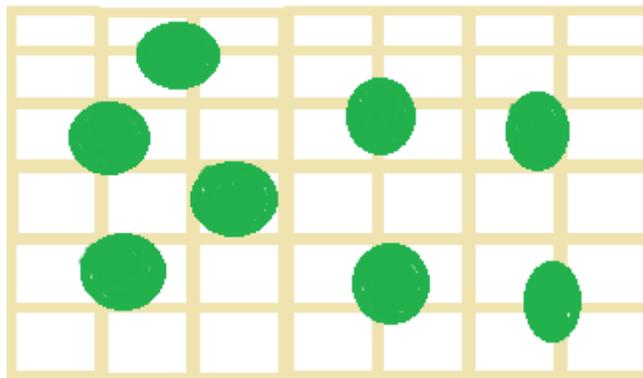
DISEÑO FRONTAL DE LA BARRA DE CEREAL CON GRANOS DE INTEGRALES y TROZOS DE LIMON



DISEÑO LATERAL DE LA BARRA DE CEREAL SOLO CON GRANOS DE INTEGRALES y TROZOS DE LIMON

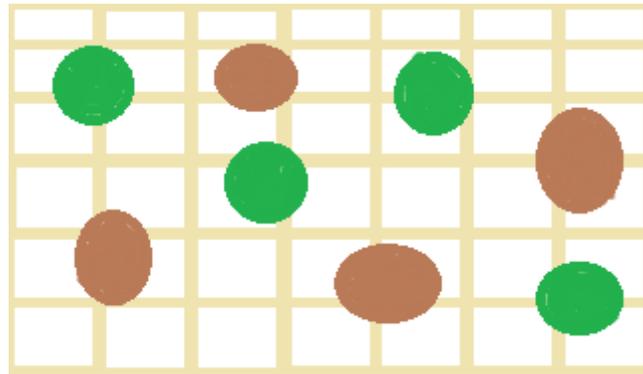


DISEÑO POSTERIOR DE LA BARRA DE CEREAL SOLO CON GRANOS DE INTEGRALES



[Escriba aquí]

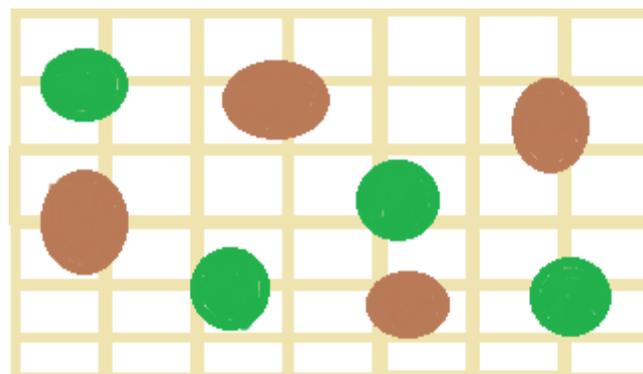
DISEÑO FRONTAL DE LA BARRA DE CEREAL CON GRANOS DE INTEGRALES, TROZOS DE LIMON Y ALMENDRAS



DISEÑO LATERAL DE LA BARRA DE CEREAL SOLO CON GRANOS DE INTEGRALES, TROZOS DE LIMON Y ALMENDRAS



DISEÑO POSTERIOR DE LA BARRA DE CEREAL SOLO CON GRANOS DE INTEGRALES



[Escriba aquí]

## **12. MODELO RUNNING LEAN**

### **SEGMENTO DE CLIENTES**

- Enfocado a Jóvenes entre los 18 a 24 años
- Personas que se preocupan por su salud y bienestar

### **PROPUESTA VALOR**

- Producto con alto valor nutricional
- Producto libre de sabores, estabilizantes, grasas trans y preservantes químicos
- Fácil y rápidos de preparación
- Vender productos saludables que les ayude a promover la calidad y bienestar de la salud de nuestros clientes

### **CANALES**

- A través de redes sociales como Facebook, Instagram
- Landing pages o páginas webs
- Tiendas retail como Éxito, Olímpica, Justo y Bueno entre otros
- Puntos de venta

### **Relaciones con clientes**

- Servicio al cliente
- Atención personal
- Atención personal exclusiva
- Envíos exclusivos de los productos a los clientes
- Oferta de recetas

[Escriba aquí]

## **Fuente de Ingresos**

- Ventas online
- Ventas al por mayor
- Ventas al por menor
- Pagos de contado
- Pagos a Crédito
- Sistemas de preventas

## **Recursos Claves**

- Incremento de nuevos clientes
- Recurrencia de Clientes
- Trafico Web
- Financiamiento Propio y a través de entidades bancarias
- Maquinaria
- Tecnología

## **Actividades Clave**

- Analizar las preferencias de los clientes y del mercado
- Gestionar la cadena de suministros
- Productos saludables
- Productos muy bajo en calorías
- Recurrencia de clientes

## **Socios Clave**

- Alianzas estratégicas con los agricultores
- Alianzas estratégicas con los productores
- Alianzas estratégicas con empresas tercerizadoras

## **Estructura de costos**

[Escriba aquí]

- Trabajadores y proveedores
- Patentes
- Gastos administrativos, operacionales
- Costos y gastos en promoción y publicidad
- Costos y gastos de la investigación del mercado
- Pago de licencias de funcionamiento
- Pago de prestamos
- Compra de maquinaria y tecnología
- Mantenimiento de los Equipos

### **Problemas**

- Los estudiantes tienen presupuestos restringidos
- Necesidad de energía saludable para mantenerse despiertos y activos
- Necesidad de cuidar la salud
- Las fuertes exigencias de la actualidad
- Falta de tiempo para comer
- Poca variedad de productos
- Productos poco saludables

### **Soluciones**

- Alimentación sana y preparada bajo estándares de salubridad
- Atención rápida en los pedidos
- Alimentos fáciles de transportar a la hora de consumirlos
- Precios accesibles a la necesidad

### **HIPOTESIS**

La elaboración de una barra de cereal rica en proteína y nutrientes a base de Quinoa, mijo y alforfón cumplirá con los requisitos necesarios del consumidor y podrá compensar los requerimientos alimenticios de los jóvenes entre 15 a 24 años

[Escriba aquí]

## 14. ENCUESTA

### Objetivo general

- Identificar el comportamiento actual de los consumidores de barras energéticas de cereal en la Localidad de Fontibón, ciudad Bogotá

### Objetivos específicos

- Mostrar el consumo frecuente de barras de cereales
- Conocer que características físicas les gusta más de un producto
- Calcular cual es el precio que estaría dispuestos a pagar por un producto

### TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de estudio del proyecto es cuantitativo, porque los datos son numéricos y el análisis se realizará de acuerdo a técnicas estadísticas, con el mayor detalle posible y describiendo cada uno de los temas relacionados

### METODO

Encuesta con preguntas cerradas. Abiertas y con una única respuesta

### Tamaño de la muestra

Según el estudio de la Secretaría Distrital de Planeación, “Proyecciones de **Población** por Localidad para Bogotá 2016-2020” La **población** de la localidad de **Fontibón** para el 2018 es de 424.038 habitantes.

[Escriba aquí]

El estudio para determinar la factibilidad para la elaboración de barras nutricionales de cereales a base de mijo, quinua y alforfón se realizará en la ciudad de Bogotá, barrio Fontibón, con un nivel de confianza del 95% y una muestra poblacional de 424038 habitantes, con un margen de error del 5%, se procede a calcular el tamaño de la muestra:

Formula:

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

- Nivel de confianza(Z)=1.96
- Grado de error(e)= 0.05
- Universo(N)=424038
- Probabilidad de ocurrencia (P) =0.5
- Probabilidad de NO ocurrencia (Q)=0.5

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (424038)}{((424038) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))}$$

$$N = 407246 / 1061$$

$$N = 383$$

Al despejar los valores y calcular, se tiene una muestra de 383 personas, de las cuales vamos a encuestar a 30 personas

## **Modelo de la encuesta**

## **ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO**

Buenos días, mi nombre es Gregory Salazar y represento a la empresa Barras Nutricionales Greg. Estamos realizando un estudio de mercado sobre el consumo de Barras nutricionales de cereales. Agradecemos su participación, ya que su información nos ayudara a determinar lo que la gente de la localidad de Fontibón percibe acerca de

[Escriba aquí]

dichos productos. El desarrollo del presente cuestionario dura aproximadamente tan solo diez (10) minutos

Nombre y apellido: \_\_\_\_\_ Barrio: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_ ocupación: \_\_\_\_\_

Instrucciones: Por favor lea cada pregunta cuidadosamente y responda a cada pregunta marcando con una X

PREGUNTA 1: Defina su género:

MASCULINO: \_\_\_\_\_ FEMENINO: \_\_\_\_\_

PREGUNTA 2: ¿Es usted un consumidor de Barras de Cereales?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

PREGUNTA 3: ¿Consume usted usualmente barras de cereales en algún momento del día?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

PREGUNTA 4: ¿Con que frecuencia compra estas barras?

Siempre: \_\_\_\_\_ Casi Siempre: \_\_\_\_\_ Nunca: \_\_\_\_\_ casi nunca:  
\_\_\_\_\_

PREGUNTA 5: ¿Qué elemento considera usted importante antes de adquirir el producto?

Características Nutricionales: \_\_\_\_\_ Presentación: \_\_\_\_\_ Precio: \_\_\_\_\_

PREGUNTA 6: ¿Qué cantidad de barras de cereales acostumbra a comprar al mes?

[Escriba aquí]

Entre 1 a 5: \_\_\_\_\_ Entre 6 a 12: \_\_\_\_\_ Mas de 13: \_\_\_\_\_

PREGUNTA 6: ¿En qué tamaño compra las barras de cereales?

Pequeño: \_\_\_\_\_ Mediano: \_\_\_\_\_ Grande: \_\_\_\_\_

PREGUNTA 7: ¿Sabe que es el grano mijo?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

PREGUNTA 8: ¿Sabe que es el grano Alforfón?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

Pregunta 9: ¿Sabe que es la Quinoa?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

Pregunta 9: ¿Compraría una barra de cereal con es los granos anteriores?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

Pregunta 10: ¿Sabía usted que las barras energéticas de cereal contribuyen a mantener una dieta equilibrada por su contenido de fibra dietética?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

Pregunta 11: ¿Incluiría dentro de su consumo de barras de cereal, una barra de energética a base de quinua mijo y alforfón?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

Pregunta 12: ¿Cuál de estos alimentos prefiere más?

[Escriba aquí]

Almendras: \_\_\_\_\_ Frutas: \_\_\_\_\_ Nueces: \_\_\_\_\_

Pregunta 13: ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una barra de cereal?

Entre 1000 a 2500 pesos: \_\_\_\_\_ Entre 2501 a 5000 pesos:

\_\_\_\_\_

Más de 5000 pesos: \_\_\_\_\_

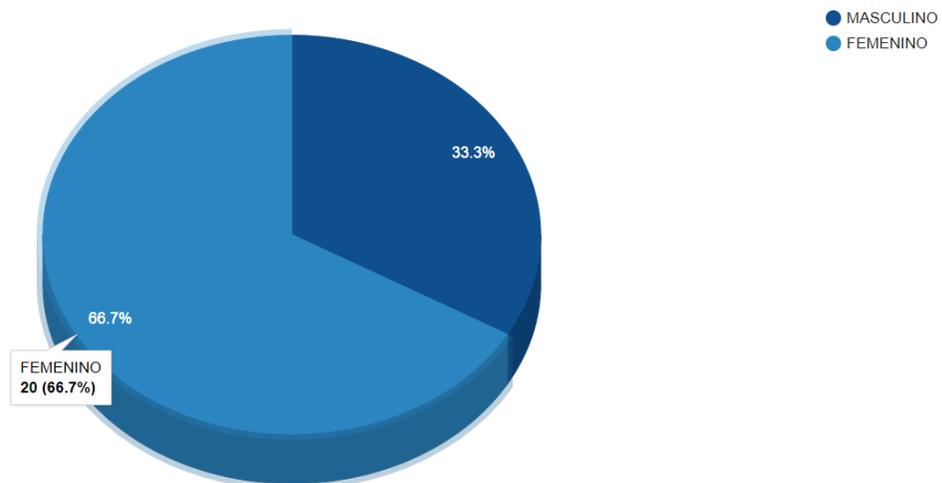
Pregunta 14: ¿Usted consume barras de cereales para tener una buena y sana alimentación?

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

## 15. ANALISIS Y TABULACION DE LA INFORMACION

### PREGUNTA 1: DEFINA SU GENERO:

Defina su género

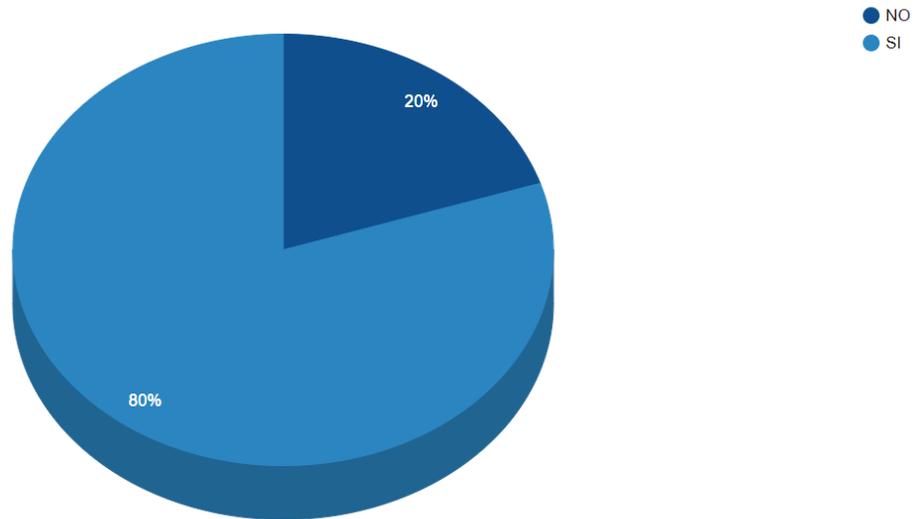


[Escriba aquí]

**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior podemos concluir que el 66.7 % de los encuestados es de mujeres y el 33.3% de hombres.

## PREGUNTA 2: ¿ES USTED UN CONSUMIDOR DE BARRAS DE CEREALES?

¿ES USTED UN CONSUMIDOR DE BARRAS DE CEREALES?

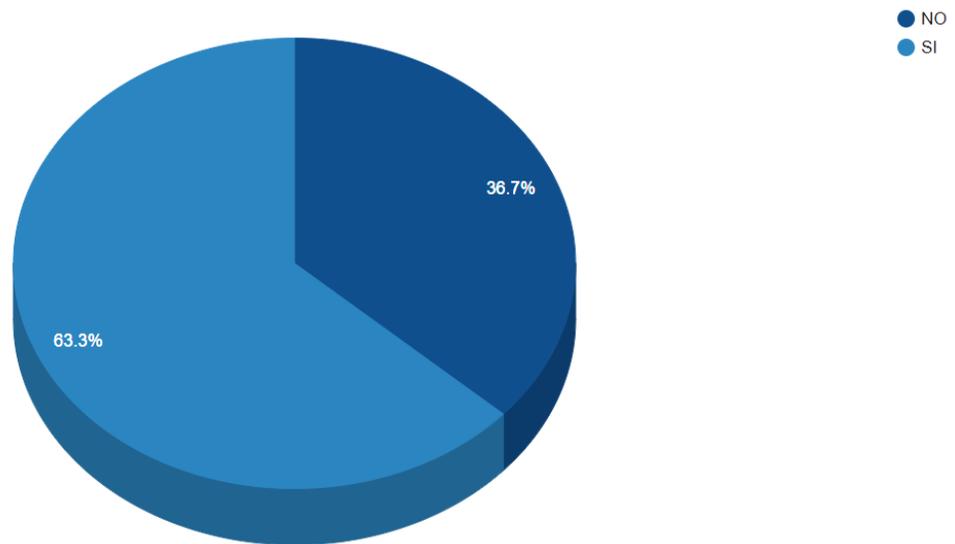


**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior podemos decir que el 80 % de los encuestados es si consumen barras de cereales y 20% no es consumidor de barras de cereales.

## PREGUNTA 3: ¿CONSUME USTED USUALMENTE BARRAS DE CEREALES EN ALGÚN MOMENTO DEL DÍA?

[Escriba aquí]

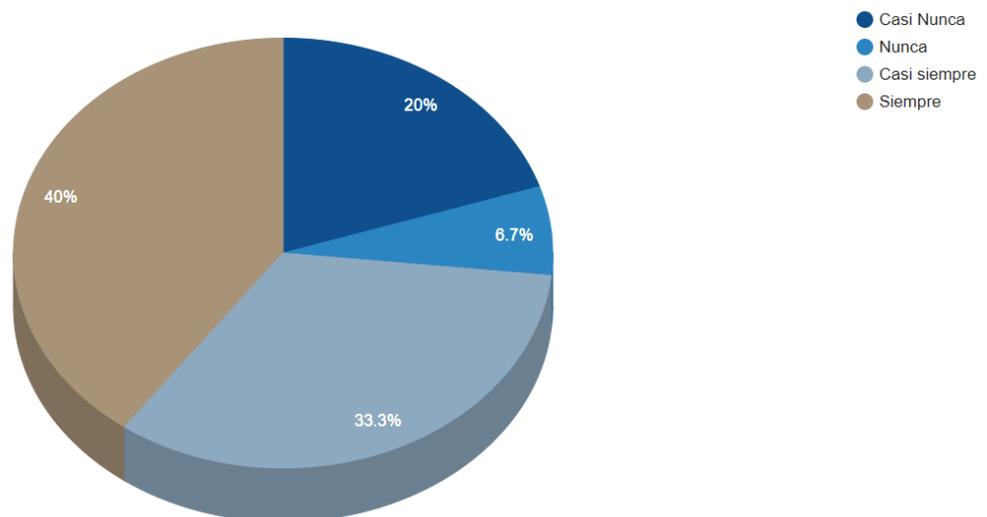
¿CONSUME USTED USUALMENTE BARRAS DE CEREALES EN ALGÚN MOMENTO DEL DÍA?



**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 63.3 % de los encuestados es si consumen barras de cereales en algún momento del día y 36.7% no consume en algún momento del día

**PREGUNTA 4: ¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA ESTAS BARRAS?**

¿CON QUE FRECUENCIA COMPRA ESTAS BARRAS?



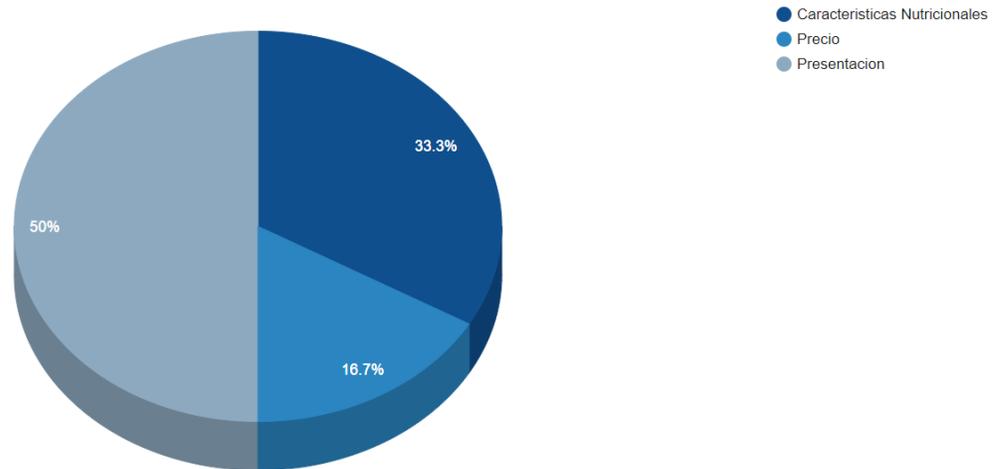
**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 33.3 % de los encuestados casi siempre compra con frecuencia barras de cereales, el 20% casi

[Escriba aquí]

nunca, el 6.7% no consume con frecuencia barras de cereales y el 40 % consume con una gran frecuencia las barras de cereales

### PREGUNTA 5: ¿QUÉ ELEMENTO CONSIDERA USTED IMPORTANTE ANTES DE ADQUIRIR EL PRODUCTO?

¿Qué elemento considera usted importante antes de adquirir el producto?

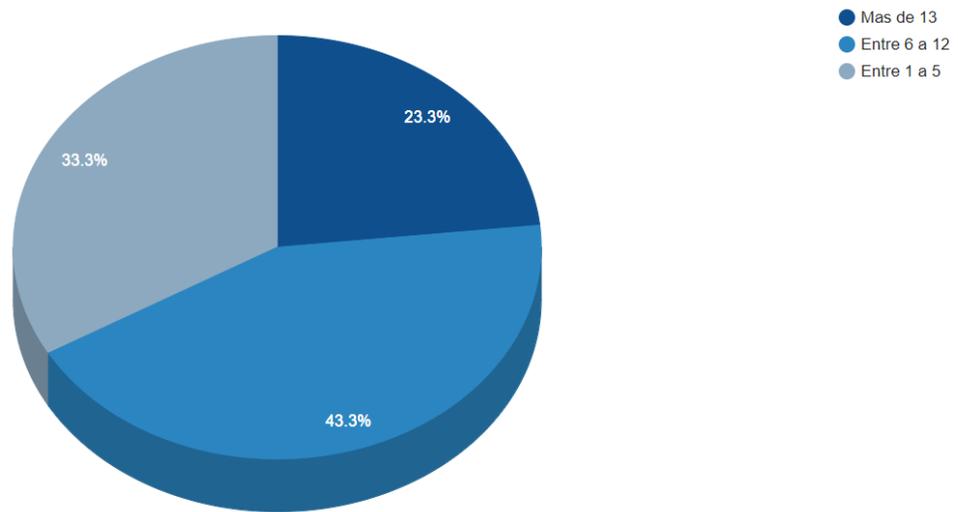


**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 33.3 % de los encuestados se fijan en las características nutricionales de un producto, el 50% consideran importante la presentación del producto y el 16.7% se fija en el precio de un producto

### PREGUNTA 6: ¿QUÉ CANTIDAD DE BARRAS DE CEREALES ACOSTUMBRA A COMPRAR AL MES?

[Escriba aquí]

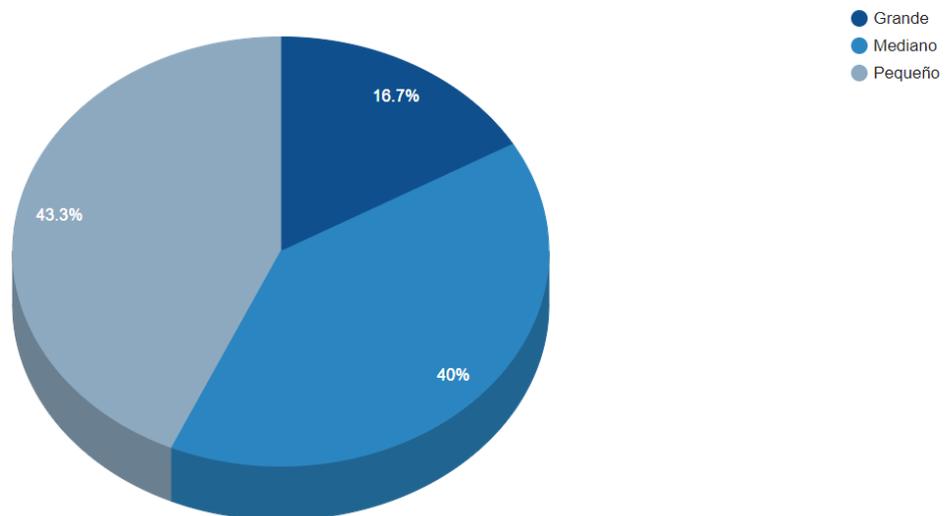
¿Qué cantidad de barras de cereales acostumbra a comprar al mes?



**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se concluye que el 43.3 % de los encuestados compran entre 6 a 12 barras de cereales al mes, el 33.3 % consideran que entre 1 a 5 es suficiente para comprar al mes y el 23.3% compran más de 13 unidades al mes.

## PREGUNTA 6: ¿EN QUÉ TAMAÑO COMPRA LAS BARRAS DE CEREALES?

¿En qué tamaño compra las barras de cereales?



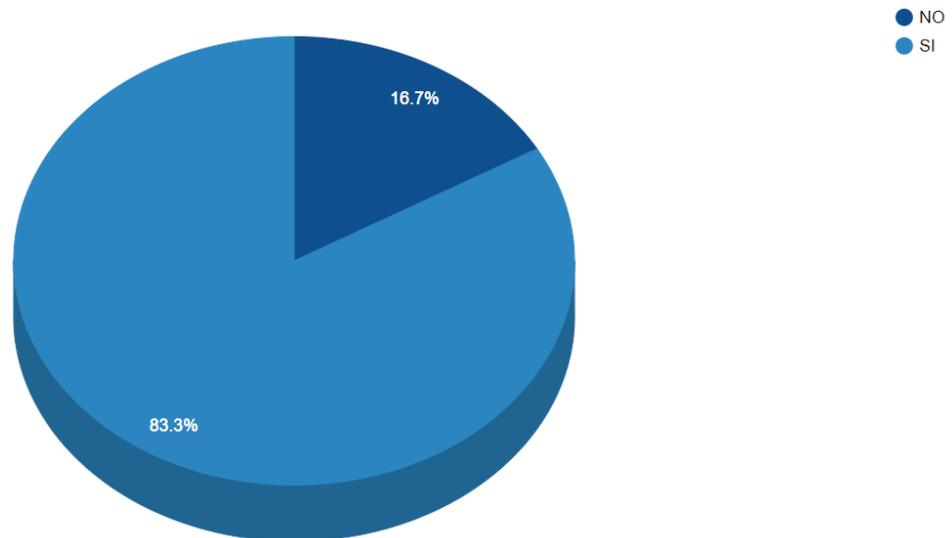
**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se concluye que el 40 % de los encuestados prefieren comprar barras de cereales de tamaño mediano, el 43.3 %

[Escriba aquí]

consideran comprar barras de cereales de tamaño pequeño y el 16.7% prefiere comprar en tamaño grande.

### PREGUNTA 7: ¿SABE QUE ES EL GRANO MIJO?

¿SABE QUE ES EL GRANO MIJO?

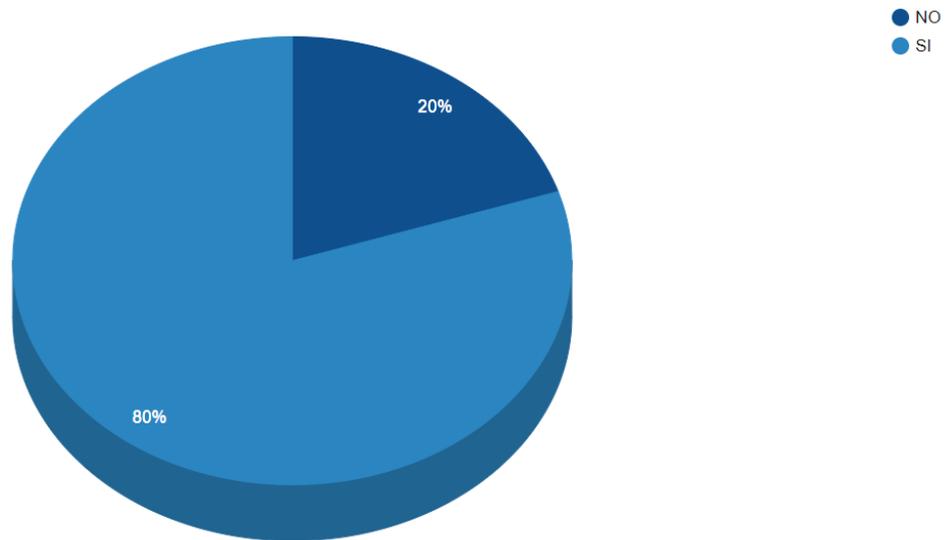


**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se concluye que el 83.3 % de los encuestados si conoce que es el grano integral mijo, y el restante, el 16.7% no conoce este grano integral

### PREGUNTA 8: ¿SABE QUE ES EL GRANO ALFORFÓN?

[Escriba aquí]

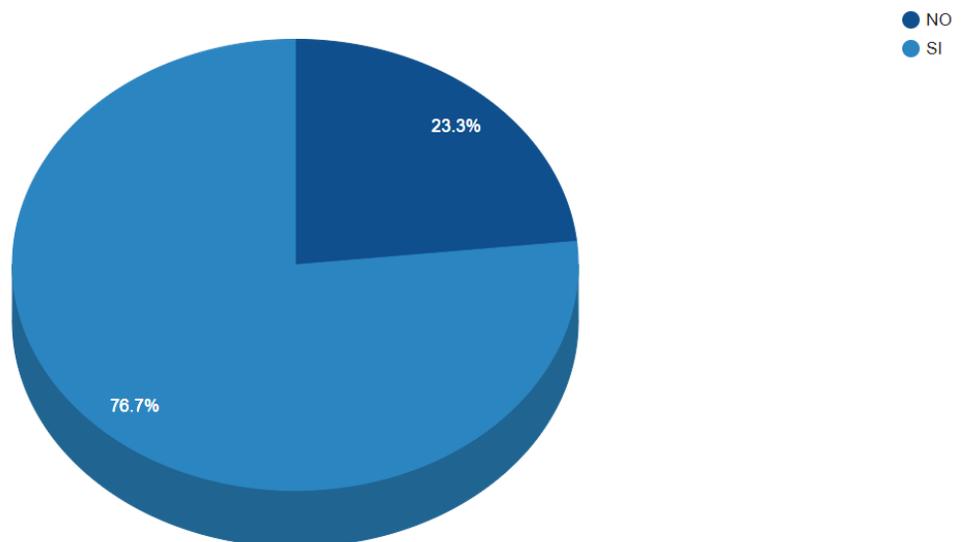
¿SABE QUE ES EL GRANO ALFORFON?



**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 80 % de los encuestados si conoce que es el grano alforfón, y el restante, el 20% no conoce este grano integral

**PREGUNTA 9: ¿SABE QUE ES LA QUINUA?**

¿SABE QUE ES LA QUINUA?

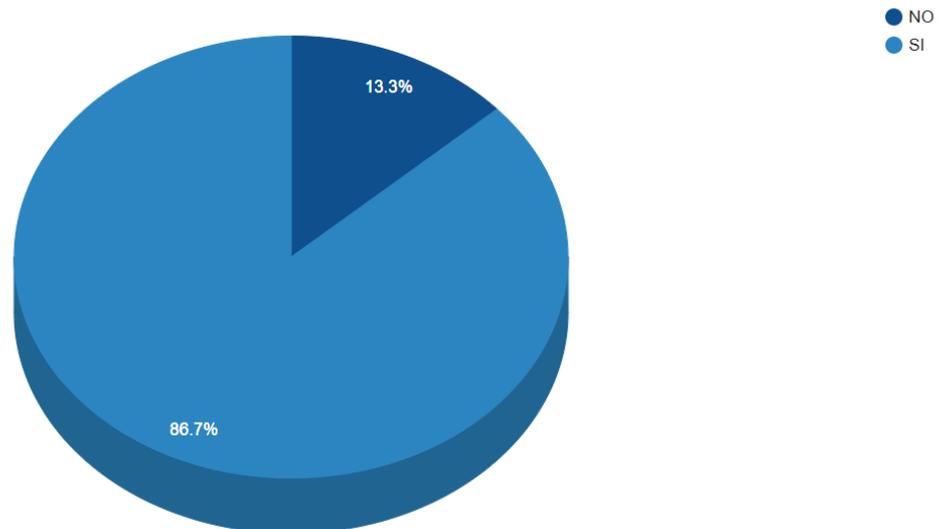


[Escriba aquí]

**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 76.7 % de los encuestados si conoce que es la quinua, y el restante, el 23.3% no conoce este que es.

### **PREGUNTA 9: ¿COMPRARÍA UNA BARRA DE CEREAL CON ES LOS GRANOS ANTERIORES?**

COMPRARÍA UNA BARRA DE CEREAL CON ES LOS GRANOS ANTERIORES?

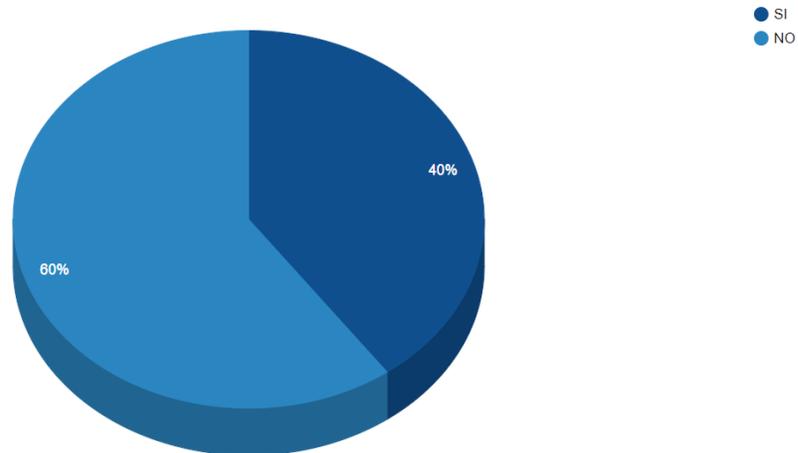


**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 86.7 % de los encuestados si conoce les gustaría comprar una barra de cereal con estos granos, y el restante, el 13.3% no lo compraría.

### **PREGUNTA 10: ¿SABÍA USTED QUE LAS BARRAS ENERGÉTICAS DE CEREAL CONTRIBUYEN A MANTENER UNA DIETA EQUILIBRADA POR SU CONTENIDO DE FIBRA DIETÉTICA?**

[Escriba aquí]

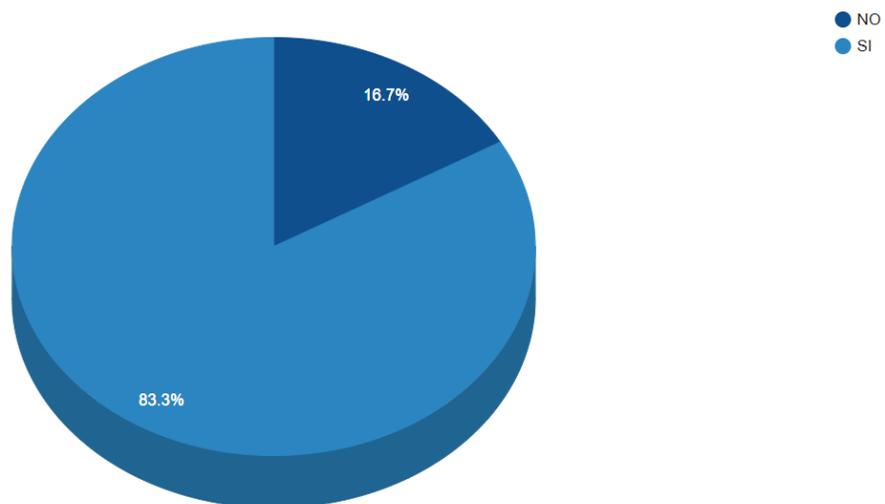
¿SABÍA USTED QUE LAS BARRAS ENERGÉTICAS DE CEREAL CONTRIBUYEN A MANTENER UNA DIETA EQUILIBRADA POR SU CONTENIDO DE FIBRA DIETÉTICA?



**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 60 % de los encuestados no reconoce el aporte de fibra, y el restante, el 40% sí.

**PREGUNTA 11: ¿INCLUIRÍA DENTRO DE SU CONSUMO DE BARRAS DE CEREAL, UNA BARRA DE ENERGÉTICA A BASE DE QUINUA MIJO Y ALFORFÓN?**

¿INCLUIRÍA DENTRO DE SU CONSUMO DE BARRAS DE CEREAL, UNA BARRA DE ENERGÉTICA A BASE DE QUINUA MIJO Y ALFORFÓN?

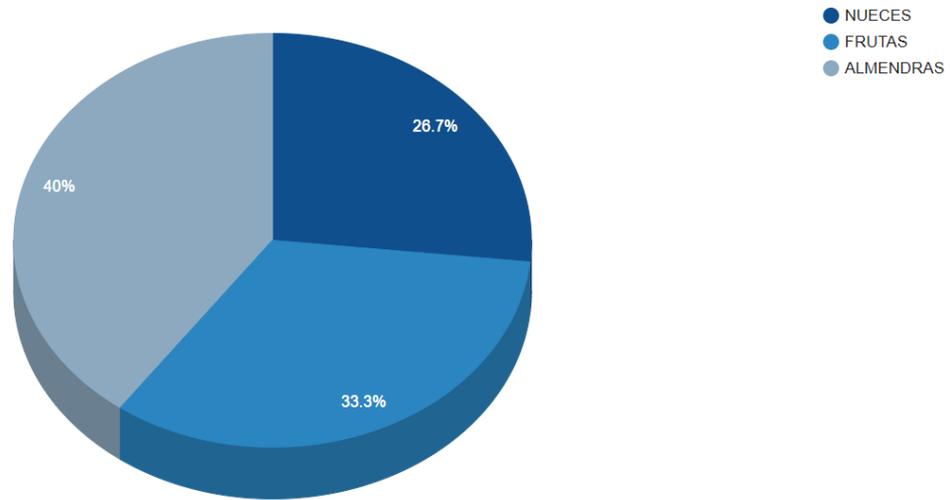


**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 83.3 % de los encuestados si incluiría dentro de su consumo barras de cereales a base de quinua mijo y alforfón, y el restante, el 16.3% no lo incluiría

**PREGUNTA 12: ¿CUÁL DE ESTOS ALIMENTOS PREFIERE MÁS?**

[Escriba aquí]

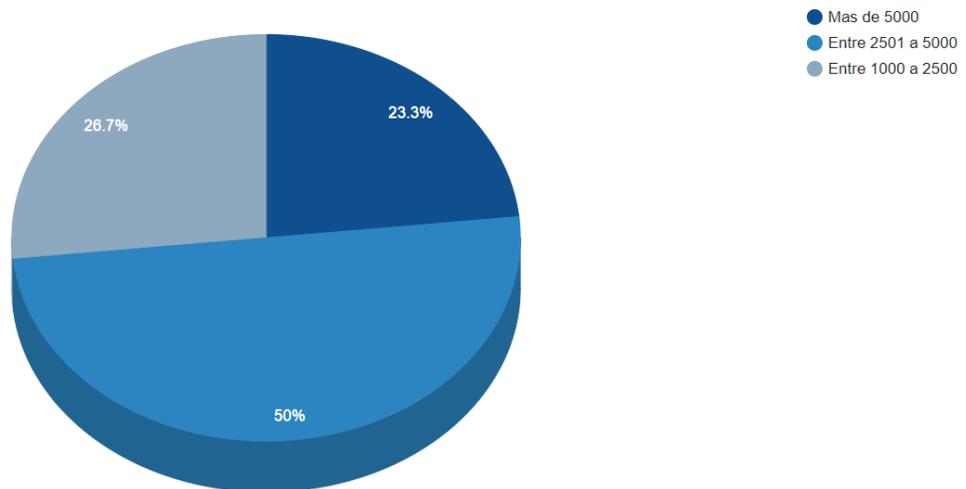
**CUÁL DE ESTOS ALIMENTOS PREFIERE MÁS?**



**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 33.3 % de los encuestados prefieren comer almendras, el 40% prefiere comer frutas, y el 26.7% preferiría comer nueces

**PREGUNTA 13: ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA BARRA DE CEREAL?**

¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por una barra de cereal?

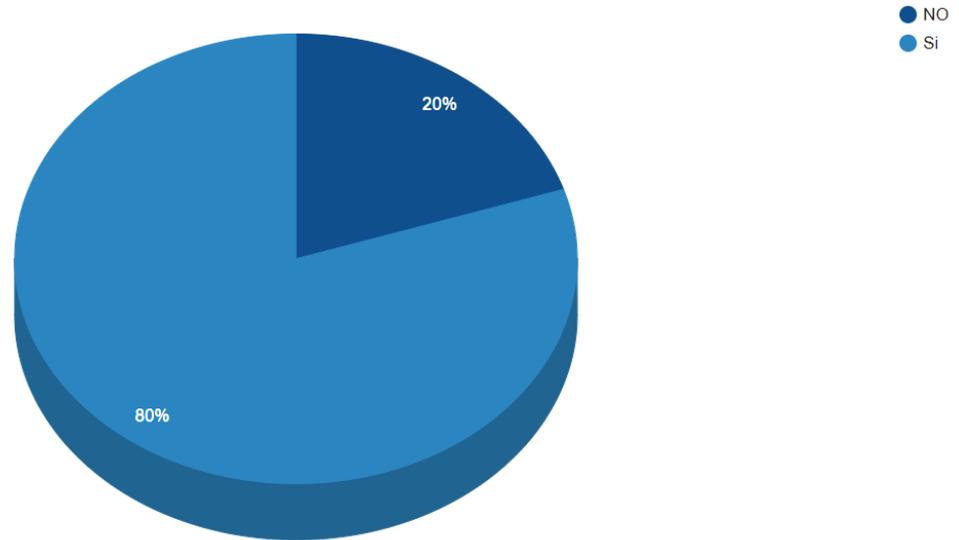


**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 50% pagaría una barra de cereal entre un valor de 25001 a 5000 pesos, el 26.7% prefiere pagar entre 1000 a 2500 pesos, y el 23.3 preferiría pagar más de 5000 pesos

[Escriba aquí]

## PREGUNTA 14: ¿USTED CONSUME BARRAS DE CEREALES PARA TENER UNA BUENA Y SANA ALIMENTACIÓN?

¿USTED CONSUME BARRAS DE CEREALES PARA TENER UNA BUENA Y SANA ALIMENTACIÓN?



**Análisis:** De acuerdo a la gráfica del cuestionario anterior se obtiene que el 80% consume barras de cereales para tener una sana alimentación, y el 20.3 no las consume por dicho motivo.

[Escriba aquí]

## BIBLIOGRAFIA

Tomado de:

<http://www.tlc.gov.co/acuerdos/a-internacional-de-inversion>

<https://www.rankia.co/blog/dian/3939697-iva-canasta-familiar-2020-productos-tarifas>

<https://envipack.wordpress.com/2013/02/18/empaque-y-embalaje-estandares-y-normas-internacionales/>

<https://www.globalstd.com/blog/fssc-22000-y-los-empaques/>

<https://www.larepublica.co/empresas/nutresa-y-kellogg-tienen-58-del-negocio-de-barras-de-cereal-2565150>

[http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/farinaceos/Productos/CerealesDesayuno\\_no\\_2010\\_11Nov.pdf](http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/farinaceos/Productos/CerealesDesayuno_no_2010_11Nov.pdf)

<https://tosh.com.co/pregunta-respuesta/nos-gusta-cuidar-el-mundo-tosh-en-armonia-con-el-planeta/>

<https://www.nestle.cl/aboutus/nuestra-estrategia>

<https://expansion.mx/emprendedores/2015/08/19/nestle-revela-su-estrategia-de-marketing-global>

<https://www.merca20.com/la-estrategia-de-mercadotecnia-de-kellogg-para-vender-mas-en-2019/#:~:text=Como%20estrategia%20de%20mercadotecnia%2C%20la,que%20Kellogg%20compr%C3%B3%20en%202017.>

<https://www.revistaalimentos.com/la-nueva-estrategia-de-kelloggs-para-vender-mas/>

<https://gastronomiaycia.republica.com/2019/07/31/ranking-de-las-marcas-alimentarias-mas-valiosas-del-mundo-2019/>

[Escriba aquí]

<https://www.larepublica.co/empresas/polar-y-kellogg-son-las-lideres-de-los-cereales-2520266>

<https://www.miarevista.es/salud/articulo/mijo-que-es-beneficios-y-propiedades-nutricionales-unicas-451580991704>

<https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180713/45836992969/almendras-propiedades-beneficios-alimentos-valor-nutricional.html#:~:text=Por%20su%20alto%20contenido%20de,las%20almendras%20previenen%20la%20osteoporosis.>