



Healthy

Cooki

es Ljc

Carlos Eduardo Flórez

Torres Eurípides Vildal

Lindao

Laura Natalia González
Álvarez

Redes Sociales

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Carlos Eduardo Flórez Torres con cédula de ciudadanía 1.016.064.829 de Bogotá estudiante del programa académico Administración de Empresas, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: **Carlos Eduardo Flores**

Yo, Eurípides Vidal Lindao con cédula de ciudadanía 1.065.630.506 de Valledupar estudiante del programa académico Administración de Empresas, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: 

Yo, Laura Natalia González Álvarez con cédula de ciudadanía 1.099.208.380 de Barbosa estudiante del programa académico Administración de Empresas, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: **Laura Natalia González Álvarez**

RESUMEN EJECUTIVO

Healthy Cookies LJC (LTDA) es una empresa destinada a la producción de galletas saludables a base de uchuvas y caña de azúcar. Artesanalmente y a medida que vaya aumentando la producción se logrará tener máquinas para el desarrollo de las mismas; Así facilitando el trabajo de elaboración, entrega rápida de pedidos, brindar un excelente servicio al cliente y a su vez el aumento de la producción y las ventas de la compañía.

Healthy Cookies LJC iniciara haciendo desarrollo de su actividad a partir del año 2020, proyectando tener sus instalaciones principalmente en la localidad de Fontibón en la ciudad de Bogotá buscando superar distintos obstáculos actuales como lo son hoy en día debido a la pandemia la falta de empleo y las consecuencias económicas que se enfrentan; también con el fin de aportar al plan de desarrollo del país promoviendo el emprendimiento y también realizando un aporte significativo a la salud y bienestar de la sociedad por medio del consumo de productos 100% naturales.

INTRODUCCIÓN

Constantemente se resalta la importancia de una vida saludable, la cual enfatiza la importancia de crear, mantener y mejorar nuestros hábitos y la calidad de vida en el día a día, esto ha fomentado un estilo de vida que está compuesto por una alimentación saludable y otros factores que aporten positivamente al mismo.

Teniendo en cuenta lo anterior este proyecto busca apoyar y promover un estilo de vida saludable por medio de la elaboración de galletas saludables realizadas a base de uchuva y caña de azúcar aprovechando todas las propiedades de esta fruta y utilizando un endulzante 100% natural y que por lo tanto aporte beneficios a la salud de todos nuestros consumidores.

Nuestro propósito es generar un producto innovador no existente en el mercado y dar a conocer los beneficios de esta fruta exótica que posee propiedades nutricionales que cuidan a nuestro organismo; por lo tanto, este producto suplirá distintas necesidades de los consumidores y adicionalmente será de fácil de acceso debido a su fabricación y presentación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Producir y vender galletas saludables realizadas a base de uchuva y caña de azúcar **100%** natural, generando beneficios alimenticios y saludables a nuestros consumidores que contribuyan a la satisfacción de sus necesidades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer las propiedades de la uchuva y la caña de azúcar.
- Captar clientes que busquen mejorar sus hábitos y estilo de vida por medio de nuestro producto al ser muy amigable.
- Impactar positivamente en la salud de nuestros clientes finales al consumir un producto natural.
- Establecer un vínculo de seguridad y confianza con los clientes al garantizar los beneficios que otorga consumir nuestras galletas saludables.

CLAVES PARA EL ÉXITO

En primer lugar, nuestro emprendimiento está basado en la fe y la convicción porque Dios siempre estuvo presente en esta decisión.

En segundo lugar, en el mercado se encuentran productos elaborados a base uchuvas, como te, glaseados, frutos secos, pero no en presentación de galletas endulzadas con caña de azúcar, lo que lo hace un producto innovador en el sector alimenticio.

Adicionalmente de brindar variedad de beneficios a la salud en una sola presentación. La uchuva aporta propiedades como lo son altos contenido de fibra, vitaminas A, B y C, fibra, potasio, fósforo, hierro y zinc. Al igual que la caña de azúcar que aporta minerales como magnesio, potasio, hierro y calcio.

Los componentes de nuestro producto y su elaboración son de fácil acceso, económico, natural, orgánico, nutritivo. Por lo tanto, es un producto con características muy llamativas para nuestros consumidores teniendo en cuenta como actualmente el tener un estilo de vida saludable es una fuerte tendencia a nivel mundial.

Es un producto dirigido a todo tipo de público, desde niños hasta adultos mayor. Como empresa promoveremos la responsabilidad social del cuidado de nuestro planeta por medio de un empaque biodegradable y por lo tanto amigable con el medio ambiente. Como empresa promoveremos la responsabilidad social del cuidado de nuestro planeta por medio de un empaque biodegradable y por lo tanto amigable con el medio ambiente.

1). ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- **RETOS.**

- 1- Ser una empresa reconocida en la localidad y en la ciudad de Bogotá con el fin de fomentar el emprendimiento a jóvenes.
- 2- Como empresa y responsabilidad ciudadana se quiere generar conciencia en el entorno promoviendo la protección del medio ambiente.
- 3- En base al aumento de la productividad de la empresa se espera poder generar nuevas ofertas de empleo en la localidad ya que se beneficiarán personas del sector así ayudando a la movilidad y el riesgo externo en épocas de pandemia.

- **OPORTUNIDADES.**

- 1- Generar empleo a personas de la localidad.
- 2- Producto innovador y exclusivo que va ser reconocido por nuestros clientes a nivel nacional.
- 3- Obtener un reconocimiento por la labor social en la campaña que se va realizar en el entorno promoviendo la protección del medio ambiente.
- 4- Brindar una grata y satisfactoria experiencia a nuestros clientes.
- 5- Inversión en formación de los procesos, para mejorar la productividad y rentabilidad.

- **NECESIDADES.**

- 1- Obtener recursos para invertir en máquinas para galletas y confiterías.
- 2- Obtener recursos publicitarios para captar nuevos clientes.
- 3- Elaborar un plan de marketing digital para la fidelización de nuestros clientes.

- **DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN AFECTADA.**

Se calcula la población afectada en la localidad basado en las problemáticas anteriormente identificadas en el entorno (Contaminación, tráfico vehicular y población vulnerable).

Año	Población total	Estratos	Tipo de clase	Género	Clima	Cultura	Edad	Ciudad	Localidad
2020	434.446	1,2,3 y 4	MEDIA	MIXTO	FRIO 14°C	Artística	15-65 AÑOS	Bogotá D.C.	Fontibón

Pirámide poblacional	Distribución de establecimientos por actividad económica
-----------------------------	---

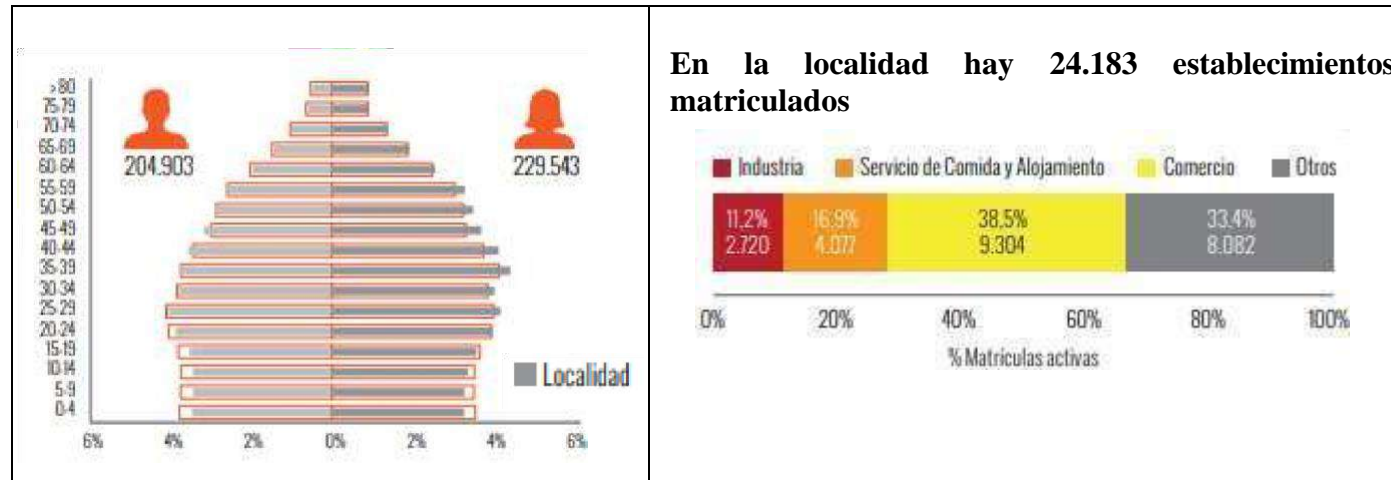


Figura 1 “Ficha de Veeduría Distrital Localidad de Fontibón” Recuperado de:
<https://www.veedurriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/Ficha%20Local%20Fontibon.pdf>

Teniendo en cuenta la información anterior y las problemáticas evidenciadas, la manera en que aporta nuestra idea de negocio son:

1. La problemática de contaminación ambiental tendrá un impacto favorable ya que nuestros productos serán empacados con materiales biodegradables y amigables con el medio ambiente.
2. La problemática de la congestión vehicular se verá reducida ya que generaremos empleo a los habitantes que vivan y residan dentro de la localidad mitigando desplazamientos largos dentro de la ciudad.
3. La problemática de la población vulnerable con respecto al difícil acceso de productos alimenticios saludables y nutritivos será beneficiada ofreciendo productos con precios asequibles a toda la población.

1.1). OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los objetivos de desarrollo sostenible con los que se relaciona la empresa Healthy Cookies Ljc son:

- **(SALUD Y BIENESTAR).**
- **(PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE)** ya que los productos a ofrecer a nuestros consumidores se basan en generar y mantener un estado de vida saludable, con buenos hábitos y alimentación sana, lo cual genera un bienestar a su cuerpo, estado físico, mejorar el metabolismo, el sistema inmunológico y energía, del mismo modo se relaciona con el objetivo de producción y consumo responsable ya que es producto que está compuesto con propiedades y beneficios al estar elaborado con materias primas naturales y nutricionales, lo cual genera vitalidad, previene enfermedades y reduce riesgos.

1.2). TEORÍA DEL VALOR COMPARTIDO

- **¿QUÉ HACE LA EMPRESA?**

Healthy cookies Ljc (LTDA) ofrece al consumidor galletas saludables a base uchuva y caña de azúcar 100% naturales, contribuyente al medio ambiente y apoyo al sector agricultor colombiano.

- **PROBLEMA**

Por motivo de la pandemia nuestros asesores no han podido llegar a los puntos de venta donde se distribuye nuestros productos.

- **PROBLEMAS DEL ENTORNO**

- 1- Contaminación en el ambiente que afectan el buen vivir de los habitantes de la localidad y contribuyen a la contaminación de la ciudad.
- 2- Tráfico vehicular constante de la CRA 13 donde transitan principalmente camiones, buses intermunicipales, carros particulares y tracto mulas por ser una vía principal de la ciudad de Bogotá.

3- La población vulnerable de la localidad de Fontibón en los estratos 1 y 2, tiene un difícil acceso a productos alimenticios más saludables y nutritivos de la canasta familiar.

- **SOLUCIÓN**

A través de una plataforma digital le damos la opción al cliente de elegir sus productos de manera fácil y rápida.

- **SOLUCIONES ACTUALES**

Actualmente se presenta muchas alternativas para la necesidad del cliente con nuestro producto saludable y de muy buena calidad llegando así a todo tipo de consumidor.

FORTALEZAS	DEBILIDADES

<ul style="list-style-type: none">➤ Entrega segura y rápido.➤ Productos saludables.➤ Calidad de nuestros productos.➤ Empaque contribuyente con el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none">➤ Dificultad en distribución.➤ Personal insuficiente.➤ Limitaciones en recursos.
--	--

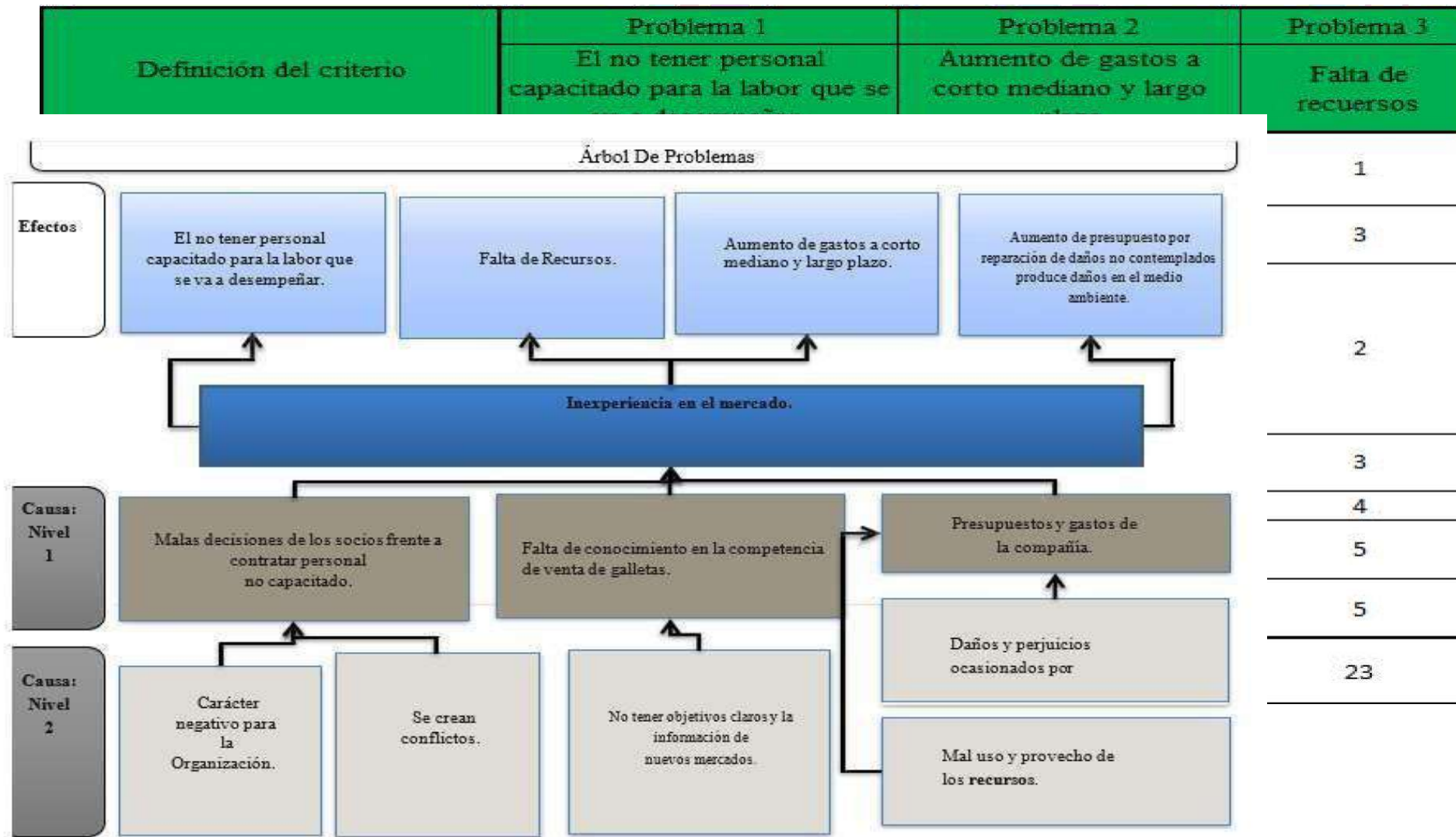
2). IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD

1. Teniendo en cuenta el esquema anterior y los criterios establecidos en el, se identificó que el problema que más conviene trabajar es el aumento de gastos a corto y mediano y largo plazo al haber obtenido la mayor puntuación (28), ya que esta problemática impacta directamente en el cliente al definir un precio del producto y que si sea asequible al momento de comprarlo.

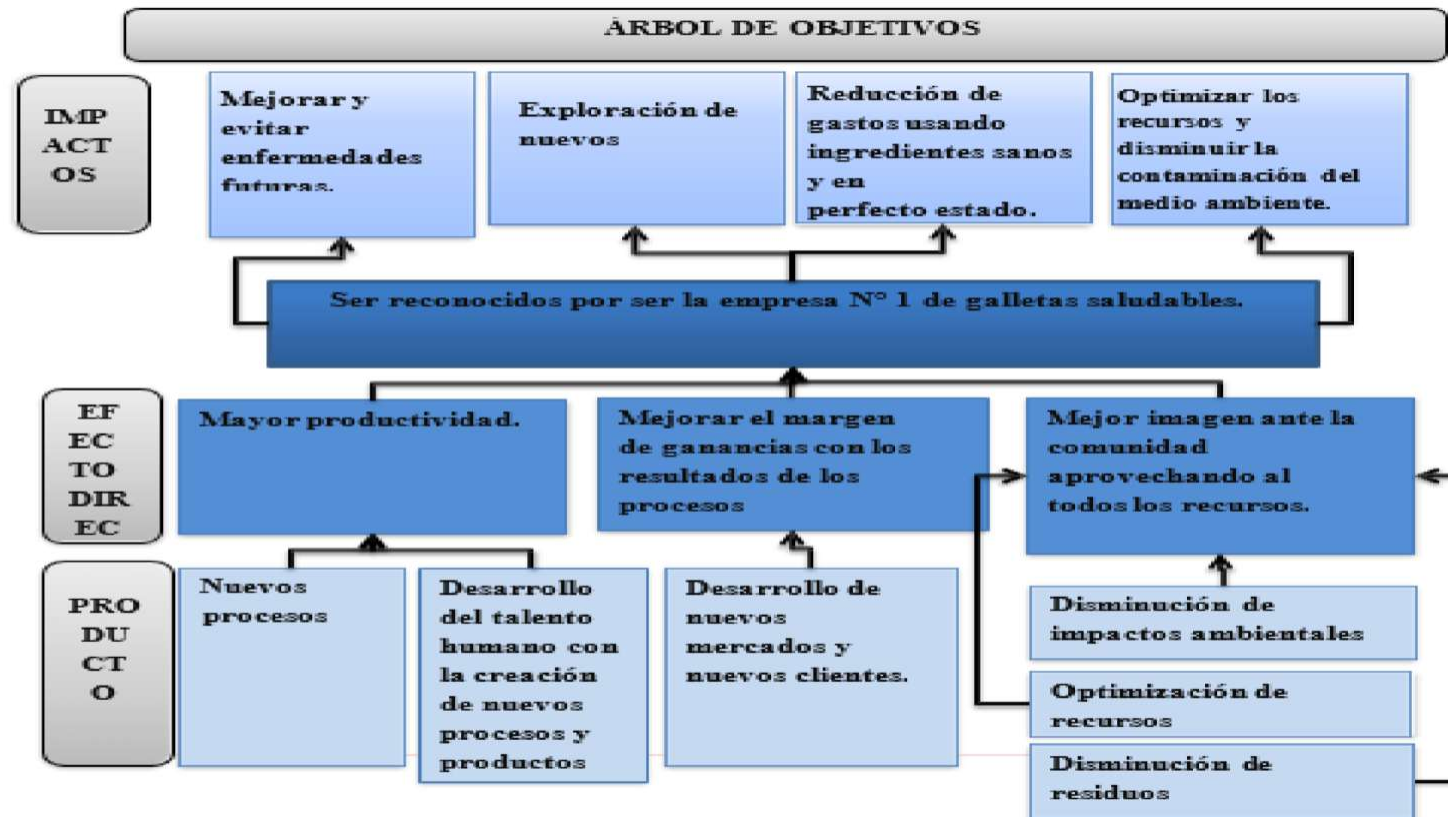
Definición del criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	El no tener personal capacitado para la labor que se va a desempeñar.	Aumento de gastos a corto mediano y largo plazo	Falta de recursos
Conocimiento o experiencia	3	3	1
Asesoramiento de un experto (Si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	3	3
Alcance (Técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema, ¿Tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	3	5	2
Tiempo (Posible solución)	3	3	3
Costos (Posible solución)	4	4	4
¿Representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
Total (tiene una probabilidad % de solución de)	27	28	23

2.1 ARBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS

- **ÁRBOL DE PROBLEMAS**



- **ARBOL DE OBJETIVOS**



- **ANÁLISIS PESTEL DE LA IDEA DE NEGOCIO**

2. FACTORES POLÍTICOS

<u>VARIABLE</u>	<u>ANÁLISIS</u>
-----------------	-----------------

<p>TRATADOS DE LIBRE COMERCIO</p>	<p>Alianza del pacifico, exportación de uchuva para exportación a Estados Unidos por medio de Chile y Perú.</p> <p>Intermediación del ICA para realizar proceso de inspección junto con oficina de asuntos agrícolas de la embajada de Estados Unidos para desarrollar actividades de cooperación para la mejora de capacidades comerciales y así generar un proceso de admisibilidad.</p> <p>EL Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR) brinda apoyo en la consolidación de un mercado que sirva para acceder a otros mercados por medio de la agricultura y los frutos exóticos.</p>
<p>IVA</p>	<p>El Congreso de la República aprobó la Ley No. 1943 de 2018, por medio de la cual se expiden normas de “financiamiento para el restablecimiento del equilibrio del presupuesto y se dictan otras disposiciones”. La misma incluye importantes ajustes en materia tributaria.</p>

LEGISLACIÓN	<p>Resolución 719 del 11 de marzo de 2015. (Clasificación de Alimentos para el consumo humano y riesgos para la salud).</p> <p>Resolución 2674 de 2013(Requisitos Sanitarios de Alimentos y Materias Primas de Alimentos).</p>
NORMAS DE CALIDAD	<p>Norma Técnica Colombiana NTC4580 de 1990. (FRUTAS FRESCAS. UCHUVA. ESPECIFICACIONES)</p>

- **FACTORES ECONÓMICOS**

<u>VARIABLE</u>	<u>ANÁLISIS</u>
SECTOR ECONÓMICO	<p>Sector Secundario – Transformación de Materias Primas en Productos de Consumo.</p> <p>Actividad económica de comercio, producción y comercialización de alimentos.</p>
CRECIMIENTO DE SECTOR ECONÓMICO EN COLOMBIA	<p>Actualmente ha presentado una variación en cuanto a lo previsto, debido a la disminución del desarrollo de las actividades cotidianas y de primera necesidad debido a la pandemia del covid – 19.</p>

<p>ÍNDICES DE PRECIOS.</p>	<p>Según los datos registrados por medio del Dane a la fecha, indica que el índice de precios debido a la pandemia no habrá mayores cambios o impactos representativos con respecto al IPC.</p> <p>Sin embargo, teniendo en cuenta la reactivación económica prevista puede generar un cambio debido a la circulación de los inventarios acumulados existentes.</p>
<p>ENTIDADES DE FINANCIACIÓN.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bancoldex. • Cámara y Comercio de Bogotá. - • Impulsa.

- **FACTORES SOCIALES**

<u>VARIABLE</u>	<u>TENDENCIA FAVORABLE</u>
CIFRA DE LA TENDENCIA	433.860 Habitantes localidad de Fontibón 2020
MEDIO DE ACCESO DE LAS PERSONAS AL SERVICIO.	En la localidad de Fontibón entre finales del 2020 en adelante para los habitantes residentes en este sector y estilos de vida artístico e hintyba.

- **FACTORES TECNOLÓGICOS**

<u>VARIABLE</u>	<u>TENDENCIA FAVORABLE</u>

AVANCES TECNOLÓGICOS	Página web y redes sociales
IMPACTO DE LAS TIC	Aporta beneficios para la mejora en las operaciones, afluencia de una mayor cantidad de optimización de recursos, la apertura a nuevos clientes, mercados, un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de los consumidores para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida.

- **FACTORES ECOLÓGICOS**

<u>VARIABLE</u>	<u>TENDENCIA FAVORABLE</u>
PRODUCTOS RELACIONADOS QUE CUIDEN EL MEDIO AMBIENTE.	Es coherente ya que la empresa trabaja en pro de la conservación y cuidado del medio ambiente.
TENDENCIA DE CONSUMO DE ESTOS	Es alta ya que los productos son amigables con el medio ambiente.

PRODUCTOS.	
LEGISLACIÓN AMBIENTAL.	Registro Invima.

- **FACTORES LEGALES**

<u>VARIABLE</u>	<u>TENDENCIA FAVORABLE</u>
LEYES EXISTENTES	La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y lo jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos, requisitos para la notificación, 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.

Teniendo en cuenta el esquema anterior y los criterios establecidos en el, se identificó que el problema que más conviene trabajar es el aumento de gastos a corto y mediano y largo plazo al haber obtenido la mayor puntuación (28), ya que esta problemática impacta directamente en el cliente al definir un precio del producto y que si sea asequible al momento de comprarlo.

3). DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.

- Con el problema u oportunidad identifique, aplique y describa una técnica de ideaciones vista en el encuentro (lluvia de ideas o seis sombreros, relaciones forzadas, matrices combinatorias, biónicas o analogía).

LLUVIA DE IDEAS:

- Ya a la inexperiencia que tenemos en crear empresa. Vamos a capacitarnos en la cámara de comercio, el SENA, capital semilla y programas de emprendimiento para estar mejor capacitados para la labor que se va a desempeñar y ser más competidores en el mercado vs con otras empresas que desempeñan y fabrican galletas.
- Desarrollar pruebas del producto y degustaciones antes de su lanzamiento.
- Realizar encuestas en el sector para escuchar las opiniones de los futuros consumidores.
- Buscar asesoría con personas que ya tengan experiencia en crear empresa.

CUADRO DE AUTOEVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.

INTERESES / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
1. La idea se ajusta siempre a lo que he querido hacer.	1	2		4	5

			3		
2. No me incomoda decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	5
3. Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
4. Considero que en (6) meses puedo tener funcionando el negocio.	1	2	3	4	5
• N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN :			2	1	1

AFIRMACIONES	A		B	=	C
Total de afirmaciones valoras 1 :	0	X	1		0
Total, de afirmaciones valoras 2:	0	X	2		0
Total de afirmaciones valoras 3 :	2	X	3		6
Total de afirmaciones valoras 4 :	1	X	4	=	4
Total de afirmaciones valoras 5 :	1	X	5		5
PUNTAJE TOTAL:					16

3. Estructurar la idea de negocio en el siguiente cuadro:

TABLA 1

<p>¿CUAL ES EL PRODUCTO O SERVICIO?</p>	<p>Galleta a base de uchuva con caña de azúcar.</p>
<p>¿CUAL ES EL CLIENTE POTENCIAL?</p>	<p>Supermercados mayoristas, Tiendas, Supermercados de grande superficie, Canal de autoservicios, Distribución tienda a tienda.</p>
<p>¿CUAL ES LA NECESIDAD?</p>	<p>Satisfacer las necesidades de los consumidores protegiendo la salud y bienestar de las familias y los clientes.</p>

¿COMO FUNCIONA EL PRODUCTO O SERVICIO?	De una forma sencilla, practica, segura y protegiendo el bienestar de todos.
¿POR QUÉ LO PREFIRIRIA?	Por su sabor, estructura, empaque, cuidado de la salud y buena elaboración del producto.

GRÁFICO 1

Describe la solución de la idea de negocio estructurada” con el grafico **No. 1**

VERBO

Fabricar.

TEMA

Galleta a base de uchuva y
caña de azúcar.

Características

Sostenible
Económica

Verbo inspirador

Mejorar

Propósito inspirado

Mantener un estilo de vida
saludable y

Usuarios

De todas las edades.

Healthy Cookies Ljc - 2020

OBJETO

4). INNOVACIÓN

Una vez identificado el problema y desarrollado una idea de negocio inicial, es momento de sofisticarla y definirla como esta idea se desarrollará en una solución innovadora. El objetivo de esta actividad es desarrollar la idea para que se diferencie de soluciones ya existentes en el mercado, por medio de la innovación. Para eso se debe seguir los siguientes pasos.

1. Revisa la información sobre las estrategias de innovación presentadas en la plataforma del curso y el encuentro sincrónico.

2. Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas en la plataforma del curso y el encuentro sincrónico, teniendo en cuenta que una idea puede salir de combinar diferentes estrategias.

PROBLEMA

1. Inexperiencia en el mercado.

● ALTERNATIVAS

1. Realizar promociones 2x1 y también por compras frecuentes vamos a regalar un obsequio con la marca del producto como: Medias, accesorios, rifas y entre otras.
2. Dar degustación del producto en tamaño pequeño para dar a conocer nuestro producto en supermercados, tiendas y supermercados autoservicio.
3. Primero Hacer un video Flyer en el cual capte la atención de nuestros clientes. Segundo con la estrategia que utilizaremos en la venta de nuestro producto y el plan de proceso de entrega rápida. Tercero ser reconocidos con nuestros proveedores y consumidores.

4. La idea es que por medio del marketing viral queremos conseguir que nuestro producto y contenido llegue masivamente a muchos usuarios por medio de mensajes automatizados en las redes sociales y así el contenido del producto pueda hacerse viral.

3. Investiga y documenta (organiza la información en un documento) que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieras resolver o estás haciendo productos/ servicios similares (competencia).

- **COMPETENCIA DE LA EMPRESA Y PRODUCTOS O SERVICIOS SIMILARES**

EMPRESA	PRODUCTO
<ul style="list-style-type: none"> ● NUCITA 	<ul style="list-style-type: none"> ● GALLETAS DULCES.
<ul style="list-style-type: none"> ● OREO 	<ul style="list-style-type: none"> ● GALLETAS DE VAINILLA Y CHOCOLATE.

<ul style="list-style-type: none"> ● FRUTIUCHUVA 	<ul style="list-style-type: none"> ● GALLETAS A BASE DE UCHUVA. ● MERMELADA A BASE DE UCHUVA.

4. Analiza las 4 alternativas tu idea de negocio (desarrolladas en el numeral 1 de esta actividad), con respecto a la competencia y escribe las conclusiones.

- Sera un producto confiable ya que las personas podrán degustar su producto antes de ser lanzado al mercado.
- Su empaque es biodegradable, agradable con el ambiente, provechoso, multiusos y fácil de movilizar de un lado a otro.
- Los consumidores estarán felices y contentos ya que es un producto practico, nuevo en el mercado, agradable con el ambiente y en delicioso sabor a uchuva y caña de azúcar.

5. Si aun tu idea no se diferencia de lo que ya existe en el mercado, reformula tu idea con otras estrategias de innovación, para hacerla más diferente e interesante y diferente. También puedes combinar ideas o modificarlas según la técnica SCAMPER.

Por medio de la presente investigación que se realizó por medio de internet no vamos a realizar ninguna modificación a la idea de negocio Healthy Cookies LJC Ltda. Porque la idea que desarrollamos es innovadora y competente es en el mercado actual. Podemos decir que:

- Si tenemos competencia con otras empresas que desarrollan y fabrican este tipo de producto pero el componente diferenciador de nosotros es único ya que las galletas no sólo están a base de uchuvas sino también a base de caña de azúcar que son un gran aporte a la sociedad porque contiene un grado nutricional saludable, balanceado y sin conservantes para las personas.
- Hoy en día Las personas han tomado conciencia de su alimentación y lo que buscan es mantener un bienestar y gozar de buena salud.
- Adicionalmente tenemos nuestro empaque que es biodegradable y aporta a la humanidad y al medio ambiente. Contamos con un logotipo, etiqueta, logo y estrategias de mejoramiento que aportan a la sociedad y al bienestar de los trabajadores y familias en Sí.
- Para finalizar contamos con una tabla nutricional que aporta beneficios 100 % naturales para el cuidado y protección de nuestros consumidores.

VARIABLE	DESCRIPCION DE LA INNOVACIÓN
----------	------------------------------

<p>CONCEPTO DE NEGOCIO</p>	<p>Del bagazo de la caña de azúcar se puede utilizar para mejorar de propiedades de papel reciclado y también podemos producir hidrogeles.</p>
<p>PRODUCTO O SERVICIO</p>	<p>Podemos distribuir y fabricar papel reciclable con la caña de azúcar y hidrogeles resistentes que soportan alta acidez y Estos pueden usarse para embalajes, recubrimientos de alimentos o aplicaciones biomédicas, como parches para terapia transdérmica o recubrimientos para la liberación controlada de drogas.</p>
<p>PROCESO</p>	<p>Primero Se coge la caña de azúcar después se le extrae el jugo azucarado. Como tercer paso se separan el bagazo y los restos poseen una gran cantidad de fibras que pueden ser utilizadas para producir papel.</p>

6. Identifica y describe la idea más prometedora e innovadora.

5). FUERZA DE LA INDUSTRIA

5.1). A. CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA:

Healthy cookies L JC (LTDA): es una empresa destinada a la producción de galletas saludables a base de uchuva y caña de azúcar artesanal, en nuestro comiendo es una empresa relativamente nueva iniciamos haciendo desarrollo de su actividad a partir del año 2020, contamos con tres socio, nuestra planta de producción está ubicada en la localidad de FONTIBÓN-BOGOTÁ COLOMBIA.

5.2) B. ANÁLISIS DE LA DEMANDA:

La característica de la galleta hace que sea un producto saludable y se considere como producto de primera necesidad por su contenido alimenticio, es por esto que posee una demanda relativamente elástica a las fluctuaciones y cambios en la economía, el precio que juega es un factor importante para su compra.

También es un producto saludable elaborado con azúcar natural y el componente nutritivo de la uchuva, su venta depende del precio y de la necesidad del consumo, es porque la cantidad de demanda es sensible al precio, a mayor precio, menor demanda y viceversa.

Para poder negociar con los clientes se necesita un precio asequible y justo para así mismo competir en el mercado con otras empresas y nuevos competidores que vienen innovando, poder negociar con los proveedores para que sea rentable para ellos y para nosotros, seguir innovando para que no haya problema o amenezca de productos sustitutos.

5.3) C. ANÁLISIS DE LA OFERTA:

En el mercado nacional cuenta con diversas marcas de galletas que representan competencia directa de galletas, en el análisis se representan más adelante se muestra una descripción de cada una de las marcas en el mercado de la competencia para determinar su aceptación, calidad y precio en el mercado:

A Continuación, se realizará un análisis de las **características** de las principales marcas de la competencia, con el fin de saber que **característica**

son relevante para tener en cuenta con las galletas de uchuva y caña de azúcar fabricada por Healthy Cookies LJC (LTDA).

Las principales marcas son:

- **FESTIVAL:**

Producto:

Galleta redondeada de diferentes sabores rellena de crema del mismo sabor.

Peso:

Aproximado de 8.3 gramos

Empaque: En bolsa de polipropileno metálico impreso el logo nombre de la galleta y fabricante.

- **OREO:**

Producto: galleta redonda con sabor a chocolate rellena y pegada con crema de leche tiene un peso aproximado.

Peso: 8.7 gramos.

Empaque: Bolsa de polipropileno metálica impresa con logo nombre de la galleta y fabricante.

- **COCOSETE:**

Producto: Galleta lagar con sabor a coco relleno de crema de coco.

Peso: Aproximado de 11.7 gramo

Empaque: empaque en bolsa de polipropileno metálico impreso con logo nombre de la galleta y fabricante.

Por su parte Colombia compite con marcas como wafer brindar, crakeñas, nucita y multinacionales Nestlé y kraft que cuenta con marca posicionada como neófito, cocosette, can can, Saltinas, en el caso de la primera; y de la club social, belvita y oreo, el mercado en Colombia de galletas es pequeño comparado con otros, tanto como en volumen como en valor. Y si bien en los últimos años ha venido creciendo a tasa importante.

Para llegar a ser un buen competido en el mercado hacer un lanzamiento de producto nuevo como galletas de uchuva y caña de azúcar, nunca antes visto en el mercado colombiano, debe tener las siguientes características: de alta calidad, llamativo fácil de recordar en la mente, precio, alto nivel nutritivo, y con un sabor que desarrollé dependencia al consumo.

Se encuentran los aspectos enunciados en el problema del estudio anterior como son:

- **FRECUENCIA DEL CONSUMO DE GALLETAS:** disposición que se tiene en el punto de venta y hábito de consumo del cliente.
- **PREFERENCIA DE LA MARCA:** el reconocimiento, prestigio estatus y publicidad que enmarquen el producto
- **EL PRECIO:** que sea asequible de acuerdo a la disponibilidad de recursos económicos por parte del consumidor
- **LA PRESENTACIÓN:** que enmarquen la cantidad deseada a precio razonable
- **VALOR NUTRICIONAL:** que tenga beneficio nutricional al consumo del producto

- **EL SABOR:** que sea agradable y no empalague al consumidor.
- **CALIDAD:** cumplimiento de la normativa vigente tales como higiene, tecnología, adecuado empaque, conservación y seguridad al consumirlo.

5.6) ANALISIS DE COMERCIALIZACIÓN

VARIABLE EMPRESA	GRUPO NUTRESA	GALLETAS NOEL S.A	COLOMBINA
	Cuenta con un modelo de negocio diferenciado a partir de su gente:	Somos una compañía innovadora, responsable, líder en el mercado nacional de galletas, que desde 1916,	Es una compañía global de alimentos con sede en el Valle del Cauca,

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	talentosa, innovadora, comprometida y responsable que aporta al desarrollo sostenible. De sus marcas, líderes, reconocidas y queridas, que hacen parte del día a día de los consumidores y se soportan en productos nutritivos y confiables.	trabaja con el Corazón para llenar a Colombia de momentos especiales con productos de la mejor calidad, innovadores, deliciosos y divertidos.	Colombia. Cuenta con más de 100 años de experiencia en la fabricación y comercialización de alimentos. ... Adicionalmente realiza la distribución exclusiva de marcas tradicionales en Colombia como Café Buendía y Van Camp's.
PRODUCTOS	Produce y comercializa galletas dulces saborizadas, cremadas (wafers) y saladas (crackers).	Carnes frías, chocolates, galletas, café, helados y pastas, Galletas Finas Crema de Chocolate. Galletas finas rellenas de chocolate. Noel Coco. Wafers Cubitos Pistacho.	Salsas y Conservas. Galletas y Pasteles. Dulces. Helados. Chocolates. ... Enlatados de pescado. ... Café Liofilizado. Aceites.

		Galletas Finas Crema de Yogur.	
PRODUCTOS DIRIGIDOS A	<p>Tiendas autoservicio, grandes cadenas de supermercados, canal independiente, canal de catálogo nova venta</p> <p>Restaurantes y Redes de distribución directa presentes en Colombia, Perú, Ecuador, Chile, Centroamérica y el Caribe, México y Estados Unidos.</p> <p>Canales de distribución como tienda a tienda (TaT).</p>	<p>Dirigidos a los proveedores de la cadena de abastecimiento, grandes cadenas de supermercados, Alianzas estratégicas, Mercado internacional, canal autoservicios, canal independiente, canal de catálogo nova venta, canales de distribución como tienda a tienda (TaT).</p>	<p>Supermercados , Tiendas, Supermercados de grande superficie, Canal de autoservicios, Distribución tienda a tienda.</p>

TRAYECTORIA	100 Años en el mercado.	100 años en el mercado.	93 años en el mercado.
UBICACIÓN	<p>Grupo Nutresa S.A. Nit: 890.900.050-1 Teléfono: +574 268 96 42 Fax: +574 268 18 68. Dirección: Carrera 43A N° 1A Sur 143 Edificio Santillana, Medellín.</p>	<p>Dirección: Cl 18 69B-35 Zona Industrial Montevideo Bogotá - Distrito Capital Teléfono: (+57) 1 4050182</p> <p>Página Webhttp://www.noel.com.co Dirección: Carrera 52 # 2 - 38 Av. Guayabal Medellín, Antioquia, CO.</p>	<p>Dirección: Carrera 36 # 17 B 54 Bogotá D.C.</p> <p>(071)8773000</p> <p>Norby Esperanza Muñoz.</p>

6). SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

15 BONDADES DE NUESTRO PRODUCTO

1. aporte energético y vitalidad
2. Nutritivo
3. purifica la sangre
4. contribuyente con el medio ambiente
5. Multivitamínico
6. contiene fibra, potasio, fósforo, hierro y zinc
7. bajo en calorías
8. contiene minerales
9. ayuda a conservar la piel
10. ayuda a fortalecer los nervios ópticos
11. consumo para todo publico
12. fácil distribución

- 13. precio asequible
- 14. diseños de los productos
- 15. La vitamina A, B, C

BUYER PERSONAL

	<p>Miedos: a no tener la aceptación de los clientes y no lograr los objetivos.</p> <p>Frustraciones: intentarlo y no</p>	<p>Desea: tener estabilidad económica y emocional</p> <p>Necesita: triunfar , estabilidad económica</p>
--	--	---

	<p>lograr la meta.</p> <p>Ansiedades: por ser exitoso.</p>	<p>Anhela: tener libertad financiera.</p> <p>Sueña: conocer todo el mundo.</p>
--	---	--

<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Nuestra empresa está ubicada en la ciudad de Bogotá en la localidad de Fontibón.</p>	<p>¿Qué están tratando hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Estamos haciendo un producto innovador, con poca presencia en el mercado, saludable y multivitamínico.</p>	<p>¿Cómo alcanzar esas metas hoy?</p> <p>Con perseverancia y teniendo siempre las metas claras</p> <p>¿hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Si, siempre habrá competencia</p>
--	---	--

Frasas que mejor describan sus experiencias	Escuchar sus sugerencia para mejorar en el producto.
¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	las opiniones de los clientes son importantes.

¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

en las panaderías, en los súper mercados y tiendas.

¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- fidelidad
- amor por la marca
- confianza

- Servicio excepcional
- compromiso

¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

empatía y fidelidad con la marca y el producto se siente satisfecho y vuelve a visitar a adquirir los productos.

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

por lo que es un producto multivitamínico y saludable se usa como merienda.

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

Tenemos a la empresa oreo, chocolate, festival.

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

Toda la población es apta para comprar y consumir el producto, sin embargo, toda la población tiene la facilidad de adquirir nuestro producto

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

Las personas necesitan consumir este producto ya que tiene muchos beneficios y también se encuentra dentro de la canasta básica como los otros alimentos.

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

Todas las personas, almacenes de cadenas, panaderías, restaurantes.

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

Todas las personas en especial las amantes a las uchuva ya las galletas.

7). PROPUESTA DE VALOR

Desarrolla el perfil del cliente (circulo) y el mapa de valor cuadrado con la ayuda de las siguientes guías para este ejercicio utiliza el formato de propuesta de valor.

- 1. Trabajos del cliente:** Los trabajos del cliente describen aquello que las personas intentan resolver en sus vidas laborales y/o personales.
- 2. Frustraciones del cliente:** Las frustraciones describen los obstáculos, barreras, malos resultados y/o riesgos que se presentan en los trabajos del cliente cuando este intenta realizarlos.
- 3. Alegrías del cliente:** Las alegrías del cliente describen los resultados y beneficios que espera conseguir, así como las expectativas de calidad de un producto o un servicio.
- 4. Productos y servicios:** En este espacio se describen de forma sintética los productos o servicios que se quieren ofrecer como parte de la propuesta de valor.





Perfil del cliente



Trabajos del Cliente

TRABAJO DEL CLIENTE

Crecer dentro de la empresa.

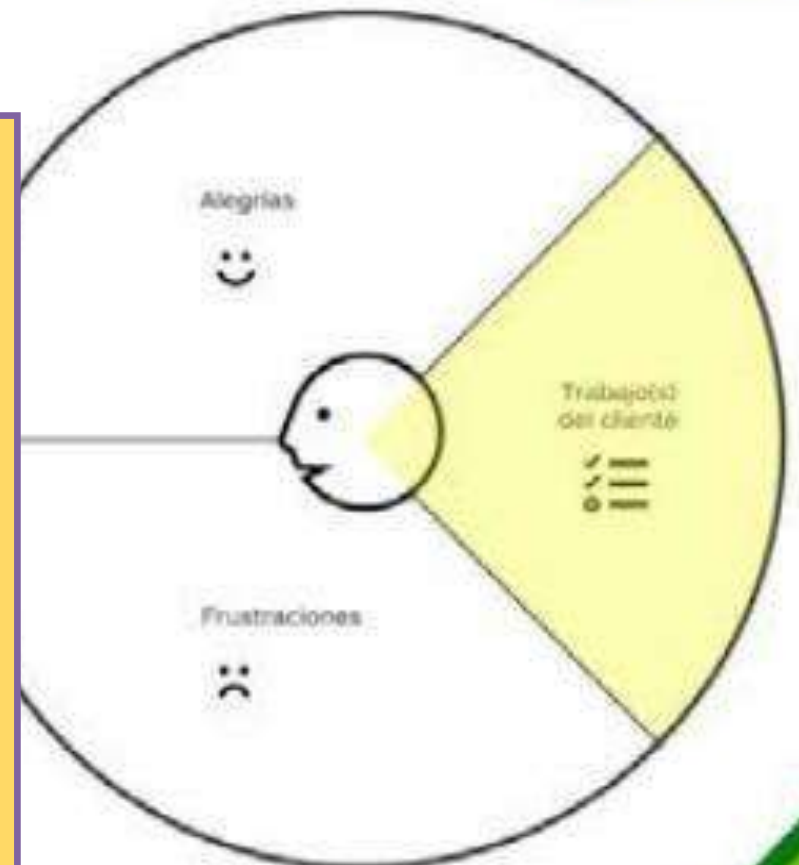
Conseguir un ascenso.

Alimentarse y comer bien.

Estar al día con los pagos y sus responsabilidades.

Estabilidad económica.

No conocer los servicios que ofrece un producto.



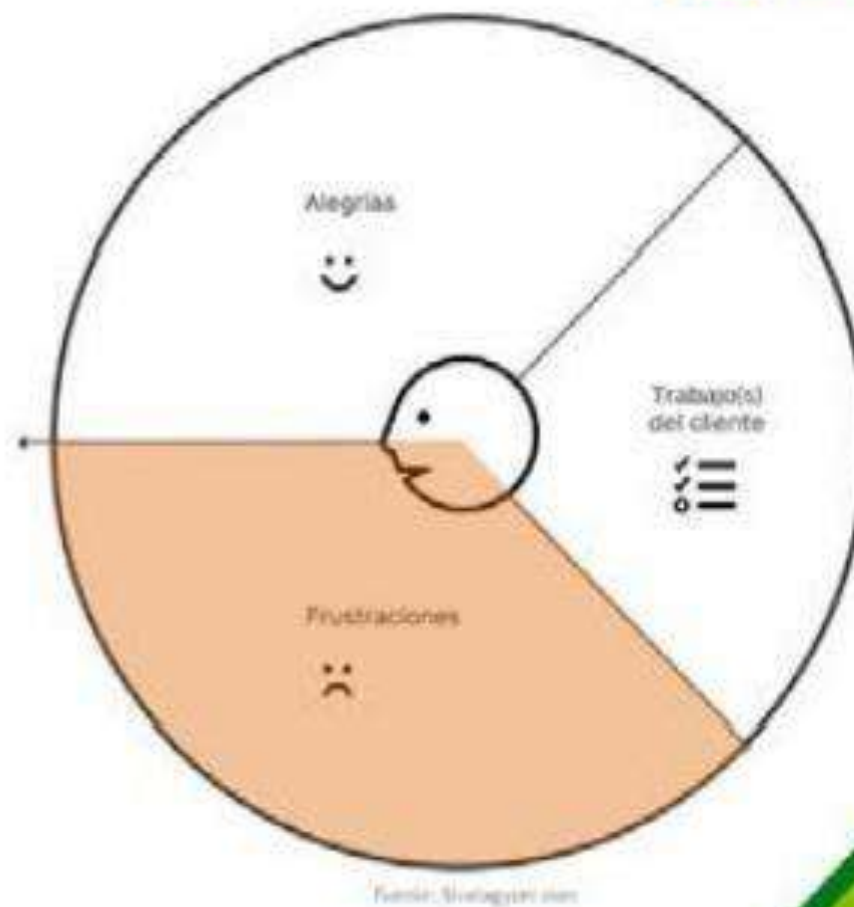
Perfil del cliente



Frustraciones

- Efectos Secundarios
- Obstáculos
- Riesgos / Resultados no deseados

Preguntas Guía.



Perfil del cliente

Alegrías

Aumento de precio.

Falta de conocimiento.

Tiempo en filas para pagar.

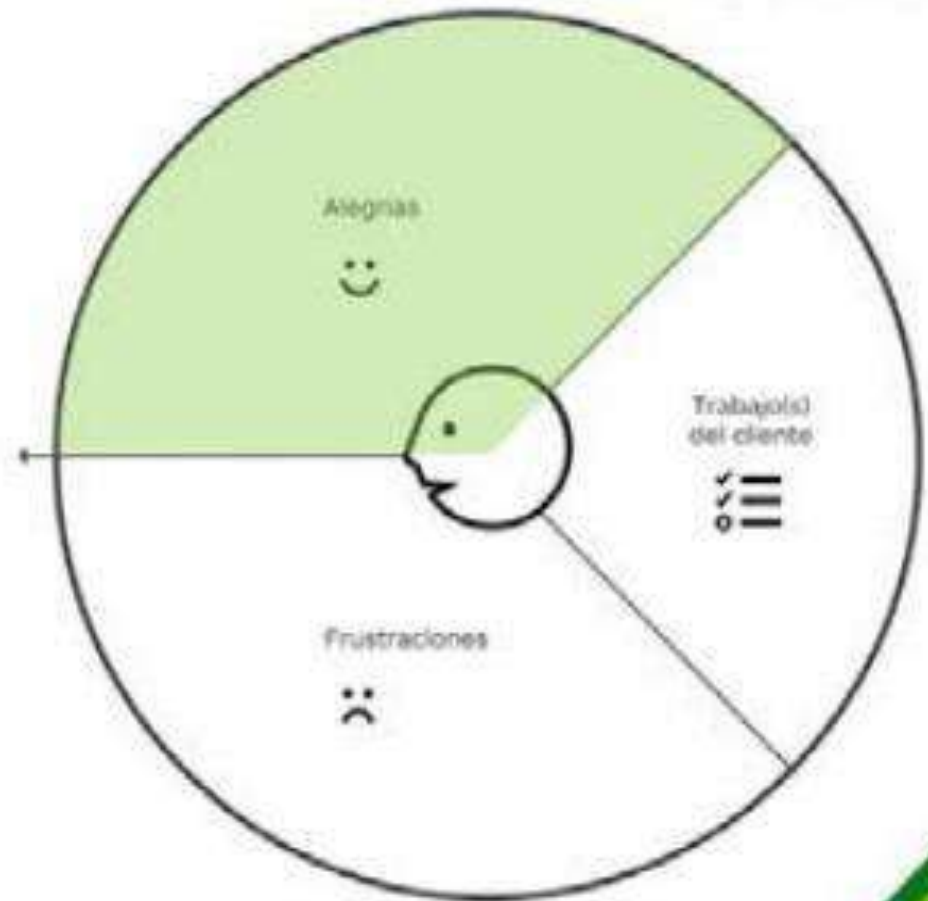
Demasiado tiempo en filas para comprar.

Mal servicio.

Demora en la entrega.

Pasar un momento tranquilo y agradable

cin



Fuente: Strategizer.com

Perfil del cliente



Productos y Servicios

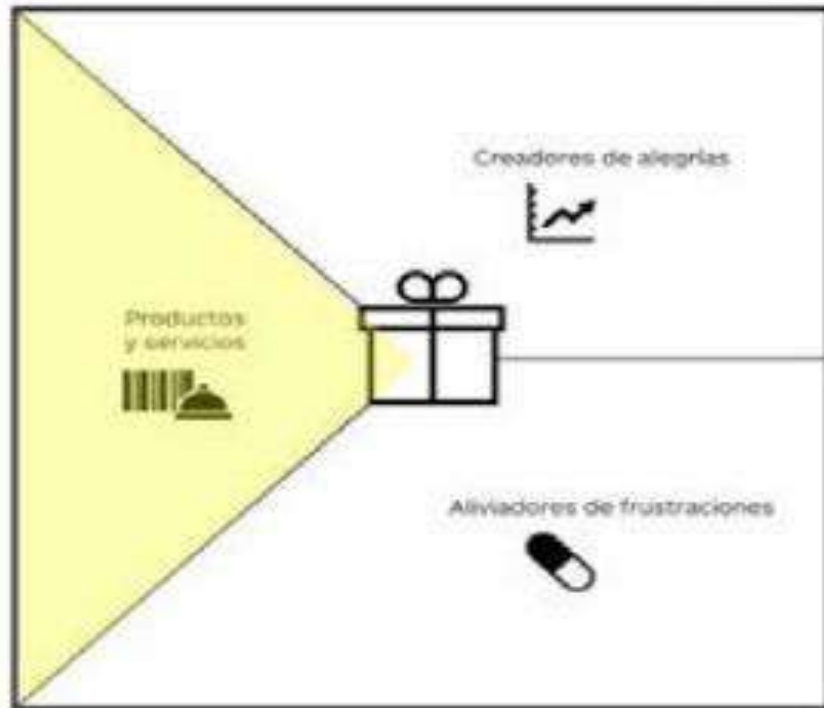
producto seguro.

Crédito de la empresa.

Portal web.

Sistema automatizado.

Precios al por mayor.



Fuente: Stratagema.com

Mapa de Valor



Aliviadores de Frustraciones

Excelente servicio al cliente.

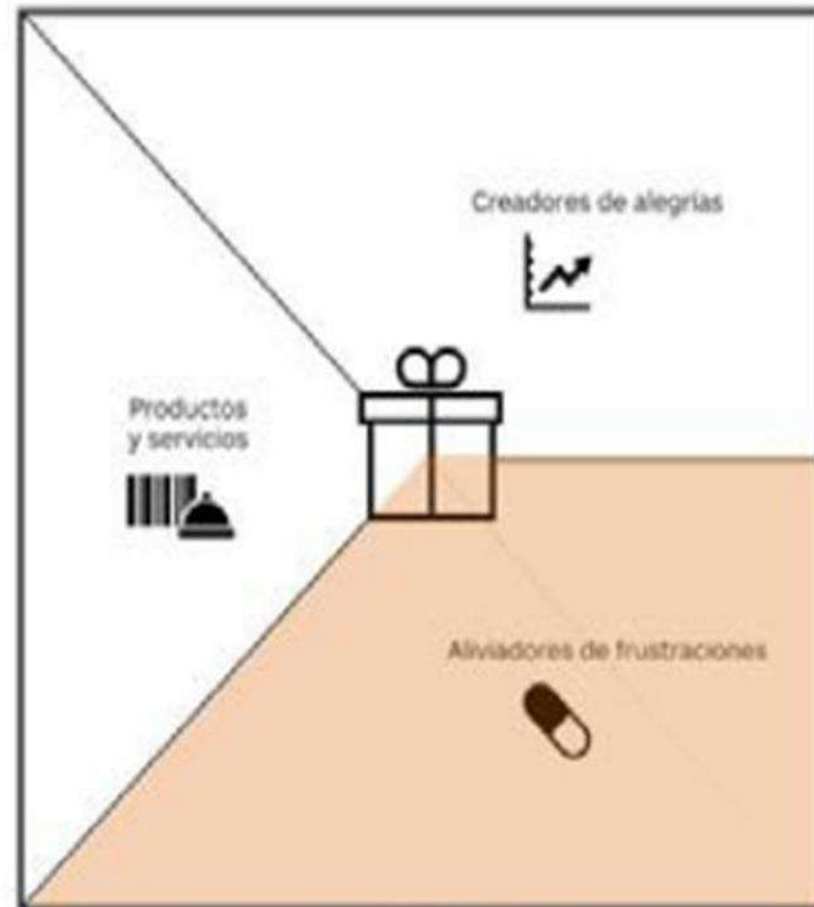
Despacho rápido del producto.

Hacer una buena inversión.

Encontrar rápido lo que busca.

Comprensión.

Atención



Mapa de Valor



Generadores de Alegrías

Cuidar su bolsillo.

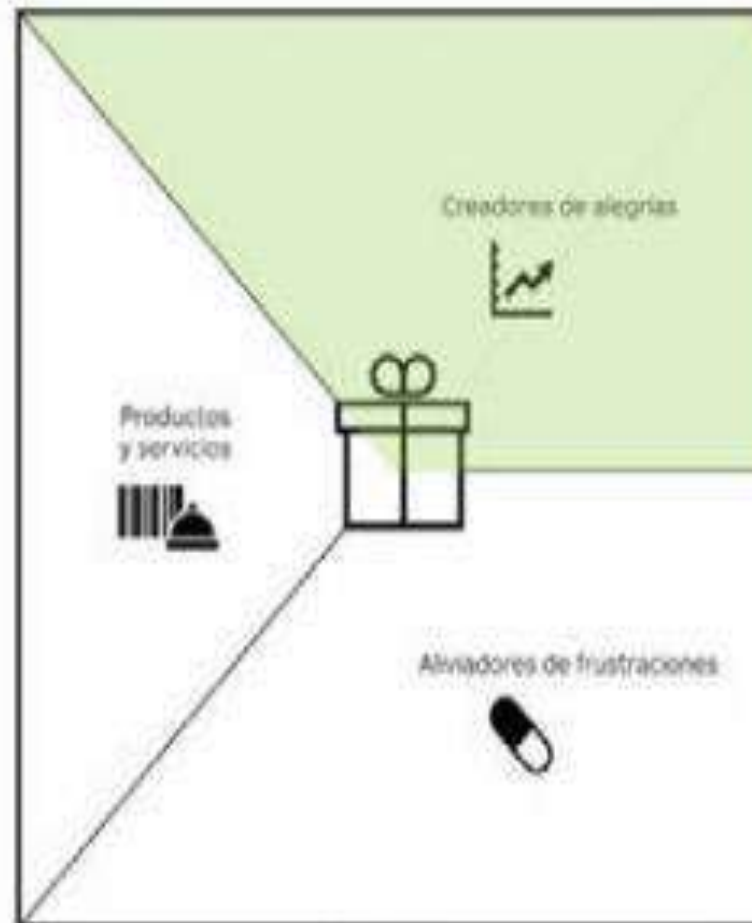
Puntualidad.

Hacer las cosas bien.

Ser accesible.

Ser ético.

Hacer lo que el cliente pide.



8). CICLO DE VIDA

- **DEFINICIÓN ESTRATEGICA**

- Investigar y describir mínimo 4 leyes, decretos o normas colombianas o internacionales que vigilan o se requieren para poner en marcha la idea de negocio.

LEYES Y DECRETOS

- Ley N° 26842, Ley General de Salud.
- Ley N° 29571, Código de protección y defensa del consumidor
- Decreto Legislativo N° 1062 que aprueba la Ley de Inocuidad de los Alimentos
- Decreto Supremo N° 034-2008-AG que aprueba el Reglamento de la Ley de Inocuidad de los Alimentos.
- Decreto Supremo N° 012-2006-SA, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 28314, Ley que dispone la fortificación de harinas con micronutrientes.

- Decreto Supremo N° 003-2005-SA, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 27932, Ley que prohíbe el uso de la sustancia química bromato de potasio en la elaboración del pan y otros productos alimenticios destinados al consumo humano.
- Decreto Supremo 007-98-SA que aprueba el Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas.
- Resolución Ministerial N° 449-2006/MINSA que aprueba la Norma Sanitaria para la aplicación del Sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas.
- Resolución Ministerial N° 461-2007/MINSA, que aprueba la Guía Técnica para el Análisis Microbiológico de Superficies en contacto con Alimentos y Bebidas.
- Resolución Ministerial N° 591-2008/MINSA que aprueba la Norma sanitaria que establece los criterios microbiológicos de calidad sanitaria e inocuidad para los alimentos y bebidas de consumo humano.
- Resolución Ministerial N° 363-2005/MINSA que aprueba la Norma Sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines.

DISEÑO DE CONCEPTO

- Realice una lista de los materiales y la maquinaria que requiere para la elaboración del producto o servicio.

MAQUINARIA

Entre los principales elementos de maquinaria se rescatan el horno, refrigerador y batidora, además, de los diferentes utensilios de cocina empleados en el proceso de producción.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN:

MAQUINA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
---------	-------------------------

Batidora 1	10 litros
Batidora 2	20 litros
Estufa	4 boquilla- horno 50 galletas por bandeja
Nevera	600 litros
Horno de 6 charolas	130 galletas por bandeja. Total 770 galletas

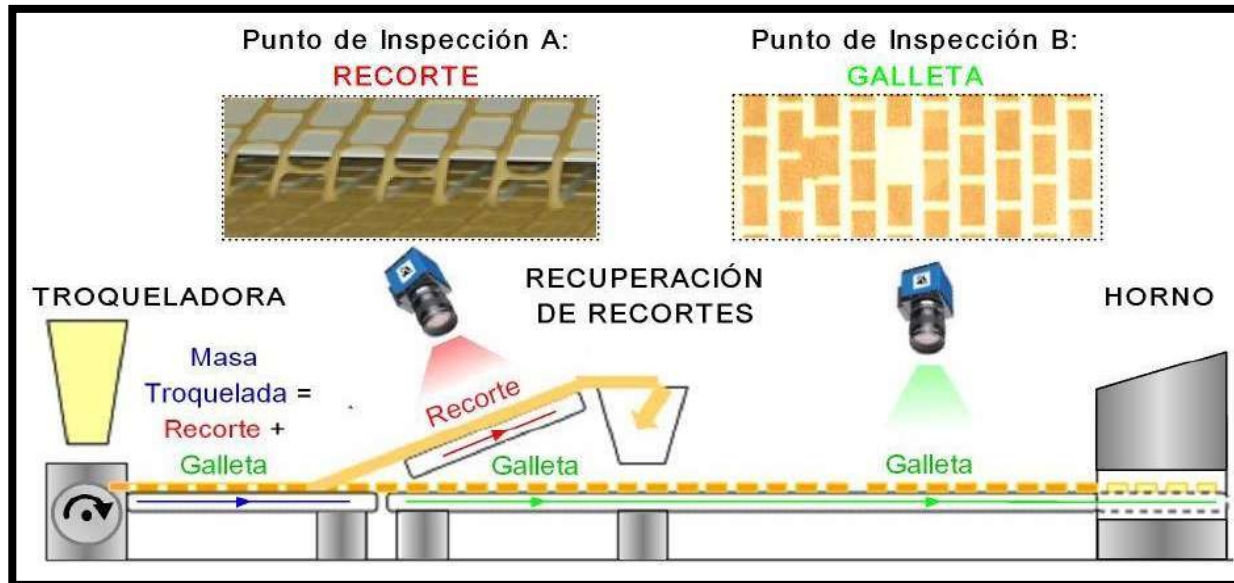
MATERIALES/ MATERIAS PRIMAS

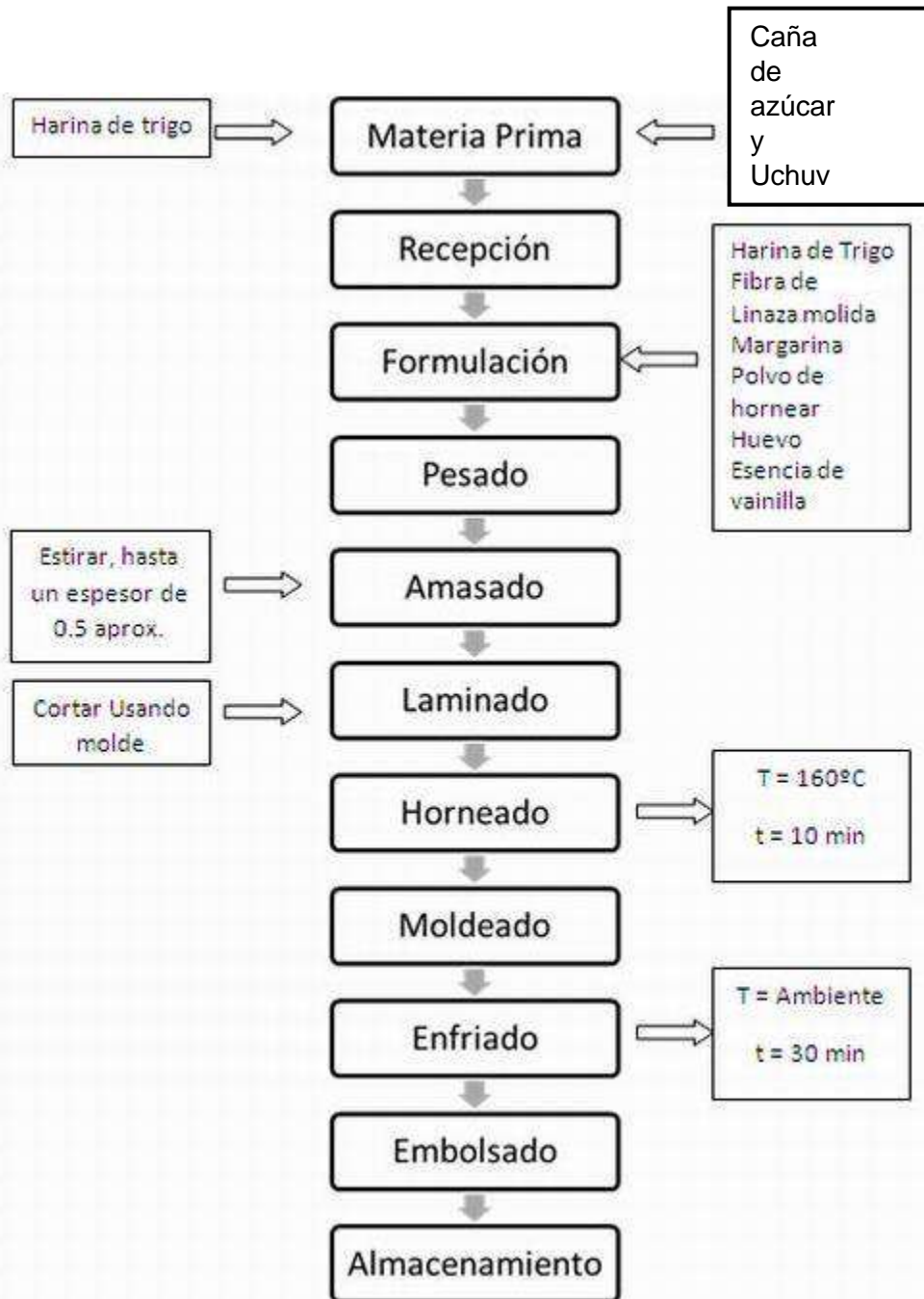
Las sustancias - ingredientes utilizados como materias primas son:

Uchuvas, caña de azúcar, harina de trigo, huevos, margarina, mantequilla, polvo de hornear, sal.

DISEÑO EN DETALLE

- Realice un diagrama de bloques, donde describa el proceso de producción del producto o servicio con tiempos relacionados.

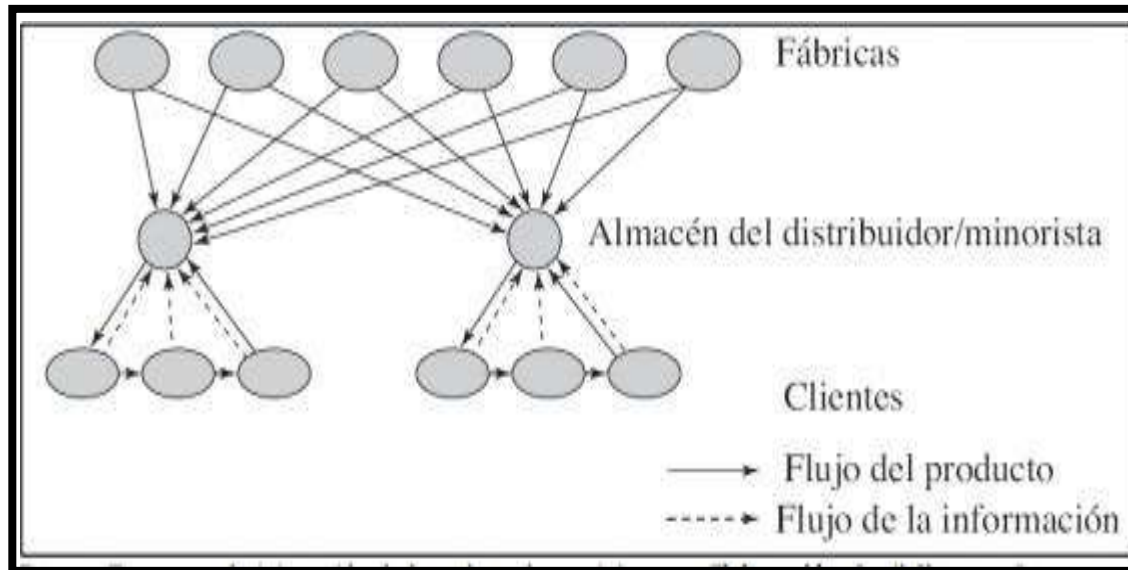




- Grafique y describa la cadena de distribución.

GRÀFICO 1.

Distribuidor con entrega a domicilio:



Fuente: Texto en administración de la cadena de suministro Elaboración: Sunil Chopra y Peter Meindl.

En este tipo de cadena de distribución el producto se envía de forma directa al cliente final, evitando el distribuidor y el minorista. Así mismo al utilizar este tipo de cadena de distribución el stock se centraliza en la fábrica del vendedor, mientras que los pedidos se colocan en las tienda/ minorista que pertenecen o trabajan con el fabricante, tal como se ve en el Gráfico 1 donde el fabricante envía producto directamente al cliente.

GRAFICO 2

Factor coste del fabricante envía producto directamente al cliente:

Factor coste	Rendimiento
Stock	Bajo. Beneficios altos para productos de baja demanda y alto valor. Serán más altos si la personalización del producto se aplaza con el fabricante.
Transporte	Alto. Altos costes de transporte debido a la larga distancia y al envío no consolidado.
Instalaciones y manipulación	Bajo. Puede existir ahorro en costes de manipulación si el fabricante puede hacer pequeños embarques o enviar desde la línea de producción.
Información	Alto. Se debe invertir en la comunicación e integración entre el fabricante y vendedor.

Fuente: Texto en administración de la cadena de suministro Elaboración: Sunil Chopra y Peter Meindl.

Factor nivel de servicio	Rendimiento
Tiempo de respuesta	Alto. Similar al envío directo.
Variedad de productos	Alto. Similar al envío directo.
Disponibilidad del producto	Alto. Similar al envío directo.
Satisfacción del cliente	Mejor que el envío directo debido a que se recibe una sola entrega consolidada.
Visibilidad del pedido	Bajo. Similar al envío directo.
Devolución	Bajo. Cara y difícil de implementar.

Fuente: Texto en administración de la cadena de suministro Elaboración: Sunil Chopra y Peter Meindl.

- Determine los costos de producción y el precio de venta.

TABLA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

	COSTO POR DÍA (S./.)
MATERIA PRIMA	57.32
MATERIALES INDIRECTOS, MANO DE OBRA	20.8751
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	78.2551
COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU)	1.0163
DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS Y MATERIALES	43.9867
DEPRECIACIÓN DE INFRAESTRUCTURA	2.135
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	18.813
COSTO FIJO TOTAL (CFT)	74.7347
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN (CTP)	152.9898
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO (CPU)	1.9869
GANANCIA POR PRODUCCIÓN (GP)	39.56
GANANCIA POR UNIDAD (GPU)	0.5131
PUNTO DE EQUILIBRIO (PE)	50.3371

PRECIO DE VENTA

COSTO X UND	P/ X MAYOR O DISTRIBUIDOR	P /VENTA
\$ 1986	\$2.500	\$4.800

VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN

Redacte diez indicadores de calidad que evalúen el producto antes de salir al mercado.

1. Producto es atractivo para los clientes potenciales.
2. Competitividad.
3. Satisfacer la necesidad del cliente.
4. Producto innovador.
5. Práctico y de fácil uso.
6. Manejable
7. Original.
8. Precio absequible.
9. Con alta Cobertura.
10. Eficaz.
11. Alto Volumen de ventas.

PRODUCCIÒN

- Dibuje el empaque y etiqueta del producto. En caso de ser servicio realice un brochure con la descripción de cómo funciona.

PRESENTACIÒN DEL EMPAQUE 1

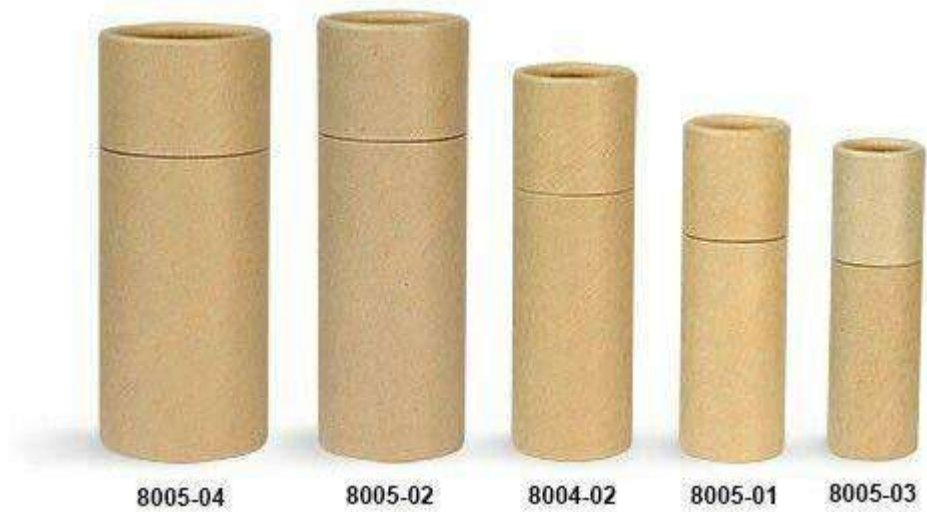
Diseño 1 – (biodegradable y orgánico)



Diseño 2 – (Empaque biodegradable y orgánico)



**Diferentes diseños del Empaque 1.
Distintos tamaños y medidas (Biodegradable y orgánico)**



PRESENTACIÓN DEL EMPAQUE 2
(Bolsas de papel biodegradable)

Diseño 1 (Bolsa de papel biodegradable)

BOLSAS DE PAPEL



Diseño 2 (Bolsa de papel biodegradable con cierre hermético)



Diseño 3 – Bolsas biodegradables

Kraft Doy Pack (Metalizado por dentro)



Doy Pack (Fuelle Inferior)

Kraft Metalizada 3 Capas

Las medidas son aproximadas, pueden variar.

Capacidad Mililitros	Ancho + Alto + Fuelle (mm)	Calibre	Cantidad / Vr. Unitario	
			100	300 ó +
70 Grs	100 x 140 x 35	4,5	\$ 602	\$ 444
90 Grs	130 x 160 x 35	4,5	\$ 678	\$ 500
125 Grs	135 x 190 x 35	4,5	\$ 705	\$ 519
250 Grs	160 x 240 x 35	4,5	\$ 880	\$ 648
500 grs	195 x 250 x 40	4,5	\$ 944	\$ 696
2500 grs	280 x 420 x 55	4,5	\$ 2.375	\$ 1.750

Valores Adicionales



Válvula

\$ 290 c/u

Precios Sujetos a Cambio sin Previo Aviso

Los Anteriores Valores mas IVA

Diseño 4

Bolsas biodegradables con cierre hermético



EMPAQUE 3 PARA FECHAS ESPECIALES

**Caja para regalos en
fechas especiales Diseño 1**



Caja para regalos ene fechas especiales

Diseño 2



caja para regalos en fechas especiales

**d
i
s
e
ñ
o**

3



**Caja para regalos en
fechas especiales Diseño 4**



**Caja para regalos en
fechas especiales Diseño 5**



**Caja para regalos en
fechas especiales Diseño 6**



ETIQUETA DEL PRODUCTO



- Desarrolle la ficha técnica del producto o servicio.

9). FICHA TÉCNICA

NOMBRE DEL PRODUCTO	Galleta a base de uchuva y caña de azúcar.
----------------------------	--

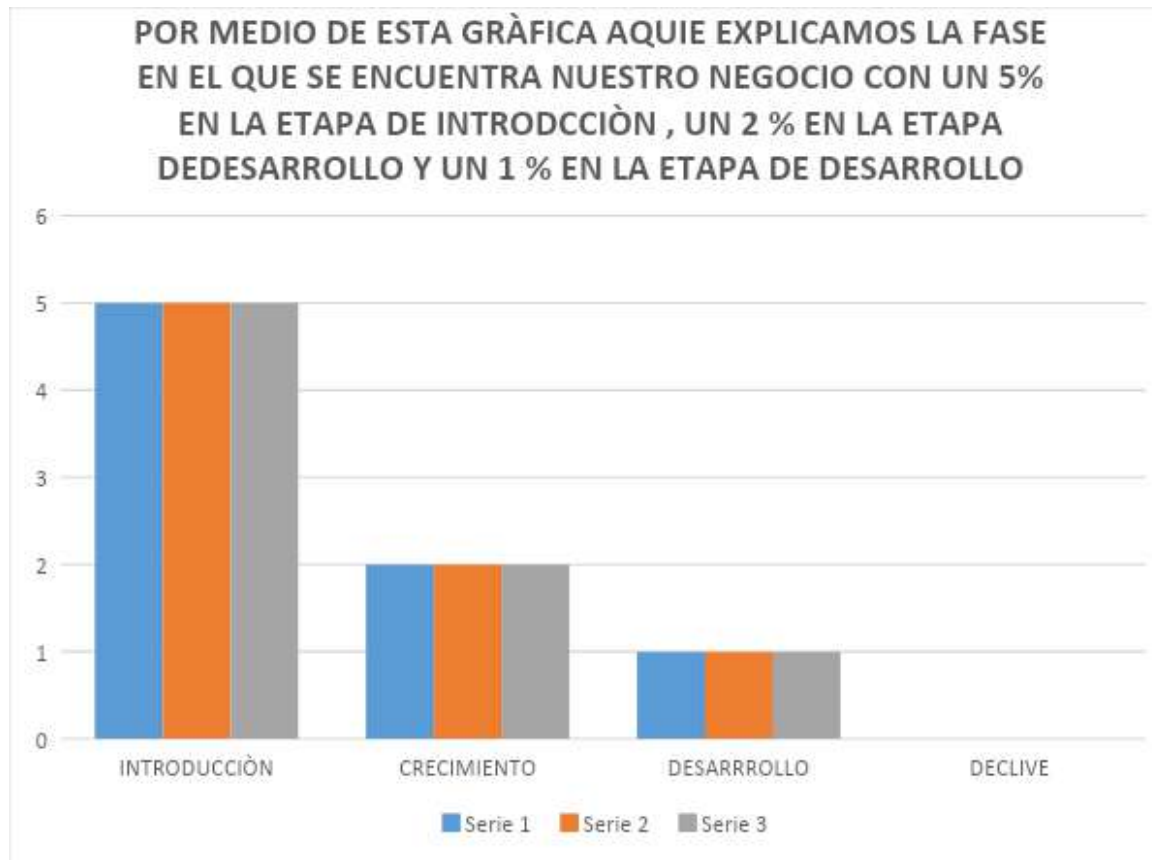
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none">● producto elaborado artesanalmente Galleta a base de uchuva y caña de azúcar con unos ingrediente adicionales como es la avena y harina de trigo que le da la moldura al producto y su presentación.
PRESENTACIÓN Y EMPAQUES COMERCIALES	<ul style="list-style-type: none">● tenemos un empaque contribuyente con el medio ambiente elaborado en papel krat y empacado en bolsa transparente.

<p>CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● sabor a uchuva, con una textura plana con un color amarillo un olor agradable a frutas amarillas.
<p>REQUISITOS MÍNIMOS Y NORMATIVIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● run ● cámara de comercio ● certificado de salud ● certificado manipulación de alimentos ● certificado fumigación ● certificado bomberos

TIPO DE CONSERVACIÓN	<ul style="list-style-type: none">● conserva en lugar fresco y sin humedad.
LUGAR DE ELABORACIÓN	<ul style="list-style-type: none">● localidad de Fontibón calle 17 # 96c-38 Bogotá -Colombia

VALOR NUTRICIONAL	<ul style="list-style-type: none">● fuente de vitamina A, B Y C fibra, potasio, fósforo, hierro y zinc.● 100 gramo de este producto aporta 53 kcal de energía● 11.2 g de carbohidrato● 10 g de grasa● 1.9 g proteína así como vitamina y minerales.
--------------------------	---

- Identifique la fase en la que se encuentra el producto o servicio dentro del ciclo de vida del producto.



En conclusión, la fase en la que se encuentra nuestro negocio Healthy cookies LJC Ltda. El porcentaje donde mayor resultado nos da es en la etapa de la **fase de introducción** visto como se explica en la gráfica anterior.

10). PROTOTIPO

INGREDIENTES

Mantequilla:

- La mantequilla se obtiene a partir de la grasa de la leche. Es un producto altamente calórico, debido a su alto contenido en grasa que, además, aporta cantidades importantes de vitaminas A y D.
- La mantequilla es un alimento de amplio consumo que demuestra una gran versatilidad en la cocina.
- La mantequilla es el producto obtenido de la leche mediante procedimientos mecánicos o bien por batido de la nata higienizada (pasterizada). El término "mantequilla" designa únicamente al producto elaborado con leche o nata procedente de la leche de vaca.
- Es un alimento altamente energético que se obtiene de la grasa de la leche, es muy recomendado en cocina de repostería a temperatura moderada.



Avena:

La avena es una planta. Para hacer los medicamentos la gente usa la semilla (avena), las hojas, el tallo (paja de avena) y el salvado (la cubierta exterior de la avena integral).

El salvado de avena y la avena integral se utilizan para la presión arterial alta, el colesterol alto, la diabetes y los problemas de la digestión que incluyen el síndrome del intestino irritable (SII), la diverticulosis, la enfermedad inflamatoria del intestino, la diarrea y el estreñimiento. Se usan también para prevenir las enfermedades cardíacas, los cálculos biliares, el cáncer del colon y el cáncer de estómago.

La avena es más comúnmente usada para disminuir los niveles del colesterol y reducir el riesgo de cardiopatía.



Uchuvas. La uchuva, es una fruta de origen americano, oriunda de los Andes, posee excelentes propiedades nutricionales y especialmente curativas.

Se le conoce con diferentes nombres alrededor del mundo, entre ellos: uvilla, guchuva, vejigón, topetorope, aguaymanto, alquequenje, topo-topo, capulí, poga poga, tomate silvestre, tomatillo, 'cape gooseberry' (en inglés), judaskirsche en Alemania y coqueret du perou, en Francia.



Melaza de caña de azúcar: Producto de consistencia líquida de alta viscosidad. Con olor y color característicos de la miel de caña. También llamada miel de purga, melaza o miel final. Útil para la fabricación de suplementos alimenticios de alto aporte energético para animales y para la producción de alcohol y bebidas.



Harina:

La harina es el polvo fino que se obtiene del cereal molido y de otros alimentos ricos en almidón. Se puede obtener harina de distintos cereales. Aunque la más habitual es harina de trigo, también se hace harina de otros cereales como centeno, cebada, avena, maíz, arroz... y existen también otros tipos de harinas obtenidas de otros alimentos como leguminosas (garbanzos, soja), castaña, mandioca, etc.

La harina puede contener mayor o menor proporción del grano entero, según se deseche mayor o menor cantidad de salvado y germen. La proporción de grano entero que se utiliza para obtener la harina se denomina grado de extracción. Cuando hablamos de un 90% de grado de extracción se trataría de una harina que contiene un 90% del cereal completo y se ha desechado un 10% de salvado y germen. Por lo tanto, una harina integral sería una harina con el 100% de extracción.



Levadura. Para la elaboración de recetas en las cuales la masa ha de crecer, se utiliza la levadura de panadero o levadura prensada en la elaboración de masas que tienen que crecer antes de introducirlas al horno como las masas que hacemos para el pan, pizzas, bollos, brioches o pizzas



Sal: La sal proporciona a los alimentos uno de los sabores básicos, el salado,² que es posible percibir debido a que la lengua tiene receptores específicos para su detección. El consumo de la sal modifica el comportamiento frente a los alimentos, ya que es un generador del apetito y estimula su ingesta.³⁴ Se emplea fundamentalmente en dos áreas: como condimento de algunos platos y como conservante en las salazones de carnes y pescado (incluso de algunas verduras), así como en la elaboración de ciertos encurtidos.



PROCEDIMIENTO DE LAS GALLETAS A BASE UCHUVAS – PASO A PASO

1. Corta la **mantequilla** en trozos grandes, ponla en un bol apto para microondas y con apenas unos segundos en el microondas estará derretida (ve vigilándola y sácala cuando esté líquida o casi, ya que puede llegar a explotar un poco y manchar tu microondas). Mézclala con la **avena** con ayuda de unas varillas, procurando que la empape bien.



2. En otro bol casca el **huevo**, añade el **Melaza de caña de azúcar como endulzante** y la **sal** y mézclalo todo con unas varillas hasta que el aspecto sea bastante homogéneo. No es necesario batirlo, simplemente mezclarlo. Este es el momento de echarle también la canela si te gusta.



3. Pon encima del bol un colador y echa encima la **harina** y la **levadura**. Coge el colador y ve moviéndolo y haciéndolo chocar con tu mano para que caiga sin grumos ni apelmazamientos, es lo que se conoce como tamizar. Mezcla bien con las varillas todos los ingredientes.



MEZCLAMOS HASTA QUE EL ASPECTO SEA HOMOGÉNEO



4. Ahora añade a este bol la **avena** que ya estaba mezclada con la **mantequilla**. Mézclalo todo bien y ya tienes lista la masa para las galletas.



5. Tapa el bol con papel film y guárdalo en la nevera unos 15 minutos para que la masa esté más compacta y sea un poco más sencillo darles forma a las galletas.



6. **Precalienta el horno a 180°C** con calor arriba y abajo y ventilador mientras formas las galletas.



7. Ve cogiendo trozos de **masa** con una cuchara o un sacabolos de helado. En cualquier caso, ve dejando las porciones separadas unas de otras lo suficiente como en la fotografía (porque luego se expanden un poco en el horno) y sobre papel vegetal o un **tapete de cocción** (como el que utilizo yo).
8. Dale a los trozos una forma más o menos redondeada, pero sin meter las manos, simplemente con una cuchara o lengua de cocina. Recorta un cuadrado de papel vegetal, ponlo encima de cada bolita y aplasta con tu mano, de esta forma quedarán planitas y no se te pegarán. Si los bordes han quedado irregulares siempre puedes retocarlos un poco de nuevo con una cuchara o lengua de cocina. Ya ves que no quedan redondas perfectas (no es la intención) pero sí con un bonito aspecto rústico y no tienes que tocarlas con las manos para nada.



CON ESTE TRUQUILLO Y SIN MANCHARTE LES PUEDES DAR FORMA FÁCILMENTE A LAS GALLETAS

9. Pon el papel o el tapete sobre una rejilla de horno, introdúcela en el horno y **hornea las galletas durante unos 10 minutos**, hasta que veas que se han **dorado**. A mi me han tardado exactamente 10 minutos.



VIDEO PUBLICITARIO HEALTHY COOKIES LJC LTDA



VID-20201101-WA0037.mp4

11). MODELO RUNNING LEAN DE LA EMPRESA HEALTHY COOKIES LJC

<u>Problema</u>	<u>Solución</u>	<u>Propuesta de Valor única</u>	<u>Ventaja Especial</u>	<u>Segmento de clientes</u>
<p>Cientes con dificultades de salud como sobrepeso, diabetes, hipertensión, bajas defensas, visión.</p>	<p>Nuestras galletas Healthy Cookies LJC, se caracterizan por ser un producto natural y nutritivo, producido con un endulzante 100% natural es cual evita el sobrepeso y disminuye el riesgo de diabetes, adicional purifica la sangre y esto aporta a disminuir el riesgo de hipertensión, la fruta es baja en calorías y aporta a la mejora de la visión ya que fortalece los nervios ópticos y con sus componentes multivitamínicos (potasio, fibra, hierro, etc.) refuerza las defensas y aporta energía y vitalidad al organismo.</p> <p><u>Métricas Clave</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar seguimiento y comportamiento de compra y constancia de los clientes. ✓ Verificar porcentajes de producción y ventas para determinar crecimiento de la empresa. ✓ Dar a conocer a nuestros clientes cada uno de los beneficios que aporta para la salud los componentes de nuestros productos para mantener y captar nuevos clientes que busquen mejorar sus hábitos y estilo de vida. 	<p>Healthy Cookies LJC elabora galletas saludables realizadas a base de uchuva y caña de azúcar aprovechando todas las propiedades de esta fruta y utilizando un endulzante 100% natural y que por lo tanto aporte beneficios a la salud de todos nuestros consumidores.</p>	<p>Nuestras galletas son productos amigables para la salud, el bolsillo y estilo de vida de nuestros consumidores y adicionalmente con el medio ambiente.</p> <p><u>Canales</u></p> <p>Inicialmente en el lugar de elaboración (localidad de Fontibón calle 17 # 96c- 3 8 Bogotá) y encargos por medio de redes sociales.</p> <p>A futuro con el desarrollo y crecimiento de nuestra producción e introducción al mercado por medio de Supermercados mayoristas, Tiendas, Supermercados de grande superficie, Canal de autoservicios, Distribución tienda a tienda y Domicilios.</p>	<p><i>Las galletas de Healthy Cookies LJC están dirigidos inicialmente a los habitantes de la localidad de Fontibón, con edades entre los 5 y 80 años, con viviendas propias o arrendadas de estrato 1 al 4, y con una visión de consumo y alimentación saludable</i></p> <p><i>A futuro a los clientes con acceso a las tiendas y los supermercados de grandes superficies que distribuyan nuestros productos en la ciudad de Bogotá.</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar acciones que garanticen un impacto favorable para el medio ambiente. 			
Estructura de costos Costo Total de Producción: \$152.		Fuentes de ingresos Desarrollo de la actividad económica (elaboración, producción y ventas de nuestras galletas saludables)		

12). VALIDACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

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

Para poder validar y poner en marcha nuestra empresa **HEALTHY COOKIES LJC LTDA.** Es importante tener en cuenta lo siguiente:

1. Tener un producto novedoso y creativo que capte la atención de los clientes.
2. Alcanzar **la eficacia y la eficiencia** logrando obtener los recursos necesarios para poder cumplir metas.
3. Satisfacer las necesidades de los clientes brindando el mejor servicio con una baja inversión y un precio bajo así logrando el crecimiento de la compañía y ampliar nuestra lista de clientes.
4. Manejar un precio asequible.
5. Servicio al cliente.
6. Calidad del producto.

En la hipótesis que se va a realizar por medio de la encuesta se va a evaluar los aspectos más relevantes para poner en marcha nuestra idea de Negocio que son:

1. Realizar el análisis de la encuesta en base a los personas que viven en el sector de la localidad de Fontibón para así evaluar nuestra idea de negocio y poder llegar a hacer una investigación del producto y obtener datos concretos para mejorar e implementar aspectos de la empresa de acuerdo al resultado obtenido encuesta .
2. Evaluar cuales son las necesidades de los clientes.
3. Aceptación del producto.
4. Mejoras para el producto.
5. Precios.
6. Validar si los clientes prefieren consumir un producto natural y saludable a base de uchuva y caña de azúcar.
7. Identificar por porcentaje más alto de generó quienes consumirían la galleta a base de caña de azúcar y uchuva.
8. Evaluar que el sector donde vamos a iniciar con el producto sea viable.

13). APLICA LA ENCUESTA

Análisis Encuesta Healthy Cookies Ljc

Objeto de la investigación

Para Healthy Cookies Ljc es muy importante recolectar información útil que nos permita identificar las preferencias y necesidades de nuestros futuros clientes para de este modo aplicarlas y ofrecer un producto interesante y de calidad.

Tipo de Investigación

Cuantitativa

Formato de Encuesta <https://forms.gle/vvWqg4bQ1es2mfjv8>



Healthy Cookies Ljc

Healthy Cookies LJC (LTDA) es una empresa destinada a la producción de galletas saludables a base de uchuvas y caña de azúcar con el fin de realizar un aporte significativo a la salud y bienestar de la sociedad por medio del consumo de productos 100% naturales.

Objetivo: Para Healthy Cookies Ljc es muy importante recolectar información útil que nos permita identificar las preferencias y necesidades de nuestros futuros clientes para de este modo aplicarlas y ofrecer un producto interesante y de calidad.

Nombre Completo:

Tu respuesta:

Edad:

Tu respuesta:

Genero:

- Femenino
- Masculino
- Otro



1. ¿Considera importante contar con un estilo de vida saludable. ?

- Si
- No
- Le es Indiferente

2. ¿Cree usted que por medio de la alimentación se logra tener un estilo de vida saludable?

- Si
- No
- Tal Vez

3. ¿Consumiría galletas elaboradas a base de uchuva y caña de azúcar como endulzante 100% natural?

- Si
- No
- Tal Vez



4. ¿Tenía conocimiento de que la uchuva es una fruta exótica considerada un antioxidante con alto contenido de vitamina A, C y fibra?

Si

No

5. ¿Tenía conocimiento de que la caña de azúcar cuenta con propiedades como el magnesio, el potasio y el hierro?

Si

No

6. ¿Teniendo en cuenta los beneficios de los componentes de elaboración de nuestras galletas con que frecuencia consumiría nuestras galletas?

Diario

Semanal

Quincenal

De vez en cuando

7. ¿Elegiría usted un producto por su empaque biodegradable y reciclable?

- Si
- No
- Le es indiferente

8. ¿Cuál considera usted el rango de precio mas accesible para nuestras galletas Healthy Cookies Ljc teniendo en cuenta todos sus beneficios?

- \$2500 - 5000
- \$5.000 - \$7000
- \$8.000 - \$10.000

9. ¿ En que tipo de establecimiento le gustaria encontrar nuestros productos?

- Tienda
- Supermercados pequeños
- Supermercado de cadena
- Todas las anteriores

10. ¿Recomendaría usted nuestras galletas a base de uchuva y caña de azúcar, saludable, con empaque biodegradable, excelente sabor y buen precio ?

- Si
- No
- Tal Vez

14). TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1. El objetivo de la empresa es hacer un análisis por medio de una investigación de mercados realizando una encuesta a un grupo de personas de diferentes edades donde se va recolectar datos e información útil e importante para la compañía. Por medio de la encuesta se va a tener presente si es viable o no la idea de negocio Healthy Cookies LJC LTDA. La finalidad es realizar un análisis a los futuros consumidores investigando si hay algo por mejorar respecto a los gustos, preferencias en el sabor de las galletas, precio, empaque y sitios de preferencia donde le gustaría realizar la compra del producto. Así implementando las mejoras del producto.

Lo que se busca lograr de esta investigación por medio de la encuesta es mejorar día a día como empresa y poder satisfacer al cliente y su necesidad.

Tamaño de la muestra: 65 Personas Encuestadas.

Nombre Completo

65 respuestas

Dilia Rosa Fernandez Bonivento

Josimar de la hoz

Carlos Lozada Carvalho

Nicol rodriguez

Edward steven gomez torres

Maria Alejandra Piñeros

Miguel silva

Natalia Piñeros

Nicolas Emayusa

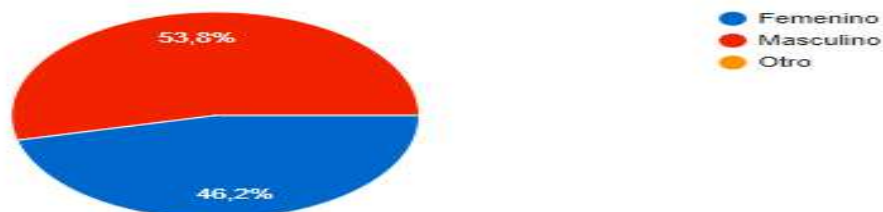
Edad

65 respuestas



Genero

65 respuestas

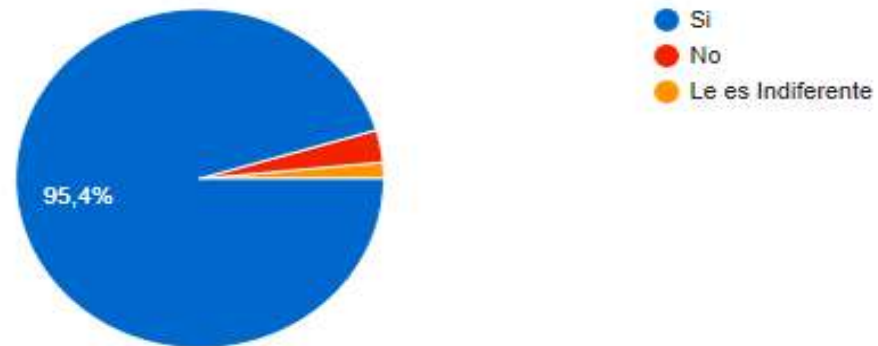


Análisis: De las 65 personas encuestadas, se identifica que de los encuestados el 53.3% es decir 35 de ellos son de género masculino y la diferencia del 46.2% es decir 30 de ellos son de género femenino, adicional también se evidencia que los encuestados están en un rango de edad entre los 16 y 63 años de edad.

Respuestas:

1. ¿Considera importante contar con un estilo de vida saludable. ?

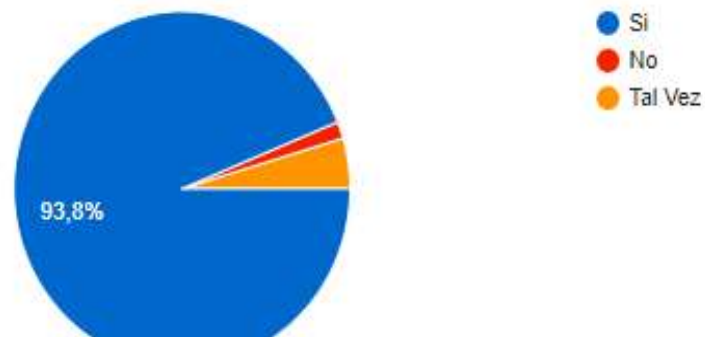
65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 95.4% que corresponde a 62 de los 65 encuestados es importante contar con un estilo de vida saludable, para el 3.1% no es importante y para el 1.5% le es indiferente.

2. ¿Cree usted que por medio de la alimentación se logra tener un estilo de vida saludable?

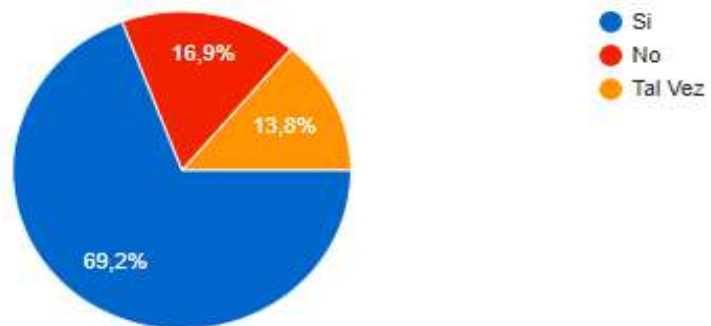
65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 93.8% que corresponde a 61 de los 65 encuestados la alimentación es un medio para lograr tener un estilo de vida saludable.

3. ¿Consumiría galletas elaboradas a base de uchuva y caña de azúcar como endulzante 100% natural?

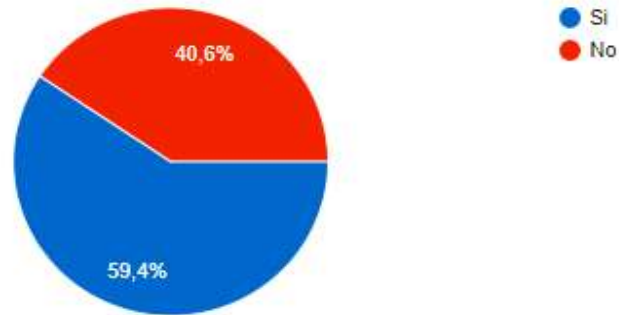
65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 69.2% que corresponde a 45 de los 65 encuestados les interesa el consumo de nuestro producto, el 16.9% que corresponde a 11 de los 65 encuestados no les genera interés el producto que se ofrece y el porcentaje restante del 13,8% que corresponde a 9 de los 65 encuestados probablemente lo llegarán a consumir.

4. ¿Tenía conocimiento de que la uchuva es una fruta exótica considerada un antioxidante con alto contenido de vitamina A, C y fibra?

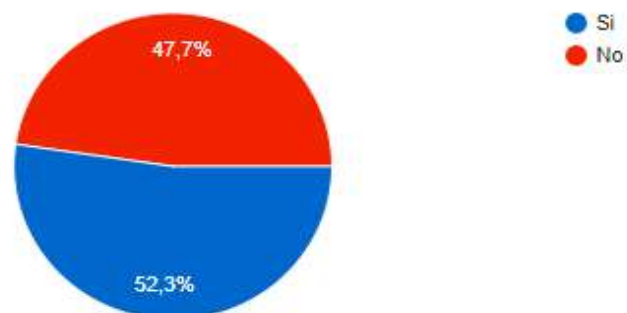
64 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 59.4% que corresponde a 38 de los 65 encuestados tenían algún conocimiento referente a los beneficios que otorga el consumo de la uchuva para la salud y el restante de los encuestados con el 40.6% contestan no tener conocimiento de los beneficios.

5. ¿Tenía conocimiento de que la caña de azúcar cuenta con propiedades como el magnesio, el potasio y el hierro?

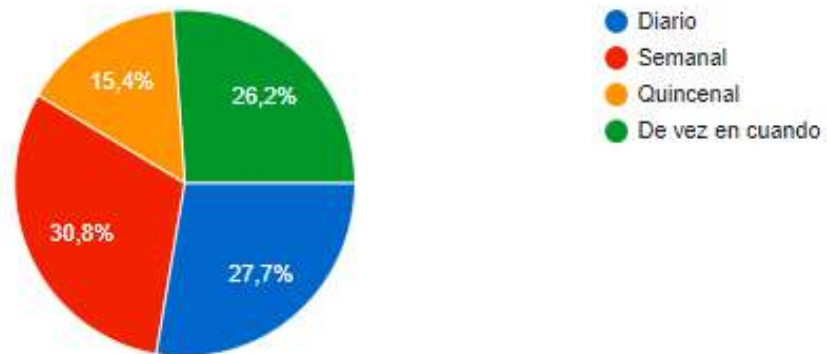
65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 52.3% que corresponde a 34 de los 65 encuestados tenían algún conocimiento referente a los beneficios que otorga el consumo de caña de azúcar y el restante de los encuestados con el 47.7% que corresponde a 31 de los encuestados contestan no tener conocimiento de los beneficios.

6. ¿Teniendo en cuenta los beneficios de los componentes de elaboración de nuestras galletas con que frecuencia consumiría nuestras galletas?

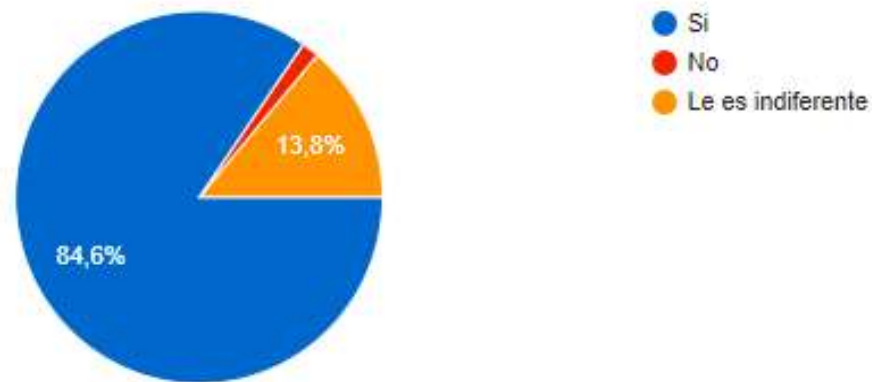
65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 30.8% que corresponde a 20 de los 65 encuestados con mayor porcentaje consumirían nuestras galletas semanalmente, continuando el 27.7% indicando consumo diario, el 26.2% correspondiente a 17 encuestados indicando consumo de vez en cuando y el restante de con el 15.4% con el porcentaje más bajo, indicando consumo quincenal.

7. ¿Elegiría usted un producto por su empaque biodegradable y reciclable?

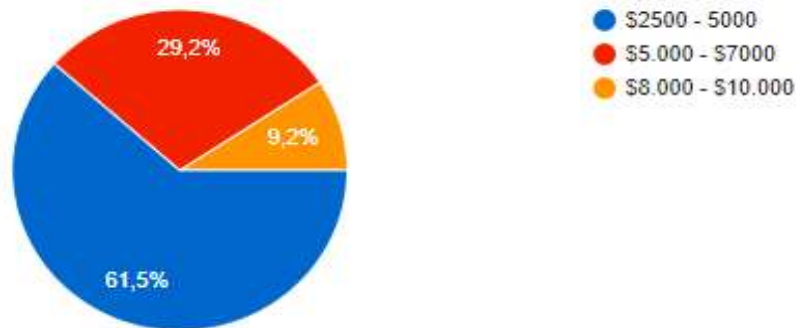
65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 84.6. % que corresponde a 55 de los 65 encuestados con mayor porcentaje estarían dispuestos a elegir y comprar un producto con empaque biodegradable y reciclable, continuando el 13,8% que indican les es indiferente y por lo tanto no influye en su elección de compra, y el restante de encuestados correspondiente al 1.5% indicando no elegirían un producto con base a su empaque.

8. ¿Cuál considera usted el rango de precio mas accesible para nuestras galletas Healthy Cookies Ljc teniendo en cuenta todos sus beneficios?

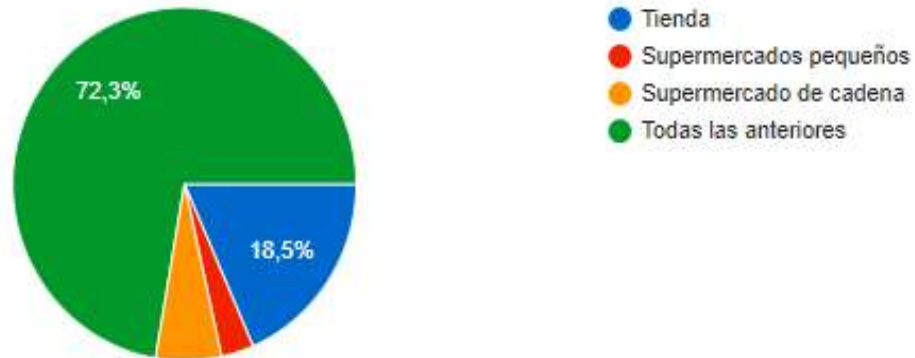
65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 61.5% que corresponde a 40 de los 65 encuestados con mayor porcentaje estarían dispuestos a pagar por nuestros productos de \$2500 a \$5000 pesos, continuando el 29,2% que corresponde a 19 de los 65 encuestados estarían dispuestos a pagar por nuestros productos de \$5.000 a \$7.000 pesos, y el restante de encuestados con un 9.2% que corresponde a 6 de los 65 encuestados estarían dispuestos a pagar de \$8.000 a \$10.000 por nuestros productos.

9. ¿ En que tipo de establecimiento le gustaria encontrar nuestros productos?

65 respuestas



Análisis: Se evidencia que para el 72.3% que corresponde a 47 de los 65 encuestados con mayor porcentaje les gustaría encontrar nuestros productos en tiendas, supermercados pequeños y supermercados de cadena.

LEXIONES APRENDIDAS Y RECOMEDACIONES

En base al proyecto de negocio **HEALTHY COOKIES LJC LTDA** se aprendió:

1. Para llevar a cabo un proyecto de negocio es mejor trabajar en equipo para poder lograr los objetivos propuestos y entregar en los tiempos estimados.
2. Aprender a ser positivos ya que podemos obtener mejores resultados.
3. Llevar una buena comunicación.
4. Leer la información de cada lineamiento para desarrollar un proyecto exitoso.
5. Tener mayor dedicación y compromiso ya que en la primera entrega por diferentes inconvenientes como la falta de comunicación del grupo no se logró el resultado esperado.
6. Ser diligentes.
7. Realizar con tiempo cada una de las actividades.
8. No dejar todo para último momento.
9. Aprender a seleccionar las personas con las que vamos a trabajar en el proyecto.
10. Se recomienda hacer un análisis más profundo de la competencia y de los proveedores ya que este define el crecimiento rápido de la compañía obteniendo una buena calidad del producto.
11. Perfeccionar el diseño del empaque del producto.

12. Llevar a cabo todo el sistema de gestión y un orden en el proyecto para obtener un buen resultado.

13. Implementar el uso de las herramientas digitales.

14. implementar una política de control de calidad.

15. Solicitar una póliza de todo riesgo y asegurar la empresa en caso de una crisis económica.

16. Contar con convenios de bancos y diferentes entidades financieras.

17. Implementar estrategias en caso de una crisis económica por medio de una pandemia, una guerra mundial o una eventualidad.

ANEXOS

<https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=IhQrLsRT&id=40D3FCDF1C7379AA851B2F3069B6253BAF20906F&thid=OIP.IhQrLsRTVmtD5>

<SiE2HaZOAHaDk&mediaurl=http%3A%2F%2Fsine.ni.com%2Fcms%2Fimages%2Fcasestudies%2Ffig1enia.jpg%3Fsize&expw=937&q=DIAGRA>

<MA+DE+BLOQUES+DE+UNA+GALLETA&simid=608035745859702508&ck=ACD46604C67F73F617455662C2CFEBB3&selectedindex=11&form=IRPRST&aja>

<xhist=0&vt=0&sim=11>

<http://www.monografias.com/trabajos93/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida/image008.jpg>

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/117480/memoria-breyner-monroy.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>

<https://www.monografias.com/trabajos93/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida3.shtml>

<https://www.monografias.com/trabajos93/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida3.shtm>

https://www.google.com/search?ei=k8iAX4efOImD5wLkK4jgDQ&q=propiedades+de+la+ca%3Ba+de+azucar&oq=propiedades+de+la+ca%3Ba+de+azucar&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQAzIHCAAQyQMOTIGCAAQDRAeMgYIABANEB4yBggAEA0QHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEB4yBggAEBYQHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEB4yBggAEBYQHjoFCAAQyQM6AggAogsILhDJAxCRAhCTAjoFCC4QkOI6BAguEEM6CAguEMcBEKMCogIILjoICAAQyQMqkOI6BOgAEJECoggILhDHAR CvAToICC4QyQMqkOI6BAgAEA06CAgAEBYQChAeOgsIABDJAxAIEA0QHjoICAAQCBANEB46CQgAEMkDEAoQEZoICAAQFhAeEBM6CAghEBYQHRAeOgsIABDJAxANEAoQHjoECCEQFToJCAAQyQMqFhAeOgQIABATogcIABDJAxATSgUICBIBMVDs7BdY-skYYKDLGGgKcAF4AIABzwGIAaojkgEGMC4zNC4xmAEAoAEBqgEHZ3dzLXdperABAMABAQ&scient=psy-ab&ved=0ahUKEwjHtMykrajsAhWJwVvKHcoJAtwQ4dUDCA0&uact=5

FICHA BIBLIOGRAFICA

<https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=IhQrLsRT&id=40D3FCDF1C7379AA851B2F3069B6253BAF20906F&thid=OIP.IhQrLsRTVmtD5>

<8iE2HaZOAHaDk&mediaurl=http%3A%2F%2Fsine.ni.com%2Fcms%2Fimages%2Fcasestudies%2Ffig1enia.jpg%3Fsize&exph=452&expw=937&q=DIAGRA>

<MA+DE+BLOQUES+DE+UNA+GALLETA&simid=608035745859702508&ck=ACD46604C67F73F617455662C2CFEBB3&selectedindex=11&form=IRPRST&aja>

<xhist=0&vt=0&sim=11>

<http://www.monografias.com/trabajos93/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida/image008.jpg>

<https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>

<https://www.monografias.com/trabajos93/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida3.shtml>

<https://www.monografias.com/trabajos93/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida/elaboracion-galletas-enriquecidas-fibra-alimentaria-pina-y-linaza-molida3.shtm>

<https://www.google.com/search?ei=k8iAX4efOImD5wLKk4jgDQ&q=propiedades+de+la+ca%3Ba+de+azucar&oq=propieda>

[des+de+la+ca%3Ba+de+azucar&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQAzIHCAAQyQMQDTIGCAAQDRAeMgYIABANEb4yBggAEa0QHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEb4yBggAEbYQHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEb4yBggAEbYQHjoFCAAQyQM6AggAOgsILhDJAxCRahCTAjoFCC4QkQI6BAguEEM6CAguEMcBEKMCOgIILjoICAAQyQMOKQI6BQgAEJECoggILhDHAR CvAToICC4QyQMOKwI6BAgAEA06CAgAEbYQChAeOgsIABDJAxAIEA0QHjoICAAQCBANE B46COgAEMkDEAoQEz oICAAQFhAeEBM6CAghEBYQHRAeOgsIABDJAxANEAoQHjoECCEQFToJCAAQyQMOKFhA eOgQIABATogcIABDJAxATSgUICBIBMVDs7BdY-skYYKDLGGgKcAF4AIABzwGIAaojkgEGMC4zNC4xmAEAoAEBqgEHZ3dzLXdperABAMAB AQ&scient=psy-ab&ved=0ahUKEwjHtMykrajsAhWJwVkKHcoJAAtwQ4dUDCA0&uact=5](#)

