

Comida rápida saludable “sana tentación”

Presentado por:

Andrea Valencia Arbeláez

Claudia Lorena Muñoz Osorio

Luisa Fernanda Patiño Henao

Catalina Varela Hinestroza

Grupo:

110011_11

Tutor

Dina Luz Daza

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Tecnología en gestión comercial y de negocios

Diplomado de profundización para tecnologías gestión del marketing para el
emprendimiento

Diciembre 2020

Tabla de contenido	
Introducción	4
2. Objetivos	7
2.1 Objetivo general	7
2.2 Objetivos específicos	7
3. Capítulo 1. Identificación problemática social	8
3.1 Descripción de la problemática	8
3.2 Antecedentes de la idea de negocio	9
3.3 Sustentación de la selección	9
3.4 Soluciones a la idea de negocio social planteado	10
3.5 Población afectada	11
3.6 Oportunidades de la formulación del proyecto de emprendimiento social:	11
4. Capítulo 2. Presentación propuesta de innovación social	13
4.1 Factor innovador	13
4.2 Mercado objetivo	14
4.3 Factor productivo	14
4.4 Pertinencia	15
5. Capítulo 3. Formulación propuesta de valor	18
5.1 Consolidación del modelo de negocio mediante la metodología design thinking con todas las etapas y herramientas utilizadas en cada una y sus resultados	18
5.2 Cadena de valor	35
6. Capítulo 4. Diseño de estrategias de marketing	37
6.1 Descripción detallada de los atributos y beneficios del producto o servicio a ofrecer al mercado.	37
6.2 Grupo objetivo del proyecto (identificación y caracterización del grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra).	39
6.3 Segmentación	41
6.4 Identificación de la competencia	42
6.5 Identificación de los aliados clave del modelo de negocio del proyecto y acciones de cooperación	43
6.6 Estrategias de mercadeo tradicionales y digitales	44
6.6.1 Estrategia de comunicación	44
6.6.2 Estrategia de posicionamiento	45
6.6.3 Estrategia de diferenciación	46

6.7 Social media	46
6.7.1 Estrategia de diseño web y aplicación móvil:	46
6.7.2 Estrategia de posicionamiento SEO	47
6.7.3 Marketing de contenidos	47
6.7.4 Social media marketing:	47
7. Capítulo 5. Proyección operativa y financiera	48
7.1. Recursos operativos	48
7.1.1 Tamaño del proyecto	48
7.1.2 Disponibilidad insumos	49
7.1.3 Descripción técnica del producto: actividades, infraestructura y recursos adicionales	49
7.1.4 Descripción de la maquinaria, instalaciones y elementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto	50
7.1.5 Descripción de los cargos, presentación del organigrama, necesidades de personal y proyecciones de sueldos.	52
7.2 Descripción de equipos de oficina	54
7.3 Procesos preoperativos	54
7.4 Localización y descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto: ventajas y desventajas.	57
7.4.1 Proyecciones de ventas	57
8.4.1.1 Precio de venta	61
8.4.1.2 Proyecciones ingresos por ventas	64
7.5 Capital de trabajo	65
7.6 Inversiones	68
7.6.1 Inversión inicial	68
7.6.2 Fuentes de capital de inversión	69
Fuentes bibliográficas	73

Introducción

Toda empresa nace de una idea, una idea acerca de la fabricación y/o comercialización de un producto o la prestación de un servicio que permita satisfacer la necesidad de una población objeto, los cuales serán los futuros clientes.

La generación de la idea normalmente responde a una serie de intereses y oportunidades tanto personales como de mercado; se dice que todo en el mercado está creado; sin embargo, cuando una persona tiene un perfil de emprendedor, con seguridad le vendrán a la cabeza algunas ideas diferentes e innovadoras que le permitan mejorar los servicios o productos que se ofrecen en la actualidad y contribuir con mejorar de alguna manera la calidad de vida de la población.

Estaremos analizaremos el concepto de emprendimiento social, con el fin de identificar las necesidades o problemas sociales que requieren de esta acción; logrando así a partir de la comprensión y entendimiento de los conceptos de innovación, un emprendimiento y su interrelación en un marco de sostenibilidad e impacto social.

Como grupo elegimos la idea de negocio “Comida Rápida Saludable, Sana Tentación”, con la cual se pretende contribuir a mejorar la calidad de vida de los clientes y partiendo del análisis del entorno social y económico, lograr reconocer el problema o necesidad a satisfacer, su viabilidad y el sector del mercado donde se desarrollará; durante el desarrollo de este se analizarán los factores más importantes, como lo es el impacto que tendrá la idea de negocio en el mercado actual.

En compañía del Reto CompanyGame Simulador pretendemos enriquecer y desarrollar nuestro espíritu empresarial, practicando las habilidades necesarias para la gerencia de empresas. Logrando de esta manera vivir una experiencia que nos permitirá ampliar nuestros conocimientos y aprender a competir. Además, mostraremos nuestros resultados en los indicadores que reflejan la evolución que tuvimos en el simulador, mostrando las diferentes decisiones que tomamos, y a su vez la evolución de forma positiva o negativa que tuvimos.

En este documento, se plantea y desarrolla la propuesta de innovación social, abordada desde el simulador FitnessGym, herramienta que reproduce el escenario competitivo de cinco centros deportivos, en los cuales, los participantes nos encontraremos con el reto de desarrollar un nuevo centro deportivo. Debemos tomar todas las decisiones que se requieran para iniciar un negocio a largo plazo.

Para mejorar nuestros procesos y crear una visión anticipada del comportamiento en la propuesta de negocios, se está utilizando la herramienta del simulador, teniendo clara la visión y el enfoque que se verá reflejado en los resultados esperados.

La innovación social reúne numerosas aplicaciones que hacen de este proceso una importante clave en un momento en el que la sociedad necesita de nuevos enfoques y caminos para hacer frente a los actuales retos sociales como lo es implementar la producción y distribución de comidas rápidas saludables.

Actualmente el mundo se encuentra rodeado de problemas sociales y necesidades no satisfechas por los bienes y servicios que se encuentran en el mercado, sin embargo, su identificación y el diseño de nuevos proyectos que permitan satisfacerlas no es una tarea sencilla ni fácil de decidir, ya que las expectativas de los clientes cada vez son más altas y cambiantes. Por esta razón, es necesario emplear técnicas que permitan realizar un acercamiento a ellos y poder entender realmente sus problemas con el fin de poder satisfacerlos de la mejor manera y que en este sentido, el proyecto sea rentable.

Una de estas técnicas es Design Thinking, la cual centra sus acciones en desarrollar una empatía con el cliente y brindar así un buen servicio, por lo tanto, a continuación, se presenta un análisis realizado a una de las etapas que lo integran, con el fin de poder determinar cómo se puede implementar en la búsqueda de una solución a la problemática de obesidad actual generada por el consumo de alimentos altos en grasas y harinas que afectan el organismo, a partir del estudio del proyecto de Producción y distribución de comidas rápidas saludables. El Design Thinking como metodología de innovación, permite construir ideas y probar soluciones para alcanzar el objetivo deseado para nuestros futuros clientes. Aplicar metodologías de evaluación se convierte en una oportunidad para involucrar a las personas dentro de la organización, permitiendo compartir y desarrollar los pensamientos e ideas de los demás.

Una de las principales tareas que desarrolla una empresa en la elaboración de su plan de mercadeo es: Generar Estrategias de Marketing y elegir las Mejores; en este trabajo abordaremos este tema para nuestra propuesta de emprendimiento.

Sana Tentación será un restaurante de comida rápida saludable que ofrecerá una carta de comida sana y balanceada para personas que le guste comer de una manera objetiva y más sana, igualmente, para aquellos que quieran comenzar un cambio en su alimentación y dejar atrás la comida menos saludable. Sana Tentación ofrecerá una asesoría nutricional muy completa que ayuda y recomienda nuestros productos esto va dirigido a personas que tienen una meta específica para su dieta ya sea subir o bajar de peso según sea , equivalentemente para personas que practican alguna actividad física y que deben mantener una alimentación especial. Sana Tentación ofrecerá una comida agradable a la vista del cliente para quitar el mito de la comida saludable es maluca e insípida, Sana Tentación se preocupará por manejar y combinar sus sabores para ofrecerle al cliente una variedad en sus comidas ofrecidas con sabores y presentación de alta calidad, no se trata de llevar una dieta vegetariana si no ofrecer una mezcla entre harina, vegetales, frutas y proteínas (carne, pollo, pescado), todo de una manera equilibrada y que las personas puedan satisfacer su necesidad y que estos resultados se vean reflejados en su salud y en su cuerpo.

En este trabajo abordaremos el tema de proyección operativa y financiera, factores claves que nos permiten calcular a través de un análisis como podrá ser el desarrollo de nuestro proyecto de emprendimiento social en un futuro determinado, lo anterior nos permitirá anticiparnos financieramente a las eventualidades previstas.

Del mismo modo esta actividad nos ayudará a sustentar nuestro proyecto de emprendimiento social, mostrando su viabilidad y sostenibilidad, lo cual debe arrojar un resultado positivo con el fin de ser sustentables, logrando satisfacer las necesidades y problemáticas identificadas desde el inicio de esta etapa.

Esta proyección financiera es fundamental para lograr plasmar lo que estamos proyectando porque si logramos demostrar con evidencia real que, si tenemos una oportunidad de negocio, resultará más viable adquirir los recursos necesarios para desarrollar nuestro proyecto.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Plantear y demostrar la viabilidad en la implementación de un emprendimiento social basado en la venta de comida rápida saludable para personas que desean buscar una alternativa saludable en el sector del Centro Administrativo La Alpujarra de la Ciudad de Medellín.

2.2 Objetivos específicos

- Seleccionar la problemática social más relevante, que mayor impacto tenga y que sea pertinente para desarrollar el proyecto de emprendimiento social.
- Utilizar el simulador FitnessGym para mejorar nuestros procesos y crear una visión anticipada del comportamiento en la propuesta de negocios, teniendo clara la visión y el enfoque que se verá reflejado en los resultados esperados de nuestro emprendimiento social.
- Aplicar la estrategia Design Thinking “Pensamiento de diseño” para conseguir ideas innovadoras que conquisten el mercado objetivo de nuestro proyecto.
- Identificar las necesidades o problemas sociales más apremiantes del entorno, a partir de la comprensión de los conceptos de innovación, emprendimiento social y su interrelación en un marco de sostenibilidad e impacto social.
- Definir la proyección operativa y financiera del proyecto de emprendimiento social.

3. Capítulo 1. Identificación problemática social

Toda empresa nace de una idea, una idea acerca de la fabricación y/o comercialización de un producto o la prestación de un servicio que permita satisfacer la necesidad de una población objeto, los cuales serán los futuros clientes.

La generación de la idea normalmente ayuda a aportar de manera significativa en el mercado y sus prioridades; se dice que todo en el mercado está creado; sin embargo, cuando una persona o empresa tienen el estigma, con seguridad le vendrán a la cabeza algunas ideas diferentes e innovadoras que le permitan mejorar los servicios o productos que se ofrecen en la actualidad y contribuir con mejorar de alguna manera la calidad de vida de la población.

3.1 Descripción de la problemática

En la población colombiana, más de la mitad de los jóvenes adultos entre 18 y 64 años (56 %) están en estado de sobrepeso u obesidad. De igual forma, la desnutrición crónica en la primera infancia (de 0 a 4 años) bordea el 10 % y más de la mitad de los hogares no tienen acceso suficiente y de calidad a los alimentos necesarios para una vida saludable.

Según el Ministerio de Salud, autor de dicha investigación, uno de cada cinco colombianos tiene obesidad, (Periódico El Tiempo, 2019) un porcentaje preocupante por el aumento de personas que consumen productos no saludables en su vida, por factores como son el tiempo, la rutina, el estilo de vida y recurso económico, una cultura que se ha creado en los últimos años, afectando a los colombianos.

En este orden de ideas, existe la posibilidad de realizar este proyecto de emprendimiento social, ayudando a la sociedad.

3.2 Antecedentes de la idea de negocio

En el uso de las ideas que se proponen, los malos hábitos alimenticios se han vuelto un factor más cotidiano en países desarrollados y los que están en vía de desarrollo, el cual está dirigido en países de mala alimentación y abuso de comida chatarra por factores como son el tiempo, la rutina, el estilo de vida y el factor económico. Se han dejado a un lado Los alimentos saludables como las frutas y verduras, y es por ello por lo que existen desequilibrios por falta de nutrientes que afectan negativamente nuestros organos generando trastornos hormonales, obesidad, problemas metabólicos, ansiedad, diabetes, trastornos cardiovasculares, depresión, baja autoestima, entre otras enfermedades.

Actualmente existe una necesidad latente en el mercado siendo ésta una oportunidad de negocio, ya que las personas de hoy ven la necesidad no solo de verse sino de sentirse bien, lo que ha llevado a que cada vez los colombianos busquen cambiar sus hábitos alimenticios como una de las formas de mejorar su calidad de vida.

Solventar la necesidad de una alimentación rica y saludable para aquellos que están dispuestos a dar más de ellos es posible, a través de nuevas opciones en el mercado alimenticio, donde se ofrece la oportunidad de tener un lugar en donde se pueda acceder a comida fresca, a un precio razonable, en el menor tiempo posible y donde le puedan hacer una evaluación y por qué no un seguimiento nutricional.

Tabla 1. Votación de la problemática para formular un proyecto de emprendimiento social.

Autoría propia

	Votación de la problemática para formular un proyecto de emprendimiento social				
NOMBRES	Claudia Lorena Muñoz Osorio	Andrea Valencia	Catalina Varela Hinestroza	Luisa Fernanda Patiño	Miguel Andrés Herrera
PROPUESTA	Comida Rapida Saludable	Movilidad	Bolsas Biodegradables	Responsabilidad ambiental empresarial	Adultos en situación de Abandono
VOTOS	XXXXX				

3.3 Sustentación de la selección

Este proyecto busca generar una misión de carácter social en beneficio de una comunidad que comparte problemas de sobrepeso, enfermedades producidas por sus malos

hábitos alimenticios y el consumo de alimentos insanos con alto porcentaje de grasas trans que aumentan los niveles de colesterol permitidos en el organismo, así también generan problemas cardiovasculares y cerebrales, afectando a todo el núcleo familiar, es por eso que este proyecto social busca crear una alternativa de alimentos que son nutritivos y a la vez deliciosos al paladar de estas personas, creando un hábito de alimento saludable de forma sana, la calidad de vida y el bienestar social, así como la generación de un emprendimiento que se apalanque económicamente con las técnicas de innovación en su implementación.

Es en este sentido, que se hace necesario la creación de comida rápida saludable, sana tentación, que mejorará la vida de muchas personas que tienen estos problemas por adoptar hábitos de comida insana, creando productos de alta calidad y con propiedades nutritivas y curativas para el consumo humano.

3.4 Soluciones a la idea de negocio social planteado

SANA TENTACION es un estilo de alimentación que combina comida gourmet y comida rápida, mostrando nuevas opciones en el mercado alimenticio, ofreciendo la oportunidad de tener un lugar en donde se pueda acceder a comida fresca, a un precio razonable y en el menor tiempo posible. Logrando que las personas se concienticen de tener una buena alimentación, no solo para prevenir problemas de obesidad sino para mejorar la salud. Nuestro deber es cuidar de nuestro cuerpo y nutrirlo de una forma adecuada dándole todos los nutrientes necesarios para que pueda funcionar correctamente. Y a su vez se desea aprovechar el uso de la tecnología para personalizar y hacer única la experiencia de los usuarios.

La Estrategia que aplicará Sana Tentación consistirá en aprovechar el internet y la aplicación de la tienda en línea para brindar mayores facilidades al cliente para acceder a la inscripción a la página web, conocer los platos saludables y buscar asesoría nutricional por chat con un nutricionista. Esta diferenciación se constituirá en la principal ventaja competitiva de tal forma que se puedan personalizar las atenciones manteniendo los costos lo más bajos posibles.

Con la intención de mejorar la calidad de vida de los clientes, la idea se basa en ofrecer comida rápida saludable y servicios de orientación nutricional elaborados en un plan integral.

Se brindará a los clientes, la propuesta de mejora en la alimentación, realizado por profesionales, escuchando las expectativas del cliente y asignando el plan que se ajuste a sus necesidades.

La comida se entregará en el lugar destinado por el cliente. Además, opcionalmente, los clientes podrán tener un seguimiento interactivo en un programa de salud inteligente basado en un aplicativo de Smartphone con soporte en Android y una página web. Sana Tentación llevara tus comidas en el tiempo acordado y lugar convenido, según tu estilo de vida.

La idea de Sana Tentación comienza a dar luz gracias a un espacio en el mercado que no estaba cubierto, pues muchas personas buscan un restaurante de bajo costo, con alimentos totalmente frescos y saludables y usando la rapidez como mayor ventaja, combinado con un exquisito sabor en cada plato para que se pierda el concepto de, “porque es saludable es aburrido”. También se trata de tener un nutricionista profesional dentro del negocio, empresa u organización que esté a disposición de los clientes para orientarlos y guiarlos en su alimentación si así lo desean; Además, se establece un servicio a domicilio eficaz para que los clientes ordenen sus pedidos de 50 a 60 minutos antes de la hora de comida en servicio diario y 48 horas antes cuando se trate de un servicio semanal.

3.5 Población afectada

La población afectada comprende en adultos con edades de 18 a 64 años con un porcentaje del (56%) en el territorio colombiano.

3.6 Oportunidades de la formulación del proyecto de emprendimiento social:

- Adquisición de los recursos financieros y humanos (especializados en alimentación sana) con la capacidad de suplir con la misión social de este proyecto de emprendimiento a través del network marketing para realizar un alcance amplio a la población afectada a través de campañas publicitarias.
- Búsqueda de beneficios tributarios, reducción de impuestos e incentivos a través de las leyes que fomenten el emprendimiento social.

- Búsqueda de organismos sociales que sean un apoyo para el proyecto, así como la adquisición de conocimientos y experiencias, creando una red de visión social para la calidad de vida de la población afectada.
- Capacitación de talento humano constante que se dirija a los objetivos del proyecto social, generando una línea de los productos que se ofrecerán para mejorar los hábitos alimenticios de los colombianos con el fin de aportar las proteínas y los aminoácidos necesarios en el desarrollo alimenticio, reducción del sobrepeso, enfermedades cardiovasculares y cerebrales.
- Creación de publicidad tradicional y digital para difundir el proyecto, segmentando las personas que estarán beneficiadas.
- Conseguir recursos con entidades y organizaciones no lucrativas para proveer suministros saludables a personas de bajo costo, ayudando con su alimentación de forma sana.
- Creación de una fundación que permite entregar a más familias colombianas alimentos para su sano desarrollo y crecimiento en familias vulnerables.

4. Capítulo 2. Presentación propuesta de innovación social

Nombre del proyecto:

Comida rápida saludable: sana tentación

4.1 Factor innovador

En Colombia, más de la mitad de los adultos entre 18 y 64 años (56 %) están en condición de sobrepeso u obesidad. De igual forma, la desnutrición crónica en la primera infancia (de 0 a 4 años) bordea el 10 por ciento y más de la mitad de los hogares no tienen acceso suficiente y de calidad a los alimentos necesarios para una vida saludable.

Según el Ministerio de Salud, autor de dicha investigación, uno de cada cinco colombianos tiene obesidad, (Periódico El Tiempo, 2019) un porcentaje preocupante por el aumento de personas que consumen productos no saludables en su vida, por factores como son el tiempo, la rutina, el estilo de vida y recurso económico, una cultura que se ha creado en los últimos años, afectando a los colombianos.

En este sentido, se propone como proyecto un punto de venta de Comida Rápida Saludable, Sana Tentación en donde se ofrecerá un plan nutricional personalizado basándose en la necesidad de cada uno de sus clientes con el fin de conseguir resultados positivos que permitan mejorar la calidad de vida de las personas a través de una alimentación sana y saludable.

“Comida Rápida Saludable, Sana Tentación” es un negocio que promete quitarte el estrés de planear, comprar y preparar platos que sean ricos y nutritivos, este proyecto pone a disposición de sus usuarios paquetes personalizados que contienen todos los alimentos que se requieren para vivir un estilo de vida balanceado y muy nutritivo, ofreciendo diferentes planes de desintoxicación que te ayudan a bajar calorías diariamente, después de la valoración nutricional y una vez elegido el plan ideal, cada persona recibirá en la puerta

de su casa, oficina o lugar de trabajo las comidas del día que requiera, desde el desayuno hasta la cena.

4.2 Mercado objetivo

“Sana Tentación, comida rápida saludable”, prestará sus servicios en el área del Centro Administrativo la Alpujarra de la ciudad de Medellín, lugar donde funciona la Gobernación de Antioquia, la Alcaldía de Medellín, EPM, la DIAN, los juzgados entre otras entidades públicas y privadas, con más de 12 mil empleados.

En el sector hay una gran cantidad de restaurantes de todo tipo y sus precios oscilan desde 10 mil pesos; en la hora pico de almuerzo la gran mayoría de locales se satura por lo que a muchas personas les toca comer donde haya disponibilidad y no donde quieren comer ya que el tiempo de descanso no es mayor a 75 minutos.

Nuestros productos llegarán hasta su puesto de trabajo en un tiempo prudencial, lo que les permitirá a nuestros clientes comer lo que deseen, con un tiempo ideal para que tengan la oportunidad de realizar el descanso o siesta necesaria para una buena digestión.

La empresa de comidas rápidas estará dirigido a las personas desde los 15 años hasta los 70 años que sufran de sobrepeso o que padezcan de enfermedades Cardiovasculares, además se enfocará en personas que les guste hacer deporte, es decir, aficionado, deportista y senior ya que el ejercicio complementa los estilos de vida sana. Debido a esto se ha diferenciado un segmento de mercado con:

- **Deportistas:** Personas exigentes en sus prácticas deportivas y que buscan siempre tener un excelente estado físico
- **Aficionados:** Usuarios que no tienen conocimiento de salud y desean mejorar su condición física:
- **Senior:** Personas de la tercera edad

4.3 Factor productivo

El proyecto será financiado por los socios capitalistas en un 50%, el otro 25% será financiado por la alcaldía a través del desarrollo de un proyecto de inversión pública y finalmente el otro 25% por un préstamo bancario.

Los capitalistas deben tener el conocimiento suficiente de los productos de la canasta familiar, por lo que se pretende que estos socios sean empresarios o jefes de supermercados que tengan los contactos necesarios para adquirir los productos directamente con los Agricultores locales, lo que permitirá obtener productos más frescos y a precios más baratos.

Los segmentos prioritarios para la idea de negocio son personas con sobrepeso y con enfermedades cardiovasculares, además también se enfocará en personas que les guste hacer deporte, es decir, aficionado, deportista y senior y la respectiva propuesta de valor será:

- **Aficionados:** Se brindará un punto de atención con buena ubicación, precio asequible y buenas instalaciones, limpias y modernas.
- **Deportistas:** Instalaciones nuevas, modernas y limpias y un servicio de alta calidad.
- **Recuperación:** Debido a su disponibilidad para pagar, estará en un tercer lugar para la compañía.
- **Senior:** Debido a su alta demanda de clientes potenciales estarán en un 4 nivel.
- **Ejecutivo:** Dado que no poseen de mucho tiempo y que requieren de una buena ubicación este segmento no es tan importante para la empresa.

4.4 Pertinencia

La pertinencia es una oportunidad, y/o la conveniencia de una cosa, de tal manera que para este emprendimiento, es importante aprovechar las oportunidades tecnológicas que se tienen, y su gran influencia en la vida de las personas actualmente, y es que estamos en la “era fitness” y todo lo relacionado con vida y hábitos saludables están en todo lado, sobre todo en las redes sociales, que es en donde más afluencia de personas en medios digitales se encuentra.

Nuestro enfoque de conveniencia sobre las herramientas digitales hace referencia a tomar como base de publicidad y promoción todo lo relacionado con la vida saludable, y la importancia del entrenamiento físico en la vida de todas las personas con el propósito de orientarlas al consumo de comidas rápidas saludables que mejoren su calidad de vida y su

estado de salud mediante un producto que les brinde no solo la satisfacción de una comida rápida si no el suplemento requerido sin tener afecciones negativa sobre su salud.

La propuesta de valor para el negocio será: Un centro de comidas rápidas para personas con nivel socioeconómico medio-alto con prioridad en el servicio y en la calidad de las instalaciones enfocado principalmente en personas con sobrepeso y problemas cardio vasculares.

Tabla 2. Elementos diferenciadores.

Autoría propia

Elemento Diferenciador	Puntuación	Argumentación
Instalaciones	3	Para todas las personas es importante contar con espacios, limpios ordenados y amplios, donde se puedan comer cómodamente, por lo cual este es un tema que presenta Excelencia en la propuesta de valor, pues se busca que las instalaciones sean nuevas e innovadoras y que los usuarios se sientan cómodos mientras se alimentan.
Actividades	4	Las personas buscan hoy en día un lugar donde puedan comer y estar en forma, sino también un espacio donde se puedan distraerse y pensar en varias cosas, cambiar su estado de ánimo y conocer nuevas personas, por esta razón las actividades son importante, ya que entre más actividades ofrezca la empresa, mayor público podrá atender y más opciones podrá brindar a sus clientes.
Servicio	4	Para el cliente la manera como es atendido es importante, por esta razón sana Tentación buscara ser amigable y dar muy trato a sus clientes a través de capacitación al personal sobre la forma como deben atender al cliente y las diversas herramientas que pueden utilizar para resolver sus inquietudes. De igual manera se tendrá un asistente virtual que ayude a las personas que ingresen por la página web y les ayude a despejar todas sus dudas.

Ubicación	3	Al momento de dirigirse al punto de venta influye mucho el lugar donde este se encuentre, ya que si las personas se demoran mucho tiempo en ir y volver a sus hogares desistirán de la idea de asistir, por esta razón este debe estar ubicado en un sitio estratégico con gran flujo de personas y con varias posibilidades de llegar, pues así disminuye los costos en los que incurren sus clientes y aumenta el número de personas asistentes, por tal motivo la ubicación es importante en la propuesta de valor, ya que entre más central se encuentre mayor será el número de clientes.
Marca	3	Este no es un elemento importante para la propuesta de valor, ya que a muchas personas lo que menos les interesa es la marca y prefieren centrar en elementos como precio, servicio y diversidad de productos, además de sentirse bien y cómodo dentro de las instalaciones.
Economía	2	Dado que el servicio es personalizado el costo de este es muy alto y por lo tanto este no será un factor diferenciador de la empresa.

5. Capítulo 3. Formulación propuesta de valor

5.1 Consolidación del modelo de negocio mediante la metodología design thinking con todas las etapas y herramientas utilizadas en cada una y sus resultados

La metodología Design Thinking que significa “**Pensamiento de Diseño**”, es un concepto cuya técnica se ha venido implementando en los últimos años en diferentes empresas como una forma de crear productos y servicios que tiendan a satisfacer en mejor manera las necesidades de los usuarios haciéndolos parte activa del proceso de creación, permitiéndoles lograr los objetivos propuestos. El protagonismo que esta metodología ha tenido en los últimos años está directamente relacionado con la innovación y la creatividad, lo que permite a las empresas crear o modificar productos capaces de cambiar las reglas del mercado.

El Design Thinking es el método más eficaz para conseguir ideas innovadoras que conquisten el mercado, concentra sus esfuerzos en tratar de captar qué necesidades tiene el consumidor para cubrirlas por medio de un producto. Esta metodología abarca cinco pasos o características diferenciales, las cuales son:



Ilustración 1. Metodología

Tomado de: <https://medialab.ugr.es/noticias/quieres-presentar-tu-proyecto-en-la-semana-de-innovacion-ciudadana/>

Cada una de estas etapas deben estar relacionadas entre sí con el único objeto de obtener los resultados esperados por la organización; estos pasos o etapas no son lineales, ya que en cualquier momento se puede ir hacia adelante o hacia atrás si así se considera pertinente u oportuno, saltando incluso a etapas no consecutivas. Se inicia recolectando gran cantidad de información, generando una gran cantidad de contenido, que crecerá o disminuirá dependiendo de la fase en la que te estemos.

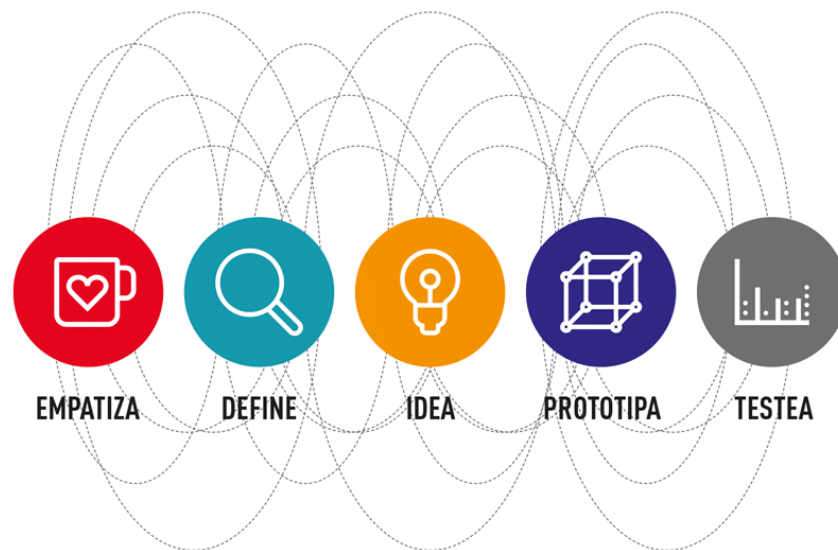


Ilustración 2. Fases.

Tomado de:

https://iechampagnat.edu.pe/Grados/SECUNDARIA/SEMANA_15/04CUARTO/15_S_4_EPT.pdf

Aplicaremos la metodología Design Thinking a nuestro negocio “Sana Tentación, comida rápida saludable” la cual nos permitirá llegar a una gran cantidad de personas que buscan comer bien y saludable, lo que conlleva a tener una vida más sana comiendo lo que les gusta, pero a base de ingredientes orgánicos y saludables.



Ilustración 3. Empatía


Tomado de:



https://iechampagnat.edu.pe/Grados/SECUNDARIA/SEMANA_15/04CUARTO/15_S_4_EPT.pdf

La primera etapa de un proceso de Design Thinking es la de Empatiza o Ideación, en la cual se tiene en cuenta que hay que entender los problemas, necesidades y deseos de los usuarios implicados en la solución que estamos buscando. Independientemente de que estemos desarrollando, siempre conllevará la interacción con personas. Satisfacerlas es la clave de un resultado exitoso. Para esta fase estaremos aplicando la técnica los 5 para qué.

Tabla 3. Técnica: los 5 para qué

Autoría propia

Los 5 ¿para qué?	
1. ¿Para qué alimentarse con comida nutricionalmente equilibrada y baja en grasa?	<p>Para llevar tener buenos hábitos alimenticios.</p>  <p>Ilustración 4. Buenos hábitos alimenticios Tomado de: https://www.saludholistica.com/5-cosas-que-debes-hacer-para-tener-una-vida-holistica/</p>

<p>2. ¿Para qué tener buenos hábitos alimenticios?</p>	<p>Para llevar una vida sana.</p>  <p>Ilustración 5. Vida sana Tomado de: https://www.facebook.com/Vida-Saludable-101055361689259/community/</p>
<p>3. ¿Para qué llevar una vida sana?</p>	<p>Para poder tener una buena vejez.</p>  <p>Ilustración 6. Buena vejez Tomado de: https://labuenavejez.es/tag/ejercicio/</p>
<p>4. ¿Para qué tener una buena vejez?</p>	<p>Para poder disfrutar de la vida sin complicaciones de salud.</p>



	 <p>Ilustración 7. Vida sin complicaciones de salud Tomado de: https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-12-18/se-pueden-expulsar-los-kilos-que-te-sobran-respirando-si-asegura-un-estudio_592866/</p>
<p>5. ¿Para qué disfrutar de la vida sin complicaciones de salud?</p>	<p>Para alcanzar una plenitud y felicidad.</p>  <p>Ilustración 8. Plenitud y felicidad Tomado de: https://www.facebook.com/pg/Sano-y-Feliz-177007219168737/community/?mt_nav=0&msite_tab_a_sync=0</p>



Ilustración 9. Define

Tomado de:

https://iechampagnat.edu.pe/Grados/SECUNDARIA/SEMANA_15/04CUARTO/15_S_4_EPT.pdf

De acuerdo con (Design Thinking, 2020) Durante la etapa de Definición, se debe escribir la información recopilada durante la fase de Empatía y quedarse con lo que realmente aporta valor y lleva al alcance de nuevas perspectivas interesantes. Por lo tanto, durante esta etapa se identificarán problemas cuyas soluciones serán clave para la obtención de un resultado innovador.

De esta manera el proyecto consiste en la implementación de un punto de venta de Comida Rápida Saludable, Sana Tentación en donde se ofrecerá un plan nutricional personalizado basándose en la necesidad de cada uno de sus clientes con el fin de conseguir resultados positivos que permitan mejorar la calidad de vida de las personas a través de una alimentación sana y saludable.

“Comida Rápida Saludable, Sana Tentación” es un negocio que promete quitarte el estrés de planear, comprar y preparar platos que sean ricos y nutritivos, este proyecto pone a disposición de sus usuarios paquetes personalizados que contienen todos los alimentos que se requieren para vivir un estilo de vida balanceado y muy nutritivo, ofreciendo diferentes planes de desintoxicación que te ayudan a bajar calorías diariamente, después de la valoración nutricional y una vez elegido el plan ideal, cada persona recibirá en la puerta de su casa, oficina o lugar de trabajo las comidas del día que requiera, desde el desayuno hasta la cena.

Por lo tanto, la técnica utilizada durante esta etapa será la Flor de Loto, ya que el propósito es propiciar la generación de alternativas en base a un concepto central, en este caso la información ya recolectada de las técnicas y herramientas anteriores. Flor de Loto es una técnica de creatividad muy concreta para expandir ideas e interrelaciones posibles comenzando de un proyecto o palabra en mente.

8. Manipulación	3. Precio	6. Domicilios
1. Sabor	COMIDA RÁPIDA SALUDABLE	2. Variedad
5. Ubicación	4. Presentación	7. Ingrediente especial

Ilustración 10. Flor de loto
Autoría propia

Comida rápida saludable

1. **Sabor:** son productos agradables al paladar de nuestros clientes, con gran variedad de ingredientes saludables.
2. **Variedad:** nos caracterizaremos por tener gran variedad de comidas rápidas como hamburguesas, perros, ensaladas, burritos, wraps, pollo, pescados, entre otros. De igual manera puedes armar tu plato como lo desees.
3. **Precio:** son precios asequibles que compiten en el mercado; son platos que van desde 10 mil pesos.
4. **Presentación:** nos caracterizaremos por presentar productos innovadores, con una presentación diferente y llena de colores, donde con sólo verlos provocan probarlos.
5. **Ubicación:** nuestro sitio estará ubicado estratégicamente donde los clientes puedan estar tranquilos, ya que será un lugar agradable, donde la contaminación auditiva no será un problema.
6. **Domicilios:** prestaremos domicilios con oportunidad y hasta el lugar que desees dentro de los municipios del valle de Aburrá.

7. **Ingrediente especial:** Contaremos con gran variedad de ingredientes agradables al paladar de cada cliente; además, el principal ingrediente será la valoración nutricional.
8. **Manipulación:** nuestros chef y ayudantes de cocina contarán con todas las normas de bioseguridad y cursos de manipulación exigidos.



Ilustración 11. Idea

Tomado de:

https://iechampagnat.edu.pe/Grados/SECUNDARIA/SEMANA_15/04CUARTO/15_S4_EPT.pdf

La tercera etapa de un proceso de Design Thinking es la de Idear o Ideación, en la cual debemos empezar a crear posibles soluciones para los problemas encontrados durante el desarrollo de la actividad. Durante esta fase, podemos servirnos de diferentes estrategias a la hora de crear soluciones, se trata es de generar el mayor número de ideas posibles.

Para esta fase estaremos aplicando el método SCAMPER, instrumento que puede ser de gran utilidad ya que a partir de hacernos una serie de preguntas que nos inviten a mirar la realidad desde otro punto de vista.

El método **SCAMPER** hace referencia a los siguientes conceptos o temas: Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otros usos, Eliminar y Reordenar. Mprende.es (2013)

Problema por resolver:

Tabla 4. Método SCAMPER

Autoría propia

S – Sustituir	<p>¿Se puede sustituir o cambiar ingredientes?</p> <p>¿Se pueden utilizar otros procesos o procedimientos?</p> <p>¿Se puede sustituir una parte del producto por otro?</p> <p>¿Se puede usar esta idea en un lugar diferente?</p>
C – Combinar	<p>¿Se pueden combinar productos o ingredientes?</p> <p>¿Se pueden hacer mezclas y/o agrupaciones de productos y otros?</p> <p>¿Qué otros productos o aderezos se pueden utilizar?</p> <p>¿Se pueden fusionar ingredientes y especies de diferentes tipos?</p> <p>¿Se pueden armar los platos como desee?</p>
A – Adaptar	<p>¿Qué otra idea sugiere estos productos?</p> <p>¿Qué podría copiarse?</p> <p>¿Qué idea podría incorporarse?</p> <p>¿Qué proceso se podría adaptar en la preparación?</p> <p>¿Qué ideas de otros campos diferentes podemos incorporar?</p>
M – Modificar	<p>¿Qué puede dar un valor agregado?</p> <p>¿Qué otras características adicionales podríamos implementar?</p> <p>¿Cómo modificar los ingredientes para mejorar los productos?</p>
P – Poner otros usos	<p>¿Qué precios se pueden manejar?</p> <p>¿Qué otros mercados se pueden impactar?</p> <p>¿Qué otros productos podemos implementar?</p> <p>¿hay nuevas maneras de usar estos productos?</p>
E – Eliminar	<p>¿Qué habría que omitir?</p> <p>¿Se puede eliminar algo?</p> <p>¿Qué hay que no sea necesario utilizar?</p> <p>¿Cómo ser más eficiente reduciendo costos?</p>
R - Reordenar	<p>¿Cómo hacer lo que no se espera?</p> <p>¿Qué otros negocios pueden ser mejores que nosotros?</p>

	¿Cómo presentar de forma diferente nuestros productos?
S – Sustituir	Este servicio proporciona alimentos saludables bajo en calorías, para poder mejorar el consumo en nuestros alimentos y poder reducir nuestro consumo excesivo de comidas chatarra, o mejor, preparar estos alimentos, pero con ingredientes saludables; Y así poder tener una vida saludable.
C – Combinar	Combinaremos frutas, vegetales, frutos secos, legumbres y variedades de carnes con aceite de oliva, para que haya mayor variedad de alimentos nutritivos para el bienestar y salud de nuestros clientes. Incluso celebraremos el cumpleaños de nuestro cliente, solo necesita presentar su documento de identidad y tendrá un postre gratis.
A – Adaptar	Actuamos pensando en sus necesidades y en su comodidad para que tenga una buena atención. Nos adaptamos a sus pedidos (comida especial) que usted desea ordenar, para que quede satisfecho. Nos adaptamos a las temáticas como: cumpleaños, aniversarios, fiestas, entre otras.
M – Modificar	Utilizamos productos agropecuarios frescos, que vienen directamente de los campesinos productores de la zona. Servicio rápido y eficiente donde nuestros clientes no tengan una espera muy prolongada. Contar con valoración nutricional para nuestros clientes.
P – Poner otros usos	Se adaptará la locación para eventos especiales, con menús según las preferencias de nuestros clientes. Podemos llegar a ser un lugar turístico, donde se brinde información relacionada con la ciudad y la importancia de comer bien y saludable.
E – Eliminar	Eliminar lo que no de resultado y que sea desagradable a nuestra clientela, como también la cultura de que si es saludable no es sabroso.
R - Reordenar	Nuestros productos estarán bien presentados en el plato, siendo agradables a la vista de nuestros clientes; el emplatado será innovador. Se generará el mínimo de residuos superfluos, siendo amigable con el medio ambiente.

Sana Tentación, comida rápida saludable, ofrece a sus clientes los mejores y más variados platos saludables que contribuyen a una vida sana; donde puedes elegir el plato que deseas o armarlo a tu gusto; se ofrecen diferentes productos frescos como ensaladas, hamburguesas, variedad de proteínas, snacks, jugos, aderezos, donde todos cumplen con las condiciones para una vida saludable.

Ideas:

- Definir un lugar en un ambiente agradable y libre de contaminación auditiva y visual.
- Tendremos una carta on-line con variedad de productos y precios para todo tipo de personas y estratos.
- Para usuarios constantes se realizará evaluación nutricional y plan de alimentación.
- Se ofrecerán comidas rápidas a base de productos saludables.
- Se ofrecerán productos como ensaladas, carnes, wrap, burritos, aderezos, snacks, jugos, entre otros.
- Puedes armar tu plato como desees.
- Se ofrecerán productos saludables llevados hasta tu lugar de trabajo o vivienda.
- Se contará con servicio a domicilio gratis.
- Se harán combinaciones de ingredientes y productos en pro de garantizar platos novedosos, saludable y de buen sabor.
- La comida se entregará en el lugar destinado por el cliente.
- los clientes podrán tener un seguimiento interactivo en un programa de salud inteligente basado en un aplicativo de Smartphone con soporte en Android y una página web.
- Sana Tentación llevara tus comidas en el tiempo acordado y lugar convenido, según tu estilo de vida.

- Sana Tentación es un restaurante con precios bajos, con alimentos totalmente frescos y saludables y usando la rapidez como mayor ventaja, combinado con un exquisito sabor en cada plato.



Ilustración 12. Prototipa

Tomado de:

https://iechampagnat.edu.pe/Grados/SECUNDARIA/SEMANA_15/04CUARTO/15_S_4_EPT.pdf

Para esta etapa el propósito es poder llevar a cabo las ideas que se tuvieron para el desarrollo de la idea de negocio, con esta etapa se pretende materializar las ideas y lograr un objetivo.

Nuestro objetivo es llegar con esta idea de negocio a cada rincón de Medellín para que podamos ser los que deseen cuidar su cuerpo con una buena alimentación de forma rápida y económica.

Ideas:

- Se planeará una carta de productos con sus respectivos precios
- Sección para veganos y selección de productos a su elección
- Se establecerá horarios para atención prioritaria para poder evacuar los pedidos más urgentes
- Se gestionará el proceso de filas rápidas, con atención al cliente en producto ya preparados

- De forma económica y eficaz se garantizará productos de buena calidad para que nuestros clientes puedan tener una alimentación adecuada



Ilustración 13. Producto 1

Tomado de: <https://tecnohotelnews.com/2018/04/25/siete-claves-comida-saludable-y-atractiva/>



Ilustración 14. Producto 2

Producto de: <https://www.cocinadelirante.com/botana/recetas-super-faciles-de-guarniciones-saludables-sabrosas>



Ilustración 15. Producto 3

Tomado de: <https://www.istockphoto.com/es/foto/comida-r%C3%A1pida-y-saludable-vegana-rye-hamburguesa-con-verduras-frescas-gm469356754-61547068>



Ilustración 16. Producto 4

Tomado de: <https://mejorconsalud.as.com/10-alimentos-te-ayudaran-estar-mas-feliz/>



Ilustración 17. Producto 5

Tomado de: <https://www.alamy.es/chicken-burrito-almuerzo-saludable-la-comida-callejera-mexicana-fajita-de-tortilla-envolturas-con-filete-de-pollo-asado-a-la-parrilla-y-verduras-frescas-image229424855.html>



Ilustración 18. Producto 6

Tomado de: <https://www.pinterest.fr/pin/413275703295631714/>



Ilustración 19. Testea

Tomado de:

https://iechampagnat.edu.pe/Grados/SECUNDARIA/SEMANA_15/04CUARTO/15_S_4_EPT.pdf

Nuestro objetivo es comunicar una posible solución e identificar mejoras por medio de un Poster.

Esta herramienta implica diseñar un supuesto póster promocional de la solución final. Ayuda a reflexionar sobre cómo comunicar la idea a los usuarios que harán uso de ella, y cuáles son los aspectos más destacables. Promueve un ejercicio de reflexión que puede dar pie a la identificación de mejoras. También es una herramienta de apoyo para la explicación de la solución final.

**Tabla 5. Comer bien fuera de casa.
Autoría propia**

<h1 style="color: #008080;">Comer bien fuera de casa</h1> <p style="background-color: #008080; color: white; padding: 5px;">Procura escoger un menú variado y evita las raciones demasiado grandes</p>	
<h2 style="color: #800000;">“COMIDA RÁPIDA SALUDABLE, SANA TENTACIÓN”</h2>	
	<p>“Comida Rápida Saludable, Sana Tentación” es un negocio que promete quitarte el estrés de planear, comprar y preparar platos que sean ricos y nutritivos, este proyecto pone a disposición de sus usuarios paquetes personalizados que contienen todos los alimentos que se requieren para vivir un estilo de vida balanceado y muy nutritivo, ofreciendo diferentes planes de desintoxicación que te ayudan a bajar calorías diariamente, después de la valoración nutricional y una vez elegido el plan ideal, cada persona recibirá en la puerta de su casa, oficina o lugar de trabajo las comidas del día que requiera, desde el desayuno hasta la cena.</p>
<h3 style="margin: 0;">OBESIDAD</h3>  <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">¿? El sobrepeso y la obesidad se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud.</p> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">La causa fundamental del sobrepeso y la obesidad es un desequilibrio energético entre calorías consumidas y gastadas.</p> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">Un IMC elevado es un importante factor de riesgo de enfermedades no transmisibles, como las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Enfermedades cardiovasculares » Diabetes » Trastornos del aparato locomotor » Algunos cánceres 	<h2 style="margin: 0;">LA BUENA NUTRICIÓN</h2> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">La nutrición es la ingesta de alimentos en relación con las necesidades dietéticas del organismo. Una buena nutrición (una dieta suficiente y equilibrada combinada con el ejercicio físico regular) es un elemento fundamental de la buena salud.</p>
<p style="font-size: small; margin: 0;">Llevar una dieta sana a lo largo de la vida ayuda a prevenir la malnutrición en todas sus formas, así como diferentes enfermedades no transmisibles y trastornos. Sin embargo, el aumento de la producción de alimentos procesados, la rápida urbanización y el cambio en los estilos de vida han dado lugar a un cambio en los hábitos alimentarios</p> 	<p>Nuestra propuesta de valor es: Un centro de comidas rápidas para personas con nivel socioeconómico medio-alto con prioridad en el servicio y en la calidad de las instalaciones enfocadas principalmente en personas con sobrepeso y problemas cardio vasculares.</p>

5.2 Cadena de valor

Según el análisis de la cadena de valor, vemos que nuestro negocio tiene muy buena estructura y tiene funciones que apoyan fuertemente todos los procesos. Se podría trabajar más en el servicio y utilizar el seguimiento a los clientes como una herramienta para recolectar información acerca de su percepción con respecto a los productos que ofrecemos y qué más les gustaría ver en nuestra carta.

Un punto fuerte por trabajar será en el desarrollo de tecnología, ya que este es el que involucra la Investigación y Desarrollo, enfocados en crear nuevos productos y formulaciones como resultado de un nuevo modelo de innovación.

Ofrecer alimentos saludables deliciosos a la medida del cliente, es decir, de acuerdo con sus metas, con sus restricciones alimenticias, sus requerimientos calóricos y sus gustos. Para esto se ofrecerán varias opciones de proteínas, ensaladas, sopas, acompañantes, bases, aderezos y postres para que los clientes puedan combinarlo como quieran.

- Brindar información sobre la composición básica de cada plato para que antes de elegir conozcan sobre sus ingredientes y puedan decidir de acuerdo con lo que más se acomode a sus necesidades y gustos.
- Atención rápida: A través de un sistema autoservicio tipo buffet se buscará que la atención de cada cliente sea rápida, y que los empleados lleven un ritmo de atención permanente que haga que la operación no se retrase, aunque haya varias personas en la fila.
- Garantizar el mínimo uso de alimentos procesados, como condimentos preparados, salsas empacadas, enlatados. En cambio, se tendrán opciones de alimentos frescos, preparados desde el inicio con ingredientes naturales de muy buena calidad.
- Utilizar métodos de cocción saludables como hornear, hervir, saltear con aceite de oliva y asar a la plancha, en lugar de freír.

- Ofrecer postres, helados y snacks saludables, principalmente a base de frutas y sin sabores artificiales, todos revisados por un experto en nutrición.
- Brindar la opción de que los clientes puedan tener asesorías con nutricionistas aliados, para que reciban las indicaciones sobre alimentación dependiendo de su estado de salud y sobre todo que puedan tener un seguimiento sobre su evolución.
- Ofrecer al cliente alternativas para personalizar sus platos, específicamente distintas opciones divididas en cuatro categorías principales: sopas, bases (como arroz integral, arroz blanco, quinua), proteínas y ensaladas. En las ensaladas se tendrán tres opciones de ensaladas preparadas y adicionalmente se tendrá un espacio para construir la ensalada a gusto del cliente con al menos quince ingredientes y aderezos distintos.
- Variar las alternativas de elección diariamente, dejando unas permanentes como el arroz integral y el arroz blanco, pero cambiando las maneras de preparar las proteínas, las sopas y las ensaladas.
- Se buscará desarrollar alianzas con nutricionistas para que otorguen descuentos especiales a los clientes del restaurante e incrementar así su flujo de pacientes. Así mismo, estos nutricionistas pueden diseñar con el cliente un plan de alimentación que en gran parte se pueda seguir con los platos ofrecidos por el restaurante.
- Los clientes tendrán la opción de suscribirse a planes de alimentación semanales o mensuales con el restaurante y con esto podrán obtener descuentos en el costo de cada plato.

6. Capítulo 4. Diseño de estrategias de marketing

6.1 Descripción detallada de los atributos y beneficios del producto o servicio a ofrecer al mercado.

Los productos o servicios son considerados como medios para resolver un problema del cliente, ya que compra los beneficios de dicho producto o servicio para satisfacer una necesidad; se debe dar importancia a la forma en que el consumidor percibe el producto como satisfactor de esa necesidad creada. Desde esta perspectiva, como vendedores tenemos un papel importante pues somos quienes convertimos los beneficios deseados por el cliente en un producto tangible con funciones o atributos que resuelven dicha necesidad.

Los clientes tienen unas expectativas donde unos atributos son lo mínimo que esperan e incluso hay unos no negociables, mientras que hay unos atributos que son sus aspiraciones tanto que pueden llegar a sorprenderse en el momento de recibirlos.

Dentro de nuestro negocio los atributos los podemos mencionar mediante el siguiente esquema:



Ilustración 20. Atributos
Autoría propia

El desarrollo de un producto define los beneficios a ofrecer por parte de nuestra empresa; estos se concretan mediante los atributos del producto antes mencionados, algunos de ellos son: la calidad, precios competitivos, buena atención y servicio, inmediatez, seguridad e inocuidad, entre otros.

Conocer los beneficios que aporta una alimentación saludable serán la clave para empezar primero a reconocer si nos alimentamos bien, o en cambio si nuestra alimentación no es todo lo saludable que podría ser.

La nutrición es muy importante para la calidad de vida de las personas, por lo que nuestros platos están encaminados a que se coma rico y saludable. Nuestros productos llegarán hasta su puesto de trabajo en un tiempo prudencial, lo que les permitirá a nuestros clientes comer lo que deseen, con un tiempo ideal para que tengan la oportunidad de realizar el descanso o siesta necesaria para una buena digestión.

Dentro de los beneficios que adquieres al consumir nuestros productos son:

- Mantener un adecuado balance en el consumo de alimentos, permitiendo mejorar día a día nuestra calidad de vida.

- Moderación de las cantidades consumidas, para mantenernos en el peso adecuado y evitar caer en la obesidad, evitando sus consecuencias.
- Elegir una dieta variada que incluya alimentos de diferentes grupos: cereales, frutas, aceites, hortalizas, lácteos, huevos, azúcares, carnes, pescado, entre otros
- Tener en cuenta nuestros hábitos alimentarios particulares, ya que no solamente comemos por necesidad física, sino que también lo hacemos para disfrutar.
- Se obtiene la energía necesaria para realizar las actividades cotidianas.
- Disminución del riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares a largo plazo, ayudando a reducir el colesterol.
- Presión arterial en niveles normales.
- Reducción del deterioro de la memoria y otras funciones cerebrales.
- Mejora el sistema inmunológico.
- El consumo adecuado de calcio fortalece los huesos y evita la osteoporosis.

6.2 Grupo objetivo del proyecto (identificación y caracterización del grupo de consumidores que aceptarían y tienen la capacidad de compra).

Estamos convencidos que comer delicioso y sano a la vez debería ser una situación fácil, por eso elegimos los mejores ingredientes y métodos de preparación para ofrecerle al cliente alimentos saludables y deliciosos a la medida.

Según las estadísticas manifiestan que el sector gastronómico ha aumentado considerablemente mostrando una sociedad más interesada por consumir alimentos fuera de su hogar; esto se ha convertido en un atractivo para invertir en el sector gastronómico pero este aumento va creciendo junto con los gustos de las personas que cada día son mucho más exigentes y buscan nuevas alternativas gastronómicas acompañado de las novedades que trae el mercado.

El plan de negocio está orientado a clientes con una cultura de consumo de productos saludables, personas que viven, trabajan y/o transitan por el sector y que tengan interés en iniciar una alimentación saludable, y personas que valoran los productos saludables y que no disponen de mucho tiempo para buscarlo, por lo que,

también se propone disponer de diversas formas de pago, ya sea efectivo, tarjetas débito y crédito, además prestar un servicio rápido en la atención.

Nuestro proyecto va encaminado a todo tipo de consumidor ya que nuestros platos son variados y para todo tipo de gusto, por lo que definimos nuestro grupo de la siguiente manera:

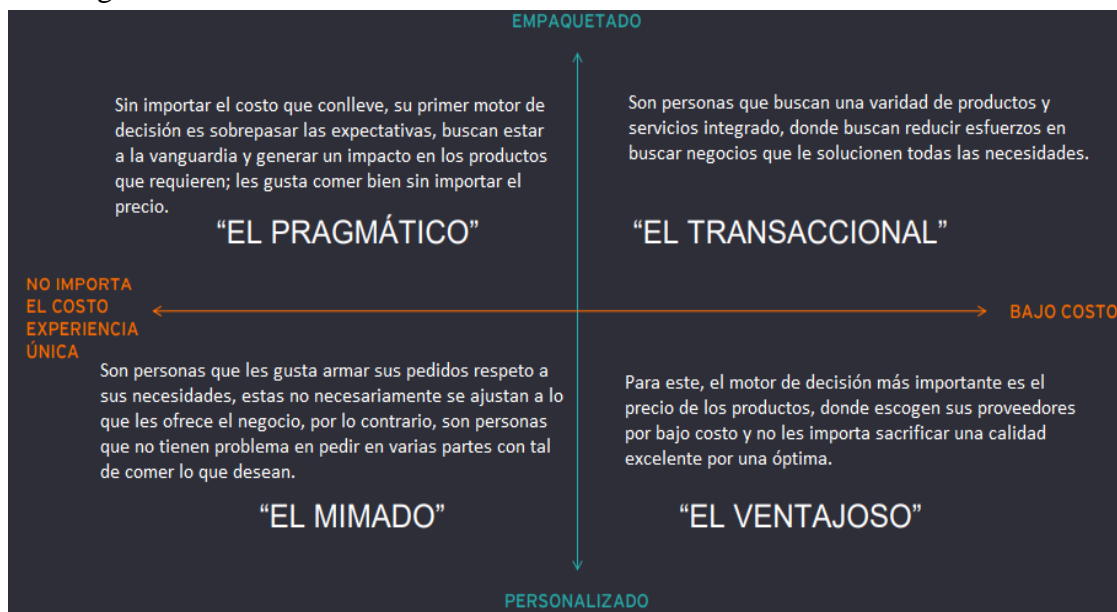


Ilustración 21. Tipos de platos

Autoría propia

La gran mayoría de las personas que transitan o trabajan en el sector donde está ubicado nuestro proyecto pertenecen en su gran mayoría a los estratos 3, 4 y 5, personas con poder adquisitivo para comprar nuestros productos; son personas que cuentan con ingresos medios que buscan alimentarse de una manera rápida, saludable y nutritiva, además por sus horarios extensos de trabajo, por cansancio o falta de tiempo para cocinar les gusta o crean la necesidad de comer fuera de casa. Además, tienen una gran acogida por la comida saludable y más aún cuando pueden tener una asesoría nutricional, esto debido a la gran conciencia que se ha despertado en cuanto a los cuidados del cuerpo humano a través de los buenos hábitos alimenticios y deportivos.

Este grupo objetivo de personas están abiertos a nuevas soluciones alimenticias que le permita llevar una vida equilibrada nutritivamente hablando; aunque no conocen muchas opciones de comida saludable, lo que más motiva a pedir domicilios es el ahorro de tiempo.

Deportista: Es un tipo de usuario que viene muy a menudo al club, casi a diario, por lo que tiene un alto grado de participación tanto en la vida social como en la deportiva. Suele ser muy exigente y normalmente suele practicar el mismo deporte. Los hombres se decantan más por los juegos de raqueta, sala de fitness, muscular y estaciones cardiovasculares, y determinadas actividades dirigidas tipo spinning. Las mujeres se decantan más por las estaciones cardiovasculares y las actividades dirigidas. Las actividades de piscina gustan a ambos por igual.

Aficionado: Este usuario viene para mantenerse en forma y guardar la línea. Suele asistir una a dos veces por semana, pero su ritmo es inconstante, por lo que puede estar alguna semana sin venir. Le gustan especialmente las actividades dirigidas.

Senior: El usuario sénior tiene más de 61 años. Buscan mantenerse en forma y establecer relaciones de amistad durante la actividad deportiva. Suelen hacer actividades dirigidas orientadas a sus características, aunque también actúan por libre. Asisten normalmente una media de dos días a la semana.

6.3 Segmentación

En Colombia un individuo debe caminar en promedio 4 kilómetros para consumir un alimento de calidad, motivo por el cual se habla de “Desierto nutricional” o “Hambre oculta”, pues los alimentos que se venden en los restaurantes de bajo precio tipo corrientazo tienen demasiados carbohidratos y no tienen un sano balance nutricional.

- El 63% de los colombianos cambió su alimentación a tendencias Saludables
- El 70% de los colombianos disminuyó el consumo de azúcar

- El 31% de los colombianos Redujo el consumo de Carbohidratos
- El 40% de los colombianos sufre de enfermedades digestivas

El segmento objetivo de este emprendimiento se constituye de personas entre los 20 y 60 años, ubicados principalmente en los alrededores del Centro Administrativo La Alpujarra de la ciudad de Medellín, que sean empleados o trabajadores independientes y se interesen por un estilo de vida saludable. De igual manera nos enfocaremos en personas que sufran de sobrepeso o que padezcan de enfermedades Cardiovasculares, además se enfocará en personas que les guste hacer deporte, es decir, aficionado, deportista y senior ya que el ejercicio complementa los estilos de vida sana.

Dentro de esta área del Centro Administrativo la Alpujarra de la ciudad de Medellín, lugar funcionan las principales entidades del Departamento de Antioquia como son la Gobernación, Alcaldía de Medellín, EPM, Rama Judicial, el EDU, la DIAN, Centros Comerciales, Almacenes, entre otras entidades públicas y privadas, con más de 12 mil empleados.

La gran mayoría de estos empleados tienen salarios que están alrededor de los dos salarios mínimos por lo que cuentan con los recursos para acceder a nuestros productos.

6.4 Identificación de la competencia

En el sector hay una gran cantidad de restaurantes de todo tipo y sus precios oscilan desde 10 mil pesos; en la hora pico de almuerzo la gran mayoría de locales se satura por lo que a muchas personas les toca comer donde haya disponibilidad y no donde quieren comer ya que el tiempo de descanso no es mayor a 75 minutos.

Dentro de los principales competidores que podemos encontrar en el sector, ya que son los negocios más concurridos mencionamos: Mezzaluna; Casa del Arroz, Mundo Verde, Del Mar Pacifico a tu puerta, Sazón y Sabor

6.5 Identificación de los aliados clave del modelo de negocio del proyecto y acciones de cooperación

En cada negocio o empresa es muy importante trabajar en equipo con otras entidades, que nos permitan mejorar cada día tanto en la calidad de los productos como en los precios y demás atributos que ofrecemos a nuestros clientes.

Por esta razón es necesario, inicialmente tener proveedores de la región donde se llevarán a cabo negocios directamente con productores agrícolas de la región, con el fin de adquirir los productos directamente en el campo con lo que se garantizará su frescura y libre de conservantes y otros químicos que puedan afectar la salud.

De igual manera se realizarán convenios con entidades o áreas de trabajo para llegar a acuerdos y poder tenerlos como clientes fijos garantizándoles descuentos y seguimiento nutricional, con el cual se le establecerá un plan alimentario de acuerdo con la valoración.

Así mismo, hay entidades que requieren que sus clientes lleven una dieta o consumo de productos y/o alimentos saludables, por lo que también estableceremos acuerdos o promociones con entidades como por ejemplo los gimnasios o centros de acondicionamiento físico. Estos contactos pueden ser muy provechosos para la empresa ya que se convierten en un canal directo para el conocimiento de nuestro producto y de esta manera ir creando voz a voz entre las personas.

Nuestros aliados claves en este proyecto serían nuestros proveedores que harían de este proyecto una realidad, alcanzaríamos la meta diaria de productos que con ayuda y trabajo en equipo lograríamos que este sea un círculo el cual ayudamos y nos ayudan a prever nuestro futuro como organización y más aun dando consigo ejemplos de vida.

Por otra parte, tendríamos también estratégicamente aliados que nos ayuden a impulsar este proyecto como sería la publicidad que cada uno de nuestra organización de para el crecimiento de esta.

No obstante, debemos tener claro que a pesar de que tengamos competencia directa, tenemos algo más grande que es la asesoría nutricional que en este cambio de las comidas rápidas sería un punto ganador ya que sería ahí el plus de nuestra empresa.

La voz a voz sería una estrategia que debemos contemplar a la hora de hacernos conocer por este público objetivo ya que si en un sector de la gobernación nos conocen bien y nos eligen como primero opción es ahí donde hicimos desde el principio un buen trabajo.

Alianzas estratégicas: Con diseñadores de interiores, escuelas de cocina para cambios de menú, patrocinadores que ayuden con un coste de los menús y cartas, personas naturales, proveedores que con el fin de buscar un patrocinio nos puedan ayudar con inversión en insumos o costes.

6.6 Estrategias de mercadeo tradicionales y digitales

6.6.1 Estrategia de comunicación

Es necesario establecer y definir los medios a utilizar, donde se deben plantear las acciones teniendo en cuenta objetivos, público, medios, piezas de comunicación y las acciones para el lanzamiento del proyecto.

Pretendemos tener un reconocimiento como restaurante de comida saludable que ofrece asesoría nutricional con un excelente servicio al cliente, también que se distinga por sus buenos productos.

Esta comunicación va dirigida a las personas que quieren comer bien, que quieren llevar un hábito de comida saludable o aquellas personas que practican algún ejercicio y quieran alcanzar con su cuerpo alguna meta específica. De igual

manera queremos dar a conocer la importancia que tiene la comida saludable en las personas, además, tratar de quitar la imagen que la comida sana no es buena e insípida.

Los medios que utilizaremos para llegar a los clientes son: medios electrónicos como WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, portal Web de la empresa, emisoras, prensa, volantes, participación en eventos.

Podemos explicar algunos de ellos a saber:

Facebook; Se incluye a esta red social dentro de la estrategia de canales de llegada pues es una herramienta que permite compartir contenidos relevantes y con segmento específico al que se desea llegar.

Página web; La creación de este canal será fundamental para lograr el contacto comercial con el cliente, es aquí donde se podrá mostrar los servicios, el contenido de valor que se viene trabajando para ellos, funcionará al mismo tiempo como una especie de blog donde ellos podrán encontrar información de valor como recetas, tips, etc.

Instagram; Cuando las personas entran a esta red social, lo que encuentran es entretenimiento, placeres, todo tipo de emociones que son transmitidas a través de las imágenes profesionales o no, son compartidas para que los usuarios las vean y de alguna manera experimenten lo que puede decir una simple imagen.

Los medios electrónicos son una manera de comunicarse masivamente a un costo muy bajo lo cual genera reconocimiento de manera rápida.

Por medio de análisis de datos debemos mantener comunicación con clientes y no clientes respecto a sus hábitos de consumo.

6.6.2 Estrategia de posicionamiento

Cuando cumplimos con el objetivo del cliente es ahí donde empezamos a crear posicionamiento para esto se podría implementar una carta amplia y gustosa

de los productos que vamos a dar en nuestro restaurante, lograríamos tener más opciones que abarquen más gustos de clientes.

Con la estrategia de posicionamiento se desea lograr que el consumidor relacione la comida saludable con nuestra marca

- Calidad de la materia prima que sirve para elaborar el producto.
- La entrega del producto debe ser en el tiempo solicitado, en las condiciones adecuadas para su consumo.
- Los platos estarán elaborados según las indicaciones de un especialista en nutrición.

6.6.3 Estrategia de diferenciación

En esta época que hoy en día todo son redes sociales, no podemos quedarnos atrás en este punto, como estrategia de diferenciación podría sugerir una aplicación en la cual el cliente pueda hacer su pedido y adicional vea los tips saludables que tenemos para el mientras espera en la comodidad de su puesto de trabajo el almuerzo que nosotros muy atentos atenderemos su solicitud sin salir de su lugar de trabajo

Pero también tenemos opción para la persona que no desea quedarse en su lugar de trabajo, este sería visualizar en nuestras publicaciones de Instagram y Facebook que las tendremos actualizadas el menú del día y seguir leyendo en camino al restaurante leer tips saludables.

6.7 Social media

6.7.1 Estrategia de diseño web y aplicación móvil:

Creación de la página web con dominio propio versión escritorio y móvil.

6.7.2 Estrategia de posicionamiento SEO

Optimización de la web en motores de búsqueda a través de palabras claves del negocio para conseguir posibles buyers.

6.7.3 Marketing de contenidos

En nuestra estrategia de contenidos podemos apostar también por otro tipo de formatos como, por ejemplo, los podcasts, que pueden ayudarnos a diferenciarnos y a conectar de otra forma con nuestra audiencia.

6.7.4 Social media marketing:

- YouTube: Vídeos de sesiones de entrenamiento por parte de las actividades que se realizan en vivo para atraer a los espectadores y posibles clientes, una rutina que sea de mostrar gratis en las redes.
- Facebook: Publicación de contenido con base a testimonios, contenido de valor en materia de salud, deporte y nutrición y creación de concursos para un día gratis de sesión con el fin de atraer a posibles compradores para la afiliación al gimnasio.
- Instagram: En vivos de entrenamiento del gimnasio, exposición de algunas actividades y creación de tarifas de promoción como concursos para los posibles clientes potenciales, como el apoyo a deportistas y creación de un estilo de vida saludable que mejorará la calidad de vida.

7. Capítulo 5. Proyección operativa y financiera

7.1. Recursos operativos

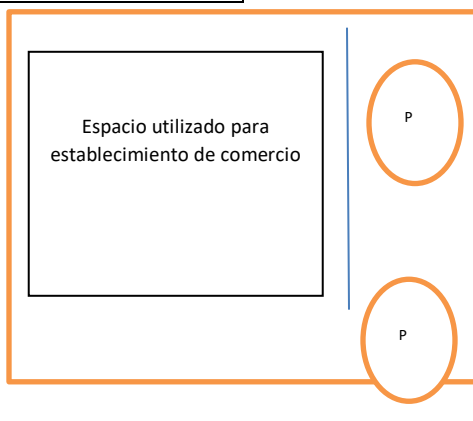
En este punto se presenta la siguiente información

7.1.1 Tamaño del proyecto

Tabla 6. Capacidad instalada

Autoría propia

Conceptos	Unidad de medida
Área	30mts
% de espacio utilizado	80%
Espacio de publicidad	20%



**Ilustración 22. Espacio
Autoría propia**

7.1.2 Disponibilidad insumos

Es necesario tener y mantener un stock que facilite la producción del trabajo final por ende se requiere tener materia prima con un control de mantenimiento como es la información completa de cada producto

SANA TENTACIÓN requiere obtener insumos para el procesamiento de los alimentos, contados con la calidad de acuerdo a las normas estipuladas para el manejo de los alimentos inocuos, manteniendo los inventarios en una rotación no superior a los 15 días, conservando los productos frescos y sanos, dispuestos en compartimentos que tengan la temperatura adecuada para la clasificación de cada uno, se debe tener una base económica para las materias primas.

7.1.3 Descripción técnica del producto: actividades, infraestructura y recursos adicionales

SANA TENTACION es un estilo de alimentación que combina comida gourmet y comida rápida, mostrando nuevas opciones en el mercado alimenticio, ofreciendo la oportunidad de tener un lugar en donde se pueda acceder a comida fresca, a un precio razonable y en el menor tiempo posible. Logrando que las personas se concienticen de tener una buena alimentación, no solo para prevenir problemas de obesidad sino para mejorar la salud. Nuestro deber es cuidar de nuestro cuerpo y nutrirlo de una forma adecuada dándole todos los nutrientes necesarios para que pueda funcionar correctamente. Y a su vez se desea aprovechar el uso de la tecnología para personalizar y hacer única la experiencia de los usuarios.

La Estrategia que aplicará Sana Tentación consistirá en aprovechar el internet y la aplicación de la tienda en línea para brindar mayores facilidades al cliente para acceder a la inscripción a la página web, conocer los platos saludables y buscar asesoría nutricional por chat con un nutricionista. Esta diferenciación se constituirá en la principal ventaja competitiva de tal forma que se puedan personalizar las atenciones manteniendo los costos lo más bajos posibles.

Para los productos que ofrecerá la empresa SANA TENTACIÓN, se requiere de la siguiente maquinaria adicional.

- Horno
- Microondas industrial
- Mesa de trabajo
- Cámaras frigoríficas
- Licuadora
- Cocina industrial y campana extractora.
- Muebles de catering
- Batería de cocina
- Utensilios y complementos varios
- Menaje: pinzas, espátulas, sartenes, bandejas, cuchillos, cucharones
- Máquina de hielo
- Batidoras, amasadoras
- Abatidor de temperatura
- Picadora de carne

7.1.4 Descripción de la maquinaria, instalaciones y elementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

Presentar la información en una tabla similar a la siguiente

Tabla 7. Descripción de maquinaria y elementos operativos.

Autoría propia

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Estufa	2	\$1.150.000	\$2.300.000
Horno Microondas	1	\$449.000	\$449.000
Refrigerador Industrial	1	\$6.500.000	\$6.500.000
Plancha grill y asador	1	\$5.391.000	\$5.391.000
Congelador	1	\$4.469.900	\$4.469.900

Licadoras Industriales	2	\$718.200	\$1.436.400
Sartenes y ollas	5	\$849.900	\$4.249.500
Cubiertos	100	\$19.000	\$3.980.000
Vajilla completa	50	\$60.000	\$3.000.000
Uniformes Para cocineros y personal.	15	\$80.000	\$1.200.000
Horno	1	\$8.309.900	\$8.309.900
TOTAL			\$41.285.700

8.1.4 Realizar las proyecciones de distribución en planta

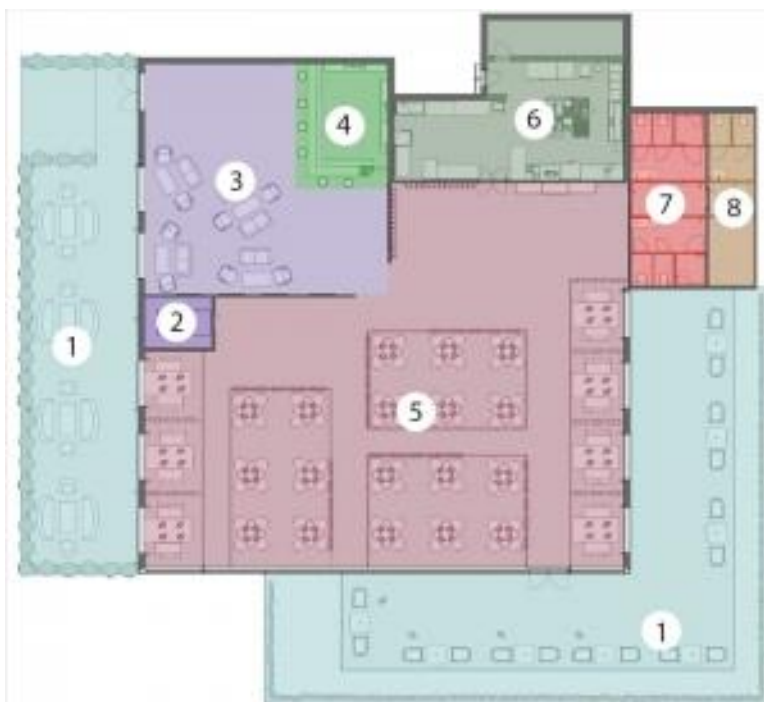


Ilustración 23. Distribución en planta

Tomado de: <https://biblus.accasoftware.com/es/disenio-de-restaurantes-5-consejos-utiles-criterios-y-dwg-para-la-descarga/>

1. Áreas externas accesorias
2. Guardarropa
3. Área de espera

4. Recepción
5. Sala o comedor
6. Cocina
7. W.C. clientes
8. W.C. y vestidores empleados



Ilustración 24. Ejemplo áreas externas accesorias
Tomado de: <https://biblus.accasoftware.com/es/disenio-de-restaurantes-5-consejos-utiles-criterios-y-dwg-para-la-descarga/>

7.1.5 Descripción de los cargos, presentación del organigrama, necesidades de personal y proyecciones de sueldos.

8.1.5.1 Chef: en este restaurante será necesario tener un (1) chef capacitado y profesional en el área de cocina que pueda responder a las cualidades y exigencias actuales del amplio y variado mundo de la gastronomía y la nutrición; esta persona está a cargo de la preparación del menú diario ofrecido por el restaurante.

8.1.5.2 Auxiliar de cocina: también será necesario contar con un (1) auxiliar de cocina este debe ser una persona capacitada que le brinde al chef la ayuda

necesaria para el despacho, preparación de los platos y en la innovación en la cocina apto para entender los términos requeridos.

8.1.5.3 Mensajeros: serán dos mensajeros (2) estos serán encargados de la entrega del pedido terminado a domicilio.

8.1.5.4 Área mercadeo y ventas: aquí se necesita una (1) persona encargada de la parte del mercadeo del producto, debe promover el restaurante en medios electrónicos implementando recursos publicitarios, telefonía, radio, visitas a posibles clientes esta se encarga igual de la atención al cliente y proveedores.

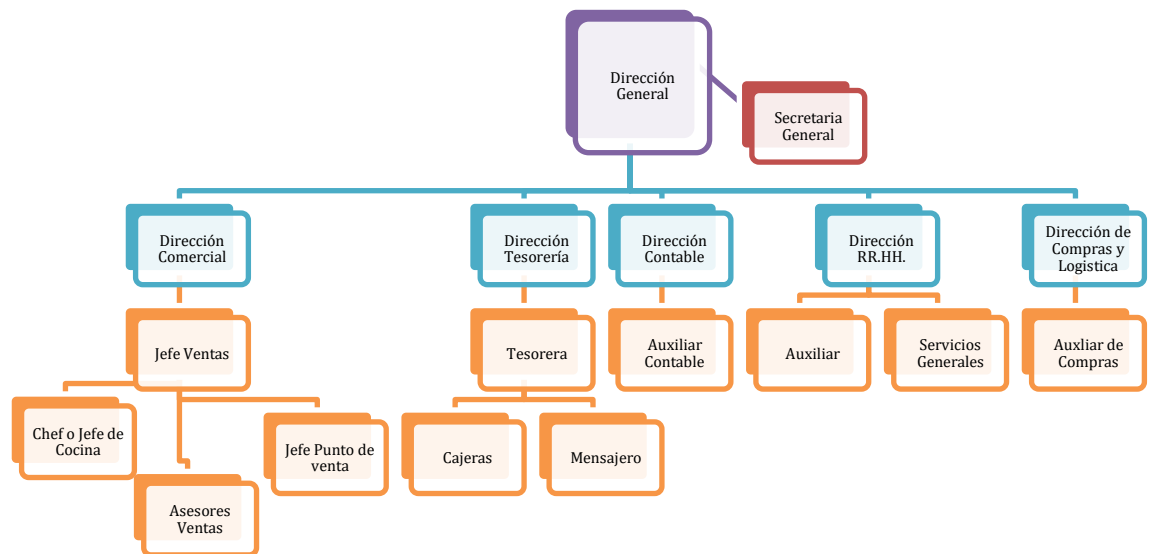


Gráfico 1. Cargos
Autoría propia

7.2 Descripción de equipos de oficina

Tabla 8. Descripción equipos de oficina.

Autoría propia

Conceptos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lapiceros	10	1.000	10.000
Resma de Papel	5	10.000	50.000
Carpetas	20	200	10.000
Ganchos	50	100	5.000
Cocedora	2	10.000	20.000
Perforadora	2	10.000	20.000
Marcadores- Resaltadores	5	1.000	5.000
Impresora de facturas	1	130.000	130.000
Impresora normal	1	650.000	650.000
Datáfono	2	300.000	600.000
TOTAL			1.280.000

7.3 Procesos preoperativos

Al momento de crear un negocio es importante tener en cuenta una serie de trámites necesarios para formalizar una empresa. Inicialmente se debe definir el tipo de persona que van a constituir; de igual manera es fundamental consultar si el nombre y la marca que vamos a utilizar están disponibles o no. Posteriormente se procede con la inscripción en el RUT (Registro Único Tributario), se elaboran los documentos de constitución, se registran en la Cámara de Comercio y se debe solicitar concepto sanitario y de bomberos a las entidades

establecidas. Estos trámites tienen sus tarifas ya establecidas, las cuales dependen de la ciudad, el tamaño de la empresa y el tipo de persona con la cual se constituyó.

Confecámaras (Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio) cuenta con el portal en internet: Crear Empresa en el cual se podrá realizar todos los trámites para poder constituir la empresa on-line.

A continuación, detallaremos los pasos legales importantes en los que se debe incurrir para la creación de la empresa:

Tabla 9. Procesos preoperativos

Autoría propia

PROCESOS PREOPERATIVOS	
1. Definir el tipo de persona que se va a constituir.	Conocer las características del tipo de sociedad a la cual se va a incurrir.
2. Consultar si el nombre que se va a utilizar para la empresa ya ha sido usado.	Revisar el nombre de la empresa por medio del RUE (Registro Único Empresarial)
3. Consultar si el nombre de la marca está disponible en la Superintendencia de Industria y Comercio	*Según la clasificación Niza identificar qué es lo que se va a proteger con la marca *Verificar que no haya algún registro parecido *Posteriormente diligenciar el formato correspondiente
4. Consultar la actividad económica que se va a realizar	5611 expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes
5. Consultar el uso del local	Verificar con la secretaria de planeación y los medios correspondientes el uso del local
6. Realizar la inscripción en el RUT (Registro Único Tributario)	El primer paso para obtener el RUT es realizar el Pre-Rut, el cual se puede obtener a través de la página web www.dian.gov.co en <i>Servicios en línea, RUT, Inscribase en el RUT</i> o en las salas virtuales de la Cámara de Comercio
7. Elaborar documento de constitución	Se elabora escritura pública o documento privado dependiendo los requisitos y tipo de sociedad
8. Presentar solicitud de matrícula mercantil	El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades. La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento, diligenciando el formulario <i>Registro Único Empresarial- RUES</i>
9. Pagar derecho de autor y conexos de Sayco y Acinpro	Si en el establecimiento se hace el uso de música o de alguna obra protegida por derechos de autor, se deben pagar los derechos correspondientes a la Organización Sayco y Acinpro
10. Solicitar concepto sanitario	Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado <i>Alimentos</i> , en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.
11. Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios	Este es expedido por el Cuerpo Oficial de Bomberos y busca asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios
12. Solicitar certificado de manipulación de alimentos	Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente.

7.4 Localización y descripción del ámbito territorial donde se montará el proyecto: ventajas y desventajas.

Para el proyecto de emprendimiento social se hace necesario tener un local para adecuar la empresa “Comida Rápida Saludable, Sana Tentación”, con la cual se pretende contribuir a mejorar la calidad de vida de los clientes y partiendo del análisis del entorno social y económico, lograr reconocer el problema o necesidad a satisfacer, su viabilidad y el sector del mercado donde se desarrollará, esta adecuación contará con una infraestructura adecuada que dará una agradable sensación a nuestros clientes.

Contará con personal calificado para contribuir con las necesidades de los clientes, asesorando y prestando una atención eficiente y cordial, esto permite crear una fidelización, se manejará un departamento estratégico de dirección, un área de operación y transformación de materias primas con las maquinas eficientes y de acuerdo a los procesos que sean acordes con la calidad del negocio, como personal de mantenimiento para mitigar los riesgos dentro del negocio planteado.

Así como la búsqueda de proveedores que ofrezcan los mejores precios competitivos en los insumos de acuerdo con las condiciones del mercado, evaluando la eficiencia como la calidad de lo ofertado.

7.4.1 Proyecciones de ventas

Para definir las proyecciones de ventas se parte analizar el comportamiento actual de demanda, con el objetivo de determinar el volumen de productos bienes o servicios que se estaría dispuestos a adquirir, en este sentido, se parte por la recopilación de datos sobre sus gustos, preferencias, motivos de compra y costumbres. En el caso que el producto o servicio, sea el sustituto de uno actual se puede tomar datos sobre las proyecciones de consumo actual de dicho producto o servicio. El objetivo es sustentar con cifras la existencia de un mercado real.

Tabla 10. Cálculo de la demanda.**Autoría propia**

Población objetivo	3200 personas
Consumo promedio (mensual o anual)	22 mensual
Total, consumo	70400
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	8%
Total, demanda potencial	256 personas

En la zona de influencia de nuestro Plan de Negocio trabajan y circulan diariamente de lunes a viernes aproximadamente 3200 personas, el sábado el porcentaje de personas disminuye sustancialmente y el domingo por la poca afluencia de gente por el cierre de las entidades del sector no se abriría el negocio y se tomaría como el día de descanso de los empleados.

A razón de esto se realiza una proyección de las personas que diariamente visitarían nuestro negocio a adquirir alguno de nuestros productos, es de anotar que esta proyección se realiza con total de 24 días al mes.

Tabla 11. Promedio de ventas mes de productos disponibles para la venta**Autoría propia.**

#	Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta	Unidad Promedio Mes	Número de personas diarias	Promedio Valor Ventas Mes
1	Almuerzo ejecutivo saludable	Plato	\$12.000	960	40	\$11.520.000
2	Almuerzo especial	Plato	\$20.000	216	9	\$4.320.000
3	Combo - Hamburguesa "A tu salud"	Combo	\$13.000	144	6	\$1.872.000
4	Hamburguesa	Unidad	\$10.000	168	7	\$1.680.000
5	Ensaladas	Unidad	\$12.000	240	10	\$2.880.000
6	Wraps	Unidad	\$13.000	120	5	\$1.560.000
7	Snaks Tipo 1	Unidad	\$4.000	480	20	\$1.920.000
8	snacks tipo 2	Unidad	\$5.000	288	12	\$1.440.000
9	Arma tu plato	Unidad	\$15.000	192	8	\$2.880.000
10	Otros platos	Unidad	\$12.000	96	4	\$1.152.000
11	Adición proteina1	unidad	\$4.000	48	2	\$192.000
12	Adición proteina2	Unidad	\$6.000	48	2	\$288.000
13	Adición frutas y verduras	Unidad	\$2.000	24	1	\$48.000
Total, Promedio Ventas Mes						\$31.752.000

Al realizar la proyección de ventas mensuales debemos tener en cuenta que estas ventas tienen un comportamiento estacional dentro del año, esto ocurre ya que al ser un producto saludable que busca mejorar la salud y bienestar de nuestros clientes, proyectamos que en el primer semestre del año es cuando los clientes tienen la mentalidad u objetivo de mejorar su calidad de vida a través del deporte y consumir comidas saludables.

Esta proyección la realizamos suponiendo que nuestra empresa inicia la prestación de sus servicios en el mes de enero.

Tabla 12. Proyecciones de ventas**Autoría propia**

	Año 1	Año 2	Año 3
TOTAL	\$381.341.520	\$416.675.000	\$457.834.000
Enero	\$19.051.200	\$25.401.600	\$27.433.700
Febrero	\$26.989.200	\$30.862.900	\$33.949.100
Marzo	\$31.752.000	\$34.292.100	\$37.721.300
Abril	\$36.514.800	\$40.464.700	\$44.511.100
Mayo	\$38.102.400	\$41.150.600	\$45.265.600
Junio	\$40.642.560	\$43.894.000	\$48.283.400
Julio	\$37.467.360	\$39.436.000	\$43.379.600
Agosto	\$35.879.760	\$38.750.100	\$42.625.100
Septiembre	\$30.799.440	\$33.263.400	\$36.589.700
Octubre	\$30.164.400	\$32.577.600	\$35.835.300
Noviembre	\$28.576.800	\$29.148.300	\$32.063.100
Diciembre	\$25.401.600	\$27.433.700	\$30.177.000

Como mencionamos anteriormente, las ventas tienen un comportamiento estacional donde en los primeros seis meses se pueden tener los picos más altos de ventas y en el segundo semestre irán disminuyendo gradualmente. De igual manera el mes de enero del primer año es el más bajo debido a que apenas se está promocionando el negocio y el mes de diciembre muchas personas salen a vacaciones por lo que las ventas en este mes pueden disminuir, aunque no sustancialmente por la gran cantidad de personal que salen a realizar sus compras de fin de año.

8.4.1.1 Precio de venta

Se debe presentar el precio de venta que se tendrá para el producto o servicio. Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir los costos fijos y variables de la empresa y dejar un margen de utilidad. No obstante, es necesario considerar otros aspectos como:

- El precio promedio de productos sustitutos o productos similares en el mercado.
- El precio estimado que estarían dispuestos a pagar por el producto en el mercado.
- Las estrategias de mercadeo enfocadas al precio.

Los productos que ofrece nuestra propuesta de negocio tendrán un precio de venta asequible a la población objeto de la zona donde estaremos ubicados, la cual es el Centro Administrativo La Alpujarra; como lo mencionamos en el promedio de ventas, estos precios serían:

Tabla 13. Precio de venta de los productos

Autoría propia

#	Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta
1	Almuerzo ejecutivo saludable	Plato	\$12.000,00
2	Almuerzo especial	Plato	\$20.000,00
3	Combo - Hamburguesa "A tu salud"	Combo	\$13.000,00
4	Hamburguesa	Unidad	\$10.000,00
5	Ensaladas	Unidad	\$12.000,00
6	Wraps - Burritos	Unidad	\$13.000,00
7	Snaks Tipo 1	Unidad	\$4.000,00
8	snacks tipo 2	Unidad	\$5.000,00
9	Arma tu plato	Unidad	\$15.000,00
10	Otros platos	Unidad	\$12.000,00
11	Adición proteina1	unidad	\$4.000,00
12	Adición proteina2	Unidad	\$6.000,00

13	Adición frutas y verduras	Unidad	\$2.000,00
----	---------------------------	--------	------------

El precio de venta de nuestros productos debe garantizar los costos de la materia prima, los costos fijos y los variables de la empresa, toda vez que nuestra razón social es vender productos y que estos generen rentabilidad después de realizar el ejercicio financiero.

Tabla 14. Costos en la producción de nuestros productos

Autoría propia

#	Descripción	Unidad Medida	Cantidad Proteína en libras	Cantidad Proteína en libras	Cantidad Aderezo en paquetes	Cantidad Frutas en kilo	Cantidad Verduras en kilo	Cantidad Jugo en Porción	Cantidad Otros en Pesos
1	Almuerzo ejecutivo saludable	Plato	0,20	0,00	0,20	0,15	0,20	0,50	0,10
2	Almuerzo especial	Plato	0,00	0,30	0,30	0,15	0,20	0,50	0,20
3	Combo - Hamburguesa "A tu salud"	Combo	0,25	0,00	0,25	0,08	0,15	0,50	0,15
4	Hamburguesa	Unidad	0,00	0,25	0,20	0,00	0,10	0,00	0,10
5	Ensaladas	Unidad	0,10	0,10	0,15	0,15	0,20	0,50	0,20
6	Wraps - Burritos	Unidad							
7	Snacks Tipo 1	Unidad	0,07	0,00	0,08	0,00	0,08	0,35	0,10
8	snacks tipo 2	Unidad	0,00	0,07	0,08	0,08	0,08	0,35	0,10

9	Arma tu plato	Unidad	0,10	0,10	0,15	0,20	0,20	0,50	0,20
10	Otros Platos	Unidad							
11	adición proteina1	Unidad	0,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Adición proteina2	Unidad	0,00	0,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Adición frutas	Unidad	0,00	0,00	0,00	0,15	0,00	0,00	0,00
14	Adición verduras	Unidad	0,00	0,00	0,00	0,00	0,15	0,00	0,00
15	Jugos	Porción	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1	0,00

#	Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta	Costo Uni. Mp. E Ins.	Margen Contrib.	COSTOS DE LOS PRODUCTOS						
						Costo Proteina1	Costo Proteina2	Costo Aderezo	Costo Frutas	Costo Verduras	Costo Jugo	Costo Otros
1	Almuerzo ejecutivo saludable	Plato	\$12.000,00	\$ 5.700,00	110,5%	\$ 1.600,00	\$ 0,00	\$ 800,00	\$ 1.050,00	\$ 1.400,00	\$ 550,00	\$ 300,00
2	Almuerzo especial	Plato	\$20.000,00	\$ 8.400,00	138,1%	\$ 0,00	\$ 3.600,00	\$ 1.200,00	\$ 1.050,00	\$ 1.400,00	\$ 550,00	\$ 600,00
3	Combo - Hamburguesa "A tu salud"	Combo	\$13.000,00	\$ 5.610,00	131,7%	\$ 2.000,00	\$ 0,00	\$ 1.000,00	\$ 560,00	\$ 1.050,00	\$ 550,00	\$ 450,00
4	Hamburguesa	Unidad	\$10.000,00	\$ 4.800,00	108,3%	\$ 0,00	\$ 3.000,00	\$ 800,00	\$ 0,00	\$ 700,00	\$ 0,00	\$ 300,00
5	Ensalada	Unidad	\$12.000,00	\$ 6.200,00	93,5%	\$ 800,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ 1.050,00	\$ 1.400,00	\$ 550,00	\$ 600,00
6	Wraps - Burros	Unidad	\$13.000,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
7	Snaks Tipo 1	Unidad	\$4.000,00	\$ 2.125,00	88,2%	\$ 560,00	\$ 0,00	\$ 320,00	\$ 0,00	\$ 560,00	\$ 385,00	\$ 300,00
8	snaks tipo 2	Unidad	\$5.000,00	\$ 2.965,00	68,6%	\$ 0,00	\$ 840,00	\$ 320,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 385,00	\$ 300,00
9	Arma tu plato	Unidad	\$15.000,00	\$ 6.550,00	129,0%	\$ 800,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 550,00	\$ 600,00
10	Otros Platos	Unidad	\$12.000,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
11	Adición proteina1	unidad	\$4.000,00	\$ 1.600,00	150,0%	\$ 1.600,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
12	Adición proteina2	Unidad	\$6.000,00	\$ 2.400,00	150,0%	\$ 0,00	\$ 2.400,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
13	Adición frutas	Unidad	\$2.000,00	\$ 1.050,00	90,5%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.050,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
14	Adición verduras	Unidad	\$2.000,00	\$ 1.050,00	90,5%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.050,00	\$ 0,00	\$ 0,00
15	Jugos	Porcion	\$3.000,00	\$ 1.100,00	172,7%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.100,00	\$ 0,00

Tabla 15. Punto de equilibrio

Autoría propia

	Año 1
Total, costos fijos	\$ 153.600.000
Total, costos variables	\$ 176.848.000

Número de unidades		36.288
Costo total promedio unitario	\$	9.106
Costo promedio unitario	\$	4.233
Costo variable unitario	\$	4.873
Precio de venta sin IVA	\$	320.455.059
Precio de venta con IVA	\$	381.341.520
Margen de utilidad promedio		20%
Punto de equilibrio en unidades (año)		50.254

Costos fijos: pagos del personal y gastos administrativos

Costos variables: Mano de obra, materias primas, CIF

8.4.1.2 Proyecciones ingresos por ventas

Tabla 16. Proyecciones de ingresos por ventas.

Autoría propia

	Año 1	Año 2	Año 3
Total, ventas	\$ 381.341.520	\$ 416.675.000	\$ 457.834.000
Descuentos por ventas	\$ 30.507.322	\$ 33.334.000	\$ 36.626.720
Ventas netas	\$ 350.834.198	\$ 383.341.000	\$ 421.207.280
% de ventas a contado	95%	95%	95%
% de ventas a crédito	5%	5%	5%

El descuento por ventas es un descuento financiero que la empresa puede realizar por pronto pago, lo cual no nos aplicaría, pero si podemos realizar unos descuentos los cuales serían del 8% de la siguiente manera; la persona que durante el mismo mes compre

10 de nuestros productos, tendría gratis el número 11 (se entrega el producto que más ha consumido en las 10 compras realizadas), de igual manera habrán días de promociones con el fin de cumplir con este porcentaje aproximado.

De igual manera manejaremos unos clientes fijos a crédito, los cuales no superarán el 5%, estos serán esas personas que lleguen a un acuerdo para adquirir diariamente el desayuno, almuerzo o ambos, con lo que se les cobraría quincenal.

Tabla 17. Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)

Autoría propia

	Total, ventas	Descuentos por ventas	Ventas netas	% de ventas a contado	% de ventas a crédito
E	\$19.051.200	\$ 1.524.096	\$ 17.527.104	95%	5%
F	\$26.989.200	\$ 2.159.136	\$ 24.830.064	95%	5%
M	\$31.752.000	\$ 2.540.160	\$ 29.211.840	95%	5%
A	\$36.514.800	\$ 2.921.184	\$ 33.593.616	95%	5%
M	\$38.102.400	\$ 3.048.192	\$ 35.054.208	95%	5%
JN	\$40.642.560	\$ 3.251.405	\$ 37.391.155	95%	5%
JL	\$37.467.360	\$ 2.997.389	\$ 34.469.971	95%	5%
A	\$35.879.760	\$ 2.870.380	\$ 33.009.380	95%	5%
S	\$30.799.440	\$ 2.463.955	\$ 28.335.485	95%	5%
O	\$30.164.400	\$ 2.413.152	\$ 27.751.248	95%	5%
N	\$28.576.800	\$ 2.286.144	\$ 26.290.656	95%	5%
D	\$25.401.600	\$ 2.032.128	\$ 23.369.472	95%	5%

7.5 Capital de trabajo

Una vez se pone en marcha un proyecto, se presenta diferencia de tiempo de producción, venta y cobro que hace que la empresa no siempre empiece a recibir dinero desde su apertura, sin embargo, si necesita recursos para responder a los costos y gastos presentes, así que es necesario contar con un de flujos de caja, que permita solventarlos.

Contablemente el capital de trabajo es la diferencia entre activos y los pasivos corrientes. Entonces, para calcularlo, simplemente siga la fórmula: $NWC = CA - CL$. Los activos corrientes se refieren al efectivo en caja, inversiones financieras, cuentas por pagar y por cobrar, acciones, gastos, materias primas, valores, depósitos bancarios, transacciones bancarias y gastos prepagos. Por lo tanto, son los activos y derechos que pueden convertirse en efectivo a corto plazo. Los pasivos corrientes son todas las obligaciones que normalmente deben pagarse dentro de un año, como préstamos bancarios, deudas con proveedores internos y externos, provisiones y ciertas cuentas por pagar.

El capital de trabajo es un presupuesto inicial necesario para realizar las operaciones cotidianas antes de obtener ingresos suficientes que sirvan para cubrir los egresos. En general, entre otros, los recursos del capital de trabajo servirán para pagar los siguientes gastos:

- Remuneraciones del personal
- Materias primas e insumos
- Agua, electricidad
- Alquiler local
- Teléfono
- Internet
- Seguros
- Comisiones
- Publicidad
- Otros

El capital de trabajo se determinará elaborando el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

La empresa cuenta con un equipo de trabajo que tienen un salario para poder desempeñar las actividades correspondientes en pro de cumplir con los objetivos

- Chef \$2.500.000
- Auxiliar de cocina \$1.000.000

• Nutricionista	\$2.500.000
• Mensajeros (2)	\$1.800.000
• Área mercadeo y ventas	\$1.800.000
Total	\$9.600.000

Tabla 18. Flujo de caja mensual expresada en millones

Autoría propia

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Ingresos												
Ventas	19	26	31	36	38	40	37	35	30	30	28	25
Total, ingresos	19	26	31	36	38	40	37	35	30	30	28	25
Egresos												
Compra materia prima e insumos	7	9	11	13	14	14	13	13	11	11	10	9
Remuneración personal operativo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Gastos generales de operación	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Remuneración administrativos	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Gastos de administración	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Gastos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos de marketing	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
Otros gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total, egresos	19	21	23	26	26	26	26	25	23	24	22	21

Flujo mensual (diferencia entre los ingresos y los egresos)	0	5	8	10	12	14	13	10	7	6	6	4
---	---	---	---	----	----	----	----	----	---	---	---	---

Tabla 19. Saldos acumulados (en millones)

Autoría propia

	E	F	M	A	M	JN	JL	A	S	O	N	D
Flujo mensual	0	5	8	10	12	14	13	10	7	6	6	4
Flujo mensual acumulado	0	5	13	23	35	49	62	72	79	85	91	95

A partir del cuadro anterior se puede determinar el monte de capital de trabajo que se requiere.

7.6 Inversiones

7.6.1 Inversión inicial

Tabla 20. Inversión total

Autoría propia

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	17.000.000
	Equipo de oficina	2.000.000
Instalaciones y puesta en marcha	Estudios de investigación	1.500.000

	Adecuación del local o espacio de producción	4.000.000
	Gastos legales de constitución	900.000
	Marketing	1.000.000
	Arriendo	2.000.000
	Sueldos	7.800.000
	Mensajero	1.800.000
	Administración y vigilancia	50.000
Capital de trabajo		15.000.000
TOTAL		53.050.000

7.6.2 Fuentes de capital de inversión

Para este emprendimiento es necesario contar con inversionistas que adquieran desde el 30% para así ir construyendo capital de trabajo el cual nos aporten de manera significativa a nuestra empresa.

Las inversiones que se plasmaron se hacen equivalentes al mes de algunos de los rublos y otros son únicos, solo se generan mantenimientos de los equipos de oficina y la maquinaria de trabajo, los pagos de nómina se darán de manera quincenal con el fin de motivar al empleado con su retribución y se otorgara horarios flexibles para diligencias personales.

Para los demás rublos como lo son mensajería vigilancia y administración se adquirirá de manera eventual cuando le flujo de gente lo requiera o la cantidad de pedidos sea de alto volumen.

Conclusiones

El emprendimiento social de este proyecto cumple con el objeto social requerido para ser implementado, se requiere la consecución de recursos financieros y capital humano que cuente con conocimientos de hábitos de vida saludable y nutrición, al detectarse que se encuentra un alto índice de personas que sufren por el consumo alto de comida chatarra ya que en estos tiempos de aceleración las personas con hambre no eligen la calidad de la comida sino la cantidad con el fin de satisfacer la saciedad, o escogen alimentos que cuesten poco y llenen mucho, con bajo aporte nutricional generando problemas en su salud.

Este proyecto generará gran impacto en la comunidad, moldeando una cultura de cuidado en su salud, así como una generación de personas más saludables que aumentan su ciclo de vida, disminuyendo las enfermedades por adoptar una alimentación sana, creando una conciencia social, este proyecto cumple con las características y cualidades del emprendimiento social.

Con base a todo lo plasmado en el presente documento se concluye que las necesidades y las problemáticas de nuestro entorno, nos hace saber la importancia de analizar los factores socioeconómicos que se encuentran a nuestro alrededor y que a través de estos surgen ideas de negocio que se pueden tomar, estudiar y desarrollar para el beneficio de todos; también podemos observar que, al plantear esta propuesta, en este caso “Sana Tentación, comida rápida saludable” nos enfocamos en encontrar aquello que lo hiciera innovador y muy interesante, la idea de involucrar y pensar en un Nutricionista-Dietista que hiciera parte de esta propuesta de negocio, la hace llamativa y con la visión de que sea viable ante la sociedad los cuales se convierten en la parte más importante de esta idea ya que se observan como futuros clientes.

El simulador FitnessGym nos ayudó a impulsar la construcción de la idea innovadora, así como el aprendizaje en el manejo de la herramienta, ya que nos permitió crear y fortalecer las habilidades para emprender un negocio, mediante la enseñanza virtual, sin riesgo y de forma eficaz.

Conocer herramientas para establecer y aterrizar ideas de emprendimiento, como el simulador FitnessGym resultan muy significativos para la formación profesional y personal del estudiante, ya que con todos los componentes de este permite abordar todos los aspectos y detalles a tener en cuenta, con el fin de que sea un proyecto exitoso.

Este estudio nos permite analizar y comprender mejor el comportamiento de las personas a la hora de definir una estrategia para hacer frente a una problemática del mercado, ya que posibilita el entendimiento del cliente, de sus necesidades y expectativas, con el fin de poder desarrollar un producto o servicio que cumpla con sus objetivos.

De igual manera, a través del Design thinking es posible tener claro aspectos como la planeación y organización, la investigación y recolección de información y el análisis e interpretación de información, ya que permite trazar un camino sobre las acciones que se van a desarrollar y lo que se desea alcanzar, dado que el nivel de incertidumbre del entorno es muy alto y es necesario disminuirlo para obtener unos mejores resultados.

La herramienta Design Thinking es muy importante para cualquier idea de negocio, pues a través de diferentes modelos metodológicos y en diferentes etapas se identifican los problemas, necesidades y deseos de los usuarios implicados en la solución que estamos buscando. Independientemente de que estemos desarrollando, siempre conllevará la interacción con personas. Satisfacerlas es la clave de un resultado exitoso.

Las Estrategias de Marketing deben fundamentar la orientación que deseamos darle a un producto o servicio con los objetivos de rentabilidad y de asignación eficiente de los recursos. En este proceso debemos evaluar cuidadosamente el impacto que puede tener para nuestra empresa sus fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas y ventajas competitivas.

El Ciclo de Vida del Producto, juega un papel vital en lo que respecta a las Estrategias de Marketing, este modelo supone que los productos introducidos con éxito a los mercados competitivos pasan por un ciclo predecible con el transcurso del tiempo, el cual consta de una serie de etapas (introducción, crecimiento, madurez y declinación), y cada etapa plantea riesgos y oportunidades que los comerciantes deben tomar en cuenta para mantener la rentabilidad del producto. Este razonamiento es importante porque de

acuerdo con la etapa del ciclo de vida determinaremos las opciones específicas de mercadeo que podrán aplicarse.

El emprendimiento social de este proyecto cumple con todos los requisitos para ser viables teniendo en cuenta la creación de una estrategia clara y un plan de acción estructurado así se cumple con la misión de la empresa, buscando mejorar la calidad de vida de las personas que se encuentran segmentadas de acuerdo con los criterios definidos.

Identificar los modelos del marketing en la empresa es importante para plantear en las organizaciones las estrategias que se adecuen a los lineamientos de la empresa, para ello se debe conocer el entorno y segmentar eficientemente el mercado donde se quiere posicionar los productos y servicios, nuevas tendencias que se van desarrollando, pues las necesidades de los consumidores cada vez son más exigentes como el fortalecimiento de la competencia, que exige más estrategias de las empresas, en un mercado digital con gran auge.

El marketing debe ser implementado en todas las empresas sin importar su tamaño, las organizaciones siempre deben estar actualizando planes de acción que permita utilizar nuevos medios, nuevos canales publicitarios de forma digital como tradicional, es por esto que para ser competitivas en el mercado se busca implementar las estrategias de mercadeo que cumpla con los objetivos estratégicos de la empresa, así como el análisis de todo el entorno del mercado.

Fuentes bibliográficas

Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). Revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales. 3-29.

Colombia Digital Marketing (2014). Qué es el Marketing Digital y Cuáles son sus beneficios. Recuperado de <https://youtu.be/TTyFV-qhQtQ>

Curto, M (2012) Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio. Recuperado de <http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>

Design Thinking. (2020). Obtenido de <https://designthinking.es/inicio/index.php>

EOI Escuela de Organización Industrial. (2015). Cómo elaborar un plan de marketing digital. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=I7iSEW5uqeY>

Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). Recuperado de http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082

Kerestegian S. (2017). Dias Norticos 2017: Design Thinking. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-5IVg83w

Lupton, E. (2016). Intuición, acción, creación: Editorial Gustavo Gili

Mejía Martínez, A. (2018). OVI UNIDAD 2 Innovación Social. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21688>

Mejía Martinez, A. (2018). OVI UNIDAD 3 Modelo de Negocio Design Thinking. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21685>

Mejía Martínez, A. (2018). OVI UNIDAD 4 Gestión del Marketing para emprendedores. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/22241>

Merino, D. (2014). El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. *Revista ICADE*. 91, 173-199.

Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (P. 59-66). Recuperado de <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>

Moreira, P. Urriolagoitia, L. (2001). El emprendimiento social. Págs 17-40. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3652377>

Moshini, S. (2012). Claves del marketing Digital (P. 9-15). Recuperado de <http://www.intuic.com/intuic/Frontend/pdf/Claves-del-Marketing-Digital.pdf>

Periódico El Tiempo. (16 de julio de 2019). *El 20 por ciento de la población en Colombia es obesa*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/salud/20-por-ciento-de-la-poblacion-en-colombia-es-obesa-segun-investigacion-del-ministerio-de-salud-388784#:~:text=Salud>

Revista Innovar (2007). La empresa social y su responsabilidad social., Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/issue/view/1868>

Schnarch, A., & Schnarch, D. S. (2010). Marketing para emprendedores. Bogotá DC, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=519628&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Vergara, C. N. (2012). Marketing y comercialización internacional (pp.172-220). Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unad.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=547450&lang=es&site=eds-live&scope=site>