



Aldana LA CASITA

CONTEXTO

El negocio consiste en un emprendimiento que vende distintos productos en la región de Cagua, Cundinamarca. En este caso Yogures y postres.

Nuestro proyecto es innovar este emprendimiento para llegar a más personas y poder expandirse.

Para esto se plantearon 3 mapas de empatía a partir de los cuales se diseñaron 3 modelos de negocio con el fin de presentarlos a la emprendedora y mejorar el emprendimiento.

Se evidenciaron diferentes retos y obstáculos, los cuales se esperan superar para poder crecer, tanto como emprendimiento como Consuelo como persona.

En los modelos se formularon diferentes estrategias, entre las cuales están las suscripciones, las donaciones, la búsqueda de proveedores, y más aspectos importantes para llegar a lo que se espera.

Asociaciones clave

- Proveedores que suministren productos 100% naturales (fruta, leche, etc) , con el fin de evitar calorías y el azúcar.
- proveedor de empaques creativos y llamativos.
- medios de transporte que trasladen los productos a diversas partes del país.



Actividades clave

- Productos aptos en cuanto a una tabla nutricional saludable.
- asesoría de un nutricionista.
- Presencia en redes
- Infraestructura del local.
- Compra de materia prima
- Producción de los alimentos.



Recursos clave

- Clientes
- Materia prima
- Personal
- Productos
- Proveedores



Propuestas de valor

- Ingredientes naturales, sin azúcares adicionales.
- Empaques con la tabla nutricional clara y precisa.
- Asesoría nutricional.
- Cantidad de producto balanceada.



Relaciones con clientes

- Velar por la salud de los clientes, por medio de una asesoría personalizada con el fin de crear productos aptos para iniciar una vida saludable.
- Relación de confianza creando productos realmente saludables.



Canales

- Redes sociales
- Página web
- Publicidad



Segmentos de mercado

- Personas que quieren comenzar o mantener un estilo de vida saludable, suelen desconfiar de los productos lácteos, por las calorías vacías que presentan la mayoría del mercado.



Estructura de costes

- Nómina de la empleada
- Utensilios de cocina
- Transporte de alimentación
- Infraestructura
- Materia prima
- Empaques



Fuentes de ingresos

- La venta de productos
- Suscripciones
- Publicidad



DESAFÍOS

- Conseguir los proveedores que suministren productos 100% naturales de las frutas, la leche y la stevia, con el fin de comprar evitar el uso de productos engañosos los cuales sólo contienen muchas calorías y azúcar.
- El fin último es crear productos con una tabla nutricional apta para comenzar una vida saludable.
- Conseguir un acomodamiento de una nutricionista con el fin de crear productos consientes.
- Alcanzar la presencia en redes con el fin de que muchas personas lo conozcan.
- Realizar una Infraestructura del local, para tener un punto de venta propio.
- Crear empaques donde se visibilice los ingredientes naturales y además sea novedoso para que llame la atención del cliente.
- Utilizar un método de suscripción con el fin de enganchar a los clientes a una compra ya sea semanal, quincenal y mensual, según la necesidad de cada uno.
- Implementar un personal con el fin de que Consuelo reciba ayuda y pueda disminuir la carga.
- Conseguir una correcta administración del emprendimiento con el fin de mantener el orden financiero y poder invertir en infraestructura, personal e herramientas de cocina.
- Conseguir por medio de una asesoría personalizada con los clientes, crear productos aptos para iniciar una vida saludable, ya que es importante saber que desea el cliente para satisfacerlo.
- Crear una relación de confianza con el cliente para generar una confianza de que los productos son realmente saludables.
- Aplicar la publicidad en el emprendimiento para que de esta forma todo el mundo pueda llegar a conocerla, incluyendo redes sociales, página web, videos.
- Que cada producto contenga las proporciones necesarias para conseguir un producto de calidad y completo en proteína, carbohidratos y vitaminas.

Asociaciones clave

- Proveedores de ingredientes saludables para dietas sin azúcar
- Proveedor de empaques creativos y llamativos.
- Medios de transporte que trasladen los productos a diversas partes del país.



Actividades clave

- Productos sin azúcar
- Productos realizados a base de endulzantes aptos para diabéticos
- Asesoría con un nutricionista
- Promoción de productos sin azúcar



Recursos clave

- Clientes
- Materia prima
- Personal - Empleada, hijos, esposo y domiciliarios
- Productos - Yogurt y postres
- Proveedores



Propuestas de valor

- Personalización de los productos
- Yogurt sin azúcar
- Yogurt bajos en azúcar
- Yogurt con stevia
- Productos por encargo
- Trato con los clientes



Relaciones con clientes

- Establecer una conexión con los clientes a partir de un buen componente de nutrientes
- Fidelización de clientes



Canales

- Recomendaciones
- Voz a voz



Segmentos de mercado

- Todo tipo de personas que tengan problemas de salud o que por elección propia no desean azúcar



Estructura de costes

- Nómina de la empleada
- Utencilios de cocina
- Transporte de alimentación
- Infraestructura
- Materia prima
- Empaques



Fuentes de ingresos

- Al inicio cada una dio un porcentaje como base para iniciar
- La venta de productos



DESAFIOS

- Conseguir proveedores de los ingredientes necesarios para elaborar los productos sin azúcar.
- Realizar una promoción adecuada para llegar a aquellos clientes que necesitan los productos sin azúcar.
- Aprovechar las redes sociales para promocionar los productos sin azúcar y en general su negocio.
- Consultar con un nutricionista o un experto la forma más efectiva, económica y saludable de preparar productos sin azúcar.
- Estructurar un sistema de domicilios que pueda satisfacer la demanda de su negocio e incluso ampliarlo (mas alla de Cogua)

Asociaciones clave

- El transporte
- Asociaciones



Actividades clave

- Productos de calidad
- Presencia en redes
- Infraestructura
- Compra de materia prima
- Producción de los alimentos



Propuestas de valor

- Yogurt alto en proteínas, las cuales contribuyan en la alimentación del niño

Relaciones con clientes

- Mostrarles a los clientes como este es un emprendimiento de doble impacto
- Ayudar a niños que lo necesiten



Segmentos de mercado

- Niños con mala alimentación, y bajos recursos.

Recursos clave

- Clientes
- Materia prima
- Personal



Canales

- Redes sociales
- Página web



Estructura de costes

- Nómina de la empleada
- Transporte de alimentación
- Materia prima
- Empaques



Fuentes de ingresos

- Donaciones, las cuales sean del dinero de los productos que compraron los clientes.
- Asociaciones con empresas que ayuden para brindarle productos a estos niños.



DESAFÍOS

- Mostrar a los clientes el plan de donaciones, donde por cada x cantidad que compren están donando x cantidad a niños de bajos recursos que lo necesiten.
- Encontrar una proteína que no sea costosa y se pueda agregar al yogurt, para así alimentar a estos niños.
- Implementar una estrategia donde las personas que puedan, donen envases de vidrio limpios, en los cuales se les dará el yogurt a los niños.
- Buscar asociaciones y proveedores los cuales estén dispuestos a donar una cantidad de sus productos.
- Generar confianza con los clientes al mostrarles como este es un emprendimiento de doble impacto

LO QUE SE ESPERA

- 01 Expandirse a lo largo de Cundinamarca y luego por Colombia.
- 02 Ayudar a otros emprendimientos de Cogua, con los cuales ella también pueda crecer.
- 03 Tener un aporte positivo en la sociedad, ayudando por medio de las donaciones.
- 04 Tener un equipo de mujeres, quienes ayuden con la producción, finanzas y demás cosas del emprendimiento.
- 05 Generar confianza con los clientes, para poder tener una clientela fiel.
- 06 La inauguración de la cabaña de sus sueños, donde su hijo pueda actuar.
- 07 Mejorar y ordenar las finanzas para saber cuales son las ganancias.
- 08 Ejercer un uso efectivo de las redes sociales con el objetivo de que el negocio crezca.