

PROYECTO DE GRADO

TENTACIONES DEL CIELO.

TANIA XIMENA WILLER CUERVO

YIVER JAVIER SUAREZ SOLER

ASESOR: JAVIER LESMES MUÑOZ

PAULO FREIRE

ESPECIALIDAD CIENCIAS EMPRESARIALES

11-05

BOGOTÁ D.C.

2021

Tabla de contenido

Capítulo I: Descripción del problema	9
1.1 Planteamiento del problema.....	9
1.2 Formulación del problema	10
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 Objetivo general.	10
1.3.2 Objetivos específicos.....	11
1.4 Justificación	12
2. Capitulo II: Diseño metodológico	13
2.1 Diseño metodológico.....	13
2.2 Enfoque de investigación.....	14
2.3 Tipo de investigación.....	15
2.3.1 Descriptivo	16
2.3.2 Documental	16
2.4 Población y muestra	17
2.4.1 Población.....	17
2.4.2 Muestra	17
2.5 Instrumento de recolección de datos.....	18
2.5.1 Técnicas De Investigación.....	18
2.5.2 Instrumento De Recolección De Datos	18
3. Capitulo III: Desarrollo del tema	19
3.1 Descripción del sector de repostería, en los últimos años.	19
3.2.1 Elaboración de envolturas biodegradables para ponquesitos.	22
3.2.2 Beneficios del consumo de Stevia	24
3.3.1 Análisis del sector	27
3.3.2 Análisis del Mercado	28
3.3.3 Análisis de la Competencia	33
3.3.4 Estrategias de mercado.....	35
3.4 Presentación de resultados y análisis de la encuesta.	39
4. Capitulo IV: Conclusiones y Recomendaciones	49
4.1 Conclusiones.	49

4.2 Anexos.....	50
Bibliografía.....	¡Error! Marcador no definido.

Contenido de ilustraciones

Ilustración 1 proceso de elaboración de envolturas biodegradables.....	23
Ilustración 2. envoltura biodegradable.....	24
Ilustración 3 propiedades de la stevia	25
Ilustración 4 presentaciones de la stevia.....	26
Ilustración 5 : Prototipo de producto.....	36
Ilustración 6: Ponquesito más envoltura.	36
Ilustración 7: Diseño de envoltura	37
Ilustración 8: Diseño del logo.....	38
Ilustración 9: Diseño de logo temporal	38
Ilustración 10: ¿Consumes ponquesitos?.....	39
Ilustración 11: ¿Sabes que es una envoltura biodegradable?	40
Ilustración 12: ¿Cuestionas los perjuicios que traen los endulcorantes al consumir un producto?	41
Ilustración 13: Rango de edad de los encuestados	42
Ilustración 14: Sabores favoritos en un ponquesito.....	43
Ilustración 15: Género.....	44
Ilustración 16: Aderezos preferidos	45
Ilustración 17: Frecuencia de consumo	46
Ilustración 18: ¿Cuánto pagaría por nuestro producto?	47

Ilustración 19: Aceptación del producto.....	48
Ilustración 20: Prototipo final del producto.....	49

Contenido de tablas

Tabla 1:Tipos de investigación	15
Tabla 2: Competencia Indirecta	33

RESUMEN

El objetivo de nuestra investigación es fomentar la conciencia ambiental a través de nuestros ponquesitos con envolturas biodegradables en la localidad de Usme, además se busca incentivar a las personas al cuidado de la salud ya que nuestros productos serán endulzados con stevia. Esta idea de negocio busca erradicar la contaminación dada por el desecho del papeles en los espacios públicos; fomentando a la vez el consumo de un endulzante natural y sin glucosa, lo cual es una problemática que ha ascendido sin presentes para los habitantes de cualquier edad, por lo que se desea solucionar trazando objetivos específicos como la investigación del proceso de elaboración de envolturas biodegradables para ponquesitos y las propiedades del consumo de la stevia.

Palabras claves

- Consumo
- Conciencia ambiental
- Objetivos
- Biodegradable
- Erradicar
- Incentivar

ABSTRACT

The objective of our research is to promote environmental awareness through our cupcakes with biodegradable wrappers in the town of Usme, and we also seek to encourage people to take care of their health since our products will be sweetened with stevia. This business idea seeks to eradicate the pollution caused by the waste of paper in public spaces; promoting at the same time the consumption of a natural sweetener and without glucose, which is a problem that has risen without presents for inhabitants of any age and which it is desired to solve, setting specific objectives such as the investigation of the process of making biodegradable casings for cupcakes and the consumption properties of stevia.

Keywords

- Consumption
- Environmental awareness
- Objectives
- Biodegradable
- Eradicate
- Encourage

INTRODUCCIÓN

La stevia es una planta utilizada para endulzar alimentos, además se dice que posee más potencia edulcorante que el mismo azúcar, tiene una gran cantidad de propiedades y beneficios para la salud en comparación con otros productos, como el azúcar, que es tan perjudicial.

La stevia no aporta calorías ni carbohidratos y reduce la grasa en sangre, por lo que es apta para personas que necesitan controlar su peso; estudios han comenzado a descubrir sus propiedades para disminuir la ansiedad relacionada con la alimentación en personas que sufren sobrepeso, siendo esta una de las causas motivadoras para endulzar nuestro ponquesito con stevia, debido a que funciona como hipoglucémico para personas que padecen diabetes tipo 2 y no dependen de la insulina. También ayuda a combatir la acidez de estómago y regula el sistema digestivo, tiene alto contenido en fibra, reduce la presión arterial, gracias a su alto contenido en minerales como el potasio o el magnesio, refuerza las defensas y el sistema inmunitario, en fin; son muchos más los beneficios que se obtienen a través del consumo de stevia, lo que hace gratificante y necesario el uso de este en nuestro producto, ante las malas conductas nutritivas de la población en Usme.

Por otro lado, un empaque biodegradable sirve no sólo para contener un producto, sino que también le da identidad. Si éste es elaborado con materiales ecológicos puede ser un

argumento de venta muy efectivo entre las nuevas generaciones de consumidores conscientes de los temas ambientales.

Aparte de las ventajas obvias para el medio ambiente, los empaques biodegradables ofrecen grandes beneficios a las empresas que los utilizan. Como por ejemplo,

Demuestran la responsabilidad social de la empresa, su diseño innovador, facilita el manejo, almacenamiento y transportación del producto, se transmite un mensaje de consumo responsable y hace partícipes a los consumidores del cuidado del medio ambiente, lo que es conveniente y una oportunidad clara para nuestro proyecto.

Tentaciones del Cielo, es un plan de negocios con el fin principal de comercializar un producto que afiance la cultura del desarrollo sostenible, por medio de las envolturas biodegradables y que retribuya al cuidado de la salud con un producto endulzado a base de stevia.

Capítulo I: Descripción del problema

1.1 Planteamiento del problema

El amplio comercio de ponques en los diversos expendios de los alrededores del sector lleva a la comunidad a necesitar una línea de ponqués ; en donde se oferten productos asequibles, ecoamigables y con buena calidad para atender las necesidades que tiene su población; por lo que es urgente aprovechar esta gran oportunidad de desarrollo económico, sostenible y de expansión a nivel local.

Tentaciones del Cielo es una idea de negocio para comercializar ponqués con envoltura biodegradable y endulzados con stevia, que surge en el barrio La Fiscala ubicada en la localidad de Usme en Bogotá, debido a la demanda que se ha venido observando en los habitantes actualmente, los cuáles desean una línea de ponqués que cumplan las exigencias materiales que son: estilo, sabor, ecología y sin glucosa. Ante las situaciones de sobrepeso, diabates y problemas cardíacos que se presenta en los habitantes del barrio la Fiscala y la contaminación por desechos de cualquier tipo en los espacios públicos de este.

Basado en lo anterior, un plan de negocios es oportuno para Tentaciones del Cielo, ya que se encuentra en un momento de progresión en la comunidad debido a la búsqueda de un producto que tenga un valor agregado porque brinde consciencia ambiental y no sea

perjudicial para la salud, también para conocer plenamente sus competidores y si es viable económicamente para consolidarse como un producto amigo para quien lo consuma.

1.2 Formulación del problema

Ante la problemática ambiental y de salud nutricional en adultos y niños. ¿Cómo desarrollar un plan de negocios que permita establecer la viabilidad de los ponquecitos ecoamigables y saludables: Tentaciones del Cielo, en el comercio, a través de un estudio de mercado?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general.

Desarrollar un plan de negocios que permita establecer la viabilidad de los ponquecitos Tentaciones del Cielo en el comercio, a través de un estudio de mercado, con el fin principal de comercializar un producto que afiance la cultura del desarrollo sostenible, por medio de las envolturas biodegradables y que retribuya al cuidado de la salud con un producto endulzado a base de stevia.

1.3.2 Objetivos específicos

- Recolectar y analizar información que permita identificar el mercado de los ponquecitos a través de un estudio sectorial para ver la situación en la que se encuentra el mercado.
- Investigar el proceso de elaboración de envolturas biodegradables para ponquecitos y las propiedades del consumo de la stevia
- Medir la viabilidad del plan de negocios para la comercialización de Tentaciones del Cielo a través de un estudio de mercado.
- Realizar una encuesta para medir la aceptación de los ponqués Tentaciones del Cielo, con envoltura biodegradable y endulzados a base de stevia.

1.4 Justificación

El mercado gastronómico de ponquecitos es un sector que se caracteriza por un crecimiento sostenible con función al desarrollo poblacional, generando un incremento de la demanda en la actividad comercial, Sin embargo es un mercado poco explotado desde el punto de vista ecoamigable y nutricional , al no estar investigado y expuesto de manera detallada.

Debido a la poca oferta del servicio de ponquecitos con envoltura biodegradable en La fiscalía, localidad de Usme, se ha generado una oportunidad de negocio en dicho sector; Tentaciones del Cielo, está basado una línea de ponqués deliciosos, amigables con el medio ambiente y llenos de calidad en cuanto a sus ingredientes nutricionales, ofreciendo de esta manera una alternativa de alimentación para cualquier tipo de población, cuya finalidad es la implementación de una consciencia ambiental y saludable, para demostrar la factibilidad e impacto en su mercado objetivo, a través del modelo de actuación comercial: excelencia del servicio, calidad del producto, economía y el cumplimiento de normas de higiene para lograr la fidelización de los clientes.

El impacto positivo de Tentaciones del Cielo, entregará beneficios personales para quienes consuman el producto ya que se contrarrestará diferentes afectaciones ligadas a enfermedades producidas por los niveles de azúcar en la sangre, puesto que la stevia es un producto natural sin conservantes ni calorías y lo mejor es uno de los mejores endulzantes.

Tentaciones del Cielo es una idea de producto conveniente y necesaria para la comunidad de la Fiscala y sus alrededores, puesto que al comercializar estos ponques con envoltura biodegradable se innovará la percepción del consumidor, apropiándose de la preservación del medio ambiente lo que traerá a este plan un valor agregado o diferenciador ante productos que no transforman sus prácticas ambientales ni que se inquietan por mejorar la eficacia en la calidad de los ingredientes nutricionales del producto.

2. Capítulo II: Diseño metodológico

2.1 Diseño metodológico

Se realizará una encuesta a los clientes, que permita recolectar información sobre la situación en la que se encuentra el mercado analizando particularidades como la demanda.

Se llevará a cabo una investigación documental que permita construir un plan estableciendo características como las oportunidades económicas para la comercialización de productos que se llevaran a cabo a través de la búsqueda de información en diferentes fuentes que nos permitan realizar un procedimiento más acorde con el proyecto, además buscaremos datos que nos ayude a determinar las consecuencias de la contaminación de envolturas de alimentos y las diferentes soluciones que se estén llevando a cabo en la ciudad de Bogotá, y por último se observara que tan viable es una envoltura biodegradable y el consumo de

un producto endulzado con stevia, no sólo para el beneficio del medio ambiente sino también para la salud de nuestros clientes.

2.2 Enfoque de investigación

Nuestra investigación tiene un enfoque mixto (Cualitativo – Cuantitativo), ya que Tentaciones del Cielo, requiere del estudio, la evaluación, la interpretación y el análisis de datos sobre la contaminación ambiental a causa de los desechos de envolturas no biodegradables, la reutilización en Bogotá, el proceso de degradación de una envoltura biodegradable y la investigación de diferentes consecuencias para la salud de los ciudadanos a causa del consumo de azúcar, entre otras cosas. Para ello se realizará investigación documental y se aplicará una encuesta para medir el grado de aceptación del producto.

Por otro lado, buscaremos información de forma escrita o visual, que nos entregue información para una correcta ejecución de objetivos y un conocimiento más completo de la solución que deseamos brindar a la problemática que evidenciamos, pues se percibe demasiada apatía al cuidado ambiental y enfermedades cardíacas, de obesidad e incluso ansiedad producto del consumo desmedido de edulcorantes.

2.3 Tipo de investigación

Propósitos y valor de los diferentes alcances de las investigaciones. Fuente Zampieri 2010.

Tabla 1: Tipos de investigación

Descriptivo	Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.	Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación.
Documental	Serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia. De este modo, no debe entenderse ni agotarse la investigación documental como la simple búsqueda de documentos relativos a un tema.	La investigación documental busca estudiar un fenómeno a través del análisis, la crítica y la comparación de diversas fuentes de información

2.3.1 Descriptivo

Tentaciones del cielo tiene un enfoque de investigación descriptivo ya que busca especificar un problema que no está claramente definido, en este caso la contaminación ambiental a causa de las envolturas no biodegradables en los espacios públicos y los beneficios del consumo de stevia en vez de la azúcar que trae grandes y serias consecuencias en la población, sabemos que este es un tema que muchos han escuchado, pero que no tienen información ni una consciencia clara del tema.

Esta investigación es extensiva ya que se lleva a cabo con el fin de impulsar el desarrollo detallado de la situación, que nos permita tener un conocimiento general del tema que planteamos, para el lanzamiento de un producto futuro, se desea investigar el proceso de la creación de la envoltura biodegradable, cómo el consumo de azúcar afecta a nuestra población y de qué forma otras empresas que ofrecen productos similares al nuestro, generan consciencia ambiental y nutricional en sus productos.

2.3.2 Documental

Tentaciones del cielo aplicará en su proyecto una investigación documental, ya que se busca el estudio de los diferentes problemas ambientales por el uso de materiales no biodegradables en las envolturas de un producto y cómo la stevia beneficiará nutricionalmente a nuestros consumidores, esto por medio de diferentes fuentes de búsqueda como libros, internet, artículos y demás documentos que permitan analizar los diferentes enfoques de la investigación, con información más precisa y organizada.

2.4 Población y muestra

Nuestra población es infinita porque son los habitantes de la Fiscala y la muestra serán las personas que estén interesadas en adquirir o probar nuestros ponquesitos endulzados a base stevia y con envoltura biodegradable orientados al cuidado, preservación del medio ambiente y la nutrición personal a través del aprovechamiento de materias primas ecoamigables y endulzantes naturales que brinden proteínas en la salud, para los habitantes de Usme.

2.4.1 Población

La población son las personas que estén interesadas en consumir nuestro ponquesito con envoltura biodegradable y endulzado a base de stevia, una planta sustituta del azúcar con el fin de solucionar problemas metabólicos e incluso prevenir problemas relacionados con el sobrepeso.

2.4.2 Muestra

La muestra son las personas que deseen adquirir nuestro ponquesito con envoltura biodegradable, orientado a la preservación del medio ambiente para las generaciones actuales y futuras, en el barrio La Fiscala, con la cual se trabajará directamente para la realización del proyecto.

2.5 Instrumento de recolección de datos

2.5.1 Técnicas De Investigación

La técnica de investigación de Tentaciones del Cielo principalmente será el internet ya que por ese medio vamos a recolectar, organizar, analizar y presentar los datos encontrados en la investigación del proyecto, además vamos a realizar una encuesta virtual de selección múltiple pero con única respuesta, para saber la aceptación de la comunidad de la Fiscala frente a nuestros ponquesitos endulzados a base de stevia y con envoltura biodegradable, en conclusión se desea conocer si nuestro producto cubre las necesidades de nuestros clientes potenciales.

2.5.2 Instrumento De Recolección De Datos

El instrumento de recolección de datos de nuestra investigación serán las fuentes documentales que son extraídos de internet, las estadísticas y la encuesta puesto que se pueden usar para encaminarnos a las exigencias de nuestro producto, gracias a que estos instrumentos son muy extensos y muestran diferentes soluciones a las incógnitas arrojadas a lo largo del proyecto.

3. Capítulo III: Desarrollo del tema

3.1 Descripción del sector de repostería, en los últimos años.

En los últimos años la industria pastelera en Colombia se ha consolidado y estructurado sin precedentes, ya que los consumidores priorizan la compra de alimentos que conserven la calidad de salubridad, precio, innovación y sostenibilidad.

Este sector presenta una alta probabilidad de desarrollo constante pero también implica la búsqueda de nuevos sabores o nuevas formas para combatir la competencia y marcar la diferencia, es un sector que está creciendo continuamente y donde el consumidor siempre está exigiendo productos innovadores y con muy buena calidad ya que se están interesando en temas de nutrición, personalización, entre otros. La pastelería está de moda al mismo nivel que la gastronomía. Ahora vemos que existen panes para veganos o pastelerías para diabéticos porque el requerimiento cada vez es mayor. Por eso, es fundamental que los panaderos y pasteleros se formen, se certifiquen y vean las novedades que trae el mercado, ya que todavía hace falta capacitación como para el que monta un negocio como estos lo pueda administrar y gestionar eficientemente".

(Noticias gastronomía, s.f.) <http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Gastronomia/Noticias/2017/Mayo-2017/El-sector-panadero-y-pastelero-necesita-mas-capacitacion>

La evolución de la industria panadera ha sido impulsada por el cambio de hábitos del consumidor, al igual que la industria de producción artesanal y casera ha tenido un importante aumento: Recibimos más de 15% de alumnos al año que tienen su negocio propio de cupcakes, de panes saludables o de chocolates gourmet en su casa y cuyas facturaciones al mes pueden superar a las de un empleado que gana más de 4 salarios mínimos; agrego Gonzalo Carvajal Rubio, director general del ICPP.

La industria que genera más de 400.000 empleos directos y más de 800.000 indirectos cada vez se fortalece más pues la capacitación y formación ofrece herramientas para convertir un negocio en industria; Según la caracterización del sector desarrollada por Adepan, ya más de 17% de panaderos han recibido formación profesional o técnico, mientras que hace unos años no llegaba ni al 5%.

(pymes, 2018) <https://www.latinpymes.com/las-panaderias-y-pastelerias-mueven-mas-de-3-billones-de-pesos-al-ano>

En Colombia existen más de 25.000 panaderías y pastelerías, que registran ventas por más de tres billones de pesos y generan cerca de 400.000 empleos directos. Esto da cuenta de la importancia del sector, y de la potencialidad de un negocio a todas luces rentable, que facilita además el emprendimiento.

El sector repostero continúa en crecimiento en Colombia es el quinto país de la región en consumo per cápita de pan o ponques con 22 kilos por año, un producto que a diario es indispensable para el 70 % de la población colombiana, según un estudio realizado por Taste Tomorrow.

Dicha ingesta está más focalizada en la población adulta, que busca ingredientes naturales en la preparación de los productos, con el fin de adquirir un alimento cada vez más saludable. Lo anterior ha representado el reto de la innovación para los panaderos colombianos, mejorando cada vez más la calidad y entregando propuestas diferenciadas.

El sector de panadería está estable y en crecimiento, así se evidenció en 2018 con el ingreso de nuevas cadenas, que lo impulsan a dinamizarse. Por eso la apuesta en ese sentido es trabajar en nuevos nichos de mercado desarrollando la industria a partir de los procesos, no solo de los productos, así como en la prestación de un mejor servicio para los consumidores y el medio ambiente.

La investigación, la capacitación y una mirada más amplia hacia lo que pasa en el mundo y sus recursos son herramientas que permitirán a los empresarios estar al tope en tendencias, como la ultracongelación que está revolucionando los negocios al permitir mayores eficiencias, aumento de la vida útil de los productos y reducción de costos.

(Revista la barra, 2018)

3.2.1 Elaboración de envolturas biodegradables para ponquesitos.

Los envases biodegradables se producen utilizando biopolímeros, que son moléculas que a menudo se encuentran en organismos vivos, como la celulosa y las proteínas. Esto significa que pueden consumirse de forma segura, degradarse rápidamente y, a menudo, crearse a partir de productos de desecho de plantas, los recubrimientos y bolsas a base de biopolímeros evitan que los perecederos entren en contacto con los microbios y el aire. Se extraen de productos naturales, se pueden producir y eliminar de manera ambientalmente sostenible y representan un posible alejamiento de los plásticos que pueden ayudar a separar a los humanos de la dependencia con los combustibles fósiles.



Ilustración 1: Proceso de elaboración de envolturas biodegradables

(Biodegradable-packaging, 2020)

Es importante resaltar que nuestra envoltura será hecha con papel kraft, un material que es práctico, económico, ocupa poco espacio al almacenarlo, es resistente gracias a que no es sometido a el proceso de blanqueamiento, se obtiene de la pulpa de fibra de madera; Además con el transmitimos una imagen "artesanal". Sin embargo lo más importante de nuestra envoltura es que el papel kraft es fácil de reciclar, proviene de recursos sostenibles, reduce la huella de carbono, es 100% renovable y biodegradable puesto que se descompone con eficiencia.



Ilustración 2: Envoltura biodegradable

Por lo anterior, una envoltura biodegradable es: el empaque que puede descomponerse en condiciones naturales mediante la acción enzimática de microorganismos como bacterias, hongos y algas. Estas condiciones hacen que los microorganismos transformen el material bioplástico en nutrientes, Dióxido de carbono, agua y biomasa.

Los empaques biodegradables pueden tener un porcentaje de materias renovables y otro de derivados del petróleo, El papel, por ejemplo, se encuentra en las materias primas biodegradables.

(Alico, 2019)

3.2.2 Beneficios del consumo de Stevia

La estevia se ha convertido, sin duda, en la alternativa más sana y ligera al azúcar para endulzar tus bebidas, postres, pasteles..., debido a que contiene proteínas, fibra, hierro, fósforo, calcio, potasio, zinc, rutina, vitamina A y C.

Y es que las hojas de este arbusto originario de Paraguay, contiene: Glucósidos del esteviol (esteviósidos, rebaudiósidos, dulcósidos...), que son las sustancias responsables de su extraordinario sabor dulce (250-300 veces superior al de la sacarosa o azúcar de mesa).

Pero, a diferencia del azúcar de caña, este edulcorante natural es un aliado a cualquier problemática del ser humano, puesto que regula la tensión, tiene actividad hipoglucemiante, ataca muchas clases de infecciones, presenta propiedades antioxidantes y antiinflamatorias e incluso nos ayuda a tener dientes sanos, eliminando la placa bacteriana.

(Saber tve Vivir, 2020)



Ilustración 3 : Propiedades de la stevia

La hoja de Stevia es entre 30 y 45 veces más dulce que el azúcar y es más recomendada para uso alimentario dado que es más estable que el resto de edulcorantes, puesto que este edulcorante natural, es totalmente acalórico, beneficia a personas con hipertensión porque

regula la tensión arterial y estimula los latidos del corazón, la Stevia es vasodilatadora, lo que significa que aumenta el diámetro de los vasos sanguíneos, por consecuencia mejora la circulación y es de gran ayuda para personas que padecen enfermedades de origen vascular, esta planta es ideal para los diabéticos, pues su composición permite que pueda ser un sustituto bastante saludable del azúcar, La Stevia tiene propiedades antibióticas, incluso disminuye el deseo o apetencia por tomar dulces y grasas.

La stevia se encuentra en varios formatos:

En hojas: se usan como té o se mezclan con otras hierbas como endulzante. En algunos países se vende en polvo o en bolsitas como el té. Así, endulza 30 veces más que el azúcar.

Solución líquida concentrada de stevia: aquí tenemos una forma muy práctica de tomarla ya que con 2 gotitas de esta concentración, endulza 70 veces más que el azúcar.

Concentrado de Steviosida: La stevia viene presentada en polvo aunque aumenta su capacidad de endulzar (200 veces más que el azúcar), nos priva de algunas propiedades medicinales de la stevia.



Ilustración 4 presentaciones de la stevia

<https://ecoinventos.com/beneficios-y-propiedades-de-la-stevia/>

3.3.1 Análisis del sector

Los productos de panadería y pastelería son alimentos básicos en muchos hogares colombianos; de hecho, estos productos suelen acompañar muchas comidas.

Si bien esta industria ofrece productos de consumo masivo, la innovación es clave para marcar la diferencia en el mercado y para sobreponerse a la competencia.

Por otra parte, el mercado colombiano es cada vez más consciente del cuidado de la salud, desafiando a las panaderías y pastelerías a adaptarse a nuevos procesos de producción y a incluir ingredientes más saludables y naturales para satisfacer las necesidades de sus clientes.

(Proingra, 2020)

Productos tradicionales y saludables

Para el 2021 más que en cualquier otro año los consumidores buscarán productos que apunten a mejorar su salud, bien dicen que el 2021 será el año de reforzar el sistema inmunológico, por lo tanto, la panadería no va a ser ajena a estos cambios y a las necesidades del consumidor, donde destaca la búsqueda de sabores tradicionales y naturales, ya que cada vez más nos enfrentamos a consumidores más conscientes, con una relación mucho más íntima entre sus ingredientes y cómo estos impactan su salud. Por lo tanto, la panadería enriquecida con fibras, con proteínas vegetales, sin gluten, sin azúcar o bajo en azúcares marcarán tendencia; sin embargo, la otra gran tendencia que se va a ver

reflejada en el 2021 son esos sabores tradicionales, hogareños que permitan al consumidor refugiarse y encontrar sabores donde recuerden tiempos más sencillos, artesanales y con ingredientes naturales.

Ecosostenibilidad

En este nuevo año la tendencia en cuanto a empaques amigables con el medio ambiente y buenas prácticas de sostenibilidad crearán la diferencia en cómo te ve tú consumidor. Esta es una labor a doble mano, no solo se deben concientizar a los empleados, también concientizar a los clientes del impacto ambiental que pueden tener determinados implementos o acciones es esencial, estos últimos deben ser parte activa de las propuestas de valor de tu empresa porque al final son cambios de hábitos que nos afectarán a todos; este comportamiento se ve reflejado en el uso de empaques biodegradables, que no sean solo de 1 uso, que puedan darle un uso adicional en sus casas; no es solo respetar el medio ambiente, también debemos reducir nuestra huella de carbono, fomentar el reciclaje y la sostenibilidad!

(COLMAÍZ, 2021)

3.3.2 Análisis del Mercado

3.3.2.1 Demanda del producto.

Los consumidores demandan diversidad y restricción según las condiciones de salud de cada uno, por ello hemos apostado por ponquesitos hechos con ingredientes que prácticamente no tienen azúcar y que incluso una persona diabética podría consumir.

En Colombia existen más de 25.000 panaderías y pastelerías, que registran demandas innumerables, facturando por más de tres billones de pesos y gracias a ellas se generan cerca de 400.000 empleos directos.

En concordancia con la mayor demanda de alimentos en época de pandemia, los productos indulgentes o de capricho aparecen en los pedidos de los consumidores para satisfacer los antojos.

Entre los más pedidos de este segmento están las categorías de postres en general con un aumento del 100 % y los productos de panadería con un 70%.

(Editorial, 2021)

3.3.2.2 Oferta del producto.

El mercado de Productos en Tentaciones del Cielo, se caracteriza por ofrecer a sus consumidores productos de calidad en la preparación, uso de insumos en beneficio de la salud, y ecosostenibilidad para un desarrollo responsable, el cual se dirige a estratos económicos con estilo de vida pasiva, es decir consumidores de ingresos bajos de los estratos 1 y 2.

Según un análisis del sector panificador en el 2017, las exportaciones en repostería aumentaron un 72% y las importaciones lo hicieron en un 43%.

(Panificadora, 2016)

3.3.2.3 Mercado Potencial

Nuestro mercado potencial, son aproximadamente 10.117 habitantes, es decir todas las personas ubicadas en el barrio La Fiscala y sus alrededores, interesadas en adquirir ponquesitos con diversos aderezos, llenos de innovación, endulzados a base de stevia, y con envoltura biodegradable. Dicho mercado tiene intereses centrados en productos sin glucosa, sin calorías, elaborados con algunos ingredientes naturales, que preserven conciencia eco sostenible en cuanto al proceso de degradación de una envoltura en los espacios públicos.

3.3.2.4 Mercado Objetivo.

Nuestro mercado objetivo son mujeres, hombres y niños entre 6-65 años, que sientan gusto por los ponquesitos y que deseen un producto hecho con ingredientes naturales, que residan en el barrio La Fiscala, ubicado en la localidad de Usme y su nivel económico sea bajo.

Escogí este mercado objetivo porque esta población necesita de una alimentación nutritiva para un buen rendimiento escolar y laboral que retribuya de manera positiva en las habilidades intelectuales, en las condiciones físicas y de salud, además que el consumo de nuestro producto brinde una conciencia ambiental por medio de la degradación de la envoltura y una solución estética en los espacios públicos.

3.3.2.5 Segmentación

Nuestro producto va dirigido a mujeres, niños y hombres de 6-65 años, que vivan en el barrio la Fiscala de la localidad de Usme, situada en el sur de Bogotá, los cuales estén interesados en adquirir un producto innovador porque no es usual su presencia o atención en el mercado, dado que se trata de un producto endulzado con un ingrediente natural y que su envoltura es pensada para el desarrollo sostenible a través del consumo diario.

Sin embargo, es pertinente que estas personas estén dispuestas a pagar un promedio \$1.200 a \$2.500 según el producto, sabiendo que es un aporte al desarrollo de nuestro ambiente y que beneficia nuestra salud.

Geográfica:

Estará dirigido a personas que habiten en el barrio La fiscala, ubicado en la localidad de Usme situada al sur de Bogotá, en este barrio es poco común ver este tipo de productos y más que se relacionen a la contaminación.

Demográfica:

Personas entre los 6-65 años, de género masculino o femenino.

Psicográfica:

Personas interesadas en la adquisición de nuestro producto, para beneficio nutricional y no como un producto que calme un antojo.

El 94.8% de nuestra población está interesada en nuestro producto, puesto a que afirman que si el producto sale al mercado cubriría sus necesidades y aunque la mayoría de esta población tienen bajos ingresos están dispuestos a adquirir nuestro producto dentro de un rango de precios de \$1.000 a \$2.500

Motivacional:

Personas que estudien, realicen deportes, trabajen, necesiten o prefieran productos sin calorías o sin azúcar, cuya personalidad sea extrovertida y tengan respeto ambiental.

3.3.2.6 Productos Sustitutos y complementarios.

Productos Sustitutos:

Algunos de los productos demandados en lugar de nuestro producto son:

- Bizcochos
- Crepes
- Galletas
- Postres

Productos Complementarios:

Entre los productos que pueden ser demandados para satisfacer las necesidades del cliente junto con nuestro producto son:

- Yogurt
- Jugo Natural
- Chocolate
- Café
- Gaseosa

3.3.3 Análisis de la Competencia

3.3.3.1 Análisis de la Competencia directa

En el proceso de búsqueda para encontrar empresas con las mismas propuestas de producto fue bastante complicado, sin embargo sabemos que si existen, pero no están ubicadas en la localidad y no están expuestas en internet, encontramos empresas con productos con características similares a las nuestras pero no se ubican en la localidad ni en la ciudad, por lo tanto no existe una competencia directa como tal.

3.3.3.2 Análisis de la Competencia indirecta

Nuestro objetivo como empresa es resaltar ante la competencia y destacarnos por la exclusividad, el aporte de múltiples beneficios para el cliente, y estrategias para involucrar al cliente en el proceso de cuidado nutricional y preservación del medio ambiente.

Tabla 2: Competencia Indirecta

<u>Nombre</u>	<u>Ubicación Geográfica</u>	<u>Productos que producen y comercializan</u>	<u>Precios</u>
<p>Cocina Viva S.A.S</p> 	<p>Calle 118- 18 C 38 LC 4, BOGOTÁ D.C.</p>	<p>Brownies Muffins Ambos bajos en carbohidratos, sin azúcar añadida y endulzados con stevia.</p> 	<p>Brownies= \$3.500-\$5000 Muffins= \$4000-\$5500</p>
<p>Fit2go</p> 	<p>Cuenta con tres sedes en la ciudad de BOGOTÁ: Chapinero Calle 85 Hacienda Santa Bárbara</p>	<p>Esta empresa ofrece: Pasabocas Dulces Ponques Galletas Los cuáles son endulzados con stevia y libres en calorías</p> 	<p>Pasabocas Dulces= \$7000 Ponques= \$14000 Galletas= \$9000 x 4</p>

<p style="text-align: center;">SerFit</p> 	<p>Carrera #18 con ClI 100, Bogotá D.C</p>	<p>Esta empresa tiene mucha variedad de productos, entre los cuales estas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Galletas Pastelitos Turrones Brownies Cheesecake <p>Son endulzados con stevia, sin gluten.</p> 	<p>Galletas= \$1500 - \$22000 Pastelitos= \$2500- \$5000 Turrones= \$1500 Brownies o Cheesecake= \$4000 - \$15000</p> <p>Los precios dependen de la cantidad o tamaño.</p>
---	--	--	---

3.3.4 Estrategias de mercado.

3.3.4.1 Concepto del producto

Presentaremos a la población ponquesitos elaborados con el más avanzado control de higiene, calidad y artesanía en diseño; utilizando como endulzante básico la stevia, con diseños innovadores acordes a cada ingrediente natural que se use, con una envoltura biodegradable que garantice un aporte en el medio ambiente, que se vea estética y brinde la frescura ideal para la aceptación total.



Ilustración 5 : Prototipo de producto



Ilustración 6: Ponquesito más envoltura.

3.3.4.2 Estrategias de distribución

Nuestra estrategia de mercado para comercializar nuestros productos será a través de dos canales uno directo en el lugar de producción y otro por vía internet, haciendo uso de

plataformas como Instagram o Facebook para promocionar la marca, ya que hoy en día la mayoría de las personas son muy activas en las redes sociales y tiene fácil acceso a internet.

3.3.4.3 Descripción del empaque

El empaque que llevará nuestro producto será creado por nosotros mismos, con papel kraft, papel adhesivo hecho con caña de azúcar para el logo y sellado con cinta de papel que es reutilizable y biodegradable, para brindar comodidad y frescura al producto.



Ilustración 7: Diseño de envoltura

Fuente: elaboración propia

3.3.4.5 Diseño del Logo



Ilustración 8: Diseño del logo

Elaboración propia

Nuestro logo se hizo por medio de la página logo Maker, la página te permite personalizarlo según las características de tu gusto y depende del tema al que va encaminado tu logo, te brinda múltiples opciones de colores y diseños.

Escogimos este logo ya que nos pareció muy llamativo y muy acorde a lo que es nuestro producto; por lo que se escogieron hojas para representar el medio ambiente, una nube para expresar que su sabor nos lleva al cielo y nos aporta beneficios para la salud y un trozo de pastel porque pertenece a la categoría de ponquesitos.

~Logo para temporada:



Ilustración 9: Diseño de logo temporal

3.4 Presentación de resultados y análisis de la encuesta.

Se le realizó la encuesta a 40 personas habitantes el barrio La Fiscala, de la localidad de Usme a niños, hombres y mujeres entre 12-65 años, con el fin de determinar la productividad y el éxito de nuestro producto. A continuación se muestran los resultados del análisis de la encuesta.



Ilustración 10: ¿Consumes ponquesitos?

De nuestro encuestados el 82.5% si consume ponquesitos y el 17.5% no consume ponquesitos.



Ilustración 11: ¿Sabes que es una envoltura biodegradable?

En la gráfica se evidencia que el 80% de las personas encuestadas si saben que es una envoltura biodegradable y el 20% no sabe que es una envoltura biodegradable.



Ilustración 12: ¿Cuestionas los perjuicios que traen los edulcorantes al consumir un producto?

En la gráfica se evidencia que de nuestros encuestados el 41% si cuestiona los perjuicios que traen los edulcorantes añadidos en un producto dulce, el 53.8% no y el 5.1% no le parece relevante eso.

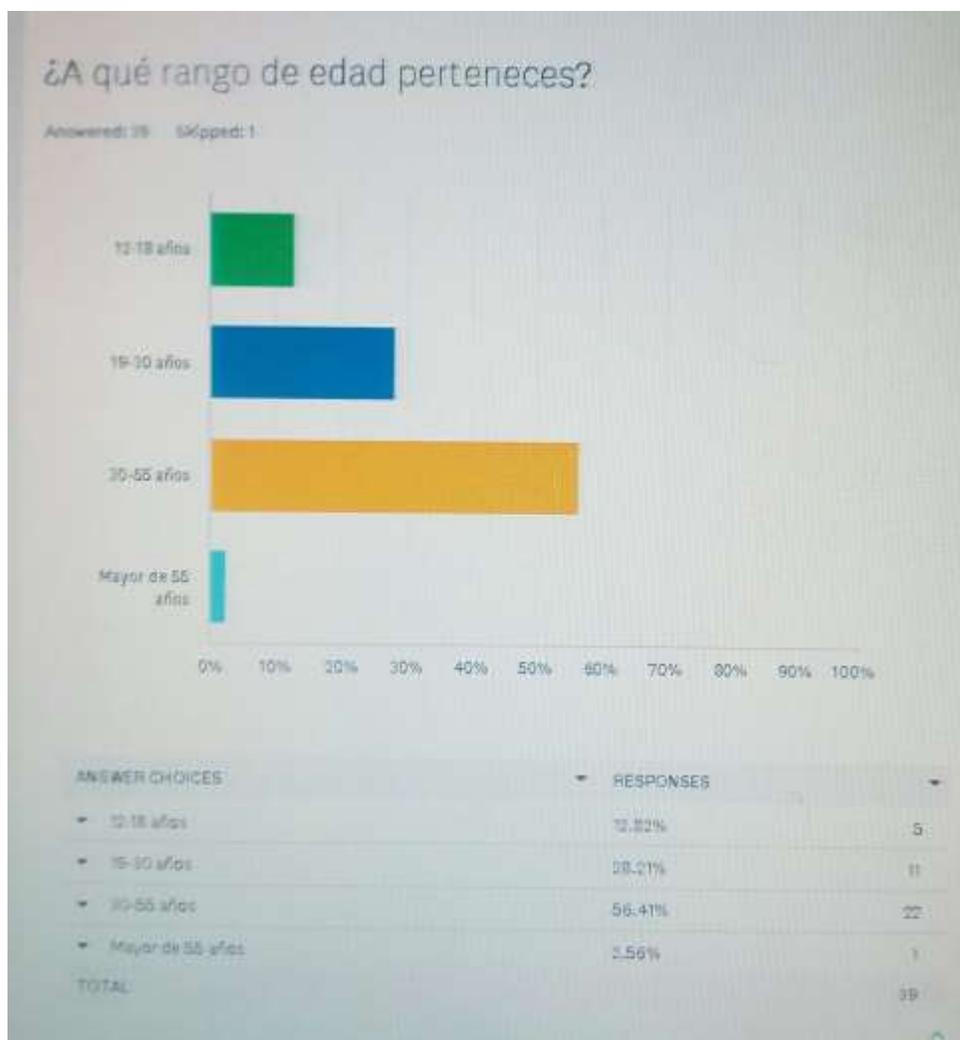


Ilustración 13: Rango de edad de los encuestados

De nuestros encuestados el 12.8% tiene entre 12 a 18 años, el 28.2% de 19 a 30 años, el 56.4% entre 30 a 55 años y el 2.5% es mayor de 55 años.



Ilustración 14: Sabores favoritos en un ponquesito

De nuestros encuestados el 42.5% prefiere el sabor de chocolate en un ponqué, el 17.5% el de vainilla, el 10% un sabor natural, el 15% el vino y otro 15% prefiere el sabor coco.

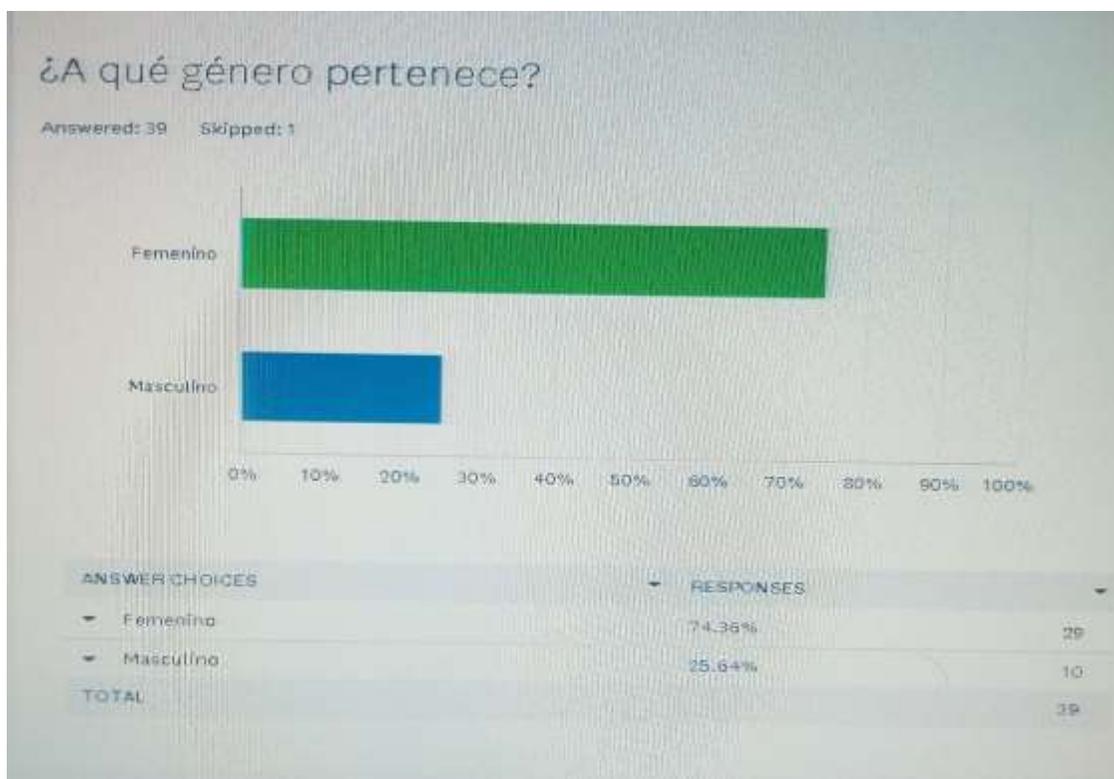


Ilustración 15: Género

En la gráfica se evidencia que de nuestros encuestados el 74.3% pertenece al género femenino y el 25.6% pertenece al género masculino.

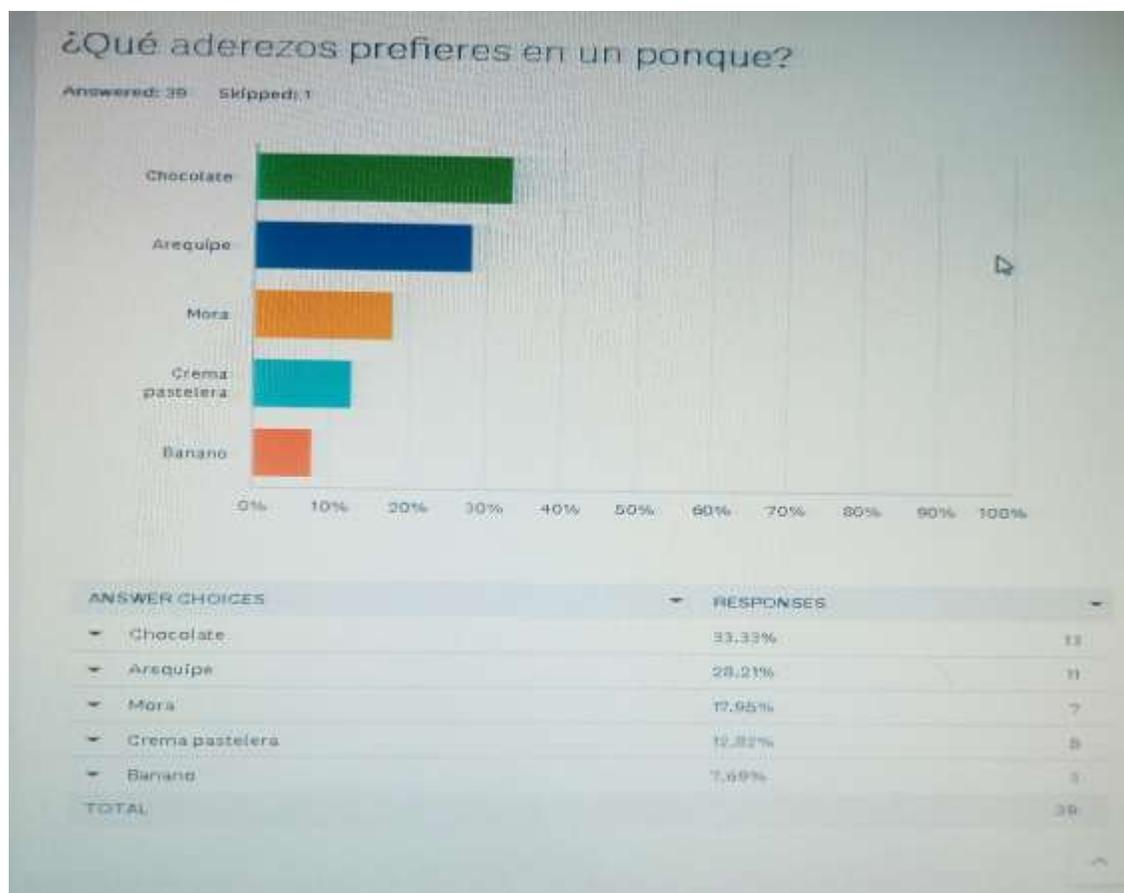


Ilustración 16: Aderezos preferidos

En la gráfica se refleja que de nuestros encuestados el 33.3% prefiere como aderezo en un ponqué el sabor a chocolate, el 28.2% sabor arequipe, el 17.9% sabor a mora, el 12.8% crema pastelera y el 7.6% prefiere el aderezo sabor a banano.



Ilustración 17: Frecuencia de consumo

De nuestros encuestados se puede observar que el 10% nunca consume ponquesitos, el 70% consume de 1 a 2 veces por semana, el 12.5% de 3 a 4 veces por semana, el 0% de 5 a 6 veces y el 7.5% de 7 veces o más por semana.



Ilustración 18: ¿Cuánto pagaría por nuestro producto?

De nuestros encuestados el 15% estaría dispuesto a pagar de \$500 a \$1.000 pesos por nuestro ponqué endulzado con stevia y con envoltura biodegradable, el 57.5% está dispuesto a pagar de \$1.000 a \$2.000 pesos, el 17.5% de \$2.000 a \$2.500 pesos y el 10% pagaría más de \$2.500 por nuestro producto.

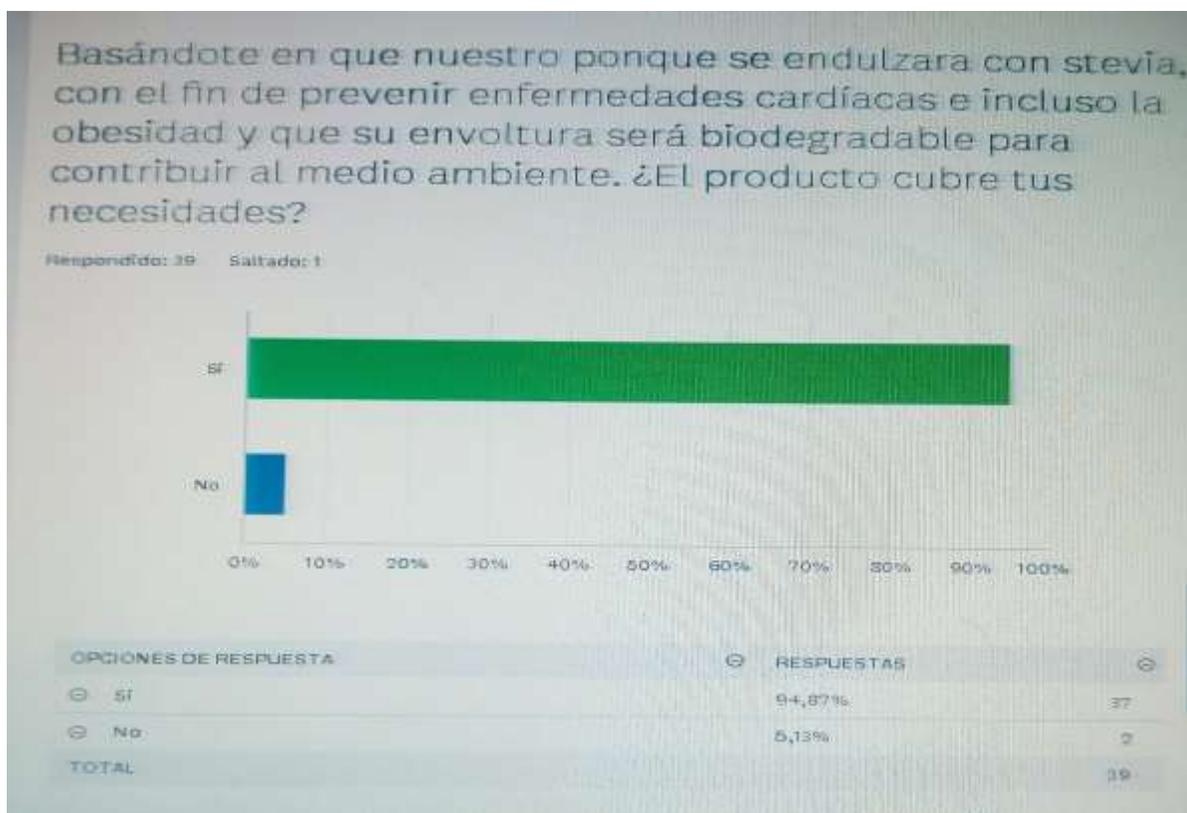


Ilustración 19: Aceptación del producto

En la gráfica se evidencia que de nuestros encuestados el 94.8% afirma que nuestro ponquesito endulzado con stevia y cuya envoltura será biodegradable si cubre sus necesidades y el 5.1% dice que el producto no cubre sus necesidades.

4. Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

4.1 Conclusiones.

TENTACIONES DEL CIELO



Ilustración 20: Prototipo final del producto

En conclusión, Tentaciones del cielo es una empresa que si tiene rentabilidad, no sólo en la Fiscala sino en muchas otras partes de la localidad o de Bogotá, porque existen muy pocas empresas con productos que mantengan las mismas características, teniendo en cuenta que a la mayoría de las personas este tipo de producto les interesa mucho, tanto por su innovación, porque es una forma de aportar al medio ambiente y además brinda beneficios a ciertas enfermedades que se presentan en su vida, lo que en el mercado común es difícil de encontrar y más en los estratos bajos.

Debido a la poca competencia, Tentaciones del Cielo podría convertirse en una empresa bastante productiva y eficaz, puesto que al investigar muchas empresas existentes del área,

sólo se especializan en la realización del ponquesito pero no en generar conciencia ambiental a través de un empaque, detalle que en nuestra empresa es fundamental.

Además, en la encuesta que realizamos se indujo que la mayoría que nuestro consumidores son mujeres y hombres entre 10 y 65 años, que la mayor parte de ellos estarían dispuestos a pagar por nuestro ponquesito endulzado a base de stevia y con envoltura biodegradable un promedio de 1.000 a 2.500 pesos, también les parece un producto bastante innovador y que cubre sus necesidades.

A lo largo de nuestra investigación nos dimos cuenta de los grandes contrastes que tienen la stevia y la azúcar en la salud de quienes la ingieren, puesto que no afecta sólo a los mayores sino desde la infancia debido a los problemas de sobrepeso, nutricionales o incluso cardiacos que traen el consumirlos en nuestros antojos diarios.

Por último, se conoció el gran valor diferenciado que se brinda al medio ambiente y a la empresa el uso o la promoción de una envoltura biodegradable o compostable en sus productos, ya que con este aporte se promueve el consumo responsable, se mejora la cadena logística, demuestra calidad, se recuperan los recursos naturales, se minimiza el uso de plástico o materias primas contaminantes del ecosistema.

4.2 Anexos

Link de la encuesta:

<https://www.surveymonkey.com/r/BQTYC52>

Bibliografía

(2020). Obtenido de Biodegradable-packaging: <https://www.desjardin.fr/es/blog/what-is-biodegradable-packaging>

(05 de Febrero de 2020). Obtenido de Saber tve Vivir: https://www.sabervivirtv.com/nutricion/endulzar-estevia-lugar-azucar-beneficios-usos_1367

Alico. (11 de Enero de 2019). Obtenido de Alico S.A.S: <https://alico-sa.com/es/reciclablecompostablebiodegradable/>

COLMAÍZ. (2021). *COLMAÍZ*. Obtenido de <https://colmaiz.co/tendencias-en-panaderia-2021-reinvencion-e-inspiracion/>

Editorial, E. t. (24 de Febrero de 2021). Obtenido de El tiempo: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/postres-entre-las-comidas-a-domicilio-que-mas-crecieron-en-la-pandemia-569109>

INVENTOS, E. (09 de 2021). *ECO INVENTOS*. Obtenido de <https://ecoinventos.com/beneficios-y-propiedades-de-la-stevia/>

Noticias gastronomía. (s.f.). Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Gastronomia/Noticias/2017/Mayo-2017/El-sector-panadero-y-pastelero-necesita-mas-capacitacion>

Panificadora, I. (01 de Noviembre de 2016). Obtenido de Sectorial: <https://www.sectorial.co/informativa-industria-panificadora-y-de-pastas/item/91777-industria-panificadora,-un-sector-con-alto-poder-de-adaptaci%C3%B3n>

Proingra, G. e. (17 de Diciembre de 2020). Obtenido de Proingra: <https://proingra.com/tendencias-de-panaderia-y-pasteleria-para-2021/>

pymes. (2018). Obtenido de <https://www.latinpymes.com/las-panaderias-y-pastelerias-mueven-mas-de-3-billones-de-pesos-al-ano>

Revista la barra. (2018). Obtenido de <https://www.revistalabarra.com/panaderias-y-reposterias-en-crecimiento>

