

Mi Universidad

Ensayo

Nombre del Alumno: Francisco de Jesús Álvarez Velasco, José Eduardo Cordero Gordillo, Erick Peñaloza Martínez, Jorge Porras Jiménez

Nombre del tema: empresa “VERDEBOCADO” snacks saludables

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Taller del emprendedor

Nombre del profesor: Sissi Alexandra Yáñez Pinto

Nombre de la Licenciatura: Medicina veterinaria y zootecnia

Cuatrimestre: 9

Índice

- i. Introducción**
- ii. Idea de negocio**
- iii. Identificación de negocio**
- iv. Cliente ideal**
- v. Objetivos**
- vi. Descripción de la idea de negocio**
- vii.**

i. **Introducción**

En un mundo donde el ritmo acelerado y las comidas procesadas dominan nuestro día a día, VERDEBOCADO nace con una misión clara: revolucionar la forma de consumir snacks, combinando nutrición científica, sabor excepcional y conveniencia sostenible.

Somos más que una tienda de snacks saludables; somos aliados del bienestar. Mientras el mercado ofrece opciones cargadas de azúcares, sodio y aditivos, nosotros entregamos soluciones gastronómicas diseñadas por nutricionistas, donde cada producto es una fusión entre innovación culinaria y beneficios comprobados para la salud.

Nuestra esencia se basa en tres pileros:

1. Ciencia Nutritiva → Ingredientes funcionales (superfoods, proteínas limpias, fibra prebiótica).
2. Conveniencia Consciente → Entregas express en menos de 30 minutos y suscripciones personalizadas.
3. Impacto Positivo → Envases cero plástico y alianzas con agricultores locales.

Frente a un consumidor moderno que exige transparencia, calidad y rapidez, redefinimos el "snacking" como un acto de autocuidado. Ya sea para el profesional que necesita energía mental, el deportista en busca de recuperación o padres que quieren lo mejor para sus hijos, nuestros productos son la respuesta inteligente a un antojo con propósito.

Porque creemos que alimentarse bien no debe ser un lujo, ni una complicación.

Bienvenidos a la nueva era del snacking: delicioso por naturaleza, nutritivo por ciencia.

ii. Verdebocado

Tienda de snacks saludables y nutritivos, comprometidos con el bienestar de las personas, entrega soluciones gastronómicas diseñadas por nutricionistas, donde cada producto elaborado es una fusión entre innovación culinaria y beneficios comprobados por la salud.

iii. Identificación del mercado

- Sector | Alimentación saludable + delivery rápido. |
- Tamaño | En crecimiento (30% anual en Latinoamérica, según Euromonitor). |
- Tendencias | - Aumento de consumidores health-conscious (45% busca snacks nutritivos). - Demanda de conveniencia (on-the-go). - Preferencia por productos locales/eco-friendly. |
- Competencia | - Supermercados (sección orgánica). - Startups de meal prep saludable. - Apps de delivery (Rappi, Uber Eats).
- Oportunidad | Nicho: Snacks 100% naturales con entrega express (<30 min) y opciones para dietas específicas (keto, vegana, sin azúcar).
- Contamos con dos sucursales de “verdebocado”.

iv. Cliente ideal

- Edad: 28-40 años.
- Ocupación: Profesional urbana (ejecutiva, teletrabajadora, estudiante posgrado).
- Estilo de vida: Sedentaria o activa (gimnasio 3x/semana).
- Busca equilibrar salud y tiempo.
- Compra online (usa apps de delivery).
- Preferencias: Snacks sin aditivos, bajos en calorías, alto proteico.
- Valora packaging sostenible.
- Dispuesta a pagar 15-30% más por calidad.
- Dolor: No tiene tiempo para cocinar; opciones saludables limitadas en delivery tradicional.

Segmentos secundarios:

- Hombres fitness (25-35 años).
- Madres jóvenes (buscan snacks sanos para niños).
- Corporaciones (programas de wellness para empleados)

v. Objetivos

Objetivos

- Lanzamiento plataforma digital (web/app). - 50 pedidos diarios. - Branding en redes sociales (5K seguidores).
- 3.000 clientes recurrentes. - Alianzas con 10 gimnasios/empresas. - Margen bruto: 40%.
- Expansión a 3 ciudades. - Línea propia de productos (ej: barritas "VerdeBocado"). – Franquicias.

vi. Descripción de negocio

"VerdeBocado" entrega snacks nutritivos, gourmet y personalizados en menos de 30 minutos, mediante una plataforma digital intuitiva, somos una empresa local.

Propuesta de Valor Única:

Triángulo Salud-Conveniencia-Personalización.

Menú Adaptado: Filtros por dieta (keto, vegano, sin gluten), alergias y objetivos (energía, proteína).

Delivery Express: Zonas estratégicas (oficinas, universidades) con vehículos eléctricos.

Impacto Positivo: Ingredientes locales + envases compostables.

Productos ofertados:

Energía Rápida | - Barritas de avena y chía. - Smoothies proteicos. | Sin azúcar añadida.

Snacks Crunchy | - Chips de boniato al horno. - Mix de frutos secos tostados. | Alto en fibra, 0% fritos.

Wellness | - Hummus con bastones de zanahoria. - Rollitos de pavo con quinoa. | Proteína magra + saciedad.

Modelo de Ingresos:

- Venta directa (web/app).
- Suscripciones (SnackBox semanal/mensual con 10% descuento).
- Ventas B2B (catering para empresas).

vii. Lista de recursos físicos y humanos

RECURSOS FÍSICOS

Infraestructura

1. Cocina/Planta de Producción:

- Espacio con licencia sanitaria.
- Equipamiento: Hornos industriales, deshidratadores, procesadores de alimentos, envasadoras al vacío.
- Zonas de almacenamiento (materias primas, producto terminado).

2. Oficina Administrativa:

- Equipos: Computadoras, impresora, teléfonos.
- Software: Gestión de pedidos (ej: Shopify + ERP), contabilidad.

3. Logística:

- Vehículos de reparto (motos/bicicletas eléctricas para ciudad).
- Cámaras de refrigeración portátiles para transportes.

- Puntos dark kitchen en zonas estratégicas (para reducir tiempos de entrega).

Tecnología

- Plataforma Digital: App/web responsive con carrito de compras.
- Sistemas de Seguimiento: GPS para repartidores y monitoreo en tiempo real.
- Embalaje: Envases biodegradables/compostables, bolsas térmicas.

Inventario

- Materias primas (frutos secos, semillas, superfoods, etc.).
- Material de empaque (etiquetas, sellos, cintas ecológicas).

RECURSOS HUMANOS

Equipo Operativo

Chef Nutricionista	Diseño de recetas, control de calidad.	2 chefs	
Producción	Elaboración de snacks, manejo de equipos.	2-3 (por turno)	
Repartidores	Entrega express, manejo de pedidos.	5-10 (flota)	
Atención al Cliente	Gestión de pedidos/reclamos (chat, teléfono).	1-2	

Equipo Estratégico

CEO/Founder	Visión global, alianzas, financiamiento.
Marketing Digital	Redes sociales, SEO, campañas en apps de delivery.
Logística	Optimización de rutas, gestión de flota.
Compras/Inventario	Relación con proveedores, control de stock.

Externalizados (Freelance/Agencias)

- Desarrolladores: Mantenimiento de app/web.
- Diseñador gráfico: Packaging, branding.
- Contador: Estados financieros, impuestos.

Consideraciones Clave

1. Escalabilidad:

- Iniciar con cocina compartida (cloud kitchen) para reducir costos fijos.
- Reclutar repartidores por contrato (ej: colaboradores en plataformas).

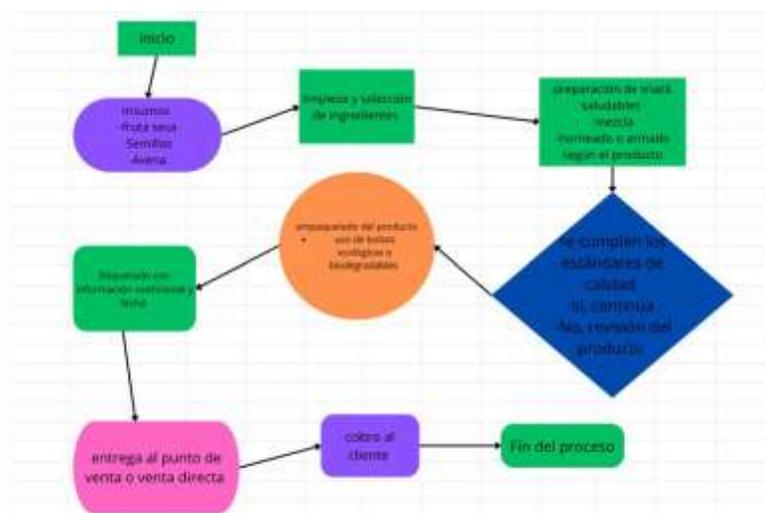
2. Cumplimiento Legal:

- Permisos sanitarios, licencias de venta online, seguros para repartidores.

3. Inversión Inicial:

- Física: \$125,000 -\$200,000 (equipos + vehículos).
- Humana: 60% del presupuesto operativo (los primeros 6 meses).

viii. Diagrama del proceso productivo



ix. Las 4 p's

Producto:

Descripción: Snacks funcionales desarrollados con base en evidencia científica nutricional, elaborados con ingredientes naturales, sin aditivos dañinos, y con empaques sostenibles.

Valor diferencial:

Alto contenido nutricional (proteínas, fibra, vitaminas, probióticos, etc.).

Sabores gourmet o únicos que satisfacen el gusto sin comprometer la salud.

Opciones veganas, sin gluten, bajas en azúcares añadidos.

Packaging compostable o reciclable.

Precio:

Estrategia:

Precio premium accesible: Posicionado por encima de snacks convencionales, pero justificado por su valor nutricional, innovación y sostenibilidad.

Descuentos por suscripción, compras por volumen o venta directa en canales digitales.

Precios diferenciados según línea (por ejemplo, “básica” vs. “funcional especializada”).

plaza:

Canales:

E-commerce propio con opciones de envío rápido y suscripción mensual.

Alianzas con tiendas naturistas, supermercados saludables, farmacias, gimnasios y cafeterías boutique.

Marketplaces especializados en bienestar o sostenibilidad.

Logística:

Distribución sostenible (uso de transporte de baja emisión cuando sea posible).

Producción local para reducir huella de carbono.

Promoción:

- Mensaje clave: “Snacks inteligentes: donde la ciencia nutricional, el sabor gourmet y la sostenibilidad se encuentran”.
- Canales de promoción:

Marketing digital (Instagram, TikTok, YouTube) con enfoque en bienestar, ciencia y estilo de vida eco-consciente.

Influencers del ámbito de la salud, fitness, nutrición y sostenibilidad.

Storytelling de impacto (desde la fuente de ingredientes hasta el diseño del empaque).

Participación en ferias de alimentos saludables y eventos ecológicos.

Programas educativos con nutricionistas y chefs.

x. Análisis básico del mercado

Competencia

Competencia directa

Empresas que elaboran snacks saludables con enfoque funcional o sostenible:

BE-KIND: Barras nutritivas con enfoque en ingredientes naturales, sin aditivos.

RXBAR: Snacks de ingredientes simples, ricos en proteínas, con branding honesto.

HEALTHY BITES, LIVBAR, SmartSweets: Ofrecen snacks bajos en azúcar, con superfoods, o envases eco.

Marcas locales (si estás en un país específico): pequeñas empresas de snacks artesanales saludables.

Competencia indirecta

Empresas que no se enfocan al 100% en nutrición ni sostenibilidad, pero compiten por el mismo público objetivo:

Marcas de snacks tradicionales que lanzan líneas “healthy” (Lay’s Veggie, Nestlé Fit, etc.).

Barritas energéticas comerciales o cereales como Nature Valley, Clif Bar.

Productos de conveniencia como smoothies, yogures bebibles, o snacks proteicos.

Comportamiento del consumidor

Buscan conveniencia sin sacrificar salud: el consumidor quiere snacks portátiles, rápidos, pero alineados con sus valores de salud y ética.

Etiquetas limpias: alto interés por ingredientes conocidos, sin químicos ni conservantes artificiales.

Disposición a pagar más por productos que combinen salud, sostenibilidad y buen sabor.

Alto nivel de información: comparan marcas, leen etiquetas, revisan certificaciones (orgánico, sin gluten, carbono neutral).

Preferencia digital: compran por e-commerce, siguen marcas por redes sociales, se influyen por reseñas e influencers.

Tendencias actuales del mercado

Alimentos funcionales: snacks con beneficios añadidos (inmunidad, energía, enfoque, digestión).

Nutrición personalizada: búsqueda de productos adaptados a estilos de vida (keto, vegano, alto en proteína).

Sostenibilidad como decisión de compra: preocupación por el impacto ambiental de empaques y procesos.

Clean label (etiqueta limpia): alimentos con ingredientes simples, sin aditivos ni nombres artificiales.

Plant-based boom: fuerte crecimiento de opciones basadas en plantas (frutas, semillas, legumbres).

Snacking consciente: snacks que aportan más que solo “matar el hambre” (calidad vs cantidad).

