

**Plan de empresa DIALMONDS producción y comercialización de yogurt con
leche de almendras**

Juan Pablo Cáceres Hernandez

Universidad Santo Tomas

Facultad Administracion de Empresas

Bogotá D.C

2024

RESUMEN EJECUTIVO	5
Justificación.....	5
Planteamiento Del Problema	5
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos	6
Presentación Preliminar Del Producto	7
Futuro Del Sector.....	11
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	12
Misión.....	12
Visión.....	13
Análisis del sector económico.....	13
Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales.....	15
Filosofía del Negocio	16
Know now	17
CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO	18
Logo.....	24
Slogan.....	24
Resumen del modelo de negocio	24
Modelo CANVAS	25
ESTUDIO DE MERCADO.....	27
Objetivo General:	27
Objetivos Específicos:.....	27
Análisis del entorno	27
Diseño de la Investigación	29
Nicho de Mercado	51
Determinación de Precio	52
Pronóstico de Ventas	56
PLAN DE MERCADO.....	57
Estrategia de distribución	57
Estrategias de promoción.....	59
Publicidad.....	60
Fidelización y posventa.....	62

ESTUDIO DE OPERACIONES	63
Diagrama para producción.....	63
Plano de la Planta	65
Inversión en infraestructura y capital de trabajo.....	66
Inversión en Capital de Trabajo.....	69
Gastos de Funcionamiento	70
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	70
Organigrama	70
Perfiles de Cargo DIALMONDS.....	71
Manual de Funciones para el Proyecto DIALMONDS.....	73
Requisitos legales del proyecto.	77
Gastos administrativos.	79
Metodologías de motivación y liderazgos	80
Indicadores de gestión.	81
ESTUDIO FINANCIERO.....	82
Presupuestos	82
Flujo de Caja	85
Estado de Resultados.....	87
Balance General	88
Indicadores de evaluación Financiera.....	91
CONCLUSIÓN GENERAL	95
BIBLIOGRAFÍA	96

LISTA DE TABLAS

Tabla 1Modelo Canvas	25
Tabla 2Inversion en Inf y Cap trabajo	66
Tabla 3 Gastos Administrativos	79
Tabla 4Costo Unitario	82
Tabla 5Presupuestos.....	83
Tabla 6 Flujo de Caja.....	85
Tabla 7 Estado De Resultados	87
Tabla 8Balance General	88
Tabla 9 TIR	91
Tabla 10 VAN	92
Tabla 11 Indicadores Generales	93

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Descripción del Producto	19
Figura 2 Descripción del Producto	20
Figura 3 Descripción del Producto	21
Figura 4Descripción del Producto	22
Figura 5 Descripción del Producto	23
Figura 6 Logo	24
FIGURA 7 Formula Muestra	31
FIGURA 8 Formula muestra 2	32
FIGURA 9 Encuesta P1	34
FIGURA 10 Encuesta P2	35
FIGURA 11 Encuesta P3	36
FIGURA 12 Encuesta P4	37
FIGURA 13 Encuesta P5	38
FIGURA 14 Encuesta P6	39
FIGURA 15 Encuesta P7	40
FIGURA 16 Encuesta P8	41
FIGURA 17 Encuesta P9	42
FIGURA 18 Encuesta P10	43
FIGURA 19 Encuesta P11	44
FIGURA 20 Encuesta P12	45
FIGURA 21 Diagrama de Proceso	64
FIGURA 22 Distribución de la Planta	65
FIGURA 23Organigrama.....	70

RESUMEN EJECUTIVO

Justificación

La introducción de DIALMONDS como plan de empresa se justifica como una estrategia sólida ante la creciente demanda de productos lácteos alternativos saludables y sostenibles. Este proyecto representa mi opción de grado en Administración de Empresas, donde se integran diversos aspectos como Planeación Estratégica, Concepto del Producto o Servicio, Estudio de Mercado, Plan de Mercadeo, Estudio Organizacional y Estudio Financiero.

DIALMONDS, con su concepto diferenciado y de alta calidad, surge como respuesta a una necesidad latente en el mercado, respaldada por un análisis del comportamiento del consumidor y las tendencias de la industria. La empresa se posiciona para satisfacer las demandas emergentes de los consumidores conscientes de su bienestar y del medio ambiente.

Con un enfoque en la innovación y la sostenibilidad, DIALMONDS busca destacar entre la competencia mediante una estrategia de marketing integral que resalta sus beneficios y su compromiso con la calidad y la salud. Al mismo tiempo, se ha establecido una estructura organizativa eficiente, garantizando una gestión efectiva de los recursos y una ejecución exitosa del plan de negocio.

Planteamiento Del Problema

El problema que aborda este proyecto es la necesidad de ofrecer opciones alimenticias más saludables y sostenibles en un mercado dominado por productos lácteos tradicionales. A medida que aumenta la preocupación por la salud y el medio ambiente, los

consumidores buscan alternativas a los lácteos convencionales, ya sea por intolerancias alimentarias, preferencias dietéticas o preocupaciones éticas.

Sin embargo, Según Kantar, división Worldpanel a pesar de la creciente demanda de productos lácteos alternativos, el mercado aún carece de opciones que satisfagan completamente estas necesidades emergentes. Las alternativas existentes pueden no cumplir con los estándares de calidad, sabor o sostenibilidad deseados por los consumidores, dejando un espacio para la entrada de productos innovadores y de alta calidad.

Por lo tanto, el problema radica en la falta de opciones satisfactorias para los consumidores conscientes de su bienestar y del medio ambiente, lo que crea una oportunidad para el desarrollo de un producto como DIALMONDS, que busca llenar ese vacío en el mercado ofreciendo un yogur con leche de almendras de alta calidad, saludable y sostenible.

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio integral para la producción y comercialización de yogur con leche de almendras bajo la marca DIALMONDS, enfocado en satisfacer la creciente demanda de productos lácteos alternativos, garantizando su rentabilidad, calidad y penetración en el mercado.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar una estrategia competitiva sólida Mediante un análisis exhaustivo del mercado y de la competencia, así como una evaluación interna de las

capacidades y recursos de la empresa en el estudio organizacional y financiero, se definirá una estrategia a largo plazo que permita posicionar a DIALMONDS como líder en el mercado de productos lácteos alternativos.

2. Refinar el concepto del producto alineado con la viabilidad financiera

Mejorar el concepto de DIALMONDS no solo en términos de calidad y presentación, sino también teniendo en cuenta los aspectos financieros del estudio financiero. Esto implica asegurarse de que el producto sea rentable y esté en línea con los recursos disponibles y las proyecciones financieras de la empresa.

3. Identificar oportunidades de mercado y optimización de recursos a través del estudio de mercado y del análisis financiero, identificar segmentos de mercado específicos donde DIALMONDS pueda tener un mayor impacto y rentabilidad. Esto implica entender las necesidades y preferencias del cliente, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa para dirigirse a esos segmentos de manera efectiva.

4. Elaborar un plan de marketing rentable y eficiente, desarrollar un plan de mercadeo integral que no solo aumente la visibilidad y demanda de DIALMONDS, sino que también sea viable desde el punto de vista financiero y organizacional. Esto implica la asignación eficiente de recursos y la implementación de estrategias que maximicen el retorno de la inversión y la eficacia del plan de mercadeo.

Presentación Preliminar Del Producto

DIALMONDS es un yogur innovador elaborado con leche de almendras, ofreciendo una alternativa saludable y sabrosa a los lácteos tradicionales. Con una presentación en envases de vidrio de un litro y una variedad de seis deliciosos sabores que incluyen

Albaricoque, Fresa, Durazno, Arándano, Café y Natural, DIALMONDS se destaca por su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

El producto se elabora con ingredientes naturales y de alta calidad, con énfasis en la leche de almendras orgánica, cultivos vivos de yogur y sabores naturales. Libre de lactosa y bajo en grasas saturadas, DIALMONDS es una excelente opción para aquellos con dietas específicas o restricciones alimentarias, así como para los consumidores conscientes de su bienestar y del medio ambiente.

Con su suave y cremosa textura, DIALMONDS ofrece una experiencia gastronómica satisfactoria, además de proporcionar los beneficios nutricionales de la leche de almendras, como su alto contenido de proteínas vegetales y su perfil nutricional equilibrado. Envasado en elegantes envases de vidrio reciclables de un litro, DIALMONDS no solo es una opción saludable, sino también respetuosa con el medio ambiente.

Metodología

Para desarrollar el proyecto de DIALMONDS de manera integral, se empleará una metodología detallada que abarca cada aspecto crucial del negocio. Inicialmente, se realizará una Planeación Estratégica exhaustiva, donde se definirán la Misión y Visión de la empresa, identificando su propósito y la dirección a seguir a largo plazo. Además, se llevará a cabo un análisis minucioso del sector económico en el que operará DIALMONDS, examinando las tendencias del mercado, la competencia y las oportunidades emergentes. Esto permitirá establecer objetivos estratégicos, tácticos y operacionales claros que guiarán todas las acciones de la empresa.

En cuanto al Concepto del Producto o Servicio, se realizará una identificación detallada de las necesidades del mercado objetivo, comprendiendo sus preferencias y demandas específicas. Se presentará una descripción exhaustiva del producto, detallando

sus ingredientes, características, presentación y variedad de sabores. Se explicarán en profundidad los usos y el manejo del producto para garantizar su correcta utilización por parte de los consumidores. Además, se diseñará la imagen de marca de DIALMONDS, incluyendo el logo y el slogan, que reflejen los valores y la identidad de la empresa. Todo esto se resumirá en un modelo de negocio coherente que defina claramente cómo se llevará a cabo la operación y comercialización del producto.

El Estudio de Mercado será un componente fundamental, donde se realizará una investigación exhaustiva del mercado objetivo. Se aplicarán diversas metodologías para recopilar información sobre las tendencias del mercado, las preferencias del consumidor y el comportamiento de compra. Se analizará la demanda considerando factores sociales, demográficos, económicos y culturales, para comprender en profundidad las necesidades y deseos de los consumidores. Se identificará el nicho de mercado al que se dirigirá DIALMONDS y se determinará el precio del producto en base a su propuesta de valor y la competencia existente. Además, se realizará un pronóstico de ventas que permita estimar el potencial de crecimiento y desarrollo del negocio en el mercado objetivo.

Una vez obtenida esta información, se desarrollará un Plan de Mercadeo completo que guiará todas las acciones relacionadas con la comercialización y promoción de DIALMONDS. Se establecerán estrategias de distribución eficientes para asegurar la disponibilidad del producto en los puntos de venta adecuados. Se diseñarán estrategias de promoción y publicidad dirigidas a aumentar la visibilidad y el conocimiento de la marca, utilizando canales de comunicación adecuados para llegar a la audiencia objetivo. Se desarrollarán programas de fidelización y postventa para garantizar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad hacia la marca.

Además, se realizará un Estudio de Operaciones detallado, donde se describirá y formalizará el proceso de producción de DIALMONDS. Se elaborará un diagrama de flujo que muestre de manera visual todas las etapas del proceso, desde la recepción de ingredientes hasta el envasado del producto final. Se diseñará la distribución de la planta y se calcularán los costos de producción para asegurar la eficiencia y rentabilidad de las operaciones. Se determinarán las inversiones necesarias en infraestructura y capital de trabajo para poner en marcha y mantener el negocio en funcionamiento.

Paralelamente, se abordará el Estudio Organizacional, donde se definirá la estructura organizacional de DIALMONDS. Se elaborará un organigrama que muestre la jerarquía y las relaciones entre los diferentes departamentos y cargos dentro de la empresa. Se describirán en detalle los perfiles de cargo y se elaborará un manual de funciones que establezca las responsabilidades y las tareas de cada puesto. Se identificarán los requisitos legales del proyecto, asegurando el cumplimiento de todas las normativas y regulaciones pertinentes. Se determinarán los gastos administrativos necesarios para mantener la operación de la empresa y se establecerán metodologías de motivación y liderazgo para el equipo de trabajo. Además, se definirán indicadores de gestión que permitan monitorear el desempeño y la eficiencia de la empresa en todas sus áreas.

Finalmente, se realizará un Estudio Financiero exhaustivo, donde se elaborarán presupuestos detallados y se analizará el flujo de caja a un mínimo de 5 años. Se proyectarán estados financieros preliminares que incluyan indicadores financieros por diferentes escenarios, permitiendo evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto en diferentes situaciones. Se calcularán los indicadores de evaluación financiera, como el VAN (Valor Actual Neto), el TIR (Tasa Interna de Retorno) y el periodo de recuperación

de la inversión, para determinar la atracción financiera del proyecto y su capacidad para generar retorno sobre la inversión.

Mediante esta metodología detallada y paso a paso, se garantizará un desarrollo completo y efectivo del proyecto de DIALMONDS, asegurando su viabilidad y éxito en el mercado.

Futuro Del Sector

Según datos de Kantar, división Worldpanel, el futuro del sector de productos lácteos alternativos, como el yogur de leche de almendras, parece prometedor debido a una serie de tendencias y factores.

La creciente demanda de alimentos saludables es un impulso importante. Con una mayor conciencia sobre la importancia de llevar una dieta equilibrada y saludable, los consumidores están buscando cada vez más alternativas más saludables a los productos lácteos tradicionales. Este cambio en las preferencias de los consumidores está generando una mayor demanda de productos lácteos alternativos, como aquellos elaborados con leche de almendras.

Además, la tendencia hacia lo vegano y lo vegetal está en aumento. El incremento en el número de personas que adoptan dietas veganas o vegetarianas está impulsando aún más la demanda de productos lácteos alternativos. La leche de almendras, en particular, es popular entre aquellos que siguen este tipo de dietas, lo que amplía aún más el mercado potencial para productos como el yogur de leche de almendras.

Las preocupaciones ambientales también están influyendo en las decisiones de compra de los consumidores. Con una creciente preocupación por el impacto ambiental de sus elecciones alimentarias, los productos lácteos alternativos son percibidos como más sostenibles en comparación con los productos lácteos tradicionales. Esta percepción los

hace atractivos para un segmento de consumidores conscientes del medio ambiente, lo que contribuye al crecimiento del mercado.

Se espera que el sector continúe innovando y diversificándose para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores. Esto incluye el desarrollo de nuevos sabores, formatos de productos y técnicas de producción más eficientes, lo que amplía aún más las opciones disponibles para los consumidores y fortalece la posición del mercado de productos lácteos alternativos.

Otro factor importante es la inversión y el desarrollo tecnológico en el sector. La creciente demanda de productos lácteos alternativos está atrayendo inversiones y fomentando el desarrollo de tecnologías más avanzadas para la producción y procesamiento de estos productos. Esto puede conducir a mejoras en la calidad, la variedad y la accesibilidad de los productos lácteos alternativos, lo que impulsa aún más su adopción por parte de los consumidores.

El futuro del sector de productos lácteos alternativos parece ser positivo, con oportunidades significativas de crecimiento y desarrollo. Las empresas tienen el potencial de capitalizar estas tendencias al ofrecer productos innovadores y de alta calidad que satisfagan las necesidades y preferencias de los consumidores modernos.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Misión

Proporcionar a los consumidores opciones deliciosas y saludables en el mercado de productos lácteos alternativos. Nos comprometemos a ofrecer yogur con leche de almendras de la más alta calidad, elaborado con ingredientes naturales y sostenibles. Buscamos satisfacer las necesidades de aquellos que valoran su bienestar y el medio

ambiente, ofreciendo un producto nutritivo, sabroso y respetuoso con el planeta. Nuestra misión es promover un estilo de vida saludable y contribuir al bienestar de nuestros clientes mientras mantenemos un compromiso firme con la excelencia y la innovación en todo lo que hacemos.

Visión

La visión de DIALMONDS es convertirse en líderes reconocidos en el mercado de productos lácteos alternativos, siendo la marca preferida por consumidores conscientes de su salud y del medio ambiente en todo el mundo. Nos esforzamos por ampliar nuestra presencia en los hogares de las personas, ofreciendo una amplia gama de productos innovadores y deliciosos elaborados con leche de almendras. Aspiramos a ser un referente en términos de calidad, sostenibilidad y compromiso con la satisfacción del cliente, estableciendo estándares excepcionales en la industria alimentaria. Nuestra visión es inspirar y empoderar a las personas a través de elecciones alimenticias más saludables y respetuosas con el planeta, contribuyendo así a un mundo más saludable y sostenible para las generaciones futuras.

Análisis del sector económico

Introducción:

El análisis del sector económico en Colombia desempeña un papel fundamental en la comprensión del entorno empresarial para la introducción exitosa de productos como el yogur con leche de almendras. En este informe, se examinarán diversos aspectos económicos clave, desde el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) hasta la demanda del consumidor y la estructura competitiva del mercado. La información recopilada proporcionará una visión integral de las oportunidades y desafíos que enfrenta la industria

de productos lácteos alternativos en el contexto colombiano, respaldando así la formulación de estrategias efectivas para el ingreso al mercado.

Crecimiento del PIB: Según datos históricos del DANE, Colombia ha experimentado un crecimiento económico moderado en los últimos años, con una tasa de crecimiento del PIB en un rango del 2% al 4%. Este crecimiento indica un mercado estable que puede ser propicio para la introducción de nuevos productos como el yogur con leche de almendras.

Inflación y Costo de Vida: La inflación en Colombia ha sido relativamente baja y controlada en los últimos años, lo que sugiere una estabilidad en los precios al consumidor. Esto puede afectar la disposición de los consumidores a pagar un precio premium por productos como el yogur con leche de almendras.

Desempleo y Poder Adquisitivo: Datos del DANE muestran que la tasa de desempleo en Colombia ha variado, pero ha tendido a disminuir gradualmente en los últimos años. Sin embargo, el poder adquisitivo de los consumidores puede variar según la región y el nivel socioeconómico, lo que puede influir en la demanda de productos premium.

Demanda del Consumidor: Aunque no hay datos específicos del DANE sobre la demanda de productos lácteos alternativos, las tendencias globales sugieren un aumento en la demanda de opciones más saludables y sostenibles. Esto puede indicar un mercado receptivo para productos como el yogur con leche de almendras en Colombia.

Competencia y Estructura del Mercado: El mercado de lácteos alternativos en Colombia está en crecimiento, con la presencia de marcas internacionales y locales que ofrecen una variedad de productos. Identificar la participación de mercado de los

competidores existentes y las oportunidades para la diferenciación será crucial para el éxito en este mercado.

Regulaciones y Políticas: Las regulaciones del gobierno colombiano en cuanto a la seguridad alimentaria, el etiquetado de productos y las normativas de producción pueden afectar la entrada al mercado y la operación del negocio de yogur con leche de almendras. Es importante estar al tanto de estas regulaciones y asegurar el cumplimiento.

Factores Socioculturales: La aceptación de nuevos productos alimenticios en Colombia puede estar influenciada por factores socioculturales como las preferencias culinarias, las tendencias de salud y bienestar, y la conciencia ambiental. Es esencial comprender estos factores al diseñar estrategias de marketing y desarrollo de productos.

Objetivos estratégicos, tácticos y operacionales.

Objetivos Estratégicos:

Desarrollo del Mercado: Identificar oportunidades de crecimiento en el mercado colombiano de productos lácteos alternativos y establecer una estrategia para penetrar de manera efectiva en segmentos específicos de consumidores.

Diferenciación Competitiva: Crear una propuesta de valor única y distintiva para DIALMONDS que destaque su calidad, soldabilidad y sostenibilidad, generando una ventaja competitiva en el mercado.

Lealtad del Consumidor: Establecer programas de fidelización del cliente que fomenten relaciones duraderas y emocionales con la marca DIALMONDS, basadas en la confianza, la transparencia y la excelencia en el servicio.

Objetivos Tácticos:

Innovación de Productos: Impulsar la innovación en la línea de productos DIALMONDS, introduciendo constantemente nuevas variedades, formatos y sabores que se alineen con las preferencias y necesidades del consumidor colombiano.

Campañas de Marketing Persuasivas: Desarrollar campañas de marketing creativas y persuasivas que comuniquen efectivamente los beneficios únicos de DIALMONDS y generen una conexión emocional con los consumidores.

Alianzas Estratégicas: Establecer asociaciones estratégicas con distribuidores, minoristas y organizaciones afines que amplíen la presencia y la distribución de DIALMONDS en todo el mercado colombiano.

Objetivos Operacionales:

Producción Eficiente y Sostenible: Adoptar prácticas de producción eficientes y sostenibles que minimicen el desperdicio, reduzcan el consumo de recursos y mantengan altos estándares de calidad en la elaboración de los productos DIALMONDS.

Control de Calidad Riguroso: Implementar rigurosos controles de calidad en todas las etapas de producción para garantizar que cada lote de productos DIALMONDS cumpla con los más altos estándares de frescura, seguridad y sabor.

Gestión Financiera Responsable: Administrar los recursos financieros de manera responsable y transparente, manteniendo un equilibrio entre la inversión en el crecimiento de la marca y la generación de beneficios sostenibles a largo plazo.

Filosofía del Negocio

La filosofía de DIALMONDS se centra en tres pilares fundamentales: salud y bienestar, sostenibilidad ambiental y excelencia en la calidad. Nos comprometemos a

ofrecer productos lácteos alternativos que sean nutritivos y deliciosos, promoviendo un estilo de vida saludable. Además, operamos de manera sostenible, minimizando nuestro impacto ambiental en todas las etapas de nuestro negocio. Buscamos superar las expectativas de nuestros clientes en términos de sabor, frescura y seguridad alimentaria, manteniendo siempre altos estándares de calidad en todo lo que hacemos. Esta filosofía nos impulsa a construir una marca confiable y sólida, mientras contribuimos positivamente al bienestar de las personas y del planeta.

Know now

El know-how de DIALMONDS se basa en un profundo entendimiento de la industria de productos lácteos alternativos y en un compromiso continuo con la innovación y la excelencia. Nuestro equipo cuenta con una vasta experiencia en la producción de yogur con leche de almendras, respaldada por una sólida formación en tecnología alimentaria y nutrición. Nos mantenemos al tanto de las últimas tendencias del mercado y las investigaciones en salud y bienestar, lo que nos permite desarrollar productos que satisfagan las necesidades y preferencias de nuestros consumidores de manera efectiva. Además, hemos desarrollado procesos de producción eficientes y sostenibles que nos permiten ofrecer productos de alta calidad de manera consistente, mientras minimizamos nuestro impacto en el medio ambiente. Este know-how integral nos posiciona como líderes en la industria de productos lácteos alternativos y nos permite ofrecer a nuestros clientes una experiencia única y satisfactoria.

CONCEPTO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Bienvenidos a DIALMONDS, donde la salud y el sabor se fusionan en cada bocado. Estamos emocionados de presentarles nuestro exquisito portafolio de productos lácteos alternativos, diseñados para deleitar los paladares más exigentes mientras cuidamos tu bienestar.

En DIALMONDS, creemos que la alimentación saludable no tiene por qué comprometer el placer gastronómico, por eso hemos creado una variedad de yogures con base de leche de almendras que ofrecen una experiencia única en cada cucharada. Nuestro portafolio incluye una cuidadosa selección de sabores inspirados en ingredientes naturales y nutritivos, que van desde los clásicos hasta los más innovadores. A continuación, nuestras presentaciones:

Para iniciar con el proyecto se maneja la presentación de un litro de producto, ya que según el mercado de este producto es el que tiene mayor comercialización.

Figura 1 Descripción del Producto

DIALMONDS	PRODUCTO	YOGURT CON LECHE DE ALMENDRAS BASE
DESCRIPCION GENERAL DEL PRODUCTO El yogur con leche de almendras es una alternativa deliciosa y saludable al yogur convencional, perfecta para quienes buscan opciones lácteas bajas en grasas y azúcares, o para quienes tienen intolerancia a la lactosa. Con una variedad de sabores y una presentación conveniente, nuestro yogur con leche de almendras es una opción versátil para cualquier persona que desee llevar un estilo de vida más saludable.		
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS Es un producto lácteo de textura suave y cremosa, elaborado con leche de almendras como base. Es una excelente alternativa para aquellos que buscan aromas sutiles que resalten el sabor frutal con que está elaborado.		
NUTRIENTES calorías grasas - Saturadas - Trans Colesterol sodio Carbohidratos - Fibras - Azúcares proteínas Vitamina D Calcio Hierro potasio	CANTIDAD CADA 100 GRAMOS 47 kcal 1,5g 0.2g 0g 0 mg 56 mg 6 gramos 0,5g 2 gramos 1 gramo 0 microgramos 120 mg 0,3mg 80 mg	CONSIDERACIONES PARA ALMACENAMIENTO Mantengase refrigerado lejos de la luz directa del sol, y tapado en su envase. TIPO DE CONSERVACION Refrigerado. VIDA UTIL ESTIMADA 40 Días a una temperatura de 2 a 4 grados Centígrados. INSTRUCCIONES DE CONSUMO Una vez abierto consumase lo más rápido posible UN PRODUCTO FABRICADO POR
FORMULACION Leche de almendras Cultivo con probióticos (lactobacilos) Conservante (Streptomyces natalensis)		DIALMONDS
INFORMACION ENVASE Envase de Vidrio higienizado Tapa metálica con sello plástico		

Figura: Creación propia

Figura 2 Descripción del Producto

DIALMONDS		PRODUCTO	YOGURT CON LECHE DE ALMENDRAS ARANDANOS
DESCRIPCION GENERAL DEL PRODUCTO El yogur con leche de almendras es una alternativa deliciosa y saludable al yogur convencional, perfecta para quienes buscan opciones lácteas bajas en grasas y azúcares, o para quienes tienen intolerancia a la lactosa. Con una variedad de sabores y una presentación conveniente, nuestro yogur con leche de almendras es una opción versátil para cualquier persona que desee llevar un estilo de vida más saludable.			
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS Es un producto lácteo de textura suave y cremosa, elaborado con leche de almendras como base. es una excelente alternativa para aquellos que buscan aromas sutiles que resalten el sabor frutal con el que enriquece el dulce y suave sabor de los arandanos.			
NUTRIENTES	CANTIDAD CADA 100 GRAMOS	CONSIDERACIONES PARA ALMACENAMIENTO	
calorías	65 kcal	Mantengase refrigerado lejos de la luz directa del sol, y tapado en su envase.	
grasas	1,5g	TIPO DE CONSERVACION	
- Saturadas	0.2g	Refrigerado.	
- Trans	0g	VIDA UTIL ESTIMADA	
Colesterol	0 mg	40 Dias a una temperatura de 2 a 4 grados Centigrados.	
sodio	56 mg	INSTRUCCIONES DE CONSUMO	
Carbohidratos	6 gramos	Una vez abierto consumase los mas rapido posible	
-Fibras	0,5g		
- Azúcares	2 gramos		
proteínas	1 gramo		
Vitamina D	0 microgramos		
Calcio	120 mg		
Hierro	0,3mg		
potasio	80 mg		
FORMULACION			
Leche de almendras			
Cultivo con probioticos (lactobacilos)			
Conservante (Streptomyces natalensis)			
INFORMACION ENVASE			
Envase de Vidrio higienizado			
Tapa metalica con sello plastico			
		UN PRODUCTO FABRICADO POR	
		DIALMONDS	

Figura: Creación propia

Figura 3 Descripción del Producto

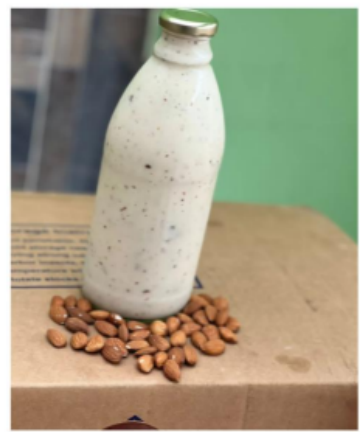
DIALMONDS	PRODUCTO	YOGURT CON LECHE DE ALMENDRAS CHIA
DESCRIPCION GENERAL DEL PRODUCTO		
El yogur con leche de almendras es una alternativa deliciosa y saludable al yogur convencional, perfecta para quienes buscan opciones lácteas bajas en grasas y azúcares, o para quienes tienen intolerancia a la lactosa. Con una variedad de sabores y una presentación conveniente, nuestro yogur con leche de almendras es una opción versátil para cualquier persona que desee llevar un estilo de vida más saludable.		
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS		
Es un producto lácteo de textura suave y cremosa, elaborado con leche de almendras como base. es una excelente alternativa para aquellos que buscan aromas sutiles que resalten el sabor, destacando su poder digestivo que ofrecen las semillas de chia.		
NUTRIENTES	CANTIDAD CADA 100 GRAMOS	CONSIDERACIONES PARA ALMACENAMIENTO
calorías	50 kcal	Mantengase refrigerado lejos de la luz directa del sol, y tapado en su envase.
grasas	1,5g	TIPO DE CONSERVACION
- Saturadas	0.2g	Refrigerado.
-Trans	0g	VIDA UTIL ESTIMADA
Cholesterol	0 mg	40 Dias a una temperatura de 2 a 4 grados Centigrados.
sodio	56 mg	INSTRUCCIONES DE CONSUMO
Carbohidratos	6 gramos	Una vez abierto consumase los mas rapido posible
-Fibras	0,5g	
- Azúcares	2 gramos	
proteinas	1 gramo	
Vitamina D	0 microgramos	
Calcio	120 mg	
Hierro	0,3mg	
potasio	80 mg	
FORMULACION		
Leche de almendras		
Cultivo con probioticos (lactobacilos)		
Conservante (Streptomyces natalensis)		
INFORMACION ENVASE		
Envase de Vidrio higienizado		
Tapa metalica con sello plastico		
		UN PRODUCTO FABRICADO POR
		DIALMONDS

Figura: Creación propia

Figura 4Descripción del Producto

DIALMONDS

PRODUCTO

YOGURT CON LECHE DE ALMENDRAS
COCO

DESCRIPCION GENERAL DEL PRODUCTO

El yogur con leche de almendras es una alternativa deliciosa y saludable al yogur convencional, perfecta para quienes buscan opciones lácteas bajas en grasas y azúcares, o para quienes tienen intolerancia a la lactosa. Con una variedad de sabores y una presentación conveniente, nuestro yogur con leche de almendras es una opción versátil para cualquier persona que desee llevar un estilo de vida más saludable.

CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS

Es un producto lácteo de textura suave y cremosa, elaborado con leche de almendras como base. es una excelente alternativa para aquellos que buscan aromas sutiles que resalten el sabor del coco y su dulce sabor.

NUTRIENTES

CANTIDAD CADA 100 GRAMOS

CONSIDERACIONES PARA ALMACENAMIENTO

calorias

65 kcal

Mantengase refrigerado lejos de la luz directa del sol, y tapado en su envase.

grasas

1,5g

TIPO DE CONSERVACION

Refrigerado.

- Saturadas

0.2g

VIDA UTIL ESTIMADA

40 Dias a una temperatura de 2 a 4 grados Centigrados.

-Trans

0g

INSTRUCCIONES DE CONSUMO

Una vez abierto consumase los mas rapido posible

Colesterol

0 mg

UN PRODUCTO FABRICADO POR

DIALMONDS

sodio

56 mg

Carbohidratos

6 gramos

-Fibras

0,5g

- Azúcares

2 gramos

proteinas

1 gramo

Vitamina D

0 microgramos

Calcio

120 mg

Hierro

0,3mg

potasio

80 mg

FORMULACION

Leche de almendras

Cultivo con probioticos (lactobacilos)

Conservante (Streptomyces natalensis)

INFORMACION ENVASE

Envase de Vidrio higienizado

Tapa metalica con sello plastico



Figura: Creación propia

Figura 5 Descripción del Producto

DIALMONDS	PRODUCTO	YOGURT CON LECHE DE ALMENDRAS MORA
DESCRIPCION GENERAL DEL PRODUCTO El yogur con leche de almendras y mora es una alternativa deliciosa y saludable al yogur convencional, perfecta para quienes buscan opciones lácteas bajas en grasas y azúcares, o para quienes tienen intolerancia a la lactosa. Con una variedad de sabores y una presentación conveniente, nuestro yogur con leche de almendras es una opción versátil para cualquier persona que desee llevar un estilo de vida más saludable.		
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS Es un producto lácteo de textura suave y cremosa, elaborado con leche de almendras como base. es una excelente alternativa para aquellos que buscan aromas sutiles que resaltan el sabor frutal con que esta elaborado. Tomando como referencia el sabor de la mora y sus aporte nutricional		
NUTRIENTES	CANTIDAD CADA 100 GRAMOS	CONSIDERACIONES PARA ALMACENAMIENTO
calorías	65 kcal	Mantengase refrigerado lejos de la luz directa del sol, y tapado en su envase.
grasas	1,5g	
- Saturadas	0.2g	TIPO DE CONSERVACION
-Trans	0g	Refrigerado.
Colesterol	0 mg	VIDA UTIL ESTIMADA
sodio	56 mg	40 Dias a una temperatura de 2 a 4 grados Centigrados.
Carbohidratos	6 gramos	INSTRUCCIONES DE CONSUMO
-Fibras	0,5g	Una vez abierto consumase los mas rapido posible
- Azúcares	2 gramos	UN PRODUCTO FABRICADO POR
proteinas	1 gramo	
Vitamina D	0 microgramos	
Calcio	120 mg	
Hierro	0,3mg	
potasio	80 mg	
FORMULACION Leche de almendras Cultivo con probioticos (lactobacilos) Conservante (Streptomyces natalensis)		
INFORMACION ENVASE Envase de Vidrio higienizado Tapa metalica con sello plastico		DIALMONDS

Figura: Creación propia

Figura 6 Logo



Figura: Creación propia

Logo

Slogan

“Con la tradición de margarita”

Resumen del modelo de negocio

El modelo de negocio de DIALMONDS se erige sobre la premisa de ofrecer una variedad excepcional de yogures elaborados con leche de almendras, donde cada producto es cuidadosamente elaborado con ingredientes naturales y de alta calidad. Nuestro enfoque central es promover la salud y el bienestar de nuestros consumidores, al tiempo que mantenemos un firme compromiso con la sostenibilidad ambiental. Nos esforzamos por la constante innovación en la creación de sabores únicos y deliciosos, siempre manteniendo altos estándares de calidad y frescura en nuestros productos. A través de estrategias de marketing que resaltan nuestros valores de marca y una gestión financiera rigurosa,

buscamos garantizar la rentabilidad y el crecimiento sostenible de nuestro negocio. En síntesis, nuestra misión es ofrecer opciones saludables y deliciosas que satisfagan las demandas de un mercado dinámico, manteniendo un enfoque inquebrantable en la sostenibilidad y la excelencia en cada paso del camino.

Modelo CANVAS

Tabla 1 Modelo Canvas

MODELO CANVAS	Descripción
Propuesta de Valor	Yogures elaborados con leche de almendras, ingredientes naturales, de alta calidad, enfocados en salud, bienestar y sostenibilidad.
Segmento de Clientes	Consumidores preocupados por la salud, veganos, personas con intolerancia a la lactosa, interesados en productos sostenibles y de alta calidad.
Canales	Tiendas físicas, tiendas en línea, supermercados, redes sociales, marketing digital.
Relaciones con Clientes	Atención personalizada, fidelización a través de programas de recompensas, comunidad en redes sociales, encuestas de satisfacción.

Fuentes de Ingresos	Ventas de yogures, suscripciones mensuales, productos complementarios como toppings y snacks saludables.
Recursos Clave	Leche de almendras de alta calidad, ingredientes naturales, instalaciones de producción sostenibles, equipo de innovación y desarrollo, personal capacitado.
Actividades Clave	Producción de yogures, investigación y desarrollo de nuevos sabores, marketing y promoción, distribución eficiente, control de calidad.
Socios Clave	Proveedores de leche de almendras y otros ingredientes naturales, distribuidores, minoristas, socios en sostenibilidad.
Estructura de Costos	Costos de producción, investigación y desarrollo, marketing, distribución, salarios del personal, sostenibilidad ambiental.

Tabla: Creación Propia

ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo General:

Realizar un estudio completo del mercado de productos lácteos alternativos en la región objetivo para entender las tendencias de consumo, las necesidades del mercado y las oportunidades para introducir DIALMONDS con éxito.

Objetivos Específicos:

1. Investigar las preferencias de los consumidores sobre productos lácteos alternativos el yogurt con leche de almendra.
2. Determinar el tamaño del mercado.
3. Identificar segmentos específicos de consumidores, como veganos, intolerantes a la lactosa, interesados en la alimentación saludable y conscientes del medio ambiente, para entender sus necesidades y preferencias.
4. Evaluar la opinión del consumidor sobre el yogurt con leche de almendras y su disposición a probar y comprar DIALMONDS en comparación con otros productos lácteos alternativos.
5. Analizar la competencia en el mercado de productos lácteos alternativos, incluyendo marcas establecidas que ofrecen yogures, leches y postres vegetales, y encontrar oportunidades para diferenciar y posicionar DIALMONDS.

Análisis del entorno

Para simplificar la forma en la que se analiza el entorno se plantea un análisis

PESTEL.

Político:

- Regulación Alimentaria: Cumplir con las normativas y regulaciones del INVIMA para la producción y comercialización de alimentos, garantizando la seguridad y calidad del yogur con leche de almendras.
- Relaciones Gubernamentales: Establecer relaciones positivas con las autoridades locales para obtener apoyo en términos de permisos y regulaciones comerciales.

Económico:

- Niveles de Ingresos: Teniendo en cuenta información del DANE en 2018, podemos Considerar los altos niveles de ingresos en Chía lo que puede influir en la disposición de los consumidores a pagar por productos premium como el yogur con leche de almendras.
- Estabilidad Económica: Evaluar la estabilidad económica de la región para prever la demanda y el comportamiento del consumidor en el mercado local.

Social:

- Estándares de Calidad: Los consumidores en áreas de estratos altos suelen tener expectativas más altas en cuanto a la calidad y los atributos de los productos que consumen, lo que puede ser una oportunidad para el yogur con leche de almendras si se posiciona como un producto premium y saludable.
- Conciencia de Salud: Existe una creciente conciencia sobre la importancia de la salud y la nutrición, lo que puede aumentar la demanda de alternativas saludables como el yogur con leche de almendras.

Tecnológico:

- **Tecnologías de Producción:** Utilizar tecnologías avanzadas en la producción y envasado del yogur con leche de almendras para garantizar la calidad y eficiencia del proceso.
- **Marketing Digital:** Aprovechar las plataformas tecnológicas y redes sociales para promocionar el producto y llegar a los consumidores objetivo en Chía.

Ambiental:

- **Sostenibilidad:** Considerar la importancia de la sostenibilidad ambiental en la producción y envasado del yogur con leche de almendras, lo que puede ser valorado por los consumidores conscientes del medio ambiente en estas áreas.

Legal:

- **Cumplimiento Normativo:** Asegurarse de cumplir con todas las regulaciones locales en términos de seguridad alimentaria, etiquetado de productos y requisitos de registro de empresas para evitar posibles problemas legales y garantizar la aceptación del producto en el mercado local.

Diseño de la Investigación

El recoger y analizar elementos cuantitativos y cualitativos para comprender las preferencias y comportamientos de los consumidores en Chía, en relación con el consumo de yogur con leche de almendras, y evaluar la viabilidad de introducir este producto en el mercado.

Metodología:

1. Enfoque Mixto:

La investigación se basará en un enfoque mixto que combine métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión integral del mercado.

2. Componentes Cuantitativos:

Se llevarán a cabo encuestas estructuradas para recopilar datos numéricos sobre las preferencias de los consumidores, su disposición a pagar, frecuencia de consumo de productos lácteos alternativos, y características demográficas.

3. Componentes Cualitativos:

Se realizarán entrevistas en profundidad y grupos focales para explorar las percepciones, actitudes y motivaciones de los consumidores hacia el yogur con leche de almendras. Estos métodos permitirán obtener información detallada y contextual sobre las razones detrás de las preferencias y comportamientos de los consumidores.

Muestreo:

Universo:

El universo de la investigación incluye a los residentes de Chía que son potenciales consumidores de productos lácteos alternativos.

Tamaño de la Muestra:

El tamaño de la muestra se ha determinado en 200 personas, lo que permite obtener resultados representativos con un nivel de confianza del 95%.

Técnica de Muestreo:

La técnica de muestreo será el muestreo aleatorio simple. Cada individuo de la población objetivo tendrá una probabilidad igual y conocida de ser seleccionado para

participar en la investigación. Esto garantizará que la muestra sea representativa y que los resultados puedan generalizarse a la población total.

Pasos del Proceso de Muestreo:

Definición del Marco Muestral:

Se definirá un marco muestral que incluya a todos los residentes en Chía, cuya población combinada es de 126,151 habitantes. (Gobernación de Cundinamarca, 2015)

Utilizando la fórmula de muestreo aleatorio simple para un nivel de confianza del 95%

- n es el tamaño de la muestra.
- N es el tamaño de la población (126,151).
- he es el margen de error aceptable.

FIGURA 7 Formula Muestra

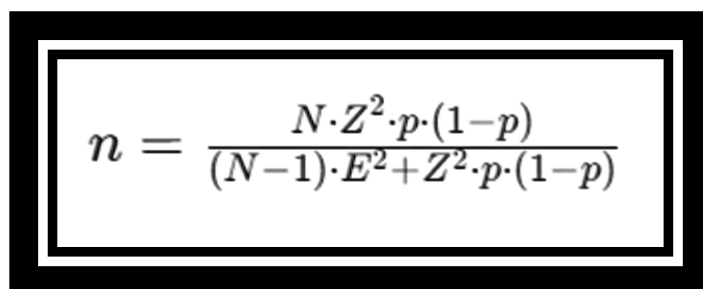
The formula for sample size n is presented within a double-bordered rectangular frame. The formula is:
$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Figura: Creación propia

FIGURA 8 Formula muestra 2

$$n = \frac{126151 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{(126151 - 1) \cdot 0.0025 + 3.8416 \cdot 0.25}$$

Figura: Creación propia

Para este estudio, se ha fijado un tamaño de muestra de 200 personas.

A causa de restricciones de recursos y tiempo, solo fue posible realizar 200 encuestas. Reconocemos que esta muestra es menor al tamaño ideal calculado para una población de 126,151 individuos, lo cual introduce un mayor margen de error en nuestros resultados y puede afectar la representatividad de estos

Con un tamaño de muestra de 200 encuestas, calculado el margen de error y el nivel de confianza asociados. Para un nivel de confianza del 95% y asumiendo una proporción esperada de 0.5, el margen de error ajustado es aproximadamente 6.92%. Esto significa que los resultados pueden variar en $\pm 6.92\%$ de los valores estimados.

Selección Aleatoria de Participantes:

Se utilizará un generador de números aleatorios para seleccionar a los participantes de la lista del marco muestral.

Recolección de Datos Cuantitativos:

Las encuestas estructuradas se administrarán a los participantes seleccionados mediante entrevistas cara a cara, en línea o por teléfono, según sea conveniente.

Recolección de Datos Cualitativos:

Se invitará a un subgrupo de los participantes seleccionados a participar en entrevistas en profundidad y grupos focales.

Instrumentos de Recolección de Datos:

Encuestas Estructuradas:

Cuestionario con preguntas cerradas y escalas de Likert para medir preferencias y comportamientos. La encuesta conlleva las siguientes preguntas. (Ver Anexo 1)

Análisis de Datos:

Cuantitativo:

Los datos recopilados mediante encuestas se analizarán utilizando métodos estadísticos descriptivos e inferenciales para identificar tendencias y relaciones significativas.

Cualitativo:

Las transcripciones de las entrevistas y grupos focales se analizarán mediante análisis temático para identificar patrones y temas recurrentes.

Presentación de Resultados

En el marco del desarrollo de nuestro plan de negocio para la introducción del yogur con leche de almendras DIALMONDS, hemos llevado a cabo un estudio de mercado en una población de 126,151 individuos. Dadas las restricciones de recursos y tiempo, realizamos un total de 200 encuestas. Si bien reconocemos que este tamaño de muestra es inferior al ideal calculado para una población de esta magnitud, hemos implementado medidas para asegurar que los resultados obtenidos sean lo más representativos posible.

Es relevante destacar que, con un tamaño de muestra de 200 encuestas, el margen de error calculado es de aproximadamente 6.92% al 95% de nivel de confianza, asumiendo una proporción esperada de 0.5. Este margen de error implica que los resultados pueden variar en $\pm 6.92\%$ respecto a los valores estimados. A pesar de esta limitación, creemos que los datos recopilados proporcionan una base sólida para entender las tendencias y

preferencias del mercado, y para tomar decisiones informadas en el desarrollo y comercialización de nuestro producto.

FIGURA 9 Encuesta P1

Edad

202 respuestas

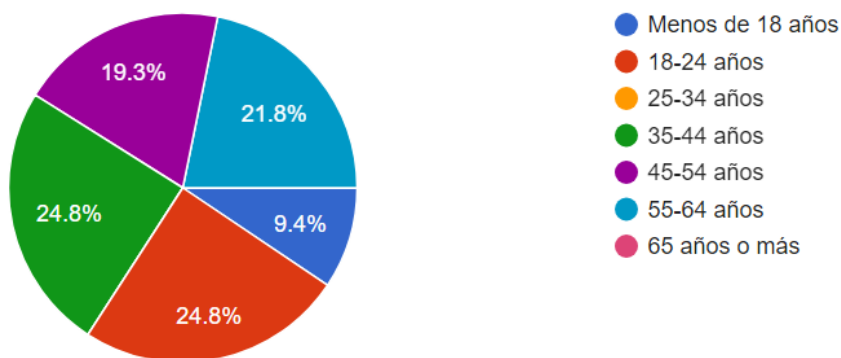


Figura: Creación Propia

La categoría de 18 a 24 años representa el 24.8% de los encuestados, indicando una predominancia de jóvenes adultos. Este grupo suele ser más receptivo a nuevas tendencias alimentarias y productos innovadores, lo que sugiere un mercado potencialmente favorable para el yogur de leche de almendras, dado su interés en alternativas más saludables y sostenibles a los productos lácteos tradicionales.

Un 24.8% de los encuestados pertenece al grupo de 35 a 44 años, lo cual es significativo. Este grupo demográfico incluye a consumidores con mayor poder adquisitivo y conciencia sobre salud y nutrición, factores que pueden incrementar su disposición a pagar por productos premium como el yogur de leche de almendras.

Las edades de 45 a 54 años y 55 a 64 años representan un 19.3% y 21.8%, respectivamente. Estos consumidores también son importantes, ya que pueden estar

buscando alternativas saludables debido a preocupaciones de salud que aumentan con la edad. La inclinación hacia productos con beneficios nutricionales específicos, como los lácteos alternativos, puede ser mayor en este segmento.

Por otro lado, solo el 9.4% de los encuestados son menores de 18 años, lo cual es esperable, ya que los menores suelen depender de las decisiones de compra de sus padres. La ausencia de encuestados mayores de 65 años puede indicar una menor disposición de este grupo a participar en encuestas o su menor interés en productos alimentarios alternativos, aunque también podría ser una limitación de la muestra.

FIGURA 10 Encuesta P2

Género

202 respuestas

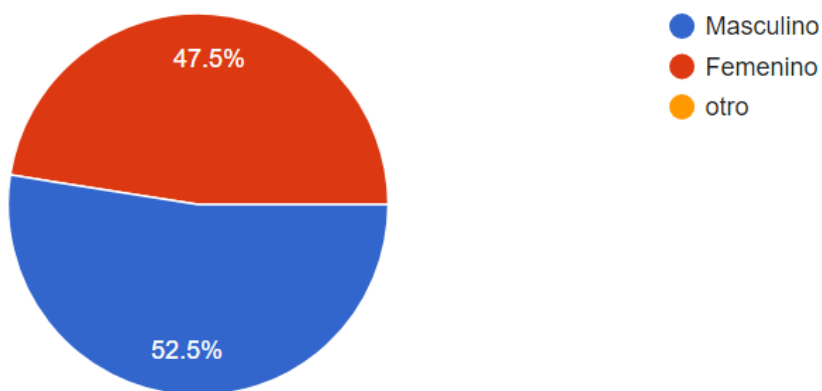


Figura: Creación Propia

El equilibrio entre los géneros es bastante equitativo, con una ligera predominancia del género masculino (52.5%) frente al femenino (47.5%). Este balance casi parejo indica que el interés en productos alternativos a los lácteos, como el yogur de leche de almendras, es similar entre hombres y mujeres, sugiriendo que la estrategia de marketing debe ser inclusiva y no sesgada hacia un género específico.

FIGURA 11 Encuesta P3

¿Con qué frecuencia consumes productos lácteos?

202 respuestas

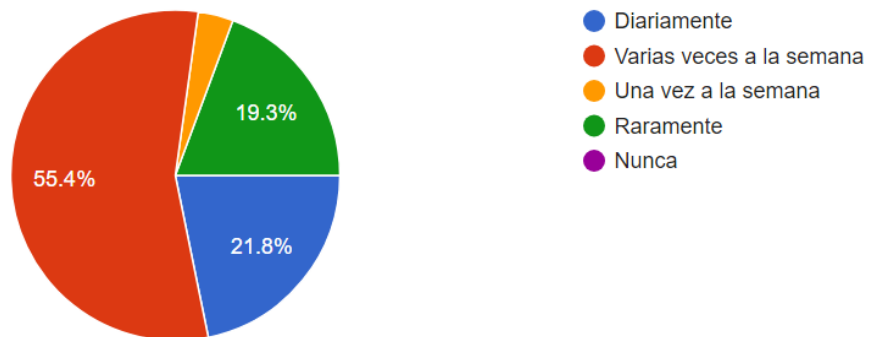


Figura: Creación Propia

Una vez a la semana (3.5%): Este grupo representa a los consumidores que integran productos lácteos en su dieta de manera más ocasional. Estrategias de marketing que promuevan el yogur de leche de almendras como un complemento perfecto para ciertos días de la semana, o como parte de un régimen dietético balanceado, podrían ser efectivas. Incentivos como descuentos o promociones específicas para el fin de semana podrían aumentar el interés y el consumo de este grupo.

Raramente (19.3%): Este grupo podría estar compuesto por personas que tienen alguna intolerancia a los lácteos, que siguen una dieta específica, o que simplemente no prefieren los productos lácteos. Para estos consumidores, es esencial comunicar los beneficios únicos del yogur de leche de almendras, como su digestibilidad para aquellos con intolerancia a la lactosa, y su origen vegetal, que puede atraer a quienes siguen dietas veganas o vegetarianas.

El análisis de la frecuencia de consumo de productos lácteos revela un mercado potencial diverso, con una mayoría significativa que consume estos productos regularmente. Las estrategias de marketing y desarrollo de producto deben estar diseñadas para satisfacer tanto a los consumidores de alta frecuencia, enfatizando la consistencia y los beneficios nutricionales, como a los de baja frecuencia, destacando la innovación y los beneficios específicos del yogur de leche de almendras. Adaptando el enfoque a las diferentes necesidades y comportamientos de estos segmentos, se puede maximizar el alcance y la aceptación del nuevo producto en el mercado.

FIGURA 12 Encuesta P4

¿Qué tipo de productos lácteos alternativos consumes con mayor frecuencia?

202 respuestas

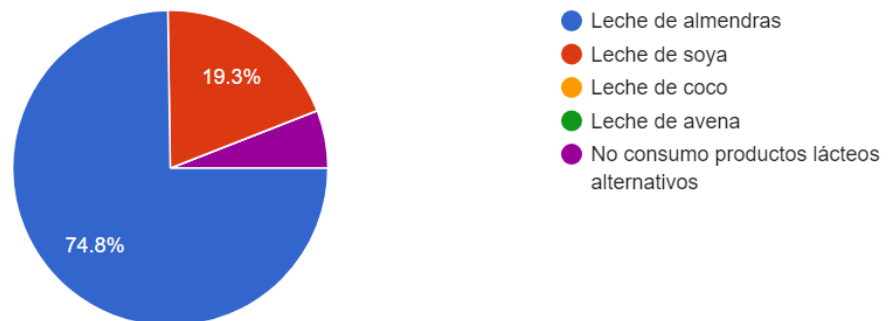


Figura: Creación Propia

La gran mayoría de los encuestados, un 74.8%, prefiere la leche de almendras sobre otros productos lácteos alternativos. Esto indica una fuerte predisposición hacia productos basados en almendras, lo cual es favorable para la introducción del yogur de leche de almendras en el mercado de Chía. La leche de soja sigue en popularidad con un 19.3%, mientras que un pequeño porcentaje (5.9%) no consume productos lácteos alternativos, lo

que sugiere un mercado limitado pero existente para aquellos que aún no han adoptado estos productos.

Las estrategias de marketing deben enfocarse en reforzar esta preferencia existente, mientras se desarrollan campañas específicas para atraer a los consumidores de leche de soya y educar a aquellos que no consumen lácteos alternativos. Aprovechando la familiaridad y aceptación ya presentes, y abordando las barreras para los otros segmentos, DIALMONDS puede maximizar su penetración y aceptación en el mercado.

FIGURA 13 Encuesta P5

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un litro de yogur de leche de almendras?

202 respuestas

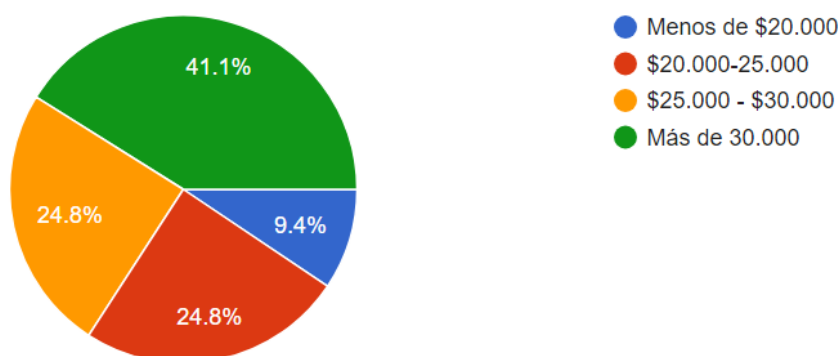


Figura: Creación Propia

La disposición a pagar por un litro de yogur de leche de almendras varía considerablemente entre los encuestados, con una notable concentración en los rangos más altos de precio. El 41.1% de los encuestados está dispuesto a pagar más de 30,000 COP, lo que sugiere un segmento significativo del mercado con alta percepción de valor y capacidad adquisitiva. Además, los grupos que están dispuestos a pagar entre 20,000 y 30,000 COP suman el 49.6%, indicando un mercado potencial adicional considerable. Solo

el 9.4% prefiere pagar menos de 20,000 COP, lo cual es un segmento menor que podría ser menos relevante para productos premium.

Las estrategias de marketing deben centrarse en reforzar la percepción de calidad y valor del producto, justificando el precio premium a través de la educación del consumidor, promociones estratégicas y la oferta de un producto diferenciado. Al abordar eficazmente estos segmentos, DIALMONDS puede establecer una presencia sólida en el mercado y optimizar sus márgenes de ganancia.

FIGURA 14 Encuesta P6

¿Qué sabores de yogur prefieres?

202 respuestas

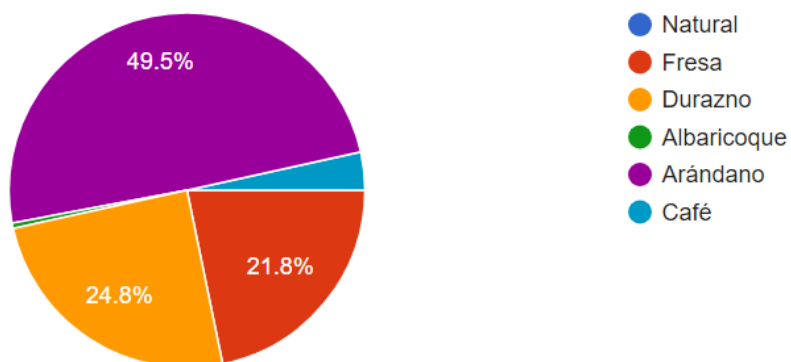


Figura: Creación Propia

En la encuesta, los resultados muestran que el sabor de yogur de leche de almendras más preferido por los encuestados es el de arándano, con un 49.5% de las respuestas. Le sigue el sabor de durazno, con un 24.8% de preferencia, y luego el sabor de fresa, con un 21.8%. El resto de los encuestados prefirió el sabor de café.

Esta información es crucial para el desarrollo de productos y estrategias de marketing. DIALMONDS puede utilizar estos datos para enfocar sus esfuerzos en la

producción y promoción de los sabores de yogur de leche de almendras más populares entre los consumidores, como el arándano, mientras que también puede considerar estrategias para mejorar la aceptación de sabores menos preferidos, como el café, a través de la innovación en el desarrollo de productos o campañas de marketing específicas para resaltar sus cualidades únicas.

FIGURA 15 Encuesta P7

¿Con qué frecuencia estarías dispuesto a comprar yogur de leche de almendras?

202 respuestas

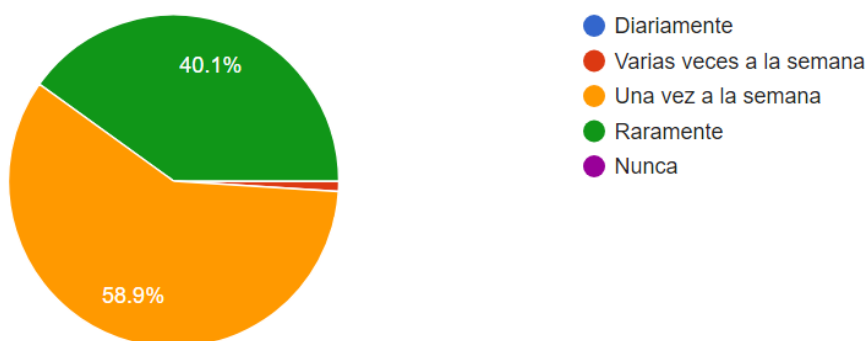


Figura: Creación Propia

Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los encuestados, un 58.9%, indicaron que estarían dispuestos a comprar yogur de leche de almendras una vez a la semana. Un 40.1% dijo que lo compraría raramente y solo un pequeño porcentaje optaría por comprarlo varias veces a la semana.

Para DIALMONDS, esta información sugiere que la mayoría de los consumidores potenciales están interesados en adquirir yogur de leche de almendras de forma regular, lo que representa una oportunidad significativa para captar y retener clientes. Por lo tanto, la estrategia de marketing y distribución debe enfocarse en asegurar una presencia constante en los puntos de venta preferidos por los consumidores, así como en comunicar los

beneficios del producto que incentiven la compra recurrente, como su valor nutricional, variedad de sabores y conveniencia. Además, se podría considerar la promoción de paquetes o descuentos para aquellos que deseen comprar el producto con mayor frecuencia.

FIGURA 16 Encuesta P8

¿Dónde sueles comprar productos lácteos alternativos?

202 respuestas

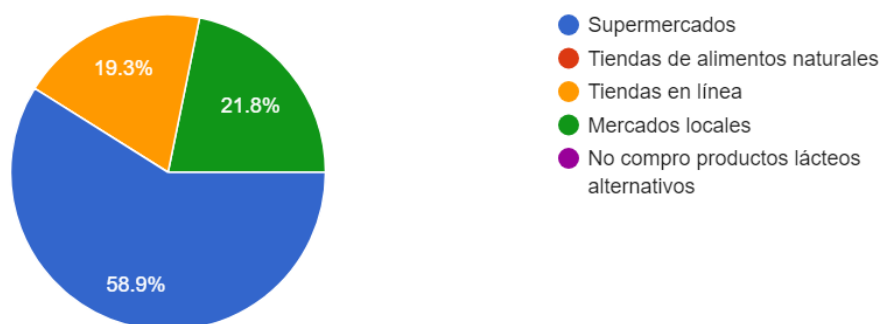


Figura: Creación Propia

Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los encuestados, un 58.9%, indicaron que su lugar preferido para comprar productos lácteos alternativos es el supermercado. Un 21.8% dijo que los compra en mercados locales y un 19.3% opta por comprar en tiendas en línea.

Estos datos son importantes para DIALMONDS, ya que brindan información sobre los canales de distribución más populares entre los consumidores de productos lácteos alternativos. En consecuencia, la estrategia de distribución de DIALMONDS debería priorizar la presencia en supermercados, asegurando una ubicación destacada en los estantes y una fuerte visibilidad en estas tiendas. Además, considerar la expansión a través de mercados locales y la presencia en tiendas en línea podría ayudar a alcanzar a aquellos consumidores que prefieren estas opciones de compra. La colaboración con supermercados,

mercados locales y plataformas en línea también podría ser una estrategia efectiva para aumentar la visibilidad y la disponibilidad del producto.

FIGURA 17 Encuesta P9

¿Qué factores consideras más importantes al elegir un yogur?

202 respuestas

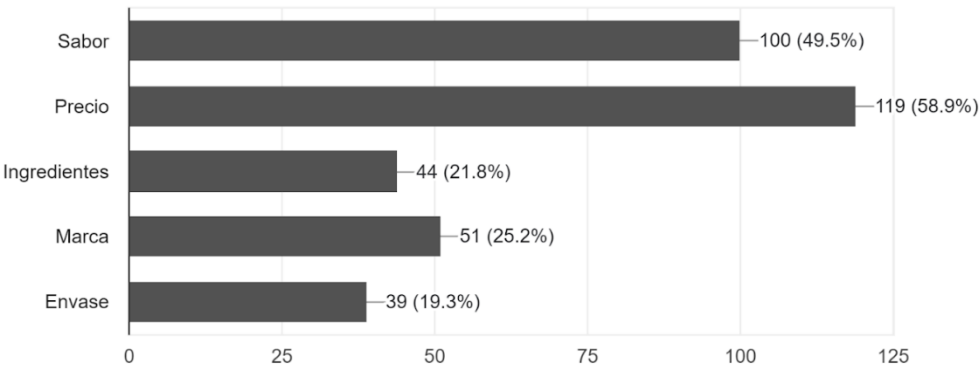


Figura: Creación Propia

Según la encuesta, los factores considerados más importantes al elegir un yogur son el precio, el sabor y los ingredientes, con porcentajes del 58.9%, 49.5% y 21.8% respectivamente. Un 25.2% de los encuestados mencionó la marca como un factor importante, mientras que un 19.3% valoró el envase ecológico.

Estos resultados indican que, si bien el precio y el sabor son factores decisivos para la mayoría de los consumidores al elegir un yogur, también hay un interés significativo en los ingredientes y la marca. Por lo tanto, DIALMONDS debe centrarse en ofrecer un producto de alta calidad a un precio competitivo, al mismo tiempo que resalta sus sabores distintivos y sus ingredientes naturales. Además, la construcción de una marca sólida y la adopción de prácticas sostenibles en el envasado podrían ayudar a diferenciar el producto y atraer a consumidores preocupados por el medio ambiente.

FIGURA 18 Encuesta P10

¿Qué tan probable es que recomiendes yogur de leche de almendras a otras personas?

202 respuestas

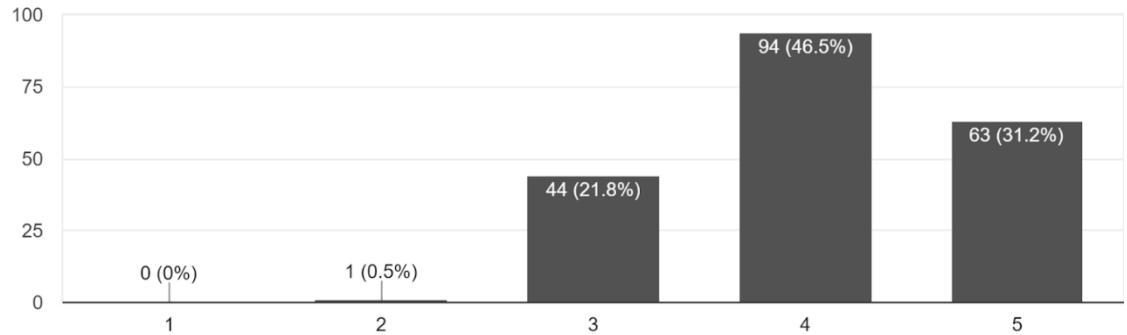


Figura: Creación Propia

Según los resultados de la encuesta, el 46.5% de los encuestados considera "muy probable" recomendar el yogur de leche de almendras a otras personas, mientras que el 31.2% lo considera "probable". Estos porcentajes sugieren que hay un nivel considerable de disposición por parte de los consumidores a recomendar este producto a otros.

Para aprovechar esta disposición, DIALMONDS podría implementar estrategias de marketing boca a boca, como programas de referidos o incentivos para clientes que recomienden el producto a sus amigos y familiares. Además, podría enfocarse en generar contenido compartible en redes sociales que resalte los beneficios del yogur de leche de almendras y anime a los clientes a compartir sus experiencias con la marca. Esto podría ayudar a ampliar el alcance de la marca y atraer a nuevos consumidores a través de recomendaciones personales.

FIGURA 19 Encuesta P11

¿Estás interesado en productos alimenticios sostenibles y ecológicos?
202 respuestas

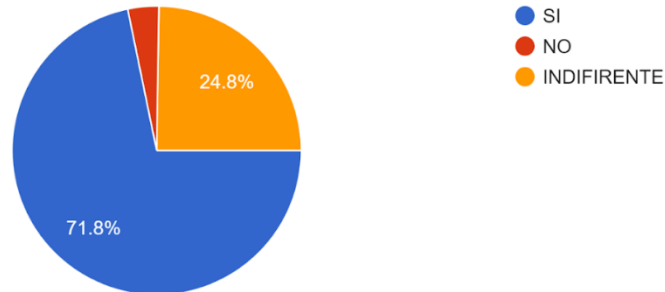


Figura: Creación Propia

Según la encuesta, el 71.8% de los encuestados expresó interés en productos alimenticios sostenibles y ecológicos. Esto indica una demanda significativa dentro del mercado local por productos que no solo sean saludables para el consumidor, sino también amigables con el medio ambiente.

DIALMONDS podría capitalizar este interés posicionando su producto como una opción alimenticia sostenible y ecológica. Podría destacar aspectos como el uso de envases reciclables, ingredientes naturales y procesos de producción respetuosos con el medio ambiente en su estrategia de marketing. Además, podría considerar obtener certificaciones de sostenibilidad o participar en programas de responsabilidad social corporativa para reforzar su compromiso con la eco-sostenibilidad. Esto no solo atraería a consumidores conscientes del medio ambiente, sino que también ayudaría a diferenciar el producto en un mercado cada vez más competitivo.

FIGURA 20 Encuesta P12

¿Padeces alguna intolerancia o alergia a los productos lácteos?

202 respuestas

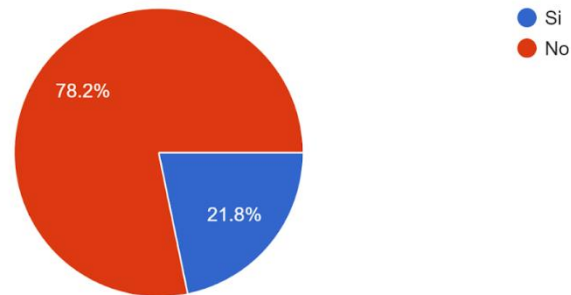


Figura: Creación Propia

La encuesta revela que el 21.8% de los encuestados padecen alguna intolerancia o alergia a los productos lácteos, mientras que el 78.2% no reportan ninguna intolerancia o alergia. Este hallazgo sugiere que existe un segmento significativo de la población que busca alternativas a los productos lácteos tradicionales debido a problemas de salud relacionados con la intolerancia o alergia a los lácteos.

Para DIALMONDS, esto representa una oportunidad importante para posicionarse como una opción viable para este segmento de mercado. Puede destacar en su estrategia de marketing que su producto es una alternativa sin lácteos, adecuada para personas con intolerancias o alergias a los lácteos. Además, podría enfocarse en comunicar los beneficios para la salud de su yogur de leche de almendras, que incluyen la ausencia de lactosa y la digestión más fácil para aquellos con sensibilidades alimentarias.

Al dirigirse específicamente a este segmento de mercado, DIALMONDS puede diferenciarse de sus competidores y establecer una posición sólida en el mercado de

productos lácteos alternativos. Esto requeriría un enfoque estratégico en la comunicación de los beneficios para la salud y la compatibilidad con diversas necesidades dietéticas, lo que puede generar una mayor lealtad de los consumidores y aumentar la cuota de mercado de la marca.

El análisis detallado de la encuesta revela información valiosa sobre el mercado local de Chía en relación con el yogur de leche de almendras. En primer lugar, la muestra de encuestados refleja una distribución demográfica equilibrada en términos de edad y género, lo que sugiere que es representativa de la población objetivo. Esto es crucial para garantizar que las conclusiones obtenidas sean aplicables al mercado en general.

Conclusión estudio de mercado

La frecuencia de consumo de productos lácteos alternativos es alta, con más de la mitad de los encuestados indicando que los consumen varias veces a la semana. Además, la mayoría de los encuestados prefieren la leche de almendras sobre otras alternativas, lo que indica una tendencia establecida hacia este tipo de producto. Esto ofrece una oportunidad estratégica para DIALMONDS al ingresar al mercado, ya que existe una base sólida de consumidores potenciales que ya están familiarizados con productos lácteos alternativos.

En cuanto a la disposición a pagar, la encuesta revela que la mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar un precio premium por yogur de leche de almendras. Esto sugiere que existe una percepción de valor asociada con este tipo de producto. Esta percepción de valor se ve respaldada por la preferencia de sabor, con los sabores de arándano y durazno siendo los más populares entre los encuestados. Esto destaca la importancia de la calidad del sabor para captar la atención y la lealtad del cliente.

Además, la disposición a comprar yogur de leche de almendras una vez a la semana indica una demanda constante y recurrente. La preferencia por comprar en supermercados

también es significativa, ya que estos canales de distribución ofrecen una amplia exposición y accesibilidad a los consumidores.

El análisis detallado de la encuesta proporciona una visión clara de las oportunidades y desafíos para la introducción de DIALMONDS en el mercado. Con una base sólida de consumidores potenciales y una demanda establecida, DIALMONDS está bien posicionado para capitalizar el interés creciente en los productos lácteos alternativos y satisfacer las necesidades de los consumidores locales.

análisis de la Demanda

Chía es un municipio ubicado en el departamento de Cundinamarca, conocido por su cercanía a Bogotá y su creciente desarrollo urbano. El análisis demográfico de Chía revela varios aspectos clave sobre su población, estructura de hogares, acceso a servicios y características socioeconómicas.

Los siguientes datos que serán presentados, esta soportados en los informes que expone el DANE en 2015.

Composición de Hogares

El tamaño de los hogares en Chía varía considerablemente, reflejando una diversidad en la estructura familiar. Los datos muestran que:

- 18,7% de los hogares tienen cuatro personas: Este porcentaje indica que una parte significativa de la población vive en hogares de tamaño mediano, lo cual es típico en áreas suburbanas que combinan espacios residenciales y comerciales.
- 22,0% de los hogares tienen cinco personas: Este es el segundo grupo más grande, lo que sugiere la presencia de familias numerosas en el municipio.

- 23,6% de los hogares tienen seis personas o más: Este grupo es el más numeroso, lo que destaca una tendencia hacia familias extensas o la cohabitación de varias generaciones bajo el mismo techo.

La prevalencia de hogares grandes puede tener implicaciones en la planificación de servicios educativos, sanitarios y recreativos, dado que las necesidades de estos grupos familiares tienden a ser mayores y más variadas.

Dificultades en Actividades Diarias

Un 5,9% de la población censada en Chía reporta dificultades para realizar actividades diarias. Esta estadística es crucial para la planificación de servicios de salud y apoyo social, indicando la necesidad de infraestructura accesible y programas de asistencia para personas con discapacidades o limitaciones físicas.

Viviendas y Acceso a Servicios Públicos

La mayoría de las viviendas en Chía son casas, con una minoría de apartamentos y otros tipos de viviendas:

- 86,5% de las viviendas son casas: Esto refleja una estructura residencial predominantemente horizontal, característica de áreas suburbanas.
- 9,6% son apartamentos: Aunque es un porcentaje pequeño, indica una tendencia hacia la urbanización y el desarrollo de complejos residenciales verticales.
- 3,9% corresponden a otros tipos de viviendas: Este grupo puede incluir viviendas temporales, informales o no convencionales.

En cuanto a los servicios públicos, Chía muestra una alta cobertura en algunos servicios esenciales, aunque hay áreas que requieren mejoras:

- 98,6% de las viviendas tienen conexión a energía eléctrica: La casi universal disponibilidad de electricidad es un indicativo del desarrollo infraestructural avanzado en el municipio.
- 91,7% cuentan con acueducto: La amplia cobertura de agua potable asegura la salud y bienestar de la población.
- 75,5% tienen alcantarillado: Este porcentaje, aunque alto, sugiere que hay un 24,5% de las viviendas que podrían no tener acceso a un sistema de saneamiento adecuado, lo cual es un área de mejora significativa.
- 19,9% tienen conexión a gas natural: La baja cobertura de gas natural podría estar relacionada con la infraestructura existente y la necesidad de expandir este servicio para mejorar la calidad de vida de los residentes.

Pertenencia Étnica y Alfabetismo

La diversidad étnica y el nivel educativo son también aspectos importantes del perfil demográfico de Chía:

- 5,9% de la población se reconoce como perteneciente a algún grupo étnico: Esto refleja una cierta diversidad cultural, aunque no es tan pronunciada como en otras regiones del país.
- El nivel de alfabetismo en Chía es alto: Con una amplia mayoría de la población alfabetizada, el municipio demuestra un buen desempeño en términos de

educación básica. La asistencia escolar es alta en los primeros años, con el 64,1% de los niños de 3 a 5 años asistiendo a establecimientos educativos formales, y aumentando significativamente en edades escolares mayores.

Actividad Económica y Ocupación

El análisis también muestra que un porcentaje significativo de hogares en Chía tiene actividad económica en sus viviendas:

- 5,5% de los hogares tienen actividad económica en sus viviendas: Esto puede incluir negocios familiares, tiendas, talleres o actividades productivas realizadas desde el hogar, indicando una economía local dinámica y emprendedora.

En términos de la distribución de la población según el lugar de nacimiento:

- 30,5% de la población de Chía nació en el municipio: Esto sugiere que una mayoría significativa de los residentes han inmigrado desde otros lugares, reflejando el atractivo del municipio como lugar de residencia debido a su proximidad a Bogotá y las oportunidades de desarrollo.

El perfil demográfico de Chía presenta una serie de características que lo convierten en un mercado atractivo para el yogurt de leche de almendras. La predominancia de familias numerosas, con un significativo 23,6% de los hogares con seis personas o más, sugiere una demanda potencial alta para productos alimenticios que puedan satisfacer las necesidades de múltiples miembros del hogar. Las viviendas con buen acceso a servicios

públicos esenciales aseguran que los consumidores pueden almacenar y mantener productos perecederos como el yogurt.

El alto nivel de alfabetización y educación indica que los consumidores en Chía están bien informados y probablemente sean receptivos a productos innovadores y saludables. La creciente tendencia hacia la urbanización y la diversidad étnica también sugieren una apertura hacia nuevas experiencias alimenticias, incluyendo alternativas más saludables y sostenibles como el yogurt de leche de almendras.

Por lo tanto, Chía representa un mercado con un amplio potencial para la introducción y crecimiento del yogurt de leche de almendras, apoyado por una base de consumidores educados, diversos y con necesidades de productos nutritivos que puedan ser integrados fácilmente en sus rutinas diarias.

Nicho de Mercado

El nicho de mercado para el yogurt de leche de almendras se extiende más allá de Chía y abarca una amplia gama de consumidores preocupados por la salud, conscientes del medio ambiente y con diversas preferencias dietéticas en todo el mundo. (Perea Quesada, 2010).

Aunque Chía proporciona un contexto específico para comprender este nicho, hay tendencias y características demográficas que se aplican a nivel global:

1. Conciencia de la Salud: En todo el mundo, hay una creciente preocupación por adoptar hábitos de vida más saludables, lo que incluye una mayor atención a la calidad de los alimentos que consumimos. El yogurt de leche de almendras se presenta como una alternativa atractiva para aquellos que desean reducir su ingesta de lácteos o que tienen intolerancia a la lactosa. (Sanches et al, 2017)

2. **Preferencias Alimentarias:** La diversidad en las preferencias alimentarias impulsa la demanda de opciones al yogurt lácteo tradicional. Desde personas con intolerancias alimentarias hasta aquellos que siguen dietas veganas o vegetarianas, el yogurt de leche de almendras ofrece una opción inclusiva y versátil para una amplia audiencia. (Perea Quesada, 2010).

3. **Sostenibilidad y Ética:** Los consumidores están cada vez más preocupados por el impacto ambiental y ético de sus decisiones de compra. El yogurt de leche de almendras, al ser una alternativa basada en plantas, se percibe como más sostenible en términos de uso de recursos hídricos y emisiones de gases de efecto invernadero en comparación con los productos lácteos convencionales. (Sanches et al, 2017)

4. **Estilo de Vida Urbano:** En entornos urbanos donde la vida es rápida y el tiempo es valioso, los productos convenientes y listos para consumir como el yogurt encajan perfectamente en las rutinas diarias. El yogurt de leche de almendras, en particular, es apreciado por su conveniencia y su naturaleza lista para comer.

5. **Mercado en Expansión:** A medida que aumenta la demanda de productos lácteos alternativos, el mercado de yogurt de leche de almendras está experimentando un crecimiento significativo. Este crecimiento se ve respaldado por la innovación en sabores, formatos y estrategias de marketing que hacen que el producto sea más atractivo para una variedad de consumidores. (Muñoz, J. F. V. 2016)

Determinación de Precio

Determinar el precio de un producto como el yogurt de leche de almendras, en este caso representado por DIALMONDS, requiere un equilibrio delicado entre varios factores. Al analizar los precios en portales web de comercialización como Éxito, Carulla, Olímpica

y cadenas de naturistas, se observa un rango de precios establecido entre 25.000 y 30.000 pesos colombianos por litro. Esta información proporciona una referencia importante sobre las expectativas del mercado y la disposición del consumidor a pagar por este tipo de producto.

Sin embargo, el precio final de venta al público no puede determinarse únicamente en función de los precios observados en el mercado. Es crucial considerar los costos de fabricación del producto. Según los análisis preliminares en el estudio de costos para la producción de un litro de yogurt DIALMONDS, estos oscilan entre 17.000 y 18.000 pesos colombianos. Este rango de costos incluye los gastos asociados con la adquisición de materias primas, producción, envasado, distribución y otros costos operativos.

Al evaluar estos datos, es evidente que existe un margen significativo entre el costo de fabricación y el rango de precios observado en el mercado. Esto ofrece una oportunidad para establecer un precio competitivo que permita obtener un margen de beneficio saludable mientras se mantiene la atractividad del producto para los consumidores.

Considerando los costos estimados de fabricación y los análisis preliminares del mercado, se sugiere establecer un precio competitivo para el yogurt DIALMONDS que refleje su calidad y características únicas. Dado que el rango de precios observado en el mercado para productos similares está entre 25.000 y 30.000 pesos colombianos por litro, y considerando los costos de producción mencionados, se podría proponer un precio inicial en el rango medio de esta franja, alrededor de los 27.000 pesos colombianos por litro. Sin embargo, este precio sugerido debe ser ajustado según la percepción del valor del producto por parte de los consumidores, así como la estrategia de posicionamiento de la marca en el mercado. Además, se deberá realizar un monitoreo continuo de los precios de la competencia y las preferencias del consumidor para realizar ajustes según sea necesario y

garantizar la competitividad y rentabilidad del producto a largo plazo, ajustado a la siguiente estrategia.

Estrategia de Pricing

Análisis de la Competencia

Éxito y Carulla: Tiendas premium que manejan marcas reconocidas y de alta calidad. Los precios en estas tiendas oscilan entre 25.000 y 30.000 COP por litro para productos similares.

Olímpica y Cadenas de Naturistas: En estos puntos de venta, los precios pueden ser algo menores, especialmente si se enfoca en productos menos reconocidos pero con buen contenido de calidad.

Estrategia de Posicionamiento

Producto Premium: DIALMONDS podría posicionarse como un producto premium dada su base de leche de almendras, enfocándose en un público que valora la salud, la sostenibilidad y la calidad.

Marketing Diferenciado: Resaltar características únicas como "hecho con almendras 100% orgánicas", "sin conservantes artificiales", o "alto en proteínas y bajo en azúcar" puede justificar un precio más elevado.

Estrategia de Precio

Precio de Penetración: Iniciar con un precio competitivo alrededor de 25.000 COP por litro para ganar mercado y atraer a consumidores que buscan alternativas saludables. Este precio inicial está en la parte baja del rango observado en el mercado, lo que puede facilitar la entrada y la prueba del producto.

Ajuste Gradual: Una vez que el producto haya ganado tracción y reconocimiento, considerar un ajuste gradual hacia el rango superior (27.000-30.000 COP por litro) para maximizar márgenes, siempre que la percepción del valor y la demanda lo justifiquen.

Descuentos y Promociones: Ofrecer promociones como "compra dos y ahorra" o descuentos por volumen en cadenas como Olímpica podría incentivar compras repetidas y mayores volúmenes.

Monitoreo y Ajustes

Evaluación Continua: Monitorear los precios de la competencia, la elasticidad de la demanda y la respuesta del consumidor para hacer ajustes rápidos.

Estrategia de Fidelización: Implementar programas de fidelización o alianzas con tiendas naturistas o gimnasios para mantener la lealtad del cliente y justificar un precio premium.

Consideraciones Adicionales

Costos Variables: Ajustar el precio según los cambios en los costos de materias primas o cambios en la estructura de costos de distribución.
suelen estar dispuestos a pagar un poco más por conveniencia.

Con esta estrategia, DIALMONDS puede posicionarse competitivamente en el mercado, capturando un segmento de consumidores que busca productos saludables y de alta calidad, mientras maximiza el margen de beneficio y mantiene su competitividad frente a la competencia.

Pronóstico de Ventas

Para calcular un pronóstico de ventas basado en la muestra de encuestados, primero necesitamos determinar cuántas personas de la población total comprarían el yogur a la semana.

Dado que el 58.9% de los encuestados compraría el yogur a la semana, podemos usar esta proporción para estimar la cantidad de personas en la población total que comprarían el yogur semanalmente. Luego, podemos multiplicar este porcentaje por el tamaño total de la población de Cundinamarca para obtener una estimación de cuántas personas comprarían el yogur.

Número de personas que comprarían el yogur a la semana = Porcentaje de encuestados que comprarían el yogur $\times$ Tamaño total de la población

Número de personas que comprarían el yogur a la semana = 0.589×126151

Número de personas que comprarían el yogur a la semana = 74295.439

Este número representa la cantidad estimada de personas que comprarían el yogur semanalmente en la población de Cundinamarca.

Por ahora no se proporciona un precio para el yogur, por lo que no podemos calcular las ventas en términos de valor monetario hasta después de identificar el precio en el estudio financiero. Sin embargo, se puede utilizar este número para proyectar las unidades vendidas en un período de tiempo específico sin necesidad de asumir un precio de venta.

Teniendo en cuenta que no se cuenta con la capacidad de producción para este mercado se justifica que la producción a 500 unidades semanales se fundamenta en la capacidad eventual de la planta de producción de yogur y en los recursos disponibles en

esta etapa inicial del proyecto. Si bien la demanda potencial indicada por las encuestas es considerable, la capacidad de producción está restringida por factores como el espacio, la mano de obra y los equipos disponibles. Además, esta limitación también puede ser resultado de los recursos iniciales asignados al proyecto, como capital, infraestructura y personal, que pueden no ser suficientes para una producción a mayor escala.

Es importante considerar que iniciar con una capacidad de producción más modesta permite una gestión más eficiente de los recursos y una adaptación gradual al mercado, lo que es especialmente relevante dado el potencial de crecimiento esperado. A medida que el proyecto se consolide y se obtengan más recursos, la capacidad de producción podría aumentar para satisfacer una mayor demanda, pero comenzar con un límite de 500 unidades semanales proporciona una base sólida para el desarrollo futuro del negocio.

PLAN DE MERCADO

Estrategia de distribución

La estrategia de distribución para el yogurt DIALMONDS se centrará en garantizar una amplia disponibilidad del producto en puntos de venta estratégicos para maximizar su alcance y accesibilidad para los consumidores. Se buscará establecer alianzas con cadenas de supermercados reconocidas, como Éxito, Carulla y Olímpica, así como con tiendas naturistas y otros establecimientos minoristas especializados en productos saludables.

Al igual que explorar oportunidades para la distribución en línea a través de plataformas de comercio electrónico, lo que permitirá llegar a un segmento más amplio de consumidores y facilitará la compra conveniente desde cualquier ubicación. La distribución se enfocará en garantizar una cobertura adecuada en áreas urbanas y suburbanas, así como en zonas de alto tráfico y concentración de consumidores conscientes de la salud y

preocupados por la sostenibilidad. Se implementarán estrategias logísticas eficientes para garantizar la disponibilidad constante del producto en los puntos de venta, minimizando los tiempos de reposición y asegurando una frescura óptima para los consumidores.

Además, se establecerán programas de capacitación para el personal de ventas y promotores, con el fin de impulsar la conciencia de marca y promover las características y beneficios del yogurt DIALMONDS en el punto de venta, lo que contribuirá a aumentar la demanda y la fidelidad del cliente.

Además de las cadenas de supermercados y tiendas naturistas, se explorarán asociaciones con plataformas de suscripción de alimentos y servicios de entrega a domicilio, como Rappi o Domicilios.com, para llegar a consumidores que prefieren recibir productos en casa. También se considerarán alianzas con cafeterías y restaurantes que deseen ofrecer yogurt DIALMONDS como parte de su menú saludable.

Optimización de Logística y Cadena de Suministro: Se implementarán sistemas de gestión de inventario avanzados para asegurar que los puntos de venta siempre cuenten con el stock necesario. Se evaluarán estrategias como la logística de distribución centralizada o la distribución directa desde la planta de producción para reducir tiempos de entrega y costos operativos. Además, se aplicarán prácticas de sostenibilidad en la cadena de suministro, como el uso de embalajes reciclables y optimización de rutas de transporte para reducir la huella de carbono.

Segmentación Geográfica: Se realizará un análisis geográfico para identificar las regiones con mayor potencial de mercado, basándose en datos demográficos y tendencias de consumo de productos saludables. Esto permitirá enfocar esfuerzos en áreas específicas donde la demanda es alta y adaptar la estrategia de distribución a las características locales de cada región.

Estrategias de promoción.

Las estrategias de promoción para el yogurt DIALMONDS se enfocarán en destacar sus atributos únicos y beneficios para la salud, así como en aumentar su visibilidad y atracción para el consumidor. Se implementarán diversas tácticas de marketing que abarquen tanto los canales tradicionales como los digitales para llegar a una audiencia diversa y ampliar su alcance. Se llevarán a cabo campañas publicitarias atractivas en medios impresos, televisión y radio, destacando los ingredientes naturales, el sabor exquisito y la calidad superior del producto. Además, se aprovecharán las redes sociales y el marketing de influencers para generar interacción con los consumidores, promover la participación y crear una comunidad en línea en torno a la marca DIALMONDS.

Se organizan eventos promocionales en puntos de venta clave, ofreciendo degustaciones gratuitas y muestras del producto para permitir a los consumidores experimentar su delicioso sabor y textura. También se llevarán a cabo promociones especiales, descuentos y concursos para incentivar la compra y generar interés en el producto. Además, se establecerán alianzas estratégicas con nutricionistas y expertos en salud para respaldar las afirmaciones de beneficios para la salud del yogurt DIALMONDS y aumentar su credibilidad entre los consumidores preocupados por su bienestar.

La comunicación directa con los consumidores a través de boletines informativos, correos electrónicos y mensajes de texto también será una parte integral de la estrategia de promoción, brindando información relevante sobre nuevos sabores, promociones especiales y consejos de salud.

Las estrategias de promoción estarán diseñadas para aumentar la conciencia de marca, impulsar las ventas y establecer una conexión emocional con los consumidores,

posicionando al yogurt DIALMONDS como la elección preferida para aquellos que buscan una opción deliciosa y saludable.

Marketing de Contenidos: Se creará contenido de valor en formato de blogs, videos y publicaciones en redes sociales que eduquen a los consumidores sobre los beneficios del yogurt DIALMONDS y su origen sostenible. Se promoverán historias sobre la producción del yogurt, entrevistas con nutricionistas y recetas creativas utilizando el producto.

Eventos y Patrocinios: Además de las degustaciones en puntos de venta, se patrocinarán eventos relacionados con la salud y el bienestar, como carreras y ferias de productos orgánicos. También se organizarán talleres y charlas sobre nutrición en colaboración con expertos y nutricionistas reconocidos.

Programas de Embajadores de Marca: Se desarrollarán programas de embajadores de marca para involucrar a clientes leales y personalidades influyentes en la promoción del yogurt DIALMONDS. Estos embajadores podrán ofrecer descuentos exclusivos, realizar reseñas y compartir su experiencia en sus plataformas de redes sociales.

Publicidad

Se centrará en cuatro elementos clave: producto, precio, plaza (distribución) y promoción. En cuanto al producto, se destacarán sus características únicas, como su base de leche de almendras, su sabor exquisito y su perfil nutricional saludable, resaltando sus beneficios para la salud y su compatibilidad con diversas dietas y preferencias alimentarias. Se ofrecerán diferentes presentaciones y sabores para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores.

En cuanto al precio, se establecerán estrategias que reflejen el valor percibido del producto, teniendo en cuenta los costos de producción, la competencia en el mercado y la

disposición del consumidor a pagar por un producto premium y de alta calidad. Se considerarán diferentes niveles de precios para llegar a una amplia gama de consumidores, manteniendo al mismo tiempo la rentabilidad del negocio.

En cuanto a la plaza o distribución, se implementará una estrategia que permita a los consumidores acceder al producto de manera conveniente y eficiente. Y para la promoción, se desarrollarán campañas publicitarias integrales que destaquen los atributos del producto y sus beneficios para la salud. Se utilizarán diversos medios de comunicación, como televisión, radio, prensa, redes sociales y marketing digital, para llegar a una audiencia amplia y diversa. Se llevarán a cabo eventos promocionales, degustaciones y muestras gratuitas en puntos de venta clave para generar interés y aumentar la prueba del producto. Además, se establecerán alianzas estratégicas con influencers y expertos en salud para respaldar las afirmaciones del producto y aumentar su credibilidad entre los consumidores.

Estrategia de Segmentación de Mercado: Se implementarán campañas publicitarias segmentadas basadas en análisis de datos de consumidores para dirigir mensajes específicos a diferentes grupos demográficos, como personas interesadas en dietas veganas, deportistas o familias preocupadas por la salud. Se utilizarán herramientas de análisis de datos para ajustar las campañas en tiempo real y mejorar su efectividad.

Campañas Integradas: Se desarrollarán campañas integradas que combinen publicidad tradicional con digital. Por ejemplo, se podrán utilizar anuncios de televisión para crear conciencia general y redirigir a los consumidores a plataformas digitales donde puedan obtener más información y promociones exclusivas.

Innovación en Publicidad: Se explorarán formatos innovadores de publicidad, como realidad aumentada y experiencias interactivas en línea, para atraer la atención de los

consumidores de manera novedosa y memorable. Estas tecnologías pueden utilizarse en campañas de redes sociales y aplicaciones móviles.

Fidelización y posventa

Para fomentar la fidelización de los clientes hacia el yogurt DIALMONDS, se implementará un programa de recompensas que ofrecerá descuentos y promociones exclusivas. Se llevarán a cabo degustaciones en tiendas y eventos de marca para que los clientes puedan interactuar con el producto. Se mantendrá una comunicación activa con los clientes a través de diversos canales, como redes sociales, chat en vivo y atención telefónica, para resolver sus dudas y recibir sus comentarios. Se aprovecharán las plataformas digitales para compartir contenido relevante y personalizado, como recetas y consejos de salud, con el fin de fortalecer la comunidad en torno al yogurt DIALMONDS y cultivar relaciones duraderas con los consumidores.

Para garantizar una experiencia positiva después de la compra, se implementará un sólido programa de atención posventa. Esto incluirá un servicio de atención al cliente ágil y eficiente, disponible a través de diversos canales como teléfono, correo electrónico y chat en línea. Se comprometerá a resolver cualquier problema o inquietud que puedan tener los clientes con respecto al producto, ofreciendo reemplazos o reembolsos según corresponda. Además, se recopilarán comentarios y sugerencias de los clientes para mejorar continuamente los productos.

Programa de Recompensas Personalizado: El programa de recompensas se personalizará en función de los hábitos de compra y preferencias de cada cliente. Se ofrecerán recompensas basadas en puntos que los clientes podrán canjear por descuentos, productos exclusivos o eventos especiales. Además, se desarrollarán promociones dirigidas a fomentar la compra recurrente, como descuentos para suscriptores mensuales.

Comunicación Continua y Feedback: Se establecerán canales de comunicación continua a través de encuestas y foros en línea donde los clientes puedan compartir sus opiniones y sugerencias. Esta información se utilizará para hacer mejoras en el producto y en los servicios ofrecidos.

Atención al Cliente Proactiva: La atención posventa no solo se centrará en resolver problemas, sino también en anticiparse a las necesidades de los clientes. Se implementará un sistema de seguimiento proactivo para contactar a los clientes después de la compra y ofrecerles ayuda o recomendaciones adicionales, fortaleciendo así la relación con la marca.

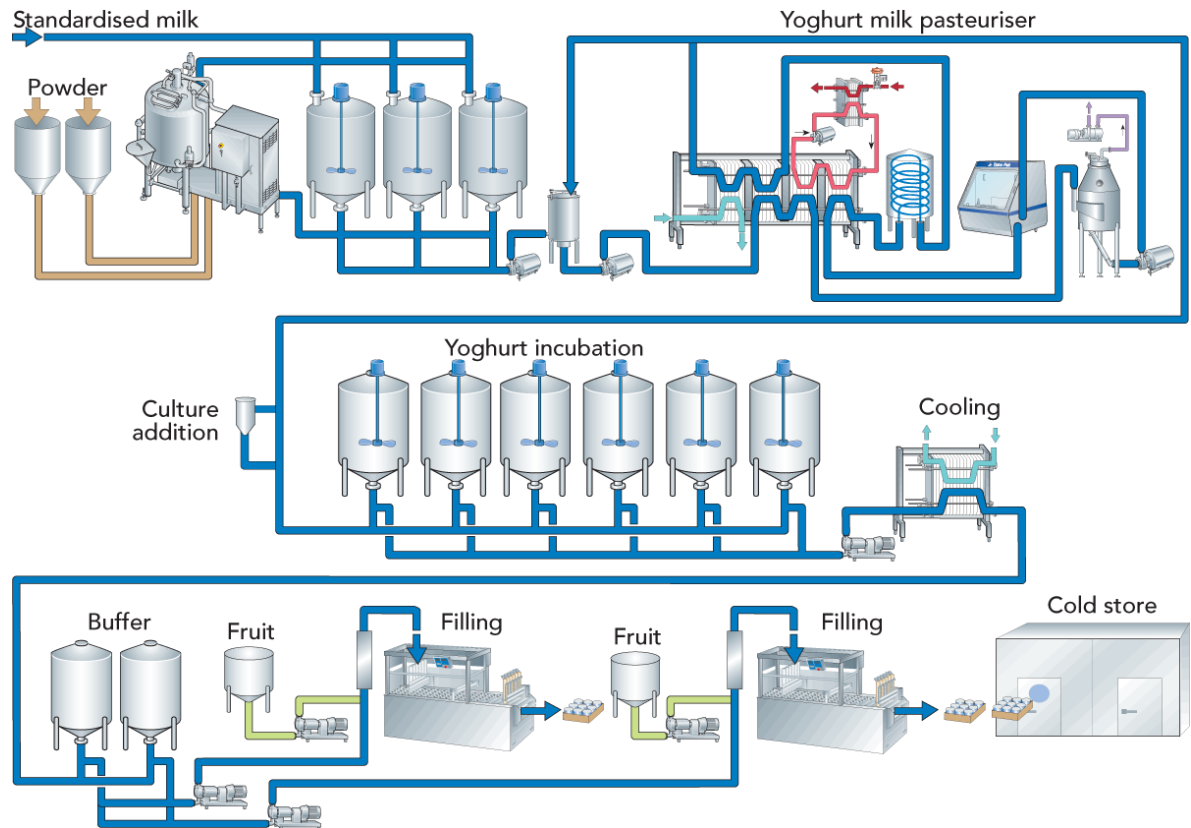
ESTUDIO DE OPERACIONES

Diagrama para producción.

La introducción al diagrama de flujo del proceso para la producción del yogurt DIALMONDS proporciona una visión general del proceso de fabricación, desde la selección de ingredientes hasta el envasado del producto final. Este diagrama es una herramienta visual que permite comprender de manera clara y concisa cada etapa del proceso, identificando las actividades clave y las interacciones entre ellas. Además, facilita la identificación de posibles áreas de mejora y optimización en la cadena de producción. Mediante este diagrama, se busca brindar una guía visual que sirva como referencia tanto para el personal involucrado en la producción como para la toma de decisiones estratégicas en la gestión de la planta de producción de yogurt DIALMONDS.

FIGURA 21 Diagrama de
Proceso de fabricación

Figura: Creación Propia

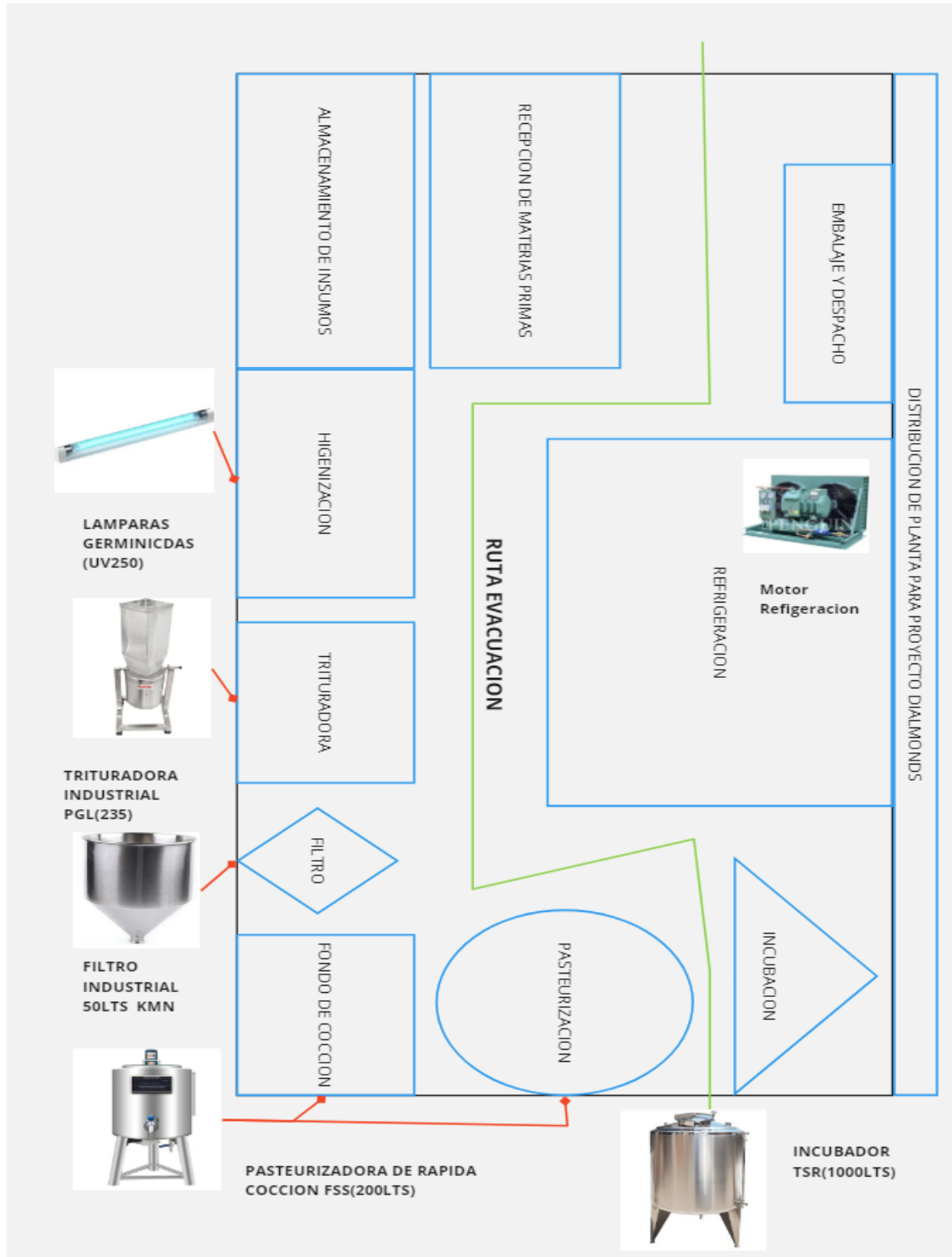


Tomado de: PNGEGG

Plano de la Planta

FIGURA 22 Distribución de la Planta

Figura: Creación Propia



Se busca optimizar el flujo de trabajo, minimizar los tiempos muertos y asegurar una distribución lógica de los diferentes equipos y áreas de trabajo. La disposición física de la planta se diseñará de manera estratégica, teniendo en cuenta aspectos como la secuencia de producción, la accesibilidad de los equipos, la seguridad del personal y la facilidad para la supervisión y el mantenimiento.

Se establecerán zonas específicas para cada etapa del proceso, desde la recepción de materias primas hasta el empaquetado del producto final. Se asignan áreas dedicadas para el almacenamiento de ingredientes, la preparación y mezcla, la fermentación, el envasado y el almacenamiento de productos terminados. Además, se designarán espacios para las instalaciones de control de calidad, el mantenimiento de equipos y las áreas de descanso para el personal.

La distribución de la planta se realizará de manera que promueva una comunicación efectiva y una coordinación fluida entre los diferentes departamentos y equipos de trabajo. Se buscará minimizar las distancias recorridas por el personal y optimizar la logística interna para agilizar el proceso de producción. Además, se implementarán medidas para garantizar la seguridad y el cumplimiento de las normativas sanitarias en todas las áreas de la planta.

Inversión en infraestructura y capital de trabajo

Tabla 2 Inversión en Inf y Cap trabajo

INVERSIÓN INICIAL		
Recursos	Costo Unitario	Costo Total
<u>1. inversión en Activos tangibles</u>		
<u>1.1. Maquinaria y equipo</u>		
Trituradora	\$ 7,300,000	\$ 7,300,000
Empacadora	\$ 2,500,000	

Mezcladora	\$ 8,000,000	\$ 8,000,000
1.2 Elementos		
Miniván	\$ 50,000,000	\$ 50,000,000
Fondos	\$ 250,000	\$ 1,000,000
Luz Bactericida	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
1.3 Muebles y equipo de oficina		
Impresora y escáner básico	\$ 400,000	\$ 400,000
Equipos de cómputo ref 1	\$ 1,200,000	\$ 3,600,000
Teléfonos Internos	\$ 2,000,000	\$ 4,000,000
Sillas moviles de oficina	\$ 70,000	\$ 140,000
Muebles de oficina personal administrativo y op.	\$ 350,000	\$ 700,000
Muebles de oficina asesores comerciales	\$ 70,000	\$ 70,000
Microondas	\$ 210,000	\$ 210,000
Mesa de reuniones con sillas	\$ 350,000	\$ 350,000
<u>2. Gastos Pre-operativos</u>		
2.1 Preparación del proyecto		
Investigacion de Mercados	\$ 800,000	\$ 800,000
Publicidad	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
2.2 Constitución de la empresa		
Registro INVIMA	\$ 40,000,000	\$ 40,000,000
Cámara de Comercio	\$ 900,000	\$ 900,000
Bomberos	\$ 35,000	\$ 35,000
Uso de suelos	\$ 600,000	\$ 600,000
Adecuaciones locativas	\$ 20,000,000	\$ 20,000,000
2.3 Otros		
Servicio Hosting y Dominio	\$ 120,000	\$ 120,000
Licencias de software	\$ 1,500,000	\$ 125,000
<u>3. Inversión en Capital de Trabajo</u>		
3.1 Costos asoiados al producto		
Leche entera	\$ 1,200,000	\$ 1,200,000
Almendras	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000

Frutos Secos	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Cultivo Lacteo	\$ 250,000	\$ 250,000
Envase de Vidrio	\$ 500,000	\$ 500,000
Mano de obra directa	\$ 5,342,175	\$ 5,342,175
Costos indirectos de fabricación		
Servicios públicos	\$ 2,500,000	\$ 2,500,000
Mantenimiento	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Vigilancia	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000
3.2 Gastos de funcionamiento		
Nómina administrativa y de mercadeo	\$ 1,800,000	\$ 5,400,000
Servicios públicos	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Arriendo	\$ 2,000,000	\$ 24,000,000
Mantenimiento	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000
Papelería	\$ 200,000	\$ 200,000
Implementos de aseo	\$ 200,000	\$ 200,000
Impuestos (IVA-RETE FUENTE)	\$ 5,250,000	\$ 5,250,000
TOTAL, INVERSIÓN		\$ 198,192,175
INICIAL		198,192,175

Tabla: Creación Propia

La inversión inicial total para el lanzamiento del yogurt DIALMONDS asciende a \$198,192,175 COP, dividida en varias categorías clave.

Inversión en Activos Tangibles

La inversión en maquinaria y equipo es fundamental para garantizar una producción eficiente y de alta calidad. La línea de producción, trituradora (\$7,300,000 COP), empacadora (\$2,500,000 COP) y mezcladora (\$8,000,000 COP) son esenciales para el procesamiento y envasado del yogurt. Además, se incluye un miniván (\$50,000,000 COP) para la distribución, asegurando la frescura del producto en los puntos de venta. Otros

elementos como fondos (\$1,000,000 COP) y luz bactericida (\$1,000,000 COP) son cruciales para mantener la seguridad y limpieza en el proceso de producción. Los muebles y equipos de oficina (\$9,570,000 COP) son necesarios para el buen funcionamiento administrativo y operativo del personal.

Gastos Preoperativos

Los gastos preoperativos son indispensables para preparar el terreno antes del lanzamiento. Esto incluye la investigación de mercados (\$800,000 COP) y la publicidad (\$5,000,000 COP) para entender el mercado y crear estrategias efectivas de marketing. La constitución de la empresa requiere la inscripción en el INVIMA (\$40,000,000 COP), Cámara de Comercio (\$900,000 COP) y otros permisos (\$20,635,000 COP) para cumplir con las regulaciones y adecuar las instalaciones según los estándares de producción. Otros gastos, como servicios de hosting y dominio (\$120,000 COP) y licencias de software (\$1,500,000 COP), son necesarios para establecer una presencia en línea y disponer del software adecuado.

Inversión en Capital de Trabajo

La inversión en capital de trabajo abarca los costos de los insumos necesarios para producir 600 litros de yogurt: leche entera, almendras, frutos secos, cultivo lácteo y envases de vidrio, totalizando \$4,450,000 COP. La mano de obra directa (\$5,342,175 COP) incluye los salarios del personal involucrado directamente en la producción. Además, los costos indirectos de fabricación, como servicios públicos (\$2,500,000 COP), mantenimiento (\$1,000,000 COP) y vigilancia (\$3,000,000 COP), son esenciales para mantener la planta operativa y segura.

Gastos de Funcionamiento

Los gastos de funcionamiento incluyen la nómina administrativa y de mercadeo (\$5,400,000 COP) para los salarios del personal administrativo y del equipo de marketing. Otros gastos operativos, como servicios públicos, arriendo, mantenimiento, papelería, implementos de aseo e impuestos suman \$13,650,000 COP y son necesarios para el funcionamiento diario de la empresa.

Esta inversión inicial de \$198,192,175 COP cubre todos los aspectos necesarios para el lanzamiento del yogurt DIALMONDS, desde la maquinaria y equipo hasta los gastos preoperativos y el capital de trabajo. Estos costos serán detallados más a fondo en el estudio técnico y financiero, lo que permitirá una evaluación precisa de la viabilidad económica del proyecto y la implementación de estrategias efectivas de fijación de precios para garantizar la rentabilidad a largo plazo.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Organigrama

FIGURA 23 Organigrama

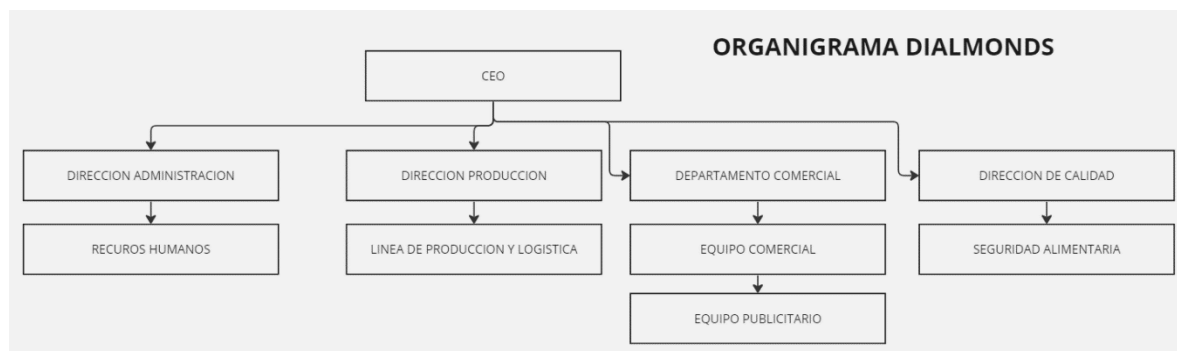


Figura: Creación propia

Perfiles de Cargo DIALMONDS

CEO

El CEO de DIALMONDS liderará la empresa, definiendo y ejecutando la estrategia general del proyecto. Sus funciones incluyen la toma de decisiones clave sobre inversiones y dirección del negocio, y la representación de DIALMONDS en eventos importantes. Supervisará todas las áreas del proyecto, coordinando con los directores de cada departamento para asegurar el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Dirección de Calidad

El director de Calidad de DIALMONDS se encargará de garantizar que el yogurt de leche de almendras cumpla con los más altos estándares de calidad y regulaciones alimentarias. Desarrollará y supervisará procedimientos de control de calidad, realizará auditorías internas y externas, y gestionará el equipo de control de calidad. Coordinará con otros departamentos para resolver cualquier problema de calidad.

Dirección de Administración

El director de Administración gestionará las operaciones diarias de DIALMONDS, incluyendo finanzas, recursos humanos y servicios generales. Supervisará el presupuesto y la eficiencia operativa, coordinando con otros directores para asegurar una administración eficiente de los recursos. Implementará políticas y procedimientos administrativos.

Dirección de Producción

El director de Producción será responsable de planificar y supervisar el proceso de producción del yogurt DIALMONDS, asegurando eficiencia y calidad. Gestionará el mantenimiento de equipos y la seguridad en la planta, y coordinará con el equipo de logística para garantizar el suministro oportuno de materiales. Implementará mejoras continuas en los procesos de producción.

Departamento Comercial

El Departamento Comercial desarrollará e implementará estrategias de ventas para alcanzar los objetivos comerciales del proyecto. Gestionará el equipo de ventas, establecerá metas, analizará tendencias del mercado y adaptará estrategias según sea necesario. Mantendrá relaciones con clientes clave y explorará nuevas oportunidades de negocio.

Recursos Humanos

El encargado de Recursos Humanos gestionará el reclutamiento, selección y capacitación de personal para DIALMONDS. Desarrollará políticas de recursos humanos y asegurará su implementación. Supervisará la nómina y los beneficios de los empleados, manejará conflictos laborales y promoverá un ambiente de trabajo positivo.

Línea de Producción y Logística

El equipo de Línea de Producción y Logística operará y mantendrá la maquinaria de producción del yogurt DIALMONDS, asegurando que los productos se fabriquen de acuerdo con los estándares de calidad. Gestionará la logística de la cadena de suministro para garantizar la entrega oportuna de materiales y productos, optimizando los procesos para mejorar la eficiencia.

Equipo Comercial

El Equipo Comercial promocionará y venderá el yogurt DIALMONDS, desarrollando y manteniendo relaciones con los clientes. Participará en ferias y eventos comerciales, informando sobre las tendencias del mercado y proporcionando feedback valioso.

Seguridad Alimentaria

El encargado de Seguridad Alimentaria asegurará que todos los procesos de producción de DIALMONDS cumplan con las normativas de seguridad alimentaria.

Realizará controles y auditorías regulares, capacitará al personal en buenas prácticas de manufactura y manipulación de alimentos, y coordinará con el departamento de calidad para resolver cualquier incidencia.

Equipo Publicitario

El equipo publicitario de DIALMONDS desarrollará e implementará campañas publicitarias para promocionar el yogurt de leche de almendras. Gestionará las redes sociales y la presencia en línea de la empresa, coordinando con agencias de publicidad y proveedores de servicios de marketing. Medirá y analizará el rendimiento de las campañas publicitarias para optimizar su efectividad.

Manual de Funciones para el Proyecto DIALMONDS

CEO

- Establecer la visión estratégica y los objetivos del proyecto DIALMONDS.
- Dirigir y supervisar todas las operaciones para garantizar el éxito del proyecto.
- Representar a DIALMONDS ante inversores, clientes y otras partes interesadas.
- Tomar decisiones cruciales para el crecimiento y desarrollo del negocio.

Dirección de Calidad

- Velar por el cumplimiento de los más altos estándares de calidad en la producción del yogurt DIALMONDS.
- Desarrollar y mantener procedimientos de control de calidad efectivos.

- Supervisar las auditorías internas y externas para garantizar el cumplimiento de las normativas.

- Liderar iniciativas para mejorar continuamente la calidad del producto.

Dirección Administrativa

- Administrar eficazmente los recursos financieros y humanos de DIALMONDS.

- Supervisar las operaciones diarias y garantizar la eficiencia en todos los aspectos del negocio.

- Implementar políticas y procedimientos para mejorar la productividad y el rendimiento.

- Colaborar estrechamente con otros líderes departamentales para lograr los objetivos empresariales.

Dirección de Producción

- Planificar y supervisar la producción del yogurt DIALMONDS, asegurando la calidad y la eficiencia.

- Gestionar el mantenimiento de equipos y la seguridad en la planta de producción.

- Coordinar con el equipo de logística para optimizar el flujo de materiales y productos.

- Impulsar la innovación y la mejora continua en los procesos de producción.

Departamento Comercial

- Desarrollar estrategias de ventas efectivas para promover el yogurt

DIALMONDS en el mercado.

- Dirigir al equipo de ventas y establecer metas claras para el crecimiento de las ventas.
- Analizar el mercado y la competencia para identificar oportunidades de crecimiento.
- Construir relaciones sólidas con los clientes y distribuidores para impulsar el éxito comercial.

Recursos Humanos

- Gestionar el reclutamiento, la capacitación y el desarrollo del talento en DIALMONDS.
- Implementar políticas y programas para promover un ambiente de trabajo positivo y productivo.
- Administrar la compensación y los beneficios de los empleados.
- Resolver conflictos laborales y fomentar la colaboración y el trabajo en equipo.

Línea de Producción y Logística

- Operar y mantener la maquinaria de producción del yogurt DIALMONDS.
- Garantizar la eficiencia y la calidad en todas las etapas del proceso de producción.

- Gestionar la logística de la cadena de suministro para satisfacer la demanda del mercado.
- Identificar oportunidades para mejorar la eficiencia operativa y reducir costos.

Equipo Comercial

- Promocionar el yogurt DIALMONDS y cerrar acuerdos comerciales para impulsar las ventas.
- Cultivar relaciones duraderas con los clientes y ofrecer un servicio excepcional.
- Analizar el mercado y adaptar las estrategias de ventas según sea necesario.
- Colaborar con otros departamentos para garantizar una experiencia del cliente excepcional.

Seguridad Alimentaria

- Garantizar el cumplimiento de todas las normativas de seguridad alimentaria en la producción de yogurt DIALMONDS.
- Supervisar los procesos de control de calidad e higiene en la planta de producción.
- Capacitar al personal en buenas prácticas de manufactura y seguridad alimentaria.
- Coordinar con otros departamentos para abordar cualquier problema relacionado con la seguridad alimentaria.

Equipo Publicitario

- Crear campañas publicitarias creativas y efectivas para promocionar el yogurt DIALMONDS.
- Gestionar la presencia en línea de la marca a través de redes sociales y otros canales digitales.
- Colaborar con agencias de publicidad y proveedores externos para maximizar el impacto de la publicidad.
- Analizar el rendimiento de las campañas publicitarias y ajustar las estrategias según sea necesario para optimizar los resultados.

Requisitos legales del proyecto.

El éxito y la sostenibilidad del proyecto DIALMONDS no solo dependen de su calidad y estrategia comercial, sino también de su cumplimiento con una serie de requisitos legales y normativas. Estos aspectos legales son fundamentales para garantizar la operación legal y ética de la empresa, así como para proteger tanto a los consumidores como a los empleados involucrados en el proceso.

Registro de la empresa:

Uno de los primeros pasos que debe tomar el proyecto DIALMONDS es registrarse legalmente como una entidad comercial. Este proceso implica presentar la documentación necesaria ante la autoridad competente, como la Cámara de Comercio. Para obtener el reconocimiento oficial como empresa legalmente constituida. Este registro es esencial para establecer la estructura jurídica adecuada y cumplir con las obligaciones legales y fiscales correspondientes.

Cumplimiento de normativas sanitarias:

El cumplimiento de las normativas sanitarias y de seguridad alimentaria es una prioridad para el proyecto DIALMONDS. Esto implica cumplir con las regulaciones establecidas por entidades gubernamentales, como el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) en Colombia. Garantizar la calidad e inocuidad de los productos alimenticios es esencial para proteger la salud de los consumidores y mantener la reputación de la marca.

Licencias y permisos:

Para operar legalmente, el proyecto DIALMONDS debe obtener todas las licencias, permisos y autorizaciones necesarias (sanidad). Esto incluye permisos de funcionamiento (Alcaldía Municipal de Chía), permisos de producción y permisos de venta al por menor, entre otros. Obtener estas licencias asegura que la empresa cumpla con los estándares y regulaciones establecidos por las autoridades competentes y puede operar sin problemas legales.

Cumplimiento fiscal:

El cumplimiento de las obligaciones fiscales es otro aspecto crucial para el proyecto DIALMONDS. Esto implica registrarse ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y cumplir con el pago oportuno de impuestos como el impuesto sobre las ventas (IVA) y el impuesto de renta. Cumplir con estas obligaciones fiscales garantiza la transparencia financiera de la empresa y evita posibles sanciones por parte de las autoridades tributarias.

Protección de datos:

En un mundo digitalizado, la protección de datos personales es de suma importancia. Si el proyecto DIALMONDS recopila, almacena o procesa datos personales

de clientes o empleados, debe cumplir con las leyes de protección de datos correspondientes. Esto incluye el cumplimiento de la Ley de Protección de Datos Personales en Colombia y la implementación de medidas de seguridad adecuadas para proteger la información confidencial.

Normativas laborales:

El proyecto DIALMONDS también debe cumplir con todas las leyes laborales y regulaciones relacionadas con la contratación de empleados. Esto incluye disposiciones sobre salario mínimo, horas de trabajo, seguridad laboral y beneficios sociales. Garantizar condiciones laborales justas y seguras es fundamental para promover el bienestar de los empleados y mantener un ambiente de trabajo positivo y productivo.

Gastos administrativos.

Los gastos administrativos corresponden a los ya descritos anteriormente en los costos de funcionamiento.

Tabla 3 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Impresora y escáner básico	\$ 1	\$ 400,000	\$ 400,000
Equipos de cómputo ref 1	\$ 3	\$ 1,200,000	\$ 3,600,000
Teléfonos Internos	\$ 2	\$ 2,000,000	\$ 4,000,000
Sillas moviles de oficina	\$ 2	\$ 70,000	\$ 140,000
Muebles de oficina personal administrativo y op.	\$ 2	\$ 350,000	\$ 700,000
Muebles de oficina asesores comerciales	\$ 1	\$ 70,000	\$ 70,000
Mesa de reuniones con sillas	\$ 1	\$ 350,000	\$ 350,000
<u>2. Gastos Preoperativos</u>			
<u>2.1 Preparación del proyecto</u>			

Investigacion de Mercados	\$ 1	\$ 800,000	\$ 800,000
Publicidad	\$ 1	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
2.2 Constitución de la empresa			
Registro INVIMA	\$ 1	\$ 40,000,000	\$ 40,000,000
Cámara de Comercio	\$ 1	\$ 900,000	\$ 900,000
Bomberos	\$ 1	\$ 35,000	\$ 35,000
Nómina administrativa y de mercadeo	\$ 3	\$ 1,800,000	\$ 5,400,000
TOTAL			\$ 61,605,000

Tabla: Creación Propia

Metodologías de motivación y liderazgos

Para mantener la esencia artesanal en un sector afectado por la industrialización, es clave implementar formas de motivación y liderazgo que promuevan la pasión por el trabajo manual y la calidad. Aquí hay algunas estrategias simples pero efectivas:

Metodologías de Motivación:

Reconocimiento del trabajo artesanal: Celebrar y destacar la habilidad y el esfuerzo dedicado a la producción artesanal puede ser una gran fuente de motivación.

Fomento de la creatividad: Permitir a los trabajadores expresar su creatividad y experimentar con nuevas ideas puede aumentar su motivación.

Ambiente de trabajo colaborativo: Promover un entorno donde los empleados se sientan valorados y apoyados puede aumentar su motivación y compromiso.

Mecanismos de Liderazgo:

Liderazgo inspirador: Comunicar una visión clara y emocionante sobre el propósito y la misión de la empresa puede fortalecer el compromiso de los empleados.

Liderazgo participativo: Involucrar activamente a los empleados en la toma de decisiones y mostrar comprensión hacia sus necesidades puede generar confianza y lealtad.

Liderazgo, por ejemplo: Demostrar un compromiso personal con los valores del trabajo artesanal puede inspirar a los demás a seguir su ejemplo y esforzarse por la excelencia.

Al implementar estas estrategias, el proyecto puede mantener viva la esencia artesanal, promoviendo una cultura de trabajo centrada en la pasión, la creatividad y el compromiso con la calidad.

Indicadores de gestión.

Para DIALMONDS es primordial manejar el tiempo como valor productivo y su impacto en la eficiencia de los procesos. Para ello se plantean los siguientes indicadores.

- Producción por turno: Mide la cantidad de yogurt producido en cada turno, proporcionando insights sobre la eficiencia de la línea de producción.
- Tasa de rendimiento del equipo: Calcula el tiempo de actividad efectiva del equipo de producción frente al tiempo total programado, identificando posibles problemas de mantenimiento o ineficiencias.
- Índice de calidad del producto: Evalúa el porcentaje de productos terminados que cumplen con los estándares de calidad, reflejando la excelencia del producto final.
- Rotación de inventario: Muestra la rapidez con la que se venden los productos en inventario, permitiendo gestionar los niveles de stock de manera óptima.
- Tasa de satisfacción del cliente: Indica el porcentaje de clientes satisfechos con el producto y el servicio, reflejando la calidad percibida y la experiencia del cliente.

- Índice de costos de producción: Evalúa la eficiencia de los procesos de producción comparando costos reales con costos presupuestados.
- Tasa de retorno de inversión (ROI): Calcula el rendimiento financiero del proyecto en relación con la inversión inicial, determinando su viabilidad económica a largo plazo.

ESTUDIO FINANCIERO

Presupuestos

Para conocer el presupuesto primero debemos tener en cuenta el costo del producto que se presenta en la siguiente Tabla.

Tabla 4 Costo Unitario

Costos Variables por Unidad de Yogurt	
Concepto	Costo por Unidad (COP)
1 litro de leche de almendras	\$9,500
20 gramos de almendra triturada	\$2,500
Cultivo probiótico (Bacillus)	\$0.26
Envase de vidrio	\$1,300
Fruto seco	\$200
Total, Costos Variables	\$13,500.26
Costos Fijos Anuales Basados en Plan de Inverison	
Concepto	Costo Anual (COP)
Costos Fijos	\$38,000,000
Totalización	
Costos Variables	\$13,500.26
Costo Fijo por Unidad	\$380
Costo Total por Unidad	\$13,880.26
Precio de Venta	Costo por Unidad (COP)

Unidad Litro	\$23,000.00
--------------	-------------

Una vez tenemos claro el costo procedemos a hacer la proyección de las unidades a cubrir.

Proyección en unidades	
POBLACIÓN	126151
PORCENTAJE A DEMANDAR EL PRODUCTO SEGÚN ENCUESTA	58.90%
DEMANDA INICIAL SEGÚN ENCUESTA	74302.939
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	500 unidades Litro Semana
PRODUCCIÓN ANUAL	24000 unidades Litro

Precio de Venta	Costo de Producción	Margen de Utilidad (%)
23,000	13,880	60%

Tabla: Creación Propia

Presupuesto de Costos y ventas.

Basado en el precio de venta y la producción estimada según las encuestas, se presenta el presupuesto de ventas considerando una variación anual promedio de inflación del 0.005%, según los análisis del Banco de la República y la estabilidad del gobierno actual. La producción se proyecta en alza, aprovechando las condiciones del mercado y el margen de los potenciales consumidores identificados en la encuesta, alineándose con la infraestructura planteada en el estudio técnico.

Tabla 5 Presupuestos

PRESUPUESTO COSTOS				
INFLACIÓN				
11.75%	12.30%	12.80%	13.30%	13.80%
2025	2026	2027	2028	2029

UNIDAD DES COSTO UNITARI O	24000	24250	24500	24750	25000
0	\$13,880.0	\$13,940.0	\$14,019.0	\$14,089.0	\$14,160.0
0	0	0	0	0	0
COSTOS TOTALES	\$333,120,000.00	\$338,045,000.00	\$343,465,500.00	\$348,702,750.00	\$354,000,000.00
PRESUPUESTO INGRESOS INFLACION					
	12.00%	12.80%	12.90%	13.00%	13.10%
	2025	2024	2025	2026	2027
UNIDAD ES PRECIO UNITARI O	24000	24250	24500	24750	25000
0	\$23,000.0	\$23,115.0	\$23,231.0	\$23,347.0	\$23,463.0
0	0	0	0	0	0
INGRESOS TOTALES	\$552,000,750.00	\$560,538,500.00	\$569,159,250.00	\$577,838,000.00	\$586,575,000.00

Tabla: Creación Propia

El análisis financiero proyectado muestra un crecimiento sostenido en los costos y los ingresos durante el período de cinco años, reflejando una inflación anual en aumento. Los costos totales estimados, calculados a partir de la producción planificada y los costos unitarios, muestran un incremento gradual, alcanzando un total de 353,992,224 pesos colombianos al final del período.

Por otro lado, los ingresos totales proyectados también muestran un aumento anual, influenciado por el incremento en el precio unitario del producto. Esto se traduce en un ingreso bruto que sigue una tendencia al alza, llegando a 232,594,314 pesos colombianos al final del quinto año.

El margen de utilidad, calculado como la diferencia entre el precio de venta y el costo de producción, se mantiene constante en un 60% a lo largo de los cinco años. Este margen indica una saludable rentabilidad del proyecto a lo largo del tiempo, lo que sugiere que el negocio es viable y tiene el potencial de generar ganancias consistentes.

Considerando estos resultados, DIALMONDS muestra una sólida estructura financiera y un potencial de crecimiento en un entorno económico que presenta desafíos relacionados con la inflación. El mantenimiento de un margen de utilidad estable en medio de condiciones inflacionarias resalta la eficiencia operativa del proyecto y su capacidad para adaptarse a cambios en el mercado.

Flujo de Caja

Tabla 6 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA											
	O 0	AÑ O 1	AÑ O 2	AÑ O 3	AÑ O 4	AÑ O 5					
SALDO INICIAL			\$ -	\$	\$	\$					\$
				134.021.823	271.005.154	410.976.259					553.961.591
VENTAS			\$	\$	\$	\$					\$
		552.000.000	560.538.750	569.149.088	577.831.515	586.586.538					
APORTE DE SOCIOS	198192175.0		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -					\$ -
TOTAL		\$	\$	\$	\$	\$					\$
INGRESOS	198.192.175	552.000.000	560.538.750	569.149.088	577.831.515	586.586.538					
COSTO DE PRODUCCION			\$	\$	\$	\$					\$
GASTOS ADMINISTRATIVOS		333.120.000	338.272.950	343.469.102	348.708.758	353.992.224					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	61.605.000	61.913.025	62.222.590	62.533.703	62.846.372	63.160.603					
COSTOS DE MARKETING		\$	\$	\$	\$	\$					\$
GASTOS PREOPERATIVOS	76.770.000	5.000.000	5.025.000	5.050.125	5.075.376	5.100.753					
GASTOS VARIOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -					\$ -
GASTOS VARIOS REFERENTES A LA INVERISON		\$	\$	\$	\$	\$					\$
	59.817.175	17.945.153	18.034.878	18.125.053	18.215.678	18.306.756					
TOTAL		\$	\$	\$	\$	\$					\$
EGRESOS	198.192.175	417.978.178	423.555.418	429.177.983	434.846.183	440.560.336					
SALDO DEL AÑO		\$ -	\$	\$	\$	\$					\$
		134.021.823	136.983.332	139.971.105	142.985.332	146.026.202					
SALDO FINAL		\$ -	\$	\$	\$	\$					\$
		134.021.823	271.005.154	410.976.259	553.961.591	699.987.793					

El análisis del flujo de caja para el proyecto DIALMONDS revela una situación financiera con algunos puntos clave a considerar. A lo largo de los cinco años proyectados, se observa un aumento constante en los ingresos totales, principalmente impulsado por las

ventas del producto. Esta tendencia es alentadora y demuestra el potencial del yogur de leche de almendras en el mercado de productos lácteos alternativos, especialmente considerando la creciente demanda de opciones más saludables y sostenibles.

Es crucial tener en cuenta los gastos asociados con la producción y comercialización del producto. Los costos de producción, gastos administrativos, costos de marketing y otros gastos diversos representan una parte significativa de los egresos totales. Es importante monitorear de cerca estos gastos y buscar formas de optimizar la eficiencia operativa para garantizar la rentabilidad a largo plazo del proyecto.

Una de las fortalezas clave del proyecto es el aporte inicial de los socios, que proporciona una base sólida para la inversión y el desarrollo del negocio. Este respaldo financiero inicial es fundamental para financiar las operaciones iniciales y establecer una presencia sólida en el mercado.

El saldo final muestra un aumento progresivo a lo largo de los años, lo que indica que el proyecto tiene el potencial de generar ganancias y acumular capital a medida que avanza en el tiempo. Este crecimiento sostenido es un indicador positivo de la salud financiera del proyecto y su capacidad para generar retornos para los inversionistas y socios.

Teniendo en cuenta esto, el análisis del flujo de caja sugiere que el proyecto DIALMONDS tiene un potencial significativo para el éxito financiero, pero requiere una gestión cuidadosa de los gastos y una estrategia sólida para maximizar los ingresos y la rentabilidad. Con un enfoque en la eficiencia operativa, la innovación en el producto y una estrategia de marketing efectiva, el proyecto tiene todas las herramientas necesarias para capitalizar la creciente demanda de productos lácteos alternativos y establecerse como líder en el mercado.

Estado de Resultados

Tabla 7 Estado De Resultados

Estado de Resultados	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2
Aporte de Socios	\$ 198.192.175		
Ingreso		\$ 552.000.000	\$ 560.538.750
Costo		\$ 333.120.000	\$ 338.272.950
Utilidad Bruta			
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 66.605.000	\$ 66.630.000	\$ 66.655.125
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 76.770.000		
GASTOS VARIOS		\$ 17.945.153	\$ 18.034.878
GASTO DE INVERSIÓN	\$ 59.817.175		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 134.304.848	\$ 136.983.332
25% impuesto		\$ 33.576.212	\$ 34.245.833
Utilidad Neta	\$ -	\$ 100.728.636	\$ 102.737.499
AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
\$ 569.149.088	\$ 577.831.515	\$ 586.586.538	
\$ 343.469.102	\$ 348.708.758	\$ 353.992.224	
\$ 66.680.376	\$ 66.705.753	\$ 61.605.000	
\$ 18.125.053	\$ 18.215.678	\$ 18.306.756	
\$ 139.971.105	\$ 142.985.332	\$ 146.026.202	
\$ 34.992.776	\$ 35.746.333	\$ 36.506.550	

\$ 104.978.329	\$ 107.238.999	\$ 109.519.651
----------------	-------------------	-------------------

DIALMONDS muestra una proyección de crecimiento constante en sus ingresos a lo largo de los años proyectados. Este crecimiento se acompaña de un aumento gradual en los costos operativos, lo que sugiere la necesidad de una gestión eficiente de los gastos para mantener márgenes de rentabilidad saludables en el futuro. Aunque la utilidad bruta se mantiene consistente, es crucial analizar y controlar los gastos operativos, especialmente los relacionados con administración y preoperativos, para asegurar una utilidad neta en crecimiento. Además, se observa un incremento en la carga fiscal conforme aumentan los beneficios, subrayando la importancia de una planificación fiscal efectiva en los años venideros. Para una evaluación más exhaustiva del desempeño futuro, se deben calcular ratios financieros adicionales y comparar los resultados con los de la industria para identificar oportunidades de mejora y mantener la competitividad a largo plazo. En resumen, la proyección de DIALMONDS sugiere un crecimiento continuo, pero se requiere una gestión cuidadosa de los costos y una estrategia fiscal sólida para garantizar su rentabilidad futura

Balance General

Tabla 8 Balance General

BALANCE GENERAL	ÑO 0	A	ÑO 1	A	ÑO 2	A	ÑO 3	A	ÑO 4	A	ÑO 5	A
ACTIVOS CORRIENTES												
CAJA		\$ -	134,021,823		271,005,154		410,976,259		553,961,591		699,987,793	
INVENTA RIO		\$ 9,292,175	\$ 9,338,636		\$ 9,385,329		\$ 9,432,256		\$ 9,479,417		\$ 9,526,814	
ACTIVOS NO CORRIENTES												

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	\$ 61,120,000	\$ 3,056,000	\$ 3,208,800	\$ 3,369,240	\$ 3,537,702	\$ 3,714,587
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 15,300,000	\$ 765,000	\$ 803,250	\$ 843,413	\$ 885,583	\$ 929,862
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 112,480,000	\$ 5,624,000	\$ 5,905,200	\$ 6,200,460	\$ 6,510,483	\$ 6,836,007
TOTAL, ACTIVOS	\$ 198,192,175	\$ 152,805,459	\$ 290,307,733	\$ 430,821,627	\$ 574,374,776	\$ 720,995,064
PASIVOS						
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO		\$ 38,179,639	\$ 173,280,948	\$ 311,129,153	\$ 451,984,749	\$ 595,874,963
DEPRECIACIÓN		\$ 3,824,320	\$ 4,015,536	\$ 4,216,313	\$ 4,427,128	\$ 4,648,485
TOTAL, PASIVOS	\$ -	\$ 42,003,959	\$ 177,296,484	\$ 315,345,465	\$ 456,411,877	\$ 600,523,448
PATRIMONIO						
APORTE DE SOCIOS	\$ 198,192,175	\$ 10,072,864	\$ 10,273,750	\$ 10,497,833	\$ 10,723,900	\$ 10,951,965
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 100,728,636	\$ 102,737,499	\$ 104,978,329	\$ 107,238,999	\$ 109,519,651
TOTAL, PATRIMONIO	\$ 198,192,175	\$ 110,801,500	\$ 113,011,249	\$ 115,476,162	\$ 117,962,899	\$ 120,471,616
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	\$ 198,192,175	\$ 152,805,459	\$ 290,307,733	\$ 430,821,627	\$ 574,374,776	\$ 720,995,064
BALANCE	0	0	0	0	0	0

El balance general proyectado para el proyecto muestra una evolución financiera a lo largo de cinco años, destacando varios aspectos clave:

1. Crecimiento Sostenido:

- **Activos Corrientes:** La caja aumenta significativamente cada año, indicando un flujo de efectivo positivo constante. Esto es una señal positiva de que el negocio está generando ingresos y manteniendo liquidez.

- Inventario: El inventario muestra un incremento ligero anual, lo que sugiere un aumento en la producción para satisfacer la demanda creciente.

2. Activos No Corrientes:

- Muebles y Equipos de Oficina, Maquinaria y Equipos, Propiedad Planta y Equipo: Estos activos experimentan una depreciación constante, reflejando el uso y desgaste normal de los activos a lo largo del tiempo.

3. Total, de Activos:

- Los activos totales muestran un crecimiento significativo a lo largo de los cinco años, lo que indica una expansión sostenida del negocio.

4. Pasivos:

- Gastos de Funcionamiento: Los gastos de funcionamiento aumentan considerablemente cada año, lo cual es típico para un negocio en crecimiento que incrementa sus costos operativos, incluyendo mantenimiento.

- Depreciación: Aumenta de manera constante, reflejando la reducción del valor de los activos con el tiempo.

5. Total, de Pasivos:

- El aumento en los pasivos totales indica las inversiones necesarias y los costos operativos asociados con la expansión del negocio.

6. Patrimonio:

- Aporte de Socios: Se observa una inversión inicial significativa con aportes adicionales menores en los años subsecuentes.

- Resultado del Ejercicio: Las ganancias netas muestran un crecimiento cada año, lo cual es un indicador positivo de rentabilidad.

7. Total, de Patrimonio:

- El patrimonio neto muestra un aumento constante, lo que refleja la acumulación de ganancias y la solidez financiera del negocio.

El balance general proyectado sugiere que el negocio de yogur de leche de almendras tiene un potencial significativo de éxito. El crecimiento sostenido de activos y patrimonio, junto con la rentabilidad proyectada, indica una trayectoria positiva. Sin embargo, es esencial monitorear y gestionar cuidadosamente los costos operativos y de mantenimiento para asegurar que no impacten negativamente la rentabilidad. Dado que estas proyecciones pueden variar en la implementación real debido a factores externos e internos, es crucial revisar y ajustar el plan de negocios regularmente para adaptarse a los cambios del mercado y la realidad operativa.

Indicadores de evaluación Financiera

TIR

Tabla 9 TIR

FLUJO DE CAJA						
INICIAL	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5	
-						
\$198,192,17	\$134,021,82	\$271,005,15	\$410,976,25	\$553,961,59	\$699,987,79	
5.24	3.00	4.00	9.00	1.00	3.00	
TIR	67%					

El análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) para el proyecto de yogur de leche de almendras "DIALMONDS" revela una TIR del 67%, lo que indica una rentabilidad extremadamente alta. Esta conclusión, basada en los flujos de caja proyectados a lo largo de cinco años y la inversión inicial, resalta varios aspectos clave que se deben considerar.

En primer lugar, la TIR del 67% sugiere un retorno anualizado muy atractivo, superando significativamente las tasas de retorno típicas de otras inversiones y los costos de capital. Esto implica que el proyecto tiene el potencial de generar ganancias sustanciales en comparación con la inversión inicial, lo que lo hace altamente rentable. La alta tasa de retorno es un fuerte incentivo para atraer inversionistas, ofreciendo retornos significativos y haciéndolo especialmente interesante para aquellos que buscan oportunidades de inversión con altos rendimientos.

VAN

Tabla 10 VAN

INVERSIÓN INICIAL	I.N	FLUJO DE CAJA				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$198,192,175.24	823.00	\$134,021,515.40	\$271,006,259.00	\$410,971,591.00	\$553,967,793.00	\$699,980,000.00
VAN		\$1,269,390,160.49				
TASA DE OPORTUNIDAD		10%				

El análisis del VAN del proyecto DIALMONDS muestra que, con un valor de \$1,270,390,160.49, el proyecto es altamente rentable. Este valor positivo indica que los flujos de caja futuros descontados a la tasa de oportunidad del 10% superan ampliamente la

inversión inicial, sugiriendo que el proyecto generará un valor significativo adicional. La tasa de oportunidad del 10% se justifica porque refleja el rendimiento promedio de las inversiones de bajo riesgo disponibles en el mercado, lo cual es un estándar razonable para evaluar proyectos de inversión. La rentabilidad del proyecto es notable, y dado que la tasa de oportunidad ya contempla el costo del capital y el riesgo, el elevado VAN implica que los beneficios esperados superan considerablemente los costos y riesgos.

Indicadores Generales

Tabla 11 Indicadores Generales

INDICADORES GENERALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INDICADOR DE LIQUIDEZ CORRIENTE	79%	363.74%	163.62%	136.85%	125.06%
INDICADOR DE RENTABILIDAD (ROE)	1%	90.91%	90.91%	90.91%	90.91%
INDICADOR DE ENDEUDAMIENTO	9%	27.47%	61.00%	73.26%	79.49%

Indicador de Liquidez Corriente

El proyecto DIALMONDS muestra una sólida capacidad para cubrir sus pasivos corrientes con sus activos corrientes durante los próximos cinco años, aunque hay una tendencia a la baja. A pesar de esta disminución, la liquidez sigue siendo adecuada y

suficiente para cumplir con las obligaciones a corto plazo del proyecto, lo que indica una gestión efectiva de los recursos líquidos.

Indicador de Rentabilidad (ROE)

El retorno sobre el capital (ROE) se mantiene constante en un impresionante 90.91% durante todos los años del proyecto. Este nivel consistentemente alto de rentabilidad sobre el patrimonio sugiere que el proyecto está generando ganancias significativas para los inversionistas y tiene un modelo de negocio muy rentable y eficiente en la utilización de su capital.

Indicador de Endeudamiento

El indicador de endeudamiento muestra un incremento continuo, pasando del 27.49% en el primer año al 83.29% en el quinto año del proyecto. Este aumento indica que el proyecto está financiando una mayor proporción de sus operaciones con deuda. Aunque el endeudamiento creciente puede ser una señal de expansión y aprovechamiento de oportunidades de crecimiento, también implica mayores riesgos financieros y obligaciones de pago de intereses, que deben ser gestionados cuidadosamente.

El proyecto DIALMONDS mantiene una fuerte posición de liquidez y una rentabilidad excepcionalmente alta (ROE). Sin embargo, el incremento en el nivel de endeudamiento requiere atención para asegurar que la carga de la deuda no se vuelva insostenible. En conjunto, estos indicadores sugieren que el proyecto está en una buena posición financiera, pero debe gestionar el crecimiento de su endeudamiento.

CONCLUSIÓN GENERAL

El proyecto de grado sobre la producción de yogurt utilizando leche de almendras ha culminado en una conclusión que supera todas las expectativas. A lo largo de este proceso, se ha llevado a cabo una exhaustiva investigación que ha revelado una demanda creciente en el mercado de alimentos saludables y alternativos. Este proyecto no solo ha sido una tarea académica, sino un viaje apasionante hacia la innovación en la industria alimentaria.

La viabilidad del producto ha sido demostrada a través de una serie de análisis de mercado, pruebas de estabilidad y evaluaciones sensoriales. Estos estudios han confirmado que el yogurt de leche de almendras cumple con los estándares de calidad exigidos por los consumidores, además de ofrecer un perfil nutricional superior en comparación con los productos lácteos tradicionales.

La creación de este yogurt no solo ha sido un ejercicio técnico, sino también una oportunidad para explorar nuevas formas de abordar las necesidades de los consumidores conscientes de la salud y el bienestar. La innovación en el campo de los lácteos alternativos es un proceso continuo, y este proyecto representa solo el primer paso hacia un futuro más saludable y sostenible en la industria alimentaria.

Al presentar este proyecto como opción de grado, se celebra no solo el logro personal y académico, sino también la contribución al avance de la ciencia de los alimentos y al bienestar de la sociedad en general. Se espera con entusiasmo el impacto positivo que este trabajo tendrá en la industria alimentaria y en la vida de las personas que buscan opciones alimenticias más saludables y sostenibles.

Este proyecto de yogurt con leche de almendras no solo representa el éxito de una investigación, sino también el comienzo de un viaje continuo hacia la mejora de la salud y el bienestar a través de opciones alimenticias más conscientes y sostenibles.

BIBLIOGRAFÍA

Sánchez, S., Mora, C. & Mesa, S. (2017). *Almendras milk*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10726/1596>.

Quesada, R. P. (2010). *EDUCATIONAL GUIDANCES OF NUTRITION HEALTH*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.

<https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/80202>

Consumo de productos basados en proteína vegetal crecerá 14% a 2035 en Latam. (2022, septiembre 2). Diario La República

. <https://www.larepublica.co/consumo/consumo-de-productos-basados-en-proteina-vegetal-crecera-14-a-2035-en-latam-3438514>

DANE. (2020). DEMOGRAFÍA CHÍA. *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*, 2.

https://sitios.dane.gov.co/cnpv/app/views/informacion/perfiles/25175_infografia.pdf

Dávila de Campagnaro, E. (2017). Bebidas vegetales y leches de otros mamíferos. *Archivos venezolanos de puericultura y pediatría*, 80(3), 96-101.

No Bibliográficas

de la Leche, A. D. M., & en Colombia, D. L. Estudios de Mercado.

Luckow, T., Moskowitz, H. R., Beckley, J., Hirsch, J., & Genchi, S. (2005). The four segments of yogurt consumers: preferences and mind-sets. *Journal of Food Products Marketing*, 11(1), 1-22.

Oliveira-Brochado, A., Marques, S. H., & Mendes, P. (2015). Psychographic determinants of private-label adoption: a feasibility study in the Portuguese yogurt market. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 136-145.

Orgish, S., Commissioner, T., & Swiss Business, H. U. B. (2002). Market report on the refrigerated yogurt market in the USA. *Swiss Business HUB Report*, (31), 23.

Ortiz-Moncada, R., Ruiz-Cantero, M. T., & Álvarez-Dardet, C. (2006). Análisis de la política de nutrición en Colombia. *Revista de Salud Pública*, 8(1), 1-13.

Becerra-Bulla, F., & Vargas-Zarate, M. (2015). Estado nutricional y consumo de alimentos de estudiantes universitarios admitidos a nutrición y dietética en la Universidad Nacional de Colombia. *Revista de Salud Pública*, 17(5), 762-775.

Moreno Boada, I. A., & Higuera, R. (2021). Diagnóstico Yogurt California.

Astroza Puentes, C., Vela Reina, L. Y., Torres Jaimes, A. M., & Gonzalez Rodriguez, C. (2024). *Impacto con la implementación de sellos en el consumo de yogurt: un análisis de mercado* (Bachelor's thesis, Especialización en Gerencia de Mercadeo).

Contreras Muñoz, V. (2016). Contraconsumo: un análisis contracultural del veganismo, vegetarianismo y consumo responsable en la ciudad de Medellín.

Lara-Villoslada, F., Sierra, S., Boza, J., Xaus, J., & Olivares, M. (2007). Efectos beneficiosos en niños sanos del consumo de un producto lácteo que contiene dos cepas probióticas: *Lactobacillus coryniformis* CECT5711 y *Lactobacillus gasseri* CECT5714. *Nutrición hospitalaria*, 22(4), 496-502.

Rodriguez, D. R. G. El yogurt. Estrategia natural para la salud.

Valenzuela, R. LÁCTEOS, RECOMENDACIONES Y BENEFICIOS GENERADOS POR EL CONSUMO. *INTA-UNIVERSIDAD DE CHILE*, 215.

Cárdenas, R. A. C. (2018). *Estudio de prefactibilidad para la elaboración de leche de almendras* (Doctoral dissertation, Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias e Ingeniería. Mención: Ingeniería Industrial).

Dávila de Campagnaro, E. (2017). Bebidas vegetales y leches de otros mamíferos. *Archivos venezolanos de puericultura y pediatría*, 80(3), 96-101.

Caldas Cárdenas, R. A., & Solari Laguna, I. A. (2018). Estudio de prefactibilidad para la elaboración de leche de almendras.

Guinot Jimeno, F., Ferrer Colomar, M., Veloso Durán, A., Requena Martínez, C., Lluch Llagostera, C., & Virolés Suñer, M. (2020). Potencial cariogénico de las bebidas de origen vegetal en comparación a la leche de origen bovino. Revisión bibliográfica. *Odontología Pediátrica*.

Rivera-Godoy, J. A., & Samboní-Chilito, L. M. (2021). Desempeño financiero del sector de elaboración de productos lácteos en Colombia (2014-2019). *Entramado*, 17(2), 90-108.

Isaza Vargas, M. F. (2012). Compromiso ambiental y sustentabilidad de la industria de alimentos lácteos en Colombia.

Godoy, J. A. R. (2021). Gestión financiera de la pyme manufacturera de productos lácteos en Colombia (2014-2019). *Revista estrategia organizacional*, 10(2), 1-26.

Gutiérrez Pacheco, D. M., & Jay García, K. H. (2011). La oferta de capital humano para el sector agroindustrial de lácteos en Colombia 2000-2010: Un análisis a la gestión de formación y capacitación.

Gómez, G. A. T., & Vacca, J. C. (2019). Inocuidad como factor de competitividad de pequeños productores lácteos en Cajicá, Zipaquirá, Sopó y Ubaté. *Alimentos Hoy*, 27(47), 3-17.

CHILITO, L. M. S., & CALI, V. ANÁLISIS FINANCIERO DEL SECTOR ELABORACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN COLOMBIA (2014-2018).

Pacheco, J. E. R., Sandoval, L. M. B., Medellín, M. O. P., & Corredor, D. J. G. (2016). Calidad microbiológica en quesos frescos artesanales distribuidos en plazas de mercado de Tunja, Colombia. *Revista cubana de Higiene y Epidemiología*, 53(3).

