

Trabajo de Grado: Boreal Cultivo Hidropónico

Valeria Galvis Carmona

Facultad de Ciencias Empresariales, Institución Universitaria de Envigado

Administración de Mercadeo

Emprendimiento Empresarial Desde La Docencia

Docente: Henry Eduardo Osorio Ospina

2023

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	2
1. Resumen	6
1.1. Palabras claves: Análisis de mercado, producto alimenticio, cultivo hidropónico, hábitos saludables, agricultura, cliente potencial.	6
2. Abstract	7
2.1. Keywords: Market analysis, food product, hydroponic cultivation, healthy habits, agriculture, potential client.....	7
3. Introducción	8
4. Reto 1 Problema	10
4.1. Preguntas Manual:	10
4.2. Hipótesis	11
4.3. Objetivo	11
<i>Desarrollo:</i> Para evaluar si la hipótesis es válida se empleará como método de investigación una encuesta compartida por medios de WhatsApp y posibilitar la recolección de información que permita validar la hipótesis y llegar al objetivo planteado.	11
4.4. Encuesta (instrumento)	11
4.5. Experimento de validación y tres conclusiones o descubrimientos.	12
Figura 1	12
Figura 2	12
Figura 3	13

Figura 4	13
Figura 5	13
4.6. Conclusiones:	14
4.7. Herramienta Metodológica.	15
Con el objetivo de encontrar cual sería el público objetivo de este análisis se realizó el siguiente reto:	
5. Reto 2 Arquetipo	15
5.1. Hipótesis Arquetipo:	15
5.2. Preguntas del manual:	16
5.3. Encuesta (instrumento)	18
5.5. Conclusiones o descubrimientos	24
5.6. Herramienta Metodológica	25
6. Reto 3 – Propuesta de valor	25
6.1. Hipótesis:	25
6.2. Preguntas Manual:	25
Aspectos	25
Aliviadores de frustraciones:	26
Creadores de alegrías:	26
6.3. Encuesta (Instrumento)	27
6.4. Experimento de Validación y tres conclusiones o descubrimientos	28

6.5. Conclusiones o Descubrimientos	30
6.6. Lienzo Propuesta de Valor.....	31
7. Reto 4. Prototipo Funcional.....	32
7.1. Alcance.....	32
7.1.1. Membresía 1.0	32
7.2. Prototipo Funcional.....	33
7.3. Encuesta.....	34
7.4. Experimento de validación y conclusiones o descubrimientos	35
7.5. Conclusiones:	37
7.6. Herramienta Metodológica.....	38
8. Reto 5 PMVVV	39
8.1. Portafolio	39
8.2. Link WhatsApp Business.....	43
8.3. Encuesta.....	43
8.4. Resultados Experimento de Validación y tres conclusiones o descubrimientos ...	46
8.5. Conclusiones.....	50
8.6. Herramienta Metodológica.....	50
9. Reto 6. Tracción.....	51
9.1. Preguntas Manual.....	51
9.2. Estrategia Campaña Instagram	52

9.3. Piezas gráficas	53
9.4. Resultados de las actividades de validación	55
9.5. Herramienta metodológica empleada.....	56
9.6. Descripción actual de tracción.....	56
10. Enlace para visualizar Modelo Financiero completo en hoja de cálculo	59
11. Referencias.....	60

1. Resumen

En este trabajo de grado pretende realizar un análisis de mercado a través de la estructuración de un producto alimenticio que busca promover estrategias de solución frente a la problemática que se viene presentando en el día a día de las personas, como lo son los malos hábitos alimenticios que causan un bajo rendimiento en las actividades cotidianas. Se realizaron algunas encuestas enfocadas en las personas que experimentan dicha problemática obteniendo resultados que sirvieron para construir estrategias basadas en un rastreo de información, tomar decisiones y ofrecer a clientes potenciales una solución asequible proporcionando un acompañamiento permanente. La estructuración de este producto se basó en el funcionamiento de un cultivo hidropónico ubicado en el municipio de Santa Bárbara, Antioquia. Contando con la experticia y guía de agricultores de la zona. El producto posee las características predominantes de la región antioqueña en cuanto a calidad, normativas de higiene y aprovechamiento de recursos naturales.

1.1.Palabras claves: Análisis de mercado, producto alimenticio, cultivo hidropónico, hábitos saludables, agricultura, cliente potencial.

2. Abstract

In this degree work, a market analysis is carried out through the structuring of a food product that seeks to promote solution strategies against the problems that arise in people's daily lives, such as bad eating habits. that cause poor performance in daily activities. Some surveys were carried out focused on people who experience this problem, obtaining results that served to build strategies based on information tracking, make decisions and offer potential clients an affordable solution by providing permanent support. The structuring of this product was based on the operation of a hydroponic crop located in the municipality of Santa Bárbara, Antioquia. Counting on the expertise and guidance of farmers in the area. The product has the predominant characteristics of the Antioquia region in terms of quality, hygiene regulations and use of natural resources.

2.1.Keywords: Market analysis, food product, hydroponic cultivation, healthy habits, agriculture, potential client.

3. Introducción

Este trabajo se realizó para tener una perspectiva sobre las causas que crean malos hábitos en las personas entre los 25 a 45 años con un nivel adquisitivo medio bajo, debido a que la mayor parte de estas personas laboran en empresas y su nivel académico es pregrado, los participantes residen en el Valle de Aburrá, en el año 2023.

Así mismo, se tuvo en cuenta el método cualitativo para la obtención de la información, lo que permitió tener datos sobre estas categorías: hobbies, actividades diarias de las personas, actividad física, en que prefieren gastar su dinero y si les interesa cambiar los hábitos que genera la problemática en su vida.

Para finalizar, se descubrió que las personas no solo necesitan actividad física que mejore su salud, sino, que esta esté acompañada de otro tipo de factores que puedan permitir el cambio de estos malos hábitos, donde el dinero puede ser el factor más relevante que impide un estilo de vida saludable por temas de alimentación; por ende, se les ofrece una solución estratégica creada de manera personalizada y que incluye mejoras en la forma de alimentarse de los individuos, el centro para el control y la prevención de enfermedades (2021) asegura que el consumo de vegetales es indispensable para el correcto funcionamiento del cuerpo puesto que, proveen vitaminas y minerales esenciales, así mismo, ayuda a prevenir posibles enfermedades como cáncer o enfermedades crónicas.

Según la Organización Mundial de alimentos y agricultura, como se citó en Pensis (2024) una importante cifra de individuos sufrió hambre crónica entre 2014 y 2016, negligentemente alrededor de un tercio de los alimentos producidos se desperdiciaban en la cadena de alimentación, con altos costos económicos y daños irreparables al medio ambiente. A partir de estas problemáticas se piensan nuevas estrategias de producción hacia la agricultura para enfrentar el

futuro de forma correcta y generar una producción de alimentos que priorice la calidad humana y el buen estado del ecosistema.

La revista Pensis, (2024) sugiere que: “Se entiende por agricultura sustentable aquella que, en el largo plazo, contribuye a mejorar la calidad ambiental, satisface las necesidades básicas de fibra y alimentos humanos, es económicamente viable y mejora la calidad de vida del producto y la sociedad” (p. 1).

De acuerdo al manual “Equipo Emprendedor” se responden las preguntas correspondientes al reto número uno, el cual corresponde a lo siguiente:

4. Reto 1 Problema

4.1. Preguntas Manual:

¿Cuál es el problema, necesidad o dolor que tienen sus usuarios o clientes potenciales?

Las personas tienen un desempeño laboral o académico regular o bajo y al mismo su estado de ánimo se ve afectado, esto por los malos hábitos de alimentación.

¿Qué intenta lograr la persona cuando se presenta el problema?

Intentar realizar cambios en sus hábitos de alimentación.

¿Cómo sucede? ¿Cuándo sucede? ¿Dónde sucede?

- Fatiga, cansancio, bajo estado de ánimo, estrés.
- Al realizar las actividades diarias.
- En su lugar de trabajo o estudio.

¿Por qué sucede?

Porque las personas vienen acostumbradas a un estilo de vida agitado y tener buenos hábitos alimenticios pasa a un segundo plano.

¿Qué actores están involucrados?

Los clientes potenciales, supermercados, entes gubernamentales y proveedores de insumos.

¿Existen actualmente otras soluciones al problema?

No, aún no existen otras soluciones para el problema.

¿Qué deficiencias tienen esas soluciones? ¿Cuáles características de esas soluciones sí funcionan?

Como no existen soluciones, estas preguntas no se responden.

4.2. Hipótesis

Las personas tienen malos hábitos alimenticios por esta razón tienen un desempeño regular o bajo en sus actividades y deberes diarios como en su trabajo o estudio, adicional su salud física se ve afectada por lo poco nutritivos y lo procesado que son los alimentos que consumen.

4.3. Objetivo

Estructurar un producto de lechuga hidropónica que promueva los hábitos alimenticios saludables y un estilo de vida más sano en las personas que lo consumen.

Desarrollo: Para evaluar si la hipótesis es válida se empleará como método de investigación una encuesta compartida por medios de WhatsApp y posibilitar la recolección de información que permita validar la hipótesis y llegar al objetivo planteado.

4.4. Encuesta (instrumento)

- ¿Siente que el estado de ánimo se puede ver afectado por sus hábitos alimenticios? Sí ____ No ____
- ¿Sus actividades diarias se ven afectadas por su rendimiento regular o bajo? Sí
____ No ____

- ¿Cree que sus hábitos alimenticios son adecuados para tener un buen estado físico y buen rendimiento en sus actividades diarias? Sí No
- ¿Le gustaría cambiar sus hábitos alimenticios? Sí No
- ¿Por qué cree que no ha podido hacer cambios en sus hábitos alimenticios?
 - No tengo tiempo para preparar alimentos
 - No me gusta comer saludable
 - Me alimento todos los días en la calle
 - Mi preferencia son los alimentos procesados
 - Soy una persona indisciplinada

4.5. Experimento de validación y tres conclusiones o descubrimientos.

Figura 1

1. ¿Siente que su estado de ánimo se puede afectado por sus hábitos alimenticios? ((

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figure 1 Gráfica pregunta 1 Fuente: Elaboración propia

Figura 2

2. ¿Sus actividades diarias se ven afectadas por su rendimiento regular o bajo?

[Más detalles](#)



Figure 2 Gráfica pregunta 2 Fuente: Elaboración propia

Figura 3

3. ¿Cree que sus hábitos alimenticios son adecuados para tener un buen estado físico y buen rendimiento en sus actividades diarias?

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figure 3 Gráfica pregunta 3 Fuente: Elaboración propia

Figura 4

4. ¿Le gustaría cambiar sus hábitos alimenticios? (0 punto)

[Más detalles](#)

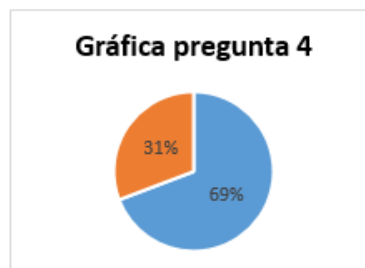


Figure 4 Gráfica pregunta 4 Fuente: Elaboración propia

Figura 5

5. ¿Por qué cree que no ha podido hacer cambios en sus hábitos alimenticios? (0 punto)

[Más detalles](#)

Información

- No tengo tiempo para preparar... 5
- No me gusta comer saludable 0
- Me alimento todos los días en l... 1
- Mi preferencia son los alimento... 0
- Soy una persona indisciplinada 6



Figure 5 Gráfica pregunta 5 Fuente: Elaboración propia

4.6. Conclusiones:

- El 92% de las personas coinciden en que su mala alimentación afecta su estado de ánimo e igualmente se ven afectadas sus actividades diarias.
- El 70% de las personas creen que no tienen unos hábitos alimenticios adecuados para tener un buen estado físico y buen rendimiento en sus actividades diarias.
- En la última pregunta el 50% de las respuestas coinciden en que son personas indisciplinadas para seguir buenos hábitos alimenticios.

4.7. Herramienta Metodológica.

<p>Cuando</p> <p>Situación</p>	<p>Estoy preparando mis alimentos de manera fácil y rápida.</p>
<p>Quiero</p> <p>Necesidad</p>	<p>Cocinar alimentos saludables.</p>
<p>Así puedo</p> <p>Meta</p>	<p>Evitar problemas de salud, cansancio, estrés y estados de ánimo</p>

Figure 6 Historia de un trabajo - Jobs to be done Fuente: Elaboración propia

Con el objetivo de encontrar cual sería el público objetivo de este análisis se realizó el siguiente reto:

5. Reto 2 Arquetipo

5.1. Hipótesis Arquetipo:

Ana es una estudiante universitaria, tiene 25 años, vive con sus padres, le encanta ir al gimnasio y alimentarse saludable para mantener su estado físico en excelentes condiciones, adicional trabaja de manera independiente maquillando mujeres para eventos importantes o fechas especiales, su nivel adquisitivo es medio alto, le gusta salir

con sus amigos y compartir con su familia. Ana ahorra para poder cumplir sus metas y viajes.

5.2. Preguntas del manual:

- ¿Cuál es su edad? ¿Cuál es su género?

Entre los 25 y 45 años. Hombres y Mujeres.

- ¿A qué se dedica? ¿Cuáles son sus intereses?

Independientes o dependientes. Les gusta ir al gimnasio, salir con sus amigos, compartir con sus amigos, ver películas y mantenerse informados de lo que pasa a su alrededor.

- ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Nivel adquisitivo medio alto.

- ¿Qué tipo de lugares frecuenta? ¿En dónde vive?

Los lugares que frecuenta son el gimnasio, restaurantes gourmet, tiendas de emprendimiento local, lugares donde se sientan tranquilos y puedan relajarse. Viven en el área metropolitana del Valle de Aburrá.

- ¿Cómo es un día de su vida? ¿Cómo es su semana de trabajo?

Antes de levantarse, da las gracias por un nuevo día que empieza, se organiza para ir al gimnasio, luego desayuna, sale a su trabajo o trabaja desde casa, al medio día toma su almuerzo, sí trabaja en la oficina, aunque a veces come por fuera, vuelve a cumplir con los compromisos de la tarde y toma su algo, al finalizar su jornada laboral le gusta ir al cine con su pareja, salir a comer con su familia o descansar de un largo día

de trabajo. Para finalizar el día hace su rutina de limpieza facial, organiza su cama y se acuesta.

La semana de trabajo es agendada, muy organizada para cumplir con todos los compromisos que desde la semana anterior organizo.

- ¿Cómo toma decisiones?

Al momento de tomar decisiones son muy reflexivos y piden ayuda de su pareja o familia para que les den su opinión sobre lo que creen que les conviene.

- ¿Qué tipo de hábitos tienen? ¿Cuáles son sus costumbres?

Hábitos:

Hacer ejercicio, ahorrar, alimentarse saludable, cuidar el medio ambiente.

Costumbres:

Celebrar el cumpleaños de cada miembro de su familia, comer 1 vez a la semana frijoles, cerrar el agua cuando se va de viaje.

- ¿Cuáles son sus rasgos de personalidad más evidentes?

Ambicioso, valiente, flexible, respetuoso y humilde.

- ¿Cuáles son sus frustraciones y alegrías?

Frustraciones:

No poder cumplir sus metas en el tiempo que se las propone.

Alegrías:

Poder graduarse de la Universidad, Cumplir el viaje que siempre soñó, su familia, tener una pareja estable.

5.3. Encuesta (instrumento)

- ¿En qué rango de edad te encuentras?

25 a 30 años

30 a 35 años

35 a 40 años

40 a 45 años

- ¿Cuál es su género?

Mujer

Hombre

- ¿Cuál es su ocupación?

Empleado

Independiente

Estudiante

Desempleado

- ¿Cuál es su nivel de estudio?

Postgrado

Pregrado

Bachiller

- ¿Cuál es su nivel de ingresos?

Alto

Medio- alto

Medio bajo

Bajo

- ¿Cuál es su ciudad de residencia?

Caldas

La Estrella

Envigado

Sabaneta

Itagüí

Sabaneta

Medellín

Bello

Barbosa

Copacabana

Girardota

- ¿Qué te gusta hacer en el tiempo libre?

Compartir con su familia

Descansar

Viajar

Ir al cine

Ir de compras

Hacer ejercicio

- ¿Crees que tus hábitos son saludables?

Sí

No

- ¿Te gusta hacer ejercicio?

Sí

No

- ¿Te gusta ahorrar?

Sí

No

5.4. Experimento de validación y tres conclusiones o descubrimientos

1. ¿En qué rango de edad te encuentras?

[Más detalles](#)[Información](#)

● 25 a 30 años	8
● 30 a 35 años	8
● 35 a 40 años	3
● 40 a 45 años	6



Figure 7 Pregunta 1 Encuesta Fuente: Elaboración propia

2. ¿Cuál es su género?

[Más detalles](#)[Información](#)

● Mujer	19
● Hombre	5

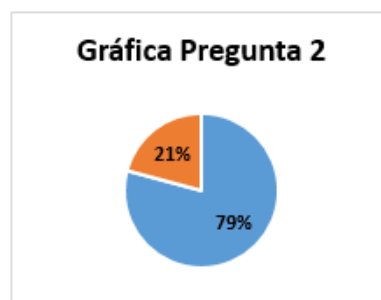


Figure 8 Pregunta 2 Encuesta Fuente: Elaboración propia

3. ¿Cuál es su ocupación?

[Más detalles](#)[Información](#)

● Empleado	12
● Independiente	9
● Estudiante	3
● Desempleado	1

Gráfica Pregunta 3

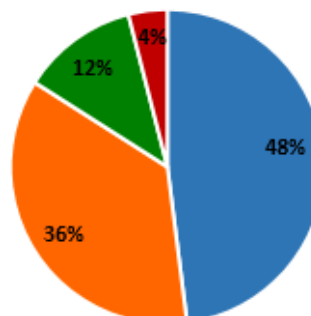


Figure 9 Pregunta 3 Encuesta Fuente: Elaboración propia

4. ¿Cuál es su nivel de estudio?

[Más detalles](#)[Información](#)

● Postgrado	2
● Pregrado	8
● Tecnólogo	4
● Técnico	4
● Bachiller	7
● N/A	0

Gráfica Pregunta 4

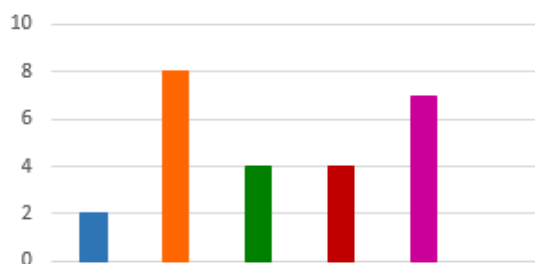


Figure 10 Pregunta 4 Encuesta Fuente: Elaboración propia

5. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

[Más detalles](#)[Información](#)

● Alto	0
● Medio alto	11
● Medio bajo	13
● Bajo	1

Gráfica Pregunta 5

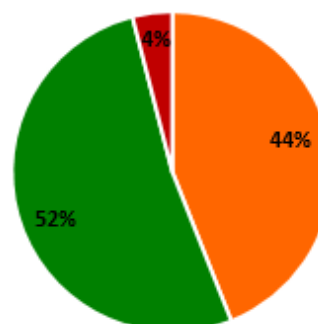


Figure 11 Pregunta 5 Encuesta Fuente: Elaboración propia

6. ¿Te gusta ahorrar?

[Más detalles](#)[Información](#)

Gráfica Pregunta 6

● Sí	22
● No	3

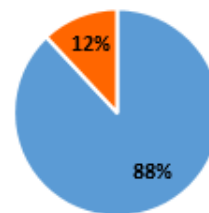


Figure 12 Pregunta 6 Encuesta Fuente: Elaboración propia

7. ¿Cuál es su ciudad de residencia?

[Más detalles](#)[Información](#)

● Caldas	0
● La Estrella	1
● Itagüí	1
● Sabaneta	1
● Envigado	20
● Medellín	2
● Bello	0
● Barbosa	0
● Copacabana	0
● Girardota	0

Gráfica Pregunta 7

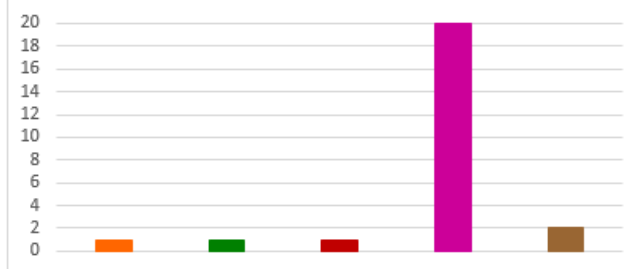


Figure 13 Pregunta 7 Encuesta Fuente: Elaboración propia

8. ¿Qué te gusta hacer en el tiempo libre?

[Más detalles](#)[Información](#)

● Compartir con su familia	15
● Descansar	1
● Viajar	6
● Ir al cine	1
● Ir de compras	0
● Hacer ejercicio	2

Gráfica Pregunta 8

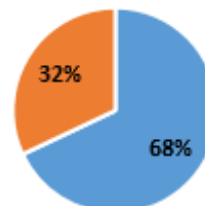


Figure 14 Pregunta 8 Encuesta Fuente: Elaboración propia

9. ¿Crees que tus hábitos son saludables?

[Más detalles](#)[Información](#)

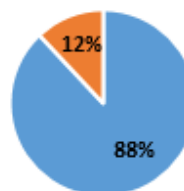
● Sí	17
● No	8

Gráfica Pregunta 9*Figure 15 Pregunta 9 Encuesta Fuente: Elaboración propia*

10. ¿Te gusta hacer ejercicio?

[Más detalles](#)

● Sí	22
● No	3

Gráfica Pregunta 10*Figure 16 Pregunta 10 Encuesta Fuente: Elaboración propia***5.5. Conclusiones o descubrimientos**

- El 79% de las personas que respondieron la encuesta fueron mujeres.
- El 88% de las personas les gusta ahorrar y les gusta hacer ejercicio.
- El 48 % de las personas son empleados y el 39% son independientes.

5.6. Herramienta Metodológica

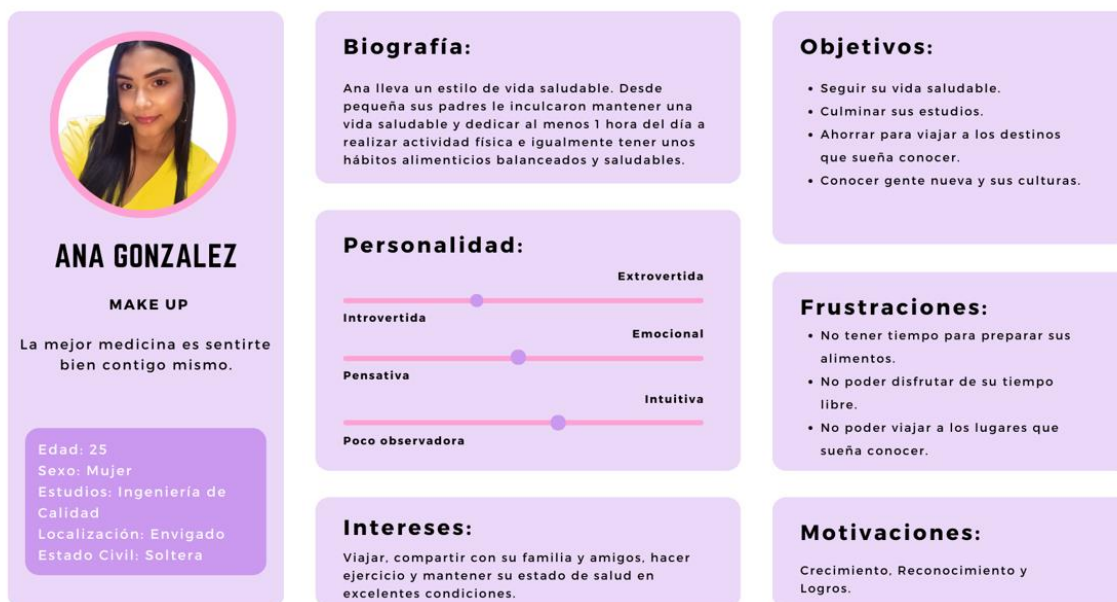


Figure 17 Arquetipo cliente Fuente: Elaboración propia

El reto tres se enfocó en la definición de la propuesta de valor para el cliente así:

6. Reto 3 – Propuesta de valor

6.1. Hipótesis:

Te ayudamos a cuidar tu salud con productos de alta calidad, naturales y orgánicos, cultivados en sistemas hidropónicos, por expertos comprometidos y capacitados; a precios asequibles, con una experiencia memorable de servicio y asesoría nutricional.

6.2. Preguntas Manual:

Aspectos

Monetaria: Precio bajo referente al mercado.

Experiencial: Productos limpios de insectos y frescos.

Ecológica: Productos 100% naturales y orgánicos, distribuidos con empaques biodegradables.

Psicológica: Aportan al cuidado de su estado físico y al mismo tiempo en su amor propio.

Producto: Lechuga orgánica

Aliviadores de frustraciones:

- Política de precio bajo.
- Procedimiento que garantice sanidad en los productos.
- PROCEDIMIENTO libre de químicos EN EL PRODUCTO.

Creadores de alegrías:

- Empaque biodegradable.
- Fácil y rápida preparación.
- Pedidos con antelación.

Factores innovadores:

Cultivo hidropónico con implementación del sistema NFT.

Menor tiempo de producción.

Se puede obtener cosecha durante todo el año, ya que los cambios de clima no afectan estos cultivos.

Atributos principales del producto:

Peso, tamaño, precio y calidad.

6.3. Encuesta (Instrumento)

- ¿Le gusta cuidar su salud?
 - Sí
 - No

- ¿Para usted es importante consumir productos naturales y orgánicos?
 - Sí
 - No

- ¿Para usted que tan importante es que los productos naturales y orgánicos que consume se han de alta calidad? Siendo 1 nada importante y 5 muy importante
 - 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5

- A la hora de comprar productos naturales y orgánicos, ¿El precio es un factor importante?
 - Sí
 - No

- ¿Qué tan importante es para usted tener una experiencia memorable de servicio a la hora de adquirir un producto? Siendo 1 nada importante y 5 muy importante
 - 1
 - 2

- 3
- 4
- 5
- ¿Te gustaría recibir asesoría nutricional?
 - Sí
 - No

6.4. Experimento de Validación y tres conclusiones o descubrimientos

1. ¿Le gusta cuidar su salud?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Sí 15

● No 0



Figura 18 Pregunta 1 Encuesta Fuente: Elaboración propia

2. ¿Para usted es importante consumir productos naturales y orgánicos?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● Sí 15

● No 0

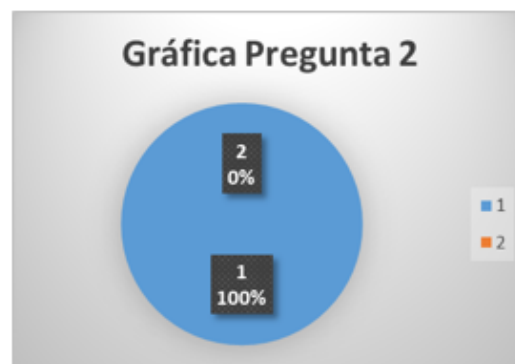


Figura 19 Pregunta 2 Encuesta Fuente: Elaboración propia

3. ¿Para usted que tan importante es que los productos naturales y orgánicos que consume se han de alta calidad? Siendo 1 nada importante y 5 muy importante

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figura 20 Pregunta 3 Encuesta Fuente: Elaboración propia

4. 1. A la hora de comprar productos naturales y orgánicos, ¿El precio es un factor importante?

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figura 21 Pregunta 4 Encuesta Fuente: Elaboración propia

5. ¿Qué tan importante es para usted tener una experiencia memorable de servicio a la hora de adquirir un producto? Siendo 1 nada importante y 5 muy importante

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figura 22 Pregunta 5 Encuesta Fuente: Elaboración propia

6. ¿Te gustaría recibir asesoría nutricional?

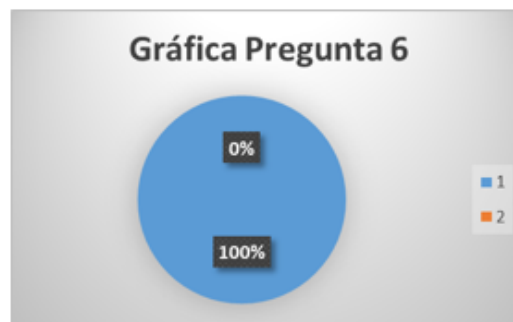
[Más detalles](#)

Figura 23 Pregunta 6 Encuesta Fuente: Elaboración propia

6.5. Conclusiones o Descubrimientos

- Para el 93% de las personas es importante o muy importante la calidad de los productos naturales y orgánicos que consume.
- El 87% de las personas creen que el precio es un factor importante a la hora de comprar productos naturales y orgánicos.
- El 100% de las personas les gustaría recibir asesoría nutricional.

El 100% de la Hipótesis fue validada.

6.6. Lienzo Propuesta de Valor

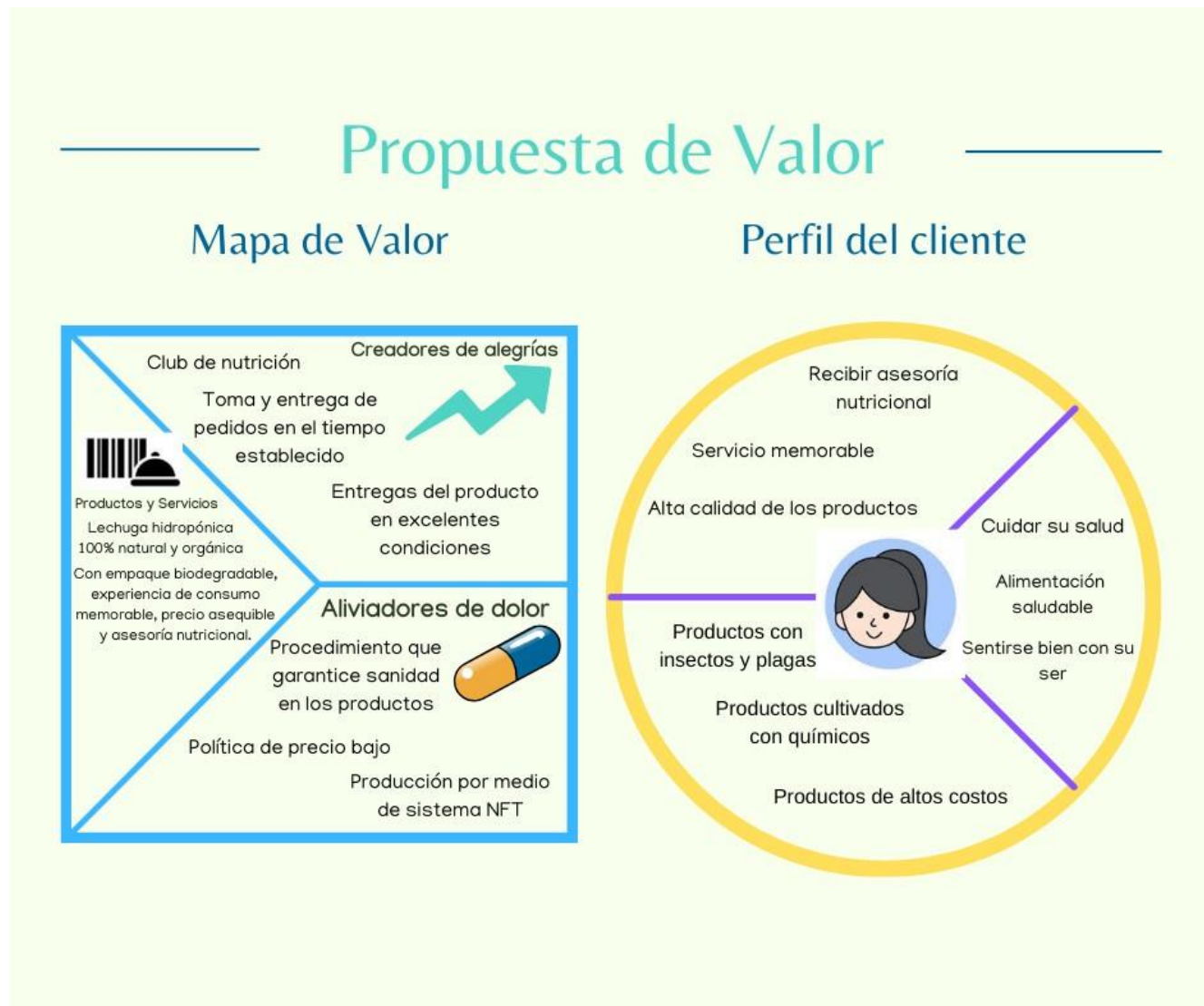


Figura 24 Lienzo propuesta de valor Fuente: Elaboración propia

7. Reto 4. Prototipo Funcional

7.1. Alcance

7.1.1. Membresía 1.0

- Te acompañamos por un mes con nuestro modelo de nutrición cuidando tu salud y bienestar.
- Al adquirir esta membresía podrás:
- Responder test de salud y bienestar, el cual te arrojará resultado como resultado un Plan de alimentación saludable y recomendaciones para mejorar los hábitos que tienes.
- Recibir 10 productos 100% naturales y orgánicos, entregados 1 vez por semana. (Lechuga 500 gr, aguacate 500 gr, Tomate Cherry 500 gr, zanahoria 500 gr, cilantro 100 gr, cebolla de huevo blanca 500 g, pepino 250 gr, brócoli 250 gr)
- Boletín semanal por medio de tu correo electrónico, en el cual podrás encontrar tips para la perduración de tus frutas y verduras, recetas fáciles y rápidas, consejos para cambiar tus hábitos.
- Podcast, 2 mensuales realizadas por expertos como nutricionistas, fisioterapeutas, entrenadores, etc.
- Encuentro presencial, se realizará 1 encuentro presencial contando con la participación de la marca en mercados campesinos, caminatas en reservas naturales, clases de meditación, yoga, rumba aeróbica o spinning.
- Comunidad salud y bienestar, pertenecer a una comunidad donde puedas expresar todas tus dudas, inquietudes y enseñanzas que has tenido con tu proceso.
- Precio: El precio por membresía es de \$150.000

7.2. Prototipo Funcional



Figura 25 Modelo de bienestar Fuente: Elaboración propia

7.3. Encuesta

- ¿Te gustaría realizar test de salud y bienestar donde el resultado sea un plan de alimentación saludable?
 - Sí
 - No
- ¿Te gustaría recibir 10 productos diferentes para implementar el plan de alimentación saludable?
 - Sí
 - No
- ¿Para usted es útil recibir en su correo un boletín semanal que contiene tips para el cuidado y perduración de las frutas y verduras, recetas fáciles y rápidas, consejos para cambiar tus hábitos, entre otros?
 - Sí
 - No
- ¿Escucharías 2 podcasts mensuales con profesionales brindando consejos sobre la alimentación saludable, cómo cambiar tus hábitos, porque es importante la actividad física, entre otros?
 - Sí
 - No
- ¿Te gustaría participar de un encuentro presencial al mes para tener hábitos saludables?
 - Sí
 - No
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la membresía de alimentación saludable?

- Entre \$100.000 y \$150.000
- Entre \$170.000 y \$200.000
- Más de \$200.000

7.4. Experimento de validación y conclusiones o descubrimientos

1. ¿Te gustaría realizar un test de salud y bienestar donde el resultado sea un plan de alimentación saludable?

[Más detalles](#) [Información](#)

● Sí 19
● No 1



Figura 26 Pregunta 1 Encuesta Fuente: Elaboración propia

2. ¿Te gustaría recibir 10 productos diferentes para implementar el plan de alimentación saludable?

[Más detalles](#)

● Sí 19
● No 1



Figura 27 Pregunta 2 Encuesta Fuente: Elaboración propia

3. ¿Para usted es útil recibir en su correo electrónico un boletín semanal que contiene tips para el cuidado y perduración de las frutas y verduras, recetas fáciles y rápidas, consejos para cambiar tus hábitos, entre otros?

[Más detalles](#)

Información



Figura 28 Pregunta 3 Encuesta Fuente: Elaboración propia

4. ¿Escucharías 2 podcasts mensuales con profesionales brindando consejos sobre la alimentación saludable, cómo cambiar tus hábitos, porque es importante la actividad física, entre otros?

[Más detalles](#)

Información



Figura 29 Pregunta 4 Encuesta Fuente: Elaboración propia

5. ¿Te gustaría participar de un encuentro presencial al mes para tener hábitos saludables?

[Más detalles](#)

Información



Figura 30 Pregunta 5 Encuesta Fuente: Elaboración propia

6. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la membresía de alimentación saludable?

[Más detalles](#)

Información

● Entre \$100.000 y \$150.000	16
● Entre \$170.000 y \$200.000	3
● Más de \$200.000	0



Figura 31 Pregunta 6 Encuesta Fuente: Elaboración propia

7.5. Conclusiones:

- El 95% de las personas si les gustaría realizar el test y recibir los 10 productos para implementar el plan de alimentación saludable.
- El 90% de las personas sí escucharían los 2 podcast mensuales.
- El 84% de las personas pagarían entre \$100.000 y \$150.000 por la membresía de alimentación saludable.

7.6. Herramienta Metodológica

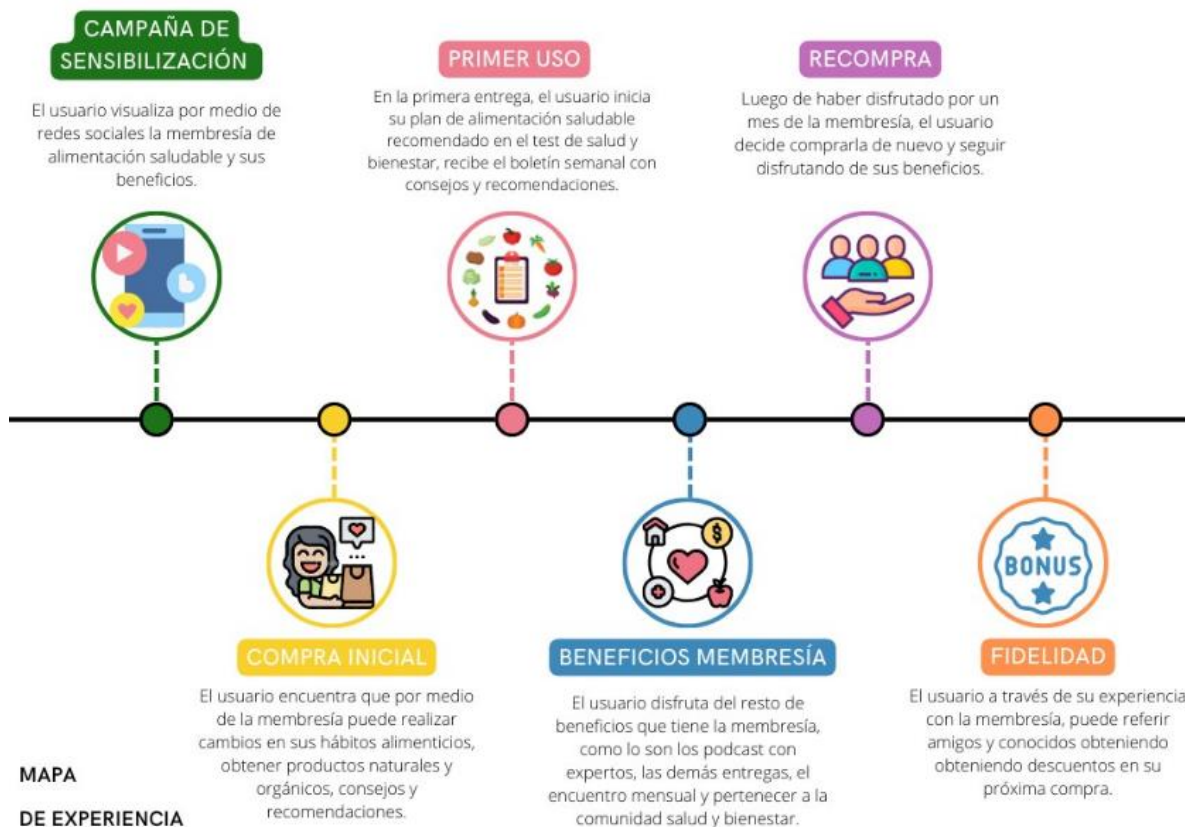


Figura 32 Mapa de experiencia Fuente: Elaboración propia

Se definió el producto mínimo viable, validado y vendible:

8. Reto 5 PMVVV

8.1. Portafolio



Figura 33 PMVVV Fuente: Elaboración propia

EN

The logo for Boreal Cultivo Hidropónico is centered within a large, stylized green letter 'O'. Above the word 'Boreal' is a graphic of three green leaves. The word 'Boreal' is written in a bold, green, sans-serif font, and 'Cultivo Hidropónico' is written in a smaller, green, cursive font below it.

Boreal
Cultivo Hidropónico

Te ayudamos a cuidar tu salud con productos de alta calidad, naturales y orgánicos, cultivados en sistemas hidropónicos, por expertos comprometidos y capacitados; a precios asequibles, con una experiencia memorable de servicio y asesoría nutricional.

Figura 34 PMVVV Fuente: Elaboración propia


MEMBRESÍA SALUD Y BIENESTAR

ADQUIRIENDO NUESTRA MEMBRESÍA
POR TAN SOLO:

\$199.000

Incluye 4 entregas, una cada semana eligiendo hasta 10 productos por un peso equivalente a 10 kilogramos.

Los productos los podrás elegir en la siguiente lista:






























 Lechuga crespa verde	 Lechuga crespa morada	 Aguacate
 Tomate cherry	 Tomate de aliño	 Zanahoria
 Cilantro	 Cebolla blanca	 Cebolla morada
 Pepino	 Ahuyama	 Brócoli
 Papa criolla	 Papa Capira	 Coliflor
 Pimentón	 Calabacín	 Perejil
 Berenjena	 Apio	 Arveja
 Habichuela	 Remolacha	 Rábano
 Espárragos	 Ajo	 Mazorca

Figura 35 PMVVV Fuente: Elaboración propia



BENEFICIOS ADICIONALES

- 

1

Test gratuito el cual te arrojará como resultado un plan de alimentación saludable y recomendaciones para mejorar los hábitos que tienes.
- 

2

Boletín semanal por medio de tu correo electrónico, en el cual podrás encontrar tips para la perduración de tus frutas y verduras, recetas fáciles y rápidas, consejos para cambiar tus hábitos.
- 

3

Pertenecer a la Comunidad salud y bienestar donde puedas expresar todas tus dudas, inquietudes y enseñanzas que has tenido con tu proceso.
- 

4

Un encuentro presencial contando con la participación de la marca en mercados campesinos, caminatas en reservas naturales, clases de meditación, yoga, rumba aeróbica o spinning.
- 

5

Dos Podcasts mensuales realizadas por expertos como nutricionistas, fisioterapeutas, entrenadores, etc.
- 

6

Al referir familiares, amigos o conocidos obtendrás descuentos en tu próxima compra.

Figura 36 PMVVV Fuente: Elaboración propia



Figura 37 PMVVV Fuente: Elaboración propia

8.2. Link WhatsApp Business

<https://wa.me/message/EGNZQBQIAEKDK1>

8.3. Encuesta

- ¿Estaría dispuesto a pagar \$199.000 por la membresía cada mes?
 - Sí
 - No

- ¿Califique el diseño del portafolio? Siendo 5 muy interesante y 1 poco interesante
 - 5
 - 4
 - 3
 - 2
 - 1

- ¿Te interesaría poder elegir los productos de tu combo cada semana?
 - Sí
 - No

- Elige los 10 productos que más te interesan.
 - Lechuga
 - Aguacate
 - Tomate Cherry
 - Zanahoria
 - Cilantro
 - Cebolla blanca
 - Cebolla morada
 - Pepino
 - Ahuyama
 - Papa criolla
 - Brócoli
 - Coliflor
 - Zanahoria
 - Pimentón
 - Calabacín
 - Perejil
 - Berenjena
 - Apio
 - Papa Capira
 - Tomate
 - Zanahoria
 - Arveja
 - Habichuela
 - Remolacha
 - Rábano
 - Espárragos
 - Lechuga
 - Pepino
 - Ajo
 - Mazorca

- ¿Califique su interés por el beneficio del test saludable? Siendo 5 muy interesante y 1

poco interesante

– 5

– 4

– 3

– 2

– 1

- ¿Califique su interés por el beneficio del boletín semanal? Siendo 5 muy interesante y 1

poco interesante

– 5

– 4

– 3

– 2

– 1

- ¿Califique su interés por el beneficio de los 2 podcasts semanales? Siendo 5 muy

interesante y 1 poco interesante

– 5

– 4

– 3

– 2

– 1

- ¿Califique la navegación en WB? Siendo 5 muy fácil y 1 Muy complejo
 - 5
 - 4
 - 3
 - 2
 - 1

8.4. Resultados Experimento de Validación y tres conclusiones o descubrimientos

1. Para poder responder esta encuesta debes ingresar y navegar primero el siguiente link <https://wa.me/message/EGNZOBQIAEKDK1>
¿Ya ingresaste?

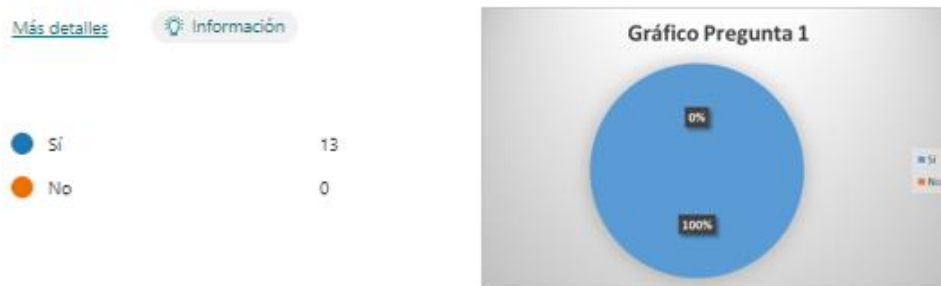


Figura 38 Pregunta 1 Encuesta Fuente: Elaboración propia

2. ¿Estaría dispuesto a pagar \$199.000 por la membresía cada mes?

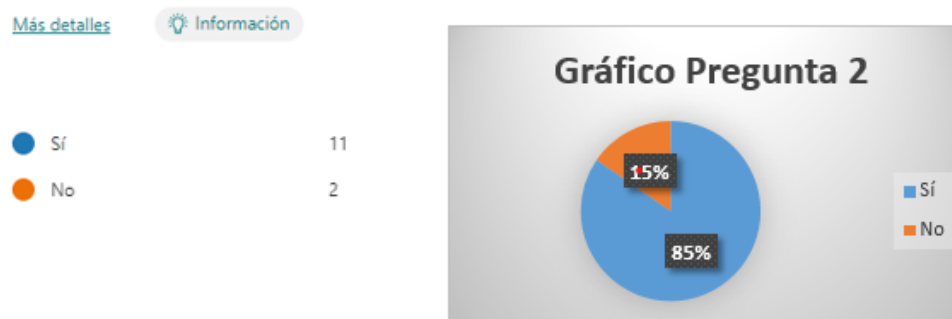


Figura 39 Pregunta 2 Encuesta Fuente: Elaboración propia

3. ¿Califique el diseño del portafolio? Siendo 5 muy interesante y 1 poco interesante

[Más detalles](#)

Información



Figura 40 Pregunta 3 Encuesta Fuente: Elaboración propia

4. ¿Te interesaría poder elegir los productos de tu combo cada semana?

[Más detalles](#)

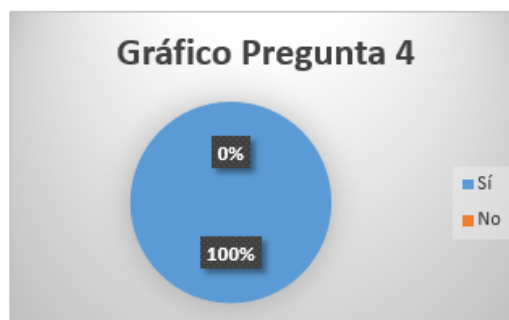


Figura 41 Pregunta 4 Encuesta Fuente: Elaboración propia

5. Elige los 10 productos que más te gusten

[Más detalles](#)

● Lechuga crespa verde	13
● Lechuga crespa morada	5
● Aguacate	13
● Tomate Cherry	7
● Zanahoria	12
● Cilantro	7
● Cebolla blanca	9
● Cebolla morada	4
● Pepino	4
● Ahuyama	2
● Papa criolla	10
● Brócoli	5
● Coliflor	1
● Pimentón	4
● Calabacín	0
● Perejil	1
● Berenjena	1
● Apio	1
● Papa Capira	10
● Tomate añejo	8
● Arveja	2
● Habichuela	2
● Remolacha	2
● Rábano	0
● Espárragos	1
● Ajo	4
● Mazorca	8



Figura 42 Pregunta 5 Encuesta Fuente: Elaboración propia

6. ¿Qué cantidad (en gramos) te gustaría recibir dentro de los 10 productos?

[Más detalles](#)

[Información](#)

● 5.000 Gramos	3
● 10.000 Gramos	9
● 20.000 Gramos	0



Figura 43 Pregunta 6 Encuesta Fuente: Elaboración propia

7. ¿Califique su interés por el beneficio del test saludable? Siendo 5 muy interesante y 1 poco interesante

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figura 44 Pregunta 7 Encuesta Fuente: Elaboración propia

8. ¿Califique su interés por el beneficio de los 2 podcasts semanales? Siendo 5 muy interesante y 1 poco interesante

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figure 45 Pregunta 8 Encuesta Fuente: Elaboración propia

9. ¿Califique la navegación en WB? Siendo 5 muy fácil y 1 Muy complejo

[Más detalles](#)

[Información](#)



Figure 46 Pregunta 9 Encuesta Fuente: Elaboración propia

8.5. Conclusiones

- El 100% de las personas les interesa poder elegir los productos para cada una de sus entregas.
- Los productos que más les gusta a estas personas son: la lechuga crespita verde, el aguacate y la zanahoria.
- El 75% de las personas les gustaría recibir 10.000 gramos (10K) dentro de cada una de las entregas.

8.6. Herramienta Metodológica

LISTA DE TAREAS			
Prever	Por hacer	En proceso	Hecho
Arreglar mi perfil en Instagram	Realizar publicaciones diarias	Diseñar	
Elegir proveedores		Llamar	Elección proveedores
Diseño boletín semanal	Elección diseño		
Elección expertos para podcasts	Llamar	Elección tema para podcast	

Figure 47 Lista de tareas Fuente: Elaboración propia

Se validó el reconocimiento de la propuesta de valor y el producto por los posibles clientes así:

9. Reto 6. Tracción

9.1. Preguntas Manual

- ¿El cliente reconoce y entiende la propuesta de valor del producto? ¿Realmente le aporta valor?

Rta: Si el cliente reconoce y entiende nuestra propuesta de valor, la cual significa para ellos salud y bienestar. Les aporta gran valor, ya que para ellos es fundamental cuidar su salud y nuestro producto los incentiva a esto.

- ¿Qué tanto interés demostró tu cliente por tu producto?

Rta: Demostró gran interés por la membresía mensual.

- ¿Qué tan dispuesto está tu cliente a pagarte por el producto?

Rta: Está muy dispuesto a pagar por el producto, ya que para el cliente genera un gran valor.

- ¿Cuál es la mejor estrategia de adquisición y retención de clientes?

Rta: Comunicación e interacción por los diferentes medios empleados por la marca.

- ¿Cuáles deberían ser las condiciones de venta/uso de mi producto/servicio?

Rta:

- Al recibir el paquete almacenar en lugares frescos los productos.
- Realizar buena conservación de los productos para su perdurabilidad.
- Escuchar y participar de los demás beneficios de la membresía.

9.2. Estrategia Campaña Instagram

Canal: Instagram

Estrategia: Salud y Bienestar

Campaña enfocada en el cuidado y conservación del bienestar físico y mental y promoción de la membresía.

Tácticas:

- Piezas gráficas promocionando la membresía.
- Reel donde se muestra todos los beneficios que se obtiene con la membresía.

9.3. Piezas gráficas



Figure 48 Pieza gráfica Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra pieza publicitaria utilizada en redes sociales:

Figura 48



Elaboración propia (2023)

<https://www.canva.com/design/DAF2rzG28->

[A/WbIIUv8D0hzuR0eVZxhFEw/watch?utm_content=DAF2rzG28-](https://www.canva.com/design/DAF2rzG28-A/WbIIUv8D0hzuR0eVZxhFEw/watch?utm_content=DAF2rzG28-)

[A&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor](https://www.canva.com/design/DAF2rzG28-A&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor)

9.4. Resultados de las actividades de validación

Resultados de las publicaciones por medio de las redes sociales

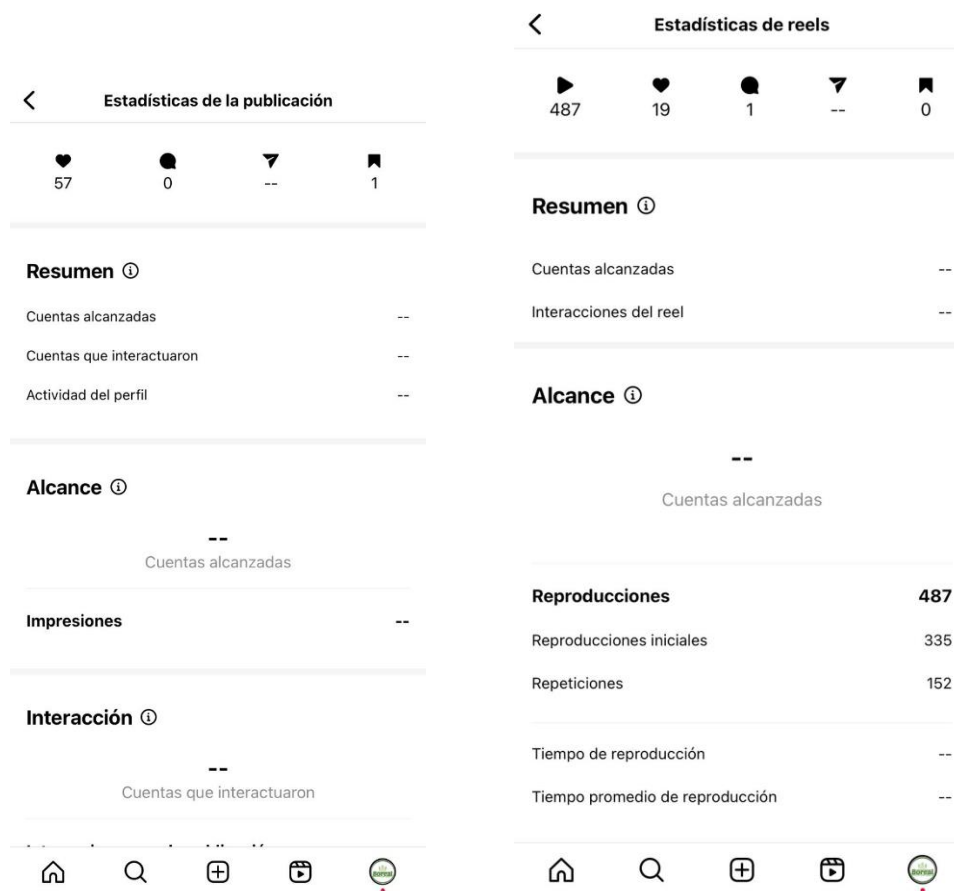


Figure 49 Captura de pantalla Fuente: Red social Instagram

9.5. Herramienta metodológica empleada



Figure 50 Embudo adquisición de clientes Fuente: Elaboración propia

9.6. Descripción actual de tracción

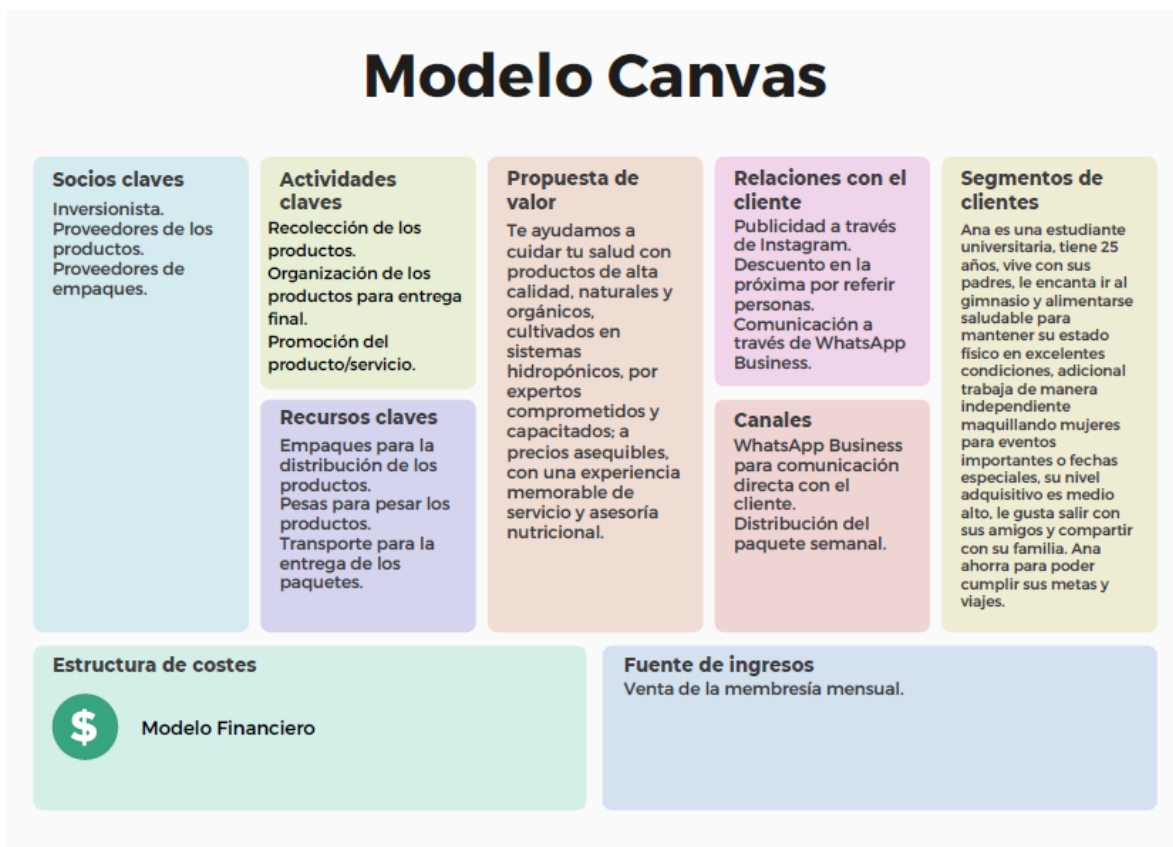


Figure 51 Modelo Canvas Fuente: Elaboración propia

EMPRESA EMERGENTE		MESES DE CAPITAL DE TRABAJO		
Presupuesto Inicial		3	% PRODUCCIÓN	
Cannon de local mensual	\$6.000.000	\$2.000.000	\$1.600.000	
Inventario Activos fijos	\$20.000.000			
Equipamiento y/o acondicionamiento	\$10.000.000			
Computación en Nube	\$600.000	\$200.000	\$120.000	
Publicidad	\$3.000.000	\$1.000.000		
Servicios CONECTIVIDAD	\$900.000	\$300.000	\$99.000	
Personal (Salarios-Honorarios)	\$15.209.400	\$5.069.800	\$1.774.800	
COSTO TOTAL OPERACIONAL MES (1):		\$8.569.800	\$3.593.800	42%
INVERSION INICIAL (2):	\$55.709.400	Costos Administración y ventas:	\$4.976.000	58%

Figure 52 Modelo Financiero Fuente: Elaboración propia

Costo Producto y/o Servicio		
Peso de los costos de Producción en el total de los costos:	42%	
% Computación en nube + Servicios de Conectividad	\$ 219.000	Incluir los costos de los servicios, materias primas o insumos necesarios para el total de productos o servicios a producir
% Personal - Salarios	\$ 1.774.800	
% CIF Cannon	\$ 1.600.000	
COSTO TOTAL Producto y/o Servicio:	\$ 3.593.800	
N de membresías Mes (30 días) Capacidad instalada	100	
Costo Unitario Fijo	\$ 35.938	
Costo Unitario Variable	\$ 90.000	Insumos + logistica
TOTAL COSTO UNITARIO (3)	\$125.938	

Figure 53 Modelo Financiero Fuente: Elaboración propia

Margen de Rentabilidad	0,37		
Factor	0,63		
PRECIO DE VENTA (4)	\$199.902	(1) PV= COSTO+UTILIDAD	
ESTADO DE RESULTADOS 2024 (5)			
Unidades a VENDER año	1200	Mes	
Total Ventas:	\$ 239.881.905	\$ 19.990.159	1200
Costos unidades vendidas:	\$ 151.125.600		
UTILIDAD BRUTA:	\$ 88.756.305	37%	
Gastos de Administración y Ventas	\$ 59.712.000		
UTILIDAD y/o PERDIDA OPERACIONAL (5):	\$29.044.305	EBITDA	
	12%		

Figure 54 Modelo financiero Fuente: Elaboración propia

PUNTO DE EQUILIBRIO (6)		
Pesos \$:	\$ 13.448.649	\$ 4.976.000
Unidades	67	
Día Punto de Equilibrio	20	
67%		

Figure 55 Modelo financiero Fuente: Elaboración propia

10. Enlace para visualizar Modelo Financiero completo en hoja de cálculo

[Modelo Financiero.xlsx \(sharepoint.com\)](#)

11. Referencias

Jiroy, T., Pardo, M., Péres, M., Durán, J., Buitrago, F., Fonnegra, A., Castellanos, D., Cruz, D. (2012). *Manual del equipo emprendedor* (Archivo PDF).

Centros para el control y prevención de enfermedades. (2021) Frutas y verduras. Recuperado el 25 de enero de 2024, de <https://www.cdc.gov/healthyweight/spanish/healthyeating/fruitsandvegetables.html#:~:text=Ade m% C3% A1s% 2C% 20las% 20dietas% 20ricas% 20en,importantes% 20para% 20la% 20buena% 20sa lud.>

FAO (Organización Mundial de Alimentos y Agricultura. Pensis. (2024) Agricultura sustentable: volver al origen. Recuperado el 19 de febrero de 2024, de <https://www.tec.ac.cr/pensis/articulos/agricultura-sustentable-volver-origen#:~:text=Se% 20entiende% 20por% 20agricultura% 20sustentable,del% 20productor% 20y% 20la% 20sociedad.>

Pensis, (2024). Agricultura sustentable: Volver al origen. *Oficina de comunicación y mercadeo, tecnológico de Costa Rica*. Tomado de: <https://www.tec.ac.cr/pensis/articulos/agricultura-sustentable-volver->

[origen#:~:text=Se%20entiende%20por%20agricultura%20sustentable,del%20productor%20y%20la%20sociedad.](#)