

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial
15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de noviembre de 1976.

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

MAESTRÍA EN MERCADOTECNIA GLOBAL



ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Trabajo recepcional que para obtener el grado de

MAESTRO EN MERCADOTECNIA GLOBAL

Presenta: Eduardo Morales Paniagua

Tlaquepaque, Jalisco. Febrero de 2017.

El presente documento propone un plan de negocio para desarrollar una oferta de un servicio de producción, venta y entrega de desayunos con alimentos naturales, completo, equilibrado, inocuo, suficiente, variado y adecuado a estudiantes de educación básica (Preescolar, Primaria y Secundaria) y personas que están actualmente integradas al mercado de trabajo en la ciudad de Morelia. Dicho proyecto surge a partir de identificar y mostrar sensibilización de un servidor con la problemática y sus múltiples consecuencias de tener malos hábitos alimenticios en nuestro país.

México se encuentra en el primer lugar de obesidad en el mundo, que incluye a adultos y niños, además que ya se presentan casos en bebés, debido a que no reciben leche materna y se alimentan con fórmulas. Desde los ochentas, los niños han tenido la inclinación por consumir alimentos distintos a los acostumbrados en la familia; desean comer la denominada “rápida” como hamburguesas, pizzas, hotdogs, pollo frito, etc. Aquellos de familias de recursos económicos bajos, comen lo que hay en casa y buscan otro sabor que disfrutar inclinándose por la comida chatarra. Asimismo, la actividad física se hace cada vez más inaudita tanto en niños como en adultos, desarrollando con ello hábitos de vida pasiva. El sobrepeso y la obesidad son problemas de salud de alta prevalencia en niños en edad escolar y adultos en México, y se asocia con el nivel socioeconómico, la edad, escolaridad, cultura, familia, sedentarismo, emociones, entre otras.

La mayoría de los mexicanos desconoce qué es y cómo tener una alimentación saludable. Sin embargo, cada vez más padres de familia muestran

interés en promover y practicar una correcta educación alimentaria a sus hijos así como también hombres y mujeres laboralmente activos en consumir productos saludables en su dieta diaria, representado una oportunidad de negocios para este proyecto.

Alimentación Saludable.

ÍNDICE DEL DOCUMENTO

| | Página |
|--|--------|
| Introducción | 6 |
| Capítulo I | |
| 1.1. Antecedentes y contexto | 9 |
| 1.1.1. La obesidad en México y su impacto | 11 |
| 1.1.2. La obesidad en Michoacán | 14 |
| 1.1.3. Población en Michoacán y su participación económica | 14 |
| 1.2. Situación de mercado | 17 |
| 1.3. Propósito y objetivo | 19 |
| 1.4. Límites y alcances | 19 |
| 1.5. Acciones realizadas (Anexo I: Plan de Investigación) | 20 |
| 1.5.1. Supuestos teóricos de la investigación realizada | 20 |
| 1.5.2. Diseño de la técnica cualitativa | 20 |
| 1.5.3. Guía de tópicos o guía de la entrevista | 21 |
| Capítulo II | |
| 2.1. Oportunidades del mercado | 25 |
| 2.2. Competencia y productos sustitutos identificados | 33 |

| | |
|---|----|
| Capítulo III | |
| 3.1. Resultados y análisis de la información | 35 |
| 3.2. Perfil del mercado | 36 |
| Capítulo IV | |
| 4.1. La oferta de valor | 44 |
| 4.2. Modelo Canvas | 45 |
| Capítulo V | |
| 5.1. Análisis económico financiero | 54 |
| Capítulo VI | |
| 6.1. Implementación, seguimiento y evaluación de la propuesta | 57 |
| Conclusiones y recomendaciones | 63 |
| Referencias | 66 |
| Anexos | |
| 1. Plan de investigación | 68 |
| 2. Necesidades de información | 74 |
| 3. Transcripciones de las encuestas | 81 |

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define al sobrepeso y la obesidad (SPyO) como una acumulación anormal o excesiva de grasa. Existe evidencia de que esta condición es el principal factor de riesgo para el desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles. En el caso de México, el SPyO se asocia con diabetes mellitus tipo dos, enfermedades cardiovasculares, trastornos al aparato locomotor y algunos tipos de cáncer. La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) 2012, señala que siete de cada diez adultos mexicanos sufre SPyO. Entre 2000 y 2012, este problema aumentó 15.2%. El SPyO es producto de estilos de vida poco saludables, en los que se combina una mala alimentación, generalmente rica en azúcares y/o grasas, con poca o nula actividad física. En parte, esta definición sugiere que el individuo tiene la responsabilidad absoluta sobre sus hábitos, no obstante, existen múltiples causas subyacentes que influyen en las decisiones de los individuos.

La obesidad no sólo es un problema de salud pública, sino también una carga financiera considerable. Esto implica una gran presión sobre el presupuesto de las familias, los sistemas de salud y las finanzas públicas. El Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO) considera al sobre peso y obesidad como un elemento que reduce la competitividad del país. Por una parte, afecta la salud de los habitantes, lo que tiene un impacto en la dinámica familiar, impone costos elevados de tratamiento y afecta su productividad. Por el otro lado, al reducirse la productividad de los trabajadores las empresas se ven afectadas, además la mayor necesidad de tratamiento impone retos considerables para las finanzas

gubernamentales. México se encuentra en el primer lugar de obesidad en el mundo, que incluye a adultos y niños, además que ya se presentan casos en bebés, debido a que no reciben leche materna y se alimentan con fórmulas. Desde los ochentas, los niños han tenido la inclinación por consumir alimentos distintos a los acostumbrados en la familia; desean comer la denominada “rápida” como hamburguesas, pizzas, hotdogs, pollo frito, etc. Aquellos de familias de recursos económicos bajos, comen lo que hay en casa y buscan otro sabor que disfrutar inclinándose por la comida chatarra. Asimismo, la actividad física se hace cada vez más inaudita; lo peor es que se está heredando a los niños estos hábitos de vida pasiva. El sobrepeso y la obesidad son problemas de salud de alta prevalencia en niños en edad escolar en México, y se asocia con el nivel socioeconómico, la edad de los escolares y la escolaridad de las madres. A parte de la cuestión económica, existen otros aspectos que generan la obesidad en la sociedad como el político y social.

La industria alimentaria puede desempeñar una función importante en la promoción de una alimentación saludable a través de diferentes actividades tales como: reduciendo el contenido de grasa, azúcar y sal en los alimentos elaborados, asegurando que todos los consumidores puedan acceder física y económicamente a unos alimentos sanos y nutritivos, poner en práctica una comercialización responsable y, asegurar la disponibilidad de alimentos sanos y apoyar la práctica de una actividad física periódica en el lugar de trabajo o escuela.

Hasta hace pocos años, la comida estilo fast-food era sinónimo de “chatarra”. Hoy, los cambios en los gustos de los consumidores, la participación de

la población femenina en el mercado laboral, la carga de trabajo y la preocupación por cuidar la salud ha llevado a que surjan nuevos conceptos: desde los restaurantes de servicio rápido, los food-trucks, hasta los conocidos fast-good, que combinan la pronta atención en el servicio con una comida sana y nutritiva. Aquí nace la idea de emprender un negocio de desayunos saludables incorporando además otras variables como la rapidez en el servicio, precios moderados, ubicación estratégica, promociones adecuadas, etc., asumiendo y fomentando la responsabilidad social y contribuyendo así con el bienestar y desarrollo de nuestro entorno.

CAPÍTULO I

1.1. ANTECEDENTES Y CONTEXTO

Este proyecto surge a partir de identificar y mostrar sensibilización en un servidor y mi esposa con la problemática y sus múltiples consecuencias de tener malos hábitos alimenticios en la población de la ciudad de Morelia. Propone la producción, venta y entrega de desayunos con alimentos naturales y equilibrados en carbohidratos, lípidos y proteínas a estudiantes de educación básica (Preescolar, Primaria y Secundaria) y personas que están integradas al mercado de trabajo (Población Ocupada). Asimismo, ser una extensión de la actual actividad profesional a través del emprendimiento de un proyecto de negocio, contribuyendo de esta manera al bienestar de nuestra ciudad.

Razones:

- El estado de salud de una persona depende en buena parte de la calidad de sus hábitos alimenticios. Una alimentación saludable mejora la calidad de vida.
- La obesidad en México es un problema de salud pública que ubica al país en un lugar vergonzoso, al ser primer lugar mundial para niños con sobrepeso y obesidad, y el segundo en adultos. La información se fundamenta en el artículo de Alianza por la Salud Alimentaria. El Peso de la obesidad en México. (Marzo, 2014).
- Cambios sin precedentes en los estilos de vida y patrones alimenticios, una

mayor demanda de comida saludable y opciones más éticas y deseo de los consumidores para conocer más sobre los alimentos que eligen, están provocando tendencias radicales en la industria alimentaria para los próximos años.

- Según datos de la consultoría de mercados Euromonitor, el mercado de alimentos saludables en el país está creciendo en un porcentaje del 10% anual. Las campañas y acciones del gobierno están llevando a que muchas empresas de alimentos estén creando nuevos productos con menos cantidad de grasa, azúcar, sal y químicos. (Mexican Business Web, 2013).

- El desayuno, ese gran olvidado: para algunos expertos, el desayuno en su vertiente más saludable será de nuevo tendencia. La primera comida del día es un pilar fundamental en el mantenimiento de la salud y el rendimiento laboral y escolar.

- Alimentación saludable infantil. El papel de los padres y educadores es fundamental para crear hábitos saludables, así como el de la industria alimentaria en la mejora de la composición nutricional de los productos dirigidos a niños.

- A partir del mes de marzo del 2014, México prohibió la venta de comida chatarra en las escuelas. Hubo una modificación del Artículo 3 Constitucional, donde claramente quedó establecido la prohibición de proporcionar a los educandos alimentos que no tengan contenido nutricional.

- La participación de la población femenina en el mercado laboral muestra un crecimiento sostenido durante los últimos 30 años, relacionado con los procesos de modernización, industrialización y urbanización del país, pero también con los ajustes y reestructuraciones económicas ocurridas en las décadas recientes, ocasionando con ello que no tengan el tiempo suficiente para preparar desayunos saludables a la familia.

- Se hizo una búsqueda en la zona geográfica Centro-Sureste de la ciudad de Morelia y no se identificó una oferta con este tipo de características de negocio.

1.1.1. La Obesidad en México y su impacto

La obesidad se ha convertido en una de las principales amenazas para el sector salud en México, no sólo por ser una epidemia en sí, sino por las enfermedades que se pueden derivar, tales como la diabetes o los males cardiovasculares. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, en el planeta existen más de mil millones de adultos con sobrepeso y más de 300 millones son obesos. En México la situación no es más halagüeña: según el informe “La obesidad y la economía de la prevención”, realizado el año pasado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el país ocupa el segundo lugar mundial en obesidad, con un 30% de la población que la padece; mientras que 70% tiene sobrepeso. Esto implica que dos de cada tres mexicanos tienen sobrepeso, así como una de cada tres mujeres y uno de cada cuatro hombres son obesos. Newsweek en español. Obesidad y sobrepeso en México. (Agosto

15, 2011).

El informe también refiere que el país se ha posicionado en el primer lugar mundial en obesidad infantil; son 4.5 millones de niños de entre cinco y once años los que están excedidos en su peso. Como consecuencia de ello, los costos para tratar la obesidad y el sobrepeso cuestan al país 3,500 millones de dólares anuales en atención médica y hospitalaria, ausencias laborales y otros. Y se proyecta que la suma llegue a 6,500 millones de dólares hacia fines de esta década. Newsweek en español. Obesidad y sobrepeso en México. (Agosto 15, 2011).

Hasta hace 40 años el sobrepeso y la obesidad no eran un problema de salud pública en México, según ha reconocido la Secretaría de Salud. El problema de muchos mexicanos es la mala calidad de su nutrición, de acuerdo a especialistas. Sin embargo, a partir de aquel momento empezó a cambiar paulatinamente la dieta de los mexicanos, que empezaron a incorporar alimentos con alto contenido de azúcares y calorías. El precio de estos productos también bajó, al tiempo que se promovió un estilo de vida más sedentario, con menos actividad física a la que se tuvo durante décadas. A esta mezcla se suma una predisposición genética en los mexicanos para metabolizar de manera distinta las grasas y azúcares. Resultado: la epidemia de sobrepeso y obesidad que ahora se vive.

Comer frutas y verduras mejora la calidad de vida. Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), el mayor consumo de frutas y

verduras entre los mexicanos podría salvar la vida de más de 2.7 millones de personas al año. Seguir las recomendaciones de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) para incrementar el consumo nacional de frutas y verduras y pasar de 185 gramos al día a 400 gramos, contribuirá a disminuir el gasto público que se destina al sector salud para atender los problemas derivados por la obesidad y el sobrepeso, mismo que se estima en el 2017 superará 78,000 millones de pesos.

Comer en la calle ha tenido efectos negativos en la salud de 53% de los mexicanos y los males más populares son diarrea, tifoidea o infección estomacal. Un estudio elaborado por Gabinete de Comunicación Estratégica midió los hábitos alimenticios de los encuestados y encontró los siguientes resultados: 1. La inmensa mayoría de las personas prefiere comer en casa y 85 de cada 100 afirman que esta comida les sabe más rica. 2. Las razones que dan los mexicanos para comer en puestos callejeros o ambulantes son antojo en el 33.2% de los casos; 32.2% por prisa; 29.9% por cercanía al trabajo o casa; 3.3% por los precios; 6.6% tiene “otro” motivo y 4.8% no sabe o no respondió. Por otra parte, 74.3% de los ciudadanos considera que los mexicanos “no tenemos buenos hábitos saludables” y el 38.5% de las personas consultadas afirma que come frutas y verduras todos los días como lo recomiendan los médicos para tener una dieta balanceada, mientras que 24.5% lo hace frecuentemente, 26.5% algunas veces y 5.8% confiesa que los consume rara vez; 1.4 por ciento no lo hace nunca. (Excelsior, 2014).

1.1.2. La Obesidad en Michoacán

Cifras de sobrepeso y obesidad en Michoacán arrojaron que del grupo de 5 a 11 años de edad se observó una prevalencia de sobrepeso y obesidad del 31.2%. En el grupo de 12 a 19 años del 34.5% para hombres y del 29.7%. Adultos de 20 años o más, registró una prevalencia de sobrepeso y obesidad del 74.6% en mujeres y en hombres de 70.2%. Morelia Global. (2014).

1.1.3. Población en Michoacán y su Participación Económica

De acuerdo a cifras del INEGI, en el 2010, en el estado de Michoacán de Ocampo viven 2,248,928 mujeres y 2,102,109 hombres, dando un total de 4,351,037 habitantes. La capital Morelia cuenta con 729,279 habitantes. Por grupos de edad, para el 2010, menos de la tercera parte de la población son niños y adolescentes menores de 15 años (30.0%), la población de 15 a 64 años representa el 61.6% y los mayores de 65 años, 7.3 por ciento. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010).

Entre 2005 y 2011, la tasa de participación económica de la población de 14 años y más experimentó pequeños altibajos, siendo el año de 2009 donde encuentra su punto máximo (57.6%). En el primer trimestre de 2011 la PEA se conforma por 1 millón 759.9 mil personas, de las cuales, 1 millón 705.4 mil es una población ocupada (1 millón 117.7 mil son hombres y 587.7 mil, mujeres) y

54.5 mil buscaba trabajo (43.9 mil son hombres y 10.6 mil son mujeres).

La tasa de desocupación para este trimestre es de 3.1% y la de subocupación se colocó en 5 por ciento. Para el primer trimestre de 2011 y congruentes con el tamaño de su población, la ciudad de Morelia constituye una de las concentraciones más grandes de población ocupada dentro del estado, con 257.6 mil personas ocupadas, que representan en conjunto 15.1% de la población ocupada estatal.

Considerando el tamaño de la unidad económica donde labora la población ocupada y tomando en cuenta sólo al ámbito no agropecuario (que abarca a 1 millón 336.5 mil personas), 854.4 mil (63.9%) están ocupados en micro-negocios; 136.8 mil (10.3%) en establecimientos pequeños; 66.2 mil (5%) en medianos; 144.9 mil (10.8%) en grandes; 69.8 mil (5.2%) se ocupan en gobierno y 64.6 mil (4.8%) en otro tipo de unidad económica.

De la población ocupada, 56.7% labora en el sector terciario (servicios y comercio), 21.6% en el secundario y 21.6% en el primario; 0.1% no especificó en qué sector trabaja. En cambio, de la población masculina ocupada, 42.1% labora en el sector terciario, 27.5% en el secundario, 30.3% en el primario y 0.1% no especificó en qué sector trabaja. En el caso de las mujeres, las proporciones son de: 84.5%, 10.4%, 5.1%, respectivamente. Por su posición en la ocupación, la mayor parte de los ocupados (59.2%) son personas subordinadas y remuneradas (1 millón 10.1 mil personas). Le siguen los trabajadores por cuenta propia quienes representan 24.7% (421.4 mil); los

trabajadores no remunerados con 8.1% (137.9 mil) y los empleadores o patronos con 8% (135.9 mil personas). Por sexo, 61% de los varones son trabajadores subordinados y remunerados, 22.5% trabajan por cuenta propia, 10.6% son empleadores y 5.9% trabajadores no remunerados. En el caso de las mujeres, los porcentajes son: 55.9%, 29%, 3% y 12.1%, en ese orden. Según la jornada de trabajo, 111.6 mil personas trabajan menos de 15 horas semanales; en el extremo contrario se ubican 446.5 mil personas que laboran más de 48 horas semanales. En promedio la población ocupada laboró una jornada de 40.9 horas a la semana. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010).

De acuerdo a la información presentada se puede concluir que la obesidad se debe a múltiples factores, y solo un cinco por ciento de los casos es por cuestiones genéticas. El 95 por ciento restante responde a los malos hábitos alimentarios, dado por la alta cantidad o selección de alimentos y al sedentarismo. Esta enfermedad es el resultado del des balance entre la ingesta calórica y el gasto de energía. En general, la obesidad está vinculada con una mala nutrición, que incluye principalmente alimentos ricos en calorías y excluye aquellos alimentos densos como las frutas, verduras, cereales y panes integrales. Michoacán ya ocupa el primer lugar a nivel nacional en obesidad, lo que este proyecto de emprendimiento representará una ventana de oportunidades al ofrecer acciones de prevención y educación alimentaria al sector de la población económicamente activa de la ciudad de Morelia, operando en una economía de crecimiento orientada al comercio y servicios.

1.2. LA SITUACIÓN DE MERCADO

Los hábitos alimenticios del mexicano se encuentran en un vertiginoso cambio, el país padece una epidemia de obesidad al tiempo que la población es atraída por los alimentos saludables, lo que representa una notable *oportunidad de negocios* en el sector comercial. Como ocurre en otros rubros del sector alimentos y bebidas como el café y la cerveza gourmet, frente al mercado de los alimentos benéficos para la salud los consumidores se aprestan a adquirir productos para beneficiar su salud. Datos de la consultoría de mercados Euromonitor revelan que el valor del mercado de alimentos saludables en el país asciende a 22,382 millones de dólares (mdd) y mantiene crecimientos de 10% anual. La metamorfosis de las tendencias de consumo en México es impulsada, entre otros factores, por las políticas públicas contra la obesidad y aprovechada por compañías, las cuales elaboran nuevos productos para cautivar al público y cumplir con las nuevas normas. (Mexican Business Web, 2013).

Por otra parte, la participación de la población femenina en el mercado laboral muestra un crecimiento sostenido durante los últimos 30 años, relacionado con los procesos de modernización, industrialización y urbanización del país, pero también con los ajustes y reestructuraciones económicas ocurridas en las décadas recientes, ocasionando con ello que no tengan el tiempo suficiente para preparar desayunos saludables a la familia. La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) señaló que 60.2% de las madres mexicanas trabaja para

completar el ingreso familiar. En una investigación para determinar los gastos que realizan las madres para atender a sus hijos mientras trabajan, el organismo detalla que 26.4% labora para mantener su hogar y 13.2% por superación personal o por que le gusta su trabajo. El 91.7% de las madres mexicanas labora fuera de casa y 8.3% en su hogar, mientras que dos de cada 10 destina al traslado de ida y vuelta de su casa al lugar del trabajo dos horas. A su vez, 65.9% de las madres mexicanas labora de lunes a viernes, 19.4% de lunes a sábado y 13.1% de lunes a domingo; además, 63.8% de las entrevistadas trabaja de ocho a más horas al día y 36.2% destina menos de ocho horas. (El Economista, 2014).

De tal manera que se puede concluir que las oportunidades de mercado para este proyecto de emprendimiento se dan en un tiempo favorable en donde la situación actual de obesidad coloca al estado de Michoacán dentro de los primeros lugares de tal padecimiento así como el gobierno federal y estatal muestran interés en promover hábitos de vida saludable. Además que la población no conoce los aspectos básicos de una alimentación correcta y cada vez es más amplio el sector de las mujeres que trabajan y atienden su hogar simultáneamente. Sin dejar de mencionar los cambios de las tendencias de consumo en México hacia una alimentación más saludable. Este proyecto representará una oportunidad de negocios en el sector comercial, sector de mayor crecimiento en la última década en la ciudad de Morelia.

1.3. PROPÓSITO Y OBJETIVO

Proponer un plan de negocio para desarrollar una oferta de un servicio de producción y venta de desayunos, elaborado con alimentos naturales, completo, equilibrado, inocuo, suficiente, variado y adecuado a la edad de cada consumidor. Contribuyendo de esta manera a mejorar los hábitos de consumo de las personas, comer sanamente, alentar el ejercicio y cuidado del cuerpo, y a formar familias motivadas a buscar constantemente calidad de vida.

1.4. LÍMITES Y ALCANCES

El alcance de este proyecto de emprendimiento propondrá como primera etapa la definición, desarrollo y presentación de un plan de negocio para la producción, venta y entrega de desayunos con alimentos naturales y equilibrados dirigido a dos segmentos de mercado: 1) Hogares con hijos en edad escolar mayores a cuatro años y menores a 15 años, cuyos padres actualmente estén trabajando y los hijos estudiando. 2) Hombres y mujeres que actualmente formen parte de la población ocupada dentro de la ciudad de Morelia. Y como segunda etapa, la ejecución y supervisión de dicho plan como negocio en marcha.

1.5. ACCIONES REALIZADAS

1.5.1. Supuestos Teóricos de la Investigación Cualitativa

Considerando los malos hábitos alimenticios, la vida sedentaria y el primer lugar a nivel nacional en obesidad que ocupa el estado de Michoacán, creemos que un proyecto de emprendimiento a través de la producción, venta y entrega de desayunos con alimentos naturales y equilibrados en carbohidratos, lípidos y proteínas a estudiantes y personas que están integradas al mercado de trabajo, representará un ventana de oportunidades al ofrecer acciones de prevención y educación alimentaria. Consideramos que nuestra propuesta será bien recibida en nuestro segmento meta derivado de una mayor demanda de comida saludable y deseo de los futuros consumidores por cuidarse y conocer más sobre los alimentos que eligen. (Ver Anexo I: Plan de Investigación)

1.5.2. Diseño de la Técnica Cualitativa

La técnica que se eligió en el presente proyecto fue las entrevistas a profundidad. Con la intención de identificar y comprender en profundidad cómo piensan y sienten los posibles consumidores en relación a diversos aspectos investigados. Por ejemplo: sus motivaciones para elegir, principales necesidades que buscan satisfacer, atributos del producto, evaluación de la relación costos / precios, servicios de entrega, etc.

1.5.3. Guía de Tópicos o Guía de la Entrevista

Encuesta 1 (Padres de Familia)

Objetivo: Recolectar información sobre los gustos y preferencias de los consumidores de desayunos con la intención de diseñar un proyecto que propone la definición, desarrollo, ejecución y supervisión de un plan de negocio para la producción, venta y entrega de desayunos con alimentos naturales y equilibrados.

Perfil 1: Hogares con hijos en edad escolar mayores a 4 años y menores a 15 años, cuyos padres actualmente estén trabajando y los hijos estudiando dentro de la ciudad de Morelia. Padres preocupados y orientados a proveer una alimentación saludable a sus hijos. Hogares que gustan comprar productos o servicios que les faciliten las tareas diarias del hogar significando ahorros en tiempo, economía y libertad. Padres que buscan estimular en sus hijos hábitos alimenticios y estilos de vida saludables.

Indicaciones: Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para la venta de desayunos con alimentos naturales y equilibrados, solicitamos su colaboración para responder a las siguientes preguntas.

Datos Generales: Nombre / Edad / Ocupación / Número de Hijos

1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para el desarrollo y crecimiento de tus hijos? Y ¿Por qué?

2. Cuando tus hijos asisten a la escuela, ¿desayunan en casa o los envías con un lunch o les das dinero para que compren algo en la escuela? Si les das dinero, ¿Cuánto dinero les das?
3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunan tus hijos?
4. ¿En qué horario habitualmente desayunan tus hijos cuando asisten a la escuela?
5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?
6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad infantil en México y de sus múltiples consecuencias?
7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados para tus hijos, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?
8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)
9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?
10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?
11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?
12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente a tu hijo(s) en la escuela por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Encuesta 2 (Hombres y Mujeres)

Objetivo: Recolectar información sobre los gustos y preferencias de los consumidores de desayunos con la intención de diseñar un proyecto que propone la definición, desarrollo, ejecución y supervisión de un plan de negocio para la producción, venta y entrega de desayunos con alimentos naturales y equilibrados.

Perfil 2: Hombres y mujeres que actualmente se encuentren trabajando. Con ocupaciones de oficinistas, empleados de gobierno, iniciativa privada de nivel medio, profesores y personas en actividades independientes de mediano nivel. Preocupados por aprender a comer saludablemente, por su apariencia física y por su salud. Consumidor informado que busca consumir alimentos naturales y evitar los procesados, fritos y con alto contenido calórico. Conscientes de la importancia de adquirir hábitos de vida saludables.

Indicaciones: Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para la venta de desayunos con alimentos naturales y equilibrados, solicitamos su colaboración para responder a las siguientes preguntas.

Datos Generales: Nombre / Edad / Ocupación

1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para tu salud? Y ¿Por qué?
2. Cuando asistes al trabajo, ¿desayunas en casa o te preparas un lunch o compras algo en el trabajo? En caso de comprar, ¿cuánto dinero gastas?

3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunas por las mañanas?
4. ¿En qué horario habitualmente desayunas?
5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?
6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad adulta en México y de sus múltiples consecuencias?
7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?
8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)
9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?
10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?
11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?
12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente en tu oficina por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

CAPÍTULO II

2.1. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Entorno Político

La Estrategia Nacional presentada el pasado 31 de Octubre de 2013 por parte del Gobierno del Presidente Enrique Peña Nieto para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes está integrada por tres pilares:

1. Salud Pública

- Promoción de estilos de vida saludables; amplias campañas de educación; monitoreo permanente de las enfermedades no transmisibles; así como implementación de acciones preventivas.
- La Reforma Educativa aprobada, faculta a la Secretaría de Educación Pública, a fin de que en las escuelas haya alimentos sanos y nutritivos para nuestros niños.
- La Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte, la CONADE, junto con agrupaciones de la sociedad civil, está impulsando acciones para que la población tenga una mayor actividad física.
- La Secretaría de Salud establecerá un “Observatorio” que genere información, para una adecuada toma de decisiones en contra de la obesidad y la diabetes.

2. Atención Médica Oportuna

- Identificación de personas con factores de riesgo, o con diagnóstico previo, para que tengan acceso efectivo y oportuno a los servicios de salud, privilegiando siempre la prevención.
- El Centro de Atención del Paciente Diabético detectará las primeras señales de sobrepeso para actuar proactivamente, con intervenciones médicas oportunas; Modelo de Atención que se replicará en otras instituciones del Sistema Nacional de Salud.

3. Regulación Sanitaria y Política Fiscal en favor de la Salud

- A propuesta del Ejecutivo, se gravarán las bebidas azucaradas, y, por iniciativa de los diputados, respaldada por los senadores, se gravarán también los alimentos no básicos con alta densidad calórica.

Se creará un sello de “calidad nutricional”, para los productores que así lo soliciten y cumplan con los altos estándares nutricionales. Éste será un incentivo adicional, para que la industria reformule sus productos o genere más opciones saludables. De acuerdo con la publicación “Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes.” (Octubre 31, 2013).

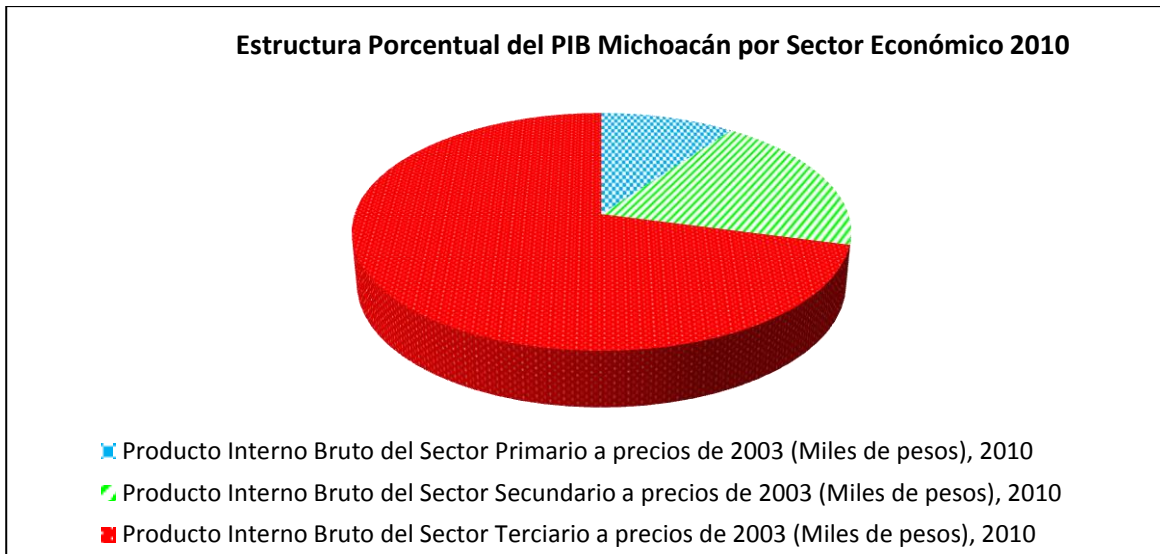
El pasado 12 de noviembre de 2013, el estado de Michoacán ante la Secretaría de Salud Federal se sumó a la aplicación de la “Estrategia Nacional para la Prevención y el Control de Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes”, a fin de lograr un estado más sano y con mayor fortaleza.

Entorno Económico:

El impacto de la obesidad en los costos de salud en México se estima en mil millones de dólares, pues expone a las personas a enfermedades crónicas como la diabetes, señaló la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Datos de la Organización revelan que los niveles de obesidad en el país han aumentado rápidamente los últimos cinco años, al igual que para los países miembros, especialmente en México donde se ha incrementado entre dos y tres por ciento. En países como Estados Unidos, Inglaterra, Italia y Corea los índices se han mantenido. El documento de la OCDE señaló que la crisis económica ha hecho que las familias gasten menos en comida y que los hogares pobres consuman comida chatarra con un alto contenido calórico. Sin embargo, en México y EU las personas con mayor nivel de educación tienen la misma propensión a ser obesas que aquellas con un menor nivel de estudios. El Financiero. Obesidad en México cuesta mil millones de dólares: OCDE. (Mayo 27, 2014).

Contexto Estatal y Economía Moreliana:

La economía del Estado se ha caracterizado por su transición durante la última década de una economía agropecuaria hacia una economía orientada al comercio y servicios. En la siguiente gráfica se aprecia cómo el sector económico más dinámico es el terciario, pues comprende poco más del 70% de PIB estatal, una situación similar a la tendencia que se observa en la economía nacional.



Gráfica No. 1. PIB de Michoacán. Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2010.

Desde que Morelia asumió el predominio político – administrativo como capital estatal, ha representado un polo urbano que ha tenido efectos en su crecimiento poblacional, concentrando un importante número de habitantes como resultado de su tasa natural de crecimiento poblacional, además de la migración y establecimiento permanente de pobladores que arriban desde las localidades aledañas, desde otros municipios y hasta de otras entidades federativas, ejemplo de ello es la gran cantidad de estudiantes que se aglomeran en la ciudad, además de los servidores públicos de los tres órdenes de gobierno. De tal forma que actualmente las actividades económicas motoras residen en su mayoría en el sector terciario al igual que la población económicamente activa del municipio. En ese sentido, es necesario destacar que es el sector terciario el que se apunta como el sector más dinámico, sobretodo en la rama referida a los servicios debido

a la función que cumple Morelia como centro educativo, económico, comercial, financiero y en gran medida por importancia relativa del municipio en el turismo estatal y nacional, pues según Vargas ya para 1990 en el sector terciario se concentra el 71.4% de la PEA.

Entorno Social:

Hay otro factor añadido que no hace las cosas fáciles, y es la falta de cobertura médica con la que se enfrentan muchas familias mexicanas. No tener cobertura médica significa no visitar al doctor de forma regular. Cuando hay un pediatra que hace un seguimiento regular del niño, éste puede indicarnos que el peso está subiendo y que ha llegado el momento de empezar a aplicar algunas medidas para controlarlo. Por otra parte las familias mexicanas al igual que millones de familias de países latinoamericanos trabajan, y trabajan duro. Después de una larga jornada en el trabajo es difícil llegar a casa y ponerse a cocinar una comida saludable, o peor, ponerse a luchar con los niños para que se coman esas verduras o esa comida saludable. El resultado es que es muy común que la cena se componga de alimentos precocinados y rápidos de preparar o de comida rápida para llevar. Estos alimentos suelen tener un contenido en grasas, azúcares, sal y calorías mucho mayor que los vegetales frescos. Además casi siempre contienen preservativos cuyo efecto a largo plazo es desconocido. El horario ocupado que tienen los padres hoy en día también dificulta el poder llevar a los niños a programas extraescolares donde hagan ejercicio. Un elemento más que hay que incluir son las horas que los niños pasan frente a la televisión o videojuegos. Por un lado, el tiempo que pasan sentados es tiempo que no están haciendo ejercicio,

y por el otro, comer todo tipo de botanas cuando se está frente a la pantalla es algo común. Los programas para niños están cargados de anuncios sobre comida. Si la televisión está además en el cuarto del niño, la influencia es aún más negativa.

Por último, las grandes ciudades, donde vive el 70% de la población, no han sido diseñadas para los peatones y hacen falta centros deportivos, albercas públicas y canchas de futbol. El auto es el rey de la ciudad. El resultado es un país donde la obesidad es la primera causa de mortalidad: 152 muertos por 100.000 habitantes, lo que representa 8 veces más que el promedio de los países de la OCDE.

Entorno Cultural:

El que un niño tenga unos cuantos kilos de más no ha sido por lo general motivo de alarma en la cultura mexicana o latina. Más bien al contrario. Si se trata de un bebé, el hecho de que esté "gordito" suele ser un motivo de orgullo para la madre. Y si se trata de un niño de corta edad, la creencia general es que, a medida que crezca, esos kilos de más desaparecerán. Esto era verdad hasta cierto punto en generaciones pasadas cuando, al crecer los niños, hacían ejercicio jugando en la calle y practicando deportes. Además, antes no se consumía el exceso de azúcar y grasas en la alimentación diaria que se consume ahora. Pero hoy en día muchos niños llevan una vida más sedentaria y una alimentación menos sana. Esta percepción de la obesidad en nuestra cultura se ha probado incluso en un estudio psicológico donde se pedía a los padres que evaluaran si a sus hijos les sobraba

peso o no. Más de la mitad de los papás y mamás mexicanos dijeron que sus hijos tenían un peso normal, cuando en realidad tenían un exceso de peso. Cuando un peso excesivo se considera algo "normal" los papás no toman las medidas necesarias para corregir el problema. Desafortunadamente, está demostrado que la obesidad se inicia en la infancia y cuanto más se tarda en corregirla, más difícil es controlarla.

Por otra parte, siempre que comemos ¿lo hacemos porque tenemos hambre? Es decir, ¿necesitamos nutrinos en ese preciso momento? Además del factor físico (el cuerpo necesita combustible para funcionar) existen otras variables que nos pueden llevar a querer comer sin que sea necesario. En nuestra sociedad, la sociedad del marketing y el consumo, nos vemos empujados hacia la sobrealimentación y hacia una nutrición que no es tan sana como debería. La comida basura, los snack hipercalóricos... en definitiva, las opciones de "comida fácil" llegan a nosotros cada día a través de anuncios en todos los medios de comunicación. En un entorno en el que alimentarnos de manera sana y saludable es una opción que no siempre es la más fácil ni la más rentable, debemos tener en cuenta además el factor cultural que nos presenta la comida como un medio socializador y de bienestar. Las ocasiones especiales como navidad, semana santa, cumpleaños, bautizos, bodas... tienen siempre a la comida como protagonista. Incluso los negocios pueden llevarse a cabo en un entorno semejante. Este hecho hace que inconscientemente asociemos la comida a momentos determinados en los que nos hemos sentido felices o dichosos.

Cuando los mexicanos tienen sed, no toman agua sino Coca-Cola o Pepsi, entre otras sodas ricas en azúcar. Numerosos colegios no tienen acceso al agua potable pero sí tienen siempre distribuidores automáticos de estas bebidas 'refrescantes'. México ocupa el triste privilegio de ser el primer consumidor mundial de bebidas gaseosas. Ésta es una de las razones que explica las cifras alarmantes sobre la epidemia de obesidad en este país, pero no es la única: mientras que el consumo de frutas y verduras ha disminuido un 20% en los últimos 20 años, la comida "chatarra", las comidas rápidas, los platos industriales, han aumentado un 40%.

Entorno Legal:

México cuenta con instrumentos legales, como la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), que establecen los principios básicos en las relaciones de consumo. En esta Ley se establecen derechos importantes como el acceso a la información sobre el consumo adecuado, así como su divulgación y la protección contra la publicidad engañosa y abusiva. La LFPC establece que el consumidor tiene derecho a la información adecuada y clara sobre los bienes y sobre los riesgos que representan. De la misma forma la LFPC establece que la publicidad deberá ser veraz y no inducir a error o confusión. Los principios enarbolados por la LFPC no son aplicados en la práctica, lo que se ilustra con dos ejemplos. La industria ha aprovechado un vacío legal en lo referente al etiquetado frontal de alimentos, impulsando un sistema de etiquetado que no es entendible y es ciertamente engañoso. El segundo principio ha sido abordado por la industria mediante un código de autorregulación de la publicidad dirigida a niños, que

mantiene estándares de protección por debajo de lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS). El resultado final es la desprotección del consumidor, lo que se manifiesta en un elevado riesgo para la salud de la población.

Para este proyecto es importante considerar tres normas oficiales mexicanas: 1. Norma Oficial Mexicana NOM-120-SSA1-1994: Bienes y servicios. Prácticas de higiene y sanidad para el proceso de alimentos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas. 2. Norma Oficial Mexicana NOM-093-SSA1-1994: Bienes y servicios. Prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos fijos. Y 3. Norma Oficial Mexicana NOM-043-SSA2-2005: Servicios básicos de salud. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria. Criterios para brindar orientación.

2.2. COMPETENCIA Y PRODUCTOS SUSTITUTOS IDENTIFICADOS

De acuerdo a un sondeo realizado en la zona geográfica Centro-Sureste de la ciudad de Morelia, se han identificado establecimientos formales e informales que ofertan propuestas tales como:

1. Ensaladas
2. Tortas
3. Tacos sudados
4. Tacos de barbacoa

5. Tacos de asada
6. Sopos
7. Molletes
8. Tamales

Productos sustitutos: Cualquier tipo de empresa o establecimiento que ofrezca desayunos en punto de venta.

1. Vip's
2. Porton
3. Sanborns
4. Café Europa
5. Starbucks
6. Vainilla y Chocolate
7. Subway
8. Lilian's Coffe
9. Tiendas de conveniencia.
10. McDonal's

CAPÍTULO III

3.1. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Una vez analizada la información se pudieron identificar los siguientes puntos:

-Para la gran mayoría de las personas, el desayuno es el alimento más importante del día dado que es la primera ingesta de energía de la jornada.

-La mayoría de los encuestados realizan dos desayunos, uno muy ligero a primera hora del día y el otro (más completo) alrededor de las 10:00 a.m. y 11:30 a.m.

-Un alto porcentaje de los participantes no saben qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado y para la gran mayoría desconocen de la obesidad y sus múltiples consecuencias.

-Todos comentaron que sí estarían dispuestos a comprar un desayuno saludable y equilibrado a un precio promedio de \$50. Las causas principales de la compra son: falta de tiempo en la preparación del mismo en casa, practicidad, ofrecer a sus hijos algo más saludable y variado en menús y por tener mayor libertad en tiempo y obligaciones.

-El desayuno debe de ser de buena presentación, atractivo y colorido en empaque, forma, diseño y presentación para despertar interés en los consumidores, particularmente en los niños. Debe de estar accesible en precio, limpio, fresco, bien empaquetado y de buen sabor. Y si es un desayuno caliente, que así se entregue con un envase práctico y atractivo.

-La mayoría de las personas respondieron que consumirían o comprarían el desayuno entre 3 a 4 días de la semana. Salvo una persona comentó que si los menús son variados diariamente, sí compraría para toda la semana.

-Todos estuvieron de acuerdo en pagar un costo extra por el envío del desayuno a su domicilio. Lo anterior porque no pueden salir de sus áreas de trabajo o porque se les hace práctico. Muy pocos comentaron que estarían dispuestos a pasar por el al punto de venta siempre y cuando les quede de ruta.

-Mencionaron la importancia de elaborar un esquema de promociones que les conceda un costo – beneficio.

-La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a recomendar el producto – servicio.

3.2. PERFIL DEL MERCADO

La definición de los segmentos de mercado para este proyecto se determinó tomando en consideración los siguientes puntos:

-Los padres de familia que actualmente trabajan reconocen que por falta de tiempo no pueden preparar un lunch apropiado a las necesidades de sus hijos.

-La mayoría de los hogares con hijos en edad escolar no conocen los aspectos básicos de una alimentación correcta y están dispuestos a comprar un producto – servicio que lo ofrezca para el bien de sus hijos.

-Los padres de familia cada vez están más conscientes de la grave problemática de la obesidad adulta e infantil en México y muestran interés en promover una educación alimentaria a sus hijos a través de un servicio.

-Existe un mayor interés en los hombres y mujeres laboralmente activos por consumir productos saludables en su dieta diaria.

-Las empresas muestran interés en reclutar y mantener empleados con un estado nutricional adecuado ya que esto representa mayor productividad y disminución en costos por enfermedades y ausencias.

-Se proponen dos segmentos para tener un mayor mercado meta consumidor haciendo más atractivo la rentabilidad del proyecto.

Este proyecto está dirigido a dos segmentos de mercado:

Segmento A:

Hogares con hijos en edad escolar mayores a 4 años y menores a 15 años, cuyos padres actualmente estén trabajando y los hijos estudiando dentro de la ciudad de Morelia, en una zona geográfica Centro-Sureste de tipo urbana y suburbana y con un NSE D+, C y C+. Padres preocupados y orientados a proveer una alimentación saludable a sus hijos. Hogares que gustan comprar productos o servicios que les faciliten las tareas diarias del hogar significando ahorros en tiempo y libertad. (López Romo Heriberto, 2009).

El siguiente cuadro nos muestra el promedio de hijos que tiene una familia moreliana así como el promedio de miembros que conforman una familia.

| Características Población 2005 | Edad Mediana | Promedio de Hijos | Tamaño Promedio de Hogares | Relación Hombres- Mujeres |
|-----------------------------------|-----------------|----------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Nacional | 24 | 2.5 | 4 | 94.8 |
| Michoacán | 23 | 2.8 | 4.1 | 91.3 |
| Morelia | 25 | 2.2 | 3.9 | 91.4 |

Tabla No. 1. Promedio de Hijos por familia. Fuente: CONAPO 2005

Los hogares con hijos en edad escolar presentan las siguientes características en la organización de compra.

¿Quién participa en la decisión?

1. Iniciador: Padres de familia.
2. Influenciador: Papá, mamá, familia, abuelos, amigos, otros padres de familia y entorno.
3. Decididor: Padres de familia.
4. Comprador: Padres de familia.
5. Usuario: Niños y adolescentes.

Segmento B:

Hombres y mujeres de NSE D+, C y C+ que actualmente formen parte de la población ocupada dentro de la ciudad de Morelia, en una zona geográfica Centro-Sureste de tipo urbana y suburbana. Con ocupaciones de oficinistas, empleados de gobierno, iniciativa privada de nivel medio, profesores y personas en actividades independientes de mediano nivel. Preocupados por aprender a comer saludablemente y por su apariencia física. (López Romo Heriberto, 2009).

De acuerdo con los datos de AMAI 2014 de los 729 mil 279 habitantes que registra la población de Morelia, ésta se compone con el 52.15% de mujeres y el 47.85% hombres. Esto significa que hay una relación Hombre - Mujer de 91.8. Morelia es un municipio con población joven, toda vez que el 61.6% de la población está en edad escolar básica y laboral productiva, entre los rangos de 5 a 40 años.

La siguiente tabla comparativa indica que de 2000 a 2010 la PEA municipal ha incrementado en un 32.9% mientras que la Población Económicamente no Activa creció en un 11.1% en una década. Esto indica que el potencial de mercado del proyecto oscila sobre 295,162 personas.

Comparativo de la Población Económicamente Activa 2000 -2010

| Año | 2000 | | | | 2010 | | | |
|-----------------|---------------------------------|------------|------------|--------------|---------------------------------|------------|------------|--------------|
| | Población Económicamente Activa | | | Población E. | Población Económicamente Activa | | | Población E. |
| | TOTAL | OCUPADA | DESOCUPADA | Inactiva | TOTAL | OCUPADA | DESOCUPADA | Inactiva |
| Nacional | 34,154,854 | 33,730,210 | 424,644 | 34,808,000 | 50,905,924 | 48,437,762 | 2,468,162 | 34,433,041 |

| | | | | | | | | |
|------------------|-----------|-----------|--------|-----------|-----------|---------|--------|-----------|
| Michoacán | 1,241,449 | 1,226,606 | 14,843 | 1,534,332 | 1,658,417 | 158,828 | 74,565 | 1,583,723 |
| Morelia | 233,505 | 230,201 | 3,304 | 223,090 | 310,305 | 295,162 | 15,143 | 248,003 |

Tabla No. 2. Comparativo de la PEA. Fuente: Elaboración propia con datos de
ITER INEGI 2000 e ITER INEGI 2010.

Se ha identificado que las características de la organización de compra para este segmento están desempeñadas por hombres y mujeres en los roles de iniciador, decididor, comprador y usuario, a excepción del rol influenciador, donde intervienen otros actores tales como esposo, esposa, papás, familia, amigos y entorno.

Segmento A:

1. Identificación del problema.

Los padres de familia tienen la necesidad de proveer un desayuno (necesidad fisiológica) con un alto valor nutricional a sus hijos y adecuado a la edad que garantice el rendimiento intelectual y físico diario. Y permita a los padres ahorro en tiempo, libertad en sus actividades y seguridad en su rol (valor emocional).

2. Búsqueda de información.

Dado que los padres no conocen los aspectos básicos de una alimentación correcta deciden realizar una primera búsqueda superficial de información por Internet o bien recurrirán a su propia memoria (anuncios y publicidad que haya visto) o a las recomendaciones de su círculo íntimo. En algunos casos los padres

de familia personalmente acudirán al colegio para evaluar las alternativas de alimentación ofertadas por las propias instituciones o bien mostrarán interés por recibir información al respecto.

3. Evaluación de alternativas.

Los padres de familia mediante un análisis evaluarán los pros y contras de cada una de las alternativas posibles, según las variables más importantes para la toma de decisión, que podrían ser por ejemplo: precio del desayuno, cantidad, variedad, valor nutricional, inocuidad, disponibilidad, presentación, calidad, limpieza, horarios, entre otras.

4. Decisión de compra.

Una vez que se tiene la suficiente información, el comprador finalmente decidirá qué tipo de desayuno comprará para sus hijos. Los factores que más influirán dependerán de la percepción que el individuo tenga de cada opción y su definición de alimentarse correctamente y tener calidad de vida; de factores sociales, culturales, económicos y psicológicos.

5. Comportamiento posterior de compra.

El desayuno ya es consumido por el usuario principal de manera cotidiana. Las sensaciones obtenidas son muy satisfactorias y se lo comenta a sus padres, que a la vez también se sentirán muy felices por la opción escogida puesto que su compra está superando las expectativas creadas inicialmente además de notar un

cambio positivo en la calidad de vida de su hijo (a).

Segmento B:

1. Identificación del problema.

Hombre y mujeres que actualmente están trabajando y muestran preocupación por aprender a comer saludablemente (necesidad fisiológica), evitar el sobrepeso (necesidad emocional de estima), mantener un cuerpo saludable y una mejor calidad de vida.

2. Búsqueda de información.

Deciden realizar una primera búsqueda superficial de información por Internet o bien recurrirán a su propia memoria (anuncios y publicidad que haya visto) o a las recomendaciones de su círculo de amistades y compañeros de trabajo. En algunos casos tendrán información de desayunos ofertados considerados “chatarra” cerca de su zona de trabajo o bien serán consumidores activos de desayunos preparados en casa. Hombres y mujeres mostrarán interés en conocer alternativas de desayunos que mejoren su actividad diaria y calidad de vida.

3. Evaluación de alternativas.

Mediante un análisis evaluarán los pros y contras de cada una de las alternativas o proveedores posibles, según las variables más importantes para la toma de decisión, que podrían ser por ejemplo: precio del desayuno, cantidad, variedad, valor nutricional, inocuidad, disponibilidad, presentación, calidad, limpieza,

horarios, entre otras.

4. Decisión de compra.

Una vez que se tiene la suficiente información, el comprador finalmente decidirá qué tipo de desayuno comprará. Los factores que más influirán dependerán de la percepción que el individuo tenga de cada opción y su definición de alimentarse correctamente y tener calidad de vida; de factores sociales, culturales, económicos y psicológicos.

5. Comportamiento posterior de compra.

El desayuno ya es consumido por el usuario principal de manera cotidiana. Las sensaciones obtenidas son muy satisfactorias y se lo comenta a su principal círculo de amistades y compañeros de trabajo, que a la vez también se sentirán invitados a ser posibles consumidores y/o recomendar el servicio.

CAPÍTULO IV

MODELO DE NEGOCIO

4.1. LA OFERTA DE VALOR

El concepto del producto es un servicio de producción y venta de un desayuno elaborado con alimentos naturales, de temporada, completo, equilibrado, inocuo, suficiente, variado y adecuado a la edad de cada consumidor entregado en el punto de venta, escuela o lugar de trabajo.

Las necesidades que satisface son: Necesidad fisiológica (hambre y sed) así como una necesidad de estima (autoestima a través de una alimentación saludable que los hace sentir y verse bien).

Aspecto Personal: Alimentarse correctamente y tener calidad de vida.

Aspecto Social: Rechazo por sobrepeso y obesidad.

Aspecto Cultural: Combatir la obesidad y aprender hábitos alimenticios saludables.

Aspecto Psicológico: Sentirse bien, aceptado (a) y valorado (a).

Los valores beneficio del producto son:

- Asegurar un desayuno con un alto valor nutricional que garantice el rendimiento intelectual y físico de cada individuo durante el día.
- Desayunar sanamente mejorando la calidad de vida.
- Ahorro en tiempo para preparar.
- Desayuno disponible en tu área de trabajo o escuela.

- Toma en cuenta las alergias o intolerancias alimentarias.

4.2. MODELO CANVAS

1. Clientes y/o Segmentos de Mercado:

A: Hogares con hijos en edad escolar mayores a 4 años y menores a 15 años, cuyos padres actualmente estén trabajando y los hijos estudiando dentro de la ciudad de Morelia, en una zona geográfica Centro-Sureste de tipo urbana y suburbana y con un NSE D+, C y C+. Padres preocupados y orientados a proveer una alimentación saludable a sus hijos. Hogares que gustan comprar productos o servicios que les faciliten las tareas diarias del hogar significando ahorros en tiempo y libertad. (López Romo Heriberto, 2009).

B: Hombres y mujeres de NSE D+, C y C+ que actualmente formen parte de la población ocupada dentro de la ciudad de Morelia, en una zona geográfica Centro-Sureste de tipo urbana y suburbana. Con ocupaciones de oficinistas, empleados de gobierno, iniciativa privada de nivel medio, profesores y personas en actividades independientes de mediano nivel. Preocupados por aprender a comer saludablemente y por su apariencia física. (López Romo Heriberto, 2009).

2. Propuesta de Valor:

Servicio de producción, venta y entrega de un desayuno elaborado con alimentos naturales, de temporada, completo, equilibrado, inocuo, suficiente, variado, sabroso y adecuado a la edad de cada consumidor (Necesidad fisiológica), entregado en el punto de venta, escuela o lugar de trabajo.

Propuesta dirigida a buscar:

-Practicidad y libertad. (Hogares o personas que gustan comprar productos o servicios que les faciliten las tareas diarias del hogar significando ahorros en tiempo y libertad).

-Seguridad.

-Estima (A través de una alimentación saludable que los hace sentir y verse bien, aceptados).

-Educación nutricional

Se propondrá un esquema de menús por semana como el siguiente:

Semana del _____ al _____

| | | | | |
|--------------|---------------|------------------|---------------|----------------|
| LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES |
|--------------|---------------|------------------|---------------|----------------|

| | | | | |
|-------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|
| -Papaya picada con miel | -Coctail de fruta (2 o 3 frutas) | -Uvas | -Sandia con yogurt | -Jícama con piña |
| -Sándwich de pollo | -Hot cakes | -Huevo revuelto con jamón y queso | -Molletes de frijoles con queso | -Empanadas de pollo a la mexicana |
| -Yogurt para beber | -Leche con chocolate | -Pan integral | -Agua de naranja | -Licuado de durazno con leche |
| | | -Leche ADES | | |

Semana del _____ al _____

| LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES |
|---|--|---|---|---|
| - Jugo natural de dos frutas | - Gelatina con fruta y leche evaporada | - Fruta con yogurt y granola | -Manzana en cubos | - Pepino con jícama y jugo de mandarina |
| - Enfrijoladas rellenas con requesón y verduras | - Quesadillas de maíz | -Sándwich de queso panela al grill con verduras | - Burritas de tortilla de harina integral con claras de huevo a la mexicana | - Chapata de pechuga de pavo |
| - Infusión de frutos rojos | - Frijoles | - Jugo verde | -Cajita de leche natural | -Licuado de leche con fresa |
| | - Cocoa en agua | | | |

3. Valor Aumentado:

-Vivimos en una época en la que nos enfrentamos a grandes retos sociales y ecológicos. Tiempos así nos exigen una forma diferente de pensar respecto al tipo de consumo que realizamos. Por ello, es importante que comencemos a cambiar

nuestros hábitos de consumo, ajustándolos a necesidades reales; eligiendo productos no sólo con base en su calidad y precio, sino que favorezcan la conservación del medio ambiente. Una gran parte de los materiales utilizados para la entrega del desayuno (envasado, etiquetado, empaquetado flexible, refrigerado, transportado, exhibido, etc.) serán amigables con el medio ambiente.

-Se buscarán proveedores locales para abastecer los insumos (consumo local) con el propósito de construir relaciones y hábitos de consumo en pro de un consumo basado en la producción local y donde el productor y consumidor se conocen, afectando directamente al bienestar de la población, mejorando las economías locales y el medioambiente.

-Se proporcionará información y educación a los Padres de Familia y/o consumidores del producto en temas relacionados con la nutrición a través de la creación de un blog.

-Los alimentos no utilizados serán donados a alguna fundación, asociación civil o institución de beneficencia.

-Desarrollo de una aplicación para pedir tu desayuno.

4. Canales de Distribución:

-Escuelas públicas y privadas.

-Oficinas de gobierno.

-Oficinas de la Iniciativa Privada de Nivel Medio.

-Desarrollo de estrategias de comunicación y publicitarias para cada segmento.

5. Relaciones con los Clientes:

- Relaciones personalizadas con los padres de familia.
- Relaciones personalizadas con los clientes consumidores.
- Acompañamiento permanente y asesorías personalizadas de un experto serán una de las principales estrategias para mantener la fidelidad de los clientes.
- Se proporcionará información y educación a los Padres de Familia y/o consumidores del producto en temas relacionados con la nutrición a través de la creación de un blog.

6. Fuentes de Ingresos:

La estructura de ingresos estará conformada principalmente por el flujo de efectivo recibido por la elaboración y comercialización de los desayunos.

La empresa ofrecerá mecanismos de pago a través de efectivo y/o tarjetas de crédito apoyado de promociones por contratación del servicio semanal o mensual.

7. Recursos Claves:

-Humanos: La oferta de valor requiere de talento humano con conocimientos específicos en proceso de producción de alimentos y normas oficiales mexicanas:

1. Prácticas de higiene y sanidad para el proceso de alimentos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas.
2. Prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos fijos y
3. Promoción y educación para la salud en materia alimentaria.

Se requiere de personal experto en la elaboración de los menús de acuerdo a la necesidad y edad de cada consumidor. Y personal con experiencia en comercialización y atención al cliente.

-Financieros propios.

-Materiales: instalaciones, equipo, materias primas.

-Tecnológicos: computadora, impresora, sistemas de producción, ventas, finanzas, administrativos, CRM, capacitación y desarrollo del personal, etc.

8. Actividades Clave:

-Planeación de compras de materia prima.

-Producción de los desayunos mediante un control permanente de inventarios en materia prima y producto terminado, calidad e higiene.

-Logística y Distribución. Productos perecederos que requerirán de una estrategia de rutas eficiente y efectiva.

-Asesoría Técnica Nutricional.

-La gestión comercial para la búsqueda continua de nuevos clientes.

-Indicadores Claves de Desempeño.

9. Alianzas Claves:

-Proveedores: con quienes se establecerán acuerdos comerciales para garantizar la disponibilidad y calidad de las materias primas de acuerdo a las condiciones y requerimientos exigidos por la empresa.

-Capital Humano: personal con las competencias requeridas para abrazar la visión de la empresa.

-Padres de familia: quienes desempeñan el rol de iniciadores, influenciadores, decidores y compradores.

-Centros de trabajo o empresas: con el propósito de sensibilizarlos a generar un entorno de buenos hábitos alimenticios en los empleados, obteniendo una mayor rentabilidad de su inversión en personal y una mejor calidad de vida. Evitando el ausentismo, menor productividad y gastos excesivos por cuestiones de salud.

-Gobierno: A través de la Secretaría de Economía (SE) y el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) poder tener acceso a recursos financieros para la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad y sustentabilidad.

10. Estructura de Costos:

Los costos más significativos corresponden a:

-Costos de producción.

-Gastos de administración y comercialización.

-Gastos financieros.

-Gastos de apoyo y generales.

-Capital propio sin financiamiento

La empresa establecerá controles mediante la aplicación y seguimiento de indicadores de desempeño:

-Económicos: Ingresos, egresos, impuestos, rentabilidad, costos de procesos, etc.

-Financieros: ROI, liquidez, endeudamiento y capital de trabajo. Siendo ésta última, a través de la tasa de rotación de capital de trabajo que ayudará a comparar la cantidad de dinero que generará el negocio en ganancias con la cantidad de capital de trabajo que tomará fundar la generación de esos ingresos. Buscando ser eficientes y una rotación alta de inventarios.

-Logísticos: Cantidad de productos o servicios disponibles, entregas realizadas, entregas pendientes, cantidad de pedidos, tiempo esperado de entrega, entre otros.

-Recursos Humanos: Rotación de personal, valor de los salarios, peticiones, conflictos y quejas de la plantilla, entre otros.

-Producción: Cantidad producida, costo de la producción, tiempo empleado para la producción, tipos de materiales, material desperdiciado, entre otros.

-Aseguramiento de calidad: Cantidad de productos defectuosos, nivel de calidad del producto, cantidad de fallas y problemas con equipos de entrega, instalaciones, contratiempos, entre otros.

-Servicio y soporte: Devoluciones, cantidad de quejas y reclamos, satisfacción del cliente, tiempo empleado para atender y resolver cada queja, entre otros.

Nota: Modelo Canvas disponible en la siguiente dirección electrónica:

<https://canvanizer.com/canvas/01Wo5o9HxT8>

CAPÍTULO V

5.1. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Actualmente la ciudad de Morelia cuenta con 727,279 habitantes. De los cuáles, de acuerdo al segmento A identificado en este plan de negocios, el número de alumnos activos en escuelas públicas de educación básica en la ciudad corresponde a 86,058 alumnos y en escuelas privadas a 16,000. Respecto al segmento B, se ha identificado un potencial de 295,162 empleados como población económicamente activa en la ciudad. Resultando un mercado potencial total de 397,220 personas. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010).

Este proyecto tiene como objetivo principal operar dentro de la ciudad de Morelia en la zona geográfica Centro-Sureste, donde se concentra un mercado potencial de ambos segmentos de 99,305 personas aproximadamente. Lo cual equivale a \$4,965,250.00. El mercado meta que se quiere servir y/o satisfacer es del 0.1% (993 personas); con un valor económico de \$49,652.50 diarios.

La inversión total que se proyecta para este plan de negocio es de \$160,000.00 (ciento sesenta mil pesos 00/100 M.N.). Que incluye en su mayoría conceptos de activo fijo para operar así como una partida de remodelación del local de acuerdo a la imagen corporativa propuesta. Cabe mencionar que esta cifra incluye una proyección a seis meses del sueldo correspondiente a los cuatro empleados propuestos así como el pago de renta por el mismo periodo.

La siguiente tabla muestra cuatro diferentes escenarios mensuales:

| Inversión Inicial: \$160,000.00 | A | B | C | D |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Concepto | 50 Desayunos Diarios | 60 Desayunos Diarios | 70 Desayunos Diarios | 80 Desayunos Diarios |
| Ingresos por Ventas Mensuales | \$50,000.00 | \$60,000.00 | \$70,000.00 | \$80,000.00 |
| Costo de Producción | \$15,000.00 | \$18,000.00 | \$21,000.00 | \$24,000.00 |
| Utilidad Bruta | \$35,000.00 | \$42,000.00 | \$49,000.00 | \$56,000.00 |
| Gastos de Administración | \$28,800.00 | \$28,800.00 | \$28,800.00 | \$28,800.00 |
| Gastos de Venta | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 |
| Utilidad Operativa | \$2,200.00 | \$9,200.00 | \$16,200.00 | \$23,200.00 |
| Gastos Financieros | \$1,600.00 | \$1,600.00 | \$1,600.00 | \$1,600.00 |
| Utilidad Antes de Impuestos | \$600.00 | \$7,600.00 | \$14,600.00 | \$21,600.00 |
| Impuestos | \$600.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 |
| Utilidad Neta | \$0.00 | \$7,600.00 | \$14,600.00 | \$21,600.00 |
| % de Ganancia | 0% | 13% | 21% | 27% |
| Periodo de Recuperación (Meses) | | 21.05 | 10.96 | 7.41 |
| Escenario Proyectado | Punto de Equilibrio | Moderado | Medio | Optimista |

Tabla No. 3. Estimaciones de ingresos, costos, gastos y utilidad proyectada.

Columna A: Punto de Equilibrio

Esta columna representa el número de desayunos (cincuenta) que la empresa tiene que vender diariamente, considerando los costos, gastos fijos y variables cubiertos. Es decir, es el punto en el que los ingresos son iguales a los costos, obteniendo un beneficio igual a cero.

Columna B: Escenario Moderado

Esta columna representa una venta diaria de 60 desayunos, combinando ambos segmentos y estimando una utilidad neta mensual de \$7,600.00 (Siete Mil Seiscientos Pesos 00/100 M.N.). De acuerdo a esta estimación, el periodo de recuperación de la inversión inicial se daría en 21.05 meses con una utilidad del 13% mensual.

Columna C: Escenario Medio

Esta columna representa una venta diaria de 70 desayunos, combinando ambos segmentos y estimando una utilidad neta mensual de \$14,600.00 (Catorce Mil Seiscientos Pesos 00/100 M.N.). De acuerdo a esta estimación, el periodo de recuperación de la inversión inicial se daría en 10.96 meses con una utilidad del 21% mensual.

Columna D: Escenario Optimista

Esta columna representa una venta diaria de 80 desayunos, combinando ambos segmentos y estimando una utilidad neta mensual de \$21,600.00 (Veintiun Mil Seiscientos Pesos 00/100 M.N.). De acuerdo a esta estimación, el periodo de recuperación de la inversión inicial se daría en 7.41 meses con una utilidad del 27% mensual.

VPN y TIR del Proyecto

| Año 0 | Año 1 | Año 2 |
|---------------|--------------|--------------|
| -\$160,000.00 | \$83,600.00 | \$160,600.00 |
| Tasa | 12% | |
| VPN | \$42,672.19 | |
| TIR | 30% | |

Tabla No. 4. El proyecto es factible desde el punto de vista financiero.

CAPÍTULO VI

6.1. PLAN DE MERCADOTECNIA

Producto:

Es un servicio de producción y venta de un desayuno elaborado con alimentos naturales, de temporada, completo, equilibrado, inocuo, suficiente, variado y adecuado a la edad de cada consumidor entregado en el punto de venta, escuela o lugar de trabajo.

Las necesidades que satisface son: Necesidad fisiológica (hambre y sed) así como una necesidad de estima (autoestima a través de una alimentación saludable que los hace sentir y verse bien).

Aspecto Personal: Alimentarse correctamente y tener calidad de vida.

Aspecto Social: Rechazo por sobrepeso y obesidad.

Aspecto Cultural: Combatir la obesidad y aprender hábitos alimenticios saludables.

Aspecto Psicológico: Sentirse bien, aceptado (a) y valorado (a).

Aspecto Profesional: Aumentar la productividad y disminuir el absentismo.

Los valores beneficio del producto son:

- Asegurar un desayuno con un alto valor nutricional que garantice el rendimiento intelectual y físico de cada individuo durante el día.
- Desayunar sanamente mejorando la calidad de vida.

- Ahorro en tiempo para preparar.
- Desayuno disponible en tu área de trabajo, escuela o punto de venta.
- Toma en cuenta las alergias o intolerancias alimentarias.

Producto Real:

Marca: Pelicanos Servicios Institucionales



Proceso, materiales y Empaque: Será prioridad para Pelicanos Servicios Institucionales minimizar los residuos generados en su operación así como involucrarse en la etapa de vida de los desayunos y trabajar para minimizar el impacto al medio ambiente por el consumo de estos. Por ello, la empresa fomentará el uso de materiales o insumos reciclables en toda su operación, utilizando a su vez servilletas, bolsas, cajas, portavasos, popotes, cubiertos, empaques, etc., hechos de material reciclado.

La política para el servicio de entrega al centro de trabajo o escuela será de 30 minutos una vez recibido el pedido.

Tipos de empaque según segmento definido:



Producto Aumentado:

Pelicanos Servicios Institucionales ofrecerá a los consumidores productos con insumos de la mejor calidad, que no sólo satisfagan una necesidad, sino que las implicaciones sociales, medioambientales y económicas de su ciclo de vida sean positivas.

- Cómo política de compras, el área de insumos será responsable de buscar y desarrollar permanentemente proveeduría local de alto desempeño que brinde ventajas competitivas a Pelicanos Servicios Institucionales en calidad, servicio, diferenciación y precio.

- Se proporcionará información y educación a los Padres de Familia y/o consumidores del producto en temas relacionados con la nutrición a través de la creación de un blog. Temas como: "Tú alimentación y la de tu familia",

“Alimentación según tú estado de salud”, “Ideas para la cocina”, “La alimentación durante tu embarazo y lactancia”, “Educación Nutricional”, “Motivándote para iniciar un cambio de hábitos alimentarios”, “En el recreo quiero ser diferente”, entre otros.

- Pelicanos Servicios Institucionales ofrecerá la oportunidad a todos los consumidores de conocer mejor en qué consiste una alimentación sana, saludable, nutritiva y balanceada a través de un acompañamiento personalizado orientado al diseño nutricional adecuado a las necesidades de cada consumidor.

- Se buscará realizar conjuntamente con las Instituciones Educativas y Centros de Trabajo actividades formativas e informativas para la promoción de unos buenos hábitos alimentarios.

- Se propondrá el desarrollo de una aplicación (App Store) para ordenar tu desayuno en tiempo real.

Precio:

Con base a los resultados de la investigación de mercados previa, se concluyó que la propuesta del desayuno tendría un buen nivel de aceptación en un precio de \$50.00 por paquete. Más un cargo extra por entregar en el centro de trabajo y/o escuela. Actualmente la competencia ofrece desayunos desde \$20.00 hasta \$50.00. En productos sustitutos, los precios oscilan entre \$60.00 y \$200.00. La política de pago sería en efectivo y/o pago vía tarjeta de crédito o débito. A

mediano plazo se buscaría elevar el precio destacando las bondades del producto aumentado.

Plaza:

El establecimiento de operaciones tendrá un espacio de 80 mts² y una ubicación estratégica en la zona geográfica centro-sureste de la ciudad de Morelia. El horario de atención será de las 6:00 a.m. a las 14:00 hrs. Ofrecerá la opción de punto de venta (para recoger el desayuno) y entrega al centro de trabajo o escuela. Estará operando con una política de puertas abiertas para que cualquier consumidor pueda conocer las instalaciones y los procesos de recepción de materia prima, elaboración de los desayunos y su empaquetado. La entrega será a través de la cuidadosa contratación de una empresa de transporte que operará principalmente en la zona de influencia o mercado natural para la empresa. Atendiendo los principales canales de distribución: escuelas, oficinas de gobierno e iniciativa privada. A mediano plazo se evaluaría la posibilidad de invertir en la compra de dos motocicletas que representarían los vehículos de reparto.

Promoción:

Se proponen cuatro principalmente:

Venta Personal: Definida como la presentación personal de los servicios con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas. Se desarrollará un plan de visitas constantes a los centros de trabajo y escuelas principalmente.

Relaciones públicas. Se buscará tener acercamientos con Directores de Instituciones Educativas, Titulares de Dependencias de Gobierno, Ejecutivos de Mandos Medios y Altos de Empresas de la Iniciativa Privada, Asociaciones Religiosas, Civiles, entre otras.

Marketing de contenidos: Página web.

Marketing de contenidos: Redes Sociales.

Se propone inicialmente dos paquetes de promoción: El primero que incluya un desayuno gratis en la compra o pago de 4 desayunos semanales en una sola exhibición. El segundo: orientado a aquellos clientes que nos recomienden con nuevos clientes (referenciados y que compren), se les condonará el costo extra por envío durante una semana.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los principales resultados de la presente investigación concluyen lo siguiente:

- La población mexicana en general tiene malos hábitos alimenticios y estos son la causa de varias enfermedades como la diabetes, cáncer, enfermedades cardiovasculares, hipertensión arterial, artritis, depresión, trastornos psíquicos, entre otras.

- La mayoría de los mexicanos desconoce qué es y cómo tener una alimentación saludable. De inmediato se les viene a la mente: comer más ensaladas, dejar la comida chatarra, beber más agua, no cenar, dejar de comer tortillas, etc. Pero una alimentación saludable es algo más que un régimen alimenticio; pues se trata de consumir las cantidades correctas de todos los grupos alimentarios.

- El sobrepeso y la obesidad impactan directamente en el desempeño laboral y productividad de los empleados mexicanos así como también en el rendimiento académico de los niños. Sin dejar a un lado los altos costos que esto implica.

- El problema del sobrepeso infantil es multifactorial e intervienen las emociones, la genética, cultura, el sedentarismo y la familia. Los problemas alimentarios tienen sus raíces en casa, particularmente en la mesa. Además, cuando un peso excesivo se considera algo “normal” los papás no toman las medidas necesarias para para corregir el problema.

- La primera educación se da en el hogar, si desde el ejemplo se enseñan hábitos saludables, la familia será un espacio clave para asumir la responsabilidad del cuidado como prioridad para preservar la salud, el bienestar y la calidad de vida.

- El tradicional dicho “desayuna como rey, come como un príncipe y cena como un mendigo” parece ser algo más que un refrán de abuela o madre, pues según varios estudios citados con anterioridad, el desayuno tiene varios beneficios para nuestra salud. Así, la primera comida del día aporta la energía necesaria para comenzar la jornada con la vitalidad, además de favorecer el rendimiento físico e intelectual, la concentración y la memoria. Dicho lo anterior, cada vez más padres de familia muestran interés en promover una correcta educación alimentaria a sus hijos así como también hombres y mujeres laboralmente activos en consumir productos saludables en su dieta diaria.

- Uno de los principales obstáculos que la mayoría de los entrevistados mencionó para lograr un desayuno sano y balanceado, es que no se tiene el tiempo necesario o la organización para prepararlo desde casa. Identificando así una oportunidad para atender esta necesidad a través de este proyecto.

- El mercado meta menciona que la propuesta de valor deberá ser de buena presentación, práctico, atractivo y colorido en empaque, forma, diseño y presentación para despertar interés, particularmente en los niños. Además tendrá que presentarse limpio, fresco, bien empaquetado y con buen sabor.

- El mercado meta comenta que sí estarían dispuestos a comprar un desayuno saludable y equilibrado a un precio promedio de \$50 por paquete. Las razones principales de la compra son: falta de tiempo en la preparación del mismo, practicidad, tener mayor libertad en tiempo y obligaciones y tener acceso a algo más saludable y variado en menús.

- Con base a una búsqueda en la zona geográfica Centro-Sureste de la ciudad de Morelia no se identificó una oferta con este tipo de características de negocio.
- El desarrollo, la implementación y supervisión de una estrategia correcta de negocio con sentido de trascendencia y orientación al cliente, será la clave para este proyecto de emprendimiento en un entorno de alta competencia, de ideas usadas y de los productos o servicios conocidos, definidos y aceptados.

Se considera que este proyecto de emprendimiento es viable y representa una oportunidad de negocios en el sector servicios, sector de mayor crecimiento en la última década en la ciudad de Morelia. Además de ejecutarlo en un tiempo favorable en donde la situación actual de obesidad coloca al estado de Michoacán dentro de los primeros lugares de tal padecimiento, mostrando interés tanto del gobierno federal como estatal en promover hábitos de vida saludable. Sin dejar de mencionar los cambios de las tendencias de consumo en México hacia una alimentación más saludable.

Se recomienda como segunda etapa de este proyecto, realizar un evento de demostración, degustación y muestreo promocional del servicio ofertado.

REFERENCIAS

Alianza por la Salud Alimentaria. El Peso de la obesidad en México. (Marzo 04, 2014). Consultado el 15 de Junio de 2014. Disponible en: <http://alianzasalud.org.mx/2014/03/el-peo-de-la-obesidad-en-mexico/>

El Economista. Trabaja 60.2% de madres para completar ingreso familiar. (Mayo 09, 2014). Consultado el 04 de Octubre de 2014. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2014/05/09/trabaja-602-madres-completar-ingreso-familiar>

El Financiero. Obesidad en México cuesta mil millones de dólares: OCDE. (Mayo 27, 2014). Consultado el 04 de Octubre de 2014. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/obesidad-en-mexico-cuesta-mil-millones-de-dolares-ocde.html>

El Excelsior. (Mayo 24, 2014). Consultado el 10 de Julio de 2014. Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/05/24/961136#view-1>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). Consultado el 06 de Septiembre de 2014. Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). Consultado el 06 de Septiembre de 2014. Disponible en:

<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/Default.aspx>

López Romo Heriberto. Los Niveles Socioeconómicos y la distribución del gasto. (Noviembre, 2009). Consultado el 14 de Marzo de 2015. Disponible en: <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>

Mexican Business Web. (Agosto 23, 2013). Consultado el 15 de Junio de 2014. Disponible en: <http://www.mexicanbusinessweb.mx/tendencias-de-consumo-en-mexico/la-comida-saludable-es-oportunidad-de-negocio/>

Morelia Global. (Junio 10, 2014). Consultado el 12 de Julio de 2014. Disponible en: <http://moreliaglobal.com/cifras-de-sobrepeso-y-obesidad-en-michoacan/>

Newsweek en Español. Obesidad y sobrepeso en México. (Agosto 15, 2011). Consultado el 16 de Junio de 2014. Disponible en: <http://nwnoticias.com/#!/noticias/obesidad-y-sobrepeso-en-mexico>

Presidencia de la República. Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes. (Octubre 31, 2013). Consultado el 04 de Octubre de 2014. Disponible en: <http://www.gob.mx/presidencia/articulos/estrategia-nacional-para-la-prevencion-y-el-control-del-sobrepeso-la-obesidad-y-la-diabetes>

ANEXOS

1. Plan de Investigación

Oferentes:

- Identificar a la competencia directa e indirecta.
- Cuantificar el número de competidores directos e indirectos.
- Conocer la ubicación de la competencia.
- Calcular la PDM que representan.
- Medir cuál es el posicionamiento que tiene la competencia.
- Describir qué productos y/o servicios ofrece la competencia.
- Identificar quienes manejan servicio de entrega.
- Describir la propuesta de valor de la competencia.
- Identificar las calidades de los productos y/o servicios de la competencia.
- Conocer las políticas de precios en sus productos o servicios.
- Identificar las principales prácticas promocionales temporales y permanentes para la venta de sus productos.
- Identificar el tipo de publicidad detallista o local que desarrollan.
- Identificar formas de pago que tiene la competencia.
- Determinar cuáles debilidades de la competencia se pueden aprovechar.
- Identificar qué productos sustitutos pueden aparecer.
- Determinar si actualmente existe una oferta de desayunos como la propuesta en los segmentos.

- Calcular que porcentaje de PDM se debe alcanzar para llegar al punto de equilibrio.
- Evaluar si es posible aspirar a esa participación de mercado.
- Averiguar y evaluar si puede ser competitivo con los productos y servicios que se pretenden ofrecer en este nicho.

Demandantes:

- Determinar quiénes serán los clientes, a qué se dedican y qué desean.
- Conocer cuáles son sus hábitos alimenticios.
- Averiguar de dónde obtienen información.
- Determinar cómo compra el cliente potencial productos similares.
- Reconocer qué tipo de personas podrían usar este servicio.
- Conocer cómo descubrió el servicio.
- Describir que les motiva a llevar a cabo la compra.
- Determinar quién es el comprador primario y los principales influenciadores en el proceso de compra.
- Conocer cuál es el beneficio más importante que recibe el cliente del servicio.
- Calcular cuánto estarían dispuestos a pagar por el producto.
- Ponderar si estarían dispuestos a pagar por arriba de \$50.
- Averiguar si aceptarían el producto y/o servicio aún sin tener un punto de venta.
- Determinar si les importaría la ubicación del lugar de preparación de alimentos.

- Medir con qué frecuencia comprarían el producto.
- Determinar cómo considera el cliente que se puede mejorar.
- Determinar si el cliente recomendaría el producto.
- Averiguar si el cliente no pudiera utilizar más el producto y/o servicio, ¿qué servicios utilizarían para reemplazarlo?
- Determinar cuáles son los objetivos del cliente en cuanto a la compra del servicio.
- Determinar cómo se puede ayudar a concretar sus objetivos en cuanto a la compra del servicio.
- Describir qué factores pueden influir o modificar la actitud de los posibles clientes.
- Corroborar si está correctamente dirigido o definido el segmento que queremos.
- Cuantificar si el segmento A es suficientemente atractivo para este negocio.
- Cuantificar si el segmento B es suficientemente atractivo para este negocio.
- Conocer si el segmento escogido valora la proposición única que se pretende ofrecer.
- Estimar cuántas personas constituyen el mercado potencial.
- Identificar cuál será la evolución de los estilos de vida y consumo en los próximos años.
- Conocer qué opina el mercado de lo que se está proponiendo.

Procesos de Intercambio:

- Establecer cómo se llamará la empresa.

- Definir cuál será la personalidad de la empresa.
- Determinar cómo quiere ser recordada la empresa.
- Especificar cuál será la propuesta de imagen corporativa.
- Definir los requerimientos relevantes para la gestión de la empresa.
- Reconocer cuál será el factor clave del negocio que se piensa desarrollar.
- Determinar qué diferencia tendrá la propuesta de negocio con los demás.
- Calcular si se va a tener que comprar o rentar el local.
- Calcular cuánto personal se tendrá que contratar para desarrollar el negocio.
- Establecer qué tipo de unidades de reparto se requerirán.
- Considerar qué tecnología se necesitará para producir el producto y/o servicio.
- Evaluar en qué horarios se abrirá.
- Conocer cuál es la imagen que deberá tener el lugar de operaciones.
- Identificar y evaluar qué parte de la cadena de valor se puede subcontratar.
- Medir cuál será el tráfico peatonal y automovilístico.
- Especificar qué tipo de seguros necesitará la empresa.
- Especificar qué tipo de proveedores necesitará la empresa.
- Definir qué tipo de insumos se requerirán.
- Averiguar y ponderar si es importante estar cerca de los proveedores y de los consumidores.
- Exponer cómo se venderá el producto y/o servicio.
- Determinar qué tipo de imagen y empaque se utilizará.

- Identificar qué información estratégica me permitirá una proyección de venta realista.
- Medir si las ventas a corto plazo que se puedan conseguir (menor a 1 año) justifican la inversión.
- Explicar cómo se informará a la gente sobre la existencia del negocio.
- Calcular cuánto dinero se necesitará invertir para iniciar el negocio.
- Estimar cuánto dinero se requerirá invertir para financiar el proyecto antes de que llegue a generar beneficios.
- Valorar si este proyecto de emprendimiento necesitará de préstamos.
- Estimar cuánto dinero se deberá invertir en promoción y publicidad.

Entorno:

- Averiguar si es un mercado muy competitivo, donde aparecen y desaparecen rápidamente empresas. Y por qué.
- Identificar cuáles son las tendencias del sector en los próximos años.
- Conocer y evaluar cómo está afectando la tendencia de comer saludablemente en el sector de alimentos.
- Determinar qué nuevas leyes y/o regulaciones es posible que se aprueben y tengan impacto en el sector salud y en la población.
- Averiguar que incentivos podría otorgar el gobierno para incrementar el desempeño de empresas relacionadas al sector alimentos saludables.
- Identificar cuáles son las principales tendencias económicas que están impactando en el sector alimentos.
- Reconocer qué cambios del entorno pueden afectar el éxito del proyecto.

- Determinar qué estructura legal es la más adecuada para el negocio.
- Averiguar qué información se necesitará para garantizar estar al día con las dependencias del SAT, IMSS, Municipio.
- Conocer qué normas de salud se necesitarán para asegurar el buen funcionamiento del negocio.
- Identificar cuáles son las oportunidades y amenazas existentes para este tipo de negocio.

2. Necesidades de Información

Supuestos e incógnitas, para cada uno de los componentes del mercado, que definen las necesidades de información del proyecto de emprendimiento

Oferentes

Supuestos:

- Se piensa que las escuelas privadas no aceptarán con optimismo los servicios de alimentos, dado que ellos reciben ingresos económicos por la venta de productos chatarra al interior de las mismas.
- Se considera que existen pocos establecimientos o negocios con propuestas de alimentos saludables y balanceados.

Incógnitas:

- ¿Quiénes son los competidores directos e indirectos?
- ¿Cuántos se pueden identificar en ambas categorías?
- ¿Dónde se ubicada la competencia?
- ¿Qué participación de mercado representan?
- ¿Cuál es su posicionamiento en el consumidor?
- ¿Qué productos o servicios ofrecen?
- ¿Quiénes manejan servicio de entrega?
- ¿Cuál es su propuesta de valor?
- ¿Cómo son las calidades de sus productos y del servicio?
- ¿Qué política de precios tienen para sus productos o servicios?

- ¿Cuáles son las principales prácticas promocionales temporales y permanentes para la venta de sus productos?
- ¿Qué tipo de publicidad detallista o local desarrollan?
- ¿Qué forma de pago tiene?
- ¿Cuáles debilidades de la competencia se pueden aprovechar?
- Los productos sustitutos tales como Vip's, El Portón, Sanborns, Café Europa, Café Vainilla y Chocolate, Subway tiendas de conveniencia, entre otros ¿son competencia para el proyecto o atienden a otros segmentos de mercado?
- ¿Qué productos sustitutos pueden aparecer?
- ¿Existe actualmente una oferta de desayunos como la propuesta en los segmentos?
- ¿Qué porcentaje de PDM se debe capturar para llegar al punto de equilibrio?
- ¿Es posible aspirar a esa participación de mercado?
- ¿Se puede ser competitivo con los productos y servicios que se pretenden ofrecer en este nicho?

Demandantes:

Supuestos:

- Se considera que del segmento B, las mujeres activas en el mercado laboral serán las que más demanden el servicio dado que son las que se preocupan más por su salud, imagen y autoestima.

- Se estima una aceptación inmediata de la propuesta de desayunos con los Padres de Familia (Segmento A) dado que representará una opción de cuidado a sus hijos (as), ahorros en tiempo y libertad para otras actividades.
- Es posible influir en los hábitos alimenticios de las personas.

Incógnitas respecto al comportamiento del consumidor:

- ¿Quiénes son los clientes?
- ¿A qué se dedican
- ¿Qué desean?
- ¿Cuáles son sus hábitos alimenticios?
- ¿De dónde obtienen información?
- ¿Cómo compra el cliente potencial productos similares?
- ¿Qué tipo de personas podrían usar este servicio?
- ¿Cómo descubrió el servicio?
- ¿Qué les motiva a llevar a cabo la compra?
- ¿Quién es el comprador primario y los principales influenciadores en el proceso de compra?
- ¿Cuál es el beneficio más importante que recibe el cliente del servicio?
- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por el producto?
- ¿Estarían dispuestos a pagar un desayuno por arriba de \$50?
- ¿Aceptarían el producto y/o servicio aún sin tener un punto de venta?
- Dado que es un producto y/o servicio de entrega ¿Les importaría la ubicación del lugar de preparación de alimentos?
- ¿Con qué frecuencia comprarían el producto?

- ¿Cómo considera el cliente que se puede mejorar?
- ¿Recomendarían el producto?
- Si no pudieran utilizar más el servicio, ¿qué servicios utilizarían para reemplazarlo?
- ¿Cuáles son sus objetivos en cuanto a la compra del servicio?
- ¿Cómo se puede ayudar a concretar sus objetivos en cuanto a la compra del servicio?
- ¿Qué factores pueden influir o modificar la actitud de los posibles clientes?
- ¿Está correctamente dirigido o definido el segmento que queremos?
- ¿Es el segmento de mercado A suficientemente atractivo para este negocio?
- ¿Es el segmento de mercado B suficientemente atractivo para este negocio?
- ¿El segmento escogido valora la proposición única que se pretende ofrecer?
- ¿Cuántas personas constituyen el mercado potencial?
- ¿Cuál será la evolución de los estilos de vida y consumo en los próximos años?
- ¿Qué opina el mercado de lo que se está proponiendo?

Procesos de Intercambio:

Incógnitas:

- ¿Cómo se llamará la empresa?

- ¿Cuál será la personalidad de la empresa?
- ¿Cómo quiere ser recordada la empresa?
- ¿Cuál será la propuesta de imagen corporativa?
- ¿Cuáles serán los requerimientos relevantes a considerar para la gestión de la empresa?
- ¿Cuál será el factor clave del negocio que se piensa desarrollar?
- ¿Qué diferencia tendrá la propuesta de negocio con los demás?
- ¿Se va a tener que comprar o se rentará el local?
- ¿Cuántos empleados necesitará la empresa?
- ¿Qué tipo de unidades de reparto se requerirán?
- ¿Qué tecnología necesitaré para producir el producto y/o servicio?
- ¿En qué horarios se abrirá?
- ¿Cuál es la imagen que deberá tener el lugar de operaciones?
- ¿Qué parte de la cadena de valor se puede subcontratar?
- ¿Existe alguna restricción o incentivo por parte de la ciudad o municipio para operar en esa zona?
- ¿Cuál será el tráfico peatonal y automovilístico?
- ¿Qué tipo de seguros necesitará la empresa?
- ¿Qué tipo de proveedores necesitará la empresa?
- ¿Qué tipo de insumos se requerirán?
- ¿Es importante estar cerca de los proveedores?
- ¿Cómo se venderá el producto y/o servicio?
- ¿Qué tipo de imagen y empaque se utilizará?

- ¿Qué información estratégica me permitirá una proyección de venta realista?
- ¿Las ventas a corto plazo que se puedan conseguir (menor a 1 año) justifican la inversión?
- ¿Es importante operar cerca de los consumidores?
- ¿Cómo se informará a la gente sobre la existencia del negocio?
- ¿Cuánto dinero se necesitará invertir para iniciar el negocio?
- ¿Cuánto dinero se requerirá invertir para financiar el proyecto antes de que llegue a generar beneficios?
- ¿Este proyecto de emprendimiento necesitará de préstamos?
- ¿Cuánto dinero se deberá invertir en promoción y publicidad?

Entorno:

Incógnitas respecto al entorno:

- ¿Es un mercado muy competitivo, donde aparecen y desaparecen rápidamente empresas? ¿Por qué?
- ¿Cuáles son las tendencias del sector en los próximos años?
- ¿Cómo está afectando la tendencia de comer saludablemente en el sector de alimentos?
- ¿Qué nuevas leyes y/o regulaciones es posible que se aprueben y tengan impacto en el sector salud y en la población?
- ¿Qué incentivos podría otorgar el gobierno para incrementar el desempeño de empresas relacionadas al sector alimentos saludables?

- ¿Cuáles son las principales tendencias económicas que están impactando en el sector alimentos?
- ¿Qué cambios del entorno pueden afectar el éxito del proyecto?
- ¿Qué estructura legal es la más adecuada para el negocio?
- ¿Qué información se necesitará saber para garantizar estar al día con las dependencias del SAT, IMSS, Municipio?
- ¿Qué se necesita saber para asegurar el buen funcionamiento del negocio en términos de normas de salud?
- ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas existentes para este tipo de negocios?

3. Transcripciones de las encuestas

ENCUESTA #1 Padre de Familia

Nombre: Ileana Hernández

Edad: 34 años

Ocupación: Educadora en Escuela Particular

Número de hijos: Dos, uno de 7 años y otro de 9 años

1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para el desarrollo y crecimiento de tus hijos? Y ¿Por qué?

Yo creo que el desayuno porque quizás es el primer alimento que ellos reciben y porque también es lo que tienen para su energía que necesitan en las clases, para estudiar y para estar poniendo atención. Entonces yo creo que es el más importante porque necesitan la energía para gastarla tanto también en el estudio como también en el recreo. Yo creo.

2. Cuando tus hijos asisten a la escuela, ¿desayunan en casa o los envías con un lunch o les das dinero para que compren algo en la escuela? Si les das dinero, ¿Cuánto dinero les das?

Les doy algo ligero antes de salir de casa como un desayuno y les mando un lunch para el recreo o para la hora de su comida en la escuela.

3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunan tus hijos?

Antes de salir de la casa desayunan algo ligero como un licuado con fruta, leche con fruta o fruta picada con yogurt y para almorzar si les hago algo más llenador como un sándwich con jamón o atún y les mando pues agua fresca o jugo y agua natural y fruta picada pero ya es para más tarde.

4. ¿En qué horario habitualmente desayunan tus hijos cuando asisten a la escuela?

Sería a las 10:30 a.m. todos los días mientras están en la escuela.

5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?

Pues debe de tener cereal, fruta, pues proteína y pues los vegetales.

6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad infantil en México y de sus múltiples consecuencias?

Si sé que somos en México un país que no tenemos buenos hábitos alimenticios y que vamos acarreando esos malos hábitos pues desde generaciones anteriores pero que si necesitamos hacer más conciencia para darles a los niños pues lo que deben de comer porque si somos más dados a que coman lo que quieran y a darles libertad de que coman lo que ellos quieran y no tenemos ese cuidado de ver lo que comen.

7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados para tus hijos, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?

Si, quizá porque muchas veces para por el tiempo como mamás trabajadoras luego si se nos hace más complicado por alguna razón o algo darles o mandarles un lunch quizá como debe de ser todo el tiempo y sería muy útil porque ya uno confiaría que van a desayunar algo nutritivo o que les va a hacer bien o es su porción adecuada y por el tiempo porque casi siempre es eso que a veces por las prisas uno tiende a comprar o a hacer las cosas o hacer lo más rápido y es lo que nos les sirve mucho.

8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)

Pues Yo pienso que debería de ser de una manera atractiva para los niños, quizá jugar con colores y eso, no usando los colores artificiales sino los mismos de la fruta, de la verdura y todo, y también Yo creo que tiene pues sí tener sabor, al final de cuentas de que les guste, de que sea probado. A lo mejor sí va a ser complicado porque los niños están acostumbrados a un cierto tipo de alimento pero igual Yo creo que presentándoselos atractivamente yo creo que pues igual van probando, van experimentando. Estaría bien, y pues que también no fuera muy caro.

9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?

Por un desayuno completo para cada niño, pues no más de \$25 por niño.

No más de \$25 por niño.

10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?

Pues sí. Yo creo que sí.

11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?

Considerando que Yo si pues trato de hacerles lunch, pues a lo mejor si alguna ocasión o algo por ejemplo los martes o algo que no tengo mucho tiempo, pues sí sería a lo mejor una o dos veces a la semana.

12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente a tu hijo(s) en la escuela por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Pues como igual no sería tanto, no sería todo el tiempo, pues sí sería más practico que estuviera en la escuela para ahorrar tiempo también y un poquito el estrés y la presión. Pero sí sería más práctico pues.

ENCUESTA #2 Padre de Familia

Nombre: Elizabeth Zamora

Edad: 27 años

Ocupación: Asistente a Gerencia

Número de hijos: Una hija de 8 años

- 1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para el desarrollo y crecimiento de tus hijos? Y ¿Por qué?**

Creo que el desayuno es lo más importante en ella porque eso le da energía para todo su día y porque ya lleva un ayuno en la noche y pues ya es importante como ingerir un alimento.

- 2. Cuando tus hijos asisten a la escuela, ¿desayunan en casa o los envías con un lunch o les das dinero para que compren algo en la escuela? Si les das dinero, ¿Cuánto dinero les das?**

Desayuna en casa generalmente es algo ligero porque no le da tanta hambre en la mañana y además le envío lunch a la escuela para también desayune ahí.

- 3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunan tus hijos?**

En casa desayuna un vaso de leche y a veces un sándwich o algún pedazo de pan. Para el lunch en la escuela, intento enviarle casi siempre fruta, sándwich también a veces me pide mucho, o un jugo también le envío y agua natural.

4. ¿En qué horario habitualmente desayunan tus hijos cuando asisten a la escuela?

En la casa desayuna a las 7:15 a.m. aproximadamente y en la escuela a las 10:30 a.m.

5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?

Creo que pues fruta y pues no sé, tal vez huevito, o algo así.

6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad infantil en México y de sus múltiples consecuencias?

No estoy muy enterada sobre eso, sé que somos el 1er lugar en obesidad infantil y que hay grandes campañas como para combatir esta... la obesidad infantil, pero en realidad es lo que más sé a grandes rasgos.

7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados para tus hijos, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?

Sí, claro, no lo pensaría y creo que porque a veces nosotros como mamás como comentaba en la respuesta anterior no estamos tan informadas acerca del tema y a veces pues sí sería padre que... poder tener acceso a un desayuno que este realmente equilibrado para nuestros hijos.

8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)

Sí de buen sabor, creo que el sabor es muy importante para que ellos pues lo sigan consumiendo y este, creo que estaría muy padre que fuera muy práctico para ellos, como algo, práctico en el envase para que ellos también puedan comerlo.

9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?

Pagaría \$60. Creo que sí lo llegaría a pagar máximo.

10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?

Si claro.

11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?

Pues si me fuera posible creo que sí lo compraría los 5 días a la semana que ella asiste a la escuela.

12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente a tu hijo(s) en la escuela por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Me gustaría que lo entregaran directamente a la escuela.

ENCUESTA #3 Padre de Familia

Nombre: Rubí Palafox

Edad: 37 años

Ocupación: Ama de casa y actualmente está apoyando a un candidato a la gubernatura.

Número de hijos: Dos hijos

1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para el desarrollo y crecimiento de tus hijos? Y ¿Por qué?

El desayuno, porque como estudian en la mañana creo que es importante que se vayan bien alimentados para que su concentración en la escuela este al 100. Siento que si no les doy un desayuno adecuado van a tener sueño, su energía va a disminuir y no van a aprovechar todo lo que se les enseña en la escuela.

2. Cuando tus hijos asisten a la escuela, ¿desayunan en casa o los envías con un lunch o les das dinero para que compren algo en la escuela? Si les das dinero, ¿Cuánto dinero les das?

Las tres. Les doy de desayunar. Todos los días desayunan en casa un desayuno completo. <Y les mando lunch. Y en ocasiones como no alcanzo a ser el lunch les mando dinero para que compren en la escuela. Y siempre les indico que tienen que utilizar el dinero en comida, no en dulces, siempre tienen que desayunar molletes, quesadillas o lo que tengan de comida en la

escuela aunque ya en casa hayan desayunado. Y cuando compran en la escuela les doy \$20 a cada uno.

3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunan tus hijos?

Normalmente desayunan huevo, un licuado con un plátano y ya. Y una vitamina que toman diario.

4. ¿En qué horario habitualmente desayunan tus hijos cuando asisten a la escuela?

Ellos desayunan en casa a las 7:20 a.m. aproximadamente y en la escuela a las 10:30 a.m.

5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?

La proteína, siempre les trato de dar algo aunque sea huevo, jamón o salchicha casi no me gusta darles, jamón o queso, leche, como son niños menores, siempre procuro que tengan leche y la fruta. Pero como la fruta no les gusta comérsela siempre en las mañanas procuro dárselas mezclada con la leche. Y lo que es pan y eso no se los alcanzo a dar en la mañana a las 7:30 a.m. pero siempre en la hora del receso se los agrego en lo que es el lunch.

6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad infantil en México y de sus múltiples consecuencias?

Tengo un niño obeso. Que han aumentado. Que la obesidad infantil ha aumentado mucho debido a los diferentes productos que se venden tanto

en las tienditas como en las escuelas y lo agradable que es a los ojos de los niños todo lo que son galletas o dulces, siempre traen algo que les llame a ellos la atención y prefieren comprar un dulce, unas galletas o chocolates por lo que traen dentro o por el empaque y eso hace que ellos lo consuman más. Entonces para nosotros como papás es muy difícil a veces decirles, mejor llévate la fruta o llévate esto que es más saludable porque como son niños se aferran a la envoltura. Entonces eso es lo que está generando que ellos ya no tengan una alimentación tan sana como nosotros la tuvimos. Nosotros si nos alimentábamos más sano que los hijos que tenemos ahora.

7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados para tus hijos, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?

Sí, si estaría dispuesta porque así me facilitaría a mí el hecho de que ellos tuvieran una alimentación nutritiva. Y ellos se acostumbrarían al saber que los estoy comprando para ellos exclusivamente, siento que sería más fácil que lo aceptaran porque siempre valoran un poco el esfuerzo como papás también y ya me evitarían ir así como que eh, como a veces no sé qué darles, porque siempre son quesadillas o son huevo; trato de hacerles variado pero por las prisas de ir a la escuela si facilitaría en mucho.

8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)

En primer lugar a mí me gustaría que fuera completo. Que tuviera todo lo que un niño requiere para una sana nutrición y sobre todo para el crecimiento por la edad en la que se encuentran. En segundo lugar sí me gustaría que fuera atractivo a sus ojos para que eso a ellos les llamara la atención y lo consumieran con agrado. Quizá que fueran un poquito dulces, hay frutas dulces por ejemplo, que tuviera un poco dulce para que les sea un sabor agradable y lo coman con gusto y que fuera económico.

9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?

En desayuno... depende de cómo fuera. Yo te pudiera decir ahorita Yo les doy \$20 y con eso se compran un mollete y un juego en la escuela y le alcanza para el bonice de cuando sale. Pero depende de cómo estuviera el desayuno. Yo creo que hasta \$50 quizás.

10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?

Sí.

11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?

Dependiendo del costo, quizás 3 días.

12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente a tu hijo(s) en la escuela por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Yo pasaría.

ENCUESTA #4 Hombre / Mujer

Nombre: Alex Rojas Vega

Edad: 29 años

Ocupación: Mercadólogo

- 1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para tu salud? Y ¿Por qué?**

El más importante para mí vendría siendo la comida porque es después de que hago ejercicio. Entonces como hago ejercicio en esas horas de la comida necesito recargar mi cuerpo. Entonces la comida como entre 4:00 y 6:00 de la tarde es como la más importante para mí.

- 2. Cuando asistes al trabajo, ¿desayunas en casa o te preparas un lunch o compras algo en el trabajo? En caso de comprar, ¿cuánto dinero gastas?**

Me preparo un licuado en mi casa y me lo tomo en el trabajo. Todos los días es así. Es lo único que desayuno por las mañanas. El horario habitual de tomarme el licuado es entre 7:30 a.m. y 8:30 a.m. Eso sería el desayuno y el almuerzo es a las 11:00 a.m. Y lo hago en mi lugar de trabajo.

- 3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunas por las mañanas?**

- 4. ¿En qué horario habitualmente desayunas?**

A las 11:00 a.m. En mi lugar de trabajo.

5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?

Para mí la proteína debido al ejercicio que hago. Ocupo demasiada proteína y también algo de carbohidratos ya que también hago ejercicio aeróbico ahorita, entonces si no consumo estas dos adelgazo demasiado y me canso mucho.

6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad adulta en México y de sus múltiples consecuencias?

Sinceramente no se al respecto. Sé que México ocupa un lugar muy avanzado en cuanto a obesidad desde niños, jóvenes y adultos. Sinceramente al 100% no sé. Sé que puede haber hipertensión, diabetes u otros casos de patologías. Sinceramente no se más pero sé que hay mucho en nuestro entorno como mexicanos.

7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?

Sí, porque como el desayuno lo combino en mi trabajo a veces no encuentro nada saludable alrededor de mi trabajo a esas horas. Entonces sí me gustaría tener alguna opción sana, alguna opción saludable para poder Yo acercarme a ellos en caso de que Yo en mi casa por ejemplo no pueda prepararlo, se me haga tarde o lo que sea, pueda Yo acudir a este lugar.

8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)

Yo creo que el servicio del lugar sería algo como servicio a domicilio porque estoy atado al trabajo y no puedo salir tan libremente, entonces si la presentación, el sabor, lo que sea ya es como que algo secular para mí. Yo busco ahorita cubrir una necesidad básica; que es que estoy en mi trabajo, no puedo salir, no puedo preparar, que alguien me lo traiga ya preparado.

9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?

He pagado por ejemplo hasta \$50 pero así decir Yo me gustaría pagar tanto: de \$25 a \$35.

10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?

Sí.

11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?

Aproximadamente 4 que son mis días más fuertes en el trabajo.

12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente en tu oficina por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Que lo entreguen en mi domicilio o en mi trabajo.

ENCUESTA #5 Hombre / Mujer

Nombre: Ana Yedi Domínguez Bravo

Edad: 28 años

Ocupación: Trabajo para un constructora en ventas en Asesoría de Ventas

1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para tu salud? Y ¿Por qué?

El desayuno porque toda la energía que puedo asimilar durante el día y es más fácil de quemar todas esas calorías que Yo haya consumido durante todo el día que si hago una comida más fuerte o una cena más fuerte, creo que me ayuda más, digo para lo que mi cuerpo necesita, creo que es el mejor.

2. Cuando asistes al trabajo, ¿desayunas en casa o te preparas un lunch o compras algo en el trabajo? En caso de comprar, ¿cuánto dinero gastas?

Trato de desayunar en casa. De repente por los tiempos no me alcanza y si ahí en el trabajo hay algo cerca y ya como algo por ahí. Cuando compro algo cerca del trabajo gasto más o menos \$30.

3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunas por las mañanas?

A veces quesadillas o de repente un sándwich de panela o de jamón más o menos o fruta de repente. Y bueno tengo con mi nutrióloga la

recomendación de que dos veces por semana pueden ser huevos. Entonces algo de proteína, más o menos eso es lo que desayuno.

4. ¿En qué horario habitualmente desayunas?

9:00 a.m.

5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?

Verduras, una porción de verduras, una porción de proteínas, que puede ser queso, como comentaba huevo, jamón, no sé algo de pollo. Y un poquito de fruta para darle ahí pues azúcar natural.

6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad adulta en México y de sus múltiples consecuencias?

Creo que somos el país con más obesidad en el mundo me parece, fue la última cifra que escuché y que es una de las primeras causas de muerte en nuestro país. Y estamos teniendo muchos problemas en los niños. De hecho ya se están implementando algunas leyes para evitar que los niños sigan engordando mucho, teniendo esos niveles de obesidad. Sí es grave en nuestro país.

7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?

Sí por supuesto. Uno porque me ahorraría tiempo en la preparación. Dos, también de repente nos complicamos mucho en los menús, qué voy a preparar y es algo que nos cuesta un poco. Yo si lo haría. Si hubiera un

lugar donde me dieran lo que necesito, que no fuera dañino para mi salud, y fuera saludable, Yo si lo compraría.

8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)

Creo que para empezar sí es el sabor, y es por lo que regresas y compras alguna cosa no, si te gusto. Y luego si sabes que es saludable, si sabes que está limpio y tiene esa calidad, creo que si esos son los elementos importantes.

9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?

Tomando en cuenta que tiene que ser buena comida saludable y hay que invertir un poquito en eso, Yo creo que hasta \$50 estaría bien y sería práctico para mi economía.

10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?

Sí, definitivamente sí. Para mí sería muy práctico, sobre todo porque soy soltera y de repente siento más rollo nada más cocinar y hacer cosas para una sola persona que si puedo tener algo que no es tan caro y es más práctico para mí.

11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?

Yo creo que hasta unos 4 días.

12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente en tu oficina por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Dependiendo donde está el punto de venta. Si me queda muy lejos sí sería muy práctico ese servicio a domicilio y por un costo extra estaría muy bien.

ENCUESTA #6 Hombre / Mujer

Nombre: Areli Garza

Edad: 25 años

Ocupación: Educadora

- 1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para tu salud? Y ¿Por qué?**

El desayuno, porque creo Yo que es el alimento más importante durante el día ya que nos puede mantener activos para aguantar durante las horas que pasan para llegar al tiempo de la comida.

- 2. Cuando asistes al trabajo, ¿desayunas en casa o te preparas un lunch o compras algo en el trabajo? En caso de comprar, ¿cuánto dinero gastas?**

Algunas ocasiones desayuno en mi casa y otras aquí en el trabajo. Cuando desayuno en el trabajo, es algo que compro. Gastando un promedio de \$50 más o menos.

- 3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunas por las mañanas?**

Leche, cereal y algún sándwich o quesadillas.

- 4. ¿En qué horario habitualmente desayunas?**

Cuando es en casa por lo general 10:00 a.m. Cuando es en el trabajo 11:00 a.m. ó 12 p.m.

5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?

Cereal, frutas, verduras y tal vez alguna colación.

6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad adulta en México y de sus múltiples consecuencias?

Creo que la obesidad es de los principales factores que influyen mucho dentro desde los niños hasta las personas adultas, ya que a la mayoría de las personas se les hace más fácil comer fuera de casa que en su propia casa o hacer los alimentos por ellos mismos y por lo general tratan de comer mucha comida chatarra.

7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?

Sí porque en primer lugar me ahorraría el tiempo de Yo preparar y tal vez así comprándolo es más fácil para mí ya no tengo que estar pensando que voy a comprar, que voy a desayunar sino ya es algo especial.

8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)

Me guiaría por la imagen y la presentación y por los colores y tal vez que viniera empaquetado. En cuestión de calidad que esté fresco el alimento, recién hecho y si es algún alimento que deba ser caliente pues que esté así, caliente.

9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?

\$60.

10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?

Sí.

11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?

Un día sí y un día no.

12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente en tu oficina por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Se me haría más fácil que fuera al lugar de trabajo. No importa el costo extra.

ENCUESTA #7 Hombre / Mujer

Nombre: Gerardo Villanueva Gómez

Edad: 35 años

Ocupación: Asistente Ejecutivo

1. ¿Cuál de los tres alimentos del día consideras que es más importante para tu salud? Y ¿Por qué?

De acuerdo a mi actividad en el trabajo para mí es más importante el desayuno, porque para mí es como la base en la cual puedo comenzar bien el día; por cuestiones de ocupación hay veces que en la tarde como un poquito no a la misma hora y por lo tanto la cena se retrasa pero para mí es más importante el desayuno.

2. Cuando asistes al trabajo, ¿desayunas en casa o te preparas un lunch o compras algo en el trabajo? En caso de comprar, ¿cuánto dinero gastas?

Ocupo las tres formas. Pero hay ocasiones en que por cuestiones de tiempo sí compro algo en la calle. Cuando compro en la calle gasto en promedio de \$25 a \$40.

3. Considerando tu respuesta anterior, ¿qué desayunas por las mañanas?

Normalmente es fruta, ya sea fruta picada, o por ejemplo aquí en Morelia el tradicional gaspacho. Es lo único que desayunas.

4. ¿En qué horario habitualmente desayunas?

Entre 8:00 y 9:00 a.m.

5. Para ti ¿qué debe contener un desayuno saludable y equilibrado?

Yo considero que debe de llevar fruta, una tazita de café, unos dos huevos, un pedazo de pan, ya sea integral o pan blanco y sea agua o jugo.

6. ¿Qué tanto sabes de la obesidad adulta en México y de sus múltiples consecuencias?

Sé que a nivel nacional estamos en el segundo lugar, no recuerdo si es el segundo lugar ya sea infantil o general pero Yo creo que sí es un problema a nivel nacional. Y creo que es por consecuencia de una mala administración de tiempo y sinceramente porque no tenemos una buena cultura o una manera sana de alimentarnos.

7. Si hubiera un servicio especializado en la preparación y venta de un desayuno saludable con alimentos naturales y equilibrados, ¿estarías dispuesto(a) a comprarlo? Y ¿por qué?

Primero si hay el recurso, creo que la base de la compra es que tiene que ser como disponible a todo el público en cuanto al precio y creo que sí también lo consumiría porque es beneficio para mí. Y creo que eso es todo. Eso es para mí.

8. ¿Cómo te gustaría que fuera la presentación de estos desayunos? (imagen, calidad, diseño, sabor, garantías, atributos, etc.)

Yo considero que habemos como dos tipos de personas clave, algunas personas nos gusta la presentación en volumen que es: por \$25 te doy

cuatro lechugas y dices wow! Esto es una ganga, pero para otras personas es si les vendes una lechuga en \$25 pero se la adornas con un jitomate o le pones tantitito queso, o sea, para ellos eso es wow! Porque unos clientes nos vamos por el volumen pero otros nos vamos por la presentación. En cómo lo decoras pues. En mi caso, a mí me gustan las dos maneras, pero sí tiene mucho que ver. Dice el dicho que de la vista nace el amor. Creo que eso es padre, que te lo pongan bonito, presentable y suficiente.

9. ¿Qué valor o precio estarías dispuesto a pagar?

Yo considero que más o menos, digo realmente no sé qué es lo que tendría este desayuno pero sí al menos creo que entre unos \$50-\$45. Máximo Yo creo que \$60.

10. Si existiera la posibilidad de comprar un desayuno con estas características ¿lo comprarías? Y ¿por qué?

Claro que sí.

11. Si la respuesta es afirmativa, ¿cuántos días a la semana?

Tendría que hacer Yo un cálculo porque más o menos por ejemplo, realmente Yo la despensa que Yo hago la hago quincenal y realmente la compro para el desayuno o para la cena. Entonces creo que haría como una evaluación y Yo creo que tal vez cada tercer día sí lo consumiría. Pero si hay alguna variedad en el menú probablemente diario lo compraría.

12. ¿Te gustaría que la empresa entregara el desayuno directamente en tu oficina por un cargo extra o tu pasarías por el al punto de venta?

Dependiendo de la situación geográfica, si me quedaría a mí de paso hacia el trabajo, la verdad digo, me ahorraría esos \$10 o \$15 que me están dando extra. Pero si no, Yo trataría de promover este desayuno con otras personas del mismo trabajo para que a mí en lo particular me saliera gratis. Y el consumo extra se les cobrara a ellos.