



## REGISTRATION FORM

**Leading student:** \_\_\_\_\_,  
first name last name

e-mail address: \_\_\_\_\_

**Faculty member endorsing the project:** \_\_\_\_\_,  
first name last name

e-mail address: \_\_\_\_\_

**University:** \_\_\_\_\_

**Program of studies:** \_\_\_\_\_

**Second team member:** \_\_\_\_\_,  
first name last name

e-mail address: \_\_\_\_\_

**Third team member:** \_\_\_\_\_,  
first name last name

e-mail address: \_\_\_\_\_

**Fourth team member:** \_\_\_\_\_,  
first name last name

e-mail address: \_\_\_\_\_

**Project description (less than 100 words):** \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

NOTE: Those invited to continue to **Phase 2** will send the video before the date set in the calendar to the email address that will be provided in the invitation.

## **Resumen**

Tras los estudios realizados por el CIDES, UMSA y UNICEF menciona que en Bolivia existe malnutrición por exceso (sobrepeso y obesidad), prevaleciendo en un 35,6% en escolares de 5 a 18 años principalmente en el área urbana, declarándose esta patología como epidémica ya que supera el 25% de la población de un país. Donde no se presentan opciones de snack ni de comida en general que sean saludables y amigable con la salud.

La propuesta de empresa busca contribuir a la lucha contra el sobrepeso y obesidad en personas de 5 a 40 años, a través de productos elaborados a base de ingredientes saludables tomando como ingrediente principal la quinua que es producida en el país, que aporta distintos nutrientes con opciones atractivas y saludables que remplazan los snacks y gaseosas comunes que consumen en el área urbana. Presentando una opción totalmente saludable y con un agradable sabor. Para ello se utilizará como medio de distribución a los intermediarios que son Kioscos, tiendas de barrio, supermercados y mercados mayoristas de las distintas ciudades, acompañado de marketing directo, realizando la publicidad en los puntos de venta.

Por otra parte, los proveedores para la producción serán empresas bolivianas entre ellas SIMSA quien proveerá de cereales y los productores de frutas y verduras de Mecapaca y Huajchilla para la elaboración de jugos, de esta manera se incentiva a la producción nacional y se coadyuva en la reducción de la obesidad

## **Definición del problema**

De acuerdo a un estudio realizado por el Postgrado en Ciencias del Desarrollo (CIDES) de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), la Unidad de Alimentación y Nutrición de la Dirección General de Promoción de la Salud del Ministerio de Salud, y UNICEF, menciona que en Bolivia existe malnutrición por exceso (sobrepeso y obesidad), prevaleciendo en un 35,6% en escolares de 5 a 18 años principalmente en el área urbana, declarándose esta patología como epidémica ya que supera el 25% de la población de un país. Resultando en enfermedades diversas como la diabetes, enfermedades de corazón, hipertensión entre otras, que afecta la calidad de vida desde la infancia si no se cambian los hábitos alimenticios.

Según Kennedy y Lama (2019), quienes realizaron un estudio de percepción del sobrepeso en el municipio de La Paz-Bolivia, mencionan entre algunos resultados importantes de entrevistas realizadas a especialistas, que existe mucha disponibilidad de comida rápida y frita en las calles o cerca de las fuentes de trabajo y colegios a bajos precios. Por otra parte, las actividades físicas y deportivas se redujeron en los últimos años debido principalmente al mayor uso de tecnologías.

El problema también radica en la falta de información de comida saludable y opciones de comida que sea atractiva y con un precio de acuerdo a segmento de mercado en las calles urbanas y en los colegios del país.

# Business Model Canvas

Designed for:

Los saludables

Designed by:








Candia Condori Nataly Wendi; Arias  
Llusco Lucy Karen; Arias Llusco  
Alcides; Coyo Quispe Esmeralda

Date:

08/11/2021

Version:

1,0

<p><b>Key Partners</b> </p> <p>Los aliados clave serán lo proveedores de insumos de ingredientes naturales en este caso una empresa boliviana SIMSA encargada de vender cereales y los productores de frutas y verduras del municipio de Huajchilla y Mecapaca.</p> <p>Por otra parte los intermediaries Tambien son claves ya que permiten llevar el product al consumidor final entre estos estan: los mercados mayoristas de cada ciudad, los super mercados y las tiendas de barrio .</p>	<p><b>Key Activities</b> </p> <p>La calidad de los insumos, la higiene, la presentación del envase, distribución y publicidad</p>	<p><b>Value Propositions</b> </p> <p>La propuesta de valor es comer delicioso y saludable, reemplazando los snacks actuales por snacks y jugos beneficiosos para la salud Con esta opción de comida saludable se ayuda a reducir los indices de obesidad en el país especialemete en las edades de 5 a 18 años cambiando los habitos alimenticios de consumo.</p>	<p><b>Customer Relationships</b> </p> <p>El contacto de la empresa con el cliente será a traves del marketing directo es decir teniendo un contacto directo con el cliente en los puntos de venta, Tambien se ayudar con material promocional en cada punto de venta</p>	<p><b>Customer Segments</b> </p> <p>El segmento de mercado son hombres y mujeres de 5 a 40 años del area urbana de Bolivia, los mismo que pueden ser estudiantes, y padres que trabajan todo el día y no tienen opciones de comidas y bebidas saludables.</p>
<p><b>Cost Structure</b> </p> <p>Los costos más importantes para el proyecto se establecera a partir de los costos variables que estas relacionados con el nivel de producción como los insumos y Tambien se considerer los costos fijos como el pago de sueldos y salarios, el pago del alquiler del lugar de producción, internet, luz,</p>	<p><b>Revenue Streams</b> </p> <p>Los ingresos de la empresa seran por la ventas realizadas a los intermediarios, siendo el pago por efectivo en cada venta realizada</p>			

## **Ajuste del producto al mercado**

De acuerdo al problema identificado se propone establecer una empresa dedicada a ofrecer snacks y bebidas nutritivas saludables entre estas: snacks a base de quinua, como galletas, barras energéticas, fruta deshidratada, cupcakes con harina de quinua y endulzantes saludables, los mismo que reemplazarían el consumo de papas fritas y otros snacks no saludables que comúnmente se comercializa en los colegios y tiendas del área urbana. También se pretende lanzar una línea de bebidas como la quinua con manzana, la misma que es una bebida caliente que aporta energía y nutrientes para comenzar el día, y jugos combinados entre frutas y verduras que haciendo una buena combinación tienen sabores agradables los cuales reemplazarían las gaseosas que habitualmente se consumen durante el día.

## **Perfil del usuario**

El proyecto esta dirigido a la población más afecta con obesidad que son hombres y mujeres de 5 a 18 años, pero también se considerar a personas mayores de 18 años hasta los 40 años debido a que es la población que generalmente adquiere estos productos, en el área urbana de Bolivia.

## **Funcionalidades del producto**

Son productos elaborados a base de ingredientes saludables tomando como ingrediente principal la quinua que es producida en el país, que aporta distintos nutrientes con opciones atractivas y saludables que replazan los snacks y gaseosas comunes que consumen en el área urbana, mediante los envases de cada producto no solo se pretende vender el mismo si no también educar a la población acerca del consumo correcto para una alimentación saludable ya que en cada empaque existirá información acerca de distintos tipos de ensaladas o recetas saludables para combinarlas en un almuerzo.

## **Producto mínimo viable.**

El producto mínimo viable se realizará a través del envío de muestras de jugos de quinua, 2 tipos de jugos de verduras y frutas y 3 tipos de snacks a 3 colegios del departamento de La Paz, 3 colegios de la ciudad de el alto y a 3 tiendas del centro de la ciudad.

Las herramientas de medición a utilizar serán el porcentaje de consumo del total de muestras enviadas en cada colegio y empresa enviada para definir la aceptación del producto.