



## VITAL LIGHT

Loncheras Saludables e Innovadoras

Deisy Sepúlveda Perdomo 758296

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Centro Sur

Centro Universitario Uniminuto

Programa distancia

Neiva, 2025

## VITAL LIGHT

Loncheras Saludables e Innovadoras

Deisy Sepúlveda Perdomo

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Licenciatura en  
Educación infantil

Asesor

Héctor julio Vargas Castro

Esp. En Alta Gerencia

Asesor Pedagógico

Alba Rodriguez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Centro Sur

Centro Universitario Uniminuto

Licenciatura en Educación Infantil

Neiva, 2025

### **Dedicatoria**

*A mi familia, por ser el motor que impulsa cada uno de mis sueños. Por su amor incondicional, comprensión y apoyo constante en cada etapa de este proceso.*

*A ellos dedico este logro que representa un proyecto académico y la materialización de un esfuerzo compartido, lleno de esperanza, fe y perseverancia.*

## **Agradecimientos**

Agradezco, en primer lugar, al Señor Jesús, fuente de sabiduría, fortaleza y guía en cada paso de este camino. Sin su presencia y dirección, este sueño no habría sido posible.

A mi familia, por su compañía inquebrantable, por creer en mí incluso en los momentos más difíciles y por brindarme el ánimo necesario para continuar con determinación y entusiasmo.

Al profesor Héctor Julio Vargas Castro, por su dedicación, apoyo, paciencia y conocimiento, que fueron fundamentales para orientar y fortalecer este proyecto. Su acompañamiento ha sido una verdadera inspiración.

A la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, por brindar la oportunidad de hacer realidad esta idea de emprendimiento como modalidad de grado en la Licenciatura en Infantil, fomentando el espíritu creativo, social y transformador.

## **Resumen**

El presente proyecto Loncheras Vital Light surge como una alternativa innovadora y socialmente responsable para contribuir al bienestar nutricional y educativo de niños y niñas entre los 3 y 12 años en el municipio de Hobo, Huila. El objetivo principal fue diseñar y evaluar la viabilidad de un modelo de producción y comercialización de loncheras saludables, elaboradas bajo criterios de calidad, equilibrio alimenticio y sostenibilidad ambiental. El diseño del proyecto se basó en una metodología descriptiva y aplicada que permitió analizar las condiciones del entorno, identificar la demanda potencial en instituciones educativas y definir estrategias productivas, administrativas y comerciales acordes con las capacidades iniciales del emprendimiento. La intervención se centró en la formulación del plan de empresa y el establecimiento de proyecciones económicas y financieras a 3 años, considerando una operación efectiva de 10 meses anuales, con incrementos del 20 % en las ventas. Entre los principales resultados, se destacan el diseño de un plan de producción ajustado a la demanda escolar, la definición de un esquema organizacional simplificado acorde al tamaño del negocio y la proyección de un impacto positivo en los ámbitos económico, social, educativo y ambiental. Se concluye que Loncheras Vital Light es una iniciativa viable y pertinente para fortalecer la

alimentación saludable infantil en entornos escolares, promover hábitos de vida equilibrados y generar oportunidades de desarrollo local.

Palabras clave: emprendimiento social, alimentación saludable, sostenibilidad, educación infantil, desarrollo local, viabilidad económica.

### **Abstract**

The present project Loncheras Vital Light emerges as an innovative and socially responsible alternative aimed at contributing to the nutritional and educational well-being of children between 3 and 12 years of age in the municipality of Hobo, Huila. The main objective was to design and assess the feasibility of a production and marketing model for healthy lunchboxes, prepared under criteria of quality, nutritional balance, and environmental sustainability. The project design was based on a descriptive and applied methodology that allowed the analysis of local conditions, the identification of potential demand in educational institutions, and the definition of productive, administrative, and commercial strategies consistent with the initial capacities of the venture. The intervention focused on the formulation of the business plan and the establishment of three-year economic and financial projections, considering an effective operation of ten months per year, with an estimated 20% increase in sales. Among the main results, the project highlights the design of a production plan tailored to school demand, the definition of a simplified organizational structure suitable for the business size, and the projection of a positive impact in the economic, social, educational, and environmental spheres. It is concluded that Loncheras Vital Light is a viable and relevant initiative to strengthen healthy eating habits among schoolchildren, promote balanced lifestyles, and generate local development opportunities.

Keywords: social entrepreneurship, healthy eating, sustainability, early childhood education, local development, economic feasibility.

## Contenido

1. Introducción .....	11
2. Justificación de la idea de emprendimiento .....	13
3. Objetivos .....	15
3.1. Objetivo general .....	15
3.2. Objetivos específicos .....	15
4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor .....	16
5. Concepto de negocio .....	17
6. Valor agregado .....	18
7. Antecedentes .....	19
8. Módulo de mercado .....	32
8.1. Análisis del Sector .....	32
8.2. Análisis del Mercado .....	36
8.3 Investigación de mercados .....	39
8.3.1. Tipo de investigación .....	39
8.3.2. Definición de la población .....	39
8.3.3. Muestra .....	40
8.3.2. Instrumentos utilizados para recolectar la información .....	41
8.3.2.5 Análisis y sistematización .....	46
8.3.2.6 Conclusiones del estudio de mercado .....	64
8.4. Clientes .....	66
8.5. Competencia .....	67
8.6. Estrategias de venta .....	67
8.6.1. Concepto de Producto o servicio .....	68
8.6.2. Estrategia de distribución .....	69
8.6.3. Estrategia de precio .....	70
8.6.4. Estrategia de Promoción .....	70
8.6.5. Estrategia de comunicación .....	70
8.6.6. Estrategia de servicio .....	71
8.6.7. Presupuesto mezcla de mercado .....	72
8.6.8. Estrategia de Aprovisionamiento .....	72

9. Módulo de operación .....	74
9.1. Ficha técnica .....	74
9.2. Descripción del proceso.....	75
9.3. Estado de desarrollo.....	77
9.4. Plan de producción.....	77
9.5. Proyección de ventas.....	77
9.6. Requerimientos de inversión.....	78
9.6.1. Lugar de operación .....	78
9.6.2. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo.....	79
9.7. Plan de compras .....	80
10. Módulo de organización .....	82
10.1. Estrategia organizacional.....	82
10.2. Matriz DOFA.....	84
10.3. Organismos de apoyo.....	85
10.4. Estructura organizacional.....	85
10.5. Aspectos legales.....	87
10.6. Costos Administrativos.....	88
11. Módulo financiero.....	91
11.1. Proyección de ingresos .....	91
11.1.1 Capital de trabajo.....	91
11.2. Proyección de egresos (costos y gastos).....	92
11.2.1 Costos fijos.....	92
11.2.2 Gastos generales.....	93
11.2.3 Costos variables .....	93
11.3 Punto de equilibrio.....	98
11.4 Inversión .....	99
11.5. Flujo de caja.....	100
11.6 Estado de resultados.....	100
11.7 Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad .....	101
12. Módulo de impactos.....	102
12.1. Impacto Económico .....	102
12.2. Impacto Regional.....	102
12.3. Impacto Social .....	103
12.4. Impacto Ambiental.....	104
13. Resumen ejecutivo .....	105
14. Referentes bibliográficos .....	108
Anexos .....	111
Anexo A. Estructura del instrumento Encuesta y evidencias.....	111

Anexo B. Estructura de instrumento Entrevista y evidencias. ....	116
Anexo C. Plano general de las instalaciones de la planta. ....	118
Anexo D. Lean Canvas. ....	119
Anexo E. Código QR acceso al material pedagógico. ....	120

### Lista de tablas

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Opciones de loncheras saludables	36
Tabla 2. Menú semanal del PAE.	37
Tabla 3. Cantidad de estudiantes.	47
Tabla 4. Beneficiarios del PAE.	47
Tabla 5. Ofrecimiento de lonchera o refrigerio.	48
Tabla 6. Se cumple con criterios para la venta de alimentos	49
Tabla 7. Percepción de la calidad de las loncheras.	50
Tabla 8. Disposición institucional a innovar.	51
Tabla 9. conoce el precio de una lonchera saludable.	51
Tabla 10. Resumen de valores arrojados.	52
Tabla 11. Edad.	53
Tabla 12. Género.	54
Tabla 13. Cantidad de hijos en edad escolar.	54
Tabla 14. Sede donde está matriculado(a) su hijo(a).	55
Tabla 15. Tipo de institución.	56
Tabla 16. Rango de edad de los hijos.	57
Tabla 17. Frecuencia con la que llevan lonchera al colegio.	57
Tabla 18. Persona que prepara la lonchera.	58
Tabla 19. Preparación de la lonchera.	59
Tabla 20. Tipo de alimento que incluye la lonchera.	60
Tabla 21. Dinero promedio dispuesto a invertir.	61
Tabla 22. Importancia que le otorgan a una lonchera saludable.	62
Tabla 23. Dispuesto/a comprar una lonchera saludable.	63
Tabla 24. Canal de compra que preferiría para adquirir la lonchera saludable.	63
Tabla 25. Competencia.	67
Tabla 26. Presupuesto mezcla de mercado.	72
Tabla 27. Ficha técnica del producto VITAL LIGHT.	74
Tabla 28. La Producción.	75
Tabla 29. Mercadeo y distribución.	76
Tabla 30. Plan de producción.	77
Tabla 31. Proyección de ventas.	77
Tabla 32. Requerimientos de inversión en el primer mes de operación.	78
Tabla 33. Requerimientos para puesta en marcha.	80
Tabla 34. Plan de compras mensual con proyección anual.	81
Tabla 35. Matriz DOFA.	84
Tabla 36. Funciones de la estructura organizacional	86

Tabla 37. Aspectos legales de Vital Light	87
Tabla 38. Costos a cargo de la administración.	89
Tabla 39. Proyección de ventas.	91
Tabla 40. Nómina.	91
Tabla 41. Gastos generales	93
Tabla 42. Relación de Insumos mensual y anual	94
Tabla 43. Costos variables	98
Tabla 44. Punto de equilibrio.	98
Tabla 45. Inversión inicial	99
Tabla 46. Resumen presupuesto inversión inicial	100
Tabla 47. Flujo de caja Año 1.	100
Tabla 48. Estado de resultados 1 año.	100

### **Lista de figuras**

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Cantidad de estudiantes.	47
Figura 2. Beneficiarios del PAE	48
Figura 3. Ofrecimiento de lonchera o refrigerio.	48
Figura 4. Se cumple con criterios para la venta de alimentos	49
Figura 5. Percepción de la calidad de las loncheras.	50
Figura 6. Disposición institucional a innovar.	51
Figura 7. Conoce el precio de una lonchera saludable.	52
Figura 8. Resumen de valores arrojados.	52
Figura 9. Edad.	53
Figura 10. Género.	54
Figura 11. Número de hijos en edad escolar.	55
Figura 12. Sede donde está matriculado(a) su hijo(a).	55
Figura 13. Tipo de institución.	56
Figura 14. Rango de edad de los hijos.	57
Figura 15. Frecuencia con la que llevan lonchera al colegio.	58
Figura 16. Persona que prepara la lonchera.	58
Figura 17. Preparación de la lonchera.	59
Figura 18. Tipo de alimento que incluye la lonchera.	60
Figura 19. Dinero promedio dispuesto a invertir.	61
Figura 20. Importancia que le otorgan a una lonchera saludable.	62
Figura 21. Dispuesto/a comprar una lonchera saludable.	63
Figura 22. Canal de compra que preferiría para adquirir la lonchera saludable.	64
Figura 23. Ubicación geográfica de Vital Light	79

## **1. Introducción**

La creación de VITAL LIGHT surge de la necesidad de brindar una alternativa saludable y accesible a la problemática alimentaria de los niños y niñas, especialmente del municipio de Hobo Huila; ofreciendo loncheras balanceadas que satisfacen necesidades nutricionales en los niños e incentivan la educación alimentaria en el hogar y la escuela. Desde el ámbito tecnológico, se implementará el uso de empaques al vacío, con el fin de garantizar frescura y conservación de los alimentos sin necesidad de utilizar conservantes artificiales; esta tecnología permite mantener intactas las propiedades nutricionales de los productos y así, prolongar su vida útil asegurando que los niños reciban los alimentos en óptimas condiciones. Así mismo, la presentación de las loncheras será innovadora y atractiva, incentivando el interés de los menores por los alimentos saludables mediante diseños llamativos y mensajes educativos, apoyados en código QR, impreso en el empaque, buscando promover una alimentación consciente.

El documento presenta valiosa información que inicia con la justificación abordada desde lo social, económico, ambiental, tecnológico y profesional, seguidamente se plantean los objetivos tanto generales como específicos, a partir de la concreción de estos, se desarrolla el documento; en esta sección de definición del negocio, se evidencian los aspectos relaciones con la necesidad a resolver al consumidor, así como el concepto de negocio y valor agregado, constituyendo un buen aporte para el fortalecimiento teórico aspectos como los antecedentes y el análisis del sector y el análisis del mercado.

El módulo de mercado es un aspecto a resaltar en este documento, dado que en este capítulo iniciado con el tipo de estudio a realizar, se define aspectos como población objetivo, muestra, instrumentos de recolección de información, básicos para realizar la sistematización y

conclusiones de este estudio, las cuales arrojan una viabilidad marcada por la fuerte competencia del proyecto PAE, la poca clientela del municipio, en tanto que solo hay una institución educativa con dos sedes y un poco más de 300 estudiantes. Así se evidencia en la siguiente caracterización de clientes, competencia y proyección de estrategias, con miras a garantizar la llegada constante de clientes a consumir las loncheras. El módulo de operación reviste importancia si se tiene en cuenta que en él se fijan aspectos como la ficha técnica del producto lonchera, la descripción del proceso de elaboración y entrega del producto al consumidor, el estado de desarrollo del proyecto acorde con los planes de compra, producción y ventas; incluyéndose entonces, los requerimientos de inversión tanto de maquinaria, planta y equipos, para cumplir con lo planificado por la empresa.

En el módulo organizacional, que contempla este documento, se plasman aspectos como la misión, visión, y principios corporativos, elaborados a partir del estudio realizado y lo expuesto en la matriz Dofa; se destaca en este apartado los apoyos de algunos organismos, para llegar a la estructura organizacional, la cual proyecta la planta de personal con la cual inicia labores la empresa. Seguidamente se exponen los aspectos legales a tener en cuenta para poner en marcha el negocio.

Al finalizar el documento se realiza el plan financiero, proyectando aspectos como los ingresos por ventas, los aportes que realizará la emprendedora, para iniciar el negocio; luego se evidencian los gastos en que incurrirá la empresa, destacando los gastos fijos, los variables, los gastos generales; para determinar costos de elaboración de los tres tipos de loncheras, precios de venta y utilidades, aspectos que se evidencian en el punto de equilibrio. Finalmente, el documento visiona los impactos que genera a nivel económico, social, ambiental, regional, culminando con la bibliografía y los respectivos anexos.

## 2. Justificación de la idea de emprendimiento

La alimentación en la primera infancia desempeña un papel fundamental porque influye en el desarrollo físico, cognitivo y emocional de los niños, tanto Unicef (2024) como la OMS (2018) han dado a conocer que para que los niños crezcan sanos y alcancen su máximo potencial, deben tener alimentación adecuada, por eso los primeros años de vida son clave para su desarrollo. No obstante, en el contexto local a partir de la observación directa realizada por las investigadoras en su práctica profesional y laboral diaria, se ha identificado una tendencia preocupante donde muchas familias envían a sus hijos a las instituciones educativas con loncheras poco equilibradas, con alimentos procesados, altos en azúcares y grasas, lo cual puede afectar negativamente su bienestar y el rendimiento escolar.

La creación de VITAL LIGHT surge de la necesidad de brindar una alternativa saludable y accesible a la problemática mencionada, ofreciendo loncheras balanceadas que satisfacen necesidades nutricionales en los niños e incentivan la educación alimentaria en el hogar y la escuela. Desde la perspectiva profesional, el emprendimiento busca articular el conocimiento pedagógico nutricional para poder contribuir a la formación integral de la primera infancia, forjando las bases de hábitos alimenticios que sean saludables y perduren en el tiempo.

Desde el aspecto social, la empresa generará oportunidades de empleo para mujeres cabezas de hogar, permitiendo su inclusión en el mercado laboral mediante la capacitación en la preparación y empaquetado de los productos. De esta manera, VITAL LIGHT impacta en la salud infantil y fortalece la economía familiar promoviendo la equidad de género en el ámbito laboral. Adicionalmente a ello, se trabajará con instituciones educativas y aquellas adscritas al ICBF para propiciar programas de concienciación sobre la importancia de la alimentación saludable en la infancia.

Desde la perspectiva económica, VITAL LIGHT tiene potencial de crecimiento porque responde a una necesidad creciente en el mercado de alimentos saludables y funcionales, pues la tendencia mundial hacia la alimentación sana y equilibrada preocupa a los padres porque se asocia con la salud de sus hijos, por lo tanto, esta es una oportunidad de consolidación y expansión de la empresa en el contexto regional. Mediante un modelo de negocio innovador VITAL LIGHT buscará establecerse como referente en el sector de la alimentación infantil saludable en el municipio de Hobo, Huila.

En el ámbito tecnológico, se implementará el uso de empaques al vacío, con el fin de garantizar frescura y conservación de los alimentos sin necesidad de utilizar conservantes artificiales. Esta tecnología permite mantener intactas las propiedades nutricionales de los productos y así, prolongar su vida útil asegurando que los niños reciban los alimentos en óptimas condiciones. Así mismo, la presentación de las loncheras será innovadora y atractiva, incentivando el interés de los menores por los alimentos saludables mediante diseños llamativos y mensajes educativos que promuevan una alimentación consciente. Finalmente, desde el punto de vista ambiental, VITAL LIGHT se compromete con el cuidado del medio ambiente a través del uso de empaques ecológicos y biodegradables reduciendo el impacto ambiental generado por los residuos plásticos.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo general**

Crear una empresa en el municipio de Hobo que elabore y distribuya alimentos saludables fitness para niños, empacados mediante la utilización de procesos tecnológicos de vacío con una presentación novedosa y educativa.

#### **3.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la viabilidad de la empresa VITAL LIGHT en el mercado local.
- Determinar las estrategias que permitan incrementar constantemente las ventas de la empresa, posicionándose en el contexto regional.
- Diseñar el empaque de los alimentos saludables, presentación atractiva, que contenga un código QR con un mensaje formativo para los niños, padres de familia y apoyo al docente.
- Proyectar el plan financiero, que permita la sostenibilidad para la empresa VITAL-LIGHT.

### **4. Necesidad a resolver al cliente y consumidor**

El emprendimiento VITAL LIGHT surge como respuesta a una problemática detectada en los alimentos de los niños en edad escolar, ya que, a través de la observación y la práctica laboral

en instituciones educativas se logró evidenciar que las loncheras que los niños llevan desde casa presentan un desequilibrio nutricional significativo, pues la mayoría de dichos alimentos con altos en grasas y calorías, mientras que las proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales que son esenciales para su desarrollo físico y cognitivo, son realmente insuficientes. La alimentación inadecuada puede afectar directamente el crecimiento saludable de los niños, así como su capacidad de concentración y aprendizaje, e incluso aumentar el riesgo de padecer enfermedades a futuro.

Dado que una nutrición balanceada es indispensable en la infancia para evitar deficiencias y garantizar un desarrollo óptimo, se hace necesario ofrecer alternativas que sean más saludables y accesibles. VITAL LIGHT responde a esta necesidad proporcionando loncheras saludables diseñadas con el equilibrio adecuado de nutrientes y elaboradas con ingredientes naturales de alta calidad. Las loncheras pueden ser consumidas sin restricciones, asegurando una alimentación sana y deliciosa para los niños, el propósito es mejorar los hábitos alimenticios desde la infancia mientras se promueve una mejor calidad de vida y un rendimiento escolar adecuado.

## **5. Concepto de negocio**

VITAL LIGHT se proyecta como un emprendimiento dedicado a la elaboración y comercialización de loncheras saludables para niños de 3 a 6 años en el municipio de Hobo, Huila. Su propósito es fomentar hábitos de alimentación equilibrados desde la infancia mediante opciones

nutritivas, deliciosas y libres de ingredientes ultra procesados. Por lo tanto, el enfoque de VITAL LIGHT va más allá de ofrecer loncheras saludables, pues se busca educar a las familias y cuidadores acerca de la importancia de una alimentación adecuada en la primera infancia, también, se promueve el consumo de alimentos naturales que son ricos en nutrientes esenciales como los carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales con el fin de asegurar el desarrollo físico, cognitivo y emocional.

Las loncheras de VITAL LIGHT están diseñadas con ingredientes de alta calidad como son vegetales frescos, frutas, frutos secos, lácteos y productos orgánicos evitando al máximo los azúcares procesados y los conservantes artificiales, se incorporarán técnicas de cocina innovadoras y presentaciones atractivas para que los niños disfruten su alimentación de manera divertida y saludable.

## **6. Valor agregado**

VITAL LIGHT más que un negocio de expendio de loncheras saludables es un proyecto con el que se busca implementar un modelo educativo, transformando los hábitos de alimentación en los niños y sus familias; ofreciendo productos de alta calidad nutricional integral, personalizados y respaldados por una temática educativa, diseñada desde un código QR. Los

principales aspectos que hacen de VITAL LIGHT una opción única y superior a otras alternativas disponibles en el mercado son:

- Alimentación 100% natural y balanceada, a diferencia de otras opciones del mercado, VITAL LIGHT elabora sus loncheras con ingredientes completamente naturales sin aditivos, conservantes, colorantes o azúcares procesados. Cada lonchera está diseñada para proporcionar el balance adecuado de proteínas, carbohidratos, vitaminas y minerales indispensables para el crecimiento infantil.
- Tienen un contenido educativo dirigido a familias y cuidadores con el fin de generar conciencia sobre la importancia de la alimentación saludable, para ello se incluyen asesorías, talleres y material educativo para que las familias aprendan a preparar alimentos equilibrados en casa.
- Servicio de Personalización de las loncheras, según necesidades nutricionales, se ofrecen opciones personalizadas para niños con necesidades específicas como alergias alimentarias, intolerancias al gluten, lactosa, dietas vegetarianas o requerimientos médicos especiales.

## **7. Antecedentes**

Se exponen a continuación algunos emprendimientos iguales o similares a LONCHERAS SALUDABLES VITAL LIGHT, encontrados en algunos países de América Latina, en Colombia y en las principales ciudades del departamento del Huila; con el propósito de allegar experiencias que enriquezcan este emprendimiento.

Para el territorio Latinoamericano, en México, se tiene que desde el año 2008 existe el proyecto MAOZ Saludable de Campeche S.A. Fundada con el propósito de contribuir a la prevención de enfermedades crónicas y combatir el sobrepeso en la población, la empresa ha desarrollado una metodología nutricional basada en el sistema mexicano de equivalentes y el Plato del Bien Comer, cumpliendo con las normas oficiales en nutrición. Sus productos ofrecen un equilibrio ideal de macronutrientes y calorías, también incorporan un innovador sistema de puntos que permite a los consumidores diseñar dietas personalizadas de manera práctica (Fernández, 2014). El proyecto implementó una plataforma web y móvil que permite a los clientes crear perfiles personalizados con datos clínicos y antropométricos, recibir recomendaciones nutricionales y hacer seguimiento a sus avances.

Otro proyecto también realizado en México propuso la creación de una empresa dedicada a la producción y venta de comida preparada para llevar, con un enfoque en alimentación saludable y servicio a domicilio como principales ventajas competitivas. Para su desarrollo se realizó un estudio de mercado en Guadalajara, analizando la demanda de comida saludable y la percepción de los consumidores sobre sus beneficios, así como la oferta existente de comida para llevar. También se definieron los requerimientos técnicos y costos operativos, incluyendo equipo, personal y servicios. Se elaboró un análisis financiero con proyecciones a cinco años para evaluar su rentabilidad y se diseñaron estrategias de mercado para posicionar el negocio (Tello, 2009). Como resultado, se estructuró un modelo viable de empresa que responde a la creciente necesidad de alimentación saludable con opciones prácticas y accesibles.

Nutribiónicos es un emprendimiento mexicano, que nació con el propósito de mejorar los hábitos alimenticios ofreciendo comida saludable y deliciosa a precios accesibles, su menú es desarrollado con apoyo de nutriólogos y chefs, garantiza calidad y sabor, además de destacarse por

su enfoque en productos sostenibles. El proyecto brinda un servicio para que los clientes se sientan cómodos y bien atendidos. Se encuentra ubicado principalmente en la ciudad de Veracruz, siendo esta la primera sucursal que se consolidó como la más reconocida, manteniendo siempre su compromiso con la alimentación saludable (Nutribionicos, 2021).

Un proyecto presentado por Gutiérrez (2022), en México, buscó fomentar hábitos de alimentación saludable en niños escolares a través de actividades educativas y estrategias pedagógicas. Se enfocó en mejorar la calidad de las loncheras escolares ya que se observó que muchos niños consumían alimentos ultraprocesados con altos niveles de azúcar, sodio y grasas saturadas, lo que puede afectar su salud a largo plazo. Aunque la mayoría tenía un estado nutricional adecuado según el IMC, su alimentación no era la más saludable. Para abordar este problema se realizaron charlas, actividades y retroalimentaciones dirigidas tanto a los niños como a los padres, ya que estos últimos son clave en la selección de los alimentos que consumen sus hijos. Como resultado, se logró una reducción en el consumo de alimentos hipercalóricos y un mayor conocimiento sobre la importancia de una alimentación equilibrada. Se destaca la necesidad de la educación nutricional desde la escuela, involucrando a profesionales de la salud, docentes y familias para crear hábitos saludables que perduren en el tiempo.

Por otro lado, un grupo de estudiantes de la carrera de Nutrición y Bienestar Integral del Tecnológico de Monterrey ganó el primer lugar en el reto Snack Tank, organizado por la empresa Food News al desarrollar Rip it, un snack saludable inspirado en los fruit roll-ups, pero elaborado con frutas reales y sin exceso de azúcar. El proyecto creado en 5 semanas fue presentado en la Ciudad de México ante directivos y expertos en desarrollo, investigación y ventas de la empresa. Este tipo de iniciativas impulsa el espíritu emprendedor de los alumnos, demostrando que la nutrición va más allá de la consulta y puede contribuir a la industria alimentaria con productos

innovadores y funcionales. Las ganadoras expresaron su emoción al ver el impacto de su profesión y agradecieron el apoyo de sus docentes, quienes les brindaron la base teórica necesaria para materializar su idea (Zamora, 2023).

En el contexto de Cuba se encontró un estudio realizado por Soto, Villar & Salinas (2019) el cual evaluó la efectividad de un programa educativo para fomentar el consumo de loncheras saludables en niños preescolares, mediante enfoque cuasi experimental y se encontró que después de la intervención el porcentaje de niños que elegían opciones saludables aumentó significativamente. Se destaca que las experiencias familiares y la educación recibida influyen en los hábitos alimenticios de los niños. Desde la perspectiva del emprendimiento, este estudio resalta la importancia de iniciativas que promuevan hábitos saludables desde edades tempranas, lo que abre oportunidades para negocios relacionados con la alimentación infantil, la educación nutricional y la creación de productos adaptados a necesidades específicas. Los emprendimientos pueden diseñar estrategias basadas en intervenciones educativas promoviendo productos y servicios que faciliten el acceso a una alimentación más saludable.

Según la investigación de Brizuela (2024), en Cuba los emprendimientos dedicados a la producción de alimentos saludables han crecido en respuesta a la escasez de productos y la necesidad de mejorar la nutrición de la población. Un ejemplo es Bacoreto, un negocio que elabora harinas artesanales sin gluten a partir de productos locales como banana, yuca y coco. A pesar de los desafíos del contexto económico y agrícola, este emprendimiento ha logrado posicionarse gracias a la demanda creciente de productos alternativos y más saludables. Este caso ilustra cómo los emprendimientos pueden surgir de una necesidad concreta y convertirse en soluciones innovadoras, muestra que los negocios alimentarios pueden tener un impacto social al generar empleo y mejorar la calidad de vida de personas con necesidades alimenticias especiales.

En Costa Rica existe el Plan Nacional de la Gastronomía Costarricense Sostenible y Saludable (PNGCSS), cuyo objetivo es promover una cocina costarricense que beneficie la salud y el medioambiente. Es un proyecto que va de la mano con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y la Fundación FITTACORI que financiaron una consultoría liderada por el especialista en biodiversidad y sostenibilidad Erick Vargas, acompañado por otros expertos en agricultura orgánica, comercialización, diseño de jardines comestibles y comunicación. El plan se enfocó en dos aspectos esenciales: la elaboración de un Plan Nacional de Gastronomía Sostenible y Saludable como guía para el desarrollo del sector gastronómico con enfoque en sostenibilidad; y, diseñar un Plan de Acción para el MAG, que ayude a fortalecer la agricultura familiar orgánica y sostenible. Durante el proceso se realizaron consultas con diferentes actores del sector y el documento final incluyó antecedentes, principios éticos, marco conceptual, acciones estratégicas y un manifiesto sobre gastronomía sostenible (Vargas, et al, 2014).

En Brasil, Rico-Sapena et al., (2019) hicieron un estudio sobre la alimentación saludable en los comedores escolares, evaluando el impacto de un programa alternativo de alimentación saludable en una escuela con huerto ecológico y comedor, comparándolo con una escuela tradicional. Se analizaron los hábitos alimentarios de 111 niños mediante un cuestionario sobre la adherencia a la dieta mediterránea y los resultados mostraron que los niños del colegio con el programa alternativo tenían mejores hábitos alimentarios y mayor adherencia a la dieta mediterránea que los del colegio tradicional. El estudio sugiere que integrar programas innovadores de alimentación saludable en las escuelas ayuda a mejorar la nutrición infantil y que estos deberían ser parte del currículo educativo desde la educación básica hasta la universidad.

De igual forma en Brasil, Figueroa-Pedraza, (2022) analizó cómo el Programa Bolsa Familia influyó en la seguridad alimentaria y la nutrición de 586 familias en el estado de Paraíba,

especialmente en la prevención de la obesidad infantil. Se encontró que el 30,2% de las familias aún sufría inseguridad alimentaria moderada o grave, pero el programa permitió a la mayoría mejorar la cantidad y variedad de los alimentos consumidos. En el 87,2% de los casos la ayuda económica estuvo destinada principalmente a la compra de alimentos y se observó que una mejor alimentación contribuyó a mejorar los indicadores de peso y talla en los niños beneficiarios.

También en Brasil, Sobreira (2019) examinó la gestión del Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE) en el municipio de Xinguara que atiende a 9.000 estudiantes. A pesar de que el gobierno transfiere fondos para la alimentación escolar, el municipio debe aportar más del 54,66% adicional para garantizar una alimentación adecuada. Se identificaron problemas como la falta de producción local suficiente para abastecer el programa, deficiencias en infraestructura en las cocinas escolares, escasez de personal capacitado (solo un nutricionista para toda la demanda) y dificultades en la implementación de buenas prácticas de manipulación de alimentos. El estudio concluye que, aunque el PNAE ha mejorado la financiación y gestión, sigue enfrentando desafíos como la capacitación de gestores y manipuladores de alimentos, modernización del sistema de gestión y adecuación del modelo a la realidad local.

En Chile, son diversos los estudios que se han realizado similares al que se propone aquí. Por ejemplo, Nazar et al. (2020) destacaron el papel central de la familia en la alimentación infantil y encontraron que los padres tienden a subestimar el sobrepeso de sus hijos y que preocuparse demasiado por el peso o presionar a los niños para comer puede ser contraproducente. En cambio, monitorear la alimentación, dar buen ejemplo y crear un ambiente saludable son estrategias más efectivas para fomentar buenos hábitos alimenticios. Flores, Entrala & Flórez (2020) investigaron acerca de los hábitos de alimentación y actividad física en escolares de la comuna de Llanquihue, en la Región de Los Lagos y se halló que la mayoría almuerza en el colegio, pero consume comida

rápida y productos azucarados con frecuencia. Además, un 58,5% no realiza actividad física fuera del horario escolar, como resultado, el 29,4% de los niños tiene sobrepeso y el 26,2% obesidad, lo que indica que los hábitos actuales no ayudan a combatir estos problemas.

De igual forma en Chile, Giacoman, Stanic & Córdova (2021), exploraron cómo las madres de niños pequeños en Santiago de Chile ven y manejan la alimentación de sus hijos encontrando que sus creencias sobre lo que es una alimentación adecuada influyen en sus prácticas y aunque intentan controlar lo que comen sus hijos, también toman en cuenta sus gustos y necesidades, por lo tanto, son prácticas que están influenciadas por el entorno social, cultural y económico de las familias. Molina et al. (2021), analizaron cómo la familia influye en la alimentación de los niños en barrios vulnerables de Santiago y se descubrió que quienes viven juntos tienen más impacto en la alimentación del niño, especialmente los padres y abuelos. Los abuelos, por ejemplo, suelen ofrecer comidas caseras y expresar cariño a través de la comida, lo que puede incluir opciones no saludables, sin embargo, es un estudio que sugiere que cualquier estrategia para prevenir la obesidad infantil debe considerar el entorno familiar.

En el año inmediatamente anterior desde la Universidad de Chile, INTA (2024), se impulsó un proyecto para crear escuelas saludables y sostenibles, donde los niños aprendan buenos hábitos alimenticios y físicos desde pequeños. De esta manera, la iniciativa buscó prevenir el sobrepeso y las enfermedades asociadas fomentando la educación nutricional, la implementación de huertos escolares y el cumplimiento de normas sobre alimentación saludable, a esto se suma que es un proyecto con el cual se promueve la actividad física y el respeto por la cultura alimentaria local.

En Ecuador, Muquinche & Valencia (2019) realizaron un estudio en Yaruquíes para analizar cómo los conocimientos y hábitos alimenticios de las madres afectan la nutrición de sus hijos menores de 5 años y se encontró que muchas madres tienen poca información sobre una

alimentación adecuada y siguen prácticas poco saludables, lo que contribuye a la malnutrición infantil. Para ayudar a mejorar esta situación, el estudio diseñó una propuesta educativa con estrategias y métodos para enseñar a las madres cómo alimentar mejor a sus hijos y prevenir problemas nutricionales, el cual resultó ser efectivo. También Santillán, et al., (2020) tuvieron en consideración que mientras la desnutrición infantil ha disminuido, el sobrepeso y la obesidad han aumentado, lo que ha creado un problema de doble malnutrición. El gobierno ecuatoriano distribuye galletas en las escuelas como parte de la alimentación infantil, pero este estudio realizado en Riobamba analizó cómo mejorar su calidad nutricional agregando proteínas de buena calidad. Se investigó a 1.531 niños y se encontró que el 82 % consume galletas en su refrigerio escolar, pero su aporte nutricional es deficiente, ya que contienen demasiados carbohidratos y azúcares, pero pocas grasas y proteínas, con ello se recomendó mejorar la calidad de estas galletas y promover campañas educativas sobre alimentación saludable en las escuelas.

Así mismo, Valladares & Quishpi (2023) realizaron un estudio en la Unidad Educativa 21 de abril en Riobamba, Ecuador, y analizó la importancia de la lonchera escolar en el desarrollo cognitivo de los niños de educación inicial, concluyendo que una lonchera equilibrada con frutas, proteínas y cereales es fundamental para el aprendizaje y no debe reemplazar el desayuno. También se observó que muchos padres desconocen la importancia de una buena alimentación para el desarrollo de sus hijos, para contrarrestar esto se aplicaron talleres para informar a docentes y familias sobre la importancia de una alimentación adecuada en la infancia. De igual forma, Cuadros, et al., (2024) desde Quito, Ecuador, se enfocaron en promover estilos de vida saludables en la educación infantil, encontrando que las actividades como deportes, juegos, arte y recreación ayudan al desarrollo físico, emocional y social de los niños. A través de encuestas a estudiantes, padres y docentes, se identificó la necesidad de fomentar hábitos saludables y actividades lúdicas

para mejorar la convivencia escolar y familiar. La investigación propone diseñar estrategias educativas para aprovechar el tiempo libre de manera productiva y fortalecer la autoestima y el sentido de pertenencia de los niños.

En lo referente a emprendimientos similares en Colombia, se tiene que el estudio de Ramírez, Gil, Díaz (2019) fue un proyecto que se trabajó con niños de preescolar para enseñarles sobre la importancia de una buena alimentación. Se usaron actividades artísticas y lúdicas para motivarlos a consumir loncheras saludables y se aplicó un proyecto pedagógico de aula, con dos fases: la fase de observación donde se analizó la alimentación de los niños y se identificaron problemas; y la fase de intervención, en la que se implementaron actividades creativas para enseñarles sobre alimentación saludable. El proyecto se basó en ideas de especialistas como Vygotsky y el pediatra Manuel Hernández Rodríguez, resaltando la importancia de la familia en la educación alimentaria de los niños.

Así mismo, Pardo (2019) a través de un proyecto evaluó la posibilidad de crear una empresa en Bogotá que ofrezca loncheras nutritivas a domicilio para niños de 4 a 9 años. La idea era que los padres pudieran ahorrar tiempo en la preparación de las loncheras, mientras garantizan una alimentación equilibrada para sus hijos. Las loncheras tendrían: alimentos adecuados para la edad de los niños, empaques llamativos y fáciles de manejar, un sistema de entrega a domicilio a través de una aplicación o página web. El objetivo del proyecto como tal, fue cambiar los hábitos alimenticios de los niños desde pequeños, asegurando un mejor estado de salud a largo plazo.

En cuanto a Rodríguez, Navarro & Figueroa (2020) desde Colombia, reflexionaron sobre cómo la educación ambiental y los hábitos de autocuidado son claves en la formación de los niños pequeños. Se usaron actividades lúdicas y artísticas para enseñar sobre alimentación saludable y el buen uso de los recursos. Como parte del proyecto, los niños crearon una bolsa ecológica

artística ayudando a despertar en ellos su interés y el de sus familias en el cuidado del medio ambiente y la alimentación responsable, el propósito principal era generar conciencia desde la infancia sobre la importancia de una alimentación sana y sostenible.

De igual forma, García, Paz & Realpe (2021) realizaron un proyecto llamado Nusabi que fue desarrollado por estudiantes de Nutrición y Dietética en la ciudad de San Juan de Pasto y se enfocó en mejorar la alimentación de los niños en tres sedes educativas. Se encontraron dos problemas principales: el sobrepeso y obesidad en el 31% de los niños y la desnutrición en el 8% de los estudiantes. Para solucionar esto, se hicieron capacitaciones y talleres educativos sobre alimentación saludable, dirigidos a estudiantes y padres de familia. Entre los temas tratados estuvieron la nutrición infantil, la preparación de loncheras saludables y la importancia de una alimentación equilibrada para el bienestar general.

También, Castillo, Gámez, Niño, Salgado (2023) hicieron un estudio en el Colegio Mayor de San Bartolomé, en Bogotá, observaron que los niños de tercer grado consumían alimentos poco saludables en sus loncheras como productos ultraprocesados y bebidas azucaradas. Para cambiar esta situación, se creó un proyecto basado en una huerta escolar, donde los estudiantes aprendieron sobre nutrición y cultivo de alimentos saludables. Se realizaron actividades prácticas para que los niños pudieran conocer, sembrar y cosechar sus propios alimentos, fomentando el pensamiento crítico sobre su alimentación. Al final del proyecto, los estudiantes pudieron usar los productos cosechados y demostrar un cambio en su manera de elegir alimentos más saludables.

Por último, se relacionan los resultados del estudio de Yarce, Urrea, Muñoz, García (2024), en Sonsón, Antioquia, quienes identificaron que muchos niños tienen problemas de desnutrición y obesidad debido a la falta de alimentos saludables y malos hábitos alimenticios. Para solucionar esto, propusieron el proyecto Loncheras Saludables con el cual se buscó ofrecer loncheras

nutritivas y económicas en las escuelas. El plan consistía en trabajar en conjunto con agricultores locales, programas de alimentación escolar y la comunidad para que el proyecto sea sostenible. Además, se buscó implementar talleres educativos sobre alimentación saludable a partir de las fases del Design Thinking (empatía, definición, ideación, prototipo y prueba) para entender las necesidades de los niños y diseñar las loncheras según sus preferencias y necesidades nutricionales.

Llegando al departamento del Huila, se encuentra que Romero (2020) investigó si cambiar la alimentación y aumentar la actividad física ayuda a reducir el sobrepeso y la obesidad en niños de primaria en la Institución Educativa “María Cristina Arango de Pastrana” en Neiva, por eso se hizo un seguimiento durante tres meses con 87 niños usando encuestas y mediciones como peso, talla e índice de masa corporal (IMC). Se aplicaron estrategias como prohibir la venta de comida poco saludable en la escuela y capacitar a los padres sobre hábitos saludables, los resultados mostraron mejoras: el porcentaje de niños con sobrepeso bajó del 38% al 33%, el consumo de bebidas azucaradas disminuyó del 48,2% al 5,7% y la actividad física aumentó. Esto demuestra que implementar estrategias saludables en la escuela puede mejorar los hábitos de alimentación y ejercicio en los niños.

De igual forma, Barrera (2021) recopiló información sobre la obesidad infantil en Pitalito (Huila), comparándola con datos nacionales y se identificaron factores que influyen en los hábitos alimentarios de los niños como la educación de los padres, el entorno familiar, la cultura y la genética. Se concluyó que los padres tienen un papel clave en la alimentación de sus hijos y en la prevención del sobrepeso. El documento busca ser una guía para padres y cuidadores, ayudándolos a promover una alimentación saludable en niños de 4 a 5 años para mejorar su bienestar y reducir la obesidad infantil en la región.

Audor, Lerma & Roldán (2022) explicaron que el sobrepeso y la obesidad infantil son problemas graves en todo el mundo afectando el desarrollo de los niños, el estudio probó un programa de ejercicio con 35 niños de 8 a 12 años en Neiva, usando sesiones de 60 minutos, tres veces por semana durante 10 semanas. Se evaluaron medidas como peso y condición física antes y después del programa, que se llevó a cabo con apoyo tecnológico como plataformas virtuales y videojuegos activos. Los resultados mostraron mejoras en la condición física y reducción de peso. El estudio concluye que el ejercicio regular desde la infancia ayuda a prevenir enfermedades en el futuro y que el apoyo de los padres es fundamental para motivar a los niños.

Por su parte, Figueroa, Villota & Alfaro (2022), analizaron las causas de la inseguridad alimentaria en Pitalito, como la pobreza y la desigualdad, y sus efectos negativos en la salud de las personas, propusieron soluciones como la promoción de la agricultura sostenible, el apoyo a pequeños agricultores y la implementación de programas sociales para ayudar a quienes no tienen acceso a alimentos adecuados. También se destacó la importancia de la educación nutricional para que las personas puedan elegir alimentos saludables y económicos y se resaltó la necesidad de políticas que regulen el acceso a los alimentos y reduzcan las desigualdades sociales. El objetivo del estudio fue crear conciencia y generar acciones para mejorar la seguridad alimentaria en poblaciones vulnerables.

Cabe resaltar que el año 2022 en el departamento del Huila se hablaba de loncheras saludables para los niños y adolescentes beneficiarios del PAE, porque aunque su propósito es garantizar que los niños y adolescentes reciban alimentos saludables y equilibrados para mejorar su rendimiento escolar y su desarrollo, muchas veces no se cumplen estos estándares, lo cual se debe en gran medida a la falta de control en la calidad de los alimentos y la ausencia de dietas balanceadas afectan el aprendizaje de los estudiantes. El PAE busca cubrir al 100% la alimentación

de los niños y jóvenes en el sistema educativo brindando desayunos, almuerzos o refrigerios según la jornada escolar y para mejorar la alimentación en las escuelas y convertir el PAE en una lonchera saludable, se recomienda incluir frutas, verduras y alimentos nutritivos adaptados a las necesidades de cada estudiante. Además, sería ideal realizar evaluaciones médicas para ajustar las dietas según su estado de salud, ya que el desayuno, en particular, es clave para el rendimiento físico y mental de los niños porque les proporciona la energía necesaria para su aprendizaje.

La historia de loncheras saludables VITAL LIGHT nace como resultado de un proceso académico y una observación directa de la realidad en el entorno educativo infantil, su origen se remonta al 8° semestre de la Licenciatura en Educación Infantil de la Universidad Minuto de Dios, en la asignatura “Innovación y creatividad: una idea de negocio”, donde se planteó como ejercicio la elaboración de un plan de negocios permitiendo que las creadoras hicieran una reflexión sobre la posibilidad de convertir esa idea en una alternativa viable dentro del mercado.

Desde la perspectiva laboral, la iniciativa tomó mayor fuerza debido a la experiencia de la investigadora en el ámbito infantil ya que trabaja en un Centro de Desarrollo Infantil (CDI), lo que ha permitido observar de primera mano los hábitos alimenticios de los niños en su entorno cotidiano. En sus respectivas labores, identificó que muchas de las loncheras enviadas por los padres contenían una cantidad considerable de productos ultraprocesados y comida chatarra, lo que representa un problema de salud pública dada la creciente incidencia de obesidad infantil y enfermedades derivadas de una mala alimentación.

Motivada por esta problemática, la investigadora decidió darle un enfoque más concreto a la idea buscando desarrollar una línea de loncheras saludables que ofrezcan productos nutritivos y que además presenten un diseño atractivo para los niños, pues su objetivo es demostrar que la alimentación saludable puede ser llamativa y apetitosa, aprovechando el principio de que “todo

entra por los ojos”. A partir de esta base, VITAL LIGHT pretende ser un proyecto académico que sirva como modalidad de grado y materializarse como una propuesta real de negocio con impacto positivo en la sociedad porque la iniciativa está orientada a contribuir con la educación nutricional desde la primera infancia, ayudando a los padres a proporcionar opciones alimenticias más saludables para sus hijos y fomentando buenos hábitos alimenticios desde edades tempranas.

## **8. Módulo de mercado**

En el siguiente capítulo se plasma un diseño investigativo sobre estudios de mercado a partir del emprendimiento de Loncheras saludables VITAL-LIGHT.

### **8.1. Análisis del Sector**

En Colombia, la alimentación en la primera infancia es un aspecto fundamental de las políticas públicas, ya que impacta directamente el desarrollo integral de los niños. La legislación colombiana cuenta con diversas normativas que regulan y promueven la adecuada nutrición infantil con especial énfasis en loncheras escolares y planes de alimentación. El Plan de Alimentación Escolar (PAE), regulado por el Ministerio de Educación Nacional y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), es una de las estrategias principales para garantizar el acceso a una alimentación balanceada en la población infantil, ya que este programa busca mejorar la permanencia escolar y el bienestar nutricional mediante la provisión de raciones alimentarias con criterios de calidad, cantidad y pertinencia cultural.

En cuanto a las loncheras escolares, el Ministerio de Salud y Protección Social ha emitido diversas guías alimentarias que orientan a los padres y cuidadores en la preparación de meriendas saludables, en estas recomendaciones se enfatizan la inclusión de alimentos ricos en nutrientes

evitando productos ultra procesados, con altos niveles de azúcar y sodio. La Ley 2021 de 2020, conocida como "Ley Comida Chatarra", establece etiquetados frontales de advertencia para productos altos en azúcares, grasas y sodio, promoviendo una alimentación más informada y saludable.

Por otro lado, el ICBF desarrolla programas específicos para la primera infancia como la estrategia "De Cero a Siempre", que integra componentes de nutrición dentro de sus líneas de acción, con ello se garantiza que los niños menores de cinco años reciban una alimentación adecuada en los entornos de atención inicial. Además, la Resolución 3803 de 2016 del Ministerio de Salud establece lineamientos sobre la alimentación saludable en entornos escolares, promoviendo la implementación de kioscos y tiendas escolares con opciones nutricionales apropiadas y en el marco de la estrategia "Entornos Saludables", se fomenta la educación alimentaria y la adopción de hábitos saludables desde la infancia.

En cuanto al Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida" (DNP, 2023), dentro de su estrategia de seguridad humana y justicia social, plantea mejorar el Programa de Alimentación Escolar (PAE) para que sea más equitativo y contribuya al bienestar y la seguridad alimentaria de los estudiantes. El Gobierno nacional busca que el PAE tenga mayor cobertura y continuidad, asegurando que los niños y jóvenes reciban alimentación durante todo el año escolar incluyendo los períodos de vacaciones en las regiones más necesitadas. Además, se promoverá la participación de las comunidades en la gestión del programa y se fortalecerá la vigilancia para evitar irregularidades.

El plan resalta la importancia de promover hábitos de alimentación saludable, adecuados a las costumbres de cada región y etapa de la vida. Esto se hace para prevenir la malnutrición, el sobrepeso y enfermedades relacionadas con la alimentación, como la diabetes y la desnutrición.

Uno de los pilares clave será el fortalecimiento de las Guías Alimentarias Basadas en Alimentos (GABAS), las cuales se actualizarán para fomentar una alimentación saludable y sostenible en todo el país, se incluirá campañas para incentivar una mejor nutrición, regulaciones sobre la publicidad de alimentos dirigidos a niños y adolescentes, y estrategias para adaptar los menús escolares a las costumbres locales (DNP, 2023).

Para prevenir y tratar la malnutrición, el plan propone varias acciones, como la promoción de una alimentación adecuada desde el embarazo hasta la adolescencia; la atención especial en zonas más vulnerables, incluyendo acceso a agua potable y saneamiento básico, evaluaciones de salud y apoyo nutricional, entrega de canastas alimentarias a familias que lo necesiten, programas de autocultivo de alimentos, información clara para tomar mejores decisiones sobre alimentación, conexión con otros programas de apoyo social y productivo, el uso de modelos predictivos para identificar las zonas con mayor riesgo de malnutrición y así poder priorizar la ayuda, la creación de un sistema de seguimiento y monitoreo, que permita evaluar el impacto de las acciones tomadas y hacer ajustes cuando sea necesario.

El Plan de Alimentación Escolar (PAE) en el departamento del Huila también se asume como un programa del gobierno colombiano que busca mejorar la nutrición de los estudiantes y contribuir a su rendimiento académico, el objetivo sigue siendo garantizar que los niños y adolescentes que asisten a instituciones educativas públicas, especialmente aquellos en situación de vulnerabilidad, tengan acceso a una alimentación balanceada durante la jornada escolar. En este contexto, el PAE ofrece raciones alimenticias diseñadas para cubrir las necesidades nutricionales de los estudiantes incluyendo proteínas, carbohidratos, grasas saludables, frutas y verduras, siguiendo los estándares establecidos por las autoridades sanitarias.

En cuanto a la cobertura, en el año 2022, el programa benefició en promedio a 118.236 estudiantes en el departamento, distribuidos de la siguiente manera:

- Primera infancia: 9.817 niños
- Infancia (nivel primario): 55.464 estudiantes
- Adolescencia (nivel secundaria y media): 52.955 estudiantes

Para el año 2023, la cantidad de beneficiarios fue de 116.133 estudiantes, con la siguiente distribución:

- Primera infancia: 9.847 niños
- Infancia (nivel primario): 54.477 estudiantes
- Adolescencia (nivel secundaria y media): 52.014 estudiantes

En el año 2024 (hasta mayo), el programa había atendido a 98.231 estudiantes, organizados así:

- Primera infancia: 9.642 niños
- Infancia (nivel primario): 59.474 estudiantes
- Adolescencia (nivel secundaria y media): 32.848 estudiantes

El PAE en el Huila cubre 176 instituciones educativas ubicadas en municipios no certificados en educación como Acevedo, Agrado, Aipe, Algeciras, Campoalegre, Garzón, Gigante, Hobo, La Plata, San Agustín, entre otros. La administración del programa está a cargo de la Secretaría de Educación del Huila, que trabaja en conjunto con entidades gubernamentales y proveedores de alimentos para garantizar su correcta ejecución. Además, se realizan controles periódicos para asegurar la calidad y efectividad del servicio.

El municipio de Hobo está ubicado en el centro del departamento del Huila, hacia el sur de la ciudad de Neiva. En dicho municipio el servicio educativo depende directamente de la Gobernación Departamental del Huila y se ofrece a través de una sola institución educativa llamada Roberto Suaza Marquínez, cuya sede principal está en la zona urbana del municipio. Esta institución tiene en total 8 sedes, 3 en la zona urbana y 5 en la rural. Pero para este estudio, se toman en cuenta solo 2 sedes urbanas: la escuela Jacinto Ramos García, que ofrece preescolar y primaria, y la escuela La Esperanza, que también brinda educación básica primaria. Respecto al Programa de Alimentación Escolar (PAE) se ofrecen meriendas reforzadas y almuerzos a los estudiantes registrados en el sistema oficial de matrícula (SIMAT), tanto en las 3 sedes urbanas como en las 5 rurales de la institución Roberto Suaza Marquínez. Este programa es financiado principalmente por el gobierno departamental, ya que los municipios suelen aportar menos del 10% del total, aunque no se cuenta con datos exactos sobre ese porcentaje.

## 8.2. Análisis del Mercado

Según revisión del mercado realizada por las autoras, en Colombia, una lonchera saludable toma su valor económico según su composición dependiendo si es en colegios públicos o privados y si es recomendada por nutricionistas; estableciéndose la siguiente tabla para instituciones privadas principalmente.

**Tabla 1.**

*Opciones de loncheras saludables.*

OPCIÓN 1		OPCIÓN 2		OPCIÓN 3	
Pancakes de avena	\$19.900	Verduras en julianas con yogurt griego	\$4.000	Sándwich de pollo con aguacate	\$5.750
Bananos	\$2.000	Fresas con chocolate	\$9.000	Galletas de avena y yogurt bajo en grasa	\$5.300
Porción de queso	\$3.050	Banano o manzana con crema de maní	\$6.000	Yogurt griego con fruta	\$5.400
Total, Aproximado	<b>\$24.950</b>	Porción de queso o yogur bajo en grasa	\$3.500	Galletas de arroz con una mermelada de fruta natural	\$3.330

		Total, Aproximado	<b>\$22.500</b>	Total, Aproximado	<b>\$19.780</b>
--	--	-------------------	-----------------	-------------------	-----------------

Fuente: Boletín de Prensa No 52 de 2022. Elisa María Cadena Gaona, subdirectora de Salud Nutricional, Alimentos y Bebidas. Ministerio de Salud y Protección Social.

De donde se deduce que las loncheras, de acuerdo a su composición, tienen un valor que oscila entre los \$20.000 y los \$25.000.

Se ha podido determinar que en las instituciones educativas públicas, las familias generalmente cuentan con tres alternativas principales para proporcionar la alimentación de sus hijos durante la jornada escolar: la primera, es acceder al Programa de Alimentación Escolar (PAE) cuando el estudiante cumple con los criterios de cobertura; la segunda, consiste en entregarles dinero para que compren alimentos en las casetas o cafeterías escolares; y la tercera es preparar y empacar en casa las loncheras que los estudiantes llevarán al colegio. Cada una de estas opciones presenta ventajas y limitaciones y pueden estar asociadas con las condiciones económicas, el nivel de conciencia nutricional y el tiempo disponible en cada hogar, para elaborar las loncheras. Se presenta a continuación una tabla con el ejemplo de planeación de menú de alimentación complementaria según el PAE:

**Tabla 2.**  
*Menú semanal del PAE.*

SEMANA 1					
COMPONENTES	MENÚ 1	MENÚ 2	MENÚ 3	MENÚ 4	MENÚ 5
Bebida con leche	Avena	Chocolate	Jugo de curuba	Jugo de mango	Agua de panela
Alimento proteico		Queso	Huevo en tortilla	Pollo al pimentón	Empanada de pollo
Cereal acompañante	Arepa de maíz	Churros	Aborrajado de plátano maduro con queso	Arroz blanco	En el proteico
Fruta	Mandarina	Pera			
SEMANA 2					
COMPONENTES	MENÚ 6	MENÚ 7	MENÚ 8	MENÚ 9	MENÚ 10

Bebida con leche	Chocolate	Agua de panela	Chocolate	Jugo de mora	Debida de Maizena
Alimento proteico		Huevo en tortilla		Pastel de carne	Sándwich de pollo
Cereal acompañante	Aborrajado de plátano	Arepa de maíz	Hojaldras	En el proteico	En el proteico
Fruta	Granadilla		Mango		
<b>SEMANA 3</b>					
<b>COMPONENTES</b>	<b>MENÚ 11</b>	<b>MENÚ 12</b>	<b>MENÚ 13</b>	<b>MENÚ 14</b>	<b>MENÚ 15</b>
Bebida con leche	Agua de panela	Avena	Chocolate	Jugo de tomate de árbol	chocolate
Componente proteico	Queso	Carne ropa vieja		Pollo guisado y gratinado	Huevos pericos con queso
Cereal acompañante	Hojaldras	Pure ruso	Churros	Arroz blanco	Arroz blanco
Fruta	Banano		Mango		
<b>SEMANA 4</b>					
<b>COMPONENTES</b>	<b>MENÚ 16</b>	<b>MENÚ 17</b>	<b>MENÚ 18</b>	<b>MENÚ 19</b>	<b>MENÚ 20</b>
Bebida con leche	Jugo de guayaba	Avena	Chocolate	Jugo de fresa	Agua de panela
Alimento proteico	Queso	Pechuga napolitana		Huevos con queso	Sándwich de pollo
Cereal acompañante	Arepa de maíz	Trocitos de papa con margarina	Pan mantequilla	Tajadas de plátano frito	En el proteico
Fruta	Mandarina		Papaya		

Fuente: Operador del PAE Hobo.

Realizando una mirada al mercado de loncheras en el municipio de Hobo, especialmente al marco del Programa de Alimentación Escolar (PAE), según fuente de la secretaria de educación municipal, el costo por niño de cada desayuno escolar es de \$1.500 pesos diarios y el del almuerzo escolar es de \$2.000 pesos diarios. En cuanto al contenido nutricional, el PAE se basa en las Recomendaciones Diarias de Calorías y Nutrientes definidas por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) desde 1988, ya que son recomendaciones que indican los porcentajes mínimos que deben cubrir los alimentos entregados, dependiendo del tipo de comida:

- Desayuno: debe cubrir al menos el 20% de las necesidades diarias de energía y nutrientes del niño, según su edad.

- Complemento alimentario para la jornada de la tarde: también debe aportar mínimo el 20%.
- Almuerzo: debe cubrir al menos el 30% de las recomendaciones diarias.

De igual forma, en el PAE se recomienda que las comidas tengan el siguiente equilibrio nutricional:

- Proteínas: entre 12% y 14% del valor calórico total.
- Grasas: entre 28% y 32%.
- Carbohidratos: entre 55% y 65%

### **8.3 Investigación de mercados**

Se realiza un estudio de mercado a nivel local, para determinar la validez y viabilidad de la propuesta de emprendimiento.

#### ***8.3.1. Tipo de investigación***

Se trata de un estudio de tipo descriptivo, con enfoque mixto que combina elementos cuantitativos y cualitativos. Desde el enfoque cuantitativo se busca recoger y analizar datos numéricos que permitan identificar patrones, comportamientos y características específicas relacionadas con el fenómeno de estudio. Al mismo tiempo, el componente cualitativo complementa la comprensión del contexto, las percepciones y experiencias de los actores involucrados. Esta combinación metodológica permite una visión más completa y facilita la interpretación de los resultados desde una perspectiva integral y contextualizada.

#### ***8.3.2. Definición de la población***

Para este proyecto, se establece la población objetivo en 2 sectores, de acuerdo con su rol en la dinámica del producto: **Población objetivo 1** (Clientes), conformada por los padres, madres y/o cuidadores de niños en edad escolar entre los 3 y los 12 años, pertenecientes tanto a instituciones educativas públicas como privadas, de la zona urbana del municipio de Hobo, que actualmente son en total 307 alumnos, para un total de 614 **padres de familia**. Según lo informó la coordinadora de las dos sedes visitadas. **Población Objetivo 2** (distribuidores potenciales): conformada por las instituciones educativas del nivel preescolar y básica primaria que se encuentran ubicadas en la zona urbana del municipio del Hobo, Huila. Actualmente sólo existe una institución pública para el nivel básica primaria, que cuenta con dos sedes. No se encuentra registrada en la secretaría de educación del Huila, ninguna institución privada para este nivel, en el municipio del Hobo

### 8.3.3. Muestra

El tamaño de la muestra para determinar el número de familias es a partir de la siguiente fórmula de muestras finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

Donde:

N = tamaño de la población 614

Z = valor z para un nivel de confianza del 95% (1.96)

p = proporción esperada (0.5, para máxima variabilidad)

e = margen de error (0.05)

Sustituyendo:

$$n = \frac{614 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2 \cdot (614 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{614 \cdot 3.8416 \cdot 0.25}{0.0025 \cdot 613 + 3.8416 \cdot 0.25}$$

$$n = \frac{614 \cdot 0.9604}{1.5325 + 0.9604}$$

$$n = \frac{590.586}{2.4929}$$

$$n \approx 236.9$$

$$n = 236.9$$

Por lo tanto, se indica una muestra aproximada de **237** familias con hijos estudiantes en el nivel primaria.

Estimación de la **muestra de la población objetivo 2**: Destacando que esta población se encuentra en una Institución Educativa, con 2 sedes, ubicadas en El barrio la Esperanza y en el barrio San Pedro. Se define tomar el 100% de esta **población objetivo dos, total 2 sedes**, como muestra para aplicar el instrumento Entrevista.

### *8.3.2. Instrumentos utilizados para recolectar la información*

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.C.S.**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN**  
**PROGRAMA LICENCIATURA EN EDUCACIÓN INFANTIL**  
**CENTRO PROGRESA NEIVA**  
**Encuesta a potenciales clientes**

Soy una estudiante de UNIMINUTO, que estoy realizando un proyecto educativo en este municipio, para lo cual solicito su apoyo brindando la siguiente información si lo estima conveniente, se aclara que esta información sólo será utilizada con fines académicos.

1. INFORMACIÓN GENERAL:

Edad \_\_\_ Género \_\_\_ No. de hijos en edad escolar \_\_\_ Estudian: Si \_\_\_ No \_\_\_

2. ¿Su hijo/a está actualmente matriculado en la sede:

Jacinto Ramos García \_\_\_ La Esperanza \_\_\_

3. ¿Usted sabe si el tipo de institución donde estudia su hijo/a, es público?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

4. ¿La edad que tiene su hijo/a, es?

3 a 5 años (preescolar) \_\_\_ 6 a 9 años (primaria baja) \_\_\_ 10 a 12 años (primaria alta) \_\_\_

5. ¿Su hijo/a lleva lonchera al colegio?

Todos los días \_\_\_ Algunas veces \_\_\_ Nunca \_\_\_

6. ¿Quién prepara habitualmente la lonchera?

Papá \_\_\_ Mamá \_\_\_ Cuidador \_\_\_ Otra persona \_\_\_

7. Para la lonchera de su hijo/a, usted:

Compra los ingredientes para preparar \_\_\_ Empacada lista para consumir \_\_\_ Beneficiario del PAE \_\_\_

8. ¿Qué tipo de alimentos suele incluir en la lonchera de su hijo/a? (Puede marcar más de una opción):

Jugos o bebidas naturales \_\_\_ Galletas o paquetes \_\_\_ Frutas \_\_\_ Sándwiches o panes \_\_\_ Yogurt o lácteos \_\_\_  
Dulces o golosinas \_\_\_ Comida saludable \_\_\_

9. ¿Cuánto dinero promedio está dispuesta/o a invertir en una lonchera saludable diaria para su hijo/a?

Menos de \$3.000 \_\_\_ Entre \$3.001 y \$5.000 \_\_\_ Entre \$5.001 y \$8.000 \_\_\_ Entre \$8.001 y \$10.000 \_\_\_  
Más de \$10.000 \_\_\_

10. ¿Qué tan importante para la salud, considera que sea una lonchera saludable y balanceada?

Muy importante \_\_\_ Importante \_\_\_ Poco importante \_\_\_ Nada importante \_\_\_

11. Si existiera una empresa que ofreciera loncheras saludables, listas, empacadas al vacío, con información educativa ¿estaría dispuesta/o a comprar?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

12. ¿Qué canal de compra le resultaría más cómodo para adquirir este tipo de loncheras?

Pedido por WhatsApp \_\_\_ Página web \_\_\_ Aplicación en el celular \_\_\_ Venta directa en el colegio \_\_\_  
Puntos de entrega cercanos a la casa/colegio \_\_\_

GRACIAS.

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS R.C.S.**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN**  
**PROGRAMA LICENCIATURA EN EDUCACIÓN INFANTIL**  
**CENTRO PROGRESA NEIVA**

Entrevista a potenciales distribuidores

Soy una estudiante de UNIMINUTO, que estoy realizando un proyecto educativo en este municipio, para lo cual solicito su apoyo brindando la siguiente información si lo estima conveniente, se aclara que esta información sólo será utilizada con fines académicos.

1. INFORMACIÓN GENERAL:

Nombre ..... Ubicación \_\_\_\_

No. de estudiantes en edad escolar de 3 a 12 años: \_\_\_\_

No de beneficiarios del PAE: \_\_\_\_

2. ¿La institución actualmente ofrece algún tipo de refrigerio o lonchera a los estudiantes? Si es sí, ¿cómo funciona ese servicio (interno, contratado, tercerizado)?
3. ¿Qué criterios o aspectos tienen en cuenta al momento de permitir o contratar la venta o distribución de alimentos dentro del colegio?
4. ¿Considera que las loncheras que traen los estudiantes de casa son saludables? ¿Qué tipo de alimentos observa que contienen con más frecuencia?
5. ¿La institución estaría dispuesta a permitir un servicio externo que ofrezca loncheras saludables empacadas al vacío, con una información educativa, para los estudiantes? ¿Por qué ...?
6. ¿Conociendo su comunidad, cuál sería el precio para establecer de una lonchera saludable

GRACIAS.

## DESARROLLO

**Entrevista 1**, realizada a la coordinadora de la institución:

Información general:

Nombre: Nayith Pérez

Ubicación: Escuela sede La Esperanza

No. de estudiantes en edad escolar de 3 a 10 años: 172

No de beneficiarios del PAE: 172 (almuerzos)

1. ¿La institución actualmente ofrece algún tipo de refrigerio o lonchera a los estudiantes? Si es sí, ¿cómo funciona ese servicio (interno, contratado, tercerizado)?

*“No, se llama almuerzo y los beneficiarios son todos los estudiantes de las 2 sedes. En La sede Jacinto y en La Esperanza se les ofrece un almuerzo a los estudiantes, porque allá en ninguna de estas 2 sedes les dan refrigerio u onces y es un almuerzo que da el PAE, eso no lo da la institución. Actualmente en la sede La Esperanza que son 172 niños en esa edad de 3 a los 10 años, son beneficiarios todos, del PAE.*

2. ¿Qué criterios o aspectos tienen en cuenta al momento de permitir o contratar la venta o distribución de alimentos dentro de la sede educativa?

*“Las cooperativas o cafeterías que hay en cada una de las sedes urbanas estos son servicios que ofrecen las personas que le pagan un impuesto a la institución por poder expender los alimentos y lo que ellos venden tiene que obedecer a la normatividad vigente respecto a lo que es alimentación saludable para los estudiantes”*

3. ¿Considera que las loncheras que traen los estudiantes de casa son saludables? ¿Qué tipo de alimentos observa que contienen con más frecuencia?

*“En la sede La Esperanza uno los ve que llevan es como una especie de desayuno de huevos, tajadas, etc., y alguna bebida, sé que normalmente las loncheras no se les empaca mucha alimentación saludable a los niños pequeños porque les empacan cosas como jugo que venden en la caja, cosas de paquete y de acuerdo con la normatividad vigente pues no se les puede suministrar eso a los estudiantes por ejemplo en el colegio no se le puede vender ese tipo de productos a los estudiantes. Pero, sí sé que muchas mamás les empacan eso a los niños pequeños”.*

4. ¿La institución estaría dispuesta a permitir un servicio externo que ofrezca loncheras saludables empacadas al vacío, con una institución educativa, para los estudiantes? ¿Por qué ...?

*“Primero porque no conozco el valor de una lonchera saludable y segundo, no sé si ese tipo de contratación la puede hacer la institución porque lo que se contrata es como una persona que expenda productos, pero ya que entreguen loncheras empacadas al vacío la verdad no sé si en*

*alguna de las 2 sedes de primaria se podría, por lo tanto, sugiero una encuesta a los padres y así pueda determinar si es viable la venta o no”.*

5. ¿Conociendo su comunidad, cuál sería el precio para establecer una lonchera saludable?

*“No le podría decir el precio, sin embargo, uno sabe si uno le va a cobrar a un padre de familia un precio justo por algo que es saludable a ellos les parece muy elevado, pero no le ven problema en darle 5.000 pesos a un hijo para que compre una gaseosa y una hamburguesa, por ejemplo, o un jugo y una hamburguesa. Yo creo que en Hobo las familias no tienen conciencia de lo que es una lonchera saludable para los estudiantes, es decir, para sus hijos”.*

**Entrevista 2**, realizada a la coordinadora de la institución:

Información general:

Nombre: Nayith Pérez.

Ubicación: Escuela Sede Jacinto Ramos.

No. de estudiantes en edad escolar de 3 a 10 años:135

No de beneficiarios del PAE: 135 (almuerzos)

1. ¿La institución actualmente ofrece algún tipo de refrigerio o lonchera a los estudiantes? Si es sí, ¿cómo funciona ese servicio (interno, contratado, tercerizado)?

*“No, se llama almuerzo y los beneficiarios son todos los estudiantes de las 2 sedes, se les ofrece un almuerzo a los estudiantes, porque en ninguna de estas 2 sedes les dan refrigerio u onces que da el PAE, eso no lo da la institución. Actualmente en la sede Jacinto que son 135 niños en esa edad de 3 a los 10 años son beneficiarios todos del PAE.*

2. ¿Qué criterios o aspectos tienen en cuenta al momento de permitir o contratar la venta o distribución de alimentos dentro del colegio?

*“Las cooperativas o cafeterías que hay en cada una de las sedes urbanas esos son servicios que ofrecen las personas que le pagan un impuesto a la institución por poder expender los alimentos y lo que ellos venden tiene que obedecer a la normatividad vigente respecto a lo que es alimentación saludable para los estudiantes”*

3. ¿Considera que las loncheras que traen los estudiantes de casa son saludables? ¿Qué tipo de alimentos observa que contienen con más frecuencia?

*“En la sede San Jacinto sucede lo mismo, los que llevan a veces lonchera de casa, optan por llevar como una especie de tupper con arroz, huevo, tajadas, pan, chocolate o alguna bebida que han empacado. Con los de preescolar he visto que les empacan muchas cosas de paquete y jugos de caja, hay otros a los que les dan plata para comprar en las casetas o compran a los alrededores del colegio pasteles, empanadas, gaseosas, etc. como lo dije, de acuerdo con la normatividad vigente pues no se les puede suministrar eso a los estudiantes por ejemplo en el colegio no se le puede vender ese tipo de productos a los estudiantes”.*

4. ¿La institución estaría dispuesta a permitir un servicio externo que ofrezca loncheras saludables empacadas al vacío, con una información educativa, para los estudiantes? ¿Por qué ...?

*“Como lo dije ante, aún no conozco el valor de una lonchera saludable y no sé si ese tipo de contratación la puede hacer la institución porque lo que se contrata es como una persona que expenda productos, pero ya que entreguen loncheras empacadas al vacío la verdad no sé si en alguna de las 2 sedes de primaria se podría por lo tanto sugiero una encuesta a los padres y así pueda determinar si es viable la venta o no”*

5. ¿Conociendo su comunidad, cuál sería el precio para establecer de una lonchera saludable?

“No le podría decir el precio, sin embargo, uno sabe si uno le va a cobrar a un padre de familia un precio justo por algo que es saludable a ellos les parece muy elevado, pero no le ven problema en darle 5.000 pesos a un hijo para que compre una gaseosa y una hamburguesa, por ejemplo, o un jugo y una hamburguesa. Yo creo que en Hobo las familias no tienen conciencia de lo que es una lonchera saludable para los estudiantes, es decir, para sus hijos”.

### 8.3.2.5 Análisis y sistematización

Para establecer aspectos importantes de la información obtenida con la aplicación de los instrumentos, se realiza un proceso de análisis a cada respuesta, atendiendo a tres presentaciones: cuantitativo, gráfico y descriptivo.

#### Instrumento de entrevista.

Respuesta a pregunta 1: Información general

#### Tabla 3.

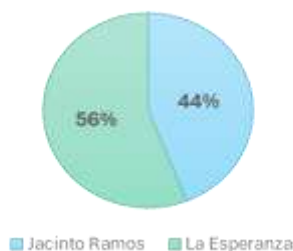
Cantidad de estudiantes.

SEDE	No. de estudiantes	%
Jacinto Ramos	135	44%
La Esperanza	172	56%
TOTAL	307	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

#### Figura 1.

Cantidad de estudiantes.



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descriptivo: en las entrevistas, se evidencia que, del total de 307 estudiantes del nivel primario, existentes en el municipio del Hobo, el 56% están matriculados en la sede la Esperanza

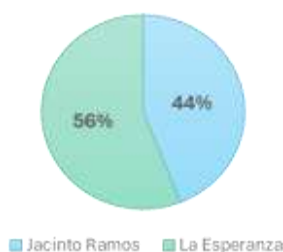
y el 44% en la sede Jacinto Ramos, de la Institución Educativa Roberto Suaza Marquínez, por lo cual se visiona mayores ventas en la sede la Esperanza.

**Tabla 4.**  
*Beneficiarios del PAE.*

SEDE	Beneficiarios del PAE	%
Jacinto Ramos	135	44%
La Esperanza	172	56%
TOTAL	307	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 2.**  
*Beneficiarios del PAE*



Fuente: Microsoft Forms (2025)

Descripción: se evidencia que la totalidad de los estudiantes, es decir, los 307 matriculados en edades entre 3 y 10 años, en las dos sedes, La Esperanza y Jacinto Ramos, son beneficiarios del PAE. Pero en almuerzos mas no loncheras o refrigerios, Siendo este un aspecto relevante, que podría incidir positivamente en el negocio de las loncheras.

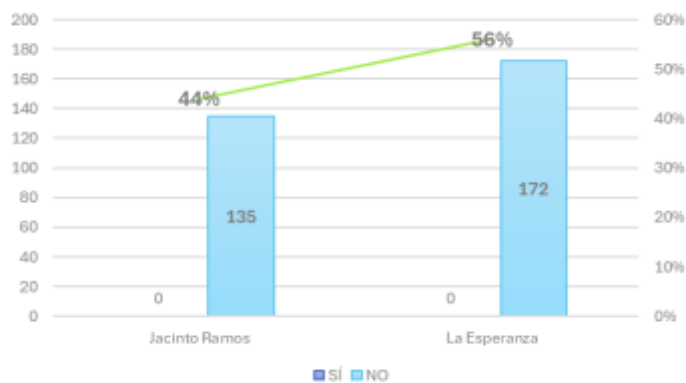
Respuesta a pregunta No 2. Ofrecen lonchera o refrigerio a los estudiantes

**Tabla 5.**  
*Ofrecimiento de lonchera o refrigerio.*

SEDE	SÍ	NO	%
Jacinto Ramos	0	135	44%
La Esperanza	0	172	56%
TOTAL		307	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 3.**  
*Ofrecimiento de lonchera o refrigerio.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Respuesta a pregunta No. 3 criterios para la distribución de alimentos en las sedes.

Descripción: las dos sedes educativas, tanto la Jacinto Ramos como La Esperanza cumplen con el ofrecimiento de almuerzo a la totalidad de sus estudiantes por el sistema PAE. Mas no les ofrece refrigerio. Evidenciándose que la venta de loncheras será una gran oportunidad para el emprendimiento que se desea.

#### Tabla 6.

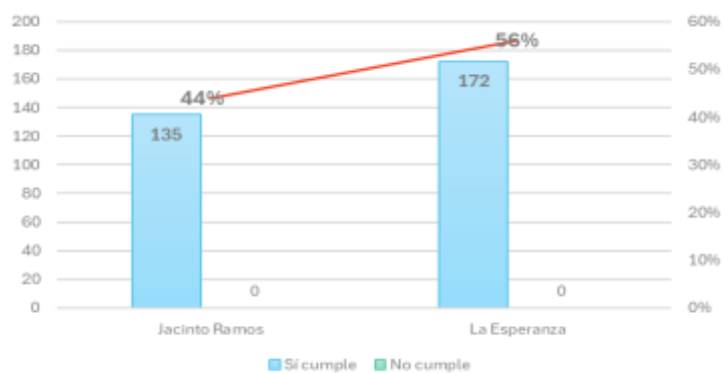
*Se cumple con criterios para la venta de alimentos.*

SEDE	Sí cumple	No cumple	%
Jacinto Ramos	135	0	44%
La Esperanza	172	0	56%
TOTAL	307		100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

#### Figura 4.

*Se cumple con criterios para la venta de alimentos*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

#### Respuesta No. 4 Percepción de la calidad de las loncheras que llevan los estudiantes

Descripción: se informa por parte de la coordinadora que el 100% de los estudiantes de las 2 sedes educativas le, indicando de esta manera que la institución lleva un control sobre cumplan para podersele vender las loncheras o refrigerios saludables ya que el PAE les brinda es el almuerzo mas no refrigerios. Por lo tanto, en las dos (2) sedes se puede implementar nuestro emprendimiento.

#### Tabla 7.

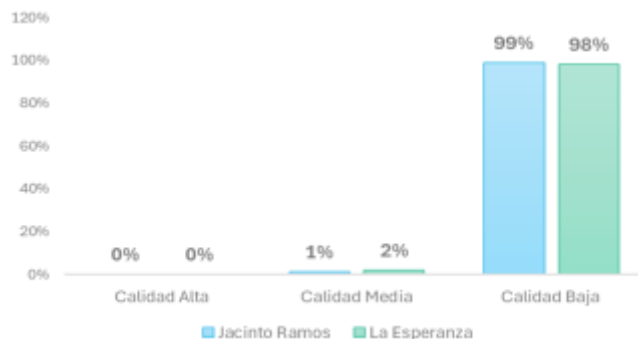
*Percepción de la calidad de las loncheras.*

Percepción	Jacinto Ramos	La Esperanza	% Jacinto Ramos	% La Esperanza
Calidad Alta	0	0	0%	0%
Calidad Media	2	4	1%	2%
Calidad Baja	133	168	99%	98%
TOTAL	135	172	100%	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

#### Figura 5.

*Percepción de la calidad de las loncheras.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: se refleja que en ambas sedes predomina el consumo de alimentos poco saludables en las loncheras que traen los estudiantes desde sus hogares. Hay una alta frecuencia de productos ultra procesados como jugos de caja, paquetes y comidas fritas, determinando la baja calidad nutricional. Constituyendo esta práctica en posibilidades para este emprendimiento.

Respuesta No. 5 Disposición de las instituciones educativas para innovar en el servicio de loncheras saludables.

**Tabla 8.**

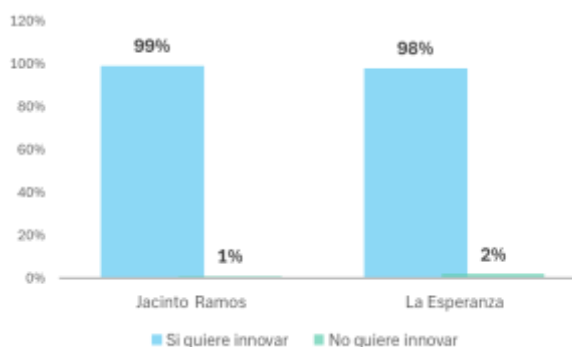
*Disposición institucional a innovar*

Innovación en loncheras	Jacinto Ramos	La Esperanza	% Jacinto Ramos	% La Esperanza
Si quiere innovar	1	2	1%	2%
No quiere innovar	134	170	99%	98%
TOTAL	135	172	100%	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 6.**

*Disposición institucional a innovar.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: se muestra el nivel de apertura que tiene la institución La Esperanza frente a nuevas propuestas como la implementación de loncheras saludables empacadas al vacío. Ambas sedes muestran un nivel de disposición alto, sin embargo, no se rechaza que haya dudas sobre la viabilidad administrativa y económica del emprendimiento de loncheras saludables.

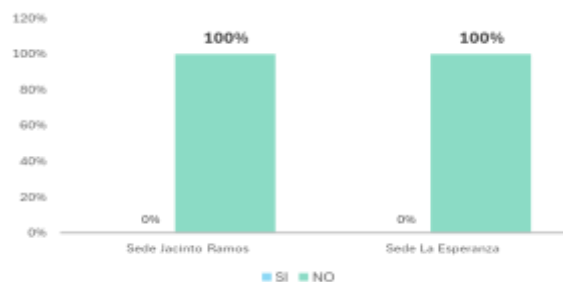
**Tabla 9.**

*Conoce el precio de una lonchera saludable.*

Conoce precio de lonchera saludable	Sede Jacinto Ramos	Sede La Esperanza	% Sede Jacinto Ramos	% Sede La Esperanza
SI	0	0	0%	0%
NO	135	172	100%	100%
TOTAL	135	172	100%	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 7.**  
*Conoce el precio de una lonchera saludable.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

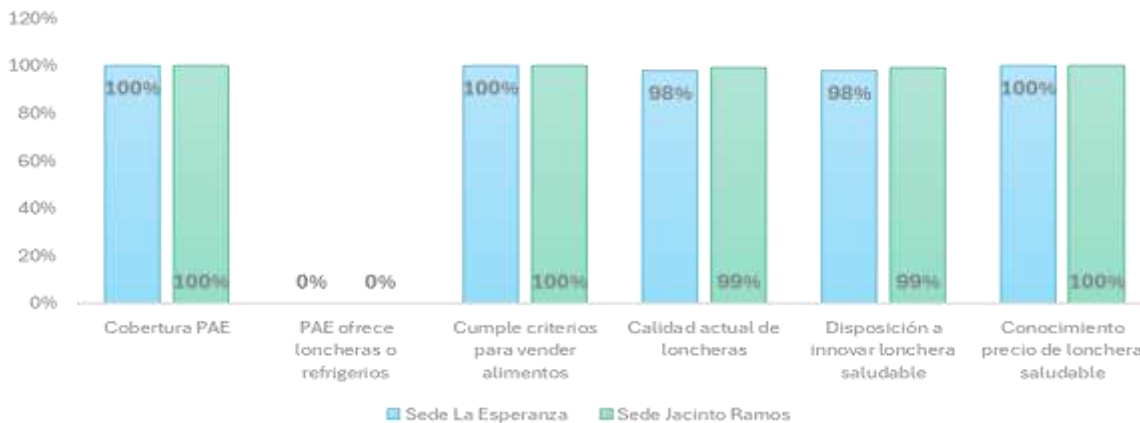
Descripción: se logra evidenciar que su totalidad, ninguna de las dos sedes tiene conocimiento acerca del precio correspondiente a una lonchera saludable, ya que como lo manifestaron, no han tenido la oportunidad ni conocen sobre el tema en este contexto, lo cual de cierta manera representa una oportunidad para ofrecer el producto.

**Tabla 10.**  
*Resumen de valores arrojados.*

Categoría	Sede La Esperanza	Sede Jacinto Ramos	Valor
Cobertura PAE	100%	100%	Cobertura completa
PAE ofrece loncheras o refrigerios	0%	0%	No
Cumple criterios para vender alimentos	100%	100%	Sí
Calidad actual de loncheras	98%	99%	Baja
Disposición a innovar lonchera saludable	98%	99%	Sí
Conocimiento precio de lonchera saludable	100%	100%	No

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 8.**  
*Resumen de valores arrojados.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Aunque la fuente de información es confiable, se realizó una categorización temática con asignación de valores para representar cuantitativamente la información. Esto permite visualizar patrones como el alto cubrimiento del PAE con respecto a almuerzos, mas no refrigerios u onces saludables, se nota la disposición de los docentes en implementar nuevas prácticas alimenticias en los alumnos, aunque desconocen hasta dónde estarían los padres dispuestos a contribuir con ello y el pago de las loncheras saludables.

### Instrumento Encuesta

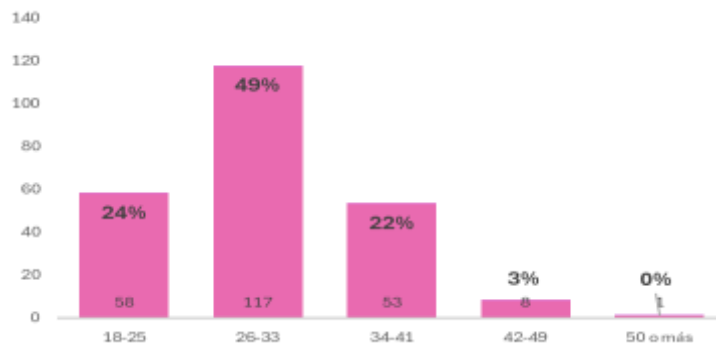
Respuesta a pregunta 1: Información general

**Tabla 11.**  
*Edad.*

Rango	Cantidad	%
18-25	58	24%
26-33	117	49%
34-41	53	22%
42-49	8	3%
50 o más	1	0%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 9.**  
*Edad.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

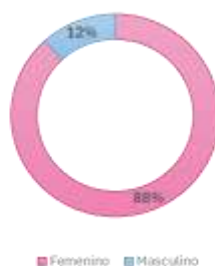
Descripción: la mayoría de las personas que respondieron la encuesta se encuentran en un rango de edad entre 26 y 33 años representando el 49% del total. Le siguen los adultos jóvenes de 18 a 25 años con un 24% y los adultos de 34 a 41 años con un 22%. En menor proporción, participaron personas entre 42 y 49 años (3%) y mayores de 50 años (1%), lo cual indica que en su mayoría se trata de padres y madres jóvenes.

**Tabla 12.**  
*Género.*

Género	Cantidad	%
Femenino	209	88%
Masculino	28	12%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 10.**  
*Género.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: en cuanto al género, el 88% de quienes respondieron son mujeres, mientras que solo el 12% son hombres. Esto refleja una mayor participación femenina, posiblemente vinculada al rol predominante de las madres en la atención y acompañamiento escolar de los hijos.

**Tabla 13.**

*Cantidad de hijos en edad escolar*

Hijos en edad escolar	Cantidad	%
1 hijo	127	53%
2 hijos	92	39%
3 hijos	18	8%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 11.**

*Número de hijos en edad escolar.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: con relación al número de hijos en edad escolar, el 53% de las familias encuestadas reportó tener un solo hijo estudiando, el 39% indicó tener dos hijos y apenas el 8% señaló tener tres hijos. Este dato sugiere que, en la mayoría de los casos, se trata de núcleos familiares pequeños.

Respuesta a pregunta 2. Sede en la que se encuentra matriculado(a) actualmente su hijo/a.

**Tabla 14.**

*Sede donde está matriculado(a) su hijo(a).*

Sede	Cantidad	%
Jacinto Ramos	104	44%

La Esperanza	133	56%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 12.**

*Sede donde está matriculado(a) su hijo(a).*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: se evidencia que el 56% de las familias tiene a sus hijos en la sede La Esperanza, mientras que el 44% pertenece a la sede Jacinto Ramos, lo cual coincide con la cantidad de estudiantes que tiene cada sede, es decir, en La Esperanza hay más estudiantes que la Jacinto Ramos.

Respuesta a la pregunta 3. ¿Usted sabe que el tipo de institución donde estudia su hijo/a es público?

**Tabla 15.**

*Tipo de institución*

Sabe si es institución pública	Cantidad	%
Sí	235	99%
No	2	1%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 13.**

*Tipo de institución.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: el 99% de las familias (235 de 237) manifiestan tener conocimiento de que sus hijos estudian en una institución pública, mientras que solo dos personas respondieron no saberlo. Esto indica que hay un nivel alto de conciencia sobre el tipo de institución educativa en que se encuentran sus hijos.

Respuesta a pregunta No.4. Edad promedio de los niños

**Tabla 16.**

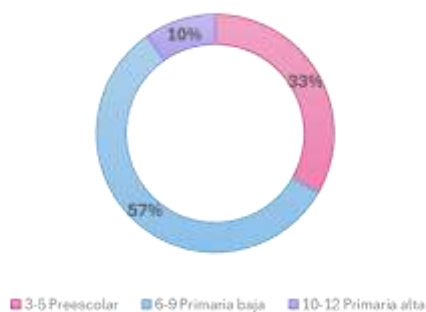
*Rango de edad de los hijos*

Edad de los hijos	Cantidad	%
3-5 Preescolar	79	33%
6-9 Primaria baja	135	57%
10-12 Primaria alta	23	10%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 14.**

*Rango de edad de los hijos.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: sobre la edad de los estudiantes, el grupo más representativo corresponde a los niños entre 6 y 9 años que cursan primaria baja, con el 57% de las respuestas. Luego se ubican los de 3 a 5 años en edad preescolar con el 33% y finalmente los mayores, entre 10 y 12 años que cursan primaria alta y representan el 10%. Esto demuestra una concentración significativa de estudiantes en los primeros ciclos de escolaridad.

Respuesta pregunta No. 5. ¿Su hijo/a lleva lonchera al colegio?

**Tabla 17.**

*Frecuencia con la que llevan lonchera al colegio.*

Lleva lonchera al colegio	Cantidad	%
Todos los días	171	72%
Algunas veces	65	27%
Nunca	1	0%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 15.**

*Frecuencia con la que llevan lonchera al colegio.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

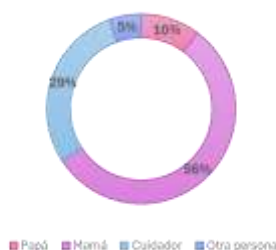
Descripción: en relación con el envío de lonchera al colegio, el 72% de las familias manifestó que la envía todos los días, el 27% lo hace algunas veces y solamente el 1% indicó que nunca la lleva, lo que demuestra de forma general que hay una práctica generalizada de envío de alimentos desde casa.

Respuesta pregunta No. 6. ¿Quién prepara habitualmente la lonchera?

**Tabla 18.***Persona que prepara la lonchera.*

Persona que prepara la lonchera	Cantidad	%
Papá	24	10%
Mamá	132	56%
Cuidador	68	29%
Otra persona	13	5%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 16.***Persona que prepara la lonchera.*

Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: sobre quién prepara la lonchera, el rol recae principalmente en la madre que se evidencia en el 56% de las respuestas, seguida por cuidadores con el 29%, padres con el 10% y en menor proporción, otras personas con el 5% de respuestas. Este hallazgo reafirma la centralidad del rol femenino en las rutinas escolares, aunque también muestra cierta presencia de figuras cuidadoras alternas.

Respuesta pregunta No. 7. Preparación de la lonchera de su hijo/a.

**Tabla 19.***Preparación de la lonchera.*

Preparación lonchera	Cantidad	%
Compra los ingredientes para prepararla	76	32%
Empaca productos listos para consumir	115	49%
Es beneficiario del PAE	46	19%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 17.***Preparación de la lonchera.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: al indagar por la forma en que se abastecen para la preparación de la lonchera, el 49% indicó que empaca productos listos para consumir, mientras que el 32% compra ingredientes para preparar los alimentos y un 19% es beneficiario del Programa de Alimentación Escolar (PAE), lo cual demuestra que, aunque hay una intención de preparar alimentos, prevalece el uso de productos ya procesados o empacados.

Respuesta pregunta No. 8. ¿Qué tipo de alimentos suele incluir en la lonchera de su hijo/a?

**Tabla 20.**

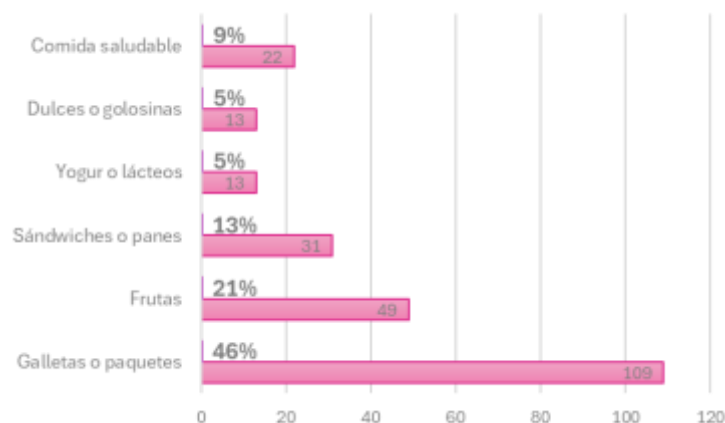
*Tipo de alimento que incluye la lonchera.*

Tipo de alimento	Cantidad	%
Galletas o paquetes	109	46%
Frutas	49	21%
Sándwiches o panes	31	13%
Yogur o lácteos	13	5%
Dulces o golosinas	13	5%
Comida saludable	22	9%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 18.**

*Tipo de alimento que incluye la lonchera.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: se identificó que el tipo de alimentos incluidos en la lonchera que les empacan a los hijos, predominan las galletas o paquetes con el 46%, seguidos por frutas con el 21% y panes o sándwiches corresponden al 13%. Otras opciones menos frecuentes fueron yogures o lácteos (5%), dulces o golosinas (5%) y alimentos saludables en general (9%). Este panorama sugiere que en los estudiantes hay una dieta poco equilibrada, con alta presencia de productos ultraprocesados y bajo contenido de nutrientes esenciales.

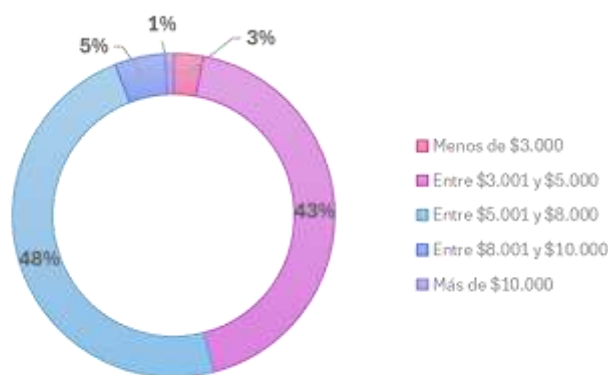
Respuesta a pregunta No. 9. ¿Cuánto dinero promedio está dispuesta/o a invertir en una lonchera saludable diaria para su hijo/a?

**Tabla 21.**  
*Dinero promedio dispuesto a invertir.*

Dinero a invertir	Cantidad	%
Menos de \$3.000	7	3%
Entre \$3.001 y \$5.000	102	43%
Entre \$5.001 y \$8.000	114	48%
Entre \$8.001 y \$10.000	12	5%
Más de \$10.000	2	1%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 19.**  
*Dinero promedio dispuesto a invertir.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: en relación con la disposición económica para invertir en una lonchera saludable, la mayoría de los encuestados que son el 48% estaría dispuesta a pagar entre \$5.001 y \$8.000, mientras que el 43% lo haría entre \$3.001 y \$5.000. Solo un pequeño porcentaje del 8% invertiría más de \$8.000 y apenas un 1% menos de \$3.000, lo cual demuestra que hay un margen de gasto moderado y razonable para este tipo de alimentación.

Respuesta pregunta No. 10. ¿Qué tan importante para la salud, considera que sea una lonchera saludable y balanceada?

**Tabla 22.**

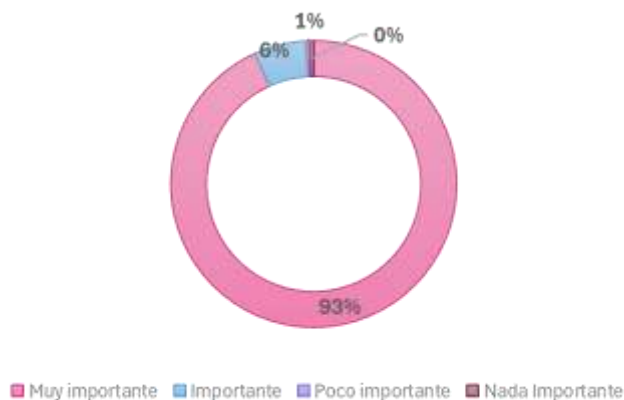
*Importancia que le otorgan a una lonchera saludable.*

Importancia lonchera saludable	Cantidad	%
Muy importante	221	93%
Importante	14	6%
Poco importante	1	0%
Nada importante	1	0%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 20.**

*Importancia que le otorgan a una lonchera saludable.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: frente a la importancia de una lonchera saludable, el 93% considera que es muy importante, mientras que el 6% la califica como importante. Solo dos personas (menos del 1%) la perciben como poco o nada importante, sin embargo, es un dato que refleja una percepción positiva sobre el valor de una alimentación adecuada para el desempeño escolar.

Respuesta pregunta No. 11. Si existiera una empresa que ofrezca loncheras saludables, listas, empacadas al vacío, con información educativa ¿estaría dispuesta/o a comprar?

**Tabla. 23.**

*Dispuesto/a comprar una lonchera saludable.*

Disposición para comprar lonchera saludable	Cantidad	%
Si	228	96%
No	9	4%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 21.**

*Dispuesto/a comprar una lonchera saludable.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: el 96% de las familias indicó estar dispuesta a comprar loncheras saludables, siendo esta una oportunidad favorable para implementar o fortalecer iniciativas de este tipo dentro del entorno escolar.

Respuesta pregunta No. 12. ¿Qué canal de compra le resultaría más cómodo para adquirir este tipo de loncheras?

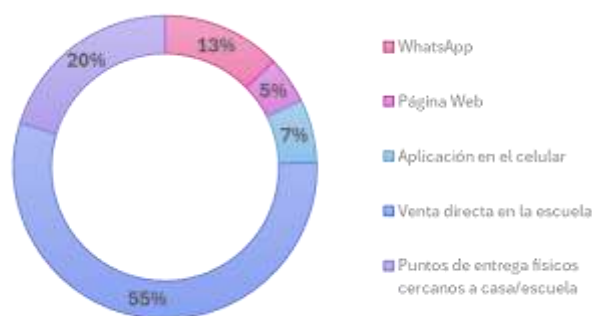
**Tabla 24.** *Canal de compra que preferiría para adquirir la lonchera saludable.*

Canal de compra	Cantidad	%
WhatsApp	30	13%
Página Web	12	5%
Aplicación en el celular	16	7%
Venta directa en la escuela	131	55%
Puntos de entrega físicos cercanos a casa/escuela	48	20%
TOTAL	237	100%

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Figura 22.**

*Canal de compra que preferiría para adquirir la lonchera saludable.*



Fuente: Microsoft Forms (2025).

Descripción: se encontró que el canal preferido para adquirir estas loncheras, el 55% prefiere la venta directa en la escuela, seguido de puntos de entrega cercanos a casa o institución con el 20%. En menor proporción, se mencionan canales digitales como WhatsApp (13%), aplicaciones móviles (7%) y páginas web (5%). Estas respuestas sugieren que las familias valoran más los medios de acceso directo y físico, por encima de las herramientas tecnológicas, posiblemente por razones de facilidad, confianza o acceso digital limitado.

#### ***8.3.2.6 Conclusiones del estudio de mercado***

De acuerdo con lo informado, se concluye que de los factores que hacen viable el emprendimiento de loncheras saludables en Hobo, primero está la alta disposición a la compra y valoración positiva de las loncheras saludables, como afirman los encuestados, máxime si se tiene en cuenta que la lonchera irá acompañada de un folleto informativo con imágenes animadas acorde con el nivel de formación de los niños; siendo relevante destacar que el 96% de las familias manifiestan estar dispuestas a comprar loncheras saludables, adicionado al 93%, que considera que son muy importantes para el desarrollo escolar de sus hijos. Esta conciencia sobre la nutrición representa una oportunidad para introducir un producto que responda a estas expectativas, especialmente apoyando el proceso con estrategias de sensibilización y educación alimentaria.

Otro factor que se destaca es la existencia de la necesidad real de adquirir loncheras, porque el PAE, no ofrece refrigerios y loncheras, aunque todos los estudiantes reciben almuerzo a través del proyecto PAE, ninguno recibe lonchera o refrigerio, lo cual deja un vacío alimentario durante gran parte de las horas escolares. Este direccionamiento institucional abre una oportunidad para implementar y posicionar un producto que llene ese espacio de tiempo, especialmente si se presenta el producto como una alternativa saludable, atractiva y accesible. También se encontró en el estudio, que las loncheras que actualmente envían las familias están integradas por productos poco saludables como galletas, jugos de caja, paquetes y golosinas. Que en resumen son comidas poco o nada saludables para los niños en formación; razón por la cual se convierte en una oportunidad para ofrecer una comida que combine sabor, presentación llamativa y valor nutricional, como será la LONCHERA SALUDABLE.

En cuanto a los factores que dificultan o desafían la implementación del emprendimiento, en las entrevistas se encontró que ni las familias ni las instituciones tienen un referente claro sobre cuánto debe costar una lonchera saludable o qué características debe tener. Aunque esto abre una posibilidad educativa, también implica que se debe invertir en campañas de sensibilización y formación previa para construir una cultura alimentaria más informada. Las familias mostraron una preferencia clara por canales físicos, mientras que opciones como aplicaciones móviles o páginas web tuvieron baja aceptación, indicando que no se puede depender exclusivamente de herramientas digitales para la venta y que se debe diseñar una estrategia comercial centrada en la presencialidad, al menos en la etapa inicial.

De manera general, se concluye que el emprendimiento de loncheras saludables Vital Light en el municipio de Hobo es viable desde la perspectiva del mercado, la necesidad insatisfecha y la disposición de las familias. Se debe trabajar en superar barreras culturales, educativas y logísticas,

incluyendo una estrategia de nutrición, marketing y pedagogía social, es necesario diseñar una propuesta ajustada al contexto con precios asequibles y canales accesibles para que el emprendimiento sea rentable y transformador a nivel educativo y de salud pública.

#### **8.4. Clientes**

De la información obtenida en el estudio de mercado, se evidencia que los principales clientes, para este emprendimiento son familias jóvenes, en su mayoría conformadas por padres y madres entre 26 y 33 años, predominando en la entrega de la información, la participación femenina; la mayoría de los hogares son de tamaño pequeño, conformados por uno o dos hijos en edad escolar, entre 3 y 10 años. El 56% de las familias tiene a sus hijos en la sede La Esperanza y el 44% en Jacinto Ramos, lo que implica una ligera concentración de la demanda en la primera sede.

La mayoría de las familias (55%) prefieren adquirir las loncheras directamente en la escuela y otro 20% optaría por puntos físicos cercanos, ante la realidad que se tiene ya que la gran mayoría de los padres o tutores, carecen de equipos celulares avanzados o desconocen el manejo técnico de estos. Situación que lleva a proponer un modelo sencillo y directo para la comercialización, lo cual es importante en zonas rurales o con baja conectividad digital. En el aspecto económico, se tiene que cerca del 91% de las familias estarían dispuestas a pagar entre \$3.001 y \$8.000 por una lonchera saludable, esto permite pensar en un producto que con el uso de la tecnología de envasado al vacío y compras al por mayor de insumos, pueda desarrollarse una buena relación calidad/precio y generar utilidad sin sacrificar accesibilidad al producto.

### 8.5. Competencia

De la aplicación del instrumento entrevista, básicamente, se deduce que la mayor competencia para este emprendimiento, son en su orden las siguientes entidades o marcas, establecidas en el municipio del Hobo, Huila.

**Tabla 25.** *Competencia.*

<b>Empresa / Marca</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Características</b>
Tiendas escolares de las sedes I.E.	Dentro de las sedes La Esperanza y Jacinto Ramos.	Venden alimentos con bajo valor nutricional. Como las gaseosas.
Familias de los estudiantes.	En las sedes educativas y el municipio.	Alimentos preparados en las casas, empacados con bajo valor nutricional. Paquetes de todito.
Tiendas o supermercados de barrio o del municipio	En el municipio de Hobo	Las familias compran productos industrializados o ultra procesados de bajo costo. Diferentes marcas de paquetes.

Fuente. Elaboración propia (2025).

### 8.6. Estrategias de venta

Se relacionan diferentes estrategias, que tienen como finalidad aumentar constantemente los ingresos y por ende utilidades para la empresa. Las principales estrategias de venta son:

- Venta directa en la institución educativa, un punto fijo ubicado cerca de la entrada principal que funcione en horarios estratégicos como la entrada, receso y salida. Este será el canal principal de comercialización brindando atención personalizada a padres y acudientes.
- Convenio formal con la institución educativa, el cual será gestionado para promover el producto dentro del entorno escolar, será una estrategia acompañada de contenidos pedagógicos accesibles mediante un código QR en los empaques para fortalecer el vínculo entre alimentación y aprendizaje.
- En la fase inicial se realizarán jornadas de degustación, junto con las promociones para dar a conocer el producto, generar confianza y estimular la compra de la lonchera.

- Catálogo mediante WhatsApp y se pueden realizar pedidos anticipados, personalizar opciones y recibir promociones, recordatorios por este medio.
- Suscripción semanal o mensual facilitando la adquisición de la lonchera y asegurando ingresos estables para la empresa.
- Varias formas de pago, ya sea efectivo, transferencia bancaria y medios de pago móviles como Nequi y Daviplata.

### ***8.6.1. Concepto de Producto o servicio***

Elaboración y comercialización de loncheras saludables para niños de 3 a 6 años en el municipio de Hobo, Huila. integrando temas educativos a partir de una presentación novedosa. Su propósito es fomentar hábitos de alimentación equilibrados desde la infancia mediante opciones nutritivas, deliciosas y libres de ingredientes ultra procesados.

### **Empaque y presentación del producto**



El material principal es el plástico reciclable libre de BPA o cartón biodegradable con recubrimiento alimentario al vacío para mantener la frescura. El primer empaque es la presentación de la lonchera estándar para consumo diario; el segundo empaque es la presentación de la lonchera especial ya sea para un cumpleaños, una celebración particular, para quienes solicitan una lonchera

con cuidados especiales o como parte de una dieta especial. El tercer empaque es el de las bebidas. Para la experiencia de compra se ofrece la opción de etiqueta con el nombre del niño cuando el cliente se haya suscrito con el fin de personalizar la entrega. A continuación, se presenta el empaque general, es decir, donde se entrega como tal la lonchera conteniendo el alimento, la bebida, un sticker coleccionable.



### ***8.6.2. Estrategia de distribución***

El producto se entregará directamente en la institución educativa mediante el punto fijo de distribución ubicado cerca de la entrada principal. Las loncheras se prepararán diariamente en un centro de producción local y se transportarán en condiciones higiénicas manteniendo la cadena de frío y la frescura de los alimentos mediante el uso de empaques al vacío. Para los padres que realicen los pedidos anticipados o por suscripción semanal o mensual, la entrega será garantizada todos los días al iniciar la jornada escolar, también, en caso de lograrse un convenio formal, se habilitará la opción de entrega personalizada dentro del colegio con apoyo logístico de los docentes o administrativos.

### ***8.6.3. Estrategia de precio***

Los precios se definirán considerando 3 variables:

1. Costos de producción (materia prima, empaque, transporte y mano de obra).
2. Capacidad adquisitiva de las familias del municipio (precios accesibles)

### 3. Valor agregado educativo y nutricional del producto.

Se establecerán 3 tipos de lonchera:

- Básica: nutritiva, económica y sencilla.
- Estándar: con variedad y presentación más elaborada.
- Premium: para fechas especiales o necesidades alimentarias específicas.

Se ofrecerán descuentos para hermanos, por ejemplo, 10% de rebaja en la segunda lonchera y precios promocionales para quienes paguen por semana o mes anticipado. El objetivo es mantener precios competitivos, justos y sostenibles.

#### ***8.6.4. Estrategia de Promoción***

Para atraer y fidelizar clientes, se van a implementar acciones diversas como:

- Descuentos por grupo familiar (2 o más niños de una misma familia).
- Promociones de lanzamiento, por ejemplo, “compra 4 loncheras y recibe 5 gratis”.
- Degustaciones gratuitas en jornadas escolares para que niños y padres conozcan el producto.
- Loncheras temáticas con personajes animados, fechas especiales, entre otros que generen interés visual y emocional.
- Concursos o rifas mensuales entre los compradores frecuentes, por ejemplo, rifar un kit escolar o una lonchera gratis semanal.

#### ***8.6.5. Estrategia de comunicación***

La empresa se dará a conocer utilizando canales presenciales y digitales ajustados al acceso tecnológico de las familias:

- Canales presenciales: volantes ilustrativos, carteles o afiches en la institución educativa, reuniones de padres.

- Canales digitales: WhatsApp Bussines para el envío de catálogos, promociones, recordatorios, atención a pedidos y consultas; Facebook e Instagram bajo el nombre de Vital Light para publicar fotos de los productos, contenidos nutricionales y testimonios de padres satisfechos.
- Código QR en el empaque e impreso en tarjetas para que al ser escaneado se dirija al contenido pedagógico y formativo para niños, padres y docentes.

#### ***8.6.6. Estrategia de servicio***

Vital Light busca diferenciarse por la calidad del servicio y por eso el cliente contará con los siguientes beneficios:

- Garantía de satisfacción: en caso de que la lonchera presente algún defecto en cuanto a presentación o calidad como empaque abierto, comida descompuesta o en mal estado, se repondrá sin costo el mismo día o se compensará con una lonchera gratuita al día siguiente.
- Atención personalizada vía WhatsApp o presencial para poder resolver dudas, sugerencias o solicitudes específicas.
- Flexibilidad en los pedidos, el cliente puede pausar, adelantar o cancelar el pedido con previo aviso sin perder su dinero.

#### ***8.6.7. Presupuesto mezcla de mercado***

La estimación básica del presupuesto inicial para cada componente de la mezcla de mercado es el siguiente:

**Tabla 26.**  
*Presupuesto mezcla de mercado.*

Componente	Concepto	Monto estimado (COP)
------------	----------	-------------------------

<b>Producto</b>	Materia prima: frutas, cereales, proteína	\$500.000
	Empaques al vacío	
	Insumos de cocina	
	Utensilios básicos	
	Etiquetado	
	Stickers educativos	
<b>Precio</b>	Diseño de estructura de costos y margen de ganancia	\$100.000
	Pruebas de mercado	
	Ajustes de presentación y porciones	
<b>Plaza (distribución)</b>	Transporte de loncheras al colegio	\$150.000
	Instalación del punto de venta (mesa, vitrina, toldo)	
	Dotación de hielera y termos	
<b>Promoción y publicidad</b>	Volantes	\$120.000
	Carteles	
	Campañas de degustación	
	Cupones de lanzamiento	
	Activación de WhatsApp Business	
	Diseño de logo e imagen	
	<b>TOTAL</b>	<b>\$780.000</b>

Fuente. Elaboración propia (2025).

#### ***8.6.8. Estrategia de Aprovisionamiento***

Se relacionan las empresas que se requieren como proveedores para garantizar un buen producto en todos los tiempos.

- Plaza de mercado del municipio de Hobo, Huila: productos perecederos como frutas, verduras frescas, huevos.
- Supermarket El Gran Ahorro: proteínas (pollo, atún en lata), lácteos (yogur, queso), cereales integrales, frutos secos (nueces, almendras).
- Supermercado la Esquina del Ahorro: carbohidratos saludables (pan integral, avena), snacks saludables (galletas integrales, barras de cereales), ingredientes secos (semillas de chía, avena), aceites vegetales (oliva, coco).
- Flexiempaques del Huila S.A.S, en Neiva: empaques para las loncheras.

- Impresión Digital Cid S.A.S, en Neiva: servicio de impresión digital para logotipos, stickers y códigos QR.

## 9. Módulo de operación

### 9.1. Ficha técnica

**Tabla 27.**

*Ficha técnica del producto VITAL LIGHT*

<b>Nombre del producto</b>	Loncheras saludables
<b>Nombre comercial</b>	Vital Light
<b>Unidad de medida</b>	Global
<b>Ubicación del centro de producción</b>	Municipio de Hobo, Huila.
<b>Formato del empaque</b>	Bolsas biodegradables resistentes y seguras para conservar alimentos con la técnica de empackado al vacío.

<b>Descripción del producto</b>	Loncheras saludables para niños en edad escolar, hechas con ingredientes 100% naturales, sin conservantes, colorantes ni azúcares añadidos. Cada lonchera contiene porciones equilibradas de proteínas, carbohidratos, frutas y vegetales. Incluye un código QR con contenido educativo.
<b>Mercado objetivo</b>	Familias jóvenes del municipio de Hobo, especialmente padres entre 26 y 40 años con hijos entre 3 y 10 años. El 56% de la demanda está en la sede La Esperanza y el 44% en Jacinto Ramos.
<b>Propuesta de valor</b>	Alimentación natural, personalizada según necesidades nutricionales. Acompañada de material educativo interactivo (QR), talleres y asesorías para mejorar los hábitos alimentarios en casa y en la escuela.
<b>Proceso de producción</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compra ingredientes frescos locales.</li> <li>2. Preparación diaria en centro de producción bajo normas de higiene.</li> <li>3. Empaque al vacío.</li> <li>4. Transporte refrigerado hasta la entrega</li> </ol>
<b>Canales de distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Punto fijo de entrega: a la entrada principal de las sedes educativas (La Esperanza y Jacinto Ramos).</li> <li>● Entregas personalizadas: suscripciones semanales o mensuales.</li> <li>● Opción de entrega directa al aula: a personas con facultades especiales, en apoyo de personal docente o administrativo.</li> </ul>
<b>Contenido educativo</b>	<p>Cada lonchera incluye un código QR escaneable que dirige a contenidos pedagógicos orientados a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Ofrecer recetas sencillas para preparar en familia.</li> <li>● Talleres sobre nutrición infantil y alimentación saludable en el hogar</li> <li>● Guías para el docente sobre cómo integrar la educación alimentaria al aula.</li> </ul>
<b>Condiciones especiales</b>	Producto listo para consumir. No requiere calentamiento. Apto para niños con dietas especiales (vegetariana, sin gluten, sin lactosa), según solicitud del cliente.

<b>Cuidados de transporte</b>	Las loncheras deben mantenerse en posición horizontal, protegidas de golpes y bajo temperatura controlada. El transporte se realiza en contenedores refrigerados.
<b>Cadena de frío</b>	Conservación entre 0°C y 4°C desde el momento del empaque hasta su entrega. No interrumpir la cadena de frío para preservar frescura y seguridad alimentaria.
<b>Almacenamiento</b>	En caso de no ser consumida inmediatamente, debe mantenerse refrigerada y consumirse el mismo día. No se recomienda el congelamiento posterior.
<b>Fechas de expedición</b>	Día de producción: mismo día de la entrega. La fecha se indica en la etiqueta de cada empaque.
<b>Fecha de vencimiento</b>	Consumo preferente: antes de cumplir 10 horas de elaborada, siempre que se conserva refrigerada.

Fuente. Elaboración propia (2025).

## 9.2. Descripción del proceso

**Tabla 28.**

*La Producción.*

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo estimado</b>	<b>Responsable</b>	<b>Equipo / Maquinaria requerida</b>
Cotizar insumos	1 hora diaria	Auxiliar de compras	Computador, internet, teléfono.
Comprar insumos	2 horas diarias	Auxiliar de compras	Medio de transporte, canastas
Seleccionar y clasificar alimentos	45 minutos diarios	Manipulador de alimentos	Guantes, cuchillos, bandejas.
Lavar y desinfectar alimentos	45 minutos diarios	Manipulador de alimentos	Lavaplatos, vinagre, agua potable.
Cocinar alimentos	2 horas diarias	Cocinera	Estufa, horno, ollas, sartenes
Organizar en porciones las loncheras	1 hora diaria	Manipulador de alimentos.	Báscula, recipientes, vasos.
Empacar con tecnología al vacío	1 hora diaria	Operario de empaque	Selladora al vacío, empaques biodegradables.
Etiquetar incluyendo el código QR	30 minutos diarios	Auxiliar de empaque	Etiquetas adhesivas, lector QR, impresora

Refrigerar y conservar producto	10 horas máximo.	Manipulador de alimentos	Nevera industrial (0° a 4°), bandejas plásticas.
---------------------------------	------------------	--------------------------	--

Fuente. Elaboración propia (2025).

**Tabla 29.**

*Mercadeo y distribución.*

Actividad	Tiempo estimado	Responsable	Equipo / Maquinaria requerida
Recepcionar los pedidos	30 minutos diarios	Auxiliar comercial	Celular, WhatsApp, formato de pedido, computadora.
Verificar pedidos personalizados.	30 minutos diarios	Nutricionista / cocina	Base de datos de clientes, fichas técnicas
Organizar la distribución por sedes	30 minutos diarios	Coordinador logístico	Listado de entrega, etiquetas.
Transportar las loncheras	1 hora diaria	Conductor / Logística	Contenedores térmicos, medio de transporte
Entregar en el punto fijo	1 hora diaria	Auxiliar de entrega	Mesa de entrega
Registrar entregas y devoluciones.	30 minutos diarios	Auxiliar de entrega	Hoja de control
Atender retroalimentación	1 hora semanal	Auxiliar comercial	Libreta de notas
Ajustar menús y operaciones, si se requiere.	2 horas semanales	Nutricionista / coordinador	Computador, hoja de control

Fuente. Elaboración propia (2025).

### 9.3. Estado de desarrollo

Actualmente, el emprendimiento Vital Light se encuentra en una etapa inicial de validación y ajuste, correspondiente a un periodo de prueba o fase piloto, también conocida como prototipado de producto. Actualmente, en desarrollo del proceso de prototipado, se están diseñando y evaluando protocolos de producción que incluyen la elaboración de muestras de loncheras con diferentes combinaciones de sabores, presentaciones y tamaños. Este proceso permite identificar las preferencias, gustos y aportes de los usuarios, permitiendo ajustar aspectos técnicos como el contenido, las porciones, tiempos de conservación, empaque y presentación del producto. Este prototipo, ha servido para estimar en la práctica, costos de producción transporte y requerimientos

de maquinaria, visionando la necesidad de elaborar un modelo financiero que permita ser sostenibles en el tiempo, estandarizando un protocolo eficiente, higiénico.

#### 9.4. Plan de producción

**Tabla 30.**

*Plan de producción*

Producto	Cantidad / mes	Cantidad / 10 meses	Cantidad / 20 meses 20%	Cantidad / 30 meses 20%
Lonchera estándar saludable	750	8.400	20.160	30.240
Loncheras personalizadas (sin gluten, sin lactosa, vegetarianas.)	230	2.400	5.760	8.640
Loncheras promocionales temáticas (fechas especiales, eventos escolares)	100	960	2.304	3.456
TOTAL	1080	11.760	28.224	42.336

#### 9.5. Proyección de ventas

**Tabla 31.**

*Proyección de ventas.*

Producto	Valor / mes	Valor / año	Valor / 2 años (↑10%)	Valor / 3 años (↑10%)
Lonchera estándar saludable (\$8.000 c/u) x 700	\$5.600.000	\$56.000.000	\$61.000.000	\$67.100.000
Loncheras personalizadas (\$15.000 c/u) x 200	\$3.000.0000	\$30.000.000	\$33.000.000	\$36.300.000
Loncheras temáticas especiales (\$12.000 c/u) x 80	\$960.000	\$9.600.000	\$10.560.000	\$11.616000
TOTAL	\$9.560.000	\$95.600.000	\$104.560.000	\$115.016.000

#### 9.6. Requerimientos de inversión

**Tabla 32.**

*Requerimientos de inversión en el primer mes de operación.*

Elemento	Cantidad	Descripción / uso	Costo unitario (COP)	Costo total (COP)
Nevera industrial pequeña	1	Para conservar frutas, jugos y alimentos perecederos	\$1.500.000	\$1.500.000
Licadora industrial	1	Preparación de jugos naturales y mezclas	\$500.000	\$500.000
Recipientes plásticos herméticos	500 (unidades)	Empaque de loncheras individuales	\$1.250	\$625.000
Materia prima		Frutas, cereales, proteínas	\$300.000	\$300.000

Dotación básica	2	Delantal, guantes, gorro, tapabocas.	\$100.000	\$200.000
Material publicitario impreso	100 (unidades)	Volantes, tarjetas, stickers para el empaque	\$500	\$50.000
Utensilios básicos de cocina	2	Cuchillos, tablas, bowls, tazas	\$100.000	\$200.000
Estufa pequeña a gas	1	Cocción de algunos alimentos	\$200.000	\$200.000
Contenedores térmicos	3	Para transportar loncheras a puntos de entrega	\$80.000	\$240.000
Tabla de cortar grande	2	Para organización y manejo higiénico de los alimentos	\$20.000	\$40.000
Total, inversión inicial estimada				<b>\$3.855.000</b>

### ***9.6.1. Lugar de operación***

El municipio de Hobo está ubicado en el centro del departamento del Huila, muy cerca de la represa de Betania y de las lomas que forman parte de la cordillera oriental. Es parte de la región Subnorte del departamento y tiene una extensión de 217 kilómetros cuadrados, está a 594 metros sobre el nivel del mar y su clima es cálido, con una temperatura promedio de 25°C.

Según datos del DANE, en Hobo viven aproximadamente 7.043 personas y la economía del municipio se basa principalmente en la ganadería, aunque también se cultivan productos como café, cacao, caña de azúcar, achira, maíz, arroz, tabaco y uva. Gracias a la cercanía con la represa de Betania, el ecoturismo y la piscicultura se han convertido en actividades importantes. De hecho, Hobo es uno de los municipios con mayor número de piscícolas en el país, muchas de las cuales exportan tilapia a otros países. Hobo cuenta con servicios públicos como energía eléctrica, suministrada por Electrohuila, y gas natural, distribuido por la empresa Alcanos de Colombia.

La planta de producción de las loncheras saludables estará ubicada en la zona urbana del municipio, en el barrio Kennedy, calle 2 N 5b-19 que es un lugar estratégico para el fácil acceso a las escuelas, que serán los principales puntos de venta.

### **Figura 23.**

*Ubicación geográfica de Vital Light*



### 9.6.2. Requerimientos de maquinaria, planta y equipo

**Tabla 33.**

*Requerimientos para puesta en marcha.*

Tipo de activo	Descripción del bien o equipo	Cantidad	Valor unitario (COP)	Valor total (COP)	Requisitos técnicos / Observaciones
Maquinaria	Licuada industrial de alta potencia	1	\$500.000	\$500.000	Capacidad mínima de 2 litros; motor mínimo de 1500W; uso continuo
Maquinaria	Horno eléctrico semi industrial	1	\$800.000	\$800.000	Capacidad mínima 60 L; temporizador; control de temperatura
Equipo	Nevera para conservación de alimentos	1	\$1.500.000	\$1.500.000	Doble puerta; eficiencia energética A+; rango de temperatura 0–5°C
Herramienta menor	Juego de ollas industriales.	1 set	\$400.000	\$400.000	Material 100% acero inoxidable grado alimenticio; mínimo 5 piezas
Equipo de empaque	Selladora de bolsas térmica	1	\$100.000	\$100.000	Eléctrica a 110 y 220 voltios, para Sellado hermético de empaques biodegradables y/o reutilizables
Mobiliario	Mesas para preparación de alimentos	1	\$900.000	\$900.000	En acero inoxidable, superficie lisa, fácil limpieza; altura estándar de trabajo; uso industrial
Mobiliario	Estantes para almacenamiento	2	\$100.000	\$200.000	Metálicos, resistentes a la humedad; mínimo 4 niveles por estante

Equipo tecnológico	Computador portátil	1	\$1.300.000	\$1.300.000	Procesador i3 o superior; mínimo 8GB RAM; disco SSD; conexión a internet
Equipo tecnológico	Impresora multifuncional	1	\$600.000	\$600.000	Impresora de inyección de tinta para impresión de etiquetas y demás actividades.
Elementos de distribución	Contenedores térmicos para transporte de loncheras	3	\$60.000	\$180.000	Material sintético, aislante, resistentes, de fácil limpieza; con capacidad para 15 a 20 loncheras cada uno
Otros	Elementos de señalización y seguridad alimentaria		\$150.000	\$150.000	Acorde a normativa INVIMA e higiene en plantas de alimentos
<b>TOTAL</b>				<b>\$6.630.000</b>	

## 9.7. Plan de compras

**Tabla 34.**

*Plan de compras mensual con proyección anual.*

Materia Prima	Unidad	Cantidad mensual	Cantidad anual (10 meses)	Valor unitario (COP)	Valor total anual (COP)
Frutas (mixtas)	Kilogramos	50	500	\$4.000	\$2.000.000
Verduras (mixtas)	Kilogramos	40	400	\$2.000	\$800.000
Huevos	Unidad	150	1.500	\$600	\$900.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	60	600	\$2.500	\$1.500.000
Yogur natural	Litros	50	500	\$2.500	\$1.250.000
Avena en hojuelas	Kilogramos	8	100	\$3.000	\$240.000
Miel de abejas	Litros	2	20	\$12.000	\$240.000
Maní y semillas (mix)	Kilogramos	8	80	\$9.000	\$720.000
Harina de arroz	Kilogramos	8	80	\$6.000	\$480.000
Empaques biodegradables	Unidad	900	9.000	\$350	\$3.150.000
Etiquetas y stickers	Unidad	900	9.000	\$100	\$900.000
Servilletas ecológicas	Unidad	900	9.000	\$80	\$720.000
<b>Total, mensual =</b>				<b>\$1.290.000</b>	<b>10 meses, \$12.900.000</b>

## **10. Módulo de organización**

### **10.1. Estrategia organizacional**

#### **Misión**

Loncheras VITAL LIGHT es una empresa dedicada a la producción y comercialización de loncheras saludables, de alta calidad, para el bienestar de niños entre los 3 y los 12 años del municipio de Hobo. Trabajando con compromiso social, ambiental y educativo; ofreciendo soluciones prácticas e innovadoras que facilitan la alimentación escolar y apoyan a las familias en la preparación y distribución diaria de las loncheras.

#### **Visión**

Para el año 2030, VITAL LIGHT será reconocida en el departamento del Huila como una empresa líder en la elaboración y distribución de loncheras saludables para estudiantes de instituciones educativas, generando impacto social, tecnológico, de crecimiento sostenible para beneficio de la alimentación y la educación infantil.

#### **Principios Corporativos de VITAL LIGHT**

- Solidaridad: promover el trabajo conjunto con familias, instituciones y comunidades para construir una red de apoyo que garantice el acceso equitativo a una alimentación saludable para los niños.
- Ética: actuar con responsabilidad y respeto en todos los procesos asegurando prácticas justas, honestas y coherentes con los valores institucionales.
- Calidad: garantizar productos frescos, nutritivos y seguros elaborados bajo estrictos estándares que aseguren el bienestar para los consumidores.
- Transparencia: comunicar las acciones, decisiones y procesos de forma clara y accesible, fortaleciendo la confianza con los clientes, aliados y colaboradores.
- Compromiso social: contribuir activamente al desarrollo integral de la niñez apoyando procesos educativos y familiares desde una visión inclusiva y sostenible.
- Innovación: buscar continuamente, soluciones creativas y prácticas que mejoren la experiencia de la alimentación escolar, integrando tecnología y diseño en el producto y servicios.
- Responsabilidad ambiental: priorizar prácticas sostenibles, reduciendo el uso de plásticos y promoviendo empaques reutilizables o biodegradables.
- Empatía: conocer las necesidades de los niños y sus familias, para internalizarlos y mejorar el servicio, dándole un formato con sentido humano.

### **Logotipo de la empresa**



Para este logotipo, se han seleccionado los colores verde, naranja, azul y amarillo como insignias de la empresa, porque comunican energía, salud y frescura; las ilustraciones son personajes infantiles con forma de frutas que sirven como embajadores de la marca, se incluye un sello de confianza que dice “Hecho con amor, sin conservantes, 100% natural”.

## 10.2. Matriz DOFA

**Tabla 35.**

*Matriz DOFA*

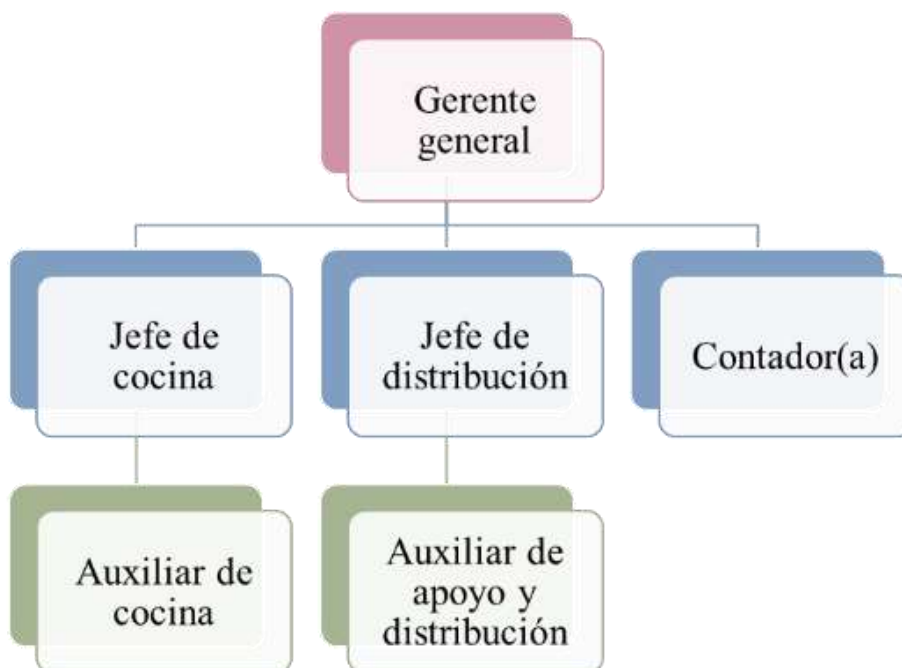
EXTERNAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Interés de padres y colegios por la alimentación saludable y práctica.</li> <li>● Apoyo institucional a emprendimientos con impacto social (alcaldía, ICBF, Cámara de Comercio).</li> <li>● Disponibilidad de recursos de financiación pública o privada para emprendimientos alimentarios y sociales.</li> <li>● Tendencia hacia alimentos funcionales y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Competencia informal o con precios más bajos.</li> <li>● Inflación en precios de insumos alimentarios y materiales de empaque.</li> <li>● Cambios en la normativa sanitaria o exigencias del INVIMA.</li> <li>● Rechazo cultural al cambio en los hábitos alimentarios tradicionales.</li> </ul>

	amigables con el medio ambiente.	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Propuesta innovadora de alimentación escolar saludable.</li> <li>● Compromiso con valores éticos, calidad y responsabilidad social.</li> <li>● Conexión directa con necesidades reales de familias.</li> <li>● Producto adaptable y con potencial de personalización.</li> <li>● Alta motivación y enfoque con impacto social y educativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Promocionar la marca como una alternativa saludable y solidaria.</li> <li>● Usar los valores corporativos como eje de diferenciación en redes sociales y campañas.</li> <li>● Ofrecer loncheras personalizadas para captar nuevos públicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reforzar el valor agregado de la propuesta educativa y social para justificar el costo del producto.</li> <li>● Garantizar procesos de manipulación seguros y ajustados a normas.</li> <li>● Realizar campañas educativas sobre alimentación saludable para niños y padres.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacidad operativa limitada para cubrir la demanda.</li> <li>● Poco reconocimiento de marca en el mercado local y regional.</li> <li>● Falta de certificaciones sanitarias o sello de calidad reconocidos a nivel nacional.</li> <li>● Estar iniciando en el tema.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Crear alianzas con instituciones educativas para ganar visibilidad y confianza en la comunidad.</li> <li>● Postular a convocatorias para adquirir maquinaria o capacitar al equipo humano.</li> <li>● Desarrollar un catálogo digital simple y efectivo para ventas escolares por WhatsApp.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Controlar costos mediante alianzas con productores locales y compra a granel.</li> <li>● Capacitar al equipo en normativas sanitarias para reducir riesgos legales.</li> <li>● Vincular a nutricionistas y docentes en charlas escolares para generar confianza.</li> </ul>

### 10.3. Organismos de apoyo

Actualmente, el emprendimiento loncheras VITAL LIGHT cuenta con el acompañamiento y asesoría del Centro Progresá Neiva, el cual brinda asesoría técnica, orientando en la formulación y estructuración del protocolo de grado. Este proceso, se enmarca en la modalidad de grado por emprendimiento, el cual la autora, lo realiza como requisito para optar al título de Licenciada en Educación Infantil, desde un enfoque pedagógico, organizacional y social del proyecto.

#### 10.4. Estructura organizacional



**Tabla 36.**

*Funciones de la estructura organizacional.*

Cargo	Funciones	Perfil requerido		Tipo de contratación	Dedicación de tiempo	Remuneración	Mes de vinculación
		Formación	Experiencia				
Gerente general	Dirigir el emprendimiento, tomar decisiones estratégicas, diseñar menús, coordinar producción, manejar compras, inventarios, facturación, relación con instituciones educativas, redes sociales y gestión comercial.	Profesional con habilidades en gestión y servicio.	2 años trabajando con la infancia. Sin experiencia específica adicional.	Prestación de servicios.	El requerido	\$1.200.000	Enero 2026
Jefe de cocina	Planificación y ejecución del menú diario, cumplimiento de normas sanitarias, supervisión del auxiliar. Apoyo a la producción.	Técnico en gastronomía o afines, con experiencia en manipulación de alimentos.	1 año de experiencia general.	Prestación de servicios	El requerido	\$400.000	Enero 2026

Auxiliar de cocina	Preparar insumos, apoyar la producción, empaque de loncheras, limpieza de área, organización de utensilios.	Bachiller con curso de manipulación de alimentos.	2 años de experiencia en cocina	Prestación de servicios	El requerido	\$375.000	Enero 2026
Jefe de distribución	Coordinar rutas de entrega, supervisar el apoyo de distribución, gestionar pedidos y entregas, mantener contacto con padres e instituciones, apoyar en promoción.	Técnico o bachiller con experiencia en logística o distribución, licencia de conducción.	1 año de experiencia en ventas o atención al cliente.	Prestación de servicios	El requerido	\$400.000	Enero 2026
Auxiliar de apoyo y distribución	Cargar, transportar y entregar las loncheras, mantener el orden de productos, ayudar en eventos escolares y promoción, apoyo ocasional en empaque.	Bachiller con licencia de conducción (moto o vehículo).	1 año de experiencia en entregas y domicilios.	Prestación de servicios	El requerido	\$375.000	Enero 2026
Contador(a)	Elaborar estados financieros, cumplimiento legal y tributario.	Profesional con tarjeta.	1 año de experiencia en manejo contable, legal.	Prestación de servicios	El requerido	\$250.000	
<b>TOTAL</b>						<b>\$3.000.000</b>	

## 10.5. Aspectos legales

### Tabla 37.

*Aspectos legales de Vital Light.*

<b>NORMATIVIDAD COMERCIAL</b>	
Tipo de empresa	Microempresa
Clasificación CIIU	C1079: Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.
Tipo de sociedad	
Cámara de Comercio	Cámara de Comercio del Huila
<b>NORMATIVIDAD TRIBUTARIA</b>	
Régimen tributario	Régimen Simple de Tributación (RST), como opción para microempresas del sector alimentos, con posibilidad de acogerse a régimen ordinario.

Pre-RUT y RUT	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Debe tramitarse el RUT ante la DIAN para formalizar la actividad económica. Resoluciones para numeración de facturación ante la DIAN.</li> </ul>
Impuestos nacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>● IVA</li> <li>● Retención en la fuente, aplica según el volumen de operaciones y tipo de clientes.</li> <li>● Declaración de renta, anual ante la DIAN si se superan topes de ingresos o activos.</li> </ul>
Impuestos municipales	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ReteICA, retención sobre pagos por servicios o ventas, aplica según el monto</li> <li>● Avisos y tableros, se paga por exhibir el nombre comercial en la fachada.</li> </ul>
Registros contables	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Libros contables, registro y legalización de libros ante la Cámara de Comercio o digitalmente.</li> <li>● Facturación electrónica obligatoria según calendario de la DIAN, mediante proveedor autorizado o solución gratuita.</li> </ul>
Registros adicionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Tramitar registros de marca, Invima.</li> </ul>
<b>NORMATIVIDAD LABORAL</b>	
Afiliación obligatoria	<p>Para todos los trabajadores:</p> <p>EPS (Salud)</p> <p>AFP (Pensión)</p> <p>Fondo de Cesantías</p> <p>ARL (Riesgos Laborales) nivel I o II</p>
Caja de compensación	Vinculación obligatoria a Confamiliar para aportar al sistema de subsidios familiares.
Contratación formal	Contrato escrito, afiliación previa al primer día de trabajo
Salud ocupacional y SST	Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), incluyendo capacitación básica, botiquín, elementos de protección personal (EPP), señalización.
Capacitación obligatoria	El empleador debe capacitar a los empleados en temas básicos de manipulación de alimentos y prevención de riesgos laborales.
<b>OTROS</b>	

INVIMA	Requiere registro sanitario para productos alimenticios si se comercializan empacados o con procesamiento. Para loncheras frescas distribuidas directamente, aplica permiso sanitario de funcionamiento.
Secretaría de salud	Inspección y autorización de condiciones sanitarias del establecimiento, manipulación de alimentos, almacenamiento, control de plagas, etc.
Secretaría de medio ambiente	Disposición adecuada de residuos sólidos, uso de empaques ecológicos
Marcas y patentes	Registro de la marca "VITAL LIGHT" ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para protección del nombre, logo y productos.
Licencia de uso del suelo	Trámite ante la Alcaldía Municipal, verificando que la ubicación del negocio sea apta para actividades de preparación y comercialización de alimentos.

### 10.6. Costos Administrativos

En la siguiente tabla se indican los ítems o conceptos con las cantidades en que se incurre cada mes, el acumulado anual; generando un gasto total mensual de \$ 4.306.500, en el año lectivo, diez meses \$35.985.000, en doce meses \$ 5.130.000, para un gran total al año de \$45.421.500

**Tabla 38.**  
*Costos a cargo de la administración.*

Concepto	Descripción / Uso	Frecuencia	Costo mensual (COP)	Costo 10 meses (COP)	Costo 12 meses (COP)
Energía eléctrica (Electrohuila)	Electricidad para equipos de cocina, neveras y selladora; requiere conexión trifásica.	Mensual	\$50.000		\$600.000
Gas natural (Alcanos)	Consumo para estufa y horno.	Mensual	\$35.000		\$420.000
Agua potable y alcantarillado	Lavado de insumos, limpieza de áreas y utensilios. (capacidad 5 llaves)	Mensual	\$50.000		\$600.000

Internet y telefonía	Conexión para gestión de pedidos, atención y administración (4 Mbps).	Mensual	\$100.000		\$1.200.000
Papelería y material de oficina	Hojas, carpetas, etiquetas, impresiones, bolígrafos, tinta y formularios.	Trimestral	\$30.000	\$120.000	
Seguros (prorratedo)	Seguro responsabilidad civil / equipo / local (prorratedo mensualmente).	Anual prorratedo (1 vez al año)			\$30.000
Honorarios contador	Registro contable, manejo de libros, elaboración y presentación de declaraciones tributarias periódicas.	Mensual	\$250.000		\$1.500.000
Pago de impuestos (provisión)	Provisión para obligaciones (ICA, retenciones, declaración renta/otras según régimen). Estimación: $\approx 7\%$ sobre ventas mensuales (\$4.700.000).	Mensual (provisión)	\$34.650	\$346.500	
Publicidad (offline y online)	Volantes, material para eventos escolares, pequeñas campañas de radio local, impresos.	Mensual	\$30.000		\$90.000
Gestión de redes sociales (honorarios)	Manejo de contenido, publicaciones y atención básica en redes (externo o parcial).	Mensual	\$10.000	\$100.000	
Capacitación del personal	Cursos de manipulación de alimentos, buenas prácticas e higiene, SST básico.	Semestral (c/u)	\$25.000		\$50.000
Gastos de transporte	Combustible, desplazamientos y mantenimiento menor del vehículo/moto de reparto.	Mensual	\$100.000	\$1.000.000	
Mantenimiento de equipos	Repuestos, servicio técnico preventivo (neveras, selladora, licuadora, horno).	Trimestral	\$70.000		\$280.000
Sueldo gerente / directora (bruto)	Remuneración mensual por gestión integral (si se decide pagar en vez de tomar utilidades).	Mensual	0000000	000000	
Cargas sociales sobre sueldo gerente (~30%)	Aportes patronales (salud, pensión, riesgos, parafiscales aproximados).	Mensual	\$360.000	\$3.600.000	
Nómina	Pago a los colaboradores	Mensual	000000		
Otros (imprevistos, comisiones bancarias)	Pequeños gastos no recurrentes, comisiones por pagos con tarjetas, sobres, etc.	Mensual	\$30.000		\$360.000

			\$777.500	\$7.775. 500	
--	--	--	-----------	--------------	--

## 11. Módulo financiero

### 11.1. Proyección de ingresos

Se realiza el estimativo de ingresos por ventas de los tres tipos de loncheras.

Tabla 39. Proyección de ventas.

Producto	Trimestre 1 (Ene-ar)	Trimestre 2 (Abr-May)	Trimestre 3 (Jul-ep)	Trimestre 4 (Oct-nv)	Total Año
Lonchera estándar saludable (PVU \$8.000)	2250 und \$18.000.000	2.500 und \$20.000.000	2500 und \$20.000.000	2.500 und \$20.000.000	9.750 und \$78.000.000
Lonchera personalizada (PVU \$15.000)	690 und \$10.350.000	700 und \$10.500.000	700 und \$10.500.000	700 und \$10.500.000	2790 und \$41.850.000
Lonchera temática/promocional (PVU \$12.000)	300 und \$3.600.000	400 und = \$4.800.000	400 und = \$4.800.000	400 und = \$4.800.000	1500 und = \$18.000.000

<b>Totales</b>	<b>3240 und</b> <b>31.950.000</b>	<b>3.600 und</b> <b>35.300.000</b>	<b>3.600 und</b> <b>35.300.000</b>	<b>3.600 und</b> <b>35.300.000</b>	<b>14.040 und</b> <b>137.850.000</b>
----------------	--------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	---

Fuente: elaboración propia (2025).

Esta tabla considera la proyección del número de productos a vender, en un año, proyectados por trimestre. Determinando el costo de venta e ingresos por este concepto. Cuántos productos venderá.

### ***11.1.1 Capital de trabajo.***

Dado que el negocio de las loncheras saludables. Se está proyectando para iniciar en el año 2026; el capital de trabajo está definido por los activos corrientes, menos los pasivos corrientes.

ACTIVOS CORRIENTES:	Inventario= \$ 8.440.000
PASIVOS CORRIENTES:	Impuestos = \$ 346.000
AC-PC =CT	8.440.000-346.000= <b>\$ 8.094.000</b>
ÍNDICE DE CAPITAL DE TRABAJO NETO =	ACTIVOS / PASIVOS
ICTN=8.440.000/ 346.000 =	24,3930

## **11.2. Proyección de egresos (costos y gastos)**

### ***11.2.1 Costos fijos***

Se calcula a continuación los costos fijos que debe pagar en un mes la empresa VITAL LIGHT.

#### **Tabla 40.**

##### *Nómina*

<b>Nómina</b>		
<b>Cargo</b>	<b>Sueldo mensual \$</b>	<b>Sueldo año 1</b>
Gerente	1.200.000	12.000.000
Jefe de cocina	400.000	4.000.000
Auxiliar de cocina	375.000	3.750.000

Jefe de distribución	400.000	4.000.000
Auxiliar de apoyo y distribución	375.000	3.750.000
Contador	250.000	2500.000
<b>Subtotal</b>	<b>\$3.000.000</b>	<b>\$30.000.000</b>
Pensión, salud y ARL 21%	0	0
Parafiscales 9%	0	0
Prestaciones 21,8%	0	0
Aux de transp	0	0
<b>Total de salarios</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Total de nómina mensual	\$3.000.000	\$ 30.000.000

Fuente: elaboración propia (2025).

En esta tabla se consideran los cargos de la empresa, con sueldo base, a diez meses, no se tienen en cuenta la pensión, salud, ARL, parafiscales (ICBF, caja de compensación y Sena), vacaciones, cesantías, interés de cesantías y prima; Dado que la forma de contratación para todos los colaboradores es por prestación de servicio.

### *11.2.2 Gastos generales*

**Tabla 41.**  
*Gastos generales*

Concepto	Costos	
	Mensual \$	10 meses
Arriendo	\$ 0	\$ 0
Servicios públicos	\$ 135.000	\$ 1.350.000
Mantenimiento equipos	\$ 23.300	\$ 140.000
Internet y telefonía	\$ 100.000	\$ 1.000.000
papelería y material de oficina	\$ 30.000	\$ 300.000
Publicidad	\$ 30.000	\$ 300.000
Gestión redes sociales	\$ 10.000	\$ 300.000
Capacitación del personal	\$ 25.000	\$ 25.000
Gasto transporte	\$ 100.000	\$ 1.000.000
Pago de impuestos, legalización	\$ 34.650	\$ 346.500.00

Nómina	\$ 3.000.000	\$ 30.000.000
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 3.487.950</b>	<b>\$ 34.879.950</b>

Fuente: elaboración propia (2025).

En esta tabla se consideran los gastos que incurriría la empresa en servicios públicos, mantenimiento equipo, internet y telefonía, papelería y material de oficina, publicidad, gestión de redes, capacitación del personal, gastos transporte, pago de impuestos y la nómina.

### *11.2.3 Costos variables*

Se definen a continuación los gastos en que incurre la empresa cada mes, proyectado al año, de acuerdo con la cantidad de loncheras que se elaboran. Las tablas iniciales, muestran la cantidad de insumo requerido para elaborar 1080 loncheras en el mes, en tres presentaciones: saludables estándar, personalizadas y promocionales temáticas.

#### **Tabla 42.**

*Relación de Insumos mensual y anual*

<b>Costos totales</b>				
<b>Insumos Anual Producción 1080 Unidades</b>				
<b>Item</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	500	5.000	2.500.000
Verduras (mixtas)	Kg	400	3.000	1.200.000
Huevos	Unidad	10.800	700	7.560.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	10.800	2.500	27.000.000
Yogur natural	Litros	500	2.500	1.250.000
Avena en hojuelas	Kg	80	3.000	240.000
Miel de abejas	Litros	20	12.000	240.000
Maní y semillas (mix)	Kg	80	9.000	720.000
Harina de arroz	Kg	80	6.000	480.000
Grasas Saludables Aguacate	Kg	150	5.000	750.000
Galletas Integrales	Unidad	10800	1.000	10.800.000
Queso en trozos	Kg	300	3.000	900.000
Empaques biodegradables	Unidad	10.800	350	3.780.000
Etiquetas y stickers	Unidad	10.800	100	1.080.000
Servilletas Ecológicas	Unidad	10.800	80	864.000
				<b>59.364.000</b>

**Costos insumos mensual**

<b>Producción 750 Loncheras Saludable Estándar</b>				
<b>Item</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	347	5.000	1.735.000
Verduras (mixtas)	Kg	278	3.000	834.000
Huevos	Unidad	750	700	525.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	750	2.500	1.875.000
Yogur natural	Litros	34	2.500	85.000
Avena en hojuelas	Kg	5	3.000	15.000
Miel de abejas	Litros	2	12.000	24.000
Maní y semillas (mix)	Kg	5	9.000	45.000
Grasas Saludables Aguacate	Kilos	4	4.000	16.000
Harina de arroz	Kg	3	6.000	18.000
Empaques biodegradables	Unidad	750	350	262.500
Etiquetas y stickers	Unidad	750	100	75.000
Servilletas Ecológicas	Unidad	750	80	60.000
				<b>3.139.500</b>

**Costos insumos anual**

<b>Producción 750 Loncheras Saludable Estándar</b>				
<b>Item</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	3.470	5.000	17.350.000
Verduras (mixtas)	Kg	2.780	3.000	8.340.000
Huevos	Unidad	7.500	700	5.250.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	7.500	2.500	18.750.000
Yogur natural	Litros	340	2.500	850.000
Avena en hojuelas	Kg	50	3.000	150.000
Miel de abejas	Litros	20	12.000	240.000
Maní y semillas (mix)	Kg	50	9.000	450.000
Grasas Saludables Aguacate	Kilos	40	4.000	160.000
Harina de arroz	Kg	30	6.000	180.000
Empaques biodegradables	Unidad	7.500	350	2.625.000
Etiquetas y stickers	Unidad	7.500	100	750.000
Servilletas Ecológicas	Unidad	7.500	80	600.000
				<b>31.395.000</b>

**Costos insumos mensual**

<b>Producción 750 Loncheras Saludable Estándar</b>				
<b>Item</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	347	5.000	1.735.000
Verduras (mixtas)	Kg	278	3.000	834.000
Huevos	Unidad	750	700	525.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	750	2.500	1.875.000
Yogur natural	Litros	34	2.500	85.000
Avena en hojuelas	Kg	5	3.000	15.000
Miel de abejas	Litros	2	12.000	24.000
Maní y semillas (mix)	Kg	5	9.000	45.000
Grasas Saludables Aguacate	Kilos	4	4.000	16.000
Harina de arroz	Kg	3	6.000	18.000
Empaques biodegradables	Unidad	750	350	262.500
Etiquetas y stickers	Unidad	750	100	75.000
Servilletas Ecológicas	Unidad	750	80	60.000
				<b>3.139.500</b>
<b>Costos insumos anual</b>				

<b>Producción 750 Loncheras Saludable Estándar</b>				
<b>Ítem</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	3.470	5.000	17.350.000
Verduras (mixtas)	Kg	2.780	3.000	8.340.000
Huevos	Unidad	7.500	700	5.250.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	7.500	2.500	18.750.000
Yogur natural	Litros	340	2.500	850.000
Avena en hojuelas	Kg	50	3.000	150.000
Miel de abejas	Litros	20	12.000	240.000
Maní y semillas (mix)	Kg	50	9.000	450.000
Grasas Saludables Aguacate	Kilos	40	4.000	160.000
Harina de arroz	Kg	30	6.000	180.000
Empaques biodegradables	Unidad	7.500	350	2.625.000
Etiquetas y stickers	Unidad	7.500	100	750.000
Servilletas Ecológicas	Unidad	7.500	80	600.000
				<b>31.395.000</b>

<b>Costos insumos mensual</b>				
<b>Producción 230 loncheras personalizadas</b>				
<b>Ítem</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	106	5.000	530.000
Verduras (mixtas)	Kg	85	3.000	255.000
Huevos	Unidad	230	700	161.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	230	2.500	575.000
Yogur natural	Litros	10	2.500	25.000
Avena en hojuelas	Kg	2	3.000	6.000
Miel de abejas	Litros	2	12.000	24.000
Maní y semillas (mix)	Kg	1	9.000	9.000
Galletas Integrales	Unidad	230	1.000	230.000
Harina de arroz	Kg	1	6.000	6.000
Empaques biodegradables	Unidad	230	350	80.500
Etiquetas y stickers	Unidad	230	100	23.000
Servilletas Ecológicas	Unidad	230	80	18.400
				<b>1.942.900</b>

<b>Costos insumos anual</b>				
<b>Producción 230 loncheras personalizadas</b>				
<b>Ítem</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	1.060	5.000	5.300.000
Verduras (mixtas)	Kg	850	3.000	2.550.000
Huevos	Unidad	2.300	700	1.610.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	2.300	2.500	5.750.000
Yogur natural	Litros	100	2.500	250.000
Avena en hojuelas	Kg	20	3.000	60.000
Miel de abejas	Litros	20	12.000	240.000
Maní y semillas (mix)	Kg	10	9.000	90.000
Galletas Integrales	Unidad	2.300	1.000	2.300.000
Harina de arroz	Kg	10	6.000	60.000
Empaques biodegradables	Unidad	2.300	350	805.000
Etiquetas y stickers	Unidad	2.300	100	230.000
Servilletas Ecológicas	Unidad	2.300	80	184.000
				<b>19.429.000</b>

<b>Costos insumos mensual</b>				
<b>Producción 100 loncheras promocionales temáticas</b>				
<b>Item</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	46	5.000	230.000
Verduras (mixtas)	Kg	37	3.000	111.000
Huevos	Unidad	100	700	70.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	100	2.500	250.000
Yogur natural	Litros	4	2.500	10.000
Avena en hojuelas	Kg	1	3.000	3.000
Miel de abejas	Litros	1	12.000	12.000
Maní y semillas (mix)	Kg	1	9.000	9.000
Quesos en Trozos	Unidad	100	1.000	100.000
Harina de arroz	Kg	1	6.000	6.000
Empaques biodegradables	Unidad	100	350	35.000
Etiquetas y stickers	Unidad	100	100	10.000
Servilletas ecológicas	Unidad	100	80	8.000
				<b>854.000</b>
<b>Costos insumos anual</b>				
<b>Producción 100 loncheras promocionales temáticas</b>				
<b>Item</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Frutas (mixtas)	Kg	460	5.000	2.300.000
Verduras (mixtas)	Kg	370	3.000	1.110.000
Huevos	Unidad	1.000	700	700.000
Pan integral (paquete tajado)	Unidad	1.000	2.500	2.500.000
Yogur natural	Litros	40	2.500	100.000
Avena en hojuelas	Kg	10	3.000	30.000
Miel de abejas	Litros	10	12.000	120.000
Maní y semillas (mix)	Kg	10	9.000	90.000
Queso en trozos	Unidad	1.000	1.000	1.000.000
Harina de arroz	Kg	10	6.000	60.000
Empaques biodegradables	Unidad	1.000	350	350.000
Etiquetas y stickers	Unidad	1.000	100	100.000
Servilletas ecológicos	Unidad	1.000	80	80.000
				<b>8.540.000</b>

<b>RESUMEN COSTO DE INSUMOS PARA LONCHERAS</b>				
	TOTAL anual	TOTAL mensual	COSTO UNITARIO	PRECIO VENTA UNITARIO proyectado
Lonchera estándar Saludable 750	<b>55.695.000</b>	3.139.500	7.426	\$9.000
Lonchera Personalizada 230	<b>19.429.000</b>	1.942.900	8.447	\$9.500

Lonchera Promocionales Temática 100	<b>8.540.000</b>	854.000	8. 540	\$ 10.000
--	------------------	---------	-----------	-----------

Fuente: elaboración propia (2025).

**Tabla 43.***Costos variables*

Ítem	Costos variables total por tipo de lonchera (3)	Unidad	Valor total 3 tipos de loncheras
Insumos lonchera		kg	
1	\$3.139.500		\$5.936.400
2	\$1.942.900		
3	\$ 854.000		
Empaques		kit	\$378.000
1	\$262.500		
2	\$ 80.500		
3	\$ 35.000		
Mano de obra dividido por 3	\$1.000.000	mes	\$3000.000
Costos administrativos	\$ 259.166		\$777.500
----	-----	<i>Costo unitario del producto o servicio</i>	\$Σ \$10.091.900 1= \$4.661.166/750 2= \$3.282.566/230 3= \$1.148.166/100

Fuente: elaboración propia (2025).

En esta tabla se consideran los cálculos de los costos variables en que se incurre durante el proceso en un mes, para fabricar o producir las loncheras.

**11.3 Punto de equilibrio****Tabla 44.***Punto de equilibrio*

Producto/servicio	Costo variable unitario CVU	Precio de venta unitario PVU	Costo fijo CF	Punto de equilibrio PEQ
Lonchera estándar saludable 750	\$6.214,88	8.000	\$3.487.950	1953,8
Loncheras personalizadas 230	\$14.272	15.000	\$3.487.950	4791,14
Loncheras promocionales temáticas 100	\$11.481,66	12.000	\$3.487.950	6729,07

Fuente: elaboración propia (2025).

$$PEQ = \frac{CF}{(PVU - CVU)}$$

Se evidencia que, para llegar al punto de equilibrio, de cada uno de los 3 productos lonchera, definidos. El número de loncheras a vender es alto, dado el escaso margen de utilidad en cada tipo de lonchera.

## 11.4 Inversión

**Tabla 45.**  
*Inversión inicial*

Activos fijos (discriminar)	Proveedores	A crédito	Recursos propios	Total requerido
Terrenos		\$ -0	\$ 0	\$ 0 -
Construcciones		\$ -0	\$ 0	\$ 0 -
<b>Total, de maquinaria y equipo</b>		-	<b>\$ 6.405.000</b>	<b>\$ 6.405.000</b>
Licuadora industrial	Alkomprar	0	\$ 500.000	\$500.000
Horno eléctrico semi industrial	Alkomprar	0	\$800.000	\$800.000
Nevera	Alkomprar	0	\$1.500.000	\$ 1.500.000
Juego de ollas industriales	Alkomprar	0	\$ 400.000	\$400.000
Selladora de bolsas térmica	Amazon	0	\$ 100.000	\$100.000
Contenedores térmicos	Plasti-Huila S.A	0	\$ 240.000	\$240.000
Recipientes plásticos herméticos	Plasti-Huila S.A	0	\$ 625.000	\$625.000
Estufa	Alkomprar	0	\$ 200.000	\$ 200.000
Equipo Utensilios cocina	Dollar City	0	\$ 140.000	\$ 100.000
Equipo computo-impresora	Alkomprar	0	\$1.900.000	\$ 40.000
<b>Total de muebles y enseres</b>		<b>0</b>	<b>\$1.100.000</b>	<b>\$1.100.000</b>
Mesa	Ferre Aluminios	0	\$ 900.000	\$ 900.000
Estantes de almacenamiento	Ferre Aluminios	0	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>Publicidad y mercadeo</b>		<b>0 -</b>	<b>\$ 900.000</b>	<b>\$900.000</b>
Redes sociales	varios	0	\$ 900.000	\$ 900.000
		0	\$	\$
		0	\$	\$
<b>Adecuaciones</b>		<b>0 -</b>	<b>\$ -</b>	<b>0</b>
Empaques		0	\$ 35.000	\$ 35.000
Gastos de legalización			\$ 346.000	\$ 346.000
<b>Inversión total</b>		<b>\$ 0</b>	<b>\$8.786.000</b>	<b>\$ 8.786.000</b>

Fuente elaboración propia (2025)

La importancia de esta tabla consiste en considerar todos los recursos necesarios para la fabricación u obtención del nuevo producto. La misma tiene en cuenta las cantidades y las características de las máquinas, los equipos y las herramientas, acordes con el volumen de producción ya establecido.

**Tabla 46.** *Resumen presupuesto inversión inicial*

<b>Activo</b>	<b>Valor</b>	<b>Fuente</b>
Maquinaria y equipos	\$ 6.405.000	Recursos propios
Muebles y enseres	\$ 1.100.000	Recursos propios
Empaques	\$ 35.000	Recursos propios
Publicidad	\$ 900.000	Recursos propios
Legalización.	\$ 346.000	Recursos propios
Inversión total inicial	\$ 8.786.000	-----

Fuente: elaboración propia (2025).

### 11.5. Flujo de caja

Tabla 47. Flujo de caja Año 1

<b>Concepto</b>	<b>Trimestre 1</b>	<b>Trimestre 2</b>	<b>Trimestre 3</b>	<b>Trimestre 4</b>
Ingresos operativos	\$ 31.950.000	\$ 35.300.000	\$ 35.300.000	\$ 35.300.000
Costos variables	\$21.275.900	\$21.275.900	\$ 21.275.900	\$21.275.900
Costos fijos	\$10.463.850	\$10.463.850	\$10.463.850	\$10.463.850
Utilidad	\$ 210.250	\$3.560.250	\$3.560.250	\$3.560.250
Saldo acumulado final	\$ 210.250	\$3.770.250	\$ 7.330.500	\$10.890.750

Fuente. elaboración propia (2025).

### 11.6 Estado de resultados

**Tabla 48.** *Estado de resultados 1 año*

<b>Concepto</b>	<b>Valor</b>
Ventas	\$ 137.850.000
(-) Costos de ventas	\$ 85.100.000
Utilidad bruta	\$ 52.750.000
(-) Gastos operativos (fijos anuales)	\$ 34.533.450
Utilidad operativa	\$ 18.216.000
(-) impuestos y otros gastos	\$ 346.000
Utilidad neta estimada	\$ 17.870.000

Fuente: elaboración propia (2025).

### **11.7 Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad**

Las conclusiones inician planteando que el emprendimiento está en la etapa de planificación y verificación, por lo cual el presente plan financiero se realiza como una proyección, destacando que inicialmente se invertirán unos recursos propios de la emprendedora, cercanos a los 48 millones de pesos que se aspiran a recuperar según el punto de equilibrio con la venta de las loncheras en un término aproximado a 3 meses si solo se venden las tipo estándar y 6 meses aproximadamente si solo se venden las personalizadas. Referente al flujo de caja, inicialmente en el primer trimestre es apenas cercano a los doscientos mil pesos, pero se mejora en los otros tres trimestres alcanzando ganancias de más de 3 millones. Que acumulados representan casi 11 millones al año. Finalmente, atendiendo al estado de resultados, se espera una utilidad de más de 17 millones, por lo cual se puede afirmar que el negocio es viable económicamente, con poca utilidad en el comienzo, pero mejorando a través de los meses, destacando que no se requiere inicialmente de empréstitos financieros.

## **12. Módulo de impactos**

### **12.1. Impacto Económico**

El emprendimiento Vital Light generará un impacto económico positivo en varios aspectos. Inicialmente, ofreciendo oportunidades laborales en áreas de cocina y distribución. Esta apuesta socio económica, contribuye a dinamizar la economía local a través de la circulación de ingresos y la generación de recursos económicos para los hogares vinculados.

Con el proceso de mercadeo, como es la compra de insumos a productores locales sobre todo del sector agroalimentario regional, se estimula la cadena productiva del Huila, activando ingresos económicos para el sector campesino. En el mediano plazo, el emprendimiento aportará al recaudo tributario municipal y nacional a través del cumplimiento de impuestos, registros contables y normatividad vigente, esto fortalece las finanzas públicas y, por ende, la capacidad de inversión en servicios y bienes colectivos.

### **12.2. Impacto Regional**

El proyecto tiene un alcance que trasciende el ámbito local para consolidarse como un referente regional en el departamento del Huila, a través de la propuesta de valor basada en alimentación saludable e innovación pedagógica, Vital Light responderá a necesidades urgentes de la región en materia de nutrición infantil y educación para mejorar condiciones de vida y salud.

Así mismo, la iniciativa favorecerá la compra de insumos a productores locales sobre todo del sector agroalimentario regional, estimulando la cadena productiva del Huila. Este efecto multiplicador impacta de manera significativa a pequeños agricultores y comerciantes que encuentran en Vital Light un canal de comercialización estable y sostenible. La integración de productores locales a la cadena de suministro impulsa la economía agrícola del departamento, generando encadenamientos productivos sostenibles que fortalezcan la competitividad regional.

De igual forma, el emprendimiento tiene potencial de replicarse en municipios vecinos, convirtiéndose en un modelo de negocio social y económicamente viable que contribuye a diversificar la oferta alimentaria regional. En términos de identidad, Vital Light promueve productos locales del Huila (frutas, cereales, hortalizas) como parte de su menú, lo que refuerza la valoración cultural y patrimonial de la producción regional.

### **12.3. Impacto Social**

El impacto social de Vital Light es uno de sus ejes más relevantes, por una parte, al generar puestos de trabajo, beneficiará a más de tres familias directamente y a más de 10 indirectamente; en el sector educativo, la iniciativa no se limita a proveer alimentos, también desarrolla un proceso pedagógico orientado a sensibilizar a niños, padres de familia y docentes sobre la importancia de la alimentación balanceada. Esto contribuye a la construcción de hábitos saludables desde la infancia reduciendo los riesgos asociados a la malnutrición, la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles en el futuro.

En el componente de salud, el consumo regular de loncheras nutritivas garantiza una mejor ingesta de vitaminas, minerales y proteínas, mejorando la concentración, el rendimiento académico y el bienestar integral de los niños. Al priorizar la inocuidad y el cumplimiento de normas sanitarias, se minimizan riesgos de enfermedades transmitidas por alimentos.

En un plano social más amplio, el emprendimiento promueve la equidad, al ofrecer un producto accesible que responde a las necesidades de nutrición en poblaciones escolares que muchas veces tienen limitaciones en el acceso a alimentos de calidad. También genera confianza en las familias y las instituciones educativas, fortaleciendo la cohesión social alrededor de la salud y el bienestar infantil.

### **12.4. Impacto Ambiental**

El impacto ambiental de Vital Light se concibe desde una perspectiva de sostenibilidad, en su operación, el emprendimiento se fundamenta en el manejo e implementación de prácticas responsables como la reducción del uso de plásticos de un solo uso, priorizando empaques biodegradables o reutilizables que minimicen la huella ecológica.

De igual forma, la gestión de residuos será otro eje importante, implementando procesos de separación en la fuente, reciclaje y disposición adecuada de desechos orgánicos, que podrán ser

aprovechados en compostaje o entregados a gestores locales. El uso eficiente de recursos como agua, energía y gas será un principio rector de la operación diaria y esto implica capacitación del personal en buenas prácticas ambientales y la adopción de tecnologías que reduzcan consumos innecesarios. A largo plazo, el emprendimiento mitigará impactos negativos y contribuirá activamente a la educación ambiental de niños y familias, incentivando el respeto por el entorno natural y fomentando una cultura de consumo responsable.

### **13. Resumen ejecutivo**

El proyecto VITAL LIGHT se presenta como una propuesta innovadora de emprendimiento en el municipio de Hobo, Huila, orientada a la elaboración y comercialización de loncheras saludables para niños y niñas en edad escolar, integrando componentes nutricionales, tecnológicos, pedagógicos y sociales. Este emprendimiento surge como respuesta a la problemática alimentaria detectada en la primera infancia, donde se ha evidenciado una tendencia creciente al consumo de productos ultraprocesados con altos contenidos de azúcares y grasas que afectan la salud, el desarrollo cognitivo y el rendimiento escolar. Frente a ello, VITAL LIGHT busca ofrecer una alternativa integral que promueva hábitos alimenticios sanos, sostenibles y educativos desde el entorno escolar y familiar.

La iniciativa combina la producción de alimentos naturales y equilibrados con el uso de tecnología de envasado al vacío, garantizando la frescura, conservación y calidad de los productos sin recurrir a conservantes artificiales. A su vez, el diseño de las loncheras incorpora elementos pedagógicos y visuales atractivos, integrando un código QR con mensajes educativos sobre nutrición, higiene y hábitos saludables, dirigidos a niños, padres de familia y docentes, con el fin de fortalecer la educación alimentaria en el hogar y en la escuela.

Desde el punto de vista social, el emprendimiento genera un impacto positivo al ofrecer oportunidades de empleo y capacitación a mujeres cabeza de hogar del municipio, fomentando la inclusión laboral y la equidad de género. En el ámbito económico, Vital Light contribuye a la dinamización de la economía local mediante la compra de insumos a pequeños productores agroalimentarios del Huila, fortaleciendo la cadena productiva regional. Igualmente, al ser un producto asequible y de consumo diario, representa una oportunidad de crecimiento sostenido y replicable en otros municipios de la región.

En términos de mercado, los resultados del estudio realizado en el municipio de Hobo evidencian una alta aceptación y disposición a la compra de loncheras saludables por parte de las familias, donde el 96% de los encuestados manifestó interés en adquirir este tipo de productos, reconociendo su importancia para el desarrollo escolar. El análisis también identificó una necesidad insatisfecha, dado que el Programa de Alimentación Escolar (PAE) no incluye refrigerios ni loncheras, generando un espacio de oportunidad que VITAL LIGHT busca atender con un producto nutritivo, educativo y de fácil acceso.

El modelo de negocio contempla tres líneas de producto que son la lonchera básica, estándar y premium, con precios accesibles y estrategias de fidelización como descuentos por hermanos, suscripciones semanales o mensuales, y promociones periódicas. La comercialización

se centrará inicialmente en puntos fijos dentro de las instituciones educativas, fortalecida con canales digitales simples como WhatsApp Business y redes sociales, para garantizar la cercanía con los clientes y el seguimiento personalizado.

En el aspecto financiero, la inversión inicial proyectada es de aproximadamente 48 millones de pesos, provenientes de recursos propios, destinados a la adquisición de maquinaria, utensilios, mobiliario, materiales de empaque y adecuaciones básicas. El análisis del flujo de caja y el punto de equilibrio evidencia que la inversión puede recuperarse entre tres y seis meses de operación, dependiendo del tipo de lonchera comercializada. Se proyecta una utilidad anual superior a los 17 millones de pesos, con márgenes de ganancia sostenibles y posibilidad de expansión a mediano plazo, sin necesidad de recurrir a créditos o financiamiento externo en la fase inicial.

El impacto del emprendimiento trasciende lo económico. En el plano educativo y social, VITAL LIGHT busca incidir positivamente en la salud y los hábitos de alimentación infantil, mediante la sensibilización de las familias sobre la importancia de una dieta equilibrada. En el plano ambiental, la empresa asume un compromiso con la sostenibilidad mediante el uso de empaques biodegradables o reciclables, la gestión responsable de residuos y la implementación de buenas prácticas ambientales en todas las etapas del proceso productivo.

Finalmente, VITAL LIGHT se proyecta como un modelo de emprendimiento social y sostenible, que conjuga salud, educación, innovación tecnológica y responsabilidad ambiental, convirtiéndose en una propuesta con alto potencial de impacto en la calidad de vida de la infancia y en el fortalecimiento de la economía local y regional. Su enfoque integral permite visualizar una empresa con capacidad de crecimiento y de replicabilidad, orientada a transformar positivamente

la cultura alimentaria desde la primera infancia y a posicionarse como un referente regional en alimentación saludable escolar.

#### 14. Referentes bibliográficos

Audor, M. H., Lerma, P. R., & Roldán, E. (2022). Beneficios del ejercicio físico en niños y niñas con sobrepeso y obesidad en Neiva -Huila, Colombia. *Revista Médica de Risaralda*, 28(1).

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-06672022000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0122-06672022000100006&script=sci_arttext)

Barrera, Y. A. (2021). Obesidad en la primera infancia municipio de Pitalito Huila Colombia.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD.

<https://repository.unad.edu.co/handle/10596/39292>

Brizuela, L. (2024). *Emprendimientos en Cuba aportan alimentos saludables en un difícil escenario*. <https://ipsnoticias.net/2024/01/emprendimientos-en-cuba-aportan-alimentos-saludables-en-un-difícil-escenario/>

Castillo, S. P., Gámez, C. V., Niño, Y. C., & Salgado, Y. C. (2023). Huerta escolar, estrategia de aprendizaje significativo para una alimentación saludable y responsable, en estudiantes del Colegio Mayor de San Bartolomé. Fundación Universitaria Los libertadores.

<https://repository.libertadores.edu.co/server/api/core/bitstreams/f0adacb6-9506-48e4-a3ef-3985e7a7882b/content>

- Cuadros, A. P., Sánchez, J. P., Sopalo, W. del P., Casagallo, E. M., & Analuisa, M. M. (2024). Estilos de Vida Saludable en el Sistema Educativo Ecuatoriano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 2281-2296. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i5.13691](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.13691)
- Fernández, B. (2014). *Plan de negocio para una empresa de alimentación saludable con servicio a domicilio*. México: Instituto Tecnológico de Mérida. <https://rinacional.tecnm.mx/bitstream/TecNM/2446/1/FERNANDEZ-2014-PLAN%20DE%20NEGOCIOS.pdf>
- Figuroa, D. (2022). Repercusiones del Programa Bolsa Familia en la seguridad alimentaria y nutricional de familias en el estado de Paraíba, Brasil, 2017-2018. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública*, 40(3). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-386X2022000300006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-386X2022000300006&script=sci_arttext)
- Figuroa, M. J., Villota, V. a., & Alfaro, D. A. (2022). Afrontamiento de la Inseguridad Alimentaria en los Hogares del Barrio Lara Bonilla en el Municipio de Pitalito, Huila. Universidad Mariana. <http://repositorio.umariana.edu.co/handle/20.500.14112/28382#page=1>
- Flores, C., Entrala, G., & Flórez, J. (2020). Evaluación de hábitos de alimentación, actividad física y estado nutricional en estudiantes de 4 a 13 años de la comuna de Llanquihue, Chile. *Revista Chilena de Nutrición*, 47(4). [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182020000400612&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182020000400612&script=sci_arttext&tlng=en)
- García, L. F., Paz, E. J., & Realpe, S. C. (2022). Proyecto Nusabi: Nutrición, Salud y Bienestar en la entidad San Nicolás, Pasto, 2021. *Boletín Informativo CEI*, 9(1). <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/BoletinInformativoCEI/article/view/2990>
- Gasca, A. L. (2022). Loncheras saludables para los niños y adolescentes beneficiarios del PAE. *Diario del Huila*. <https://diariodelhuila.com/loncheras-saludables-para-los-ninos-y-adolescentes-beneficiarios-del-pae/>
- Giacoman, C., Stanic, A., & Córdova, P. (2021). Creencias y prácticas maternas sobre la alimentación de hijos que asisten a jardines infantiles públicos, Santiago de Chile. *Revista Española de Nutrición Comunitaria*, 27(2), 95-89. [https://renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC\\_2021\\_2\\_art\\_1.pdf](https://renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2021_2_art_1.pdf)
- Gutiérrez, D. R. (2022). *Programa educativo nutricional dirigido a niños para mejorar el lunch escolar*. México: Universidad de Ciencias y Artes Chiapas. <https://repositorio.unicach.mx/handle/20.500.12753/4567>
- Molina, P., Gálvez, P., Stecher, M. J., Vizcarra, M., Coloma, M. J., & Schwingel, A. (2021). Influencias familiares en las prácticas de alimentación materna a niños preescolares de familias vulnerables de la Región Metropolitana de Chile. *Atención Primaria*, 53(9). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656721001566>
- Muquinche, M. L. & Valencia, G. EM. (2019). Propuesta Educativa sobre Alimentación para la prevención de malnutrición dirigida a madres con hijos menores de 5 años de la localidad de Yaruquíes, Ecuador. *Revista Dilemas Contemporáneos*, VI(2). <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/556>
- Nazar, G., Petermann, F., Martínez, M. A., Leiva, A.M., Labraña, A. M., Ramírez, K., Martorell, M., Ulloa, N., Lasserre, N., Troncoso, C., Parra, S., & Celis, C. (2020). Actitudes y prácticas

- parentales de alimentación infantil: Una revisión de la literatura. *Revista Chilena de Nutrición*, 47(4). [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182020000400669&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-75182020000400669&script=sci_arttext)
- Nutribiónicos. (2021). <https://nutribionicos.com.mx/inicio>
- OMS (2018). *Alimentación sana*. Obtenido de: <https://www.who.int/es/news-room/factsheets/detail/healthy-diet>
- Pardo, L. Z. (2019). Estudio de viabilidad en la comercialización de loncheras nutricionales para los niños entre 4 a 9 años en la Localidad de Fontibón, en la ciudad de Bogotá. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/33473>
- Ramírez, Z. J., Gil, N., & Díaz, M. E. (2019). Identificando hábitos alimenticios saludables a través de las loncheras escolares en los niños y las niñas del grado transición del Jardín Infantil El Clan De Patolin. Universidad del Tolima. <https://repository.ut.edu.co/entities/publication/dcb86558-b0c1-43c1-b63f-2e19ff89e53d>
- Rico, N., Galiana, M. E., Mestre, J. B., Trescastro, E. M., & Moncho, J. (2019). Efectos de un programa alternativo de promoción de la alimentación saludable en comedor escolar. *Ciênc. saúde coletiva*, 24(11). <https://doi.org/10.1590/1413-812320182411.02482018>
- Rodríguez, Y. M., Navarro, C. A., & Figueroa, L. M. (2020). Mi lonchera ecológica: Propuesta didáctica en formación de hábitos en niños. *Uniagustiniana*. <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/items/1085e5b7-37e7-4240-ae04-ab3aeac4d5ff>
- Romero, S. (2020). Impacto de la adopción de estrategias alimentarias y de actividad física para la promoción de hábitos saludables por parte de la Institución Educativa María Cristina Arango de Pastrana de Neiva (huila). Universidad Surcolombiana. <https://repositoriousco.co/handle/123456789/1887>
- Santillán, E., Taco, J., Morejón, L., Proaño, I., Guerra, I., & Cáceres, S. (2020). Consumo de galletas en la lonchera escolar de niños/niñas preescolares y escolares de la ciudad de Riobamba-ecuador. *Revista de Investigación TALENTOS*, 7(2), 11-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8551273>
- Sobreira, A. P. (2019). Análisis del Programa Nacional de Alimentación Escolar y su gestión en el municipio de Xinguara- Pará- Brasil. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales UCES. [https://dspace.uces.edu.ar/bitstream/123456789/5038/1/Analisis\\_Lustosa.pdf](https://dspace.uces.edu.ar/bitstream/123456789/5038/1/Analisis_Lustosa.pdf)
- Soto, Villar & Salinas (2019). Efectividad del programa eligiendo mi lonchera saludable de la Institución Educativa Inicial Laurita Vicuña, 2019. *Conrado*, 15(70). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442019000500236](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500236)
- Tello, D. (2009). *Desarrollo de un plan de negocios de un servicio especial de comida saludable para llevar*. México: Universidad Jesuita de Guadalajara. <https://rei.iteso.mx/items/49c705c0-e78c-44d3-b743-e7bb90c561cf>
- Unicef. (2024). *La nutrición en la primera infancia. Prevención de la malnutrición en bebés y niños y niñas de corta edad*. Obtenido de: <https://www.unicef.org/es/nutricion-primera-infancia>

- Universidad de Chile (2024). Estudiantes de Chiloé impulsan una Escuela Saludable y Sostenible con apoyo del INTA y la U. de Chile. <https://inta.uchile.cl/noticias/220933/proyecto-escuela-saludable-estudiantes-de-chiloe-visitan-el-inta>
- Valladares, N. P., & Quishpi, J. K. (2023). La lonchera escolar para el desarrollo cognitivo de los niños del nivel inicial 2 de la Unidad Educativa “21 de Abril” ciudad Riobamba, provincia de Chimborazo. Universidad Nacional de Chimborazo UNACH. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/12175>
- Vargas, E; Cruz, J; Delgado, G; Obando, Y. 2014. *Plan Nacional de Gastronomía Costarricense Sostenible y Saludable (PNGSS)*. Financiamiento: Fundación para el Fomento y Promoción de la Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria de Costa Rica, FITTACORI. San José, Costa Rica. 142 p. <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/desarrollo-tur%C3%ADstico/gastronom%C3%ADa/plan-nacional-de-gastronom%C3%ADa/1983-producto-1-plan-nacional-gastronom%C3%ADa-sostenible-y-saludable/file.html>
- Yarce, L. V., Urrea, W. J., Muñoz, J. P., & García, C. F. (2024). Lonchera Saludable: fomentando hábitos nutritivos en niños de escuelas públicas en Sonsón, Colombia. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/63231>
- Zamora, F. (2023). *Alumnas de nutrición del Tec emprenden en snack saludable*. <https://conecta.tec.mx/es/noticias/nacional/emprendedores/alumnas-de-nutricion-del-tec-emprenden-en-snack-saludable>

## Anexos

### Anexo A. Estructura del instrumento Encuesta y evidencias.

Encuesta a potenciales clientes - Cuestionario

Inicio Configuración Web previa Registrar encuesta Ver preguntas

### Encuesta a potenciales clientes

COOPERATIVA UNIVEREDUCADA BENITO DE OYER N.C.A. INSTITUTO DE EDUCACIÓN. PROGRAMA LICENCIATURA EN EDUCACIÓN BENEFITE. CENTRO PROGRESA MENA

Seo estructura de un instituto y está realizando un proyecto educativo en esta institución para el cual necesita datos brindados a su fuente informante, si lo quiere compartir, en estos que esta información será analizada con fines académicos.

Inicio 1

#### INFORMACIÓN GENERAL

1. Edad \*

...  
Escriba la respuesta

2. Género \*

Femenino  
 Masculino  
 Otro

3. Número de hijos en edad escolar \*

...  
Escriba la respuesta

4. ¿Sus hijos estudian? \*

Si  
 No

#### ESTUDIO DE MERCADO

5. Su hijo/a se encuentra actualmente matriculado en la sede: \*

Jacinto Ramos García  
 La Esperanza

6. ¿Usted sabe que el tipo de institución donde estudia su hijo/a es público? \*

Si  
 No

7. La edad que tiene su hijo/a es: \*

3 a 5 años (preescolar)  
 6 a 9 años (primaria baja)  
 10 a 12 años (primaria alta)

8. ¿Su hijo/a lleva lonchera al colegio? \*

Todos los días  
 Algunas veces  
 Nunca

Edito Configuración Vista previa Recopilar respuestas Ver respuestas

9. ¿Quién prepara habitualmente la lonchera? \*

- Papá
- Mamá
- Cuidador
- Otra persona

10. Para la lonchera de su hijo/a: \*

- Compra los ingredientes para prepararla
- Empaca productos listos para consumir
- Es beneficiario del PAE

11. ¿Qué tipo de alimentos suele incluir en la lonchera de su hijo/a? (Puede marcar más de una opción) \*

- Galletas o pasteles
- Frutas
- Sándwiches o panes
- Yogur o lácteos
- Dulces o golosinas
- Comida saludable

Edito Configuración Vista previa Recopilar respuestas Ver respuestas

12. ¿Cuánto dinero promedio está dispuesta/o a invertir en una lonchera saludable diaria para su hijo/a? \*

- Menos de \$3,000
- Entre \$3,001 y \$5,000
- Entre \$5,001 y \$8,000
- Entre \$8,001 y \$10,000
- Más de \$10,000

13. ¿Qué tan importante para la salud, considera que sea una lonchera saludable y balanceada? \*

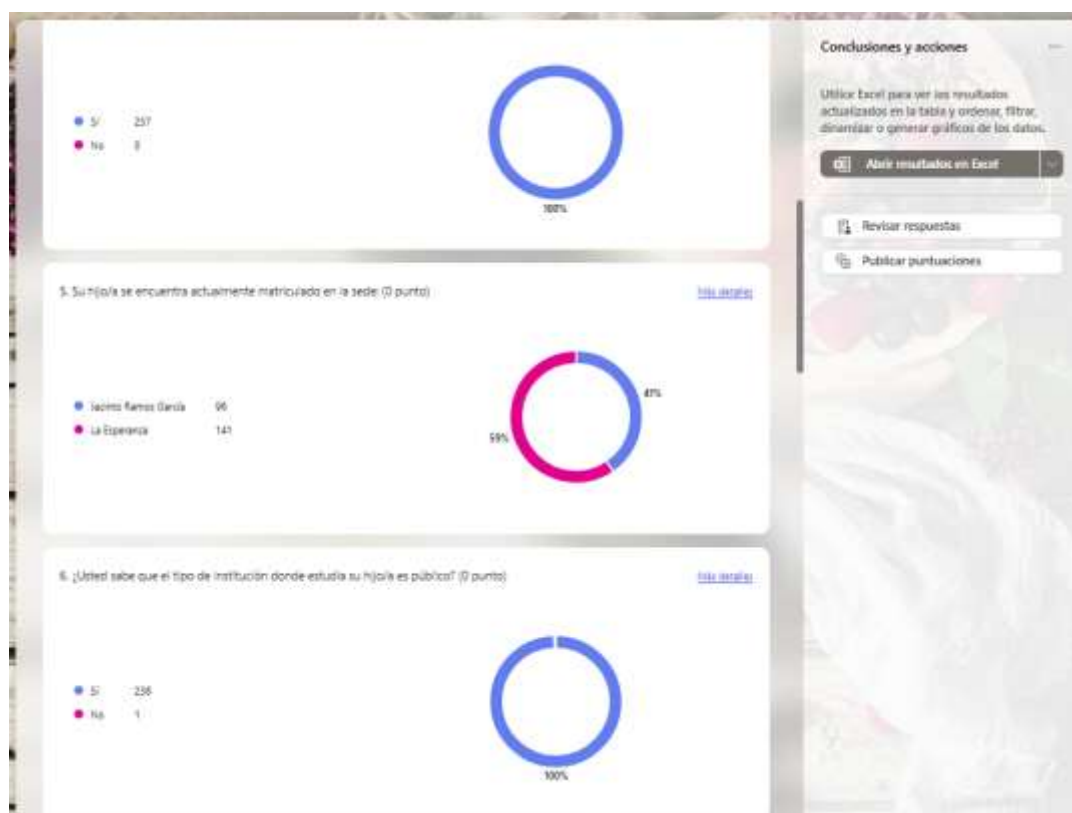
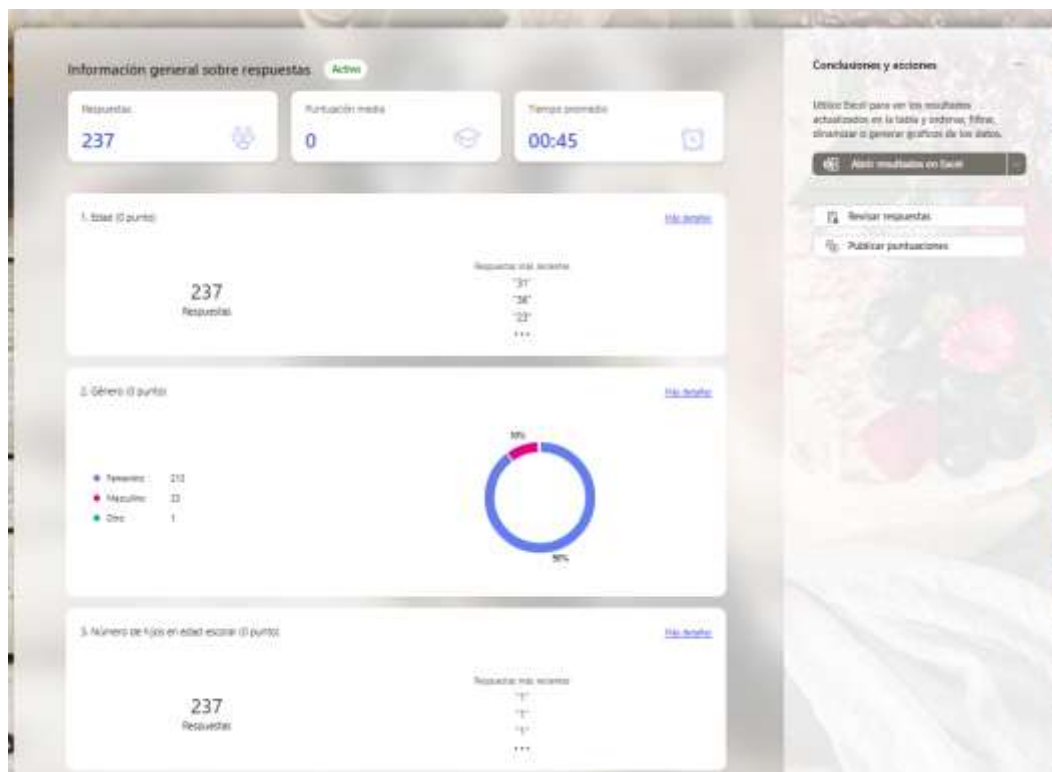
- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

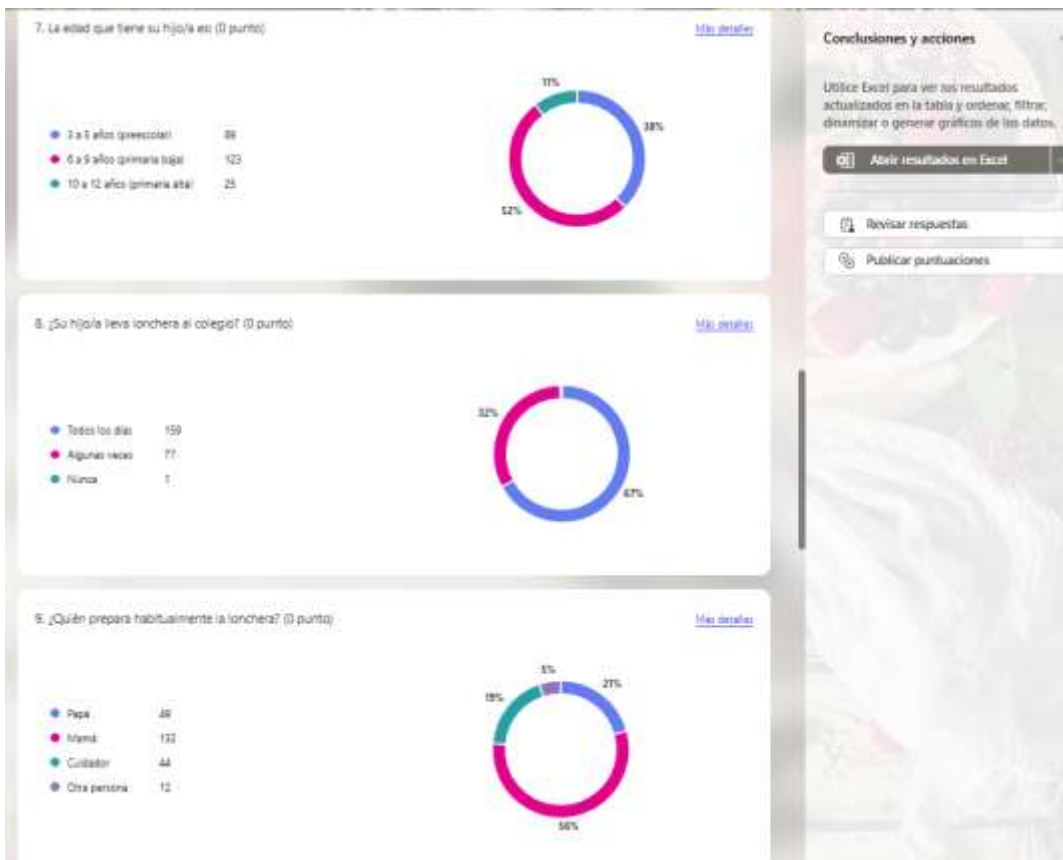
14. Si existiera una empresa que ofrezca loncheras saludables, listas, empacadas al vacío, con información educativa ¿estaría dispuesta/o a comprar? \*

- Sí
- No

15. ¿Qué canal de compra le resultaría más cómodo para adquirir este tipo de loncheras? \*

- WhatsApp
- Página Web
- Aplicación en el celular





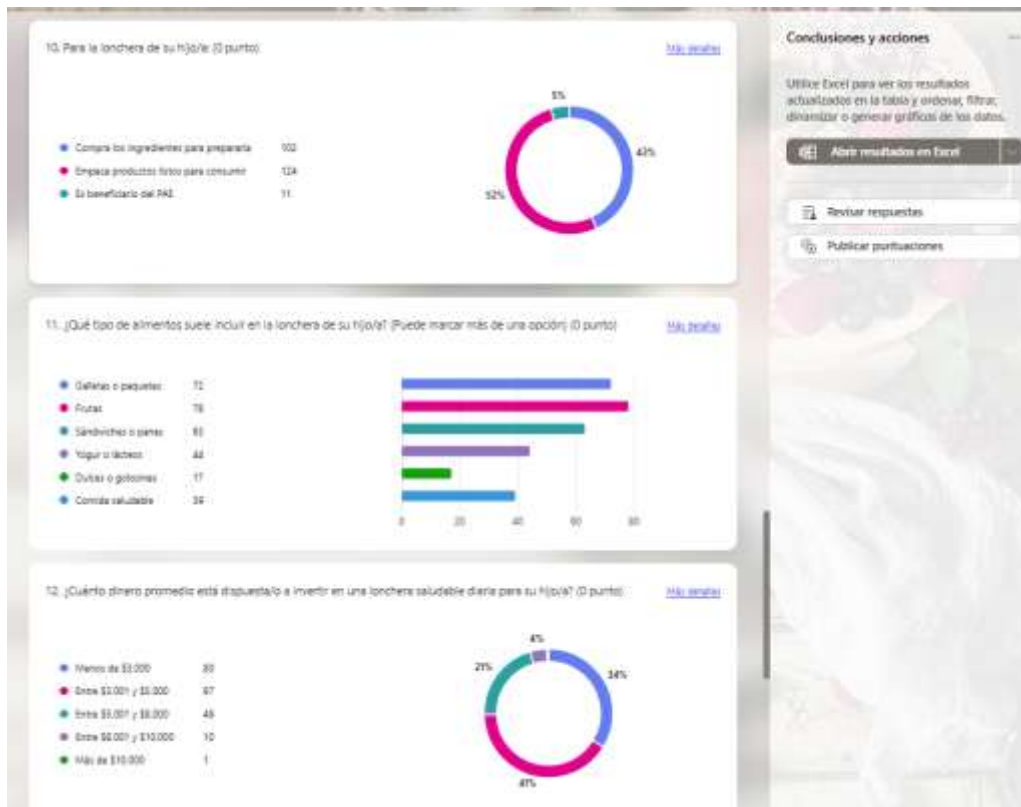
Conclusiones y acciones

Utilice Excel para ver los resultados actualizados en la tabla y ordenar, filtrar, dinamizar o generar gráficos de los datos.

[Abrir resultados en Excel](#)

[Revisar respuestas](#)

[Publicar puntuaciones](#)



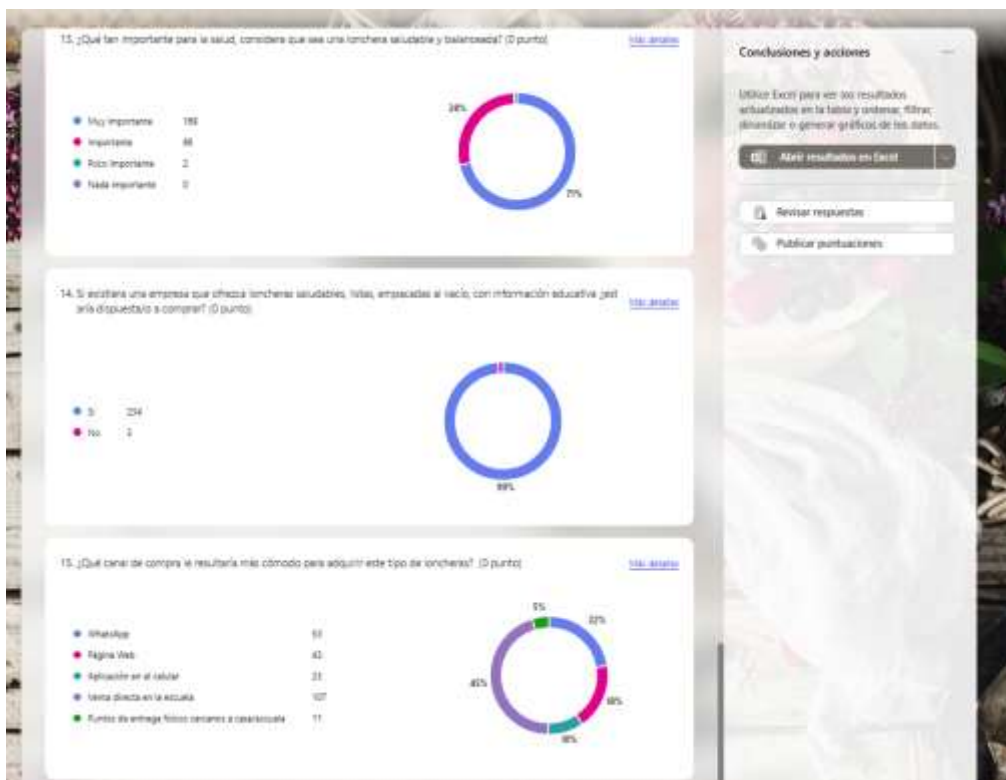
Conclusiones y acciones

Utilice Excel para ver los resultados actualizados en la tabla y ordenar, filtrar, dinamizar o generar gráficos de los datos.

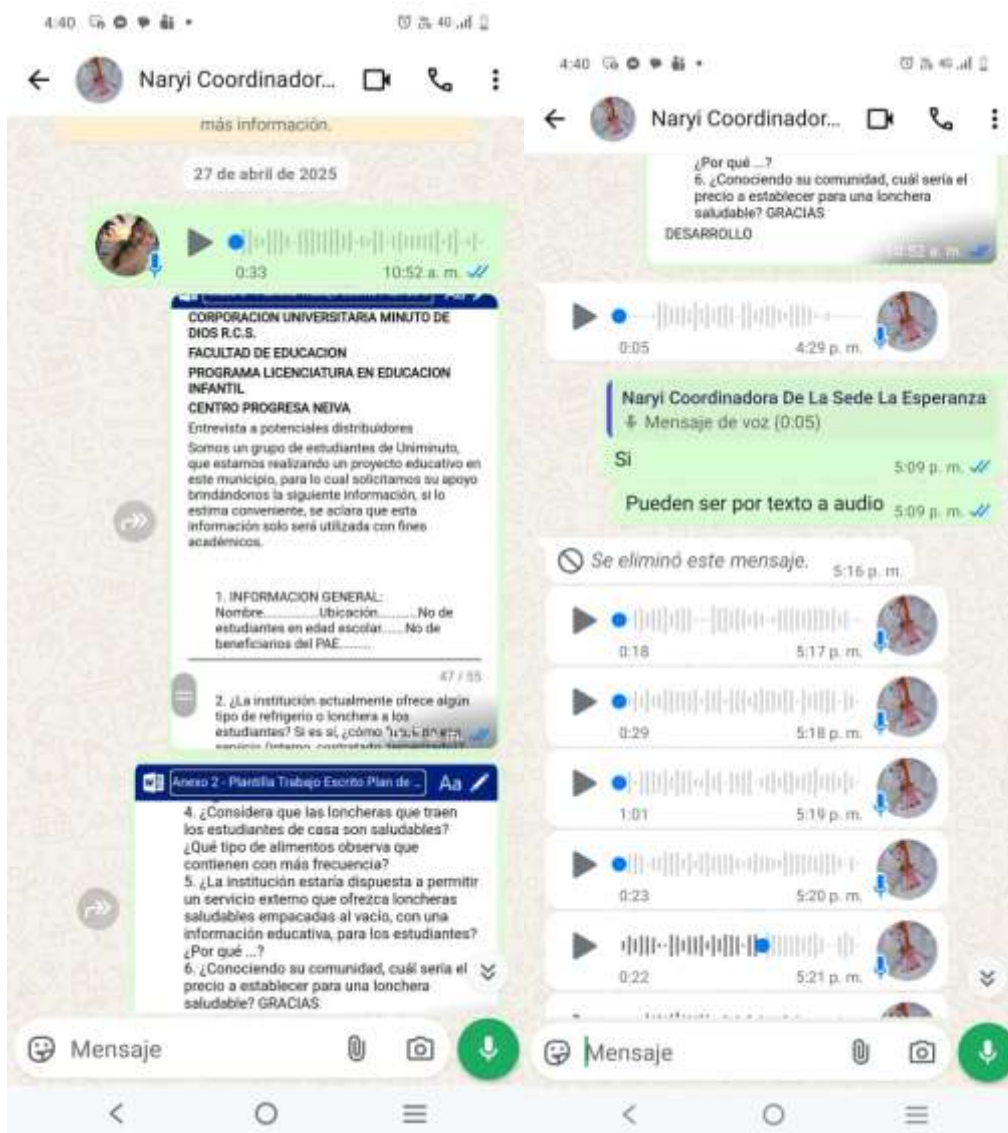
[Abrir resultados en Excel](#)

[Revisar respuestas](#)

[Publicar puntuaciones](#)



## Anexo B. Estructura de instrumento Entrevista y evidencias.





**Anexo C.** Plano general de las instalaciones de la planta.



**Anexo D.** Lean Canvas.

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja injusta	Segmento de cliente
<p>*Falta de opciones de loncheras saludables y accesibles para estudiantes con opciones nutricionales limitadas en muchas zonas.</p> <p>*Desbalance nutricional en las loncheras escolares actuales (alto contenido de azúcares, grasas y pocos alimentos frescos).</p> <p>*Falta de educación sobre nutrición tanto para estudiantes como para padres, lo que genera elecciones poco saludables.</p>	<p>La fabricación de loncheras nutritivas, equilibradas y prácticas, elaboradas con ingredientes frescos y saludables, incluye opciones de frutas, verduras, proteínas magras, y snacks bajos en calorías, tiene un enfoque en educación nutricional a través de materiales informativos para padres y estudiantes</p>	<p>Alimentación 100% natural y balanceada, loncheras sin aditivos, conservantes ni azúcares procesados, diseñadas para proporcionar el balance nutricional necesario para el crecimiento infantil. Personalización de loncheras, adaptadas a necesidades específicas, como alergias alimentarias, intolerancias o dietas especiales, garantizando opciones seguras y saludables para todos los niños. Empaque de alimentos al vacío, de manera colorida y atractiva.</p>	<p>Recetas y alimentos exclusivos de alta calidad nutricional, con un enfoque en ingredientes locales y sostenibles, compromiso con la educación nutricional y un modelo de negocio inclusivo y flexible, adaptado a diferentes rangos socioeconómicos. Aspectos que serán protegidos para evitar su replicabilidad y que las colaboradoras no brinden asesoría de VITAL LIGHT sin autorización ni otros espacios que no sean exclusivos de convenio con este emprendimiento.</p>	<p>Padres de familia, escuelas e instituciones educativas con población infantil y adolescentes que necesitan una opción de lonchera saludable que les guste.</p>
Alternativas existentes	Métricas clave	Concepto a un alto nivel	Canales	Adoptadores Tempranos
<p>Fit Station Soy Salud NutriKids</p>	<p>*Número de loncheras empacadas por día, por minuto, por semana.</p> <p>*Número de clientes diarios, semanales y mensuales.</p> <p>*Número de nuevos clientes en la semana, en el mes.</p> <p>*Ventas diarias, semanales mensuales</p>	<p>VITAL LIGHT es una propuesta de loncheras saludables, equilibradas y fáciles de consumir, enfocada en el bienestar de los niños y adolescentes, promoviendo hábitos alimenticios adecuados desde una edad temprana</p>	<p>*Venta directa a través de plataformas en línea (sitio web, app, redes sociales).</p> <p>*Distribución en colegios y tiendas locales, especialmente en zonas donde el acceso a opciones saludables es limitado.</p> <p>*Redes sociales y campañas de marketing digital para aumentar la conciencia y la demanda.</p>	<p>*Escuelas y colegios</p> <p>*Padres comprometidos con la nutrición y bienestar de sus hijos en áreas urbanas y rurales</p> <p>*Influencers y expertos en nutrición que pueden promover el producto en sus plataformas.</p>
<b>Estructura de costos</b>		<b>Flujos de ingresos</b>		
*Costos de producción mensual de loncheras		*Venta directa mensual de loncheras a padres, escuelas y minoristas.		

<p>(materias primas, logística de distribución). \$20.000.000 *Marketing y publicidad mensual (campañas en redes sociales, material educativo). \$6.000.000 *Salarios y operaciones del personal involucrado en la fabricación, distribución y atención al cliente mensual. \$10.000.000 *Desarrollo de plataformas tecnológicas para ventas en línea (1 vez). \$5.000.000 TOTAL COSTOS= \$41.000.000"</p>	<p>\$ 10 millones *Suscripción mensual para entregas frecuentes de loncheras personalizadas o paquetes de alimentos. \$ 30 millones *Alianzas estratégicas mensuales con colegios y programas de salud pública para contratos a gran escala. \$ 20 millones TOTAL INGRESOS \$60 MILLONES</p>
--	--

### Anexo E. Código QR acceso al material pedagógico

