

 <p>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior</p>	FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACION	CÓDIGO: IPA-FO28
		VERSIÓN: 00
		Nº DE PÁGINAS: 3

TÍTULO COMPLETO			
BUTTER SHOP			
SUBTÍTULO SI LO TIENE			
Mantequilla stick con finas hierbas			
AUTOR / AUTORES			
Apellidos completos		Nombres Completos	
Rodríguez López		Carmen Olinda.	
Balentin Rodríguez.		Caterine.	
Arcia Ochoa.		Yeinis Isabel.	
Haga clic aquí para escribir texto.		Haga clic aquí para escribir texto.	
Haga clic aquí para escribir texto.		Haga clic aquí para escribir texto.	
Haga clic aquí para escribir texto.		Haga clic aquí para escribir texto.	
DIRECTOR(ES) DEL TRABAJO O PROYECTO			
Apellidos completos		Nombres Completos	
Arias Hernández		Maritza	
Haga clic aquí para escribir texto.		Haga clic aquí para escribir texto.	
Haga clic aquí para escribir texto.		Haga clic aquí para escribir texto.	
ESCUELA			
Emprendimiento			
PROGRAMA ACADÉMICO			
TIPO DE PROGRAMA			
<input checked="" type="radio"/> Técnico	<input type="radio"/> Tecnólogo	<input type="radio"/> Profesional	<input type="radio"/> Otro ¿Cuál?
Nombre del programa académico			
A. Rodríguez López Carmen Olinda, Administración de empresas. B. Balentin Rodríguez Caterine, Administración de empresas. C. Arcia Ochoa Yeinis Isabel, Administración de empresas.			
Nombres y apellidos del director del programa académico			
SAFIR PAEZ			
TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:			
A. Rodríguez López Carmen Olinda, Técnico en Administración de empresas. B. Balentin Rodríguez Caterine, Técnico en Administración de empresas. C. Arcia Ochoa Yeinis Isabel, Técnico en Administración de empresas.			
PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser laureadas o tener una mención)			
Haga clic aquí para escribir texto.			
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN	NÚMERO DE PÁGINAS	

ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

 <p>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior</p>	FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACION	CÓDIGO: IPA-F028
		VERSIÓN: 00
		N° DE PÁGINAS: 3

Bogotá	2020	89				
TIPO DE ILUSTRACIONES						
<input type="checkbox"/> Dibujos	<input type="checkbox"/> Pinturas	<input checked="" type="checkbox"/> Tablas, gráficos y diagramas	<input type="checkbox"/> Planos	<input type="checkbox"/> Mapas	<input type="checkbox"/> Fotografía	<input type="checkbox"/> Partituras
SOFTWARE REQUERIDO O ESPECIALIZADO PARA LA LECTURA DEL DOCUMENTO						
Nota: En caso de que el software no se encuentre licenciado por la Institución a través de la biblioteca (previa consulta al estudiante), el texto de la tesis o trabajo de grado quedará solamente en formato PDF.)						
PDF						
TIPO DE ILUSTRACIONES						
TIPO	DURACIÓN (Minutos)	CANTIDAD	FORMATO Y / O MEDIO			
<input type="checkbox"/> Audio	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir			
<input type="checkbox"/> Video	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir			
<input type="checkbox"/> Multimedia	Clic para escribir	Clic para escribir	Clic para escribir			
<input checked="" type="checkbox"/> Otro Fotos	Clic para escribir	7	Imagen			
DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVE						
Son los términos que definen los temas que identifican el contenido. (En caso de duda para designar estos descriptores, se recomienda consultar con el Sistema Nacional de Bibliotecas en el correo biblioteca@cun.edu.co, donde se les orientará)						
Mantequilla stick con finas hierbas						
RESUMEN DEL CONTENIDO						
En este proyecto se puede visualizar la producción de un producto muy práctico e innovador, en el cual las personas se beneficiarán en todos los aspectos ya que empieza por un empaque novedoso, un sabor diferente, contextura suave, fácil de usar y de llevar.						

<p>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior</p>	<p>FORMATO DESCRIPCIÓN TRABAJOS Y/O PROYECTOS DE INVESTIGACION</p>	<p>CÓDIGO: IPA-F028</p>
		<p>VERSIÓN: 00</p>
		<p>N° DE PÁGINAS: 3</p>

CONTROL DE CAMBIOS		
FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO

	CARTA DE AUTORIZACION PUBLICACION EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: IPA-FO27
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 1 de 3

Bogotá, D.C. 27/ 11 / 2020

Señores

Sistema Nacional de Bibliotecas

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
Ciudad

Los suscritos:

CATERINE BALENTIN RODRÍGUEZ	C.C. No.	1.016.085.948
CARMEN OLINDA RODRIGUEZ LOPEZ	C.C. No.	52.394.428
YEINIS ISABEL ARCIA OCHOA	C.C. No.	1.007.387.937
Nombre del autor	C.C. No.	Número de cédula
Nombre del autor	C.C. No.	Número de cédula
Nombre del autor	C.C. No.	Número de cédula

En calidad de autor (es) del trabajo de grado BUTTER SHOP presentado como requisito para optar el título de Técnico, autorizo (autorizamos) al Sistema Nacional de Bibliotecas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, hacer uso académico-investigativo del presente trabajo de grado y su publicación en la web, teniendo en cuenta que en cualquier caso su finalidad será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, enseñanza e investigación.

Lo anterior teniendo en cuenta lo siguiente:

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)
1. La conservación, preservación y almacenamiento de ejemplares de trabajos y/o proyectos de investigación
2. La consulta electrónica
3. La reproducción por cualquier formato.
4. La difusión pública por medio electrónico y/o físico, así como su visibilidad en internet.

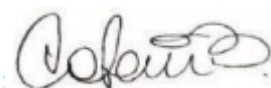
ELABORÓ: Coordinadora de Biblioteca	REVISÓ: Director Nacional de Bibliotecas	APROBÓ: Vicerrector Académico y de Investigaciones
FECHA: 04-07-2018	FECHA: 25-07-2018	FECHA: 03-08-2018

	CARTA DE AUTORIZACION PUBLICACION EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: IPA-FO27
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 2 de 3

De conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, a los 27 días del mes noviembre de 2020.

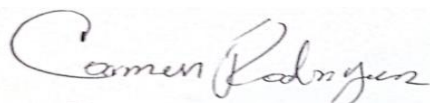
Autor (es)



Firma
Nombre: Catherine Balentin Rodríguez
Cédula: No. 1.016.085.948



Firma
Nombre: Yeinis Arcia Ochoa
Cédula: No. 1.007.387.937



Firma
Nombre: Carmen Rodríguez López
Cédula: No. 52.394.428

NOTA: El autor certifica que conoce las derivadas jurídicas que se generan en aplicación de los principios del derecho de autor.



**CARTA DE AUTORIZACION PUBLICACION EN REPOSITORIO
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: IPA-FO27

VERSIÓN: 00

PÁGINA: 3 de 3

CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO

CREACION DE EMPRESAS 1

CODIGO 50101

CARMEN OLINDA RODRIGUEZ LOPEZ

YEINIS ISABEL ARCIA OCHOA

CATERINE BALENTIN RODRIGUEZ

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

DE EDUCACION SUPERIOR (CUN)

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

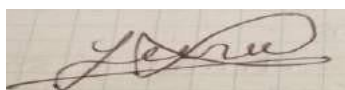
BOGOTA

2020

Compromiso del autor

Yo, yeinis Isabel arcia Ochoa con cedula de ciudadanía 1.007.387.937 de (el bagre Antioquia) estudiante del programa académico Administración de Empresas, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



1.007.387.937 de (el bagre Antioquia)

Yo, Caterine Balentin Rodríguez con cedula de ciudadanía 1.016.085.48 de Bogotá D.C estudiante del programa académico Administración de Empresas, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:



1.016.085.48 de Bogotá

Yo, Carmen Olinda Rodríguez López con cedula de ciudadanía 52.394.428 de Simiti Bolívar, estudiante del programa académico Administración de Empresas, declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar a Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

A handwritten signature in black ink on a light-colored grid background. The signature reads "Carmen Olinda Rodríguez López" in a cursive script.

52.394.428 de Simiti Bolívar

Tabla de Contenido.

Introducción.....	3
Objetivos Generales	4
Objetivos Específicos.....	4
Análisis del sector y contexto de la idea de negocio.....	5-6
Análisis del sector económico	6-7-8
Análisis Dofa	9
Problemas Planteados.....	10
Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad	11
Árbol de objetivos.....	12
Preguntas	13
Cuadro de autoevaluación de la idea de negocio	14
Estructura de la idea de negocio	15
Innovación	16
Alternativas.....	16-17
Conclusiones.....	17-18
Fotografías.....	18-19-20
Pregunta.....	21
Bibliografía.....	22

1. Introducción.

La idea de este producto es dar a conocer lo excelente que es y la diferencia que marca con los demás, su empaqué es muy especial y su sabor es muy diferencial. Con este producto damos un diferente estilo de vida ya que está compuesto por especias totalmente naturales y su textura conlleva a ser muy suave.

Con este proyecto buscamos ayudar a las madres cabezas de hogar ya que estas personas son más vulnerables por su situación, en ciertas ocasiones debido al desespero acuden a negocios no adecuados, drogadicción u otras; esto es lo que queremos salvar ya que de ellas depende el futuro de los niños queremos que estas personas crezcan a nivel laboral y profesional, llevando una vida digna con nuestra empresa ya que ofreceremos muchos beneficios para ellas.

Con este proyecto buscamos innovar, ya que queremos darle al público algo diferente, diverso y muy práctico.

2. Resumen ejecutivo

BUTTER SHOP S.A, tiene el propósito de comercializar y distribuir mantequilla stick con finas hierbas, bajo el uso de buenas prácticas de estudio de mercado para comercializarla en la ciudad de Bogotá D.C y otras áreas metropolitanas. Otros de sus clientes serán almacenes de cadena, plazas minoristas y mayoristas, que demandan la mantequilla para lo cual se planteara una producción a tiempo de forma escalonada permitiendo mantener oferta permanente de la mantequilla stick con finas hierbas de buena calidad en el mercado.

Se ofrecerá mantequilla stick con finas hierbas producida bajo estándares de calidad; reduciendo los riesgos de contaminación que garantice la sanidad y calidad del producto terminado, entregando al consumidor un alimento con apariencia, aroma, sabor y textura agradable, que contribuya con el cuidado de la salud humana y la conservación del medio ambiente.

La innovación de este nuevo diseño y producto es el sabor y empaque, en cuanto al sabor será elaborado con las finas hierbas y en cuanto al empaque será en barra en forma de stick siendo así más práctico y fácil de usar.

Producto terminado envasado en un frasco plástico con tapa. En la parte inferior cuenta con una pieza rotatoria en el que facilita que el producto sea practico y manejable, de forma cilíndrica y de textura suave.

El objetivo es ofrecer productos innovadores donde los clientes se sientan satisfechos y puedan comprar una mejor calidad, tanto en producto, como en empaque y sabor utilizando productos y empaque más prácticos.

3. Objetivo general.

Ofrecer unos excelentes productos mediante la elaboración de una mantequilla con productos 100% natural, nutritivos y de alta calidad.

3.1 Objetivos específicos.

- Proporcionar un servicio de alta calidad donde los clientes se sentirán a gusto.
- medir el nivel de satisfacción de los clientes.
- precios que se ajusten al bolsillo del consumidor.
- Brindar los servicios que la competencia no ofrece.

4. Claves para el éxito.

Enfoque en el cliente: Una empresa exitosa siempre tiene como principal objetivo satisfacer las necesidades (reales o latentes) de sus consumidores.

Cuida su gente: Toda empresa exitosa sabe la principal diferencia con la competencia y es que está en su capital humano; por lo tanto, constantemente ofrece a sus empleados oportunidades de desarrollo.

Ofrecer productos y sanos: Ofrecer un excelente producto con los mejores estándares de calidad.

5. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.

Problema ambiental.

- Como podemos darnos cuenta en Colombia la contaminación ambiental es uno de los más grandes problemas que no solo nos afecta a nosotros como ciudadanos sí que también se ve afectado los animales y la naturaleza.

Problema social.

- Un problema social en los cuales se ve afectado nuestro entorno es el desempleo.

Problema económico.

- La economía es un problema en el cual se ve afectado nuestro entorno debido al desempleo, a la pobreza, al mal uso que le damos a los recursos naturales etc.

5.1 Objetivos de desarrollo sostenible.

Los objetivos de desarrollo sostenible a los cuales aplica nuestra idea de negocio pueden ser.

1. Trabajo decente y crecimiento económico.

Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Con este objetivo de desarrollo sostenible podemos garantizar más oportunidades de crecimiento laboral y poder gozar de una vida digna.

Con este producto las personas que se dedican al reciclaje podrán beneficiarse a través de nuestros empaques y generar más ingresos.

2. Salud y bienestar

Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades. Con este producto el cliente disfrutara de sus altas vitaminas y su excelente calidad ya que es un producto que se caracteriza por ser saludable.

5.2 Teoría del valor compartido

A través de esta idea de negocio estamos contribuyendo a generar una mejor industria una mejor sociedad y un mejor país.

La idea es elevar el trabajo, experiencia y calidad de vida para las personas, e innovando en el mercado.

También se quiere dar importancia a los recursos naturales, dando así un buen impacto ambiental. Esto ayuda a que las empresas exploren y tengan nuevas oportunidades para diferenciarse.

5.3 Tecnología disruptivas.

Se busca la tecnología avanzada esto con el fin de saber las necesidades, opiniones, sugerencias o felicitaciones del producto esto con el fin de conocer las críticas del público hacia el producto.

5.4 Análisis del sector económico.

Político: Se tiene el proyecto para la mejora de la leche y para el cumplimiento de condiciones sanitarias. Con este proyecto los productores podrán mejorar la calidad de la leche que producen y adaptarla al cumplimiento de requisitos sanitarios para el mercado internacional. Para ello, serán capacitados en temas como buenas prácticas de ordeño -manejo higiénico de la leche-, mejoramiento de praderas, manejo y prevención de enfermedades y otros riesgos para el cumplimiento de la bioseguridad. Además, aprenderán a optimizar costos y procesos administrativos. (Dane, s.f.)

Una gran oportunidad de mejora para los productores de nuestra materia prima ya que tendrán más conocimiento sobre el manejo que se le debe dar, para tener un producto final exitoso.

Económico: el sector económico al cual pertenecemos es el secundario (industria manufacturera), el crecimiento de este sector ha sido en el año 2019-1 a 2020-1 ha sido del 0,6%, como vemos no es mucho su crecimiento.

La inflación en junio de 2020 frente a junio 2019, la industria manufacturera presento una valoración del -9,9% presentando una variación negativa. (Dane, s.f.)

Entidades que financian este proyecto son:

- Cámara y comercio de Bogotá
- Bancóldex S.A.
- Fiducoldex.

Debido a la situación de la pandemia esto ha afectado a la industria ya que la producción no ha podido ser la misma.

Social: cifras de tendencias, medios de acceso de las personas al servicio.

Tendencias favorables, donde, cuando, quienes, estilos de vida.

Esto nos afecta ya que hay personas que, debido a su religión, creencia, cultura, etc., no pueden consumir lácteos o similares, esto hace que nuestras ventas sean bajas. (Dane, s.f.)

Tecnológicos: los avances tecnológicos han ayudado en la actualidad a la industria a estar a la altura de las circunstancias, estas son:

- Movilidad
- Análisis de datos
- El internet de las cosas
- La impresión 3D
- Las tecnologías TIC

Implementar el uso de **tecnologías TIC** en la **industria** ayudaría a conseguir un mayor control productivo y organizacional. De esta forma se mejoraría la calidad de los procesos y el producto, con una notable disminución de costes asociados. (Mintic, s.f.) (social, 2013)

- El internet de las cosas
- La impresión 3D
- Las tecnologías TIC

Ecológicos: el impacto directo de la industria sobre la naturaleza se produce básicamente por la ocupación del espacio, la utilización de los recursos naturales y la generación de residuos. Más aun ciertos programas de industria y medio ambiente se limitan exclusivamente a dicha manifestación.

Esto ayudaría a reutilizar estos recursos, con el fin de contribuir con la naturaleza

Legal: la resolución 2674 de 2013 establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, transporte distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permisos o registros sanitarios de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la salud y vida de las personas.

Esto hace que nuestra empresa sea completamente legal y que a futuro no presenten inconvenientes. (social, 2013)

6. ANALISIS DOFA

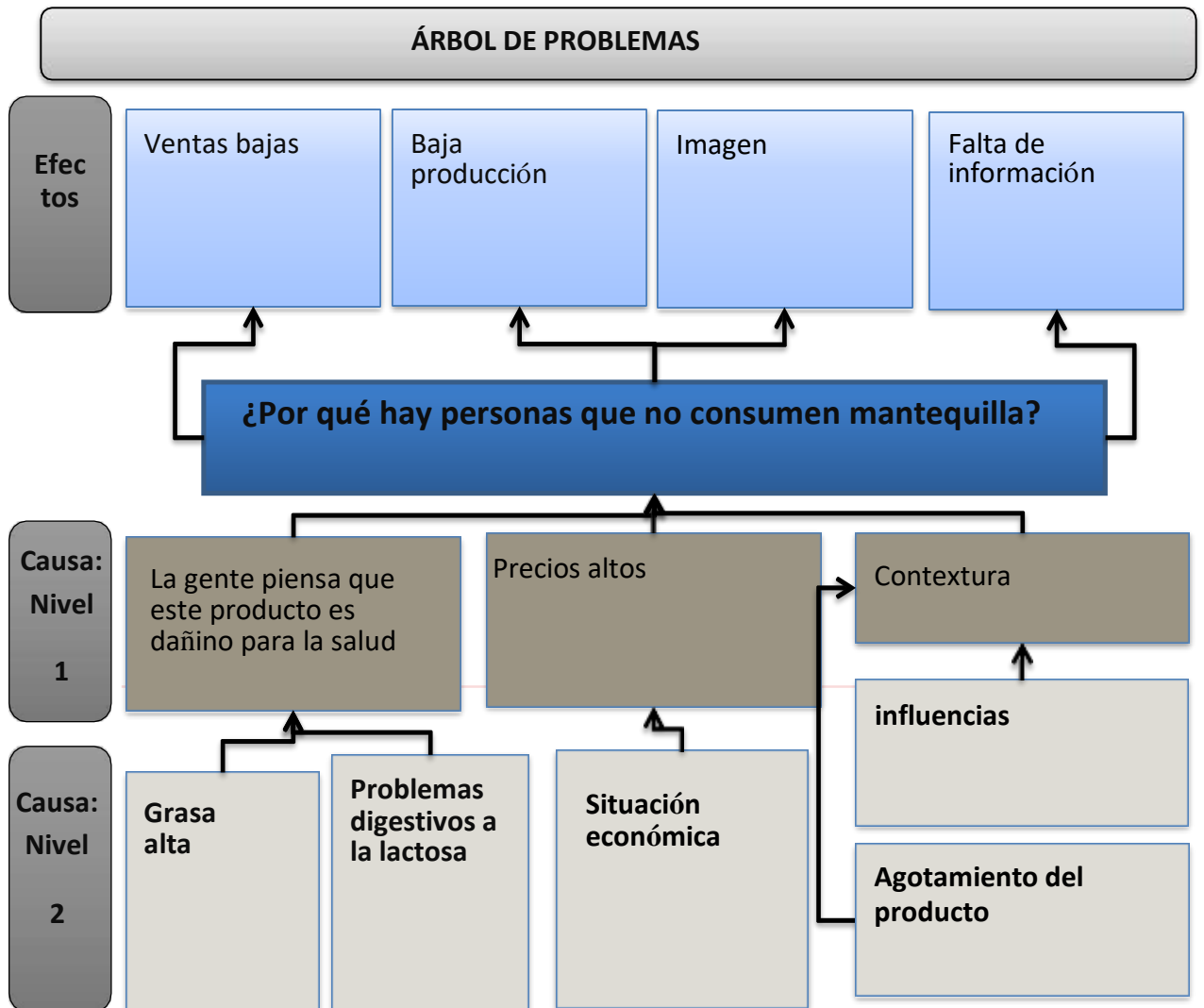
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1, reconocimiento del producto</p> <p>F2, tener conocimiento de acerca del producto al cual nos enfrentamos</p> <p>F3, reconocimiento de las actividades por parte de la comunidad</p>	<p>D1, no tener confianza en sí mismo</p> <p>D2, falta de experiencia</p> <p>D3, desconocimiento de las tecnologías</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1, expansión a nivel nacional</p> <p>O2, proyección de una buena imagen</p> <p>O3, aumento en las ventas</p>	<p>A1, poca adquisición del producto</p> <p>A2, poco personal capacitado</p> <p>A3, inclusión de competencia directa en nuestro alrededor</p>

7. Identificación del problema, necesidad, u oportunidad.

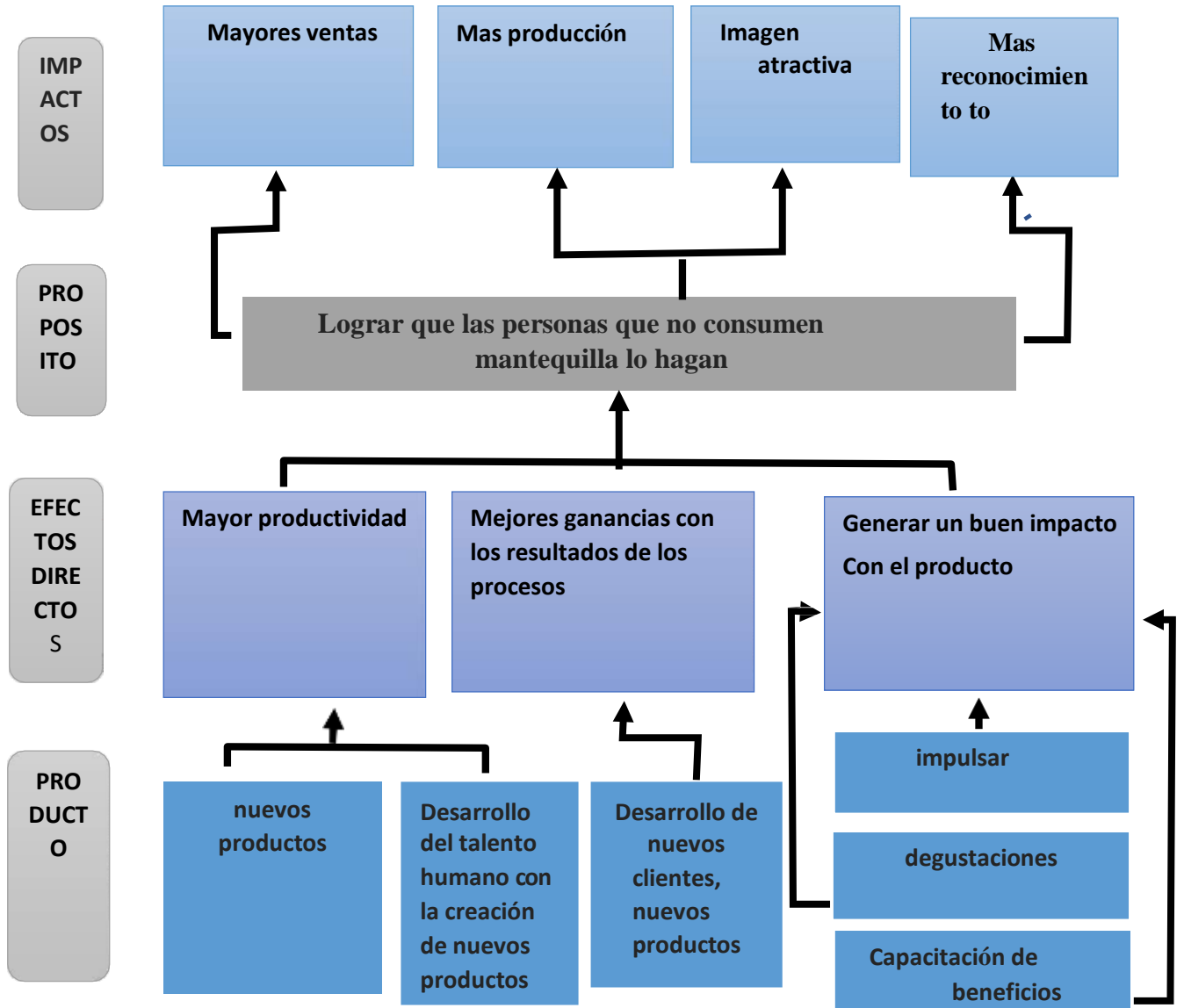
De los tres problemas planteados escoger uno.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Desempleo en mujeres madres cabezas de hogar	Contaminación ambiental	Precios altos en los productos alimenticios
Asesoramiento de un experto (si se quiere, ¿lo tenemos?)	4		
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4		
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	4		
¿Qué tanto le llama la atención el desarrollo del problema	5		
TOTAL	21		

7.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.



ARBOL DE OBJETIVOS



8. Descripción de la idea de negocio.

¿Cómo lograr que las personas consuman más mantequilla?

R// dar a conocer cada ingrediente, las propiedades de cada uno, mostrar su elaboración y sus beneficios, esto por medio de videos y de su empaque.

Por medio de una pequeña muestra incentivar nuestra mantequilla

Descripción de la idea de negocio

¿cómo lograr que las personas que no consumen mantequilla lo hagan?

Lluvia de ideas:

- Retos
- videos
- A través de juegos
- Dinámicas con incentivos.

8.1 CUADRO DE AUTOEVALUACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

INTESES / DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
<ul style="list-style-type: none"> La idea de negocio se ajusta siempre a lo que yo he querido hacer 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> No me incomoda decir a otros que me dedico a esta actividad 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Considero que en seis (6) meses puedo tener funcionando el negocio 	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN: 			1	2	1

AFIRMACIONES	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas 1:	0	X	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas 2:	0	X	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas 3:	1	X	3	=	3
	2	X	4	=	8
Total de afirmaciones valoradas 4:					
Total de afirmaciones valoradas 5:	1	x	5	=	5

PUNTAJE TOTAL

16

8.2 Producto o Servicio.

Estructurar la idea de negocio en el siguiente cuadro.

¿Cuál es el producto o servicio?	Mantequilla stick con hierbas finas
¿Quién es el cliente potencial?	Todas las personas
¿Cuál es la necesidad?	Optimizar tiempo
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Estableciendo una forma práctica, segura y divertida al momento de usarlo
¿Por qué lo preferirían?	Por lo innovador, practico, fácil de usar y Económico

“describa la solución idea de negocio estructurada” en el siguiente cuadro.

VERBO	TEMA OBJETIVO	CARACTERISTI CAS
crear	mantequilla stick con hierbas finas	Económica Rentable Nutritiva sostenible

USUARIOS

**Para
personas de
todas las
edades**

**VERBO
INSPIRADOR**

Bendecir.

**PROPOSITO
INSPIRADOR**

**Su alimentación
mejora la salud
digestiva, favorece
el buen
funcionamiento del
metabolismo y evita
el hipotiroidismo**

9. Innovación.

Una vez identificado el problema y desarrollado una idea de negocio inicial, es momento se sofisticarla y definirla como esta idea se desarrollará en una solución innovadora.

El objetivo de esta actividad es desarrollar la idea para que se diferencia de soluciones ya existentes en el mercado, por medio de la innovación.

Para eso se debe seguir los siguientes pasos.

- 1.** Revisa la información sobre las estrategias de innovación presentadas en la plataforma del curso y el encuentro sincrónico.
- 2.** Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas en la plataforma del curso y el encuentro sincrónico, teniendo en cuenta que una idea puede salir de combinar diferentes estrategias.

Alternativas.

- Crear una página web donde puedan ver las características de este producto
- Se crean empaques para venta individual y al por mayor.
- Se realizará publicidad por medio de la tele ventas, pendones en tiendas de barrio, para almacenes de cadenas, en mupis, se hará un lugar en góndolas con su respectiva publicidad.
- Dar degustaciones en versiones minis, para que las personas puedan conocer el producto.

3. Investiga y documenta (organiza la información en un documento) que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieras resolver o estás haciendo productos/ servicios similares (competencia).

- R// tenemos a la empresa **CAMPI**: realiza donaciones a la fundación Caminos a la identidad FUCALI. Esta fundación se encarga de realizar un seguimiento nutricional a los niños y madres gestantes en los 6 meses de vida.
- Buscan ingredientes naturales del campo.
- La sal marina es extraída de un paisaje único que está ubicado en las salinas de Manaure en la guajira.

- R// tenemos a la empresa **CAMPI**: realiza donaciones a la fundación Caminos a la identidad FUCALI. Esta fundación se encarga de realizar un seguimiento nutricional a los niños y madres gestantes en los 6 meses de vida.
- Buscan ingredientes naturales del campo.
- La sal marina es extraída de un paisaje único que está ubicado en las salinas de Manaure en la guajira.

Mantequilla LA NUTRITIVA (nuestra idea de negocio)

- Con la producción de esta práctica mantequilla ayudamos a madres cabezas de hogar a emplearse esto con el fin de que tengan una vida digna. Esta empresa solo empleara a madres.
- También se realiza una fundación para apoyar a ellas ya que de ellas dependerá el futuro de los niños.
- LA NUTRITIVA llevara productos naturales como las Finas Hierbas el toque diferente.

4. Analiza las 4 alternativas tu idea de negocio (desarrolladas en el numeral 1 de esta actividad), con respecto a la competencia y escribe las conclusiones.

CONCLUSIONES

- R//. Las personas conocen el producto y saben la calidad, el toque distinto de la mantequilla LA NUTRITIVA. por la pagina validaran que realmente apoyamos.

- El empaque es muy práctico, provechoso y muy cómodo para poder llevarlo a cualquier momento.
 - Todas las personas tendrán acceso de conocerlo y a tener intriga del producto, ya que habrá publicidad por donde quiera que vayas.
 - Será bueno ya que las personas podrán probar antes de comprarlo.
-
- Con este producto innovado muchas familias quedan felices ya que podrán disfrutar nuestra mantequilla deliciosa, suave y exquisita hasta con los pequeños de la casa.

5. Si aún tu idea no se diferencia de lo que ya existe en el mercado, reformula tu idea con otras estrategias de innovación, para hacerla más diferente he interesante y diferente. También puedes combinar ideas o modificarlas según la técnica SCAMPER.

- R//. Otra forma innovadora podría ser por medio de un empaque aún más practico done la mantequilla saliera de forma más cremosa e interesante.

Modificación en empaque.

Tradicional.



Modificación



- Se sustituye la mantequilla tradicional con finas hierbas y se genera una nueva línea light.

Tradicional.



Sustituto.




6. Identifica y describe la idea más prometedora e innovadora.

R//. Nuestra idea más comprometedora e innovadora es el sabor diferente ya que llevara un toque de hierbas finas, y su empaque que es muy práctico y se podrá llevar a cualquier lugar donde se podrá disfrutar con amigos y familiares.

Variable	Descripción de la innovación
Producto o servicio	<p>El producto que se ofrecerá, su forma es algo divertido ya que es cilíndrico similar a la de un pegamento en barra, su tamaño es, alto 10.5 cm x ancho 3 cm, su peso es de 40 gramos, su sabor es a mantequilla suave con finas hiervas y su color es amarillo claro, su empaque es amarillo con color verde.</p> <p>Su precio es de \$ 3.700 pesos</p> <p>Su costo es de \$ 3.000 pesos</p>
Mercadeo	<p>¿se puede comercializar de una forma diferente?</p> <p>Si, por medio de mupis, de muestras gratis y creando aplicaciones móviles</p>
Proceso	<p>¿se puede elaborar de una forma diferente?</p> <p>Esta forma es innovadora ya que tendríamos esta ventaja.</p>

10. Fuerzas de la industria

Contextualización de la empresa

1. Nombre de la empresa:  BUTTER SHOP
2. Actividad económica: Industrial
3. Tamaño de la empresa: Grande propiedad de capital privada)
4. Lugar de ubicación: Madrid (Cundinamarca)

10.1 Análisis de la demanda

La idea nace por la demanda de los consumidores de adquirir mantequilla en Colombia, se estima un consumo per cápita de 500g al año por habitante aproximadamente.

Es importante agregar que el crecimiento objetivo de la Unidad Estratégica de Consumo Masivo está dirigido a margarinas de cocina y mesa, en el que tienen una venta mensual de 70 toneladas que representa el 4% de participación de mercado y al que esperan llegar, al terminar el año, al 7%.

(<https://hsbnoticias.com/noticias/econom%C3%ADa/sigra-lanzo-producto-de-consumo-masivo-y-espera-superar-el-c-602341#:~>)

Análisis de la demanda

La forma de actual del consumidor se ve afectada tanto por influencias internos como externas.

Influencias internas: se dirige hacia los determinantes individuales, demuestra que los estímulos individuales no influyen directamente en los consumidores. Por el contrario, son modificados por factores internos como personaje, personalidad, actitudes, procesamiento de información y motivos. Las determinantes individuales son:

- Personalidad y auto concepto
- motivación y participación.
- procesamiento de información.
- aprendizaje y memoria
- actitudes

Influencias externas: Cuando hablamos de influencias externas en el comportamiento de compra de los consumidores estamos haciendo referencia a los elementos y factores del entorno que afectan a nuestro comportamiento de compra. Podemos distinguir los siguientes:

- Clase social
- Grupo social
- Grupo familiar
- Influencias personales
- Situaciones de compra/consumo.

El comportamiento de nuestros consumidores es dejarse llevar por el precio y las experiencias que haya tenido sobre el producto, ya sea de buena o mala calidad.

Poder negociador de los clientes

El poder negociador de los clientes es hacer que las empresas vendan productos de alta calidad, que tengan un buen servicio al cliente y ofrecer precios bajos.

Tamaño del mercado.

Nuestra idea de negocio por ahora es ofrecer el producto en toda Colombia, llegando así a todas las familias colombianas. Sabemos que tenemos una alta competencia en el mercado, pero el producto el cual vamos a ofrecer a nuestros clientes es un producto muy innovador, por su sabor, presentación, contextura y calidad, además ofreceremos un buen servicio al cliente, esto hará que los clientes prefieran nuestro producto.

10.2 Análisis de la oferta

¿Quién más está haciendo lo mismo que usted está intentando hacer?

R//. La empresa Campi ha producido un tipo de mantequilla que lleva como ingrediente especial sal marina extraída de la Guajira, esto con el fin de que el público tenga una sensación diferente.

¿Cuántas empresas existen?

R//. En cuestiones de mantequillas podemos ver mucha competencia, que cada vez tratan de innovar aún más, estas son algunas.

1. Rama.
2. Gustosita.
3. Mantequilla Alpina y Colanta.
4. Canola life.
5. La fina.
6. Premier.

¿Cuáles son sus estrategias? Otras Marcas

- Sabores, texturas y presentaciones diferentes.
- Fundaciones y patrocinios.

Nuestra marca

- Ingrediente diferente.
- Empaque Innovador y divertido.
- Donaciones y ayudas a madres cabeza de hogar.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

1. Campi 46,4%
2. Rama 35,7%
3. La fina 23,9%
4. Gustosita 18,7%
5. Premier 18,3%
6. Canola Life 17,3

¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles?

Puntos Fuertes.

1. El empaque del producto es muy práctico.
2. Su precio es asequible para todo público.

Puntos débiles.

1. Su ingrediente especial no ha sido combinado con productos parecidos esto sería un contra ya que el público le daría un poco de miedo conocerlo.
2. Todo producto nuevo lleva muchas expectativas de compra.

¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general?

R//. Que se tiene que realizar un estudio de mercado, de gustos por el público, de necesidades esto con el fin de que este sea exitoso y se pueda llevar acabo la idea de negocio.

¿Cómo espera competir?

R//. Siendo persistente y buscando siempre las necesidades y gustos de las personas.

¿Cómo espera hacerlo mejor?

R//. Dando a conocer este producto y mostrarle las propiedades que contiene. Siempre innovando.

¿Qué competencia indirecta afrontara y que bienes sustitutos existen en el mercado?

R//. Podemos encontrar muchos productos con los cuales se pueden sustituir ya que el mercado es muy amplio de los cuales se pueden encontrar productos como:

- Nutella
- Crema de maní.
- Mantequilla de otras marcas.
- Mermelada
- Arequipe.

Con estos productos se genera mucha demanda en el mercado.

¿Cuáles son las barreras de acceso?

R//. Este producto debe llevar una excelente calidad, una buena presentación y un precio justo.

¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y las tendencias cambiantes que pudieran afectar a su negocio en el futuro?

R//. La idea es que como el producto es innovador, también se pueda llevar a cabo un sistema de adquisición práctico tanto para las personas que asistan a lugar de venta como para las que quieran que esta mantequilla llegue hasta la puerta de su hogar.

¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

R//. Si claro, todos los días tenemos nuevos competidores ya que día a día se busca innovar.

10.3 Características de la oferta

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Campi.	Mantequilla esparcible con sal marina. 250gramos	5.690	Ofrece un ingrediente especial, ya que la sal marina tiene muchas propiedades.	Este producto se puede encontrar en una gran variedad de mercados desde pequeños hasta grandes superficies.
Rama.	Mantequilla esparcible 40% menos en grasa.	5.990	Su ventaja principal es que contiene menos grasa que otras esto conlleva a que las personas la consuman más ya que últimamente lo hacen por salud.	Este producto se puede adquirir en tiendas de barrio y almacenes de cadena.

10.4 Análisis de la comercialización.

La empresa CAMPI, es una competencia directa muy fuerte para nuestra idea de negocio, ya que ofrece productos de alta calidad y utiliza ingredientes 100% naturales llevándoles el sabor del campo a sus clientes. Además, CAMPI ofrece diferentes productos como (Campi con sal marina, Campi con sal, Campi paisa, entre otros) son productos con vitaminas A, D y E y omega de 3 y 6, sus presentaciones son de 125g, 250g, 500g y 1000g. además ofrece sus productos a precios muy cómodos para sus clientes.

10.5 Análisis de los proveedores.

Para la elaboración del producto alimenticio se requiere de proveedores de materias primas como:

- Doña leche
- Refisal
- El rey, para las finas hierbas.
- Endipack

Es importante saber escoger los proveedores ya que son la fuente de información para la evolución de nuestros productos, dar seguimiento a sus competidores e identificar las áreas de oportunidades que tiene sus negocios, ayudándonos a reducir costos, a mejorar el diseño del producto e incluso asesorándonos en el proceso de producción. (Elaboración propia)

Criterios para escoger nuestros proveedores.

Para escoger un buen proveedor debemos tener en cuenta estos factores, como el precio más bajo y que esté acorde con la calidad del producto, por ende, conseguir proveedores que su ubicación y distribución no sean tan lejos al lugar en que se encuentra ubicada nuestra empresa, que tengan experiencias en el mercado, que sean confiables y que nos ofrezcan los últimos y más avanzados productos del mercado.

10.6 Canal de distribución

El canal de distribución será corto, ya que el producto se fabrica y se enviará una vez finalizado con la empresa de Camiones especializados en alimentos llamada Comper S.A esto con el fin de que el producto llegue fresco tanto almacenes de cadena como a tiendas de barrio, se desea llevar un producto fresco y de calidad alta a todos los consumidores.

11. Segmentación del mercado

¿Su mercado esta segmentado?

R//. Si, Geográfica: Colombia

Demográficas: para todas las edades y clases sociales.

Psicográficas: para todos los estilos de vida.

Conductual: con este producto se puede encontrar beneficios saludables ya que contiene vitaminas.


¿Hay diferentes niveles dentro del mismo tipo de negocio, y ofrece cada uno de ellos una diferencia en cuanto a la calidad, precio o gama de producto?

R//. Si, ya que se encuentra mucha competencia y en ellos podemos encontrar alta calidad, buenos precios y mucha fidelidad por parte de las personas.

15 bondades de nuestro producto:

1. Bajo en grasa
2. Nutritivo
3. Ayuda al cerebro
4. Levanta el estado de animo
5. Multivitamínico
6. Mejora la energía
7. Altas calorías
8. Contiene antioxidantes
9. Mejora la salud digestiva
10. Fácil de usar
11. Fácil de combinar
12. Favorece la salud de la tiroides
13. Fertilidad
14. Asma
15. La vitamina A, D y K2 sirven para le osteoporosis.

11.1 Buyer Persona.

<p>BUYER PERSONA</p>  <p>Laura González Estudiante de administración de empresas tengo 29 años y me encuentro soltera.</p>	<p>Miedos: Al fracaso, a lo desconocido y a la estabilidad.</p> <p>Frustraciones: Que las cosas no me salgan como las planeo.</p> <p>Ansiedades: Terminar la universidad, y conseguir trabajo.</p>	<p>Desea: tener estabilidad económica y emocional</p> <p>Necesita: Mejorar mis ingresos, disfrutar, viajar, entre otras.</p> <p>Anhela: Tener libertad financiera.</p> <p>Sueña: Viajar por todo el mundo.</p>
--	---	--

<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Vivo en casa propia en Fontibón,</p> <p>Independiente con ingresos mensuales alrededor de 1.200.000</p>	<p>¿Qué están tratando hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Tomando las cosas con calma, tener paciencia y orarle mucho a Dios para que me ayude a seguir adelante.</p>	<p>¿Cómo alcanzar esas metas hoy?</p> <p>Con perseverancia y teniendo Siempre las metas claras.</p>
		<p>¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Sí, siempre Habrá barreras, pero hay que seguir siempre adelante.</p>
<p>Frases que mejor describan sus experiencias</p>	<p>Tener su propio negocio y obtener más ingresos.</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>La economía ya que debido a la pandemia todo ha sido un poco difícil.</p>	

¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?

R//. En los supermercados, tiendas y almacenes de cadena vemos estas personas a menudo.

¿Qué valores destacan a su cliente ideal?

- Actitud positiva
- Confiabilidad
- Empatía
- Servicio excepcional
- Valor

¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

R//. Con los amigos, conocidos, personal de supermercado, vecinos, tenderos y familiares entre otros.

¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?

R//. Con los amigos, conocidos, personal de supermercado, vecinos, tenderos y familiares entre otros.

¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?

R//. Optimizar tiempos, que el producto sea acorde a su necesidad y que sea practico.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

R//. Tenemos a la empresa Campi, rama, fina entre otros.

2. Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

R//. Toda la población es apta para comprar y consumir el producto, sin embargo, la población media es la mayor potencia en compra.

3. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

R//. Las personas necesitan consumir este producto ya que tiene muchos beneficios y también se encuentra dentro de la canasta básica como los otros alimentos.

4. Cuantas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto.

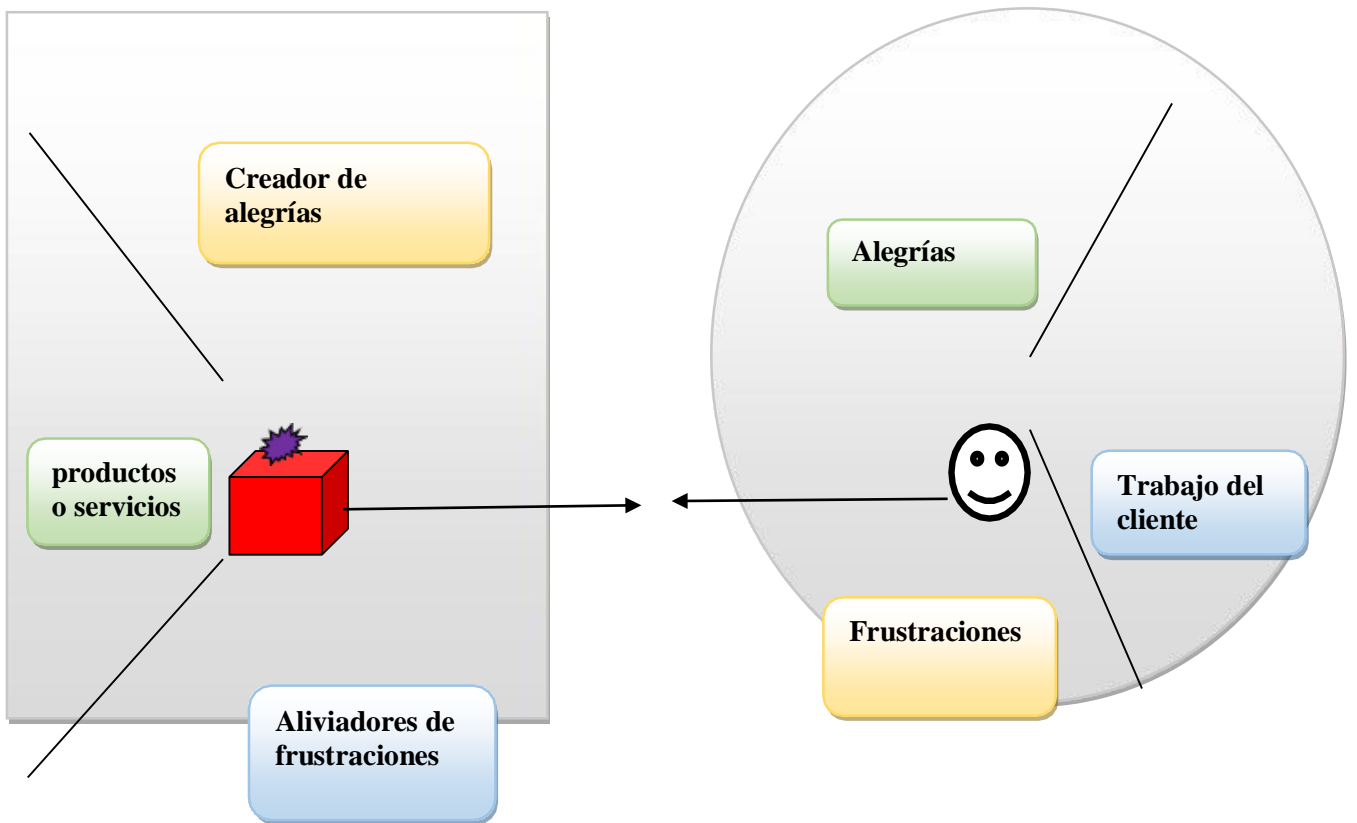
R//. Todas las personas, almacenes de cadenas y tiendas.

5. Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto

R//. Todas las personas en especial las amantes a la mantequilla y las personas que les gusta lo práctico.

12. Propuesta de valor.

Mantequilla La Nutritiva stick con finas hierbas

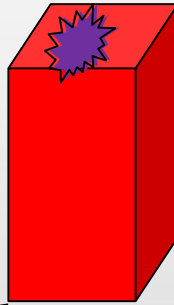


Creador de alegría

- práctico
- Económico
- Nutritivo
- Fácil de conseguir.

Productos

Mantequilla stick
con finas hierbas



Aliviadores de frustraciones

- Precios bajos
- Promociones y ofertas
- De excelente calidad.
- Nutritivo para la salud.

Creador de alegrías

¿Crear ahorros que satisfagan a sus usuarios?

R//. Con este producto los clientes podrán encontrar economía en un producto muy novedoso.

¿Producir resultados que tus usuarios esperan o que superen sus expectativas?

R//. Se verá reflejado una forma muy práctica de usar este producto.

¿Facilitar el trabajo o la vida de tus usuarios?

R//. Esto ya se está realizando.

¿Hacer algo específico que tus usuarios están buscando?

R//. la optimización de tiempo.

¿Cumple un deseo que tus usuarios sueñan?

R//. Que el producto sea a un precio más bajo.

¿Producir resultados positivos que coincidan con el éxito de tus usuarios?

R//. Que el producto sea exitoso en venta.

Producto y servicios

- **Tangible**

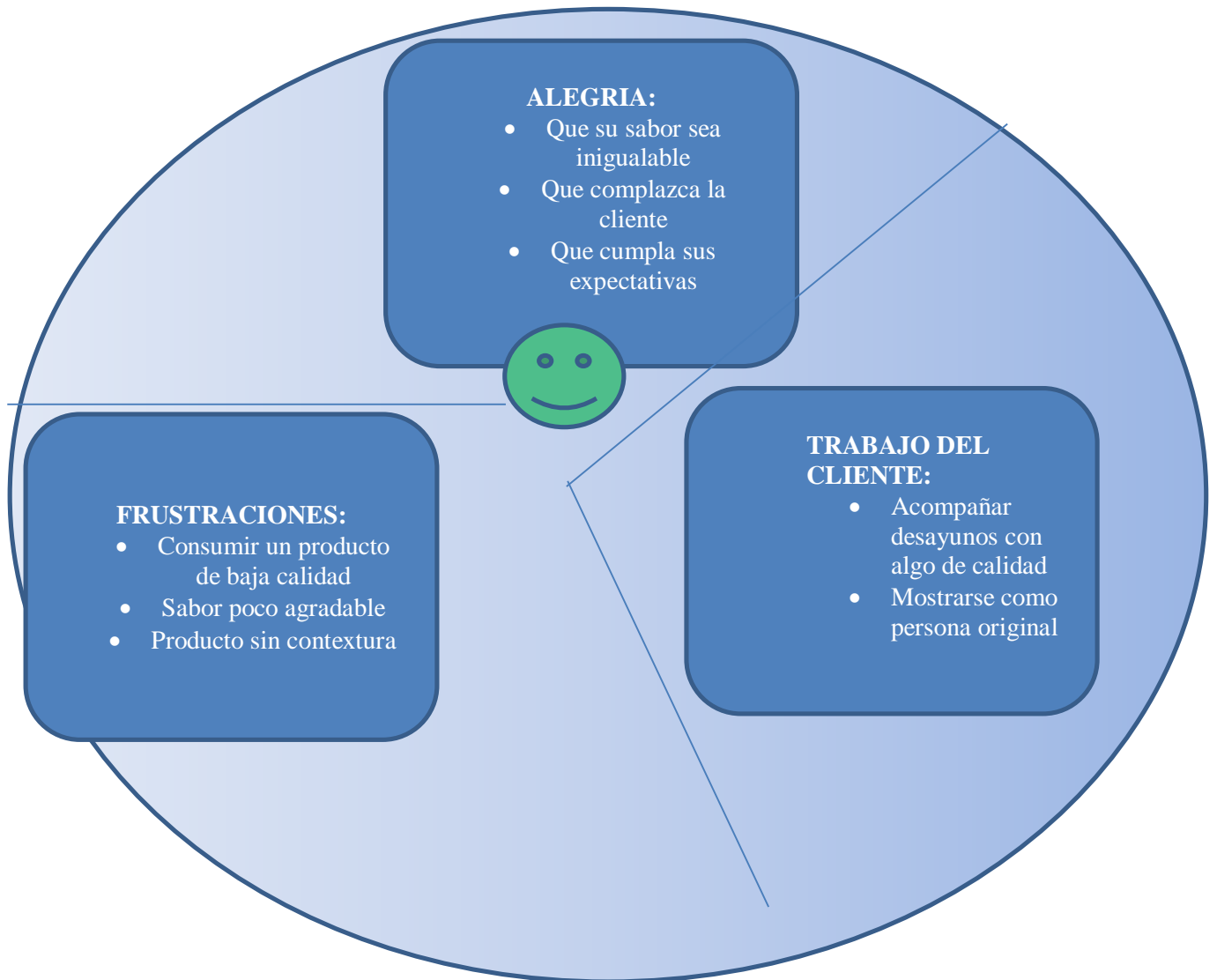
¿Qué capacidad, recursos y habilidades pueden conseguir para el desarrollo de tus nuevos productos y servicios?

R//. Capacidad de crecer como compañía y de ayudar a los colaboradores para que puedan surgir.

Aliviadores de frustraciones.

se basa en satisfacer las necesidades de los usuarios como:

- Optimizar tiempo
- Ahorro económico
- Gusto.



Trabajo del cliente

Funcional.

Alimentarse sanamente, realizar deporte.

Social.

Estar bien

Emocional.

Sentirse bien emocionalmente, alegre y positivo

Alegría

Alegría innecesaria: usar la mantequilla

Alegría esperada: usar el mismo producto

Alegría deseada: su sabor exquisito e inigualable

Alegría inesperada: otros ingredientes adicionales.

Frustraciones

Obstáculo: mucha competencia, novedad del producto por lo nuevo entre otros.

Propuesta de valor

¿Cómo podemos hacer que la vida de nuestros clientes sea mejor?

Creando una experiencia única por medio del consumo de la mantequilla y lograr transmitir un sabor diferente, esto con el fin de lograr un excelente reconocimiento en el mercado y que nuestros clientes puedan suplir sus necesidades de manera práctica y sencilla.

13. Diseño del producto

Ficha técnica

Ficha técnica del producto o servicio	
A. Nombre del producto	Mantequilla la Nutritiva
B. Composición del producto (materias primas) /líneas de servicio o portafolio. C. Normas de calidad	La mantequilla es la efusión de agua en grasa, obtenida como resultado del producto de suero, lavado y amasado de los conglomerados de glóbulos grasos, que se forman por el batido de la crema de leche y es apta para el consumo, con o sin maduración biológica producida por bacterias específicas. Propiedades saludables de la mantequilla, destaca la alta concentración de vitaminas

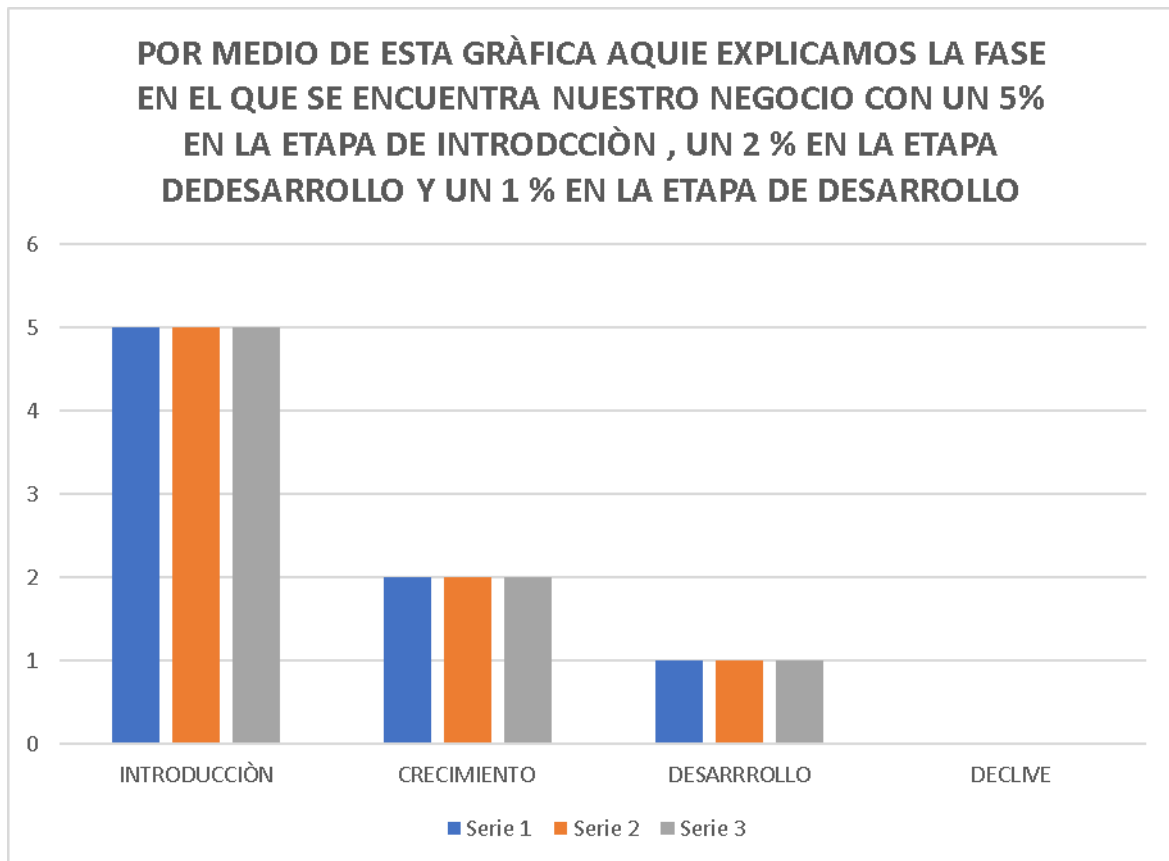
	<p>liposolubles: la A, que contribuye al normal funcionamiento del sistema inmunitario; la D que ayuda a la absorción del calcio; la E, que posee efecto antioxidante; y la K, que interviene en el proceso de coagulación y en el mantenimiento de la masa ósea.</p>
<p>D. Presentaciones comerciales (litro, kilo, ml) / combos, paquetes especiales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alto: 10.5 cm • Ancho: 3 cm • Peso neto: 40 gramos • Producto listo para consumir
<p>E. Tipos de empaque o embalaje (diseño, materia, material) / canal de información.</p>	<p>Embalaje: El Empaque del producto es una caja de cartón con una medida de 12.5 cm largo por 4 cm de ancho.</p>

<p>F. Materia de empaque / publicidad y brochure.</p>	<p>Empaque: Producto terminado envasado en un frasco plástico con tapa. En la parte inferior cuenta con una pieza rotatoria en el que facilita que el producto sea practico y manejable.</p> <p>Publicidad: publicidad directa, tarjetas de presentación y páginas web.</p>
<p>G. Condiciones de conservación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener a temperatura de entre 2°C y 5°C positivos. En un lugar seco y

	oscuro.
H. Vida útil estimada / garantía	<p>Vida útil: la vida útil es de un año a partir de la data de fabricación.</p> <p>Garantías: 100% garantizado</p>
I. Porción recomendada, servicios adicionales / recomendaciones por tipo de cliente.	La recomendación de la Organización Mundial de la Salud es que sólo se debería consumir 10% o menos de calorías provenientes de grasas saturadas.
Elaboro	Yeinis Arcia Ochoa Caterine Balentin Rodríguez Carmen Rodríguez López
Reviso	
Aprobó	

13.1 Ciclo de vida del producto.

Según gráfica, la fase en la que se encuentra nuestro producto es en la etapa de introducción.



Definición estratégica

- 1 DECRETO 3075
DE 1997
- 2 LEY 9 DE 1979
- 3 RESOLUCION 5109
DE 2005
- 4 DECRETO 1571 DE
2007.

Diseño de conceptos

Insumos.

- ✓ Sal
- ✓ Etiquetas
- ✓ Empaque
- ✓ Finas hierbas
- ✓ Todos los ingredientes.

Maquinaria

- ✓ Las mantequeras
- ✓ Las moldeadoras
- ✓ Empacadoras
- ✓ Las encargadas de etiquetar
- ✓ Maquinaria avanzada

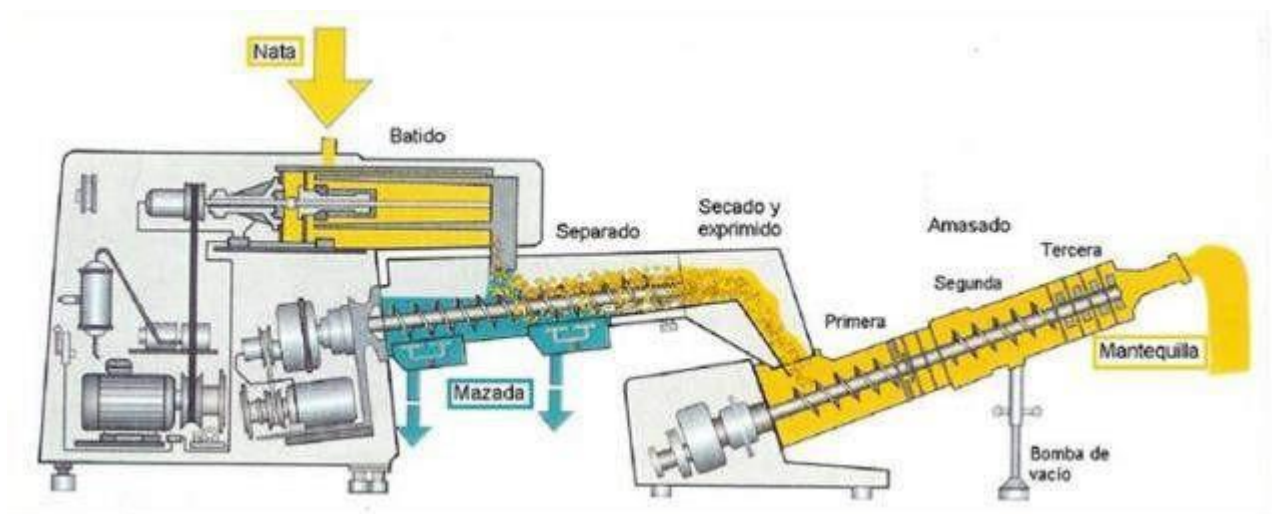
Tecnología

- ✓ Computadores
- ✓ Teléfonos
- ✓ Celulares corporativos
- ✓ Radios
- ✓ Televisores

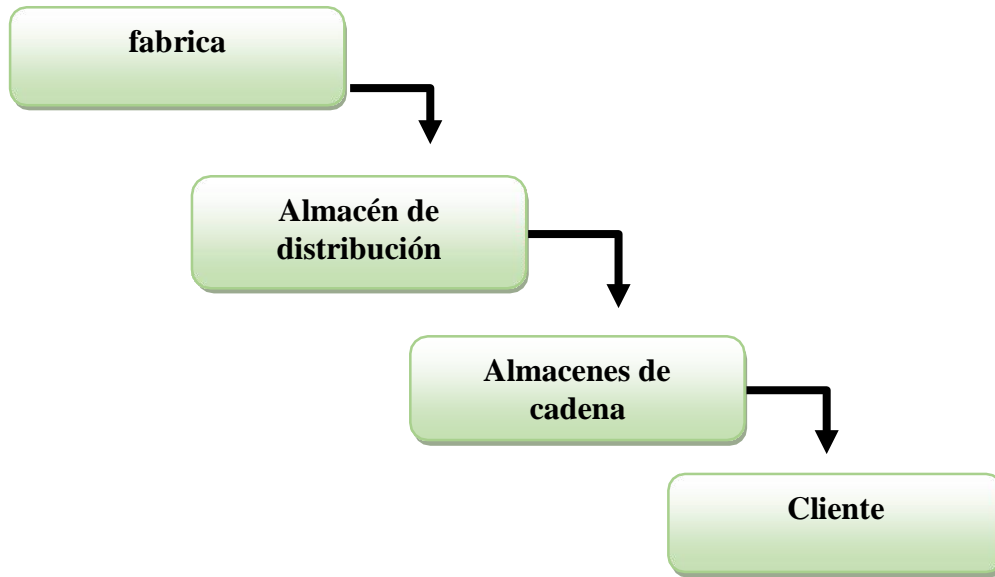
- ✓ Hornos microondas

Diseño en detalle

Diagrama de bloques del proceso de producción



Cadena de distribución



Validación y verificación:

1. Satisfacción del cliente
2. Variedad de productos
3. Calidad del producto
4. competitividad
5. opinión del cliente
6. precauciones potenciales en relación de calidad
7. cuantificable
8. relevante
9. precio
10. devolución.

Producción.

Empaque y etiquetado del producto

<p>LÍNEA DE SERVICIO AL CLIENTE 01 8000 467 09 90</p>  <p>7 701235 999918</p> <p>REG. SAN. MSLAD18MA5567</p>	<p>La Nutritiva BUTTER SHOP</p>  <p><i>Mantequilla con finas hierbas y sal</i></p> <p>Fuente de Vitaminas A - D - E</p> <p>NUEVO</p> <p>40 gs Fácil de Usar</p>	<p>Información Nutricional</p> <table border="1"><tr><td>Tamaño de la porción</td><td>40 gs</td></tr><tr><td>Vitaminas</td><td>A - D - E</td></tr><tr><td>Energía</td><td>1200 kj 287 kcal</td></tr><tr><td>Proteína</td><td>0,34 gr</td></tr><tr><td>Carbohidratos</td><td>0,02 gr</td></tr><tr><td>Fibra</td><td>0 gr</td></tr><tr><td>Grasas</td><td>32,44 gr</td></tr><tr><td>Grasa saturada</td><td>20,547 gr</td></tr><tr><td>Colesterol</td><td>86 mg</td></tr><tr><td>Sodio</td><td>4 mg</td></tr><tr><td>Potasio</td><td>10 mg</td></tr></table>	Tamaño de la porción	40 gs	Vitaminas	A - D - E	Energía	1200 kj 287 kcal	Proteína	0,34 gr	Carbohidratos	0,02 gr	Fibra	0 gr	Grasas	32,44 gr	Grasa saturada	20,547 gr	Colesterol	86 mg	Sodio	4 mg	Potasio	10 mg
	Tamaño de la porción	40 gs																						
Vitaminas	A - D - E																							
Energía	1200 kj 287 kcal																							
Proteína	0,34 gr																							
Carbohidratos	0,02 gr																							
Fibra	0 gr																							
Grasas	32,44 gr																							
Grasa saturada	20,547 gr																							
Colesterol	86 mg																							
Sodio	4 mg																							
Potasio	10 mg																							

Empaque primaria



Empaque secundario



Empaque terciario



14. Precio de venta

Costo unitario de materiales		
Mano de obra	Sueldo mes más obligaciones	Total mensual
Supervisores 3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000,00
Operarios 8	\$ 7.000	\$ 5.600.000,00
TOTAL		\$ 8.600.000,00

Costo unitario de mano de obra	
Leche 50 litro	\$ 50.000
Azúcar 20 libras	\$ 20.000
Sal 15 libras	\$ 28.000
Etiquetas 5.000	\$ 300.000
Empaque 5.000	\$ 500.000
Otros	\$ 3.000.000
TOTAL	\$ 3.898.000

Costo unitario de CFI (costo indicador de fabricación)		
+	Costo unitario de materiales	\$ 8.600.000,00
+	Costo unitario de mano de obra	\$ 3.898.000,00
=	COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 12.498.000,00

COSTO X UND	P/ X MAYOR O DISTRIBUIDOR	P /VENTA
\$ 2.498	\$ 3.000	\$ 3.700

15. Prototipo

Características del prototipo.

1. Producto Innovador.
2. Empaque practico.
3. Fácil de usar.
4. Se puede llevar a cualquier lugar como camping, reuniones, etc.
5. No se tiene que utilizar un cuchillo para aplicar.

Características del producto.

1. Contienes vitamina A-D-E
2. Es de color amarillo suave.
3. Con textura extremadamente suave.
4. Su empaque es cilíndrico.
5. Toque diferente a finas hierbas.

16. Evidencia del prototipo.





Información Nutricional

Tamaño de la porción	40 g
Vitaminas	2-3
Energía	120 kcal
Proteína	0.5g
Carbohidratos	2.0g
Fibra	0g
Grasas	11.0g
Grasa saturada	2.0g
Colessterol	0.5g
Sodio	0.5g
Potasio	0.5g

17. Modelo Running Lean

Problema <ul style="list-style-type: none"> Las personas ahora no consumen mantequilla debido a que contiene altas grasas. 	Solución <ul style="list-style-type: none"> Ofrecer un producto con excelentes tratamientos, con muchas fuentes de vitaminas esto con el fin de no generar altas grasas y daños para la salud. 	Propuesta de valor única <ul style="list-style-type: none"> Creando una experiencia única por medio del consumo de la mantequilla y lograr transmitir un sabor diferente. Queremos satisfacer las necesidades de nuestro público. 	Ventaja injusta <ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer al cliente por medio de degustaciones. 	Segmento de clientes <ul style="list-style-type: none"> Amantes a la mantequilla Personas que quieran descubrir nuevas texturas y sabores Personas que tengan restaurantes Y para todas las personas que quieran conocerla y divertirse por su forma y sabor a finas hierbas
	Métricas Claves <ul style="list-style-type: none"> Medir ventas Satisfacción de clientes 		Canales <ul style="list-style-type: none"> Supermercados Tiendas Mini mercados E-commerce Vallas 	
Estructura de Costos <ul style="list-style-type: none"> Desarrollos de Apps Personal Marketing 		Fuentes de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> Por medio de las plataformas Almacenes Tenderos 		

Conclusión: Este cuadro permite mirar las falencias para así poder realizar un plan de acción y validar como se puede reaccionar, así mismo se mira las cosas a favor para seguir ejerciéndolas con el fin de que todo funcione con seguridad y excelencia.

18. Objetivos de la Investigación.

Objetivos Generales:

1. El fin de esta encuesta es validar si La Nutritiva está preparada para salir al negocio esto con el fin de impactar a la sociedad ya que se quiere innovar por su sabor, textura y practicidad.

Objetivos Específicos:

1. Podemos evidenciar que tanto consumen mantequilla los personas esto con el fin de tener éxito con La Nutritiva.
2. Por medio de esta encuesta buscamos validar si las personas están de acuerdo en conocer este producto, si satisfacen sus necesidades y demás estilo de vida.
3. Se busca identificar que tanta competencia hay en el mercado y que tanta fidelidad.

Tipo de Investigación.

De acuerdo al análisis y los objetivos planteados se da para concluir que este tipo de investigación la cual se realizó por medio de una encuesta en la red social WhatsApp, se definió como Cuantitativa ya que en este tipo de preguntas el público encuentra preguntas cerradas y concretas, esto nos permite también conocer que tanto rechazo o adaptación hay por medio de estadísticas o números; de esta manera establecer estrategias de mercado.

18.1 Formulario de Encuesta.

1. Has escuchado sobre este producto.	SI – NO
2. Te gustaría probarla.	SI – NO
3. Con que te gustaría probar este producto.	Tostadas - Arepas – Pan – Todas las anteriores
4. Si este producto lo encontraras en el mercado lo comprarías.	SI – NO
5. Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto.	Sabor – Textura - Empaque
6. En que te basas para adquirir un producto.	Sabor – Precio - Marca
7. Que mejorarías de este producto.	Sabor – Textura - Empaque
8. Recomendarías este producto a tus amigos y familiares.	SI – NO
9. Este producto satisface tus necesidades.	SI – NO
10. Conoces otro producto que ofrezca las mismas características de La Nutritiva.	SI – NO
11. Con que frecuencia consumes mantequilla.	Mucho – Poco – No consumo mantequilla
12. Conoces las propiedades de este producto.	SI - NO

Tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuestas que se realizaron, se tomó en cuenta la siguiente información:

- el mercado objetivo, el cual estuvo conformado por mujeres, hombres y niños mayores de 9 años de edad, de una determinada zona ubicada en Fontibón, la cual está conformada por una población de 390.978 personas, según fuentes estadísticas externas.
- Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra.

Aplicando la fórmula de la muestra:

$$n = \frac{(Z^2 pqN)}{(Ne^2 + Z^2 pq)}$$

$$n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (390.978)) / ((390.978) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((3.84) (0.25) (390.978)) / ((390.978) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

$$n = 375338,88 / 977.445 + 0.96$$

$$n = 375338,88 / 977.445$$

$$n = 384$$

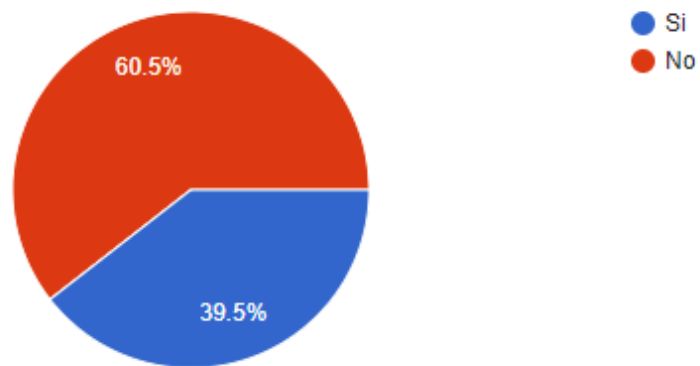
Según los resultados de la muestra se debía haber encuestado a 384 personas de la zona.

Por medio de ella obtuvimos respuestas de 38 personas las cuales dieron a conocer sus opiniones respecto a la idea de negocio.

19. Tabulación y análisis de la información.

1. ¿Haz escuchado sobre este producto?

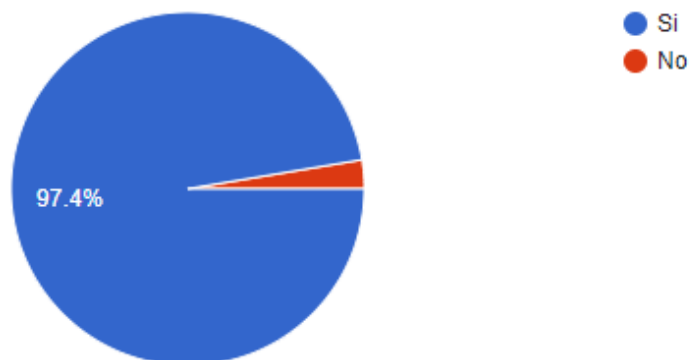
38 respuestas



Acá evidenciamos que el 60.5% del público afirma no haber escuchado de este producto.

2. ¿Te gustaría probarlo?

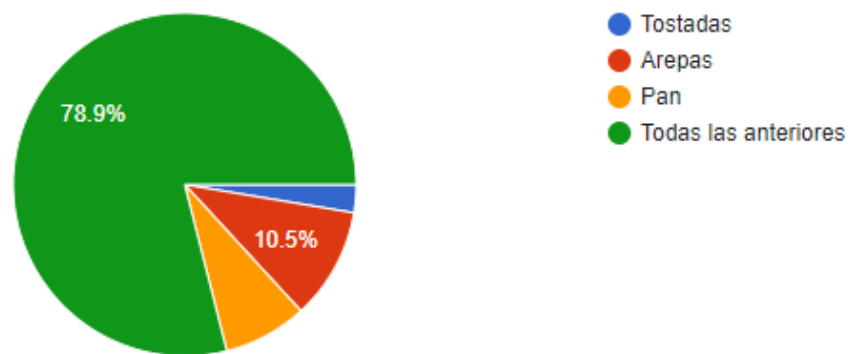
38 respuestas



Podemos concluir que el 97.4% de las personas están dispuestas a probar el producto.

3. ¿Con que te gustaría probar este producto?

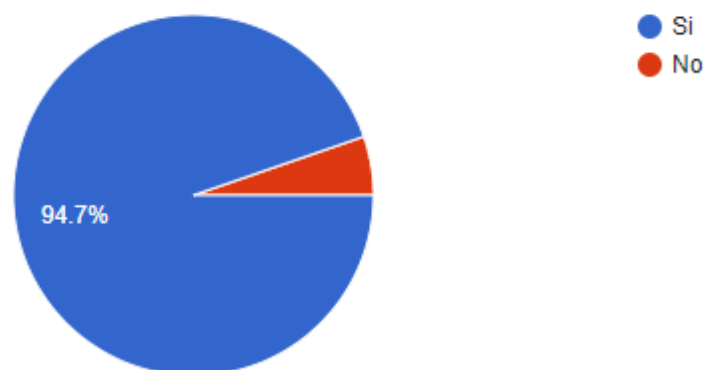
38 respuestas



El 78.9% de las personas desean probar este producto con todas las opciones mencionadas.

4. ¿Si este producto lo encontraras en el mercado ¿lo comprarías?

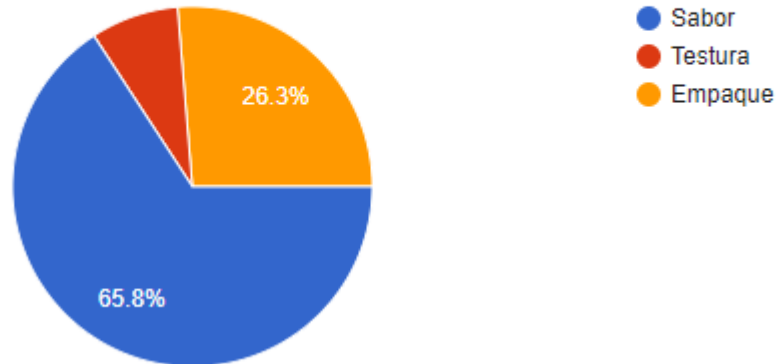
38 respuestas



El 94.7% del público decidiría incluirlo en su compra.

5. ¿Cuáles son las características que te hacen adquirir este producto?

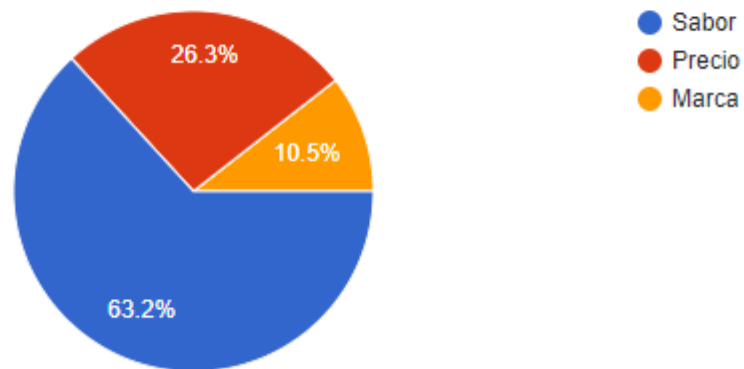
38 respuestas



Las personas han optado por adquirir este producto por su sabor con un porcentaje de 65.8%

6. ¿En que te basas para adquirir un producto?

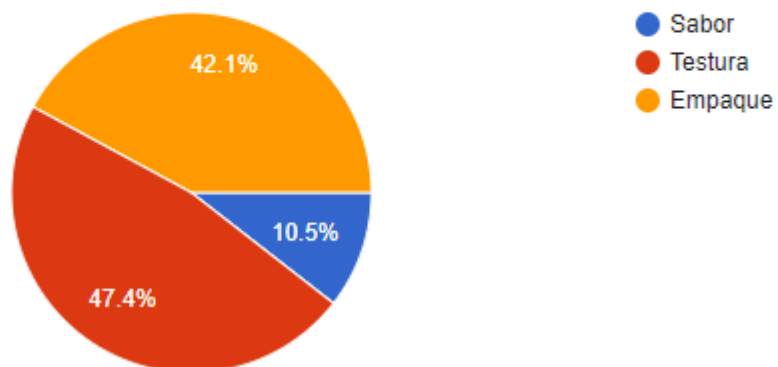
38 respuestas



Por medio de esta encuesta el público decide adquirir este producto por su sabor.

7. ¿Qué mejorarías de este producto?

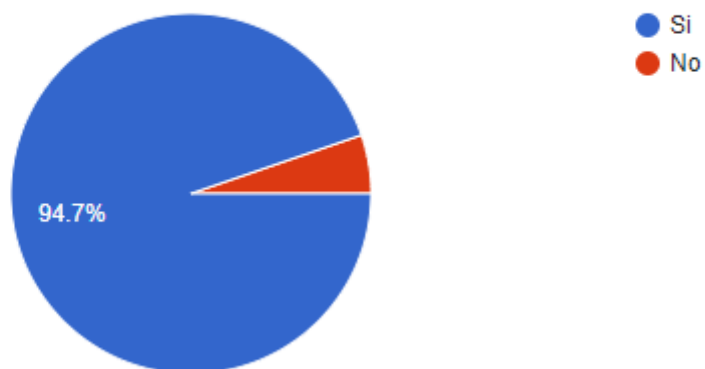
38 respuestas



Con un 47.4% el público mejoraría la textura de la mantequilla.

8. ¿Recomendarías este producto a tus amigos y familiares?

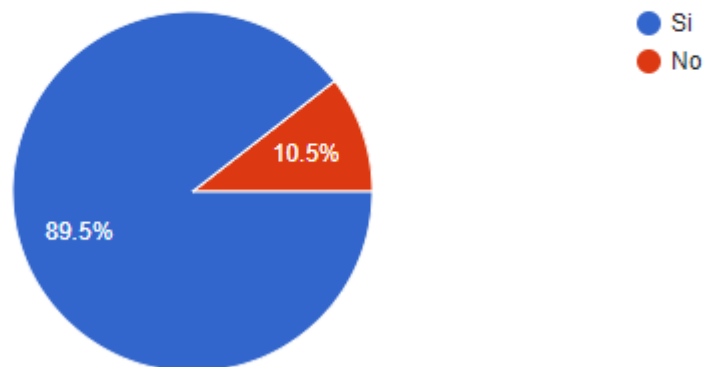
38 respuestas



El 94.7% de las personas recomendaría este producto.

9. ¿Este producto satisface tus necesidades?

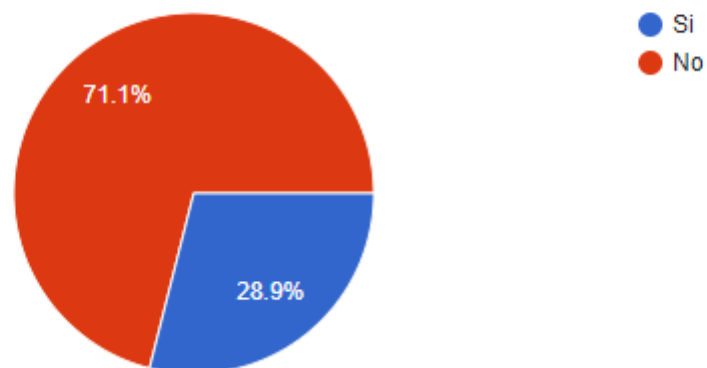
38 respuestas



Con un 89.5% el público dice que estos productos satisfacen sus necesidades.

10. ¿Conoces otro producto que ofrezca las mismas características de LA NUTRITIVA?

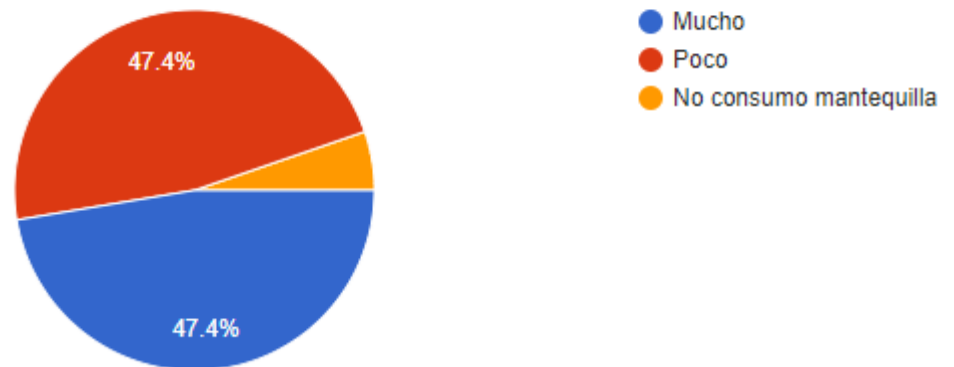
38 respuestas



El público mencionan no haber conocido un producto con características similares con un porcentaje de 71.1%

11. ¿Con que frecuencias consumes mantequilla?

38 respuestas

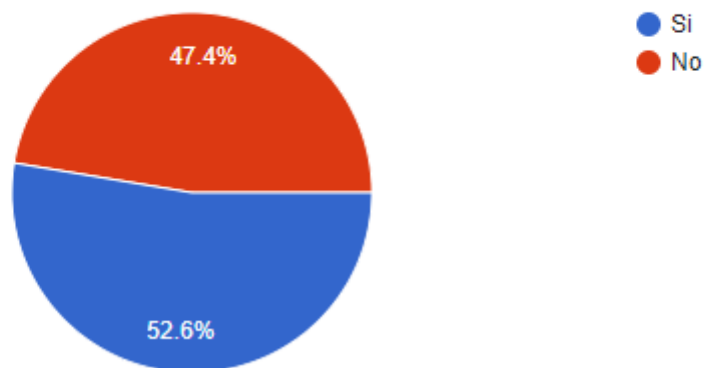


Acá podemos evidenciar que hay un mínimo consumo de mantequilla por parte de las personas.

También evidenciamos que el público consume mantequilla con alta frecuencia.

12. ¿Conoces las propiedades de este producto?

38 respuestas



El público ha mencionado que conoce las propiedades de este producto.

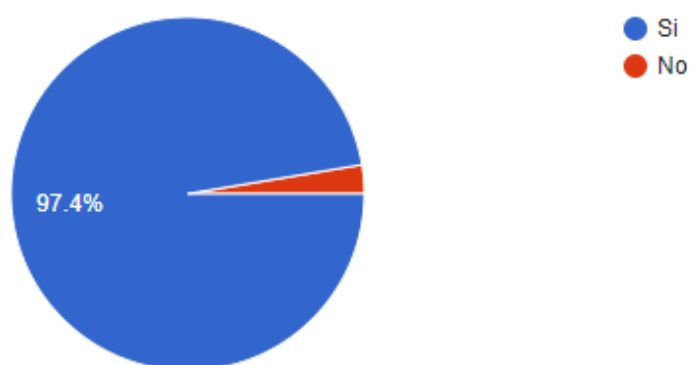
Análisis.

Por medio de esta encuesta buscamos validar las cualidades sobresalientes y las falencias de este producto para mejorar, como también validar que tanto privilegio tenemos esto con el fin de tener éxito con el proyecto, se busca crecer en el mercado.

Con esta pregunta podemos afirmar que un 97.4% del público está dispuesto a conocer de la Nutritiva.

2. ¿Te gustaría probarlo?

38 respuestas



Podemos concluir que el 97.4% de las personas estan dispuestos a probar el producto.

20. Lecciones aprendidas y recomendaciones.

Durante este proceso se aprendió a conocer información desconocida, a trabajar en equipo, experimentar en todas las áreas de cada ciclo, validar cada pregunta y respuesta buscando coherencia y objetividad esto con el fin de lograr lo que ahora es este proyecto.

Se logra crear una idea de negocio con todos sus puntos de vista tanto buenos como malo, esto con la idea de llevar al mercado un producto que logre expectativas nuevas.

21. Conclusiones.

Uno de los principales objetivos del proyecto es buscar impactar el mercado nacional convirtiéndose en un producto esencial en la canasta familiar, sobre todo cuando este producto es nuevo.

Se busca establecer y revisar todos los requisitos establecidos esto con el fin de no incurrir en faltas graves u otras que afecten la idea de negocio a futuro.

Realizar un poco más de profundización en el mercado esto para validar y concretar la idea de negocio con mas seguridad.

BIBLIOGRAFIA Y ANEXOS

<https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>

<https://www.colombiaproductiva.com/ptp-servicios/ptp-proyectos/alianza-el-agro-exporta/asistencia-tecnica-gremial/asobufalos>

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/indice-de-produccion-industrial-ipi>

<https://www.sic.gov.co/entidades-sector-comercio-industria-y-turismo>

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrim20_produccion_y_gasto.pdf

<https://colaborativo.net/todo/emprendimiento-y-negocios/ventajas-de-la-tecnologia-en-la-industria/>

http://www.eurosur.org/medio_ambiente

<https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-2674-de-2013/>

<https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/02-2019-auxilio-gritan-cabezas-de-familia>

<https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>

<https://hsbnoticias.com/noticias/econom%C3%ADa/sigra-lanzo-producto-de-consumo-masivo-y-espera-superar-el-c-602341#:~>