

**CREACIÓN DE EMPRESA 2 - MODELOS DE INNOVACIÓN**

**GRUPO 50101**

**YOGURT MIX**

**ENTREGA FINAL**

**MÓNICA MARÍA BERROCAL LÓPEZ**

**MANUEL EDUARDO ROSERO RODRÍGUEZ**

**NUBIA BENAVIDES MORENO**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**(CON)**

**PROGRAMAS DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTADURÍA PÚBLICA**

**2020**

## **COMPROMISOS DEL AUTOR DEBE CONTENER**

Nosotros:

**MÓNICA MARÍA BERROCAL LÓPEZ - C.C 1027965427**

**MANUEL EDUARDO ROSERO RODRÍGUEZ – C.C 1016016550**

**NUBIA BENAVIDES MORENO – C.C 1016057448**

Estudiantes del programa (Nombre) declaramos 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 ya cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas. Firma

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo central del presente plan de negocio se basó, específicamente, en elaborar un proyecto productivo para la creación de una empresa productora de yogurt; para ello, en primer lugar, se analizó la viabilidad en cuanto a la aceptación que tendrá nuestro producto en el grupo objetivo en el cual nos vamos a basar y de igual manera en la competencia directa que se encuentra en el mercado actual; en segundo lugar, se evaluó la viabilidad financiera de la distribución de yogures en la comunidad de Carmen de Carupa y alrededores ya que las empresas lácteas no manejan dentro de sus líneas de producción el yogurt de maracuyá por lo que es un producto nuevo; y, finalmente, se realizó un análisis de mercado que permita la evaluación del potencial del producto en el mercados objetivos. Para desarrollar esta propuesta, esta investigación está dividida en diferentes módulos, en los cuales se hace una descripción general del producto, se realiza una investigación de mercado, se desarrolla una plataforma estratégica, una estrategia de mercado, identificación de la necesidad y problema, propuesta de valor, innovación sostenible y, finalmente, se hace un análisis financiero.

## INTRODUCCIÓN

Nuestro proyecto tiene propósito la creación de una micro empresa procesadora y comercializadora de yogurt que se identificara con el nombre de “YOGURT-MIX “. Nuestra empresa desarrollara un producto innovador es el Yogurt de Maracuyá y frutas cítricas, teniendo como plus adicional mayor cantidad de vitaminas que los demás yogures del mercado.

El yogurt de maracuyá es un producto lácteo fermentado elaborado a partir de leche de vaca con sabor natural a maracuyá. Este producto además de tener un sabor delicioso tiene un aporte nutricional excelente principalmente de vitaminas (5,37 gr), minerales (4,3 gr), y calorías (234 gr), lo que hace un producto indicado para aquellos niños en crecimiento y personas con deficiencia nutricional.

## 1. IDEA DEL NEGOCIO

<b>PRODUCTO</b>	El yogurt de maracuyá es un producto lácteo de consistencia generalmente cremosa que se obtiene a partir de la fermentación de la leche. El yogurt de maracuyá es característico por su sabor agridulce, su color amarillo claro y por sus altos aportes nutricionales principalmente calcio (5.3gr), calorías (61.40kcal), fibra (3.56gr) y vitaminas (3.65gr).
<b>GRUPO OBJETIVO</b>	El mercado potencial para la empresa productora y comercializadora de lácteos “YOGURT-MIX “., son aquellas personas que además de desear el producto se encuentran entre los 18 y 50 años, tolerantes a la lactosa y sin problemas diabéticos, tolerantes a los ácidos de diversas frutas cítricas como naranja, limón, mandarina y otras como maracuyá.
<b>NECESIDAD</b>	El yogurt “YOGURT-MIX “. satisface la necesidad fisiológica de encontrar algo rico y saludable que pueda saciar su sed además de alimentarse e ingerir vitaminas nutricionales en un solo producto. El consumo del yogurt en nuestra alimentación diaria trae grandes beneficios para nuestra salud es una fuente rica en calcio proteínas aporta cepas de bacterias pro bióticas beneficiosas para la flora intestinal Además alivia la retención de líquidos estreñimiento.
<b>¿CÓMO?</b>	Como un complemento en el desayuno y ayuda para personas con tránsito intestinal lento. Por su calidad en los procesos y presentación del producto.

<b>¿PORQUÉ LO PREFERIRAN?</b>	Por sus beneficios que este les brinda al ser consumido a diferencia de la competencia, ya que es un yogurt más completo que los normales al estar elaborado con cultivos pro bióticos y fibras que ayudan a regular la digestión diariamente de una manera rica y nutritiva.
-----------------------------------	---

## 2. MODELO DE NEGOCIO

### Segmento

El mercado potencial para la empresa productora y comercializadora de lácteos YOGURT-MIX, son aquellas personas que además de desear el producto se encuentran entre los 18 y 50 años, tolerantes a la lactosa y sin problemas diabéticos, tolerantes a los ácidos de diversas frutas cítricas como naranja, limón, mandarina y otras como maracuyá. Productos más demandados en el mercado relacionados a la idea de negocio: Colombia se ha posicionado como el cuarto productor de leche con un volumen aproximado de 6.500 millones de toneladas por año, superado sólo por Brasil,

México y Argentina. A nivel mundial, Colombia ocupa una posición privilegiada al Ubicarse en el lugar número 151 dentro del ranking total de productores. Ahora bien, enfocándonos en el proyecto del yogurt de maracuyá, en el municipio y sus alrededores los productos más demandados para la región el producto lácteo es bastante demandado, de la misma manera que el municipio de Carmen de Carupa pertenece a la provincia de Ubaté, donde Ubaté es conocido como la capital lechera de Colombia.

El consumo de leche UHT (Ultra pasteurizada) y quesos, ha aumentado continuamente en los últimos cinco años. El más reciente informe del Ministerio de Agricultura demuestra que para el sector de las leches líquidas, el tipo UHT es la más rentable. Su crecimiento anual es de 8,1%, pasando de 529,6 millones de litros en 2011 a 781,5 millones de litros consumidos en 2016. Esta es una cifra que contrasta con el tipo pasteurizada que ha reportado una disminución en el consumo de 8,4% anual.

Sin embargo, la leche entera sigue siendo la reina del mercado. En el tipo UHT, hay un consumo de 70%, no obstante, las ventas las sigue liderando las pasteurizadas.

Derivados de la leche

Los quesos han tenido un crecimiento en el consumo de 2,1% anual, pasando de 45.000 toneladas consumidas en 2011 a 50.100 toneladas en 2016. Con un aumento constante y un consumo per cápita de cuatro kilos, son productos que tienen un gran potencial. *La información mencionada anteriormente fue tomada del siguiente link*

<https://www.laopinion.com.co/economia/colombianos-en-el-segundo-lugar-del-consumo-de-lacteos-127691#OP>.

El segmento del mercado se expresa gráficamente a la parte de la población que se le va a distribuir el producto. La cual corresponde al 83 % del total de la población.

### **Debe Resolver Problemas O Satisfacer Necesidades**

Nuestra propuesta de valor se basa principalmente en que en la comunidad de Carmen de Carupa y alrededores, las empresas lácteas no manejan dentro de sus líneas de producción el yogurt de maracuyá por lo que es un producto nuevo, adicionalmente se busca cambiar y mejorar la economía del municipio donde uno de sus sectores económicos más importantes es la ganadería.

Para lograr que el yogurt de maracuyá sea comercializado satisfactoriamente es necesario tener en cuenta lo siguiente:

- Elaborar el producto manteniendo todas las normas de seguridad y sanidad exigidas por el INVIMA y todos los entes reguladores.
- Hacer publicidad del producto.

- Darle a comunidad una degustación del producto.
- Producir tamaños agradables para los niños.
- Vender el producto puerta a puerta.

### Arquitectura Del Servicio

- Dentro de la mano de obra requerida se encuentran los cargos indicados a continuación.
- **Gerente:** Maneja los recursos operativos y comerciales para que la empresa funcione y prospere.
- **Auxiliar:** Calcula costo de materiales y otros desembolsos con base en cotizaciones y listas de precios.
- **Contador:** Se encarga de administrar el capital de la empresa, así como los ingresos y egresos.
- **Tesorero:** Persona encargada de custodiar el dinero y tiene una facultad de gastarlo de acuerdo al presupuesto.
- **Área de producción:** Es la función principal, la transformación de insumos y recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital).
- **Ventas:** Promover la compra del producto a los diferentes y múltiples consumidores.
- **Calidad:** Lograr la excelencia del producto de la empresa y de sus trabajadores.
- **Operarios:** Personas que se dedican a hacer el trabajo de tipo manual.
- **Auxiliares de producción:** Son personas encargadas de ayudar en la producción del producto.

- **Coordinador de talento humano:** Persona encargada de que las personas estén bien, es decir, que tengan su dotación completa y su identificación sea visible dentro de la empresa.
- **Servicios generales:** Son las personas encargadas de mantener la empresa limpia y organizada.
- **Celador:** Es la persona encargada de la seguridad de la empresa verificando que solo ingresen el personal autorizado.
- **Conductor:** Persona encargada de transportar a los diversos establecimientos los productos de la empresa.

## Costo Y Precio

YOGURT DE MARACUYA						
COSTOS DE PRODUCCION						
PRODUCTO			Yogurt de Maracuya			
UNIDADES					12	
GRAMOS					2604 g	
FECHA	DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL(\$)
	MATERIAS PRIMAS	3087	g	Leche	\$ 0,87	\$ 2.685,69
		400	g	Azucar	\$ 2,40	\$ 960,00
		500	g	Maracuya	\$ 3,00	\$ 1.500,00
		5	g	Cultivo Lactico	\$ 0,50	\$ 2,50
	subtotal					\$ 5.148,19
	INSUMOS	3	g	Colorante	\$ 16,00	\$ 48,00
		12	unidad	Etiqueta	\$ 150,00	\$ 1.800,00
		12	unidad	Envase	\$ 250,00	\$ 3.000,00
	subtotal					\$ 4.848,00
	SERVICIOS PUBLICOS	80	cm	Gas	\$ 2,50	\$ 200,00
		10000	ml	Agua	\$ 0,03	\$ 300,00
		1.24	kwh	Luz	\$ 379,00	\$ 500,00
	subtotal					\$ 500,00
	MANO DE OBRA	100	mnt	Trabajo	\$ 41,66	\$ 4.166,66
	TOTAL GASTOS					\$ 14.662,85
	COSTO POR UNIDAD					\$ 1.221,90
	COSTO POR UNIDAD				\$ 1.221,90	
	PRECIO DE VENTA(\$)				\$ 2.688,19	
	TOTAL DE VENTA(\$)				\$ 32.258,27	
	UTILIDAD TOTAL(\$)				\$ 17.595,42	

## **Mecanismos De Entrega**

Para lograr que el yogurt de maracuyá sea comercializado satisfactoriamente es necesario tener en cuenta lo siguiente:

- Elaborar el producto
- Hacer publicidad del producto
- Darle a la comunidad una degustación del producto
- Obsequiar el producto a los niños con pequeños juguetes
- Entregar el producto a domicilio
- Para poner el producto en el mercado se diseñan las siguientes estrategias
- Ofrecer el producto en época de navidad
- Darlo a conocer en festivales, ferias y fiestas del municipio
- Dar degustación en los días de mercado
- Ofrecer el producto con incentivos a las personas para se sientan comprometidas y lo compren
- Incentivar a la hora de comprar como si compras 4 llevas 5
- Crear publicidad en las redes sociales que atraiga a los jóvenes a consumir el producto y así de esta forma hacer pedidos en internet lo cual facilita su pronta entrega.

## **Ganancias Esperadas**

La microempresa busca dar el máximo provecho transformando la materia prima en un producto terminado esto hará que el consumo de la leche aumente en la población al igual que su precio y

su demanda así mismo, se convierte en un beneficio para los productores lecheros quienes aumentarían sus ingresos y mejorarían la calidad de vida de los habitantes de Carmen de Carupa.

La mayoría de la población desea consumir el producto en bolsa, esto es bueno para la empresa ya que al comercializar el yogurt en bolsa resulta mucho más económico, aumentando las ganancias de la empresa.

## **Recursos**

Debido a esto se quiere implementar una microempresa que genere empleo fijo y ofrezca a sus trabajadores las garantías necesarias, disminuyendo drásticamente el desempleo en la región.

Carmen de Carupa cuenta con una extensión territorial de 227.55km<sup>2</sup> las cuales 150.3km<sup>2</sup> esta dedicadas a la crianza del ganado lechero con una producción de 15.250 litros de leche que es entregada a intermediarios. La producción de yogurt de maracuyá busca dar un valor agregado a la leche del municipio, aprovechando al máximo este recurso.

La microempresa “YOGURT-MIX” usa como principal la materia prima para la elaboración de sus productos la leche. En los últimos tiempos la leche a disminuido su demanda y su valor debido a que la población quiere adquirirla a un precio mucho más bajo sin importar los aportes nutricionales, prefieren la leche procesada, es decir, aquella a la que le han reducido sus sólidos totales por adición de agua.

La microempresa busca dar el máximo provecho transformando la materia prima en un producto terminado, esto hará que el consumo de leche aumente en la población al igual que su precio y su demanda, se convierte en un beneficio para los productores lecheros quienes aumentarían sus ingresos y mejorarían la calidad de vida de los habitantes de Carmen de Carupa.

## **Fidelidad**

La población de Carmen de Carupa consume en mayor proporción el yogurt que otros productos esto es de gran provecho para comercializarlo, aprovechando que la población deseara probar un nuevo sabor como lo es el maracuyá.

La mayoría de las personas compran sus productos lácteos en supermercados y locales, esto quiere decir que para que el producto yogurt de maracuyá aumente su comercialización debe ser llevado a los supermercados, ya que al ser comercializados allí las personas tienen una mayor seguridad que es de buena calidad.

Las personas del municipio lo que más tienen en cuenta a la hora de comprar un producto lácteo es la economía para su bolsillo, lo que indica que para aumentar nuestras ventas se debe disminuir en lo posible el costo de producción y ofrecerlo a un precio más bajo.

## **Cadena**

Las personas prefieren de marcas ALPINA, y ALQUERÍA la empresa podrá hacer contratos con estas empresas para que compren una cantidad de yogurt y así aumentar la popularidad del mismo.

## **2.1.¿CUÁL ES SU MODELO DE VENTA POR INTERNET?**

### **Peer To Peer**

Una conexión que permite el intercambio de archivos entre computadores sin que medie la acción de un tercero. Este modelo de red aplicado a los negocios permite la comercialización directa de productos y servicios: cliente-comprador, usando la tecnología como plataforma de intermediación.

La empresa eMarketer predijo que para 2021 el valor de transacción de pagos, en Estados Unidos, usando el modelo peer to peer será de 240.000 millones de dólares. Aunque la banca es uno de los sectores que ha adoptado este modelo, los emprendedores y desarrolladores han hecho el trabajo de expandirse a nuevos escenarios.

Compras P2P. El e-commerce es el mejor ejemplo de P2P, la relación que establecen los vendedores con los clientes es directa, al menos, esto sucede en plataformas como: Mercado Libre, Amazon, eBay, Alibaba.

Este modelo crece exponencialmente. En 2017, solo Amazon registró una utilidad neta de 2.371 millones de dólares, cuatro veces más que en 2015.

### **¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

Productos más económicos porque el precio baja debido a la ausencia de intermediarios.

**¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por internet escogido?**

Se podría atraer más clientes debido a la plataforma que se maneja para los pedidos con mayor facilidad, ahorrando tiempo y desplazamientos; De gran ayuda que los clientes que tengan una opción de no salir de sus lugares de confort y logren adquirir el producto a domicilio, en las diferentes tiendas o distribuciones realizadas.

**¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?**

El cierre de la venta se manejará de forma manual al momento que el cliente confirme el producto y cantidad que desea.

Se podría implementar la opción de pago con tarjeta de crédito cuando los compas sean mayores a 3 docenas del producto.

### 3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

	<b>AGUA</b>	<b>ENERGÍA</b>	<b>MATERIAS PRIMAS</b>	<b>EMISIONES</b>	<b>RESIDUOS</b>
ENVASE BIODEGRADABLE ELABORADO CON EXTRACTO DE MAIZ CON LA COMBINACIÓN DE MICROORGANISMOS.		En la elaboración del producto se ahorrará energía esto debido a la implementación eléctrica que tiene las instalaciones donde se elabora.	La materia prima para este envase será extraer el almidón de maíz, con una implementación de microorganismo que ayuda a crear un ácido láctico que después de una	No, no hemos medido nuestra emisión de carbono pues no contamos con el personal todavía para poder llegar a sumir esa responsabilidad con el medio ambiente, pero aun así nuestro	Nosotros hacemos campaña de reciclar los envases así sean biodegradables la idea es que no genere una contaminación pues este producto tiene lácteo si no se

			transformación queda el envase completo. Este será comprado a una empresa dedicada a elaborar este producto.	producto es muy artesanal y hacemos todo el esfuerzo que se saludable.	mantiene una buena higiene puede generar algún tipo de inconveniente.
--	--	--	--	---	---

### **3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

El presente proyecto se realiza con el fin de mejorar la actividad económica del municipio ya que según el DANE un (%) de la población del municipio no cuenta con empleo fijo, esta problemática se genera debido a que las únicas fuentes de empleo legalmente establecidas son las empresas mineras, lo que hace que la gran mayoría de trabajos sean temporales y no proporcionan las garantías que aseguren la integridad física y psicológica.

Debido a esto se quiere implementar una microempresa que genere empleo fijo y ofrezca a sus trabajadores las garantías necesarias, disminuyendo drásticamente el desempleo en la región.

Carmen de Carupa cuenta con una extensión territorial de 227.55km<sup>2</sup> las cuales 150.3km<sup>2</sup> esta dedicadas a la crianza del ganado lechero con una producción de 15.250 litros de leche que es entregada a intermediarios. La producción de yogurt de maracuyá busca dar un valor agregado a la leche del municipio, aprovechando al máximo este recurso.

La microempresa “YOGURT-MIX” usa como principal la materia prima para la elaboración de sus productos la leche. En los últimos tiempos la leche a disminuido su demanda y su valor debido a que la población quiere adquirirla a un precio mucho más bajo sin importar los aportes nutricionales, prefieren la leche procesada, es decir, aquella a la que le han reducido sus solidos totales por adición de agua.

La microempresa busca dar el máximo provecho transformando la materia prima en un producto terminado, esto hará que el consumo de leche aumente en la población al igual que su precio y su demanda, se convierte en un beneficio para los productores lecheros quienes aumentaran sus ingresos y mejoraran la calidad de vida de los habitantes de Carmen de Carupa.

### 3.2 ANÁLISIS PESTEL

Aspectos Políticos	Aspectos Económicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislación laboral (derechos y deberes del personal de trabajo).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuente generadora de empleo en la región</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribución con el medio ambiente (secretaria agricultura medio ambiente y desarrollo rural).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de temperaturas fuertes afectando la producción de la fruta e incrementando el valor de estos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obligación tributaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daños en las vías alza de los insumos y transporte del producto terminado para ser distribuido.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prohibición de platicos de un solo uso (empaque del producto).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca competencia en la región.</li> </ul>

- Acuerdos comerciales con las demás regiones.

- Incremento en precios de combustible para la distribución del producto final.

### **Tecnológico**

### **Socio- cultural**

- Sistematizar los sistemas operativos para obtener un producto de excelente calidad optimizando los recursos de la empresa.
- Permanecer en desarrollo constante de las nuevas herramientas y maquinaria de producción que permitan permanecer en el mercado competitivo frente al cambio que este pueda traer.
- Mantenimiento preventivo, prolongando la vida útil de la maquinaria.

- Realizar estudios de la población periódicamente para poder determinar las nuevas tendencias que se van originando en la población, determinando el estilo de los consumidores

### **Ecológico**

### **Legal**

- Contaminación

- Registro ante la cámara de comercio

- Cambio climático
- Protección del medio ambiente
- Aplicar y contribuir con proyectos de reciclaje.

### **3.3 FUERZAS DE PORTER**

#### **Plan De Negociación De Los Clientes**

Se tiene en cuenta que la competencia del producto ofrece variedades y con semejanzas al nuestro, pero para poder cumplir con la primera fuerza de Porter, se tienen diferentes estrategias para que el yogurt de maracuyá sea reconocido en el municipio de Carmen de Carupa (Cundinamarca), ya que el yogurt se elaborara con un buen porcentaje de leche de la región, el cual obtendrá una gran cantidad de nutrientes y poder lograr que la leche vuelva a tener una buena demanda.

#### **Poder De Negociación De Los Proveedores**

De acuerdo con lo investigado Carmen de Carupa (Cundinamarca) es un municipio donde un porcentaje de la actividad económica es obtenido de la leche, el producto primero va a ser reconocido en esta región, donde obtendremos un buen poder de negociación con los

proveedores y se tendrá un buen éxito, ya que estos apoyaran el sector lechero y ellos nos ayudaran a que el yogurt de maracuyá sea reconocido en los otros municipios.

### **Amenaza De Nuevos Competidores Entrantes**

Esta región es lechera no sería extraño que hallemos nuevos competidores, que tengan más sabores o referencias y la amenaza sea más grande, pero nosotros contamos con proveedores de primera mano y el producto es de la mejor calidad, porque el yogurt de maracuyá es 100% natural.

### **Amenaza De Productos Sustitutos**

En la investigación que se hizo en ningún establecimiento expenden yogures de maracuyá, se tiene en cuenta que los hay de otros sabores, pero si hubiera una amenaza no nos rendiríamos, aplicaremos el marketing mix y demás estrategias de mercado.

### **Rivalidad Entre Los Competidores**

Tendremos en cuenta que hay competencias que buscan la manera de ver el decrecimiento de la empresa para ellos ser los líderes y que obtengan el reconocimiento. Pero ante ese caso nuestra empresa buscara la forma de saber en qué estamos fallando y corregirla de inmediato, encontrando el punto débil de la competencia, investigando que lo está haciendo más reconocido que nuestro producto de la manera más honesta posible.

## **Análisis Del Sector Económico**

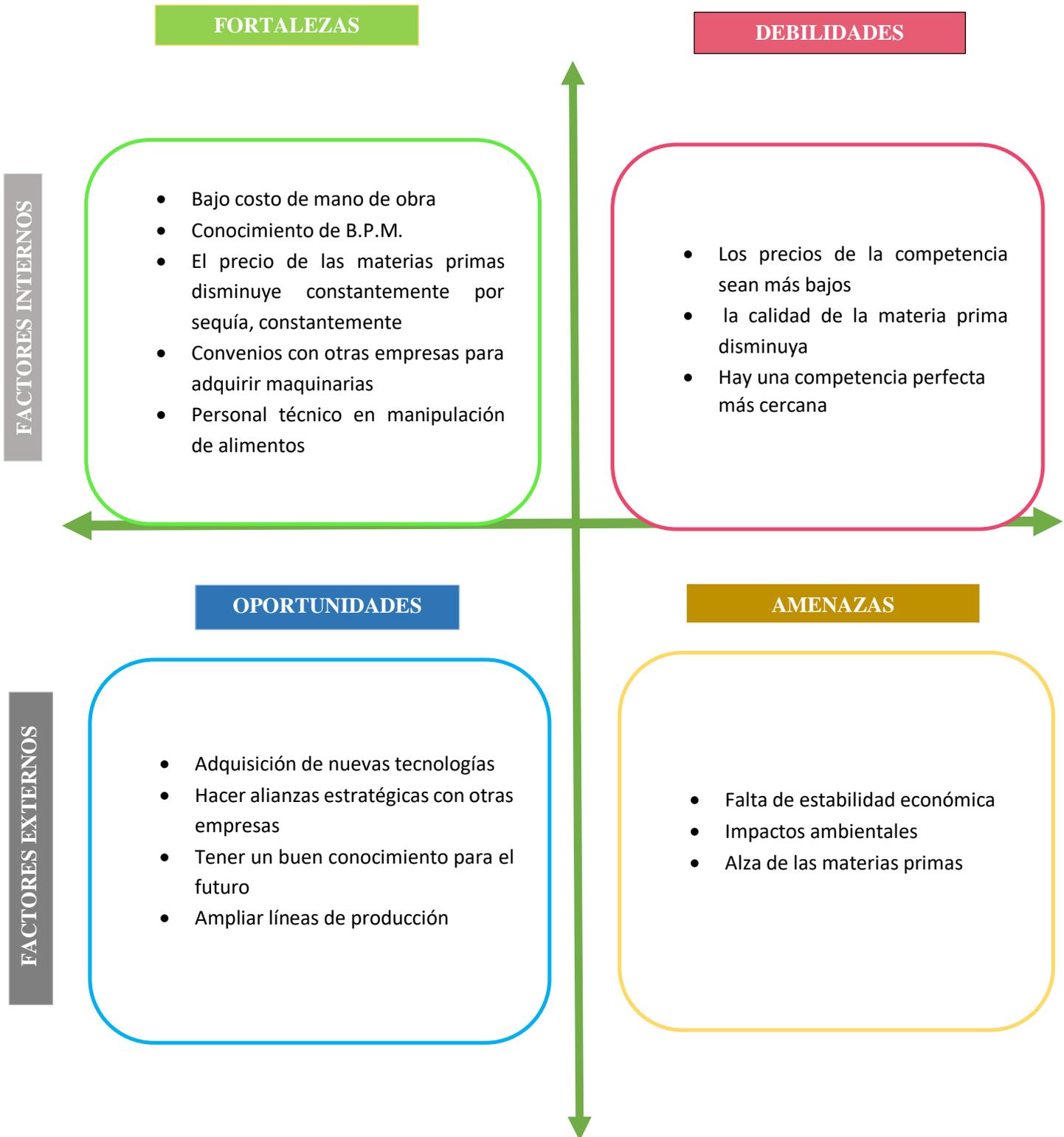
### **Competencia Directa O Indirecta**

**Indirecta:** Para el producto la competencia indirecta son las empresas lecheras ubicadas en el municipio de Ubaté (Cundinamarca) entre ellas Doña Leche, Algarra, Hato Leche etc. Son competencia indirecta ya que las empresas más reconocidas de la provincia a la fecha no han sacado una línea de producción bajo el sabor de maracuyá.

Adicional la competencia indirecta de la empresa son el yogurt, el kumis, el bon-yurt, los cuchariables, pues son los más similares al yogurt de maracuyá.

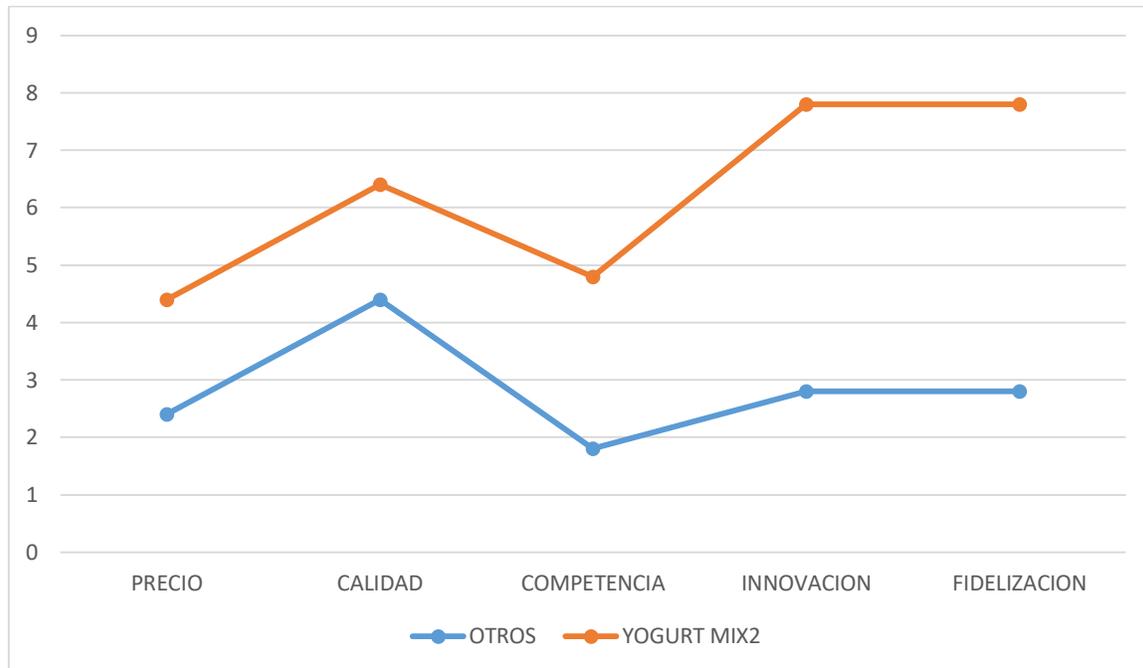
**Directa:** La competencia directa del producto son los establecimientos que distribuyen el yogurt, la ventaja de la empresa es que al distribuir yogurt de maracuyá el cual es innovador y que ninguna otra empresa distribuye, aumentamos las posibilidades de crecer y permanecer en el mercado.

### 3.4. MATRIZ DOFA



## 4. ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL

### Análisis De La Curva Del Valor Del Producto



### 4.1 MATRIZ ERIC

Reducir	Crear
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gatos en equipos especializados.</li> <li>Tiempos de producción del yogurt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevos envases que ayuden con el medio ambiente.</li> <li>Otros derivados lácteos que no tenga lactosa.</li> </ul>

<b>Eliminar</b>	<b>Incrementar</b>
<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="386 296 768 401">• Lema de venta por un más incluyente e innovador.</li><li data-bbox="386 443 768 621">• Publicidad física como volantes, tarjetas, folletos, afiches entre otros.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="971 296 1344 401">• Campañas de cuidado del medio ambiente.</li><li data-bbox="971 443 1377 621">• Personal especializado en el manejo de productos lácteos.</li><li data-bbox="971 663 1295 699">• Uso de redes sociales.</li></ul>

## 5. MARKETING MIX

### Elaboración Del Producto

El yogurt de maracuyá es un producto lácteo fermentado, elaborado a partir de la leche de la vaca con sabor natural a maracuyá. Este producto además de tener un sabor delicioso tiene un aporte nutricional excelente, principalmente de vitaminas (5.37gr), minerales (4.3gr) y calorías (234gr). Lo que hace un producto indicado para aquellos niños en crecimiento y personas con deficiencia nutricional.

La empresa Yogurt Mix. Se dedica a la producción, almacenamiento, distribución y comercialización de productos lácteos con diferentes líneas de producción como: principalmente yogurt de maracuyá, avena saborizada, kumis. Utilizando una buena maquinaria industrial y teniendo en cuenta las buenas prácticas de manufactura y la legislación vigente.

### Ciclo De Vida Del Producto

- Nacimiento
- Desarrollo
- Madurez
- Muerte

Todo producto existente en el mercado posee estas cuatro etapas, para nuestro producto estamos en etapa de nacimiento, ya que estamos dando a conocer la idea.

## Ficha Técnica Del Producto O Servicio

A. Yogurt de maracuyá.
<p>B. Composición.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calorías: 61,40 kcal.</li> <li>- Grasa: 2,60 g.</li> <li>- Carbohidratos: 5,50 g.</li> <li>- Azúcares: 5,50 g.</li> <li>- Proteínas: 3,96 g.</li> <li>- Humedad:75 gr</li> <li>- Minerales:2.93 gr</li> <li>- Vitaminas:3.65gr</li> </ul>
<p>C. El yogurt de maracuyá es producto lácteo de consistencia generalmente cremosa que se obtiene a partir de la fermentación de la leche. El yogurt de maracuyá es característico por su sabor agridulce, su color amarillo claro y por sus altos aportes nutricionales principalmente calcio (5.3gr), calorías (61.40kcal),fibra (3.56gr) y vitaminas (3.65gr).</p>
D. Envases de polipropileno de 240 gr
E. Envases de polipropileno de 240 gr
F. Refrigeración: 2-4°c
G. 8 días a en refrigeración
<p>H. Verificar que las fechas de vencimiento sean vigentes</p> <p>Asegurarse de que las características organolépticas sean las correctas</p>

Revisar los envases y verificar que se encuentran en perfectas condiciones sin perforaciones o demás defectos
Consumir en el menor tiempo posible después de abierto el empaque
ELABORÓ
REVISÓ
APROBÓ

### **Marca del Producto**

La marca representa las percepciones y los sentimientos de los consumidores acerca de un producto y su desempeño, es decir, todo lo que el producto o servicio significa para los consumidores. “la marca es lo que dice de ti cuando no estas presente” ten en cuenta las cuatro dimensiones con las que se mide una marca a partir de la percepción de los consumidores:

- Diferenciación – lo que hace que la marca se destaque
- Relevancia – si los consumidores piensan en cubrir sus necesidades
- Conocimiento – cuanto saben los consumidores de la marca
- Estima – la consideración y el respeto que tienen los consumidores de la marca

### **Portafolio de Productos o Servicios**

Somos una microempresa productora y comercializadora de productos lácteos con diferentes líneas de producción en el municipio de Carmen de Carupa, con el fin de aprovechar la producción lechera y contribuir el desarrollo económico del municipio, donde

se iniciara con la producción de nuestro producto principal ya mencionado que es el yogurt de maracuyá, de la misma manera se busca en un futuro implementar nuevas líneas de producción.

Las líneas de producción proyectadas son:

- Yogurt de maracuyá
- Kumis
- Avena saborizada

### **Estrategias de Precio**

Consultar las tarifas de la competencia, definiendo la estrategia de precio más conveniente para la idea de negocio. Teniendo en cuenta lo siguiente:

- Fijación de precios basados en los costos
- Fijación de precios por valor agregado
- Fijación de precios basados en la competencia
- Fijación de precios en diferentes tipos de mercados, entre otros...
- Formato Precio Unitario Producto.

<b>FECHA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
15/05/2020	Leche	L t	40	\$800	\$32000
15/05/2020	C. Láctico	Gr	100	\$20	\$2000

15/05/2020	Maracuyá	Gr	600	\$25	\$15000
15/05/2020	Etiqueta	Unidad	100	\$250	\$25000
15/05/2020	Envase	Unidad	100	\$300	\$30000
15/05/2020	Colorante	Gr	20	\$50	\$1000
				Valor total	\$10.5000
				Valor uni	\$1.050

Teniendo en cuenta los tipos de precios:

- Precio Premium
- Precio de penetración
- Precio de descreme
- Precio psicológico
- Precio de paquete
- Precios geográficos

### **Estrategias de Distribución**

Para lograr que el yogurt de maracuyá sea comercializado satisfactoriamente es necesario tener en cuenta lo siguiente:

- Elaborar el producto
- Hacer publicidad del producto
- Darle a la comunidad una degustación del producto
- Obsequiar el producto a los niños con pequeños juguetes

- Entregar el producto a domicilio

Para poner el producto en el mercado se diseñan las siguientes estrategias

- Ofrecer el producto en época de navidad
- Darlo a conocer en festivales, ferias y fiestas del municipio
- Dar degustación en los días de mercado
- Ofrecer el producto con incentivos a las personas para se sientan comprometidas y lo compren
- Incentivar a la hora de comprar como si compras 4 llevas 5
- Crear publicidad en las redes sociales que atraiga a los jóvenes a consumir el producto y así de esta forma hacer pedidos en internet lo cual facilita su pronta entrega.

### **Estrategias de comunicación**

Para dar a conocer el producto en el mercado se cuenta con los siguientes medios de comunicación:

**Radio:** Este es un medio muy útil, ya que la comunidad de Carmen de Carupa escucha la emisora frecuentemente en horas de la mañana en la que transmiten “el mañanero” y en la tarde el programa “furia norteña”, en estas horas se transmitirá las cuñas radiales promocionando el yogurt de maracuyá.

**Volantes:** Este medio es muy eficaz ya que se dispersan muy fácilmente en este se plasmará la información suficiente como teléfono, dirección y demás para quienes quieran conocer y probar el producto.

**Comerciales Por Televisión:** El canal comunitario de Carmen de Carupa se podrá transmitir un video o comercial sobre el yogurt de maracuyá en el que se darán a conocer todas las características físicas y químicas propias del yogurt.

**Redes Sociales:** Contamos con una página de Facebook empresarial y contamos con nuestra página en WIX las cuales nos permiten extender la publicidad de nuestros productos.

## 6. DESARROLLO DE MARCA

“Philip Kotler se refiere a las marcas desde el concepto brindado por la American Marketing Association, que las define como “nombre, término, signo, símbolo o diseño o combinación de ellos, cuyo objeto es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores con objeto de diferenciarlo de sus competidores” (Kotler, 2000, p. 487).

“Hoy en día la gente paga para que las cosas tengan significado. En la cultura contemporánea buscamos y encontramos respuestas, no solo a través de los canales tradicionales, como las religiones (y las nuevas religiones) sino y también en otros espacios como pueden ser los grupos de rock, las hermandades de mujeres, las empresas y las marcas”. (Atkin, 2008, p. 119)

“La marca se volvió la palanca de la estrategia y la organizadora de los esfuerzos de la compañía en el mercado. Una marca exitosa cambia la curva de demanda hacia la izquierda, con lo cual permite que la compañía venda más por el mismo precio o que cobre más por la misma cantidad” (Kotler, 2012, p. 89).



El diseño de la marca de nuestro proyecto Yogurt Mix, permite diferenciar nuestro producto de otras marcas y logotipos de la competencia las cuales sin Alpina, Algarra, Colanta, entre otras, correspondientes a diferentes empresas de yogures; Nuestro logotipo genera empatía, confianza, se logra identificar ante los demás y sobresale por sus llamativos colores y diseño de un animal alegre y simpático.

A continuación identificaremos la matriz de desarrollo que nos permite tener en cuenta algunos pasos para el diseño de la marca:

### Matriz De Desarrollo De Marca

<b>MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA</b>		
<b>Nombre de la idea:</b>		<b>Yogurt Mix</b>
<b>PASOS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>RESULTADOS</b>
<b>Diagnóstico del mercado</b>	Identificación del sector	El yogurt es una línea de negocio que mueve cerca de 470 millones de dólares y facturará 602 millones de dólares en 2023. Sus principales líderes son Alpina, Yogo Yogo y Bonyurt, con participaciones de 18.1%, 17.8% y 14.4%, respectivamente. El mercado potencial para la empresa productora y comercializadora de lácteos YOGURT-MIX, son aquellas personas que además de desear el producto se encuentran entre los 18 y 50 años, tolerantes a la lactosa y sin problemas diabéticos, tolerantes a los

	<p>ácidos de diversas frutas cítricas como naranja, limón, mandarina y otras como maracuyá.</p>
<p>Identificar marcas en competencia</p>	<p>Los principales competidores son las empresas que brindan un producto elaborado de manera artesanal, como casas naturistas, empresas familiares que promocionan el producto en los diferentes mercados, ferias que se encuentran en el sector; los competidores indirectos son las grandes marcas como Colanta, Alpina y competencia de microempresas a nivel de la región, las cuales dominan el mercado con diferentes presentaciones y productos derivados de la leche, mantequilla, queso y por supuesto el yogurt.</p>
<p>Soluciones principales y alternativas</p>	<p>El yogurt “YOGURT-MIX “satisface la necesidad fisiológica de encontrar algo rico y saludable que pueda saciar su sed además de alimentarse e ingerir vitaminas nutricionales en un solo producto. El consumo del yogurt en nuestra alimentación diaria trae grandes beneficios para nuestra salud es una fuente rica en calcio proteínas aporta cepas de bacterias pro bióticas beneficiosas para la flora intestinal Además alivia la retención de líquidos estreñimiento. Como un complemento en el</p>

		<p>desayuno y ayuda para personas con tránsito intestinal lento. Por su calidad en los procesos y presentación del producto.</p>
	Tendencias del mercado	<p>El yogurt de maracuyá es un producto lácteo de consistencia generalmente cremosa que se obtiene a partir de la fermentación de la leche. El yogurt de maracuyá es característico por su sabor agridulce, su color amarillo claro y por sus altos aportes nutricionales principalmente calcio (5.3gr), calorías (61.40kcal), fibra (3.56gr) y vitaminas (3.65gr). Es un complemento en el desayuno y ayuda para personas con tránsito intestinal lento. Por su calidad en los procesos y presentación del producto.</p>
	Arquetipo de la marca	<p>Es un yogurt más completo que los normales al estar elaborado con cultivos pro-bióticos y fibras que ayudan a regular la digestión diariamente de una manera rica y nutritiva.</p>
<b>Realidad psicológica de la marca</b>	Relación de las marcas de la competencia	<p>Competencia Directa O Indirecta</p> <p>Indirecta: Para el producto la competencia indirecta sin las empresas lecheras ubicadas en el municipio de Ubaté (Cundinamarca) entre ellas Doña Leche, Algarra, Hato Leche etc. Son competencia indirecta ya que las empresas más</p>

	<p>reconocidas de la provincia a la fecha no han sacado una línea de producción bajo el sabor de maracuyá.</p> <p>Adicional la competencia indirecta de la empresa son el yogurt, el kumis, el bon-yurt, los cuchariales, pues son los más similares al yogurt de maracuyá.</p> <p>Directa: La competencia directa del producto son los establecimientos que distribuyen el yogurt, la ventaja de la empresa es que al distribuir yogurt de maracuyá el cual es innovador y que ninguna otra empresa distribuye, aumentamos las posibilidades de crecer y permanecer en el mercado.</p>
<p>Identificar variables de neuromarketing</p>	<p>Crear contenido visual para la recordación de marca: El cerebro responde mejor ante imágenes, ya que aumenta la retención de marca en la memoria a largo plazo. Debe tratarse de material gráfico que emocione al usuario y que describa de forma rápida el producto. Incluir testimonios de otros usuarios: Genera confianza, uno de los grandes pilares en los que se basa el comercio electrónico.</p> <p>Marketing sensorial donde jugaremos con los siguientes sentidos: El gusto ya que el sabor de</p>

		<p>nuestro yogurt es único y de esa manera el cliente nos va a reconocer como marca y el de la vista ya que por medio de la publicidad se evidenciara algunas vivencias diarias las cuales se van a recordar con frecuencia.</p>
<p><b>Posicionamiento</b></p>	<p>Identificación del top of mind</p>	<p>Por medio de nuestra estrategia publicitaria se piensa en que las imágenes sean recordadas ya que es un producto que se puede consumir en cualquier momento del día y que de igual manera se estén resaltando los beneficios del producto a comparación de los que presta la competencia. También se mirara la viabilidad de la repetición constante de la publicidad en los medios de comunicación seleccionados para que sean en tiempos y franjas donde haya mayor frecuencia de nuestro grupo objetivo.</p>
	<p>Identificación del top of hear</p>	<p>La publicidad tanto impresa como digital estara basada en vivencias diarias mostrando que el producto se puede consumir en cualquier lugar y hora del día para que así halla un comportamiento netamente emocional ya que cada estrategia está basada en el diario vivir ya sea en el trabajo, colegio o en el hogar.</p>

<p><b>Realidad material de la marca</b></p>	<p>Propuesta de valor</p>	<p>Nuestra propuesta de valor se basa principalmente en que en la comunidad de Carmen de Carupa y alrededores, las empresas lácteas no manejan dentro de sus líneas de producción el yogurt de maracuyá por lo que es un producto nuevo, adicionalmente se busca cambiar y mejorar la economía del municipio donde uno de sus sectores económicos más importantes es la ganadería.</p> <p>Para lograr que el yogurt de maracuyá sea comercializado satisfactoriamente es necesario tener en cuenta lo siguiente: Elaborar el producto manteniendo todas las normas de seguridad y sanidad exigidas por el INVIMA y todos los entes reguladores, hacer publicidad del producto.</p> <p>Darle a comunidad una degustación del producto, producir tamaños agradables para los niños, vender el producto puerta a puerta.</p>
<p><b>Estrategia de comunicación</b></p>	<p>Introducción de la marca en el mercado</p>	<p>Anuncios en la prensa, Pancartas y volantes, Correo electrónico, Tarjetas de presentación de la empresa.</p> <p>Degustaciones en centros comerciales, colegios, supermercados, etc.</p> <p>Todas estas estrategias de difusión, incluirán un slogan publicitario que identificara a Yogurt Mix de</p>

las demás compañías.

En nuestra página Web y redes sociales, se prestara la suficiente información acerca de nuestro producto, eventos, promociones y beneficios que ofrecerá nuestra compañía a los clientes. Los volantes se piensan hacer muy esporádicamente y se manejarán en sectores definidos de la ciudad, sobre todo en lugares cerca de los puntos de venta.

Otro medio publicitario utilizado por Yogurt Mix serán los pendones, pancartas y carteleras, brindando al cliente información. Las tarjetas, van a tener un objetivo muy particular; ya que va a estar dirigidas a los clientes con características comunes, como son estudiantes, universitarios y empresarios, permitiendo de esta manera que en el medio en que se desenvuelve este tipo de clientes, se pueda difundir nuestra marca.

## 7. MARKETING DIGITAL

A continuación expondremos algunos autores y sus definiciones de marketing digital:

Philip Kotler, reconocido como el padre del marketing indica, “es el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.”

Para John A. Howard, en su escrito “El comportamiento del consumidor en la estrategia de marketing” el marketing es “el proceso de Identificar las necesidades del consumidor, Conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de tomar de decisiones en la empresa, Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor, Comunicar dicha conceptualización al consumidor.”

Según Jerome McCarthy, creador del concepto marketing mix, “el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente.”

## **Landing Page**

“Podemos definir una landing page como: una página web preliminar o página de aterrizaje donde queremos destacar algo en especial, ya sea un producto, o alguna novedad o promoción de un producto. Se utilizan para todo lo que es SEM (search engine marketing), más conocido como los anuncios de Google Ads.”

“La gran ventaja que ofrecen las landing pages es la capacidad de dirigir al usuario a un sitio en el que se le provee de la información relevante y necesaria para concretar la compra de un producto o servicio, en vez de a la página web de la empresa. Se utiliza con los avisos de Google (los primeros tres links que aparecen al realizar una búsqueda) ya que al hacer click en estos avisos, Google dirige al usuario a las landing pages, y no al sitio web de la empresa en cuestión, ya que esto puede generar una abundancia de información y como resultado, desconcertar al usuario, logrando que este no adquiera el producto o servicio.”

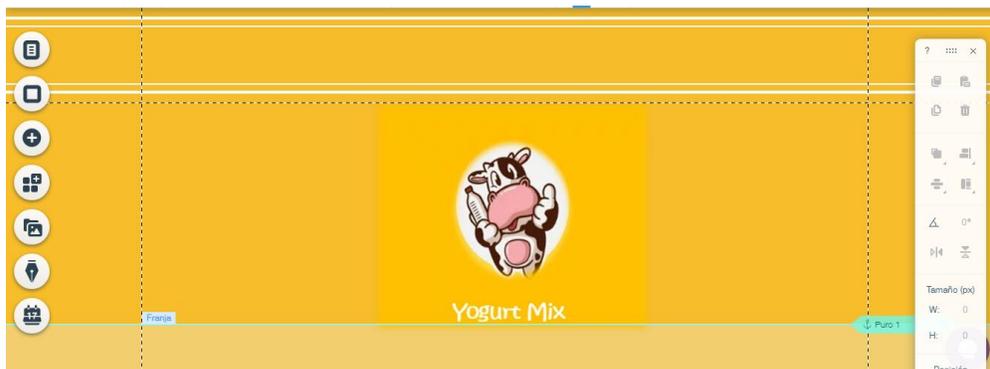
## 7. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

### Wix

Esta página es una herramienta digital muy importante, la cual nos permite crear nuestra propia Landing Page, en este lugar logramos crear nuestra página web, detallando todo con respecto a nuestro proyecto Yogurt Mix y obteniendo mayor contacto con nuestros clientes y brindando mayor información sobre nuestro producto.

<https://nubiabenavides.wixsite.com/misitio>

### Escritorio y móvil



Puro 2



## Propiedades

- La maracuyá es una fruta rica en vitamina C, lo cual permite que sea un gran antioxidante para el organismo, además que fortalece el sistema inmunológico y evita el envejecimiento prematuro.
- También son importantes las semillas y la pulpa del maracuyá ya que contienen buenas cantidades de fibra, por lo que al consumir este nutriente contribuirás al buen funcionamiento de tu sistema digestivo.
- Es uno de los nutrientes que más abunda en el maracuyá. A su vez, si es consumido junto a otros vegetales como el brócoli, se aumenta la cantidad diaria necesaria para el organismo de dicho mineral.
- La maracuyá contiene sustancias llamadas flavonoides que son muy eficaces para proteger el cuerpo de enfermedades cardíacas. Por ello, el consumo de esta fruta ayuda en general la salud del corazón.

Puro 3

Fruta Natural Rico en vitaminas Cuida tu salud



Las funciones de estas vitaminas también convierten a la fruta de la pasión en un alimento antioxidante: reduce el riesgo de enfermedades como las degenerativas, las cardiovasculares e algunos estudios apuntan que puede minimizar el riesgo de padecer un cáncer. Además, se ha visto que su piel tiene un efecto antiinflamatorio cuando se toma como suplemento, según recoge HealthLine.

Su contenido en fibra también es notable, lo que, por un lado, tiene un efecto saciante, y por el otro favorece el tránsito intestinal y ayuda a las personas que tienden a padecer estreñimiento.

Finalmente, el maracuyá es rico en potasio, básico para la generación y la transmisión de impulsos nerviosos y la actividad muscular; en fósforo, que interviene en la formación de dientes y huesos, y magnesio, también relacionado con los músculos, los nervios y mejora el sistema inmunológico.

Maracuyá



**Rico en Carbohidratos**  
Ayuda para mejorar el estado de ánimo y para realizar actividades con energía física.

**Gran fuente de Minerales**  
Caroteno, potasio, calcio y magnesio esenciales para el funcionamiento normal de los células del cuerpo.

**Contenido de Fibra**  
Ayuda a regular el tránsito intestinal y contribuye a la digestión de carbohidratos.

**Vitamina C**  
Ayuda a fortalecer el sistema inmunológico, previene de otros problemas como la grieta y también combate los efectos oxidantes.

**Alcaloides vegetales**  
Ayuda a reducir los niveles de colesterol y a bajar la presión sanguínea.

**5 Razones por las que debes consumirla**

foman

Herramientas  
Elige las herramientas que quieras usar mientras diseñas tu sitio web.

Pie de página

Mikey arriba

SÍGUENOS f

Nombre

Email

Teléfono

Escribe tu mensaje aquí...

¡Gracias por tu mensaje!

Enviar





## Facebook Empresarial

“¿Amigos o fans? ¿Perfil o Página? ¿Es lo mismo? Claro que no. Cada vez son más los emprendedores y dueños de pequeñas empresas que utilizan a Facebook como trampolín para vender más. Pero hay que tener en cuenta el uso correcto de nuestra plataforma.”

“En Facebook, una página de empresa es por defecto pública, a diferencia de los perfiles de usuarios, en los que sí se puede configurar la privacidad.

Los usuarios tienen dos formas de interactuar con tu página:

- “Me gusta”: Al usuario les gusta pero puede que no te siga.
- “Seguir”: Al usuario le gustas y te sigue; esto es, le llegan tus actualizaciones.

Al comenzar tu configuración, deberás seleccionar qué tipo de página vas a ser: negocio físico, empresa u organización, marca o producto, artista o personaje público, entretenimiento o comunidad.”

<https://www.facebook.com/Yogurt-Mix-100723905176170>

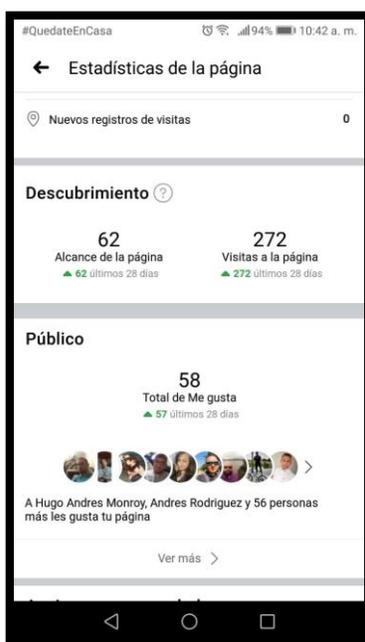


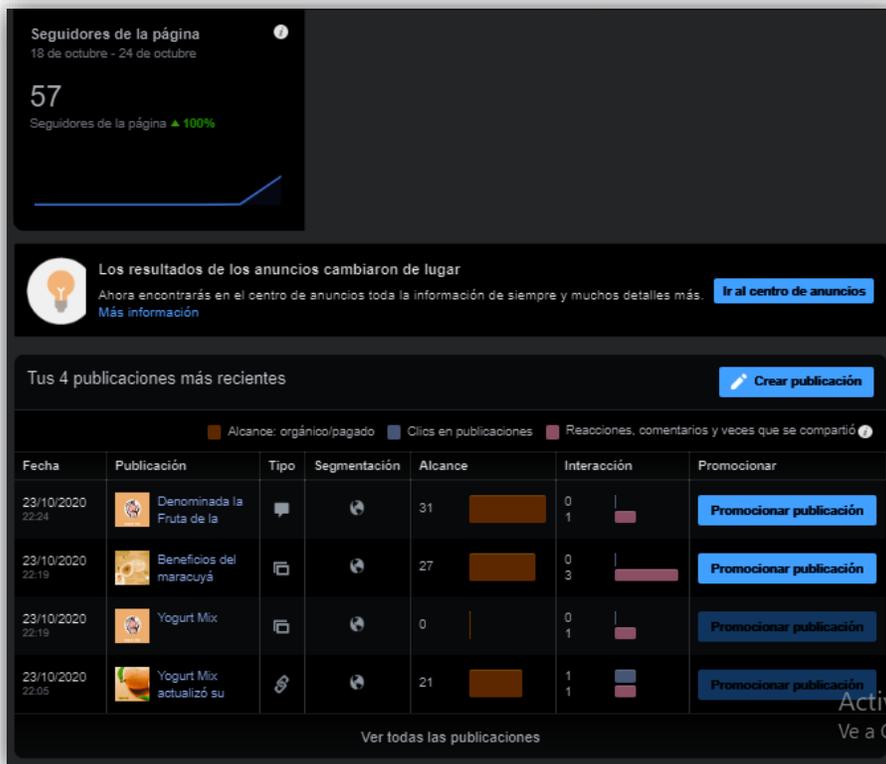
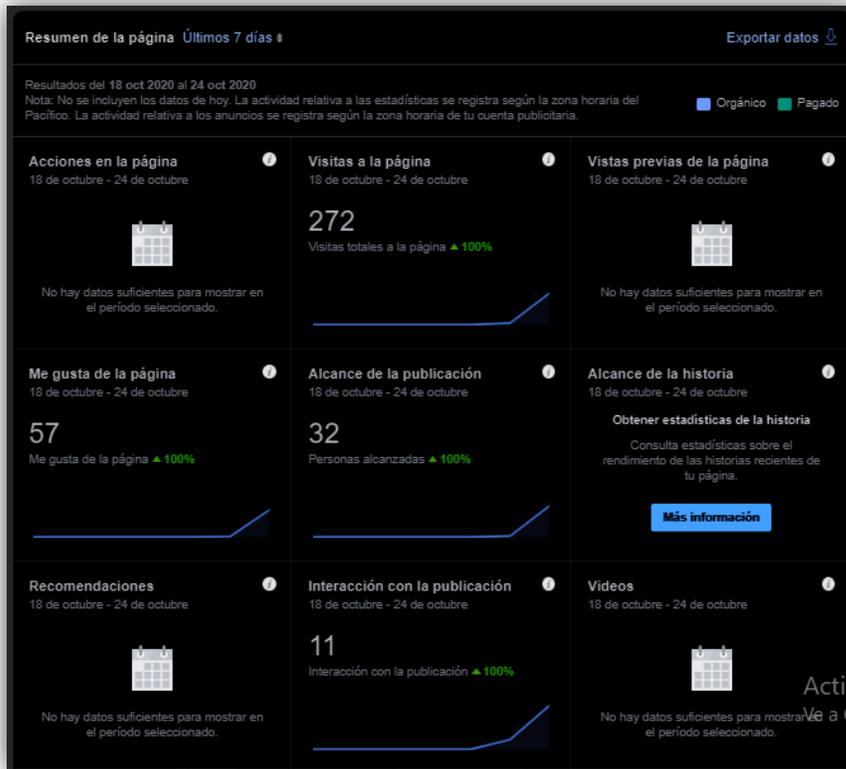
La creación de un Facebook empresarial es una gran publicidad para nuestro proyecto Yogurt Mix, ya que permite que gran cantidad de clientes se encuentren en interacción con el producto ofrecido y sus características, por consiguiente tengamos en cuenta sus opiniones y sugerencias del producto, su calidad y distribución ya que como objetivo tenemos a satisfacción de nuestros clientes, esta herramienta es de gran ayuda para ir mejorando cada día.

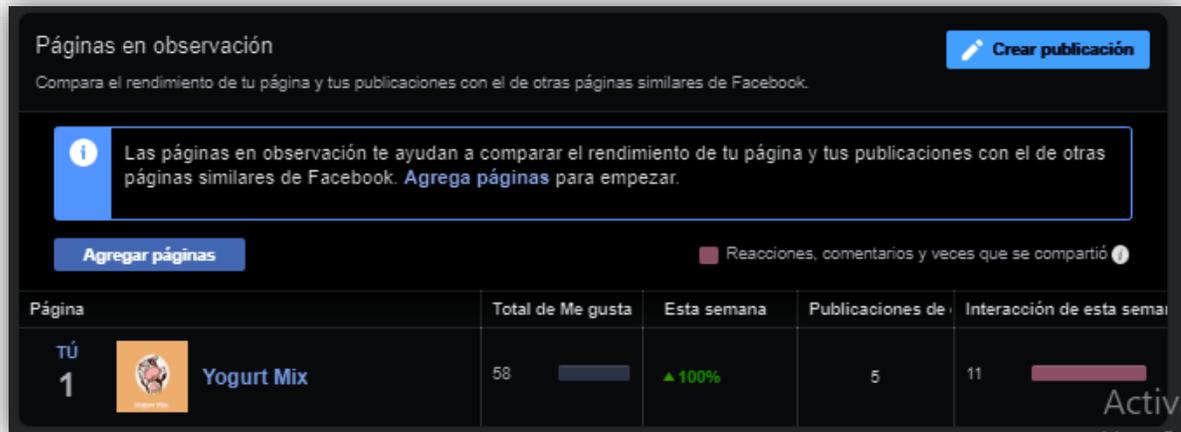
## 9. MÉTRICAS CLAVE

Las métricas clave son indicadores que miden las diferentes actividades del proyecto, con el objetivo de determinar si se están o no cumpliendo las metas de ventas y en general los objetivos de la empresa, estos indicadores tienen la función de señalar o dar luz a nuevas decisiones.

### Estadísticas de la página

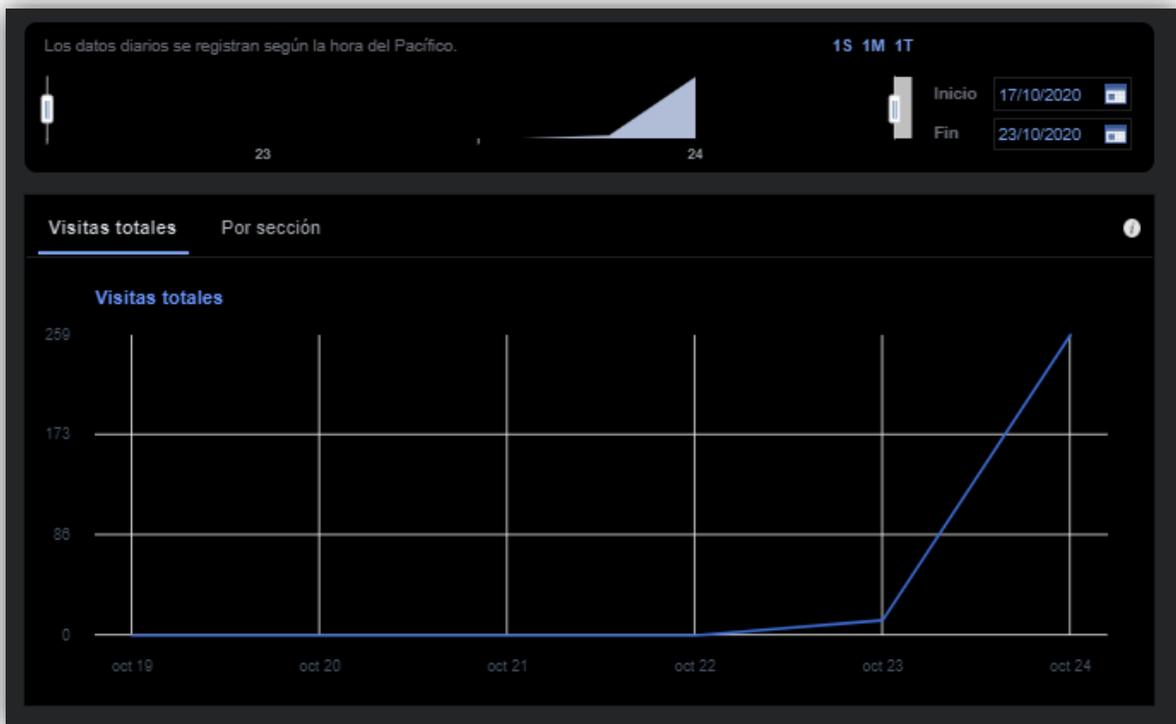






## Datos Obtenidos





## Métrica CAC – LTV



### Costo de adquisición de clientes (CAC)

“El costo de adquisición de clientes (CAC), como puede deducirse del nombre, es el costo de convertir a un cliente potencial o convencer a un cliente potencial de que se convierta en un cliente real. Si esto suena un poco a costo por acción o adquisición (CPA), no se preocupe, no se está volviendo loco, los dos están relacionados pero no son lo mismo.

Puede separar los dos en su mente pensando en el CPA como una métrica a nivel de campaña y en el CAC como una métrica más general a nivel empresarial. CAC abarca el costo de adquirir negocios en todos sus esfuerzos de marketing: en línea y fuera de línea, vallas publicitarias y ubicaciones de medios, anuncios de Google y Facebook, incluso el costo de un letrero en la tienda.”

Mide cuánto cuesta adquirir un cliente en la página:

$$\text{CAC} = \frac{\text{costes de marketing y ventas}}{\text{clientes adquiridos}}$$

Duración 5 días

Teniendo en cuenta las estadísticas de Facebook empresarial y el valor por días de publicidad reemplazamos la fórmula:

$$\text{CAC} = \frac{25.000}{57}$$

CAC = 438,59 por unidad

**Publicar este anuncio continuamente**  
Tus anuncios estarán en circulación continuamente con un presupuesto diario. Esta es la opción recomendada. [Más información](#)

**Elegir cuándo finalizará este anuncio**

Días: 5 (−) (+)      Fecha de finalización: 30 de octubre de 2020

**Presupuesto diario**  
El importe real gastado por día puede variar. ⓘ

País, divisa: US, COP Cambiar

Alcance estimado: 145 - 424 personas por día

**\$ 5.000** ✎

Método de pago

Es posible que recibas más de una factura para este anuncio. [Más información](#)

Al hacer clic en "Promocionar", aceptas las [Condiciones de Facebook](#) | [Servicio de ayuda](#) Promocionar

**Resultados diarios estimados**

Personas alcanzadas ⓘ 145 - 424  
Me gusta de la página ⓘ 3 - 15

**Resumen del pago**  
Tu anuncio estará en circulación durante 5 días.

Presupuesto total \$25000 COP  
\$5000 al día durante 5 días.

## **Valor de tiempo de vida del cliente ("lifetime value o LTV")**

“El valor de tiempo de vida del cliente es el total de beneficios que nos va a generar durante toda su relación con la marca. Para calcularlo, debemos multiplicar el importe medio de cada compra por el número de compras repetidas.

Si detectamos que el LTV global es muy bajo, eso indica que debemos trabajar o bien en las ventas cruzadas y adicionales (para incrementar el valor medio de cada compra) o bien en la fidelización (para estimular las compras repetidas). También puede ser interesante comparar este dato entre clientes que nos hayan llegado a través de diferentes fuentes y ver si hay diferencias entre ellos.”

Muestra la ganancia que se adquiere a través de la campaña:

Ganancia \$1.466,29

**LTV** = Ganancia por producto por Número de personas

**LTV** = 1.466,29 \* 57

**LTV** = 83.578,53

La métrica CAC indica que cuesta \$25.000 hacer una campaña de Facebook por cinco días, la cual genera ganancia LTV de 83.578,53.

## 10. ESTUDIO TÉCNICO

Defina en una cuartilla (hola Word) la ubicación o localización del proyecto (empresa), teniendo en cuenta los conceptos de macrolocalización y microlocalización, pueden apoyarse en el siguiente video de contextualización.

### **Macro Localización**

“La macro localización consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio.

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto.

Determinando sus características físicas e indicadores socio-económicos más relevantes. Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto.

Tiene el propósito de encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, es decir cubriendo las exigencias o requerimientos contribuyendo a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

En la macro localización se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Facilidades y costos del transporte,
- Disponibilidad y costo de la mano de obra e insumos,
- Materias primas,
- Energía eléctrica,

- Combustibles,
- Agua,
- Localización del mercado.
- Disponibilidad,
- Características topográficas y costo de los terrenos.
- Facilidades de distribución.
- Comunicaciones
- Condiciones de vida
- Leyes y reglamentos,
- Clima,
- Acciones para evitar la contaminación del medio ambiente,
- Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo,
- Actitud de la comunidad,
- Zonas francas,
- Condiciones sociales y culturales.”

### **Micro Localización**

“Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de

las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

Tiene el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos del lograr la más alta rentabilidad o producir el mínimo costo unitario.

Para la micro localización hay que tomar en cuenta:

- Localización urbana, o suburbana o rural,
- Transporte del personal,
- Policía y bomberos,
- Costo de los terrenos,
- Cercanía a carreteras,
- Cercanía al aeropuerto,
- Disponibilidad de vías férreas,
- Cercanía al centro de la ciudad,
- Disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, servicio telefónico),
- Tipo de drenajes,
- Condiciones de las vías urbanas y de las carreteras,
- Disponibilidad de restaurantes,
- Recolección de basuras y residuos, Restricciones locales,
- Impuestos,
- Tamaño del sitio,
- Forma del sitio,

- Características topográficas del sitio,
- Condiciones del suelo en el sitio.”

El proyecto se va a implementar en el municipio de Carmen de Carupa que cuenta con una extensión territorial de 227.55km<sup>2</sup> las cuales 150.3km<sup>2</sup> esta dedicadas a la crianza del ganado lechero con una producción de 15.250 litros de leche que es entregada a intermediarios. La producción de yogurt de maracuyá busca dar un valor agregado a la leche del municipio, aprovechando al máximo este recurso

Algo que tenemos a favor son los principales puntos de comercio más puntuales, los sitios de mercado.



## Plaza de ganado

Se construyó en el año 2011 la nueva plaza, una obra moderna al servicio de los ganaderos del municipio y la región, la cual cuenta con zonas de baños, ventas de comidas y bebidas, corrales con columnas en concreto y cerca un tubo galvanizado, zonas de cargue y descargue y una oficina donde se realiza el cobro de guías, en este caso nuestro punto a favor es el local de ventas de comidas.

### **Plaza de mercado**

Está ubicada en la esquina noroccidental entre la calle 3a y la carrera 2a, con un área de 1930.5 m<sup>2</sup> de los cuales 682.63 m<sup>2</sup>, el dicho municipio el día de mayor actividad de la plaza de mercado son los días jueves, donde en dicho día hay bastantes comerciantes a quienes podemos dar a conocer nuestro producto de la misma manera brindarlo al público en general.

### **Parque principal**

El parque principal está ubicado en el centro de la zona urbana, en base a lo anterior el parque se convierte en nuestro principal punto de partida ya que debido al gran flujo de personas podemos dar a conocer de manera más acertada.

## **10.1 INFRAESTRUCTURA**

La capacidad de la planta será amplia y se busca contar con varios colaboradores, lo anterior con el fin de tener una capacidad suficiente para proveer el tiempo y la cantidad de producción necesaria para satisfacer la demanda actual y futura, de la misma manera y como se ha mencionado en ítems anteriores, se pretende contratar mano de obra de la

misma región y así aportar a nuestras familias campesinas y mejorando el movimiento económico en la población.

## **Maquinaria Y Equipo**

### **Marmita Con Agitador**

Es un sistema de calentamiento indirecto muy utilizado en la industria alimentaria, en especial para el procesamiento de frutas y hortalizas. Consiste básicamente en una cámara de calentamiento conocida como camisa o chaqueta de vapor, que rodea el recipiente donde se coloca el material que se desea calentar.

El calentamiento de puede realizar de dos formas diferentes, una que consiste en hacer circular el vapor a cierta presión por la cámara de calefacción, en cuyo caso el vapor es suministrado por una caldera. Esta es denominada marmita de vapor. Otra manera es calentar el agua que se encuentra en la cámara de calefacción por medio de resistencias eléctricas. Esta es la denominada marmita eléctrica.

Usualmente la marmita tiene forma semiesférica y puede estar provista de agitador mecánico y un sistema de volteo para facilitar la salida del producto. Se pueden encontrar dos tipos de marmitas según sea abierta o cerrada. En la abierta el producto es calentado a presión atmosférica, mientras que en la cerrada se emplea vacío. El uso de vacío facilita la extracción de aire del producto por procesar y permite hervirlo a temperaturas menores que las requeridas a presión atmosférica, lo que evita o reduce la degradación de aquellos componentes del alimento que son sensibles al calor, favoreciendo la conservación de las características organolépticas y el valor nutritivo de la materia prima, con lo que se obtienen productos de mejor calidad.

Se utiliza generalmente a nivel industrial para procesar alimentos nutritivos, mermeladas, jaleas, chocolate, dulces y confites, carnes, bocadillos, salsas, etc. Además sirve en la industria química farmacéutica.

### **Condiciones De Operación**

Las marmitas de vapor necesitan de una caldera como fuente de vapor. El producto a calentar o mezclar se debe remover en forma manual o con un agitador incorporado para que el producto no se pegue.

Vida útil: La carcasa puede durar veinte años o más. Se deben cambiar las válvulas y la tubería de vapor.

Mantenimiento: Se debe chequear constantemente la válvula de seguridad para cerciorarse que funciona bien, de lo contrario un aumento descontrolado de la presión puede hacer estallar la marmita.

Costo de la Maquina: \$40`000.000



### **Tanque De Recibo De Leche**

Tanque para descarga y recibo de leche en acero inoxidable, con tapa y tolva, malla fondo inclinado, para 500 litros, salidas para férula clamp de 38 mm. Se encarga de mantener la temperatura de la leche para que esta no tenga ningún peligro de acidificación.

Costo de la maquina: \$25'000.000

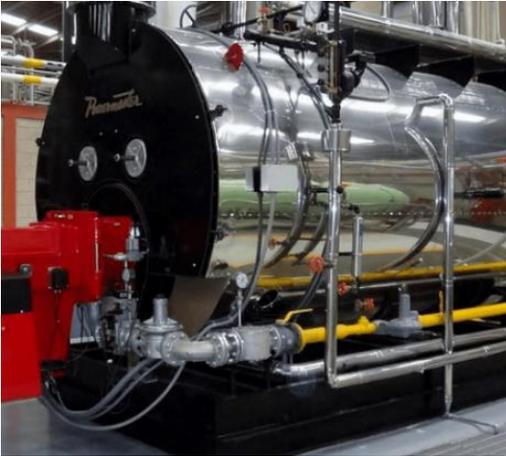


## **Caldera**

Es una maquina o dispositivo de ingeniería que esta diseñado para generar vapor saturado. Este vapor se genera a través de una transferencia de calor a presión constante, en la cual el fluido, originalmente en estado liquido, se calienta y cambia de estado.

Se puede explicar como un tubo calentado por una llama, en el que el agua entra por un extremo y sale en forma de vapor por el otro. Dado que el volumen posible de agua es relativamente pequeño en relación a la cantidad de calor que se inyecta, en un corto tiempo la caldera esta preparada para dar vapor en las condiciones requeridas.

Costo de la maquina: \$40'000.000



## **Banco De Hielo**

Cuando dentro de un proceso se requiere agua enfriada, la termo acumulación se transforma en la solución ideal, permitiendo reducir el costo inicial del sistema frigorífico, disminuir el costo de operación y obtener alta eficiencia y confiabilidad.

La gran ventaja del sistema de banco de hielo es que permite que la capacidad de enfriamiento se almacene en una reserva aislada con un conductor de calor y un "amortiguador de frío" o "amortiguador de hielo". En áreas en donde no hay energía suficiente, el sistema del banco de hielo provee una solución de enfriamiento eficiente. La formación de hielo alrededor de las tuberías de la reserva forma una amortización de frío que puede ser usada para enfriar la leche. El amortizador de frío hace posible enfriar en áreas en donde la energía en horas pico es más cara, o en donde el uso de la electricidad es limitado, y significa que el sistema de enfriamiento puede apagarse para evitar la saturación de energía durante el ordeño. La producción de frío puede ocurrir en períodos cuando la energía es barata, y puede ser extendida durante un período largo, habilitando un pequeño compresor para ser usado.

La energía eficiente del sistema indirecto es menor que el sistema directo, porque el

enfriamiento del portador demanda energía extra. El consumo de energía del refrigerador de un banco de frío es de 23 W/l. Hay dos tipos de equipamiento de agua enfriada. El primero es el constructor de hielo, el cual acumula hielo entre ordeños usando un pequeño condensador utilizable hasta 18 horas por día. El segundo es el paquete de frío, el cual tiene un gran condensador utilizable sólo durante el ordeño.

Costo de la maquina: \$10'000.000



### **Cuarto Frio**

Son unidades incorporadas o a control remoto para ajustarse a sus necesidades. Se acoplan a cualquier requisito de conservación en frío. Solucionan la diversidad de exigencias de acuerdo a sus necesidades particulares: bodegas de almacenaje, restaurantes, hoteles, hospitales, supermercados, escuelas, fábricas, fincas, etc.

Cubierta: Los paneles serán forrados en ambas caras (exterior e interior) con lámina de acero galvanizado calibre 24.

Puertas: En acero inoxidable, con herrajes especiales para trabajo pesado, con dispositivos para abrir desde el interior. Con sistema de corredera o según su necesidad.

Aislamiento: Los paneles de las cámaras serán aislados con poliuretano inyectado de densidad 35 kg/mt cúbico.

Ensamble: Se pueden instalar modularmente, de fácil desarme y transporte

Costo de la maquina: \$20'000.000



### **Balanza Digital**

La balanza porcionadora digital de alto desempeño con capacidad de 2000 gr (precisión de 1 gr) o 80 onzas (precisión de 0.1 onzas). Construcción en acero inoxidable. Plataforma intercambiable, Diseño compacto de sobremesa. Selección de unidades (métrica / inglesa), pantalla en cristal líquido con números grandes y fáciles de leer, mostrando unidades usadas. Apagado automático al usarse con batería completamente electrónica de estado sólido, sin resortes, cero automático. Indicador de sobrecarga y de baja batería. Tara automática al pulsar un botón.

Costo de la maquina: \$150.000



**Termómetro:**

Costo de la maquina: \$40.000



### **Espátula:**

Costo de la maquina: \$15.000



### **Medidor De Ph**

Debe ser controlado desde el momento de la recolección hasta la entrega del producto, ya que es un indicador válido de sus condiciones higiénicas. El valor normal está en torno a 6.8. Valores inferiores a pH 6.8 pueden indicar una infección en el animal, que puede ser grave si el pH es inferior a 4.4. El control del pH puede determinar la presencia de una contaminación de amoníaco debida a pérdidas en las instalaciones de refrigeración. La leche usada para la producción de quesos debe ser de óptima calidad y su pH puede variar de 6.1 y 6.5, según el tipo de queso que se debe obtener. El pH también se controla durante la elaboración y maduración de los quesos. Valores de pH comprendidos entre 4.1 y 5.3 garantizan una ralentización del crecimiento de los

agentes patógenos en los quesos frescos. Asimismo, el control del pH es muy importante durante las diferentes fases de elaboración de la mantequilla. Por ejemplo, la nata se enfría tras la pasteurización o a un valor que debe ser muy preciso. El valor del producto terminado debe ser de pH 5 aproximadamente, que en algunas condiciones puede necesitar aditivos. Un valor entre 4.5 y 6.4 del producto terminado garantiza una mayor conservación.

En la preparación del yogur, la refrigeración que sigue a la incubación de los fermentos, puede comenzar sólo cuando el valor del pH ha alcanzado valores de alrededor 4.4-4.6. La fruta agregada al yogur debe tener el mismo valor de pH para evitar reacciones no deseadas. Un producto final óptimo debería tener un pH de alrededor de 4.0-4.4 para que pueda ser conservado por más tiempo.

Costo de la maquina: \$210.000



### **Muebles Y Enseres, Equipo De Comunicación Y Computación**

Con respecto a la cantidad de personal administrativo y operativo que vaya a laborar en la planta se contara con el espacio físico que puede estar organizado de distintas formas y presentar diversas características de acuerdo a su función del personal.

Estos equipos de oficina están compuestos por escritorios, sillas, teléfonos, computadores, impresoras, utensilios de cafetería y papelería entre otros se encontraran a disposición del personal en la ubicación correspondiente a sus funciones.

### **Personal Administrativos**

**Gerente:** Maneja los recursos operativos y comerciales para que la empresa funcione y prospere.

**Auxiliar:** Calcula costo de materiales y otros desembolsos con base en cotizaciones y listas de precios.

**Contador:** Se encarga de administrar el capital de la empresa así como los ingresos y egresos.

**Tesorero:** Persona encargada de custodiar el dinero y tiene una facultad de gastarlo de acuerdo al presupuesto.

**Coordinador de talento humano:** Persona encargada de que las personas estén bien, es decir, que tengan su dotación completa y su identificación sea visible dentro de la empresa

**Calidad:** Lograr la excelencia del producto de la empresa y de sus trabajadores.

### **Personal Operativo**

**Área de producción:** Es la función principal, la transformación de insumos y recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital).

**Ventas:** Promover la compra del producto a los diferentes y múltiples consumidores

**Operarios:** Personas que se dedican a hacer el trabajo de tipo manual.

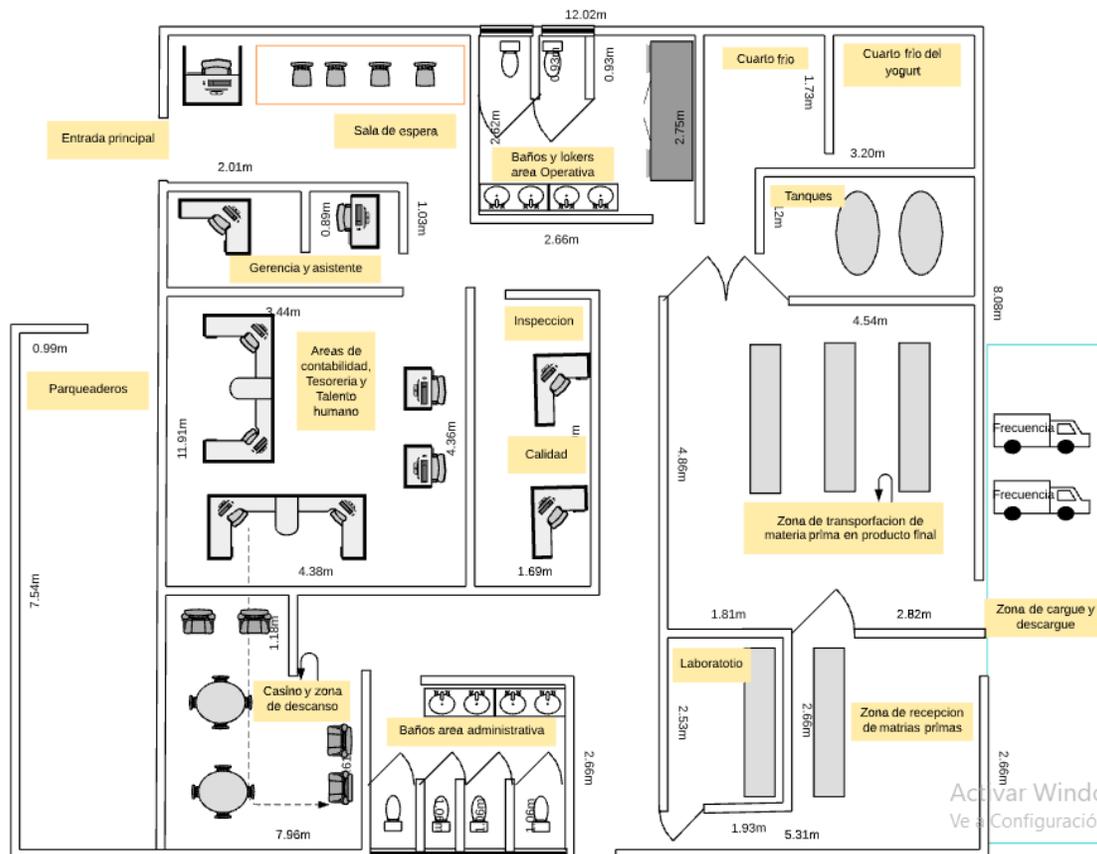
**Auxiliares de producción:** Son personas encargadas de ayudar en la producción del producto

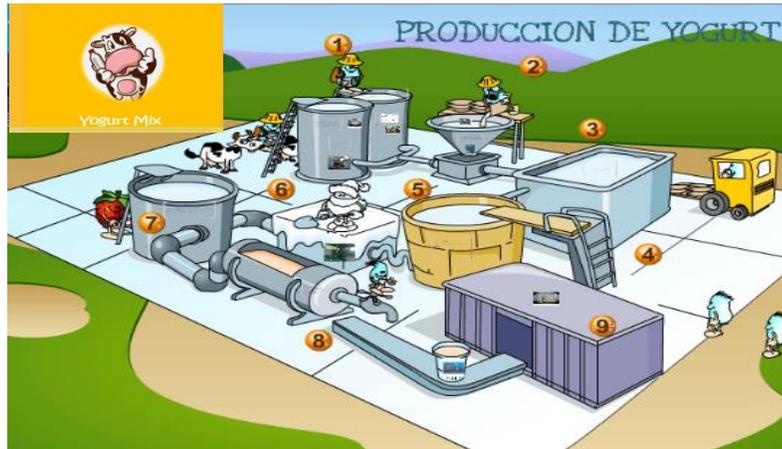
**Servicios generales:** Son las personas encargadas de mantener la empresa limpia y organizada.

**Celador:** Es la persona encargada de la seguridad de la empresa verificando que solo ingresen el personal autorizado.

**Conductor:** Persona encargada de transportar a los diversos establecimientos los productos de la empresa.

## 10.2 PLANO





## 11. PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL YOGURT

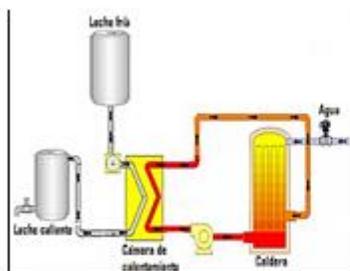
**Recepción:** Proceso inicial de todos los productos, se basa en la recaudación de la materia prima a convertir, la que debe ser evaluada con rigurosidad, y en este caso, leche fresca de calidad sin antibióticos ni mastitis.



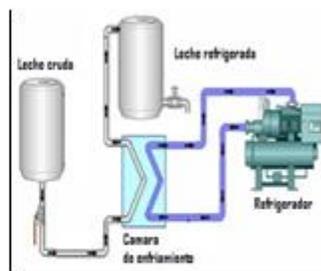
**Estandarización:** En este proceso, con la utilización de la descremadora, se normaliza la grasa en un 2% y de sólidos en un 7%, para una distribución homogénea de la grasa debe precalentarse a 35°C.

**Homogeneización:** En este proceso se obtiene estabilidad y consistencia, además de “cuerpo”, a través de un proceso de presión de 100kg/cm<sup>2</sup> y temperatura de 40 °C, para evitar que la grasa se separe.

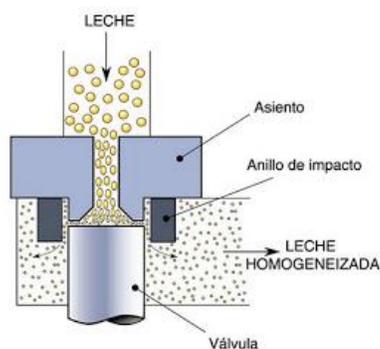
**Pasteurización:** Permite una mezcla libre de bacterias patógenas, ayuda a disolver y combinar ingredientes, mejora el sabor y calidad de almacenamiento y permite la uniformidad; esto se logra debido al uso de una marmita a 85°C, durante 15-30 minutos.



**Circuito de calentamiento**



**Circuito de enfriamiento**



**Enfriamiento:** Con el fin de que el producto tenga una temperatura adecuada al añadirle el cultivo, se encarga, mediante sus técnicas sanitarias, de reducir la temperatura hasta 40-45°C.

**Inoculación:** Se basa en adicionar el fermento lácteo, conformado por bacterias productoras de ácido lácteo en partes iguales, entre 2-3%.



**Incubación:** Se realiza durante 4-6 horas, a 45°C, en que el yogurt debe adquirir un pH de 4,6-4,7; este indica la concentración de hidrógeno y se usa para medir la acidez.

**Batido:** Como complemento del proceso de incubación, se logra mediante el uso de una mezcladora industrial, y con este subproceso se concluye el enfriamiento del yogurt. Al terminar la incubación, al llegar a una temperatura de 20°C, se puede agregar los saborizantes, mermeladas de frutas, azúcar, colorantes y conservantes.

**Empaquetado:** Consiste en colocarlo en los recipientes en los que se distribuirá.



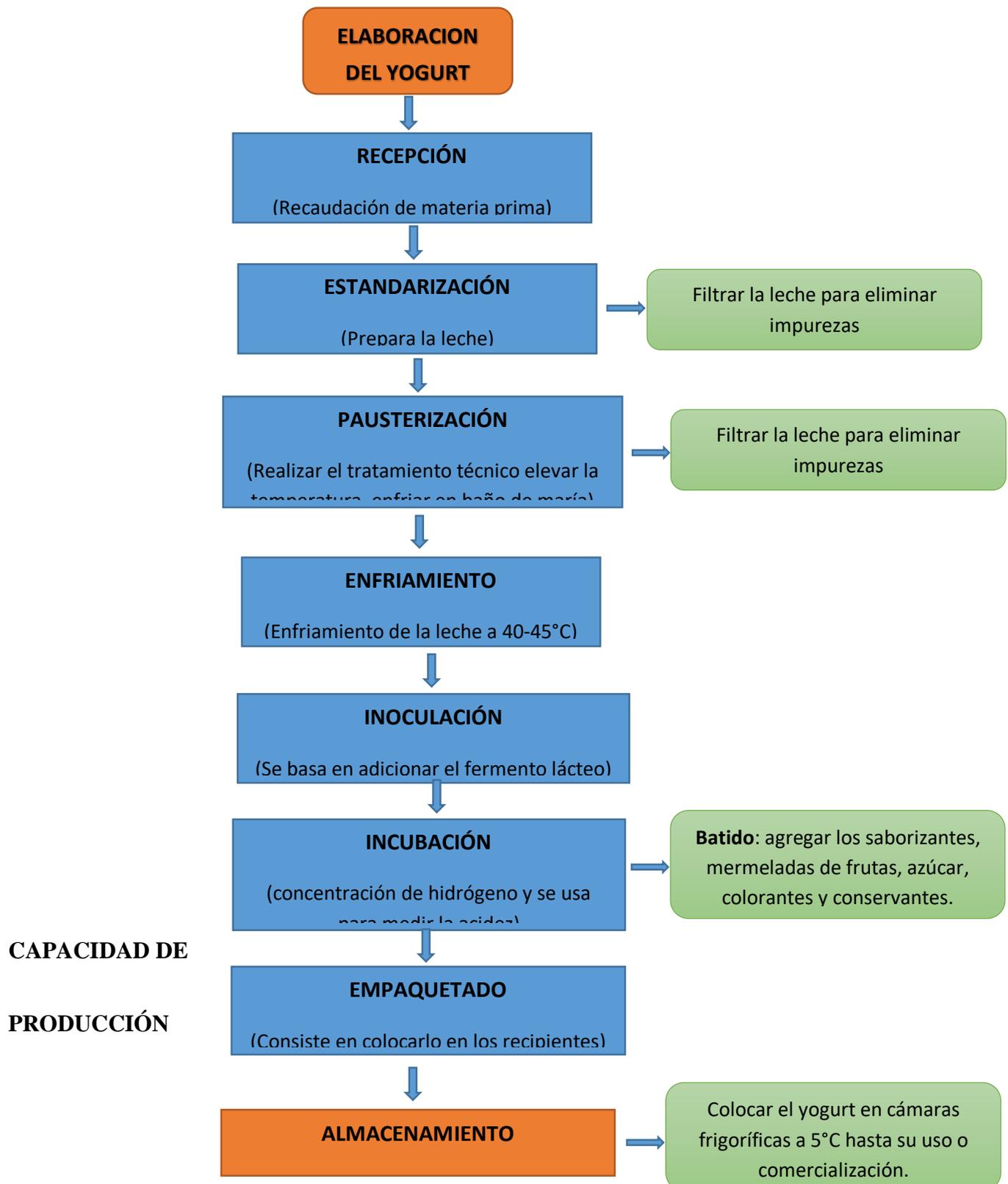
**Almacenamiento:** Consiste en colocar el yogurt en cámaras frigoríficas a 5°C hasta su uso o comercialización.

**Control De Calidad:** Los controles de calidad se realizan con análisis físico químicos y biológicos. La calidad del yogurt depende de la calidad de la materia prima, de las técnicas de elaboración empleadas y sobre todo de la higiene personal y de los utensilios utilizados. La leche es un alimento muy predecible y se contamina fácilmente, por ello es necesario que el ordeño y el manejo de los productos lácteos sea muy cuidadoso e higiénico. La leche debe proceder de vacas sanas y libres de enfermedades infectas contagiosas.

La calidad del yogur se basa primordialmente en dos aspectos definitivos: sanidad y consistencia de la mezcla. Es necesario tener demasiado cuidado en la pasteurización y enfriamiento. Como se deduce, cada paso antecede al otro, y son determinantes de la calidad del yogur.

Jamás podríamos ofrecer un producto en pésimo estado o con engaños a la gente porque es parte de la ética del trabajador que todo debiéramos tener. Comercializar un producto con una técnica de pasteurización y enfriamiento pésima simplemente hundiría en denuncias. Con una estandarización de calidad, antecedido de una buena homogeneización y estandarización, prácticamente el proceso de la elaboración industrial del yogurt está completo en su proyecto más complejo y disciplinado.

## 1.1 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DEL YOGURT



## MATERIA PRIMA E INSUMOS

ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION	NUMERO DE PERSONAS QUE INTERVIENEN	EQUIPOS Y MAQUINAS QUE SE UTILIZAN
1. <b>Preparación del producto</b> (se procesarán 230 litros de leche por semana, en base a la medición de la oferta y la demanda del mercado para el primer año de producción.)	Día 1 Recepción de la materia prima 8 am	1	Verter leche en marmita para proceso de pasteurización y liberación de bacterias : 6 horas en cocción
2. <b>Estandarización</b> (En este proceso, con la utilización de la descremadora, se normaliza la grasa en un 2% y de sólidos en un 7%, para una distribución homogénea de la grasa debe precalentarse a 35°C.)	Día 2 distribución homogénea de la grasa	2	Se añade a la leche fresca, leche entera en polvo en la proporción de 30 a 50 gramos por cada litro de leche, también se agrega azúcar en la proporción de 90 gramos por litro y pulpa de fruta en la proporción de 50 gramos por litro.
3. <b>Tratamiento térmico</b> (Utilizando una olla de acero inoxidable o aluminio, la leche se calienta hasta una temperatura de 85 °C y durante 10 minutos)	Día 3 Pasterización	1	Mezcla libre de bacterias patógenas, ayuda a disolver y combinar ingredientes, mejora el sabor y calidad de almacenamiento y permite la uniformidad; esto se logra debido al uso de una marmita a 85°C, durante 15-30 minutos.
4. <b>Enfriamiento</b> (Con el fin de que el producto tenga una temperatura adecuada al añadirle el cultivo, se encarga, mediante sus técnicas sanitarias, de reducir la temperatura hasta 40-45°C.)	Día 4 Regulación de la temperatura	1	La leche se enfría a temperatura ambiente hasta 40 a 45 °C que es la temperatura en que se desarrollan óptimamente las enzimas del cultivo de yogurt.
5. <b>Enoculación</b> (Consiste en incorporar a la leche el cultivo activado de yogurt en la proporción de 20 gramos por litro de leche.)	Día 5 Fermento lácteo	1	Se basa en adicionar el fermento lácteo, conformado por bacterias productoras de ácido lácteo en partes iguales, entre 2-3%. En esta operación se añade además la pulpa de la fruta en la proporción de 50 gramos por litro de leche, puede agregarse también y en forma opcional saborizantes y colorantes permitidos para acentuar el color y sabor de la pulpa de fruta añadida.
6. <b>Encubación</b> (Con el fin de que el producto tenga una temperatura adecuada al añadirle el cultivo, se encarga, mediante sus técnicas sanitarias, de reducir la temperatura hasta 40-45°C.)	Día 6 Coagulación del producto	2	Se realiza durante 4-6 horas, a 45°C, en que el yogur debe adquirir un pH de 4,6-4,7; este indica la concentración de hidrógeno y se usa para medir la acidez.
7. <b>Batido</b> (Al terminar la incubación, al llegar a una temperatura de 20°C, se puede agregar los saborizantes, mermeladas de frutas, azúcar, colorantes y conservantes.)	Día 7 Mezcla de productos	2	Como complemento del proceso de incubación, se logra mediante el uso de una mezcladora industrial, y con este subproceso se concluye el enfriamiento del yogurt.
8. <b>Empaquetado</b> (Consiste en colocarlo en los recipientes en los que se distribuirá)	Día 8 Envasar	3	Se procede a colocar el producto en el envase, etiquetado y sellado para su comercialización.
9. <b>Almacenamiento</b> (El yogurt envasado debe conservarse a temperatura de refrigeración de 1 a 4 °C.)	Día 9 Refrigeración	1	Consiste en colocar el yogurt en cámaras frigoríficas a 5°C hasta su uso o comercialización.

<p><b>RECEPCIÓN DE LA LECHE CRUDA</b></p>	<p><b>ALISTAMIENTO DE LAS MATERIAS PRIMAS</b></p>	<p><b>PREPARACIÓN DEL YOGURT</b></p>	<p><b>EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descargar cantinas de la leche</li> <li>• Analizar leche cruda</li> <li>• Transportar leche a tanque 1 del yogurt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calcular y pesar azúcar y estabilizante</li> <li>• Transportar materias primas a cuarto del yogurt</li> <li>• Calcular y pesar colorante, saborizante y cultivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precalentar</li> <li>• Adicionar azúcar y estabilizante</li> <li>• Pasteurizar</li> <li>• Inocular</li> <li>• Dejar incubar</li> <li>• Romper coágulo</li> <li>• Hacer prueba de acidez</li> <li>• Adicionar saborizante y colorante</li> <li>• Filtrar el yogurt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empacar y hacer control de calidad</li> <li>• Trasladar bolsas de yogurt a cuarto frío</li> </ul>

-Leche fresca: 1 lt. Se utiliza leche fresca, descremada de vaca (leche normal en tarro o caja) o en polvo.

-Leche en polvo: 50 gr/1lt. Se utiliza este insumo para corregir su densidad.

- Azúcar: 90 gr/1lt. Se utiliza azúcar blanca refinada (esto no quiere decir en polvo).

-Cultivo de yogurt: 20 gr/1lt. Cultivo comercial constituidos por cepas de bacterias *Lactobacillus vulgaricus* y el *Streptococcus thermophilus*. (Esto se encuentra en las tiendas de alimentos naturales, se pide como “cultivo de yogurt”; es yogurt ya preparado, pero sin azúcar, de color blanco y textura aflanada.

Si no se encontrara, pues se podría usar yogurt natural, pero no de fábrica, es decir, tiene que ser como dicen un yogurt hecho en casa porque esta conserva las bacterias de *Lactobacillus* en su estado original y bueno, y el yogurt natural de fábrica no).

- Saborizante: Unas gotitas. Opcional, puede utilizarse generalmente cuando no se usa fruta.

- Fruta: 50 gr/1lt. pulpa de fruta. Primero pelar la fruta y sacar la pulpa (50gr.), luego ecaldarlo, es decir someter los trozos de pulpa a 80°C por 10 minutos (esto se hace para tener el color natural de la fruta)

## BIBLIOGRAFÍA

- KOTLER, Philip. Las preguntas más frecuentes sobre marketing. Biblioteca de administración y gerencia. Bogotá: Norma. 2012.
- ATKIN, Douglas. .El secreto de las marcas: clubes para gente muy especial. Barcelona: Editorial Robinbook. 2008
- Para John A. Howard, El comportamiento del consumidor en la estrategia de marketing. 1993 Editorial: Díaz de Santos S. A., Ediciones
- Marketing Digital. ¿Qué es una landing page y para qué sirve? ¿Qué significa landing page? Tomado de <https://www.mdmarketingdigital.com/blog/que-es-una-landing-page-y-para-que-sirve/>
- Diccionario de marketing digital. ¿Qué es una landing page? Definición de. <https://www.40defiebre.com/que-es/landing-page>
- Facebook para empresas. Página de Facebook diferencia perfil de Facebook. Definición. tomado de <https://sproutsocial.com/insights/pagina-de-facebook/>
- Online Marketing & Digital Marketing. Las 23 métricas más importantes en marketing digital. Definición Valor de tiempo de vida del cliente ("lifetime value o LTV"). <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/las-23-metricas-mas-importantes-en-marketing-digital>
- Costo de adquisición del cliente (CAC). Definición tomada de El blog de WordStream. <https://www.wordstream.com/blog/ws/2019/01/10/cac-vs-clv>.