



CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

“Idea De Negocio”

“COOKIES LIQUEUR”

ASIGNATURA

Opción De Grado Nivel Técnico

DOCENTE

Rafael Alberto Galvis Garzón

NOMBRES DE LOS REPRESENTANTES

Diana Carolina Cano Meneses

Wilson Javier Yepes Félix

Jhossman David Palomares Jaimés

Bogotá, Colombia; noviembre 21 del 2017.



Tabla De Contenido

Contenido	Pagina
1. Introducción.....
4.	
2. Justificación.....
5.	
3. Matriz de perfilación de clientes.....	6.
3.1. Identificación de las necesidades del stakeholder.....	6.
3.2. Identificación de beneficios y expectativas.....	7.
3.3. Identificación de soluciones actuales.....	7.
3.4. Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones.....	8.
4. Segmentación del producto.....	9.
4.1. Geográfica.....	9.
4.2. Demográfica.....	10.
4.3. Psicológico.....	11.
4.4. Estilo de vida.....	11.
4.5. Uso del producto.....	11.
4.6. Beneficio del producto.....	11.
5. Entrevista.....	1
2.	



6.	Planeación	
	estratégica.....	14.
6.1.	Misión.....	14.
6.2.	Visión.....	14.
6.3.	Valores corporativos.....	15.
6.4.	Política.....	16.
6.5.	Objetivos.....	16.
6.6.	Matriz foda.....	17.
6.7.	Matriz EFE (evaluación de factores externos).....	18.
6.8.	Matriz EFI (evaluación de factores interno).....	19.
6.9.	Matriz de Boston consulting group.....	20.
6.10.	Matriz axiológica.....	21.
7.	Análisis de	
	Pestel.....	22.
8.	Fuerzas de	
	Porter.....	24.
9.	Prototipo.....	2
6.		
9.1.	Descripción del producto.....	26.
9.2.	Ficha técnica del producto.....	27.
10.	Presupuesto.....	2
9.		



11. Conclusiones.....3

0.

12. Bibliografía.....3

1.

Introducción

“Cookies Liqueur”

“Una delicia incomparable que nos da la felicidad”



“**Cookies Liqueur**” fue creada el 20 de septiembre del 2016 por estudiantes de Primer Semestre de la Corporación Unificada Nacional De Educación Superior de la Carrera de Administración de Empresas y nace de la necesidad de crear un producto innovador, y además reconocidos inicialmente por nuestros compañeros de estudio y profesor, esto con el fin de cada día ir ampliando nuestra capacidad de emprendimiento y superación contra nuevos cambios que trae la sociedad.

“**Cookies Liqueur**” son galletas con saborizantes a diferentes licores que son reconocidos por la mayoría de colombianos hechas a base de productos naturales que le dan ese toque de que estas consumiendo algo hecho en casa.

Creemos que de acuerdo a las necesidades identificadas podemos diseñar un producto que calme la ansiedad de las personas por consumir licor.

Justificación

Con Cookies Liqueur se crea a partir de la necesidad que tienen las personas por consumir licor, esto nos hace pensar que con nuestras galletas podemos no desaparecer este problema, pero si



calmar la ansiedad. Queremos explotar un mercado de alimentos que satisfagan una necesidad específica en cuanto al consumo de licores.

Este proyecto es importante ya que de este depende nuestra futuro, también queremos emprender una idea de negocia que se provechosa tanto para nosotros como para la sociedad.

Esta idea de negocio es significativa por ser innovador en un sector poco explotado como el sector alimenticio, además pretendemos que con esta idea en un futuro cercano poder generar rentabilidad y poder ser competencia a empresas ya reconocidas.

Matriz De Perfilación De Clientes



Identificación de las Necesidades del Stakeholder

- Diseñar un producto que esté al alcance de nuestros clientes y así mismo poder hacer la distribución del mismo.
- Mostrar a nuestros clientes los beneficios que ofrece las galletas saborizadas a licor tanto como en la salud, como en su vida personal y familiar.
- Calmar la ansiedad en nuestros clientes por el exceso de licor, brindándoles 3 sabores diferentes (Vino, Ron y Aguardiente).

Hipótesis

“Creemos que nuestros clientes deben tomar la decisión de consumir un producto que reemplace el licor, el cual es 100% casero y sin conservantes teniendo en cuenta los beneficios de salud y mejorar su calidad de vida”.

Identificación de Beneficios y expectativas



- Evitar riesgos de salud, familiar y emocional para las personas adictas al licor.
- El cliente evaluará el antes de consumir las galletas y el después, y a si podrá ver los cambios con este producto.

Hipótesis

“Creemos que para nuestros clientes una de las primeras prioridades es cuidar su salud mental, física y psicológica el cual nos centramos en mejorar su calidad de vida con un producto casero la cual reemplazara y ayudara a disminuir el consumo del licor, así mismo reducir el índice de enfermedades que provoca el exceso de este”.

Identificación de Soluciones actuales

- Idea de los estudiantes por ver tantas personas adictas al licor, rediciendo riesgos y mejorar la calidad de vida.

Hipótesis

“Creemos en que nuestros clientes se sentirán identificados con el producto ya que verán una mejora de salud al consumir las galletas, garantizando un cambio tanto físico como mental y ofertando un producto con complementos nutricionales la cual aporta a la calidad de vida del cliente.”

Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones



- Que el cliente no se sienta satisfecho al no ver que este producto no supla su necesidad de consumir licor.
- Atención al cliente.
- Poco reconocimiento de la marca.
- Poca fidelidad de los clientes.
- Algunos ingredientes puedan generar efectos secundarios al consumidor.
- Como es un producto que inicialmente está saliendo al mercado se pueda generar desconfianza.
- No alcanzar a cubrir toda la demanda.
- Nos estamos involucrando en un mercado donde el producto totalmente nuevo y por ello se podrían generar pérdidas.

Hipótesis

“Creemos que el mercado casero no satisface a nuestros clientes, ya que no se cuenta con una cierta oferta y productos que brinden confianza al cliente para consumir de ellos y calmar su ansiedad. En este caso la adicción al licor”.

Segmentación del producto



Geográfica

La idea se establece en la ciudad de Bogotá, en la localidad 7 de Bosa, específicamente en la Corporación Unificada Nacional De Educación Superior y con esto buscamos abarcar un sector pequeño para que nuestro producto sea reconocido.



Demográfica



- ✓ “Cookies Liqueur” fue diseñado para unas personas mayores de edad puesto que las galletas que fabricamos, aunque no son totalmente hechas de bebidas alcohólicas si tienen esencias a diferentes licores que hace ese toque innovador.

**PROHÍBESE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD.
EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.**

- ✓ A demás nuestro producto tiene diferentes ventajas como el de ser un alimento que se puede conseguir fácilmente, tanto en la universidad en trabajo o en la tienda de barrio.



- ✓ Diseñado para toda clase de sexo, no discriminamos esta parte.



- ✓ Por ser un producto pequeño es de fácil aseguibilidad, y acompañamiento en los momentos de break o descanso.





Psicológico

El producto está diseñado para ser consumido para toda clase de personas, pero especialmente para aquellas que padecen de problemas de alcoholismo.



Estilo De Vida

Personas adictas al licor, Grupo de referencia, roles sociales, correlación



Uso Del Producto

Para esta última parte no logramos enfocarnos al detalle ya que como el producto inicialmente se está sacando al mercado tiene baja participación y la lealtad de los clientes sería con nuestros propios familiares o personas allegadas a cada uno de nosotros.



Beneficio Del Producto

Queremos que nuestro producto sea beneficioso para la sociedad y que logre un rendimiento en la parte social y económica que nos sirva de un sostenimiento y a la vez de fuente de empleo.

Entrevista



Fecha: _____

Nombre: _____

Edad: _____

Encuesta realizada a partir de la necesidad de buscar una solución al problema de alcoholismo en las personas, con estas preguntas muy textuales nos lleven al problema de por qué consume tanto licor.

Empecemos con unas preguntas dirigidas al producto como tal:

1. ¿Qué variedad de galletas consumes?
2. ¿Qué variedad de licores consumes?
3. ¿Según su concepto como se sentiría al encontrar un producto que calme la ansiedad a consumir licor?
4. ¿Necesitas la sociedad un producto que calme la ansiedad a consumir licor?
5. ¿Cuál es el precio que estarías dispuesto a pagar?

Ahora vamos con preguntas un poco más personales esperamos no se sienta agredido, si así se llegase a sentir por favor háganoslo saber y continuaremos con otras:

6. En tu experiencia personal ¿Cuál ha sido la situación más difícil que has enfrentado consumiendo licor?
7. ¿Cómo lograste superarlo?
8. ¿Qué crees que fallo?
9. ¿Qué le está ofreciendo el mercado para superar tu problema?
10. ¿El consumir licor afecta tu vida familiar y social? ¿Por qué?



11. ¿Qué cambios o cosas adicionales le harías a nuestra empresa o el producto?
12. ¿Le agradecería si la empresa contara con un servicio de página Web donde usted tenga más conocimiento y atención al cliente?
13. ¿Qué beneficios trae consigo este producto?
14. ¿Por qué deseas este producto?

Muchas gracias por colaborar con esta entrevista y tendremos en cuenta sus opiniones para mejorar y prestar un mejor servicio.

Hasta una pronta oportunidad.



Misión

Proporcionar a nuestro cliente un producto 100% natural, estableciendo los más altos estándares de calidad y capital humano; así mismo dar a conocer el producto en sus diferentes presentaciones como una alternativa innovadora y diferente llegando a satisfacer a los paladares más exigentes.



Visión

Ser una empresa líder en fabricación industrial del consumo masivo en el área de galletas, sin perder lo tradicional del producto.

Valores Corporativos



Pasión por lo que hacemos: Nos entusiasma trabajar por nuestras metas y nuestros clientes.



Integridad: Trabajamos con respeto, honestidad, responsabilidad y disciplina.



Equidad: Procedemos con justicia, igualdad e imparcialidad, buscando un impacto social positivo e inclusivo.



Política



Nuestro compromiso como empresa es crear galletas que satisfagan el paladar exigente de nuestros consumidores, a través de un producto con los más altos estándares de calidad, esto es reflejado en la presentación final de nuestros productos y en la preferencia de los clientes. Cumpliendo nuestro fin primordial que es la aceptación del cliente y cumplir con los estándares de control y calidad.

Objetivos

1. Diseñar productos que sean innovadores al público consumidor.
2. Sacar las necesidades que tienen las personas por consumir licor.
3. Diseñar un empaque llamativo en materiales que cuiden el medio ambiente.
4. Atraer la atención de nuestros clientes con la mejor variedad de galletas a muy buenos precios.
5. Brindar una continua satisfacción a nuestros clientes, cumpliendo con las obligaciones en calidad y servicio, buscando el mejoramiento de estas.
6. Garantizar que los productos que nuestros clientes consuman estén en las más altas condiciones de salubridad y calidad.
7. Lograr una mayor participación en el mercado.



Matriz Foda



Fortalezas

- Tenemos una estrategia definida.
- Tenemos el personal idóneo en cada puesto.
- Hacemos las promociones necesarias.
- Tarifas bajas.

Oportunidades

- Hay un segmento del mercado que podemos atender y todavía no lo estamos haciendo.
- Nuestra competencia está débil.
- Podemos desarrollar nuevos productos para mercados nuevos.
- Podemos desarrollar o adquirir nuevas tecnologías de fabricación.

DEBILIDADES

- Cambios De Precio.
- Costos de Materia Prima.
- Tenemos una débil imagen en el mercado.
- Tenemos una estrecha línea de productos.



AMENAZAS

- La venta de productos sustitutos está creciendo.
- Tecnología que maneja la competencia.
- Incumplimiento de los proveedores para poder cumplirnos.

Matriz Efe (Evaluación De Factores Externos)



MATRIZ EFE (EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS)				
FACTORES DETERMINANTES DE ÉXITO		PESO RELATIVO (0,0 - 1)	CALIFICACION (1 - 4)	PESO PONDERADO (P.R * C)
AMENAZAS	Las ventas de productos sustitutos estan creciendo.	0,05	3	0,15
	Tecnología que maneja la competencia.	0,1	4	0,4
	Incumplimiento de los proveedores para poder cumplimos.	0,06	3	0,18
	Poco crecimiento en la economía.	0,03	2,5	0,075
	Cambio en los hábitos de consumo.	0,02	1	0,02
	Demanda del mercado.	0,04	2	0,08
	Los clientes no gusten del sabor a licor.	0,02	1	0,02
OPORTUNIDADES	Hay un segmento del mercado que podemos atender y todavía no lo hemos explotado.	0,1	3,5	0,35
	Nuestra competencia está débil.	0,07	2	0,14
	Podemos desarrollar nuevos productos para mercados nuevos.	0,1	4	0,4
	Podemos desarrollar o adquirir nuevas tecnologías de fabricación.	0,1	4	0,4
	Costos bajos de operación.	0,06	2	0,12
	Directrices de calidad.	0,1	4	0,4
			0,85	36

- Las calificaciones indican el grado de eficacia con que las estrategias de la empresa responden a cada factor, donde 4 = la respuesta es superior, 3 = la respuesta está por arriba de la media, 2 = la respuesta es la media y 1 = la respuesta es mala.
- El total ponderado de 2.74 está por arriba de la media de 2.50.
- Lo cual establece que esta estrategia es favorable con la organización.

Matriz Efi (Evaluación De Factores Interno)



MATRIZ EFI (EVALUACION DE FACTORES INTERNO)				
FACTOR INTERNO CLAVE		PESO RELATIVO (0,0 - 1)	CALIFICACION N (1 - 4)	PESO PONDERADO (P.R * C)
DEBILIDADES	Cambios De Precio	0,07	3	0,21
	Costos de Materia Prima.	0,05	4	0,2
	Tenemos una débil imagen en el mercado.	0,1	4	0,4
	Tenemos una estrecha línea de productos.	0,09	3	0,27
	Escasa promoción y publicidad.	0,08	3	0,24
	Marca no reconocida en el mercado.	0,09	2	0,18
FORTALEZAS	Tenemos una estrategia definida.	0,06	3	0,18
	Tenemos el personal idóneo en cada puesto.	0,06	3	0,18
	Hacemos las promociones necesarias.	0,05	2	0,1
	Tarifas bajas.	0,08	3	0,24
	Empaque que garantiza la frescura del producto.	0,07	4	0,28
	Innovación de productos y/o producto popular.	0,08	4	0,32
		0,88		2,8

Los factores internos a la organización son favorables con un porcentaje promedio de 2,8.



Matriz De Boston Consulting Group

¿Cómo aplicamos la matriz bcg en nuestra empresa **Cookies Liqueur**? Para ello tomamos las galletas más populares y la ubicamos en el gráfico.

- **GALLETA DE VINO. Cuadrante 1(estrella)** Parte superior derecha del cuadrante. El producto es muy bueno, crece por si solo y el público le encanta su sabor supera a todos los demás de la misma marca y del mercado.
- **GALLETA DE AGUARDIENTE. Cuadrante 2 (Signo de interrogación)** Parte superior izquierda del cuadrante. Este producto es bueno, se mantiene en el mercado, el comprador lo adquiere como alternativa, pero no se vende mucho.
- **GALLETA DE RON. Cuadrante 3(Vaca)** Parte inferior izquierda del gráfico. El producto es conocido por todos nuestros compradores y genera muchísimas ganancias, aun así, no crece en el mercado, es decir el nivel de ventas se mantiene, aunque a gran escala no se supera.
- **GALLETA DE RON. Cuadrante 3(Vaca)** Parte inferior izquierda del gráfico. El producto es conocido por todos nuestros compradores y genera muchísimas ganancias, aun así, no crece en el mercado, es decir el nivel de ventas se mantiene, aunque a gran escala no se supera.

Productos estrella	Productos de interrogación
	
Galletas de vino	Galletas de aguardiente



<p>Productos vaca</p> <p>Galletas de ron</p>	<p>Productos perro</p> <p>Galletas de whisky</p>
------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------

Matriz Axiológica

PRINCIPIOS \ GRUPO DE REFERENCIA	GRUPO DE REFERENCIA					
	SOCIEDAD	ESTADO	FAMILIA	CLIENTES	PROVEEDORES	EMPLEADOS O CONTRATISTAS
RESPONSABILIDAD	X	X	X	X	X	X
RESPECTO	X	X	X	X	X	X
PROFESIONALISMO	X	X	X	X	X	X
LIDERAZGO			X	X	X	X
HONESTIDAD	X	X	X	X	X	X
HONRADEZ	X	X	X	X	X	X
PUNTUALIDAD			X	X	X	X
PULCRITUD		X	X	X	X	X

Principios y Valores

Responsabilidad: Como compañía nos destacaremos en ser personas responsables, además de tener la obligación moral de respaldar constantemente con calidad en nuestros productos.

Respeto: Nuestras acciones se inspiran en el respeto por todos los miembros de la compañía, cumpliendo, considerando y exigiendo las responsabilidades compartidas.

Profesionalismo: Patrocinamos la ética profesional como la garantía fundamental en el desempeño de cada una de las actividades en bienestar de la compañía.

Liderazgo: lideramos cada una de las actividades dentro y fuera de institución, así como otorgar la igualdad de oportunidades y respetar la libertad de pensamiento.

Honestidad: Somos una compañía de gente que se considera honesta consigo misma y con los demás, estamos convencidos que solo el trabajo dignifica al ser humano.

Honradez: somos una compañía que difundimos la honradez como una virtud que conseguirá que nuestros empleados, clientes y otros nos prefieran y confien en nosotros.

Puntualidad: Seremos puntuales y respetaremos el tiempo de los demás, no desperdiciaremos nuestro valioso tiempo, cada minuto perdido representa el descuido de alguna de nuestras tareas.

Amabilidad: la amabilidad y la cortesía con los compañeros empleados, clientes y otros, sabremos siempre responder a sus inquietudes con una sonrisa sincera y estaremos siempre



dispuestos a satisfacer sus requerimientos, porque ellos son nuestra razón de ser y a ellos nos debemos.

Pulcritud: somos la imagen de nuestra compañía, por ello garantizamos la calidad de la materia prima, mantendremos siempre limpios y ordenados nuestros puestos de trabajo, equipos e implementos.

Analisis De Pestel



❖ Factores políticos.

- ✓ La estabilidad y riesgo político, la estabilidad política de nuestro país para que nuestra empresa este dotada de cierta estabilidad económica, lo que será favorable para la compañía.

❖ Factores sociales y demográficos.

- ✓ Valores y creencias de la sociedad: nuestra empresa se destaca por la importante contribución que tiene con el medio ambiente y los valores ecológicos como el reciclaje, de esta manera disminuimos las causas de contaminación.



- ✓ Modo y estilo de vida: nuestra empresa desea adecuarse con los diferentes cambios de moda que se presentan en la sociedad. Puede verse afectada por una variación en el aspecto externo, que se manifestaría en el diseño del logotipo.

- ❖ Factores tecnológicos.
 - ✓ Nuestra empresa se incorpora al cambio técnico y al empleo de nuevas tecnologías, lo que hará que su eficiencia sea incrementada y como consecuencia sus beneficios a mediano y largo plazo aumentaran (nueva mercancía y avance en los medios informativos-ventas-internet).

- ❖ Factores económicos.
 - ✓ La disminución de los impuestos generará un aumento de los beneficios de nuestra empresa, crecería la inversión, por tanto habría un incremento en la producción, lo cual conlleva a la generación de nuevos empleos.

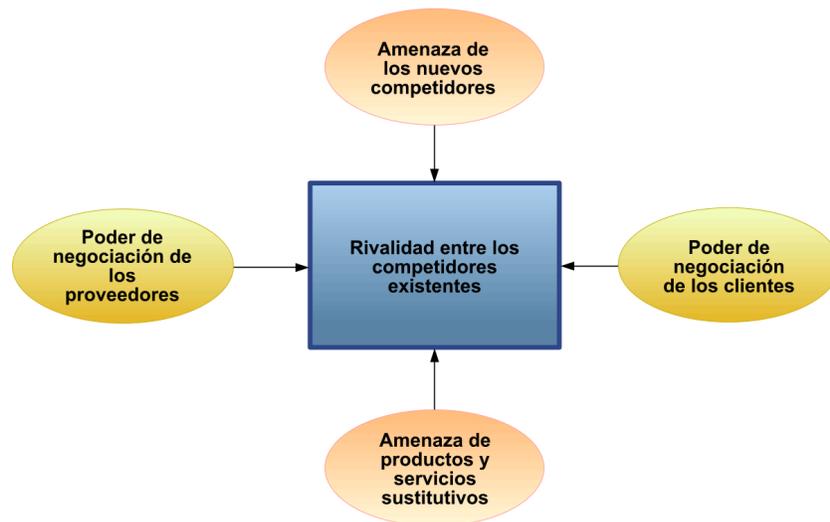
- ❖ Factor Legislativo.
 - ✓ En nuestra compañía afecta a la norma jurídica, tomando ideales de otras empresas que influirán en el funcionamiento de la misma.

- ❖ Factor Ecologico.



- ✓ Queremos demostrarle a la sociedad que se pueden desarrollar productos que cumplan con diferentes expectativas y que sean 100 % saludables al medio ambiente.
- ✓ Mediante nuestros procesos de producción y en la más óptimas condiciones de salubridad.
- ✓ Será un producto confiable que el consumidor se sienta a gusto de adquirirlo y además que disfrute ayudando al planeta.

Las 5 Fuerzas De Porter



1. Amenazas de nuevos Competidores.

- ✓ Creemos que es alta ya que al ser un producto muy tradicional y ser consumido diariamente por la población. La mayoría de compañías buscan ingresar al sector de las galletas tendrán que asumir una serie de barreras.
 - ☐ La inversión inicial será elevada.
 - ☐ Necesidad de tecnología y marketing.
 - ☐ Gran inversión en canales de distribución para hacer llegar el producto al cliente.



- ✓ A pesar de ello nuestra empresa Cookies Liqueur amenaza con extenderse por toda la localidad de Bosa, brindando innovación por los diferentes sabores.

2. Rivalidad entre las empresas

- ✓ El sector de las galletas no es muy competitivo ya que no existen gran cantidad de empresas que se dediquen a la comercialización de estas.
- ✓ Nuestras galletas están diferenciadas con otras empresas ya que poseen sabores incomparables y una imagen innovadora.

3. Amenazas de productos sustitutos.

- ✓ Chocolates rellenos de licor, podría ser un producto sustituto cercano, pero su consumo no es tan generalizado ya que la mayoría de personas adictas al licor no les atrae mucho el dulce porque estas contraen muchas enfermedades como (azúcar en la sangre e hipertensión).

4. Poder de negociación de proveedores.

- ✓ Las materias primas para elaborar nuestras galletas son comunes, por lo que carecen de poder pero debido a que nuestras galletas están diferenciadas porque tienen figuras alusivas a las personas adultas, además poseen diversidad de sabores las cuales son a gusto del paladar de nuestro cliente.

5. Poder de negociación de los clientes

- ✓ Su poder negociador es alto ya que son libres a la hora de consumir la marca de galletas que deseen, adicionalmente estos suelen consumir una marca específica porque les gusta por su sabor o su publicidad.



Prototipo

Descripción del producto

Galletas con sabor a licores fácilmente reconocidos por el paladar del colombiano hechas por la mejor mano de obra con los siguientes ingredientes:

- Harina de Maíz.
- Harina de trigo.
- Mantequilla (No procesada).
- Azúcar.
- Sal.
- Leche.
- Licor (Saborizantes).
- Cereales naturales.
- Huevos.





Ficha técnica del producto							
Fabricante cookies Liqueur							
Nit. Xxx.xxxx							
Nombre Genérico	Galletas con sabor a licor: aguardiente						
Nombre Comercial	Galletas con sabor a aguardiente MARCA Cookies Liqueur						
Registro Sanitario	RSAD12152207						
Descripción Del Producto	Producto crujiente obtenido a partir de la mezcla obtenida al batir todos los ingredientes, son galletas de forma de bigote y horneadas a una temperatura de 30 °C.						
Nombre Especifico De Los Ingredientes	<ul style="list-style-type: none"> ● Harina de Maíz. ● Harina de trigo. ● Mantequilla (No procesada). ● Azúcar. ● Sal. ● Leche. ● Licor (Saborizantes). ● Cereales naturales. ● Huevos. ● Chocolate 						
	POR 100 G DE PRODUCTO						
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Proteína</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">(g)</td> <td style="width: 40%; text-align: center;">5.2</td> </tr> <tr> <td>Grasa</td> <td style="text-align: center;">(g)</td> <td style="text-align: center;">19.0</td> </tr> </table>	Proteína	(g)	5.2	Grasa	(g)	19.0
Proteína	(g)	5.2					
Grasa	(g)	19.0					



Composición Química	Carbohidratos (g)	66.6
	Humedad (g)	6.0
	Fibra (g)	1.8
	Cenizas (g)	1.4
	Calorías (Kcal.)	458
	Hierro (mg/100g)	2.8
	Calcio (mg/100g)	60
Información Nutricional	POR 100 G DE PRODUCTO	
	Proteína (g)	5.2
	Grasa (g)	19.0
	Carbohidratos (g)	66.6
	Calorías (Kcal.)	458
	Hierro (mg/100g)	2.8
	Calcio (mg/100g)	60
Características Del Empaque	<p>Bolsa de polipropileno transparente, calibre 2 a 3 micras. Presentación por 20, 25 Y 30 g y el requerido por el cliente. Contiene la información establecida en la Resolución 5109 del 2005 del Ministerio de Protección Social.</p>	
Vida Útil Del Producto	<p>Un (1) mes en ambiente fresco y ventilado (10-30°C) y humedad relativa (50-60%).</p>	
Condiciones De Transporte, Almacenamiento Y Conservación	<p>El transporte se realiza en vehículos que cumplan con el decreto 3075 de 1997. Se maneja temperatura ambiente. No requiere refrigeración durante el transporte.</p>	
	<p>Almacenar en lugar fresco y seco evitando los rayos del sol.</p>	
	<p>El producto deberá conservarse en un sitio fresco y seco, evitando temperaturas y humedades altas.</p>	
Condiciones Especiales Durante La Distribución	<p>El producto deberá distribuirse en vehículos debidamente autorizados para transporte de alimentos, cumplimiento con los requisitos exigidos en el Dec.3075/97.</p>	



Presupuesto

PRESUPUESTO "COOKIES LIQUEUR"	
Equipos de Producción	
Maquinarias	\$0
Herramientas	\$0
8 Huevos	\$2.400
500 gr. de Mantequilla	\$3.800
2 Kg. de Harina De Trigo	\$2.600
2 Kg. de Harina De Maíz	\$2.800
400 gr de Azúcar	\$2.800
250g Polvo de Hornear	\$1.600
500 g de Sal	\$550
3 Frascos Esencias (Licor)	\$15.000
2 Litros de Leche	\$3.400
Empaque	\$10.000
Mano De Obra	\$25.000
COSTO DE PRODUCCION	\$69.950
Inventario / Compras	
Papelería	\$0
Bienes Manufacturados (stock/inventario)	\$0
Útiles	\$0
Otros	\$0
Vehículos	\$0
Depósito	\$0
Otros costos de adquisición	\$0



Marketing	
Papel Con Membrete, Tarjetas Personales	\$0
Pendones 120 X 70	\$21.000
Diseño	\$10.000
Banner 100 X 70	\$18.000
Tubos Y Puntas	\$7.000
Adhesivos 4 X Hoja	\$1.500
Galletas	\$69.950
Identificación X 5	\$7.500
PUBLICIDAD	\$134.950
Otros Gastos	
Solicitud de Patente / Registro	\$0
Otros	\$0
Gastos de constitución de la empresa	\$0
Solicitud de Patente / Alta en el registro mercantil	\$0
Uniformes de personal	\$0
Personal (salario)	\$0
Total Costos	\$204.900

Conclusiones

- Determinamos como saciar la necesidad de aquellas personas que tienen una ligera adicción al consumo de licor
- Logramos incurrir en el mercado con una variedad de galletas, con precios asequible para así tener una mayor demanda sin generar pérdidas para la compañía
- Brindamos satisfacción a nuestros clientes, al darles con nuestro producto la mejor calidad y atención en nuestros puntos de venta
- Se identificaron oportunidades para generar un crecimiento a nivel comercial.
- Como compañía generaríamos altos niveles de empleo a largo plazo



Bibliografía

- GUIA CUSTOMER DEVELOPMENT-VD.pdf
- Fuente www.businesshackers.camp Copyright © 2015, Lean Innovation Group SAS. All rights reserved. Contents may not be reproduced in any form without permission. All rights reserved. No part may be copied, reproduced or rewritten in any way www.businesshackers.camp.
- Guia de Trabajo para el alumno - RECURSOS COMO ELABORAR UNA ENTREVISTA Dra. F. Ruiz Garzon (Dpto. MIDE).
- www.5fuerzasdeporter.com/
- <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>
- <https://encefalodisperso.wordpress.com/2012/12/12/la-estrategia-del-pentagono-i-el-ciclo-de-satisfaccion-de-necesidades/>

