

PLAN DE NEGOCIO
SELLO LLANERO
HAPPY COOKIE "GALLETA FELIZ"

ANGIE GARCIA GOMEZ
DANIELA ROMERO MORALES
LEIDY MARCELA AGUDELO BETANCUR

DOCENTES:

RAUL ANDRES VILLAMIL VANEGAS
PIEDAD FRANCO AGUDELO
JHON ALEXANDER GONZALEZ DORADO
JAIDER ANTONIO MARTINEZ TRUJILLO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CREACIÓN DE EMPRESA 2 - MODELOS DE INNOVACIÓN 50101
VILLAVICENCIO
AÑO 2020

HAPPY COOKIE “GALLETA FELIZ”

1. MODELO DE NEGOCIOS

Descripción del producto

SELLO LLANERO, otorgará a los consumidores una HAPPY COOKIE “Galleta Feliz” alta en nutrientes saludables sin gluten, que permita al consumidor tener una experiencia de sabores, nutrientes y alimentación saludable en el día a día sea en su entorno laboral o académico, que también le permita controlar la ansiedad y el stress.

El consumidor final va querer adquirir nuestros productos ya que el enfoque que tendrán las HAPPY COOKIE “Galleta Feliz”, aparte de ser un complemento nutricional experiencial, contribuye a mejorar su estado de ánimo, su salud y sus emociones para la toma de decisiones en el día a día.

Objetivo General:

Producir y comercializar HAPPY COOKIE “Galleta Feliz” saludable tipo exportación que alimenten y mejoren el estado de ánimo (stress) y disminuya la ansiedad de adultos y niños.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar una composición natural como receta para la producción de HAPPY COOKIE “Galleta Feliz”
- Diseñar una estrategia de marketing para apertura del mercado local y nacional.
- Establecer un punto de fábrica y embalaje.

Análisis de la empresa

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p data-bbox="203 344 415 373"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul data-bbox="203 422 797 821" style="list-style-type: none"><li data-bbox="203 422 570 451">• Modelo fácil de replicar.<li data-bbox="203 499 797 674">• Baja capacidad de adquisición de los consumidores por la recesión económica a raíz del COVID19.<li data-bbox="203 722 797 821">• Negación de Registros y licencias sanitarias para la planta y productos.	<p data-bbox="820 344 1003 373"><u>AMENAZAS</u></p> <ul data-bbox="820 422 1414 821" style="list-style-type: none"><li data-bbox="820 422 1414 674">• Existe gran cantidad y variedad de marcas que ofrecen diferentes opciones de alimentos saludables, lo que ocasiona infoxicación.<li data-bbox="820 722 1414 821">• Un gran musculo financiero de marcas posicionadas.
<p data-bbox="203 1087 407 1117"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul data-bbox="203 1165 797 1486" style="list-style-type: none"><li data-bbox="203 1165 797 1339">• Espacio para crear identidad y una comunidad de consumo saludable alrededor de una marca.<li data-bbox="203 1388 797 1486">• Fácil acceso a redes de distribución con nuevos emprendedores.	<p data-bbox="820 863 1089 892"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul data-bbox="820 940 1414 1703" style="list-style-type: none"><li data-bbox="820 940 1414 1115">• La Digitalización empresarial permite canales de venta más rápidos y eficaces a bajo costo.<li data-bbox="820 1163 1414 1409">• La necesidad de colocar en el mercado la opción de productos saludables que no solo contribuyan a la alimentación sino al estado emocional de los consumidores.<li data-bbox="820 1457 1414 1703">• La crisis emocional generada por la pandemia COVID19 crea la necesidad de atender el estado emocional de los consumidores.

Consumidor - Digital – Objetivo

- EDAD: Todas las Edades
- SEXO: Hombres, Mujeres.
- CLASE SOCIAL: Baja, Media, Alta.
- ESTILO DE VIDA: Gusto o afinidad con la vida saludable, con la naturaleza y hacer deporte, compras virtuales y a domicilio.
- COMPRADORES ON LINE: Estudiantes, trabajadores y los que utilizan redes sociales.
- CONSUMIDORES: Híper – Informados.
- TIPO DE CONSUMIDOR: Tradicionales, prácticos, indecisos, emocionales, activos, impulsivos.

Necesidad – Problema Identificado

La crisis generada por la pandemia covid19 crea la necesidad de atender el estado emocional de los consumidores, además incursionar en el mercado con la opción de productos saludables que no solo contribuyan a la alimentación, sino que también le permita controlar la ansiedad y el stress.

El consumidor final va querer adquirir nuestros productos ya que el enfoque que tendrán las HAPPY COOKIE “GALLETA FELIZ”, aparte de ser un complemento nutricional experiencial, contribuye a mejorar su estado de ánimo, su salud y sus emociones para la toma de decisiones en el día a día.

IDEA BANGLITE

Venta de HAPPY COOKIE “Galleta Feliz” alta en nutrientes saludables sin gluten, que permita al consumidor tener una experiencia de sabores, nutrientes y alimentación saludable en el día a día.

- Facilidad para comprar.
- Crear identidad y una comunidad de consumo saludable alrededor de una marca.
- La Digitalización empresarial permite canales de venta más rápidos y eficaces a bajo costo.

<p>MATRIZ DE IDEAS</p>	<p><u>CÓMO - IDEAS AMARILLAS</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Crear sucursales a nivel nacional.• Para la entrega de las galletas utilizar robots rápidos.• Hacer envíos de galletas para todo el mundo en tan solo una hora.
<p><u>AHORA – IDEAS AZULES</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Garantizar al consumidor una experiencia única al comprar las galletas.• Día a día mejorar el servicio al cliente.• Entregas rápidas y eficaces.• Fácil acceso a redes de distribución con nuevos emprendedores.	<p><u>WOW – IDEAS VERDES</u></p> <ul style="list-style-type: none">• El consumidor tendrá la opción de pagos electrónicos (Tarjeta Débito o Tarjeta Crédito) o efectivo.• El consumidor podrá programar su compra anticipada y así obtener un descuento especial• Entregar tarjetas de fidelización recargables para cada compra.

2. ECOINNOVACIÓN

AGUA	Se realizan capacitaciones a los colaboradores, con el fin de crear conciencia sobre el uso adecuado del agua en las instalaciones y en sus hogares.
ENERGÍA	Los equipos a utilizar para la fabricación de Happy Cookies son energéticamente eficientes bajo los estándares establecidos
MATERIAS PRIMAS	Al optimizar las técnicas de producción se garantiza el consumo y adecuado uso de las materias primas para la fabricación del producto.
RESIDUOS	En las instalaciones contamos con puntos ecológicos y se capacita a los colaboradores respecto a la selección y separación de los residuos.
EMISIONES	Al eliminar los pedidos personales, se habilitarán rutas de entregas para reducir el desplazamiento de los clientes en sus vehículos, por lo cual se reduce las emisiones de efecto invernadero

3. ESTRATEGIAS DE OCÉANO AZUL

CRITERIO	PRODUCTO /SERVICIO	PROCESO	MERCADEO	ORGANIZACIÓN
SUSTITUIR	Sustituir a los empleados por personas robots	Alternar rutas de trabajo	Manejo virtual de los empleados	Poder trabajar desde casa
COMBINAR	Compras de materiales de forma virtual	Realizar el rastreo de forma virtual de los productos	Utilizar empaque reutilizable y ecológico para las galletas	Responsabilidad social de la empresa

ADAPTAR	Asesores capacitados para las compras virtuales	Seguimiento del consumidor para entrega de tarjeta de fidelización	Empaques personalizados para consumidores fieles	Búsqueda de personas que se adapten a las ventas digitales
MODIFICAR	Entregar tarjetas de fidelización recargables por cada compra	App donde indique la fidelización de los clientes	Publicidad Inclusiva	Implementar diferentes técnicas de trabajo como el Teletrabajo
PROPONER OTROS USOS	Pasarela de pago (Tarjeta débito o Crédito) o pagos en efectivo	Implementar Sistema contable para verificar compras confiables	Bonos de Regalo por compras superiores a un monto estipulado	Bonificación a empleados por ventas mensuales
ELIMINAR	Eliminar pedidos presenciales	Eliminar demora en recibir materia prima	Eliminar material de publicidad, en la entrega portafolios en la empresa	Más tiempo de Descanso para empleados administrativos
REORDENAR	Contar con un portafolio de productos naturales y saludables que deseen los consumidores	Ventas de domingo a domingo	Espacio para crear identidad y una comunidad de consumo saludable alrededor de una marca	Nuestro propósito es que el consumidor tenga la satisfacción y experiencia de sabores, nutrientes y alimentación saludable en el día a día sea en su entorno laboral o académico.

<p style="text-align: center;"><u>ELIMINAR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pedidos presenciales • Material de publicidad, en la entrega de portafolios en la empresa 	<p style="text-align: center;"><u>INCREMENTAR</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Networking • Captar nuevos clientes potenciales • Calidad de las entregas del producto • Mejor costo y mayores ganancias.
<p style="text-align: center;"><u>REDUCIR</u></p>	<p style="text-align: center;"><u>CREAR</u></p>

<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de espera de los clientes • Tiempo en recibir materia prima 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear sucursales a nivel nacional. • Para la entrega de las galletas utilizar robots rápidos. • Fácil acceso a redes de distribución con nuevos emprendedores.
---	--

4. FUERZAS DE PORTER

FUERZA DE PORTER	ESTRATEGIA
Poder De Negociación Con Los Clientes (Alto)	En la era digital, la comunicación virtual es de gran importancia, por lo cual se invertirá en marketing digital, llegando a cada uno de ellos a través de las redes sociales. Por ende, se contará con tiendas virtuales que dan facilidad a los clientes de adquirir nuestros productos y realizar el pago en línea sin ningún costo adicional.
Poder De Negociación Con Los Proveedores (Bajo)	Existen muchos proveedores que puedan suministrar la materia prima, así que el directorio de proveedores es extenso. De esta manera se debe establecer una alianza a largo plazo con el proveedor que suministre materia prima de buena calidad y a bajo precio.
Amenaza De Productos Sustitutos (Alto)	Para competir con los otros productos nos basaremos en <ul style="list-style-type: none"> • Buen servicio al cliente. • Garantía en nuestros productos. • Buen precio con excelente calidad.

<p>Amenaza De Productos Entrantes (Alto)</p>	<p>Existen muchos competidores que quieran entrar en este negocio ya que la inversión no es alta, es de fácil desarrollo y los insumos están disponibles constantemente y son de fácil acceso. Para combatir esto, nos enfocaremos en los canales de distribución que permitirán al cliente consumir el producto final. Además, al aumentar los niveles de producción se reducirán los costos.</p>
<p>Rivalidad Entre Los Competidores (Alta)</p>	<p>Se evidencia una alta competitividad con empresas como NOEL, TOSH, Fitness o Ramo pero estamos introduciendo un nuevo concepto de tienda virtual con un producto 100% saludable, de fácil acceso y sin intermediarios.</p>

5. MARKETING MIX

ESTRATEGIA	OBJETIVO SMART	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
PRODUCTO	S: Aumentar la variedad	Producir diversos productos con variedad de sabores y complementos	El área de producción y Gerencia	En los próximos 3 meses	En el área de producción	Descuento por lanzamiento
PRECIO	S: Aumentar las ventas M: de \$2,000,000 a	Descuento para mayoristas	Asesor de ventas	En los próximos 6 meses	A través de ventas online	Descuento del 20% por lo cual, el cliente adquiere más

	\$3,000,000 pesos mensuales (50%)					cantidad a mejor precio.
PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	A: a través de una campaña de e-marketing con nuestros clientes. R: cubrir el gasto de rediseño de la web T: en los próximos 6 meses	Por medio de anuncios publicitarios y promociones de ventas.	Asesor de ventas	En los próximos 6 meses	Redes Sociales	- Por promoción - Por temporada - Por Lanzamiento - Por volumen de compra

6. DESARROLLO DE MARCA

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Primer Paso: Diagnóstico del mercado	A. Identificar el sector	Tendrá operación inicial en la ciudad de Villavicencio y luego expandirnos a nivel nacional

	B. Identificar marcas en competencia	En Villavicencio está la empresa Peaditos y a nivel nacional Tosh, Noe, Ramo
	C. Soluciones principales y alternativas	El trabajo de producción se realizará por personas robots, lo que permite hacer el trabajo más rápido
	D. Tendencias del mercado	Galletas manufacturadas
	E. Arquetipo de la Marca	Personalidad El Cuidador ya que apoyamos a los demás a cuidarse y preocuparse por su bienestar.
Segundo Paso: Realidad psicológica de la marca	A. Percepción de las marcas de la competencia	
	B. Identificar variables del neuromarketing	<ul style="list-style-type: none"> - Color: Asociando un color a cada variedad de galletas, identificando con una emoción. - Emotividad en la publicidad: Asociar la marca con emociones como la felicidad, el amor, el afecto.

Tercer Posicionamiento	Paso: A. Identificar Top of mind	Compra online de variedad de galletas saludables sin tener que desplazarse de su lugar.
	B. Identificar Top of heart	Ser sinceros con los clientes referente al producto que se ofrece y tener comunicación constante.
Cuarto paso: Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Ofrecer galletas saludables manufacturadas basadas en una receta tradicional. La empresa ya cuenta con buen reconocimiento e importantes relaciones comerciales, lo cual genera confianza brindando a los clientes calidad y buen servicio.
Quinto Paso: Estrategia de Comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales.	Inbound Marketing a través de las redes sociales ya que suelen ser las más usadas por personas de todas las edades. Esto se hará a través una de chatbots, buen marketing de contenidos, atención personalizada.

Logo de las galletas:



7. MARKETING DIGITAL

¿Cómo generas ingresos?

Publicidad: Herramienta Indispensable que permite la comercialización de los productos HAPPY COOKIES “GALLETAS FELIZ”, por medio de este se hará uso de las diferentes redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok, para crear la vitrina digital.

Publicidad de Venta

Se creará un portafolio de productos donde los clientes tendrán varias opciones de Galletas por separar y/o comprar.

Herramientas transformación digital empresarial

Cloudsourcing

- De acuerdo al seguimiento virtual de cada consumidor, se obtendrán sugerencias e ideas para así realizar las mejoras o el lanzamiento de nuevos productos al Mercado.
- Organización en la base de datos.

Crowdsourcing

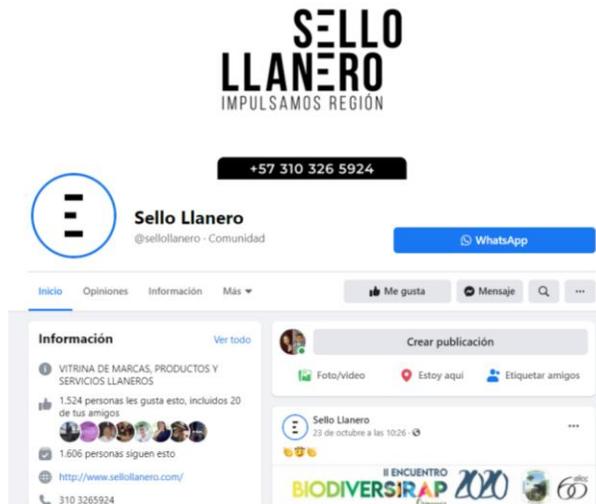
- Con el uso del Crowdsourcing, las entregas serán despachadas de una forma organizada y rápida, así mismo tendremos el inventario de los productos que se van acabando e ir preparando para las siguientes entregas.
- Desarrollar encuestas de satisfacción.

8. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

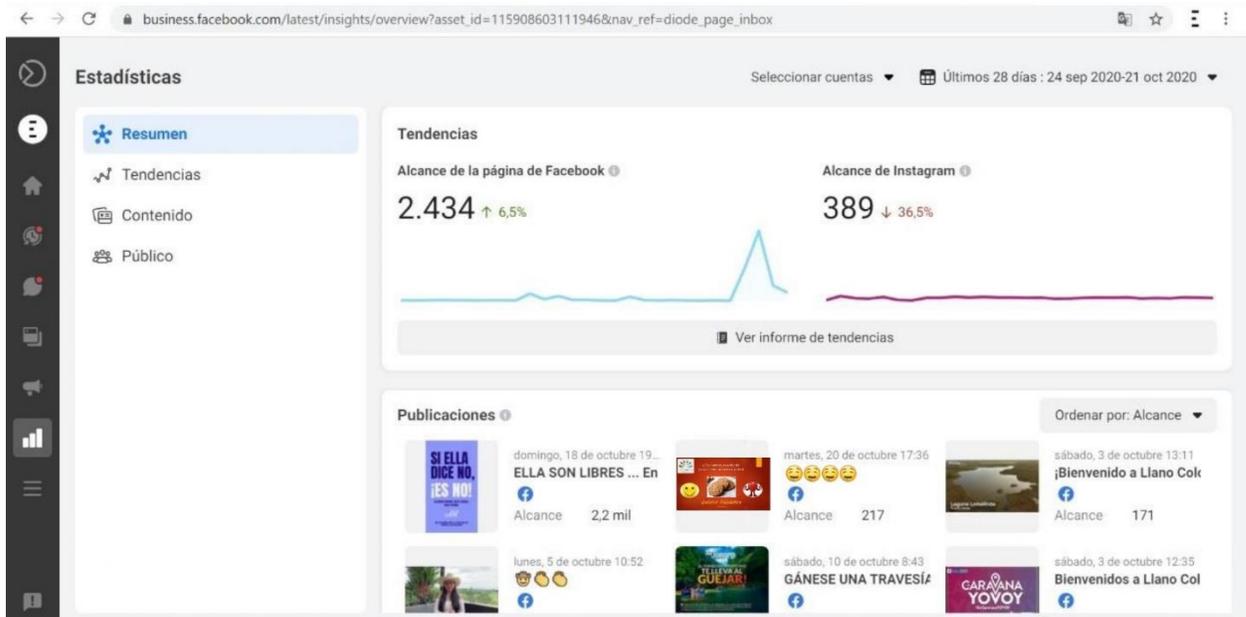


The graphic is set against a dark red background. In the top left corner is the 'HAPPY COOKIES' logo, which consists of a stylized green leaf icon above the text 'HAPPY COOKIES' and the tagline '¡Siempre Saludable!'. To the right of the logo, the text '¡Comamos saludable para mantenernos fuertes!' is written in white. In the center, there is a photograph of several golden-brown cookies on a white surface, with cinnamon sticks and almond slices nearby. To the left of the cookies is a large yellow smiley face emoji, and to the right is a 3D red heart character with arms and legs, holding two dumbbells. At the bottom, the text 'Galletas Saludables' is written in a large, yellow, cursive font, with the tagline 'A tu alcance' in a smaller, yellow, sans-serif font below it.

Sello Llanero, como empresa encargada de la producción y comercialización del producto, posee Landing page en Facebook.



9. MÉTRICAS CLAVES.



inversión: \$5.000

Alcance: 217 clientes.

$CAC = \$5.000 / 217 = \$23,047$

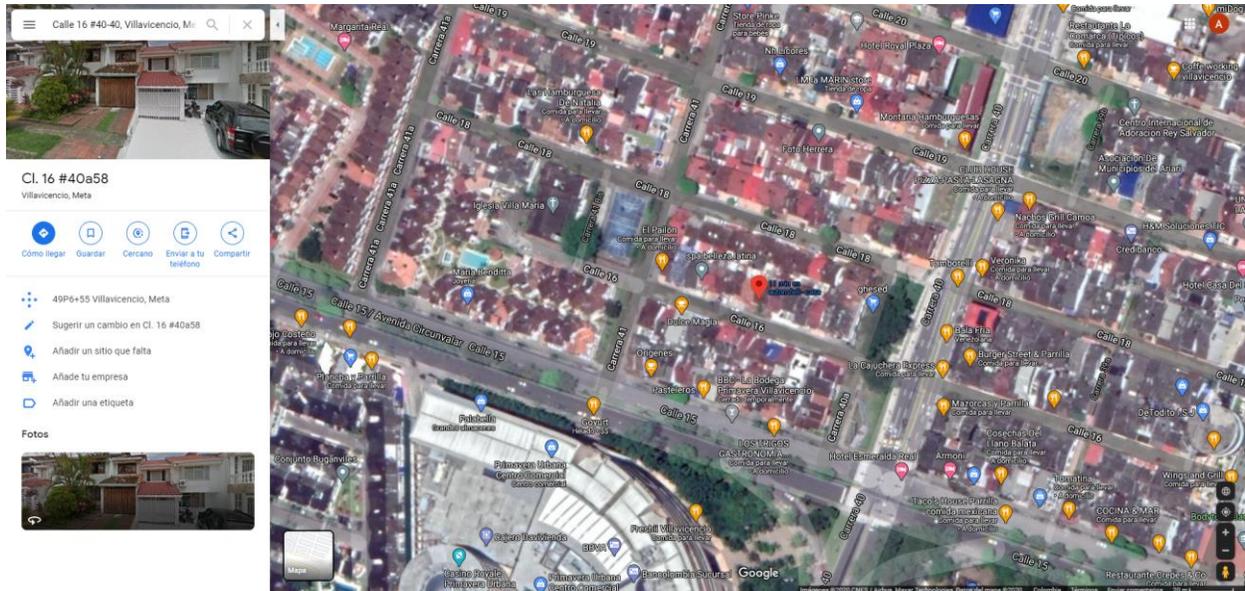
LTV:

Digamos que un cliente compró mensualmente un valor de \$230.000 durante 6 meses.

El LTV de ese cliente sería: $LTV: \$230.000 * 6 = \$1.380.000$

10. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Localización:



Macro Localización.

Las variables que se tuvieron en cuenta en el momento de decidir en donde se va a instalar el proyecto fueron las siguientes en cuanto a macro localización:

- Tipo de lugar: Debido a que las ventas son virtuales y de distribución, se eligió un lugar para llevar a cabo el proceso de producción y mercadeo.
- Monto de inversión: Nuestro monto de inversión es de \$51.825.000 pesos, esta cantidad de dinero se utilizará para Arriendo por 1 año, Maquinaria y Equipo, Equipo de Comunicación y Computación, Muebles, Enseres y Otros, Otros (incluido herramientas) y Gastos Pre-operativos.
- Estado de las vías de acceso: Es en una zona residencial y de oficinas cerca de 2 vías principales, todo pavimentado en cemento y en perfecto estado.
- La localidad cuenta con agua potable, energía y comunicación

- Sitios de Referencia Cercanos: Centros Comerciales Primavera Urbana, Llanocentro, Unicentro; Barrios Buque y Trapiche.

Micro localización:

Lo primero que se tuvo en cuenta para la micro localización es contar con un inmueble óptimo. Además, se verificó que no fuera una zona afectada por vecinos conflictivos que pueda afectar la razón de ser del proyecto. Es una zona residencial y de oficinas agradable con servicio de seguridad privada.

- Ubicación: calle 16 #40^a-40 en el barrio Villa María.
- Relación equilibrio de precio-calidad: Propiedad con arriendo asequible.
- Precio del terreno: No está en venta
- Revisión del entorno inmediato: zona no afectada por vecinos conflictivos y cuenta con seguridad privada.
- Tipo de zona: Residencial y comercial que cuenta con empresas privadas cercanas y 3 centros comerciales.

Instalaciones

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura Adecuaciones	Arriendo oficina y local comercial	1 año	12.000.000	Casa de 2 pisos ubicada en Calle 16 #40 ^a -40, barrio Villa Maria. En el primer piso está adecuado para local comercial con servicios públicos. El segundo piso está adecuado para oficinas.
Maquinaria y Equipo	Horno Para Panadería De Tres Cámaras	2	\$570.000	- En acero inoxidable - Tres gavetas - aislante de calor - Fibra de vidrio - válvula de seguridad

				- Base inferior
	Batidoras de 20lt a 30 lt	1	2.700.000	Batidora industrial velocidad 3, voltaje 110vatos, capacidad 20 o 30 litros, accesorios globo, gancho y batidor plano. Apagado de emergencia
	Batidora 10 lt	1	\$2.400.000	- tazón mezclador - batidor plano - batidora de alambre - gancho para masa
	Balanza digital	1	\$630.000	Balanza liquidadora marca Trumax, fabricada en ABS de alta resistencia, plato en acero inoxidable de 34x24cm, display LCD, batería recargable, capacidad maxima:15/30kg, división de escala 5/10g, Con certificación OIML, homologada para metrología Legal en Colombia, cumplen resolución 77506 de la Superintendencia de Industria y Comercio.
	Gramera Digital Cocina	1	\$35.000	- Marca: Kitchen Sacle - Modelo: LP-B WH-B05 - Material: Plástico - Tamaño Aprox. Balanza: 20 x 7 x 7 cm - Empaque: 19 x 18,5 x 5,7 cm - Peso Aprox. Balanza: 208 g - Empaque: 314 g - Capacidad 5 kg o 0-5000 g - Equipada con sensor de alta precisión. - Pantalla lcd de 4 dígitos. - Interruptor de encendido y/0 apagado. - Unidades de medición: gramos y onzas. - Precisión 1g o 0,1 oz. - Función de tara mediante el cual se puede pesar diferentes ingredientes - Funciona con 2 baterías incluidas. - Tazón con medidas en ml.
	Estufa con horno	1	\$1.900.000	TRABAJA A 220 VOLTIOS Inductores

				<ul style="list-style-type: none"> - 1: 14,5 cm / 1.200 W con booster 1.600 W - 2: 14,5cm / 1.500 W con booster 2.000 W - 3: 21 cm / 1.500 W con booster 2.000 W - 4: 14,5 cm / 1.200 W con booster 1.600 W <p>Características Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vidrio vitro cerámico de fácil limpieza y alta resistencia - Eficiencia que se acomoda a tu necesidad - Bloqueo de funciones - Sensor de bloqueo de sobrecalentamiento - Sensores Inteligentes - Temporizador - 9 niveles de potencia + Booster <p>Características del Horno</p> <ul style="list-style-type: none"> - Doble vidrio templado en el horno - Termostato eléctrico - Parrillas enlozadas - Horno eléctrico con acabado porcelanizado liso - Control digital - Disponible en gris
	Refrigerador	1	\$4.950.000	Nevera refrigeradora congelador 450lts mostrador 4 compartimientos tres refrigerantes 1 congela, enfría y congela ideal como mostrador exhibidor
Equipo de Comunicación y Computación	PC All In One Lenovo A540 Intel Core i7 23.8" Pulgadas	4	\$2.400.000	<ul style="list-style-type: none"> - Procesador: Intel Core I3 - Sistema Operativo: Windows 10 - Memoria RAM: 4 GB - Soporte gran-angular, te brinda comodidad - Disco Duro: 1TB - Pantalla: 23,8" Pulgadas
	Multifuncional Láser HP MFP 137fnw	1	\$700.000	Ampliación de Copias, Copiadora, Escáner, Fax

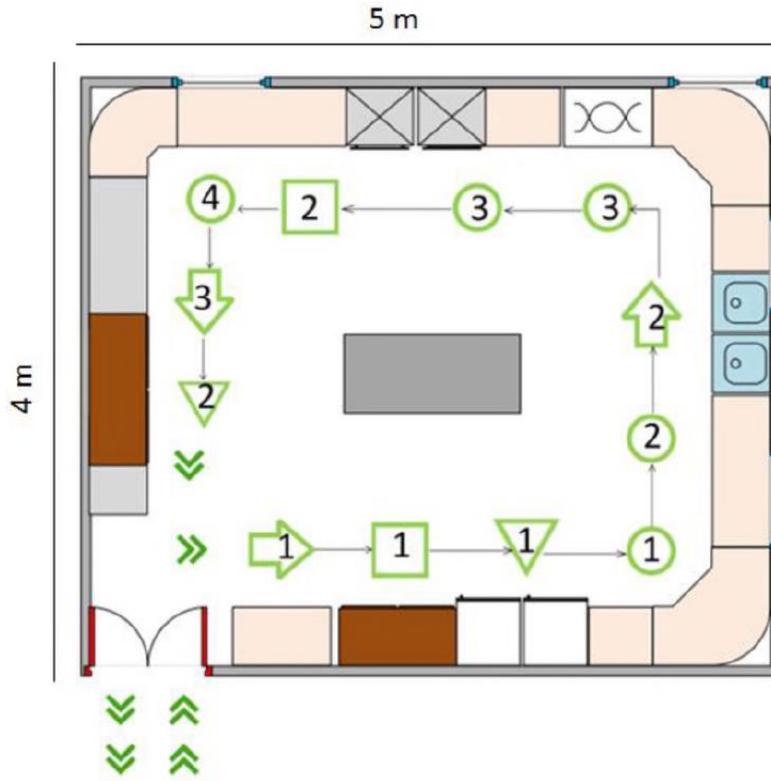
	<p>Teléfono Inalámbrico Dect PANASONIC ID TGB112 2x1 Negro</p>	4	\$137.000	Inalámbrico con identificador de llamadas
	UPS MAGOM	6	\$211.000	<ul style="list-style-type: none"> - 500VA x1 - Supresor de picos y filtro de línea - Regulador automático de voltaje incorporado (AVR) - Amplio rango de tensión de entrada - Encendido sin red eléctrica - Alta compatibilidad electromagnética con la carga - Protección de cortocircuito, sobrecarga y batería baja - Filtro de línea - Alarmas de advertencia de funcionamiento
	<p>Multitoma Inteligente VTA Interior 4 Salidas 1.5 Metros</p>	3	130.000	<ul style="list-style-type: none"> - Opciones de Conectividad: Bluetooth WIFI - Sistema Operativo Compatible: Android iOS - Trabaja Con: Amazon Alexa Google Assistan - Aplicacion de Comando de Voz que Soporta: Google - Switch Para Ubicar en: Solo Interior - Voltaje: 125 - Amperaje: 10 - Caracteristicas Especiales del Switch y del Tomacorriente: Programable Tiene Monitoreo Remoto con App
Muebles, Enseres y Otros	Escritorio	4	\$695.000	<ul style="list-style-type: none"> - Material: Vidrio - Altura x Ancho x Profundidad: 70 cm x 120 cm x 60 cm - Con estructura metálica posee un porta teclado. - Con cajones en MDF y maniguetas metálicas
	Silla Ergonómica	4	\$489.000	<ul style="list-style-type: none"> - Material del asiento: PVC, metal, espuma - Material de las patas: nylon

	Escritorio con Brazos			<ul style="list-style-type: none"> - Permite rotación: 360 grados - Capacidad (resistencia/carga máxima): 120 kilogramos máximos - Número de cajas de empaque: 1 caja - Mecanismo manual/electrónico: manual - Origen: importado - Número de puestos: 1 puesto - Silla ergonómica: si - Color de la estructura: negro - Brazos: si
	Archivador de Pared	2	\$300.000	<ul style="list-style-type: none"> - Archivador o gabinete aéreo - metálico para AZ, negro o gris en pintura electrostática, manija y sus respectivas llaves - Medidas: 90 ancho, 40 alto, 32 fondo
	Archivador	2	\$600.000	<ul style="list-style-type: none"> - Anaquel Armario Metálico - Calibre 22 - Altura 1.84 - Fondo 45 - Ancho 90 - Con 4 Entrepauos
Otros (incluido herramientas)	Varillas Batidoras	10	10.000	En acero inoxidable
	Manga pastelera con boquillas	3	\$45.000	<ul style="list-style-type: none"> - Marca: Aimex Trading S.A.S - Fabricado 100 % en silicona - Con Adaptador para boquillas - 38 boquillas en acero inoxidable - Reutilizable - Apta para lavavajillas - Medidas de Boquilla 3 cm - Medidas de Manga 30 x 13 x 3cm
	Brocha de pastelería	2	\$76.000	Brocha Keekit, Cepillo De Pastelería De Acero Inoxidable con cabezales de silicona de respaldo, cepillo de cocina resistente al calor y herrumbre, 2 cabezales de cepillo de repuesto en el pac
	Juego de cortadores de pasta	2	\$50.000	<ul style="list-style-type: none"> - Marca: Aimex Trading S.A.S - Modelo: BP019 - Unidades por pack: 24 - Material: Acero inoxidable

	Báscula de cocina	1	\$133.000	<ul style="list-style-type: none"> - Marca EXQUIFIRM - Modelo EXQDZC01-silver - Bascula De Cocina Digital - Capacidad de 500g
	Set De Cucharas Y Tazas Medidoras	2	\$22.500	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo: Chef Pierre * 6 Cucharas Medidoras: <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad mínima en volumen 0.6 mL - Capacidad máxima en volumen 20 mL - Largo mínimo 8 cm - Largo máximo 13 cm - Material Acrílico *Set de 4 tazas para medir: <ul style="list-style-type: none"> - 1 taza - 1/2 taza - 1/3 taza - 1/4 taza
	Lámina Para Galletas Antiadherentes	2	\$169.000	<ul style="list-style-type: none"> - Set de 3 láminas para galletas antiadherentes - SKU: 2586392 - Medidas de tamaño pequeño: 13 × 9, Medidas de tamaño mediano: 15 × 10, Medidas de tamaño grande: 17 × 11 - Recubrimiento antiadherente
	Rodillo de madera	3	\$89.000	<ul style="list-style-type: none"> - Marca: Ateco - Modelo: 19176 - Largo x Ancho: 48 cm x 5 cm - Diámetro: 5 cm - Forma: Cilíndrica - Material: Madera
	Otros	Universal	\$600.000	Recipientes, limpiadores, guantes, delantal, entre otros
Gastos Pre-operativos	Gastos Legales	1	\$1.260.000	Legales y tributarios
	Adecuaciones locativas	1	\$1.500.000	Adecuaciones locativas
	Software contable	1	\$2.400.000	<ul style="list-style-type: none"> - 5 Usuarios + 1 Usuario Contador - Facturas ilimitadas - Contabilidad - Cotizaciones / CRM - Cartera / seguimientos de cobranza - Gastos / Cuentas por pagar - Inventarios / Compras y costeo - Centro de Costos

11. INGENIERÍA DEL PRODUCTO

Bien/servicio: Producción de galletas				
Unidades a producir: 100 galletas				
Actividad del Proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan, Capacidad de producción por máquina (cantidad de producto/unidad de tiempo)
Recepción y almacenamiento de materias primas	20 minutos	- Jefe de Producción - Operario	- 1 - 1	Báscula
Dosificación y pesaje	5 minutos	Operario	1	Gramera
Amasado	10 minutos	Operario	1	Batidoras
Laminado	20 minutos	Operario	1	Rodillo
Moldeado	10 minutos	Operario	1	Cortadores de masa
Horneado	8 minutos	Operario	1	Horno a temperatura de 185°C
Enfriamiento	12 minutos	Operario	1	A temperatura ambiente en los estantes
Encajado	15 minutos	Operario	1	Cajas de cartón y pallet
Control de peso	10 minutos	Jefe de Producción	1	Báscula
Almacenamiento	10 minutos	Operario	1	En pallet a temperatura inferior a 28°C
Total	2 horas y 5 minutos			



12. FICHA TÉCNICA



SELLO LLANERO		
CODIGO: 20201116001	VERSIÓN: 001	FECHA: 16 de Noviembre de 2020

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)

Galletas de granola y frutos secos

B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

- 250 gramos de merma de galleta de quinua
- 100 gramos de mantequilla
- 3 cucharaditas de polvo de hornear
- 1 cucharadita de sal
- 120 gramos de azúcar
- 1 huevo
- 25 gramos de pecanas
- 25 gramos de almendras
- 20 gramos de chips de chocolate

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

Caja decorada 450 g
Lata decorada 220 g
Caja decorada 110 g

D. TIPO DE ENVASE

Caja y Lata

E. MATERIAL DE ENVASE

- Cartón. Interior: Plastificado Exterior: Cartón blanco
- Lata. Interior: Lacado Exterior: Policromía

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

- Una vez abierto consumir en el menor tiempo posible.
- Mantener y conservar el producto con su respectivo empaque. Mantener el empaque cerrado en condiciones frescas.
- No refrigerar.

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

- Higiene:

Lavado de Manos, limpieza personal, uso de la indumentaria (gorro, uniforme, guantes para alta temperatura, guantes desechables para el empaque)

- Operaciones mecánicas:

uso de cubiertas; sanitización de utensilios, superficies de trabajo; uso de controles de tiempo y temperatura en las distintas etapas, etc.

- Horneado:

No sobre pasar los 8 minutos en horno a temperatura de 185°C para evitar que se quemen y generar desperdicios

- Enfriamiento:

Se deben mantener a una temperatura no mayor de 28°C

- Empaque:

realizarse bajo condiciones y controles que minimicen el potencial de crecimiento de microorganismos o la contaminación del producto.

-Almacenamiento:

Se considera que la temperatura máxima admisible de almacenamiento del producto terminado es de 28°C ya que a esta temperatura no se ven alteradas sus características de aspecto y textura.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

60 días a partir de fecha de fabricación

I. PORCION RECOMENDADA

60 gr

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

1. Nombre del cargo: Auxiliar de Producción

2. Descripción del cargo:La persona en el cargo (hombre o mujer) debe apoyar las actividades de la persona encargada de producción y seguir instrucciones delegadas por el mismo para el seguimiento de procesos estandarizados para cada referencia de producto dentro de la planta de producción.

3. FUNCIONES GENERALES

- Soportar actividades manuales y colaborar en la ejecución de las labores realizadas por el encargado de producción.

- Proponer acciones de mejora al encargado de producción, cuando sea pertinente.- Cumplir Normas de Seguridad y Salud Ocupacional, y lineamientos de las Buenas prácticas de manufactura.

- Reportar actos inseguros, condiciones inseguras, incidentes y emergencias presentadas.

- Colaborar con los controles de calidad establecidos.

- Seguir los procesos estandarizados en la producción de una referencia determinada.
- 4. Formación: Tecnólogo en campos relacionados a manufactura de alimentos
- 5. Experiencia: Mínimo 1 año
- 6. Conocimientos Específicos: Curso Buenas prácticas de manufactura (BPM) y Manejo de elementos de Protección Personal
- 7. Competencias: - Trabajo en equipo - Manejo de relaciones internas: encargado de producción y gerente general, - relaciones externas: no aplica.- Valores: Honestidad y confidencialidad, amabilidad, puntualidad, respeto

K. GRUPO POBLACIONAL

- EDAD: Todas las Edades
- SEXO: Hombres, Mujeres.
- CLASE SOCIAL: Baja, Media, Alta.
- ESTILO DE VIDA: Gusto o afinidad con la vida saludable, con la naturaleza y hacer deporte, compras virtuales y a domicilio.
- COMPRADORES ON LINE: Estudiantes, trabajadores y los que utilizan redes sociales.
- CONSUMIDORES: Híper – Informados.
- TIPO DE CONSUMIDOR: Tradicionales, prácticos, indecisos, emocionales, activos, impulsivos.

**Firma del responsable
del producto:**

JEFE DE PRODUCCION

**Nombre del Responsable
del producto**

Marcela Agudelo
Betancur

Firma:

Marcela Agudelo
Betancur

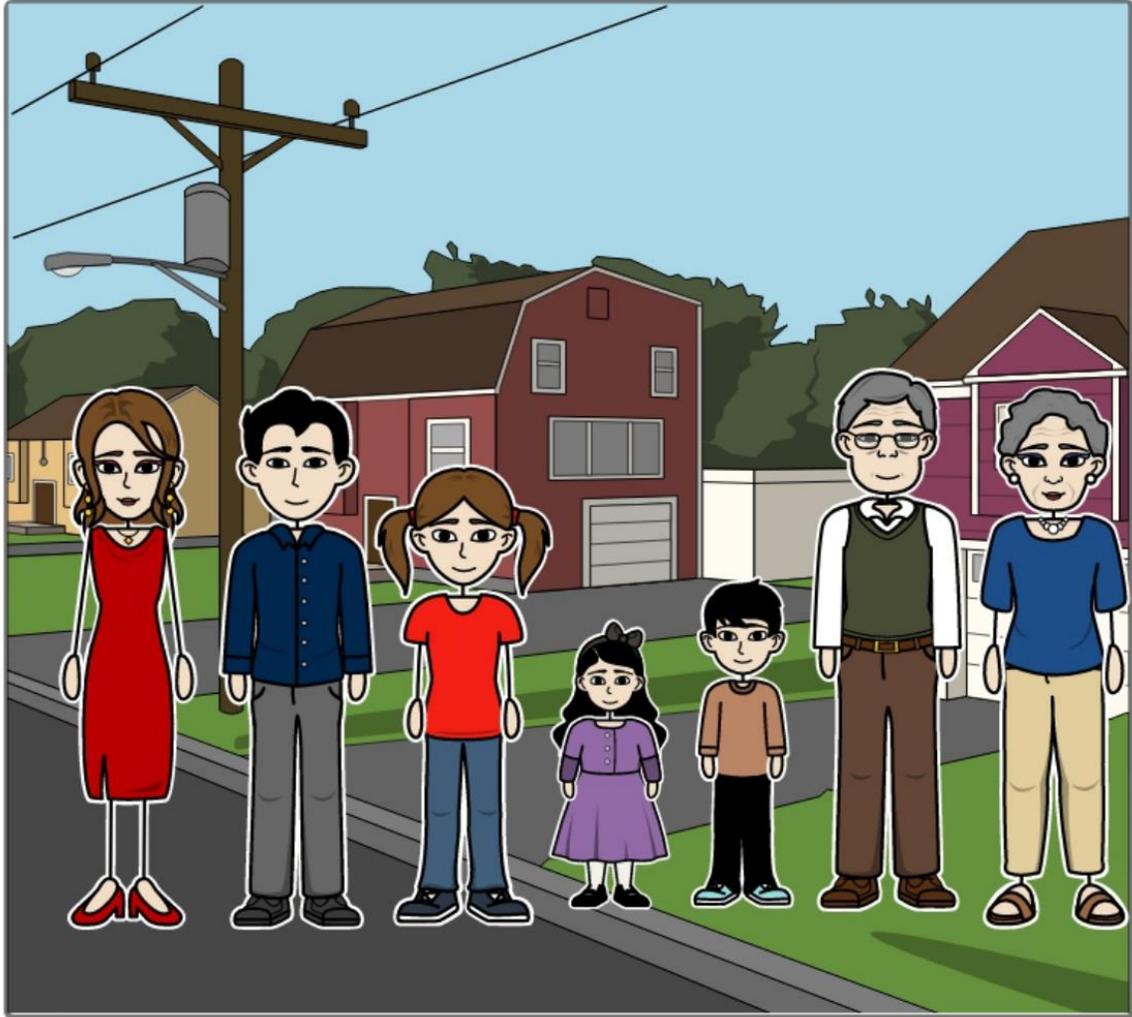
13. Lanzamiento de producto mínimo viable

¿Que problema estas tratando de resolver?



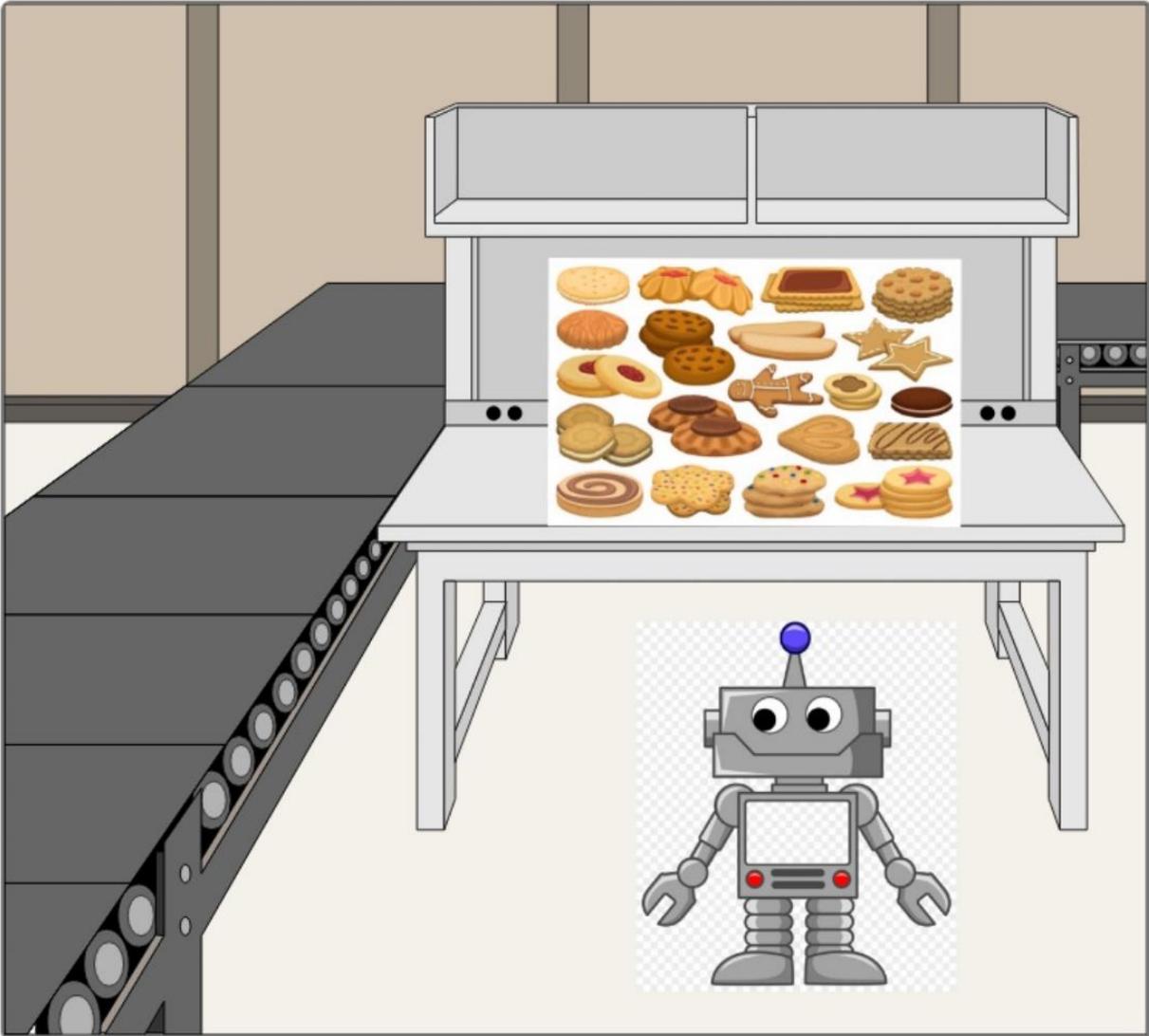
SELLO LLANERO, otorgará a los consumidores una HAPPY COOKIE "Galleta Feliz" alta en nutrientes saludables sin gluten, que permita al consumidor tener una experiencia de sabores, nutrientes y alimentación saludable en el día a día sea en su entorno laboral o académico, que también le permita controlar la ansiedad y el stress.

¿Quién es tu público objetivo?



Hombres y mujeres de todas las edades que desean comer productos saludables

¿Cómo resolverás este problema?



- Crear sucursales a nivel nacional.
- Para la entrega de las galletas utiliza robots rápidos.
- Hacer envíos de galletas para todo el mundo en tan solo una hora.

Cuál es el primer paso?



- El consumidor tendrá la opción de pagos electrónicos (Tarjeta Débito o Tarjeta Crédito) o efectivo.
- El consumidor podrá programar su compra anticipada y así obtener un descuento especial
- Entregar tarjetas de fidelización recargables para cada compra.