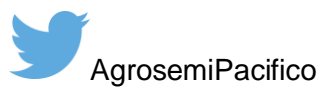
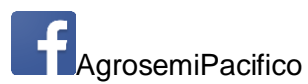
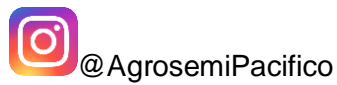


AGROSEMIPACIFICO



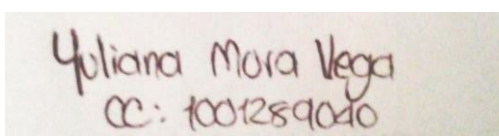
ELIAS VIVEROS MOSQUERA  
INGRID YULIANA MORA VEGA  
HERA NATALY VARELA BORDA



CREACIÓN DE EMPRESAS 1  
CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
BOGOTÁ D.C.

### COMPROMISOS DE AUTOR

Yo Ingrid Yuliana Mora vega identificada con C.C 1001289040 estudiante del programa de Contaduría pública de claro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



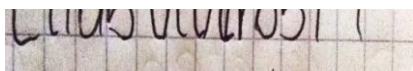
Yuliana Mora Vega  
cc: 1001289040

Yuliana Mora Vega

cc: 100128904

## COMPROMISOS DE AUTOR

Yo Elias Viveros Mosquera identificado con C.C 1004030588 estudiante del programa de Contaduría pública de claro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

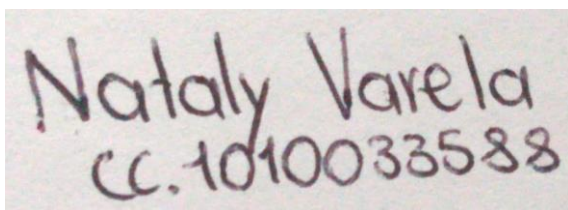
A small, rectangular image showing a handwritten signature in black ink on a light-colored, possibly lined, paper. The signature is written in a cursive style and appears to read 'ELIAS VIVEROS MOSQUERA'.

Elias Viveros Mosquera

cc: 100403058

## COMPROMISOS DE AUTOR

Yo Hera Nataly Varela Borda identificada con C.C 1010033588 estudiante del programa de Contaduría pública de claro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A photograph of a piece of paper with handwritten text in black ink. The text reads "Nataly Varela" on the first line and "cc. 1010033588" on the second line.

Hera Nataly Varela Borda

CC: 1010033588

## INTRODUCCIÓN

Agrosemipacífico tiene como objeto reconocer la importancia de apoyar el crecimiento del comercio en la zona del pacífico a través de la siembra, transformación y comercialización de la papa china que se produce en condiciones ambientales del trópico húmedo, esta empresa resalta el origen de la siembra en la región pacífica de Colombia.

La elaboración de algunas recetas de la papa china que contiene alta proteína, fibra, vitamina A, B, C, D, hierro, calcio, glúcidos y poca cantidad de grasas. las principales características de Agrosemipacífico es presentar el cultivo de la papa china como una alternativa de ingresos abastecimiento alimentario, es una forma de darle valor potencial al tubérculo que se cultiva, de tal forma que identifiquemos los mercados potenciales y en las diferentes formas en que se puedan utilizar una vez estén transformados.

Agrosemipacífico busca lograr un bienestar para la población involucrada, poniendo en el mercado nacional e internacional los productos elaborado que generan ingreso extra a partir de las ventas del cultivo, dando así el cumplimiento de los objetivos de la empresa que consisten en mejorar los ingresos de las familias de la región pacífica involucradas y así se contribuirá a mejorar la calidad de vida de cada una de las personas que hacen parte de la empresa.

La papachina aporta un mayor valor nutricional a la salud del ser humano, siendo así una ventaja para los consumidores que podrán formarse de la importancia de este tubérculo y podrán beneficiarse directamente de los aportes nutricionales que este da a la salud integral de las personas.

**OBJETIVO GENERAL:**

Desarrollar una opción para apoyar el surtido de producción y la transformación de la papa china, dando a conocer en el mercado nacional e internacional este nuevo producto de excelente calidad con un alto nivel de proteínas para nuestro cliente y el desarrollo de nuestro talento humano.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ★ Identificar nuestra población para que de esta manera proporcionamos conocimientos a ellos sobre nuestro producto
- ★ Desarrollar unas marcas líderes en el mercado nacional e internacional para así dar a conocer nuestro producto.
- ★ Brindar ante la comunidad nuestro producto de excelente calidad para las necesidades del ser humano.
- ★ Describir y conocer la característica con el fin de buscar un beneficio sostenible para todos.
- ★ Reforzar la contribución de este producto de papa china en la transformación y la elaboración de las recetas.
- ★ Reconocer que la papa china es un producto que cuenta con grandes nutrientes.

**TABLA DE CONTENIDOS**

1.	Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....	8
2.	Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.....	12
3.	Descripción de la idea de negocio.....	16
4.	Innovación.....	18
5.	Fuerza de la industria .....	19
6.	Segmentación de mercados.....	23
7.	Propuesta de valor.....	27
8.	Diseño del producto.....	28
9.	Precio de venta.....	45
10.	Prototipo.....	50
11.	Modelo running lean.....	51
12.	Validación de negocio.....	52
13.	Tabulación.....	56
14.	Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	60
	BIBLIOGRAFÍA.....	61

## 1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO:

Nuestra empresa cultiva y cosecha la papa china de esta saca harina y hace postres y pasabocas, con el fin de que las personas encuentren alimentos saludables, a un precio accesible o en su defecto la harina para que ellos mismos creen sus propias recetas, con un producto que es saludable.

<b>PRODUCTOS</b>
Galletas
Tortas
Empanadas
Papa rellena
Brownie
Harina

Agrosemipacifico está comprometida con el medio ambiente, por lo cual nuestra problemática a resolver es la contaminación, a la cual se le hará frente teniendo una producción y consumo responsable, tenemos claro que debemos tener empaques para la comercialización de nuestros productos por lo cual utilizaremos bolsas hechas a base de caña de azúcar, estas son biodegradables, se descomponen de manera natural y tarda alrededor de dos años, la papa china se produce en condiciones ambientales de trópico húmedo por lo cual se hará la producción y transformación en la región del Pacífico y allí le haremos frente a dos problemáticas más: el desempleo y la desigualdad, según el DANE la tasa de desempleo del Pacífico es del 16,3% , que aunque no es la tasa más alta es significativa y se puede reducir significativamente, al colocar nuestra sede allí se generaría



empleos y nos comprometeremos a llevar un correcto proceso verificando que nadie sea discriminado por su sexo, edad o físico de esta manera dando más oportunidades de empleo a la población de la región de Pacífico. Queremos que con base en este proyecto disminuyan 3 problemáticas evidenciadas: CONTAMINACIÓN AL MEDIO AMBIENTE, ya que nuestra empresa está comprometida con él y nuestra producción se haría de manera responsable, para que así mismo no se desaproveche ningún recurso del medio y por lo contrario cuidar el medio ambiente y disminuir la contaminación por medio de abonos a nuestros cultivos; DESEMPLEO Y DESIGUALDAD, las cuales fueron descritas anteriormente.

### **1.1 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE:**

- Reducción de desigualdad: Agrosemipacífico quiere garantizar a los empleados o posibles candidatos que no serán discriminados por su género, edad, físico, etc. Por lo cual tendremos políticas a base de valores que fomenten el respeto y la aceptación hacia las demás personas.
- Producción y consumo responsables: En el proceso de producción y transformación se utilizarán considerables cantidades de agua por lo cual se reducirá o eliminará químicos o agentes externos que puedan contaminar el agua, además de esto se usarán envases biodegradables o reutilizables.

### **1.2 TEORÍA DE VALOR COMPARTIDO:**

Agrosemipacífico va de la mano con sus proveedores y distribuidores vigilando hasta el más mínimo detalle desde la siembra de la papa china hasta su distribución, se utilizarán

los mejores productos, para su cuidado, limpieza y transformación, garantizando así al cliente una buena experiencia y un producto de buena calidad.

### 1.3. TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

Se realizará una implementación de tecnología que nos permita mejorar nuestras producciones y nuestros ingresos, esto consiste en manejar un análisis de suelo en saber en qué altura sobre el nivel del mar está el cultivo, cuál es la precipitación cuáles son las horas luz entonces de acuerdo a eso ya manejamos el tema del trazado la distancia que debe haber de una planta a otra, también nos permite mirar cómo está progresando el cultivo, con base a esta información que acabamos de mencionar ya entramos nosotros a tomar decisiones frente a qué medidas extra se pueden tomar, por ejemplo, qué cantidad de abono se debe utilizar, la distancia entre las plantas y cuidados extra.

### 1.4. ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO

#### ANALISIS PESTEL

- POLÍTICO:** La fragmentación del movimiento social, la cooptación de parte del liderazgo comunitario, así como los limitantes para fortalecer los gobiernos locales en la región del pacífico se convierten en factores que atentan contra el ejercicio de la autonomía y de poder llevar a cabo un proyecto propio.
  
- ECONÓMICO:** Una de las principales actividades económicas de la región del pacífico es la agricultura, esta actividad ha tenido un crecimiento superior al observado en el país. El cultivo con una mayor área de siembra en el departamento es la palma de aceite y el que muestra la producción más alta es la papa.

Según Helmut S. Corvo escritor de la página [lieder](#) la región del Pacífico cuenta con el mayor índice de pobreza de Colombia. Chocó muestra el índice de pobreza más alto del país, con un 62,8%. Por otro lado, la población del Cauca muestra un índice de 51,6%, cuando el promedio nacional es de 27,8%.

Esta región concentra un 17% de la población del país y contiene los departamentos de Chocó, Nariño, Valle del Cauca y Cauca. La región Pacífico contribuye con el 14,7% del Producto Interno Bruto del país. Además, genera el 9,2% de las exportaciones.

- ❑ **SOCIOCULTURAL:** La cultura de la región Pacífica de Colombia se destaca por ser afrocolombiana. Es una cultura muy difundida en el litoral y expresada a través de su folclor e historia. Las danzas, la música, la gastronomía e incluso la forma de vestir del chocono, los vallecaucanos, el nariñense y el caucano, se ven fuertemente marcadas por esta afrocolombianidad.

La cultura de los habitantes del litoral Pacífico puede describirse como alegre, colorida y muchas veces sencilla. La principal manifestación de la cultura se halla en las ciudades de Tumaco, Buenaventura y Quibdó, en donde se han desarrollado las influencias negras, indígenas y españolas que se asentaron en la zona.

- ❑ **TECNOLÓGICO:** Esta es una herramienta muy importante, porque nos permite dar a conocer nuestros productos, de manera más efectiva por medio de redes sociales o nuestra página web y haciendo más innovadora nuestra cadena productiva, para que de esta manera se disminuyen tiempos de producción y de esta manera se más eficientes en nuestro proceso de transformación.
- ❑ **ECOLÓGICO:** Los factores ecológicos que evidenciamos de manera directa con el medio ambiente es la época del año en que pasamos por una ola invernal ya que de esta manera las lluvias afectan de manera directa la cosecha de nuestro producto (papa china), de igual manera es un factor que se puede disminuir o en lo posible evitar ya que podemos usar algunas tecnologías para evitar que nuestros cultivos se pierdan, por ejemplo, proteger nuestros cultivos teniéndolos en un ambiente cerrado durante la época invernal
- ❑ **LEGAL:** A nivel legal se evidencio los impuestos a pagar por la producción, comercialización y transportación de la papa china a nivel nacional.

## 2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.

### IDENTIFICACIÓN DE LOS PROBLEMAS

- Durante el invierno, hay bastantes lluvias y crecientes en ríos provocando que las corrientes se lleven la cosecha o que por las fuertes lluvias se dañen.
- Debido al clima tropical hay varios insectos o plagas que podrían dañar los cultivos.
- En cuestión de la exportación y el transporte de nuestros productos encontramos que no tenemos gran conocimiento debido a que esto lleva unos impuestos por la exportación a otros departamentos del territorio nacional
- Nuestra oportunidad de mercado se dará a nivel nacional

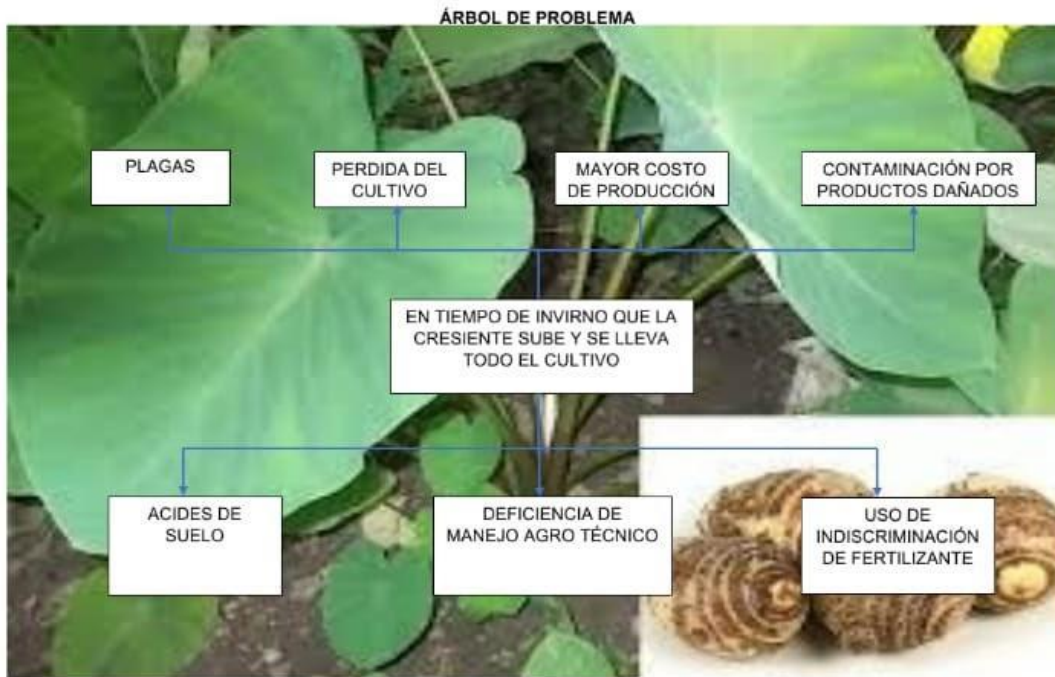
CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
		Pérdidas de cosechas durante la época invernal	Pérdida del cultivo por las plagas
Conocimiento o experiencia	3	2	2
Asesoramiento de un experto (si se requiere ¿lo tenemos?)	5	4	4
Alcance técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4	4	3

Tiempo (posible solución)	4	4	3
Costos (posible solución)	3	3	2
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	29	27	24

## 2.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS Y OBJETIVOS

### ÁRBOL DE PROBLEMAS

A partir de nuestro problema principal que es la ola invernal también evidenciamos los siguientes problemas que también se pueden presentar, como la deficiencia en el manejo de las herramientas, uso indiscriminado de fertilizante y este causando acidez en el suelo, como consecuencias de esto, las plagas y contaminación por frutas dañadas, este a su vez provocando pérdida de utilidad y mayores costos de producción.



### **ÁRBOL DE OBJETIVOS:**

Nuestros objetivos evidenciados a partir del cambio climático y la creciente de los ríos es el mejor manejo de las herramientas para la disminución de las plagas y de esta manera nuestro producto sea de mayor calidad, la disminución de las pérdidas en la cosecha nos lleva a un menor costo de producción ya que de esta manera se puede hacer provecho de toda la siembra sin que se dañe nuestro producto, nuestro principal objetivo es la construcción de un invernadero para que en la época invernal del año nuestra cosecha no se vea afectada, para ello se utilizarán termómetros y medidores de humedad, tenemos en cuenta que para que estos procesos sean efectivos necesitamos de capacitaciones sobre la papa china y el uso de estas tecnologías.

## ÁRBOL DE OBJETIVOS



### 3.DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

¿Cuál es su producto o servicio?	Harina y productos derivados de la papa china tales como recetas de cocina en donde el resultado sean postres, galletas, etc.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas que quieran consumir la papa china o derivados por sus contenidos en calcio, hierro, fibra, etc.
¿cuál es la necesidad?	Satisfacer los antojos de las personas con productos naturales, además nutritivos y ricos en hierro y calcio, producto nacional
¿Como?	Estableciendo la empresa en el pacífico colombiano y exportando a todo el país
¿Por qué lo preferirían?	Por la calidad, por los nutrientes que contiene y el buen precio que ofrecemos a nuestros clientes.



## GRÁFICO

VERBO	TEMA U OBJETIVO	CARACTERÍSTICA
Producir Fabricar	Harina de Papa china y derivados	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rentable</li> <li>● Nutritivo</li> <li>● Económico</li> <li>● Variedad de usos y productos</li> </ul>

USUARIO	VERBO INPIRADOR	PROPOSITO INPIRADOR
Su consumo es apto para todas las personas de 15 a 40 años	Crear Innovar	Mejora la nutrición en las personas con un elevado porcentaje de nutrientes

## 4. INNOVACIÓN

### IDEAS DE INNOVACIÓN

IDEA #1	IDEA #2	IDEA #3	IDEA #4
<p>Elaborar compostaje con los desperdicios de papa china el cual nos permite generar nuestro propio abono.</p> <p>Como estrategia implementaremos la elaboración de un compostador donde día a día se va a echar los desechos orgánicos para así sacar nuestro propio abono y no contaminar el medio ambiente y el abono nos ayuda a que nuestra semilla se ponga más bonita y lo más importante de hacer el compostaje es que todo se hace con el propósito de no usar químicos para no contaminar el medio ambiente.</p>	<p>Crear alianzas con empresas productoras de plásticos biodegradables, para comercializar nuestros productos en bolsas amigables con el medio ambiente.</p> <p>Como estrategia de la elaboración de las bolsas plástica a base de caña de azúcar y también bolsas a base de papel</p>	<p>Crear estrategias por medio de redes sociales en las cuales podamos mostrar los diferentes usos que se le puede dar a la papa china o a la harina, de esta manera dando a conocer nuestra empresa y nuestros productos.</p>	<p>Crear un insecticida a base de aceite, limón, citronela, romero o geranio para combatir con los mosquitos hormigas y todas las plagas que puedan afectar los cultivos, de esta manera logrando evitar los químicos.</p>

## 5. FUERZAS DE LA INDUSTRIA

### 5.1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

**NOMBRE DE LA EMPRESA:** Agrosemipacifico

**ACTIVIDAD ECONÓMICA:** Empresa productora de semielaborados derivados de la papachina

**TAMAÑO:** Es una empresa mediana.

### 5.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

#### INFLUENCIAS INTERNAS:

- Incentivar a la población hacia el consumo de un producto ancestral e informar sus beneficios nutricionales
- Introducir un producto innovador al mercado a un bajo costo
- capacitar al personal con la finalidad de que estén actualizados en tendencias gastronómicas

#### INFLUENCIAS EXTERNAS:

- Competencia.
- El mayor crecimiento de la población o ingreso de los países extranjeros.
- Cambio en el número de consumidores.
- Los gustos, las preferencias y la moda influyen en los productos que los consumidores demandan.
- Bienes sustitutivos, por ejemplo, la harina de trigo

## 5.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	SERVICIO (VENTAJA COMPETITIVA)	UBICACIÓN
Alpina- Finesse	Brownie finesse	\$3.090	Finesse es una marca que se enfoca en el cuidado de la figura, a lo largo de los años se ha convertido en el aliado perfecto para las mujeres. Cada vez tiene más opciones de productos para todos los momentos del día que buscan darle a la mujer el poder de elegir sin sacrificios.	Carrera 1 A # 47 -20 Cali - Colombia
Nutresa-Tosh	Galleta Miel Tosh X 270 gr	\$5.090	Tosh es una es una marca de alimentos con la que se siente tranquilidad a la hora de alimentarse porque sus productos son:  Deliciosas + Naturales + Buenas para ti.  Como marca estamos comprometidos en llevar	Medellín Colombia

			una vida en armonía con nosotros mismos, contigo y con el planeta; ahora son la primera marca de consumo masivo colombiana, certificada por el ICONTEC en ser Carbono Neutro.	
<b>Harina haz de oros</b>	Harina de trigo X500 gr	\$2.150	<p>Marca experta y de tradición colombiana</p> <p>Fortificado con hierro y vitaminas B1, B2, B3 y B9.</p> <p>Se adapta a diversas preparaciones.</p>	<p>Carrera 1a # 47-20</p> <p>Cali, Valle del Cauca - Colombia.</p>

#### 5.4. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Nuestra comercialización se dará de diferentes maneras tanto directa como indirecta; directa, de tal manera que vayamos a los consumidores e indirecta; cuando la comercializamos primero en los supermercados o a nuestros diferentes distribuidores, de esta forma nuestra línea de productos será más fácil de encontrar para nuestros clientes

## 5.5. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

Nuestros proveedores deberán cumplir con las especificaciones técnicas, plazos de entregas, cantidades, etc.

Para la adecuada gestión en compras es muy importante el proceso de evaluación de proveedores donde se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Capacidad potencial para proporcionar los productos requeridos en las condiciones requeridas
- Requisitos de calidad de productos y entregas

Para la evaluación de nuestros proveedores se deberá tener en cuenta criterios que favorezcan una evaluación adecuada del desempeño de los proveedores tales como:

- **Análisis de los Plazos de Entregas:** se verifica si el producto comprado está disponible en el momento acordado, ni antes ni después.
- **Cumplimiento de estándar de especificaciones técnicas:** se comprueba si el producto comprado alcanza el estándar exigido.
- **Calidad del Servicio que presta:** se analiza si la gestión del proveedor ocasiona o no inconvenientes, cómo responde a reclamos o solicitudes, etc.
- **Confiabilidad:** demostración de que lo suministrado es confiable repetitivamente

## 6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación del mercado se realizará basado en el usuario final que será consumirá nuestros productos.

- **Geográficamente:** Nuestros productos están destinados específicamente a Colombia, y a futuro en toda América Latina.
- **Psicográfica:** Nuestros productos están pensados para personas con un estilo de vida saludable.
- **Comportamental:** Los productos están pensados para las personas que quieran comer de una forma saludable y rápida, contemplamos como posibles clientes a las personas que asisten a gimnasios.
- **Demográfica:** Nuestros productos están pensados para personas con un nivel socioeconómico medio, entre 18 y 40 años.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), en el país hay en total 50.882.884. Las mujeres entre 18 y 40 años corresponden al 20,4% y los hombres a un 20,7 para un total de 20.912.865 personas.

## BONDADES DE LOS PRODUCTOS


1. Es bajo en grasas.
2. Está hecho con endulzantes naturales como la Stevia.
3. Libre de gluten.
4. Bajo en carbohidratos.
5. Contiene proteína y fibra.
6. Contiene vitaminas A, B, C y D.
7. Contiene hierro y calcio.
8. Su empaque es amigable con el medio ambiente.
9. Su valor es accesible.
10. Contiene ácido fólico, magnesio y zinc.
11. Los productos son saludables y deliciosos.

12. Hay variedad de productos.

13. No contienen colorantes.

14. Fácil de encontrar.

15. Se vende tanto por unidad como por paquetes.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No logra encontrar alternativas para alimentarse de una forma saludable, y a la vez darse un gusto.</li> <li>• Cuando encuentra productos deliciosos y saludables tienen un precio elevado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder consumir productos saludables que no parecen saludables como una torta un brownie.</li> <li>• Que sean fáciles de encontrar</li> <li>• Con precios accesibles</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geográficamente: Nuestros productos están destinados específicamente a Colombia, y a futuro en toda América Latina.</li> <li>• Demográfica: Nuestros productos están pensados para</li> </ul>	<p>Están tratando de alimentarse de manera saludable, ya que eso repercute en cómo se siente y el físico del cliente.</p>	<p>Si empieza con buenos hábitos como comer saludable, evitar comidas rápidas, comer más frutas y verduras va a lograr sus objetivos. La barrera que el cliente tiene es tener la disciplina y la suficiente fuerza de voluntad para lograrlo por esto lo que le</p>



<p>personas con un nivel socioeconómico medio, entre 18 y 40 años.</p>		<p>ofrecemos es una alternativa de snacks saludables y deliciosos.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● “No puedo comer eso porque me engordo”</li> <li>● “No quiero subir de peso”</li> <li>● “Solo puedo comer frutas y verduras”</li> </ul>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Alimentarse saludable no significa dejar de comer, alimentarse saludable significa comer balanceado.</p>	

### CLIENTE IDEAL

A. Nuestro cliente ideal se encuentra en Colombia.

B. Valores de nuestro cliente ideal:

- Comprometidos
- Empáticos
- Honestos
- Perseverantes
- Agradecidos

C. En su entorno se encuentra con sus colegas, amigos y familia, lleva una vida bastante activa y ocupada.

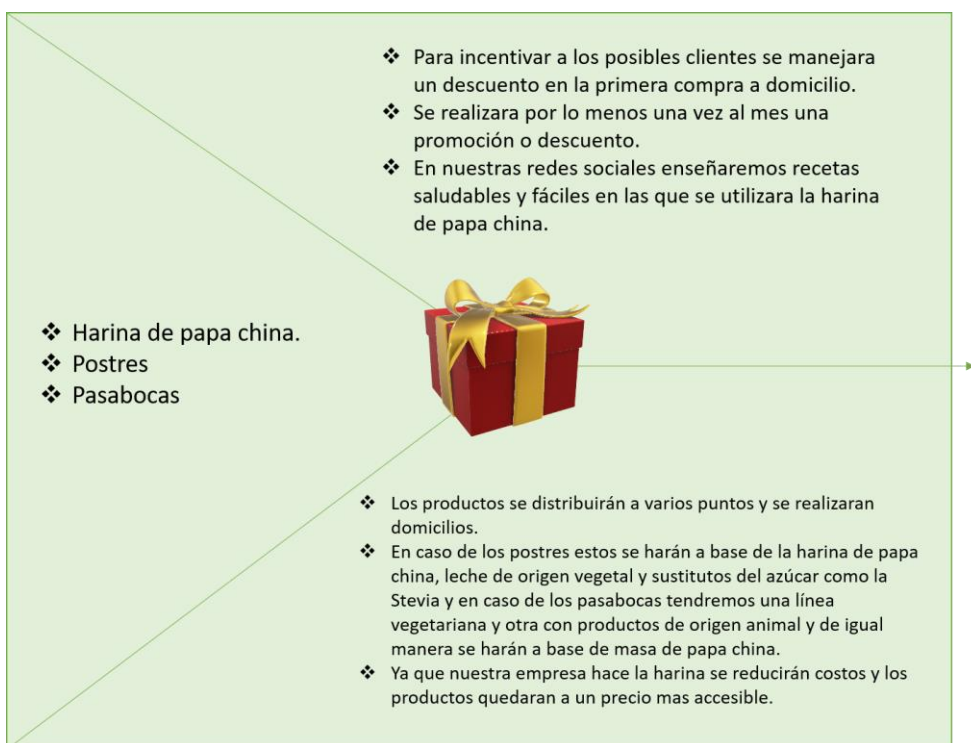
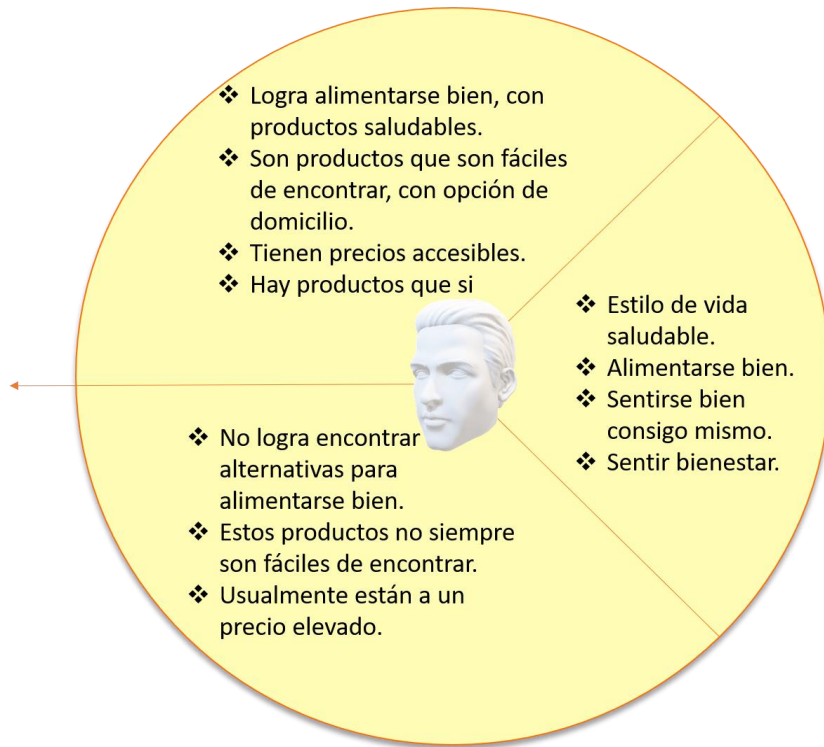
D. La necesidad más urgente de nuestro cliente ideal es cuidar de su salud, sin dejar a un lado su disfrute.

## **CÓMO SE AJUSTAN LAS BONDADES AL CLIENTE IDEAL**

El cliente ideal al tener como prioridad su salud, pero a la vez sin dejar a un lado su disfrute personal va a preferir nuestros productos ya que son deliciosos y a la vez son saludables ya que contiene varias vitaminas, fibra, proteína de origen vegetal entre otros esto lo dejará comer sin culpas, además de esto los productos son fáciles de encontrar y a precios accesibles.

## 7. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de nuestra empresa es alimentos saludables, en todo momento y ocasión.



## 8. DISEÑO DEL PRODUCTO

### 8.1. FICHA TÉCNICA

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>Harina de papa china</b>
<b>COMPOSICIÓN</b>	<p>Por cada 100 gr de papa china su composición nutricional es la siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● calcio: 24.7%</li> <li>● magnesio 18.94%</li> <li>● sodio 11.1%</li> <li>● potasio 40.8%</li> <li>● zinc 2.13%</li> <li>● hierro 2.33%</li> </ul>
<b>NORMAS DE CALIDAD</b>	<p>Luego de recolectar nuestro producto deberá pasar por un control de calidad en el cual se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Madura</li> <li>● Magulladuras</li> <li>● Cortes</li> <li>● Daños causados por insectos</li> </ul> <p>Después de hacer este respectivo control se realizará el proceso de convertir el tubérculo a harina después se realizará su respectivo embalaje y se hará su respectivo etiquetado, por último, de cada lote se escogen 10 paquetes para verificar su calidad.</p>
<b>PRESENTACIONES</b>	Se comercializan en bolsas de 3 diferentes gramajes de la

<b>COMERCIALES (gramos)</b>	primera bolsa tendrá 500 g la segunda bolsa tendrá 1000 g y la tercera bolsa tendrá 1500g
<b>TIPO DE EMPAQUE</b>	Este estará en una bolsa sellada, y su tamaño dependerá de su gramaje.
<b>MATERIAL DE EMPAQUE</b>	El material de nuestros empaques son un plástico biodegradable hecho de caña de azúcar.
<b>CONDICIONES DE CONSERVACIÓN</b>	En un lugar seco a temperatura ambiente.
<b>VIDA ÚTIL ESTIMADA</b>	2-4 meses en condiciones adecuadas de almacenamiento
<b>PORCIÓN RECOMENDADA</b>	se recomienda una porción de 100 gramos ya que contiene 2.4% de proteínas, 84.5% de carbohidratos, y un 5.2% de humedad lo que caracteriza a la papa china como un producto nutritivo
<b>ELABORÓ</b>	Agrosempacifico
<b>REVISÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos
<b>APROBÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>Galletas de papa china</b>
<b>COMPOSICIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina de papa china</li> <li>• Leche de almendras</li> <li>• Stevia</li> <li>• Esencia de vainilla</li> <li>• Frutos secos (almendras o nueces)</li> <li>• Sal</li> <li>• Mantequilla de almendras</li> <li>• polvo para hornear</li> </ul>
<b>NORMAS DE CALIDAD</b>	Después de su respectiva elaboración embalaje y etiqueta se va a tomar de cada lote 10 paquetes para revisar su color, textura, sabor y empaque.
<b>PRESENTACIONES COMERCIALES (gramos)</b>	Esta vendrá en dos presentaciones el grande de 140 gramos y el pequeño de 28 gramos.
<b>TIPO DE EMPAQUE</b>	Esta vendrá en dos presentaciones uno en un envase plástico en el que aproximadamente irán 20 (140 gramos) unidades y el otro en una bolsa plástica en la que irán 4 unidades (28 gramos)
<b>MATERIAL DE EMPAQUE</b>	El material de nuestros empaques son un plástico biodegradable hecho de caña de azúcar.
<b>CONDICIONES DE CONSERVACIÓN</b>	Almacenarse en un lugar seco y fresco

<b>VIDA ÚTIL ESTIMADA</b>	6 meses en condiciones adecuadas de almacenamiento
<b>PORCIÓN RECOMENDADA</b>	Se recomienda una porción de 4 unidades.
<b>ELABORÓ</b>	Agrosemipacifico
<b>REVISÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos
<b>APROBÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>Torta de papa china</b>
<b>COMPOSICIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Harina de papa china</li> <li>● Stevia</li> <li>● Esencia de vainilla, limón o naranja.</li> <li>● Huevos</li> <li>● Leche de almendras</li> <li>● Polvo para hornear</li> <li>● Ralladura de limón</li> </ul>

<b>NORMAS DE CALIDAD</b>	Después de su respectiva elaboración embalaje y etiqueta se va a tomar de cada lote 10 productos para revisar su color, textura, sabor y empaque.
<b>PRESENTACIONES COMERCIALES (gramos)</b>	Esta vendrá en una presentación de 200 gramos, está pensado para dos porciones.
<b>TIPO DE EMPAQUE</b>	Esta vendrá en una presentación en un envase plástico cuadrado.
<b>MATERIAL DE EMPAQUE</b>	El material de nuestros empaques son un plástico biodegradable hecho de caña de azúcar.
<b>CONDICIONES DE CONSERVACIÓN</b>	Mantenerse debidamente refrigerado.
<b>VIDA ÚTIL ESTIMADA</b>	4 meses en condiciones adecuadas de almacenamiento
<b>PORCIÓN RECOMENDADA</b>	Se recomienda una porción de 100 gramos (La mitad del contenido)
<b>ELABORÓ</b>	Agrosemipacifico
<b>REVISÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos
<b>APROBÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos



<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>Empanada de papa china</b>
<b>COMPOSICIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina de papa china</li> <li>• Sal</li> <li>• Huevos (sólo en caso de las empanadas de carne o pollo)</li> <li>• Carne, pollo, o mezcla preparada de tofu.</li> <li>• Cúrcuma</li> <li>• Cebolla, tomate y papa china</li> <li>• Aceite de soja</li> </ul>
<b>NORMAS DE CALIDAD</b>	Después de su respectiva elaboración embalaje y etiqueta se va a tomar de cada lote 10 paquetes para revisar su color, textura, sabor y empaque.
<b>PRESENTACIONES COMERCIALES (gramos)</b>	Esta vendrá en una empackada al vacío, con 6 unidades precocidas (660 gramos)
<b>TIPO DE EMPAQUE</b>	Esta vendrá en una bolsa plástica empackada al vacío.
<b>MATERIAL DE EMPAQUE</b>	El material de nuestros empaques son un plástico biodegradable hecho de caña de azúcar.
<b>CONDICIONES DE CONSERVACIÓN</b>	Almacenarse debidamente refrigeradas.
<b>VIDA ÚTIL</b>	3 meses en condiciones adecuadas de almacenamiento

<b>ESTIMADA</b>	
<b>PORCIÓN RECOMENDADA</b>	Se recomienda una porción de 1 unidad
<b>ELABORÓ</b>	Agrosemipacifico
<b>REVISÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos
<b>APROBÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>Papa rellena de papa china</b>
<b>COMPOSICIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Harina de papa china</li> <li>● Papa china</li> <li>● Sal</li> <li>● Huevos (sólo en caso de las empanadas de carne o pollo)</li> <li>● Carne, pollo, o mezcla preparada de tofu.</li> <li>● Cúrcuma</li> <li>● Cebolla, tomate y papa china</li> <li>● Aceite de soja</li> </ul>
<b>NORMAS DE</b>	Después de su respectiva elaboración embalaje y etiqueta

<b>CALIDAD</b>	se va a tomar de cada lote 10 paquetes para revisar su color, textura, sabor y empaque.
<b>PRESENTACIONES COMERCIALES (gramos)</b>	Esta vendrá en una papa rellena al vacío, con 6 unidades precocidas (900 gramos)
<b>TIPO DE EMPAQUE</b>	Esta vendrá en una bolsa plástica empacada al vacío.
<b>MATERIAL DE EMPAQUE</b>	El material de nuestros empaques son un plástico biodegradable hecho de caña de azúcar.
<b>CONDICIONES DE CONSERVACIÓN</b>	Almacenarse debidamente refrigerado.
<b>VIDA ÚTIL ESTIMADA</b>	3 meses en condiciones adecuadas de almacenamiento
<b>PORCIÓN RECOMENDADA</b>	Se recomienda una porción de 1 unidad
<b>ELABORÓ</b>	Agrosemipacifico
<b>REVISÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos
<b>APROBÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

--	--

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO</b>	
<b>NOMBRE</b>	<b>Brownie de papa china</b>
<b>COMPOSICIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina de papa china</li> <li>• Stevia</li> <li>• Cacao en polvo</li> <li>• Huevos</li> <li>• Leche de almendras</li> <li>• Nueces y Almendras</li> <li>• Mantequilla de almendras</li> </ul>
<b>NORMAS DE CALIDAD</b>	Después de su respectiva elaboración embalaje y etiqueta se va a tomar de cada lote 10 productos para revisar su color, textura, sabor y empaque.
<b>PRESENTACIONES COMERCIALES (gramos)</b>	Esta vendrá en una presentación de 200 gramos, está pensado para dos porciones.
<b>TIPO DE EMPAQUE</b>	Esta vendrá en una presentación en un envase plástico cuadrado.
<b>MATERIAL DE</b>	El material de nuestros empaques son un plástico

<b>EMPAQUE</b>	biodegradable hecho de caña de azúcar.
<b>CONDICIONES DE CONSERVACIÓN</b>	Mantenerse debidamente refrigerado.
<b>VIDA ÚTIL ESTIMADA</b>	4 meses en condiciones adecuadas de almacenamiento
<b>PORCIÓN RECOMENDADA</b>	Se recomienda una porción de 100 gramos (La mitad del contenido)
<b>ELABORÓ</b>	Agrosemipacifico
<b>REVISÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos
<b>APROBÓ</b>	INVIMA - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

## 8.2. CICLO DE VIDA

Agrosemipacifico se encuentra en la etapa de introducción ya que es un nuevo producto que estamos lanzando al mercado.

- **INTRODUCCIÓN:** En la fase de introducción nuestros productos contarán con una publicidad a nivel nacional por tv y revistas.

Esta es la etapa crítica, puesto que exige grandes desembolsos de dinero y atención extrema.

En esta etapa se contempla la inversión, las ventas y la competencia.

- **CRECIMIENTO:** Si hicimos las cosas bien y logramos suficiente impulso para darnos a conocer, nuestro producto comienza a venderse cada vez más y más.

Adicionalmente si la necesidad fue identificada y la expectativa cumplida, serán cada vez más los clientes.

Tenemos mayor experiencia en nuestra producción, ajustamos lo que no estaba en orden y gracias al volumen somos más competitivos.

- **MADUREZ:** Las ventas en esta etapa o se mantienen, o dejan de crecer, pero aún no caen. Ya con nuestro producto conocido y distribuido por todas partes, las ventas se sostienen. Hay una especie de nivelación o estancamiento en el mejor de los casos.

El mercado se reparte entre tus competidores también. Es crucial una buena estrategia de precios para seguir siendo al menos los favoritos o mejor aún, recordados para siempre como los primeros.

- **DECLIVE:** Si la necesidad del producto desaparece y se crean productos mejores el nuestro cae en obsolescencia, o tus clientes se cansan de lo que ofreces, es inevitable que el producto caiga en las ventas hasta morir.
- **DESAPARICIÓN:** Ya que el producto cae en obsolescencia los almacenes de cadena o los puntos de venta no lo van a pedir más hasta llegar a la desaparición.

#### **DEFINICIÓN ESTRATÉGICA:**

- **Decreto 3075 de 1997:** Por el cual se establece el reglamento de prerrequisitos de calidad para la industria de los alimentos.
- **Artículo 78 de la constitución política de Colombia** “La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización”
- **Ley 170 del 15 de diciembre de 1994** *Por medio de la cual se aprueba el Acuerdo por el que se establece la "Organización Mundial de Comercio"*
- **Ley 590 de 2000** “Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa”

- **Ley 1480 de 2011:** “Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. “
- **Ley 101 de 1993:** “Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero”
- **Ley 1731 de 2014:** “Por medio de la cual se adoptan medidas en materia de financiamiento para la reactivación del sector agropecuario, pesquero, acuícola, forestal y agroindustrial, y se dictan otras disposiciones relacionadas con el fortalecimiento de la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria”
- **Resolución 2195 de 2010:** “por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos que se deben cumplir durante el proceso térmico de alimentos envasados herméticamente de baja acidez y acidificados, que se fabriquen, transporten, expendan, distribuyan, importen, exporten y comercialicen para el consumo humano”

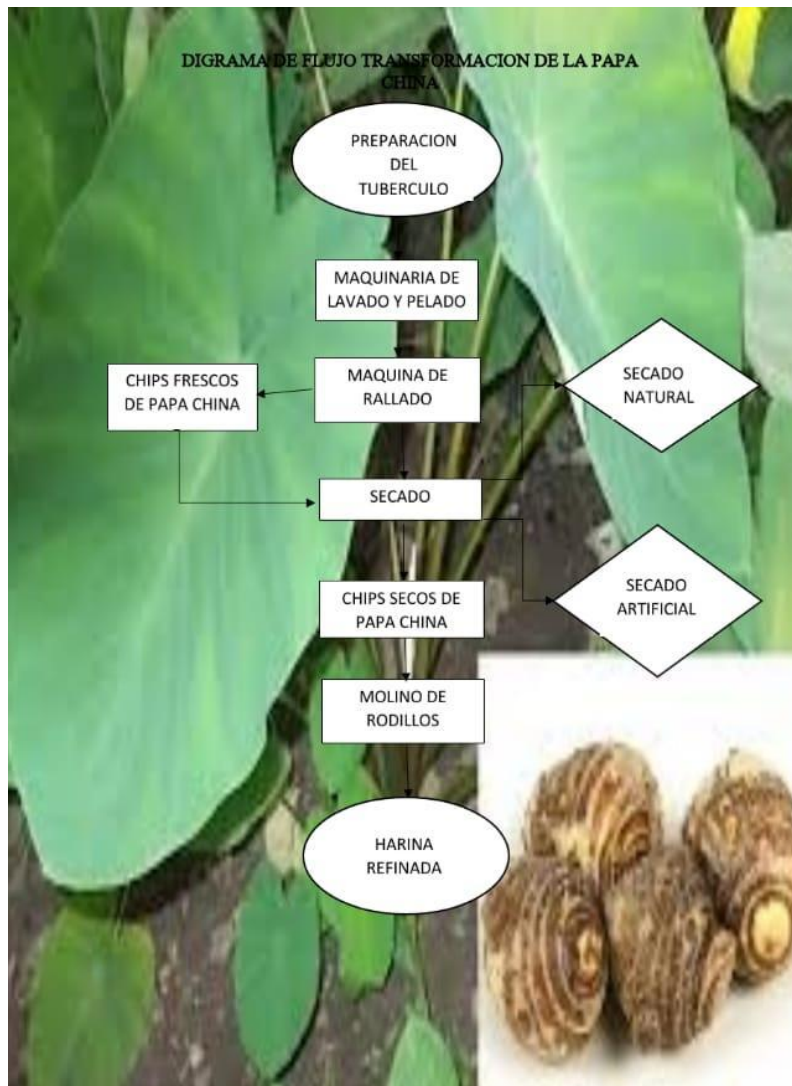
## **DISEÑO DEL CONCEPTO**

La maquinaria o materiales que se requiere para la elaboración de nuestros productos es la siguiente:

- ★ Termómetro para alimentos
- ★ Medidor de humedad para alimentos
- ★ Máquina de lavado y pelado del tubérculo
- ★ Máquina de rayado industrial
- ★ Máquina de secado artificial
- ★ Molino de rodillos
- ★ Horno industrial a gas
- ★ Ingredientes de origen vegetal 60%: Harina de papa china, stevia, leche de almendras, cacao, tofu, nueces, almendras, limón, aceite de soja entre otros.
- ★ Ingredientes de origen animal 40%: pollo, carne y huevo.

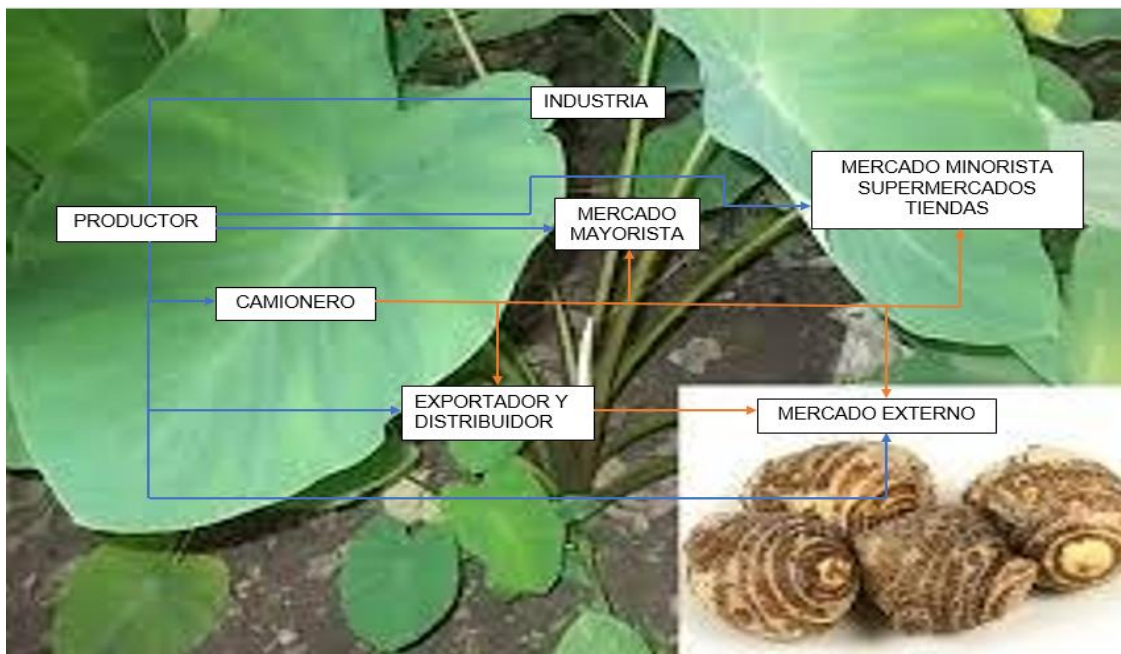
## DISEÑO EN DETALLE

### PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO



### CADENA DE DISTRIBUCIÓN





### COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA

- **COSTO DE PRODUCCIÓN**
- **PRECIO DE VENTA= COSTO DE PRODUCCIÓN / % DE UTILIDAD (30%)**

<b>GALLETAS (4 UNIDADES)</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 600</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 2.000</b>
<b>GALLETAS (20 UNIDADES)</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 1.200</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 4.000</b>
<b>TORTAS</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 1.900</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 6.000</b>
<b>EMPANADAS</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 1.400</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 4.666,66</b>

<b>PAPA RELLENA</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 1.600</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 5.333,33</b>
<b>BROWNIE</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 1.100</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 3.666,66</b>
<b>HARINA PEQUEÑA</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 1.300</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 4.333,33</b>
<b>HARINA MEDIANA</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 2.500</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 8.333,33</b>
<b>HARINA GRANDE</b>	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 4.500</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>\$ 15.000</b>

- **VALIDACION Y VERIFICACION**

los siguientes indicadores de calidad son los que se tendrán en cuenta antes de que nuestro producto salga al mercado:

1. Porcentaje de personal formado, para la correcta utilización de las máquinas y las materias primas (Mensual, Bimensual, Trimestral)
2. Documentos o Catálogo de nuestra línea de productos.

Indicador: Retraso en la actualización del catálogo.

3. Número de Ofertas convertidas en Pedidos.
4. Rentabilidad.
5. Accesibilidad de los productos.

6. Atrasos en la entrega de productos. (Días/Semanas).
7. Tasa de utilización de cada máquina o herramienta.
8. cobertura: La proporción entre el número de artículos disponibles en los mercados y las personas que demandan una necesidad que espera ser satisfecha.
9. Eficacia: La relación entre un producto disponible y la necesidad para la que ha sido creado.
10. Valoración de ventas
11. Prueba del empaque y de los productos: De cada lote se escogen 15 productos para validar su sabor y empaque.

## PRODUCCIÓN

### EMPAQUE Y ETIQUETA DEL PRODUCTO





**AGROSEMIPACIFICO**

INFORMACIÓN NUTRICIONAL  
POR 100 GRAMOS

Nutrientes	Cantidad
Energía (kca)	101
Proteína (g)	2,20
Grasa total (g)	0,20
Colesterol (mg)	-
Glúcidos (g)	24,30
Fibra (g)	0,50
Calcio (mg)	35
Hierro (mg)	1,20
Yodo (mg)	-
Vitamina a (mg)	0
Vitamina C (mg)	7
Vitamina d (m)	-
Vitamina E (mg)	0
Vitamina. B12 (m)	-
Folato (mg)	0

5961234123457

## 9. PRECIO DE VENTA

COSTOS DE PRODUCCIÓN (GALLETAS 4 UNIDADES)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 100
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 600</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 600 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 2.000**

COSTOS DE PRODUCCIÓN (GALLETAS 20 UNIDADES)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 700
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 1.200</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 1.200 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 4.000**

COSTOS DE PRODUCCIÓN (TORTAS)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 1.400
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 1.900</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 1.800 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 6.000**

COSTOS DE PRODUCCIÓN (EMPANADAS)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 900
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 1.400</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 1.400 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 4.666,66**

COSTOS DE PRODUCCIÓN (PAPA RELLENA)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 1.100
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 1.600</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 1.600 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 5.333,33**

COSTOS DE PRODUCCIÓN (BROWNIE)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 600
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 1.100</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 1.100 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 3.666,66**

COSTOS DE PRODUCCIÓN (HARINA PEQUEÑA 100 GR)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 800
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 1.300</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 1.300 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 4.333,33**

COSTOS DE PRODUCCIÓN (HARINA MEDIANA 250 GR)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 2.000
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 2.500</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 2.500 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 8.333,33**



COSTOS DE PRODUCCIÓN (HARINA GRANDE 500 GR)		
	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$ 4.000
	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$ 200
	COSTO UNITARIO DE CIF (costos indirectos de fabricación)	\$ 300
	<b>COSTO TOTAL UNITARIO</b>	<b>\$ 4.500</b>

**PRECIO DE VENTA= COSTO TOTAL UNITARIO / % DE UTILIDAD (30%)**

**PRECIO DE VENTA= 4.500 / 30%**

**PRECIO DE VENTA= 15.000**

10. PROTOTIPO



## 11. MODELO RUNNING LEAN

<b>PROBLEMAS</b>	<b>SOLUCIÓN</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>VENTAJA INJUSTA</b>	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b>
<p>1.Necesidad de alimentarse saludable.</p> <p>2.Personas con presupuestos limitados.</p> <p>3.Acceso de estos productos.</p>	<p>1.Consumir productos saludables, libres de conservantes, azúcares o grasas trans.</p> <p>2.Precios accesibles para los consumidores (menos de \$20.000)</p> <p>3.Distribuir en varios puntos para facilitar la accesibilidad</p>	<p>Vender productos saludables que les ayude a promover la calidad y bienestar a nuestros clientes, comiendo saludable y delicioso.</p> <p>Por esto ofrecemos una línea de productos, que pueden acompañar a nuestros clientes en cualquier ocasión desde postres hasta pasabocas.</p> <p>Estos productos cuentan con envases biodegradables y con todos los estándares de</p>	<p>1.Convenio con los almacenes de cadena.</p> <p>2.Impulso en puntos de venta.</p>	<p>1.Personas de 18 a 40 años</p> <p>2.Personas que asisten a gimnasios</p> <p><b>PRIMEROS APORTANTES</b></p> <p>Amigos conocidos</p>
	<p><b>MÉTRICAS CLAVE</b></p> <p>1.Adquisición</p> <p>2.Activación</p> <p>3.Retención</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>1. Puntos de venta</p> <p>2. Almacenes de cadena</p>	

	4.Ventas 5.Recomendación	salubridad.		
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>		<b>FUENTE DE INGRESOS</b>		
<p>1.Inversión inicial de la cosecha de la papa china y maquinaria.</p> <p>2.Compra de materia prima e insumos necesarios para la producción.</p> <p>3.Pago de publicidad.</p> <p>4.Pago de personal.</p> <p>5.Pago para obtener las licencias y la evaluación del Invima.</p> <p>6.Capacitación del personal.</p>		<p>Pago recibido por la venta de nuestra línea de productos.</p>		

## 12.VALIDACIÓN IDEAS DE NEGOCIO

La investigación tiene como objetivo ver qué tan viable es la idea de negocio Agrosemipacifico, través de una encuesta con una serie de preguntas que nos ayudarán a saber que tan bien o mal nuestros posibles clientes recibirán nuestra línea de productos.

El tipo de investigación a realizar será cuantitativo ya que se realizará por medio de una encuesta con preguntas de opción múltiple.

1. La papa china es una planta herbácea, suculenta y perenne tropical que se usa principalmente como verdura por su tallo subterráneo comestible. El tallo central que produce puede ser único o presentar ramificaciones recubiertas por escamas fibrosas. ¿conoce usted acerca de la papa china ? \*

- sí
- no

2. Teniendo en cuenta que la papa china tiene Calcio, Hierro y Potasio. ¿ consumiría la papa china? \*

VALOR NUTRITIVO: MINERALES	
Tabla 3. Composición mineral de los tubérculos de papa china (base fresca)	
Item	mg/100 g
Calcio	24.7
Magnesio	79.6
Sodio	11.1
Potasio	40.8
Zinc	2.13
Hierro	2.33
Fuente de los datos: McEwan (2008)	

- Sí
- No
- Tal vez

3. Con base en la papa china se pueden elaborar harina y gran variedad de postres. ¿compraría productos a base de papa china ? \*



- Sí
- No
- Tal vez

4. ¿Le parece innovador el producto de la PAPA CHINA? \*

- Sí
- No

5. ¿ Donde le gustaría encontrar los productos derivados de la papa china? \*

- Cadena de supermercados
- Mini mercados
- Plazas de mercado

<p>6. Se sabe que la PAPA CHINA crece en la región del Pacífico (en donde el desempleo es de 10.3%), con su transformación en productos innovadores ¿cree usted que se podría disminuir dicha tasa de desempleo? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>	<p>8. Según estudios realizados, la PAPA CHINA ofrece grandes beneficios para la salud, tales como: mejora la digestión, aumenta las defensas, equilibra el colesterol....¿Consumiría la PAPA CHINA como beneficio para su salud? *</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> Tal vez</p>
<p>7. ¿Conoces algún otro producto que ofrezca las mismas características y nutrientes? *</p> <p><input type="radio"/> No</p> <p><input type="radio"/> Sí</p>	

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

- El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por hombres y mujeres jóvenes y adultos entre 18 y 40 años, del país de Colombia.

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), en el país hay en total 50.882. 884. Las mujeres entre 18 y 40 años corresponde al 20,4% y los hombres a un 20,7 para un total de 20.912.865 personas.

- Un nivel de confianza del 95% y grado de error del 5% en la fórmula de la muestra

Aplicamos la fórmula de la muestra.

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

- Nivel de confianza (Z)= 1,96
- Grabado de Error (e) = 0,05
- Universo (N) = 20.912.865
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((1.96)^2(0.5)(0.5)(20.912.865) / (20.912.865)(0.5)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5))$$

$$n = ((3.84)(0.5)(0.5)(20.912.865) / (20.912.865)(0.0025) + (3.84)(0.25))$$

$$n = 20.076.350,4 / 52.282,1625 + 0.96$$

$$n = 20.076.350,4 / 52.283,12$$

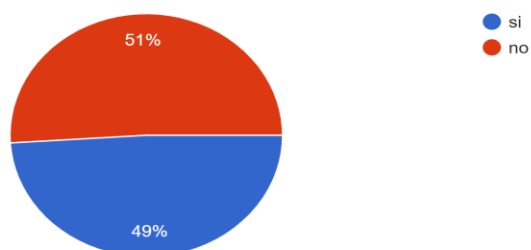
$$n = 383$$

### 13. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Se realizó una encuesta a 100 personas con diferentes tipos de intereses para saber el posicionamiento de nuestro producto, las preguntas fueron las siguientes:

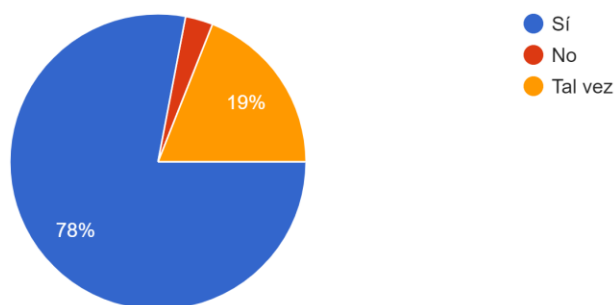
**ANÁLISIS PREGUNTA #1:** 49 personas respondieron que sí conocían acerca de la papa china, mientras que las otras 51 no conocían acerca de este producto.

1. La papa china es una planta herbácea, suculenta y perenne tropical que se usa principalmente como verdura por su tallo subterráneo comestible....fibrosas. ¿conoce usted acerca de la papa china ?  
100 respuestas



**ANÁLISIS PREGUNTA #2:** El 78% de los encuestados consumieron la papa china, el 19% tal vez lo consumieron y el 3% de los encuestados restantes no lo consumiría

2. Teniendo en cuenta que la papa china tiene Calcio, Hierro y Potasio, ¿ consumiría la papa china?  
100 respuestas



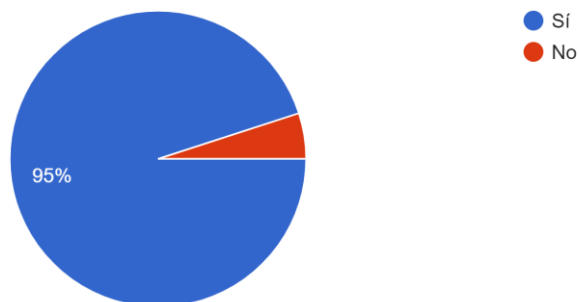
**ANÁLISIS PREGUNTA #3** El 72% de los encuestado compraron productos el 26% de los encuestado tal vez y el 2% no compraran

**ANÁLISIS PREGUNTA #4:** El 95% de los encuestados les parece innovador el producto de la PAPA CHINA, mientras que al 5% no les parece innovador



4. ¿Le parece innovador el producto de la PAPA CHINA?

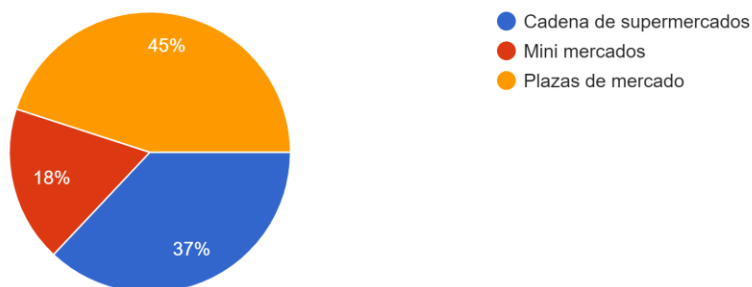
100 respuestas



**ANÁLISIS PREGUNTA #5:** De las 100 personas encuestas, a 45 de ellas les gustaría encontrar productos de la papa china en las plazas de mercado, a 37 personas les gustaría encontrarlos en las cadenas de mercados y las 18 personas restantes les gustaría encontrarlo en minimercados

5. ¿ Donde le gustaría encontrar los productos derivados de la papa china?

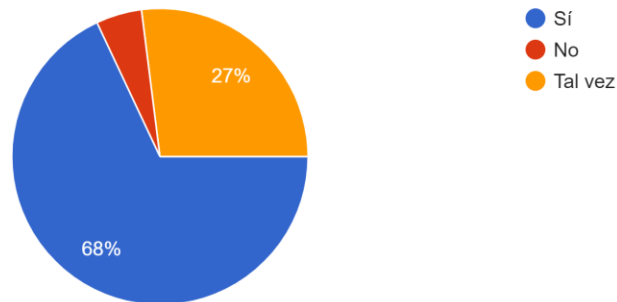
100 respuestas



**ANÁLISIS PREGUNTA #6:** El 88% de los encuestados dice que si se puede disminuir la tasa de desempleo en la región del pacifico con la producción de la papa china, mientras que el 27% dice que tal vez y el 5% dice que no

6. Se sabe que la PAPA CHINA crece en la región del Pacífico (en donde el desempleo es de 10.3%), con su transformación en productos innovadores ¿...ue se podría disminuir dicha tasa de desempleo?

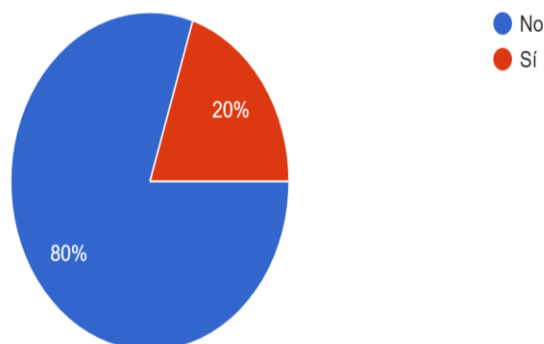
100 respuestas



**ANÁLISIS PREGUNTA #7:** El 80% de los encuestados asegura no conocer de otro producto que ofrezca las mismas características ni nutrientes, mientras que el 20% dice que si conoce de otro producto

7. ¿Conoces algún otro producto que ofrezca las mismas características y nutrientes ?

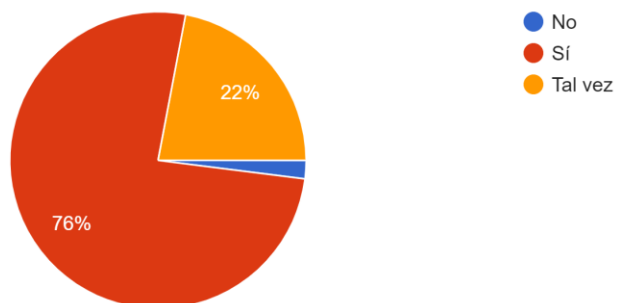
100 respuestas



**ANÁLISIS PREGUNTA #8:** según los encuestado el 76% consumiría la papa china como beneficio para la salud, el 22% tal vez y el 2% que no es un beneficio para la salud.

8. Según estudios realizados, la PAPA CHINA ofrece grandes beneficios para la salud, tales como: mejora la digestión, aumenta las defensas, equilibra... ¿consumiría la PAPA CHINA como beneficio para su salud?

100 respuestas



#### **14. LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES**

De acuerdo con nuestra idea de negocio a identificar y solucionar un problema, una vez que validemos nuestra idea de negocio es muy importante que aprendamos y nos capacitemos para lograr comercializar las ideas.

También nos enseñan que las ideas de negocio son el pilar fundamental de cualquier emprendimiento, más aún cuando estas ideas se ligan a las habilidades que posee el emprendedor para dar solución a un problema específico del mercado.

En tanto en tanto a las recomendaciones es tener una iniciativa de innovar, es esa voz que nos dan para iniciar nuestro propio emprendimiento en el negocio y es un fuerte llamado a hacia la independencia.

## BIBLIOGRAFÍA

Alpina. (s.f.). Obtenido de alpina.com: <https://www.alpina.com/productos/linea-finesse/brownie-finesse>

Angulo, K. (2009). *Evaluación de la deficiencia de nitrógeno, fósforo y potasio en papa china (colocasia esculenta) cultivada bajo condiciones hidropónicas en el municipio de Buenaventura-Valle del Cauca*.ck. Obtenido de Universidad del Pacifico.: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1335#:~:text=Resumen,del%20Valle%20del%20Cauca%2C%20Colombia>.

Cali, C. D. (2020). *Región Pacífico*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/actividades-economicas-region-pacifica/>

Casillas, M. (2016, 8 febrero). *LA ECONOMÍA Y SUS RELACIÓN CON OTRAS CIENCIAS*. slideshare. <https://www.slideshare.net/mauracasillas/la-economia-y-sus-relacion-con-otras-ciencias>

Corvo, H. S. (2020b, febrero 1). *Economía de la región Pacífica de Colombia: actividades económicas principales*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/actividades-economicas-region-pacifica/>

Coursey, D. (1968). *The edible aroids. World Crops*.pp. Obtenido de 25-30.: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1335>

David, P. M. (s.f.). *Licenciado en Business*. Obtenido de <https://www.gestionar-facil.com/ciclo-de-vida-de-un-producto/>

Eslava, J. (1994). *Climatología del Pacífico Colombiano*. Obtenido de Academia Colombiana de ciencias Geográficas. Bogotá.: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1335>

Mcewan, R. (2008). *Colocasia esculenta*. Obtenido de PhD Thesis. University of Zululand, p 28-35.: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1335>

MONTALDO, A. (1991). *Cultivos de Raices y Tubérculos Tropicales*. Obtenido de Editorial IICA. Costa Rica pp: 13-67.:  
<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1335>

Oro, h. d. (s.f.). Obtenido de hazdeoro.com:  
<https://hazdeoros.com/products/tradicional/>

Pacifico, P. P. (2020). *Pacific Region*. Obtenido de tomado de  
<https://www.lifeder.com/actividades-economicas-region-pacifica/>

Ruiz, V. (2020, 17 julio). *Cultura de la Región Pacífica: historia, característica sy fiestas*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/cultura-region-pacifica-colombia/>

Singh, S. (1991). *Bean genetics*. In: *A van Schoonhoven and O Voysest (eds.)*. Obtenido de Common beans: Research for crop improvement. CAB International/CIAT, Wallingford. UK. 199-249.:  
<https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1335>

Stephens, M. J. (1994). *Dasheen — Colocasia esculenta (L.) Schott. Fact Sheet HS-592 from a series of the Horticultural Sciences Department*. Obtenido de Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida. May 1994. edis:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Colocasia\\_esculenta](https://es.wikipedia.org/wiki/Colocasia_esculenta)

Tosh. (s.f.). *tosh.com*. Obtenido de tosh.com: <https://tosh.com.co/ahora-somos-carbono-neutro/>

Treire, B. (2012). *Entrevista al Ingeniero Bolívar Freire, en CODEAMA. Puyo-Pastaza Hashad, M. N., Stino, K. & El, H. (1956)*. Obtenido de Transformation and translocations of carbohydrates in taro plants during storage. Ann. Agr. Washintong D. C.: <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/riaa/article/view/1335>

Viotti, V. (2004). *Honolulu Advertiser*,. Obtenido de March 16, 2004.: [https://es.wikipedia.org/wiki/Colocasia\\_esculenta](https://es.wikipedia.org/wiki/Colocasia_esculenta)