

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR (CUN)

PLANTILLA CREACION DE EMPRESAS II

COCOROZO

ENTREGADO POR:

YEIDIS SUÁREZ LÁZARO

LAURA JARAVA ACOSTA

MARIA BERRIO HERAZO

KATERINE VERGARA SUAREZ

DOCENTE:

JHON ALEXANDER GONZALEZ

VI SEMETRE DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

2020

COMPROMISO DE AUTOR

Nosotras, Yeidis Isabel Suárez Lázaro con C.C.: 1.103.981.071, María Donaciana Berrio Herazo con C.C.: 32.908.159, Laura Cristina Jarava Acosta con C.C: 1.103.951.132 y Katerine María Vergara Suárez con C.C: 1.103.949.942 alumnas del programa académico Administración de Empresas, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma

Yeidis Suárez Lázaro
Cc: 1103981071

María Berrio Herazo
cc: 32.908.159

Laura C. Jarava A
cc. 1103951132.

Katerine Vergara S.
cc: 1103949942

TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo

Introducción	4
Objetivos.....	5
Claves para el Éxito.....	5
Descripción idea de negocio	6
Cliente potencial	7
Modelo de negocio	8
Modelo de venta por internet	9
Innovación sostenible.....	10
Estrategia del océano azul	11
Fuerza de poder	12
Marketing Mix	14
Portafolio de servicios.....	17
Desarrollo de la Marca	20
Análisis de la Oferta	23
Análisis de la comercialización.....	25
Análisis de la distribución.....	26
Marketing Digital.....	27
Localización del proyecto	41
Flujograma.....	43
Bibliografía.....	50
Conclusión.....	51

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo se hace con la finalidad de implantar un nuevo mecanismo de negocio que pueda producir especialmente paletas a base de coco y corozo para aquella población que es amante a estas frutas típicas colombianas, y de esta manera ofrecerle el consumidor una propuesta diferente, nutritiva y rica en vitaminas como – retinol (vitamina a): 76 µg, iamina (vitamina b1): 0,02 mg, riboflavina (vitamina b2): 0,024 mg, niacina (vitamina b3): 0,180 mg, vitamina b6: 0,100 mg, vitamina c: 1mg y otro valor nutricional como lo es con el calcio: 16 mg, fósforo: 27 mg, hierro: 0,28 mg, magnesio: 12 mg, potasio: 266 mg, sodio: 1 mg, zinc: 0,05 mg entre otro, comprobando así que sería más que apto para el consumo y que no solo sería adictivo por su sabor sino por sus componentes naturales, somos una empresa dedicada a la producción y distribución del producto en mención que vio una oportunidad del negocio con un nuevo sabor de paletas que hasta el momento estaba ausente en el mercado colombiano.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- ❖ Producir al menos 6000 paletas en el primer año que logren ser vendidos y consumidos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Lograr una aceptación de la marca por al menos el 65% de la población al finalizar el primer año de operación.
- ❖ Distribuir nuestro Producto a nuevos mercados nacionales en un mínimo de 2 años.
- ❖ Desarrollar paletas al cabo de 5 años de estar en el mercado que sean a base de otras frutas favoritas y típicas colombianas

• CLAVES PARA EL ÉXITO

1. Nuevo sabor de paletas que resulta totalmente innovador
2. Propiedades más naturales que químicas
3. Cadena de producción limpia y basada en la sostenibilidad
4. Empaques biodegradables

1. DESCRIPCIÓN IDEA DE NEGOCIO

La sociedad colombiana está basada en una cultura de cosecha y en la mayoría sino son todas las ciudades, hay algo diferente que se comercializa gracia a los campesinos, van desde frutas hasta hortalizas, flores y el más famoso: el café, es por esto que la idea promueve el trabajo del campesino y pretende adquirir la fruta en su mercado nacional y con quien la cosecha directamente, de esta manera colaboraríamos a la colaboración del trabajo campesino, apoyaríamos sus técnicas y de la misma manera le entregaríamos a las personas un producto de manos colombianas; es muy normal que las personas coman Paletas de chocolate, entre otros, lo cierto es que la mayoría de estos productos solo invierten un pequeño porcentaje de la esencia de la fruta y su producto se convierte es más aditivos que la fruta en su esplendor, esto lo logró ver esta empresa y aparte de ofrecer un producto más natural al usual, se atreve a ofrecer uno que no ha estado antes en la competencia.

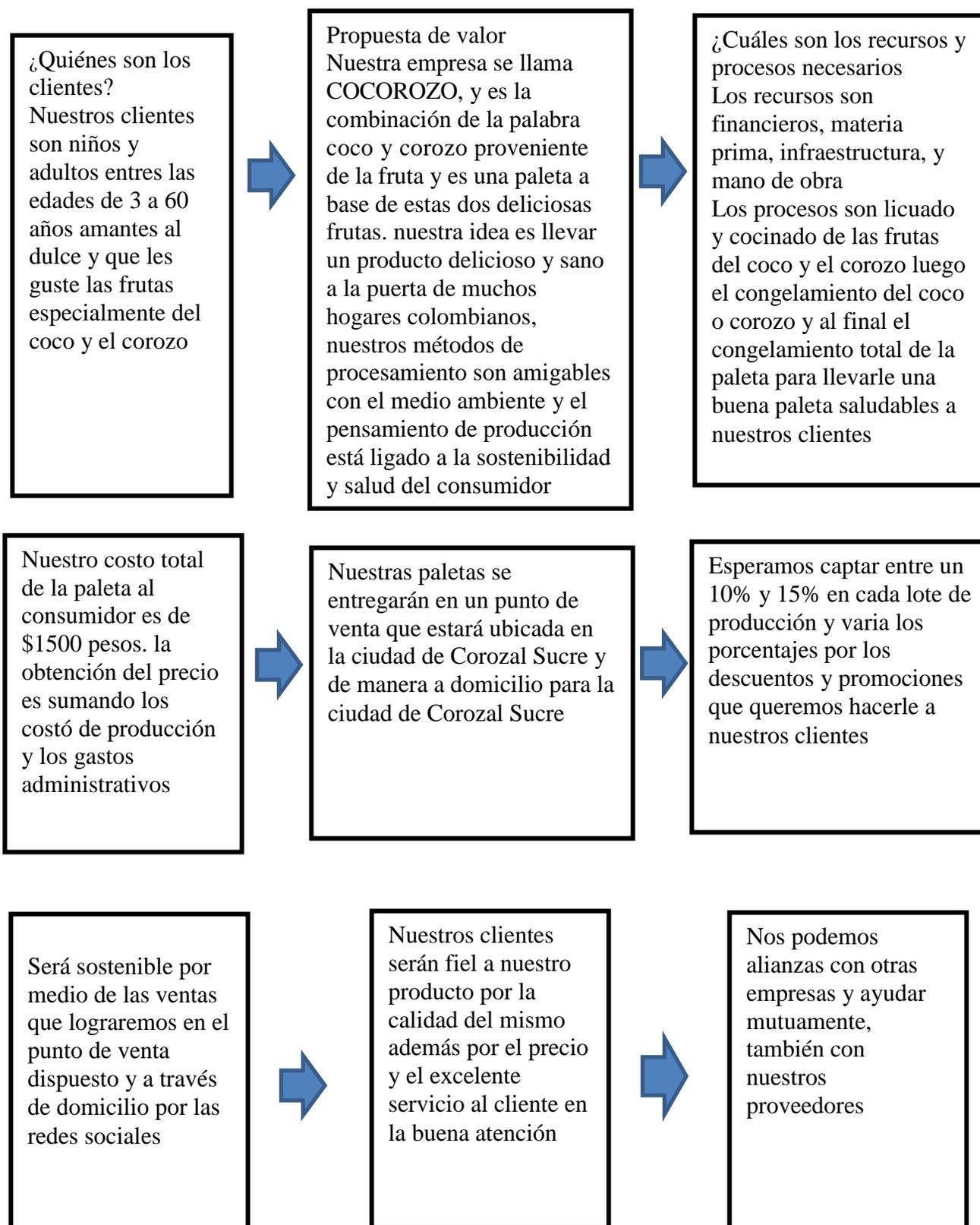
El producto está destinado principalmente a la población sucreña, pero pretendemos expandirnos a otros departamentos del país donde se nos sea más fácil su distribución, nuestra idea de negocio consiste en la elaboración y venta al por menor elaborada artesanalmente con frutas naturales especialmente de coco y corozo ubicada en el municipio de corozal, esta paletas podrán ser consumidas por niños y adultos de edades de 4 años hasta 60 años, esta paleta tendrá una buena demanda por su dulce sabor en el paladar de los consumidores y tendrá un costo accesible para los consumidores.

1.2 CLIENTE POTENCIAL

Nuestro cliente objetivo son aquellas personas y niños entre las edades de 3 a 60 años amantes del dulce y que le guste refrescarse y lo importante que sean amantes de las frutas principalmente del coco y el corozo que desean probar algo diferente y más natural que sea saludable para nuestra salud.

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Nuestro producto o servicios es la fabricación y venta al por menor de paletas artesanales a base de coco y corozo</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Nuestros clientes potenciales son todas aquellas personas amantes al dulce desde las edades de 3 a 60 años de edad de la ciudad de Corozal Sucre</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<p>La necesidad es refrescar y satisfacer a todas aquellas personas que les guste la paleta</p>
<p>¿Cómo?</p>	<p>Ofreciendo un producto de buena calidad</p>
<p>¿Por qué lo preferirán?</p>	<p>Primeramente, lo prefieren por su sabor a fruta 100% ya que es natural sin conservantes, por su precio y su calidad.</p>

2. MODELO DE NEGOCIO



2.1 MODELO DE VENTA POR INTERNET

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Nuestro modelo de esta en las redes sociales y plataformas como bien sabemos que en la actualidad la mayoría de los adolescentes y adultos manejan la tecnología como estilo de vida, entonces pagaremos en anuncios publicitarios para promover nuestro producto, también la excelente atención al cliente que nos caracteriza

¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

A nuestros clientes o consumidores le ofreceremos nuestro catálogo de producto y precios para que escojan lo que más le guste a los clientes también haremos promociones

¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

La venta por internet se hará con la confirmación de nuestros clientes por redes sociales o cuando haga l pedido por medio de plataforma digitales y le presentaremos varias formas de pago, la primera será por medio de pagos en línea, PSE y la segunda seria contra entrega.

3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

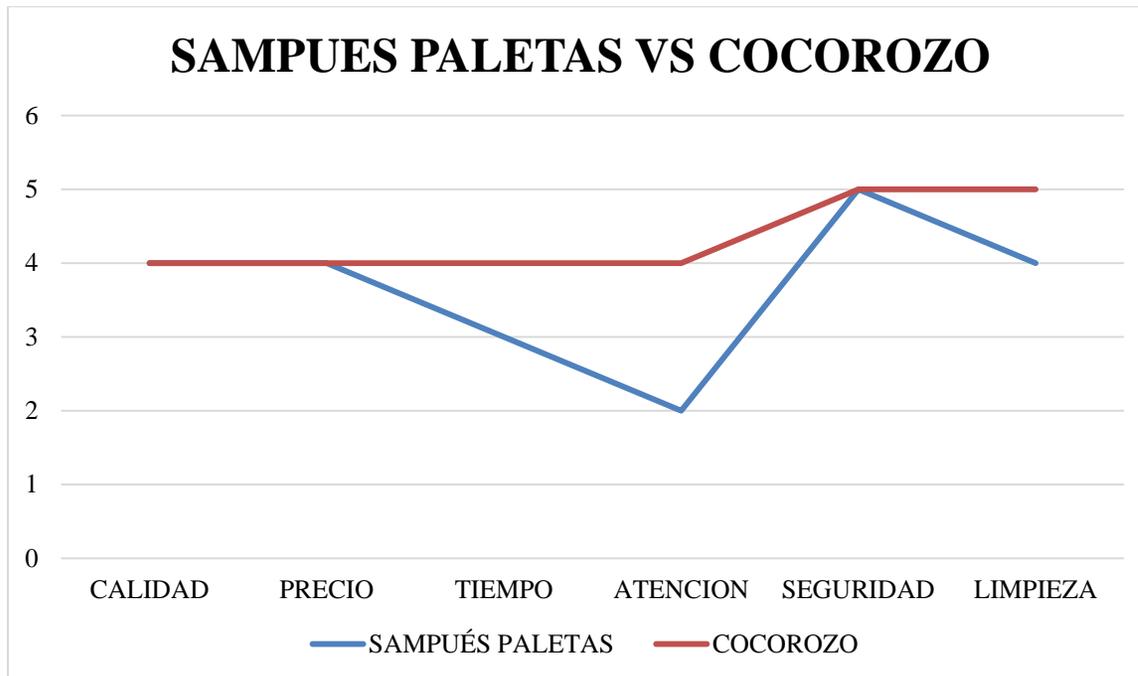
	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>PRODUCTO O SERVICIO ¿EL PRODUCTO TIENE UN ECODISEÑO?</p>	<p>Nuestro producto y empresa usamos lo necesario y eficientemente utilizando lo estrictamente necesario</p>	<p>Utilizamos los equipos de energía tipo a como congeladores y licuadoras</p>	<p>Intentamos eliminar los desperdicio en un 90% Nuestra materia prima principal es el coco y el corozo, no utilizamos ningún químico, y nuestros empaques son biodegradables.</p>	<p>No nunca hemos medido el dióxido de carbono</p>	<p>Reciclamos la concha del corozo y el afrecho de coco</p>
<p>MARKETING QUE FAVOREZCA AL MEDIO AMBIENTE</p>		<p>En un carro de alimento con aires y congeladores</p>	<p>El marketing lo hacemos sobre todo en redes sociales y en algunas ocasiones en carteleras, utilizamos papel</p>		

			para el marketing.		
--	--	--	--------------------	--	--

4. ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL

VARIABLES	CALIDAD	PRECIO	TIEMPO	ATENCION	SEGURIDAD	LIMPIEZA
PALETAS ARTESANALES DE SAMPUES	4	4	3	2	5	4
COCOROZO	5	4	4	4	5	5

En el cuadro anterior, se realiza una comparación entre las paletas artesanales de Sampués y Cocorozo, donde las características que tuvieron mayor puntaje para Cocorozo son la seguridad, la limpieza, y la calidad y para las paletas artesanales de Sampués las características más importantes es la seguridad. Seguidamente características como el precio tuvieron un puntaje igual de 4 en ambas empresas lo que representa que es relevante en el comercio de las paletas. Por último, la atención tuvo un valor de 2 en paletas artesanales de Sampues lo que significa que la atención es mala, lo que puede ser influenciado por falta de personal o poco interés por atender de parte del personal.



En el gráfico anterior, se puede observar como es el comportamiento de las características o variables de comparación entre las Paletas artesanales de Sampues y Cocorocho, donde se puede ver que las características que coinciden son el precio y la seguridad. También, se puede observar que el comportamiento de Cocorocho es estable con un aumento en las variables de seguridad y limpieza, mientras que, el comportamiento de Paletas artesanales de Sampues no es estable, puesto que presenta aumentos y disminuciones en las variables.

5 FUERZA DE POTER

1. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LO CLIENTES

En el sector de helado, hay una gran demanda de productos derivados de la frutas, en este caso el de la paleta donde empresas como crem helados ya están posicionado y con una diferencia años luz de los que apenas esperan surgir, sin embargo ninguna empresa hasta el momento ha tomado la iniciativa que hasta el momento nosotros nos ingeniamos entonces tal vez al

principio la capacidad de negociación sea entra baja y media y luego de adquirir el producto sea media ya que habrían probado y comprobado sus propiedades y sabor especial.

2. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Tanto la leche como la fruta pretendemos adquirirla de campesinos, estas personas suelen vender el producto un poco más económico debido a que muchas empresas se encargan de este paso ellos mismos y cuentan con espacios y fincas donde producir la leche, pero como recién empezamos, buscaremos proveedores claves para evitarnos tiempo y gastos, en este caso el poder de negociación es medio buscando un ganar.

3. NUEVO ENTRANTES

Nos encontramos en un mercado altamente cambiante que siempre estas buscadas cosas nuevas que ofrecer, es por esto que habría que estar a la defensiva, pero el riesgo no sería tan elevado ya que para posicionarse se tarde un tiempo de acuerdo a la aceptación del consumidor.

4. PRODUCTOS SUSTITUTOS

De los muchos helados que conocemos encontramos las paletas de coco y sabores mezclados y lo maneja crema helados, la amenaza no sería tan elevada ya que nuestro producto se encontraría en las mismas condiciones de calidad, tal vez el no ser una marca reconocida nos dé una amenaza media, pero hasta ahí.

5. COMPETENCIA ENTRE EMPRESAS

El sector de derivados paletas es muy competitivo y lo ha demostrado a través de los años, las estadísticas indican que 1 de cada 4 personas consumen paletas, empresas tales como crem helados, colombina, son las que encabezan este sector siendo quienes más ventas realizan y aunque serian competencia directa gracias a que son paletas o helados, ninguno vende lo que hasta el momento se planteó en nuestra idea.

V. MARKETING MIX

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

NUCLEO: PALETA con acidez (1-0.83%), pH(4.98-4.1), grasa(2.23-1.1%), proteína (4.86- 4.4%), cenizas(1.02-0.58%), sólidos totales (22-10%), sinéresis (66-13%), color L* (99.05-88.98), a*(-0.11- -3.55), b*(5.54-0,07) y viscosidad (1.69-0.81)

Información Nutricional	
Tamaño por porción 1 Vaso (200 g)	
Porciones por envase 1	
Cantidad por Porción	
Calorías 140	Calorías de grasa 35
Valor Diario*	
Grasa Total 4 g	6%
Grasa Saturada 2,5 g	13%
Grasa <i>Trans</i> 0 g	
Colesterol 10 mg	3%
Sodio 100 mg	4%
Carbohidrato Total 21 g	7%
Fibra Dietaria 0 g	0%
Azúcares 16 g	
Proteínas 6 g	12%
Vitamina A 4%	• Vitamina C 0%
Calcio 20%	• Hierro 0%
* Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus Valores Diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.	

CALIDAD: excelente

ENVASE: vaso de paleta, amigable con el ambiente y fabricado con bioplásticos de Ingeo, es el primero de su clase en Tailandia y Asia, además contribuye con la reducción de las emisiones de CO2.

MARCA: nuestro logo está conformado por la palabra cocorozo alusivo al coco y el corozo y en el fondo se puede apreciar una paleta como la nuestra y esta empresa vende algo diferente.

SERVICIO ORIENTADO A LOS VALORES:

Entrega, higiene, respeto por todos en el área laboral, paciencia y dedicación pero sobre todo, amor al trabajo.

El ciclo de vida de nuestro producto se encuentra en etapa de introducción.

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO
A. PALETAS
B. PALETA A BASE DE COCO Y COROZO EN PRESENTACION DE VASO, DE 100 GR, 175 MG
C. 100GR-175 GR
D. ENVASE BIODEGRADABLE
E. BIOPLASTICOS
F. MANTENGASE EN UN LUGAR DE CONGELAMIENTO
G. SEGÚN FECHA DE VENCIMIENTO
H. 100GR AL DIA

MARCA DEL PRODUCTO:

DIFERENCIACIÓN: sabor de paleta nunca antes producido o al menos comercializado.

RELEVANCIA: los consumidores considerarían que si cubre cierta necesidad por el gusto especial al coco y el corozo al probar la combinación.

CONOCIMIENTO: hasta el momento no se ha hecho comunicado público acerca del nuevo producto a incursionar, pero seguro les encantará.

ESTIMA: respeto por los empaques sostenibles al ver como se encuentra el mundo por los residuos plásticos.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS:

¿Quiénes somos?

Nuestra misión de paletas cocorozo es deleitar el paladar de todos nuestros consumidores, Producir y comercializar productos con altos estándares de calidad, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes, creciendo de forma sostenida con un equipo de trabajo motivado con sólidos principios éticos orientado al servicio, y la responsabilidad social.

UNIDADES/ PRESENTACIÓN	100gr	175gr
INDIVIDUAL	1000	1500
PAQUETE POR 6	5500	8600

Nuestra estrategia de precios es basada en costos, por valor agregado y adecuado también al de la competencia, logrando un promediado entre los 3.

CANAL DE MARKETING: es tanto directo como indirecto, ya que pueden adquirirlos a domicilio por nuestro sitio web o por medio de las tiendas a las que será distribuido.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:

- **Publicidad:** se hará por medio de anuncios impresos y página de internet.
- **Promoción de ventas:** por la compra del paquete *6 recibirán un helado

- **Relaciones públicas:** se promocionará por la página web y por artículos de periódicos.
- **Marketing directo:** se aplicará el marketing digital mediante el pago de publicidad a las diferentes redes sociales y se contrataran a asesores tal para su distribución en las tiendas.

MARKETING MIX						
Estrategia	Objetivo smart	Como (escriba como llegar al objetivo)	Quien (con qué medios o personas se apoyará)	Cuando (tenga presente la fecha)	Donde (defina específicamente el lugar donde lo realizará)	Valor (aproximación al costo)
Producto	Producir en un año 6000 paletas de cocoroza	Trabajando en equipo con mucha disciplina	Con manos de obras de excelente calidad, altamente capacitados	Ser a 31 de diciembre de 2021 la tienda de paletas mas competitiva de nuestra ciudad	En la ciudad de corozal Sucre	1500 pesos valor al publico
Precio	Reducir costos de producción para ofrecerle al clientes un producto con menor precio de obtención	Dando diferentes promociones como los son: Descuentos Pague 6 y lleve 7	Con una excelente administrativas de ventas Generando contenidos en redes sociales	Ser a 31 de diciembre la empresa con más paletas vendidas	En Corozal sucre	Valor unitrio:1500 pesos Paquete por seis :6800
Promoción y comunicación	Dar en ocasiones una serie de descuentos y promociones a nuestros clientes más fieles	Por medio de la aplicación de la empresa podemos identificar cuáles son nuestros clientes más fieles	Con una persona idónea que maneje redes y aplicaciones	Empezar con nuestras promociones para fechas especiales como el día de la madres del año 2021	En corozal sucre	

DESARROLLO DE LA MARCA

CONTEXTUALIZACIÓN: cocorozo es una empresa de tamaño pequeño que se dedica a la producción, distribución y comercialización de paletas a base de Cocoy corozo con sede principal en la ciudad de corozal.

CONTEXTO ECONOMICO SECTORIAL

En cuanto a los aspectos positivos del sector de los helados en Colombia se tiene la participación durante el año pasado, la compañía que presentó una participación más importante en este mercado, fue Crem Helado, empresa que, de acuerdo con las estadísticas de la consultora en este tipo de consumo, ocupó 41,2% del mercado.

La porción restante de participación en el segmento vio el protagonismo de marcas como Colombina, que con 12,7% ocupó el segundo lugar, y Popsy, que alcanzó 7,7% del market share correspondiente al año pasado. El top cinco de marcas más importantes lo completaron Mimos y Quala

ANALISIS DE LA DEMANDA

Sucre ocupa el quinto lugar en población a nivel de ciudades capitales, con 284.536 habitantes según proyecciones a 2017, de esta cifra 51,5% es mujer y 48,5%, hombre, dio a conocer el Instituto Nacional de Estadística.

para el año 2020 se calcula que la población sea de 894.734 hab., la tasa de masculinidad será de 102.8 hombres por cada mil mujeres, la edad mediana será de 27.3 años, el crecimiento será de 0.99%; la natalidad será de 20.2 por mil, la mortalidad 6.10 por cada mil, la tasa de fecundidad será de 2.5 por cada mil mujeres.

SEGMENTACIÓN GEOGRAFICA

El producto va dirigido a las personas que vivan en la ciudad de Sincelejo pero no nos limitamos a ello, si llega a existir una oportunidad de expansión a otros departamentos adaptaríamos nuestro paletas y lo acoplaríamos a una nueva distribución.

DEMOGRAFICA: El producto es apto para todas las edades, pero está demostrado que son los niños quienes más consumen este producto por lo que se pretende hacer presentaciones aptas para esto, de la misma manera habrá para jóvenes y adultos que en este caso sería más por una cuestión de nutrición y preferencia por el sabor a coco y corozo.

PSICOGRAFICA: buscamos que quien lo consuma quieran refrescarse un poco con algo agradable para nuestro paladar y sea saludable, posea interés en consumir una paleta nutritiva y que además apoye las técnicas de producción limpias para establecer una relación con él.

COMPORTAMENTALES: buscamos que nuestro cliente este abierto al cambio para probar nuevos productos y sabores, que sea amante a las frutas, que su fidelidad a la marca esté basado por la confianza y tenga un vínculo con la naturaleza.

<p>Inserta una foto del cliente</p>	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>Que el producto no cumpla con sus expectativas y genere rechazo hacia el producto</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña</p> <p>Desea probar cosas nuevas, necesita un producto nutritivo y anhela seguir comprando con frecuencia la paleta de nuestra marca</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Personas de cualquier edad y estrato que tengan gusto al coco y el corozo y que le guste complacerse.</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Presentar una nueva propuesta de producto que pueda satisfacer los gustos de los amantes al Helado o paleta y que aparte tengan un gusto especial por el coco y el corozo</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Vendiendo un producto de excelente calidad con propiedades naturales y Las posibles barreras son la competencia y sus precios.</p>

ANALISIS DE LA OFERTA

En Colombia el entorno del sector de los helados o paletas está marcado por la falta de productividad, reflejado en una baja competitividad, los precios al productor aumentan año a año, las exportaciones disminuyen y las importaciones crecen aceleradamente, también el desinterés de los ciudadanos sucreños al no consumir nuestras frutas típicas de la costa. Entre las empresas se encuentran crem helados, colombina, Crespi entre otras con variaciones positivas tanto en sus ventas como en sus utilidades.

Entre las empresas colombianas clasificadas como “millonarias”, se encuentra crem helados, más de 70.000 clientes atendidos de manera directa, así como a través de distribuidores exclusivos de las marcas. El canal de droguerías es muy importante para el negocio y es comúnmente asociado a la categoría de helados en el mercado colombiano. Frente al canal de venta al paso, se estima que en el país hay cerca de 20.000 „tilines“, de los cuales 5.000 corresponden a Crem Helado. En las tiendas de barrio se coloca cerca del 54 por ciento del helado empacado vendido a través del comercio

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Crem helados	Diversidad de helados de frutas y diferentes combinaciones	\$1.500 \$2.000 \$2.500	Es una empresa Colombia, que tiene una gran variedad de productos y que cuida su calidad.	El Crem Helado de la Avenida Caracas con calle 32, el primero que nació en la ciudad

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

<p>ANALISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN</p>	<p>con acidez (1-0.83%), pH(4.98-4.1), grasa(2.23-1.1 %), proteína (4.86-4.4%), cenizas(1.02-0.58%), sólidos totales (22-10%), sinéresis (66-13%), color L* (99.05-88.98), a*(-0.11- -3.55), b*(5.54-0,07) y viscosidad (1.69-0.81)</p>
<p>CALIDAD</p>	<p>EXCELENTE</p>
<p>ENVASE</p>	
<p>PRECIO</p>	<p>1.000-1500-c/u 6000- paquete</p>
<p>MARCA</p>	<p>COCOROZO</p>
<p>DISEÑO</p>	<p>Amigable con el ambiente y fabricado con bioplásticos de Ingeo, es el primero de su clase en Tailandia y Asia, además contribuye con la reducción de las emisiones de CO2.</p>

ANALISIS DE LA DISTRIBUCIÓN

- I. Canal directo en donde una la empresa venderá sus productos directamente al consumidor final sin hacer uso de intermediarios.
- II. Canal indirecto es un canal en donde intervienen intermediarios antes de que una empresa pueda hacer llegar sus productos al consumidor final.
- III. .El plan de comunicación de nuestro producto va a estar apoyado en el cual se destaque por medio de redes sociales, como Facebook, Instagram; y YouTube manejaremos un video presentando nuestro producto que comercializaremos para el mercado. Una vez que la empresa esté más desarrollada se podrán implementar otros medios de promoción de mayor costo, como anuncios en la radio y en el periódico. La información que se presentará en estos medios de publicidad serán datos importantes como ubicación, productos que se ofrecen y promociones, y claro está el valor agregado

Se pretende hacer venta tanto por internet en nuestra página web (al por mayor) o en nuestro punto físico de producción, por encargos.

MARKETING DIGITAL

Link de páginas y redes sociales:

<https://katerinevergara38.wixsite.com/cocorozo>

https://instagram.com/paletas_cocorozo?igshid=m7e9de3219ar

← → ↻ katerinevergara38.wixsite.com/cocorozo ☆ 📧 📄 🌐 🌐 🌐 En pausa ⋮

Aplicaciones 📄 https://cmigestion... 📄 Nueva pestaña

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



FABRICADO ARTESANALMENTE.

Este producto es elaborado de forma artesanal, por lo que no tiene ningún conservante ni químicos.





← → ↻ katerinevergara38.wixsite.com/cocorozo ☆ 📧 📄 🌐 🌐 🌐 En pausa ⋮

Aplicaciones 📄 https://cmigestion... 📄 Nueva pestaña

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



[HAZ TU PEDIDO AQUI](#)



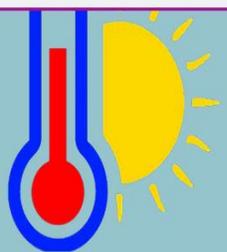
PURO Y ORGÁNICO

CALIDAD PREMIUM

LO ENVIAMOS A LA PUERTA DE TU CASA




Este página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)



PARA DIAS CALUROSOS.

Refrescantes para los días de altas temperaturas.



[Volver arriba](#)

© 2023 por Puro. Creado con [Wix.com](#)

SÍGUENOS 

MÁS SOBRE COCOROZO

Nombre	Escribe tu mensaje aquí...
Email	
Teléfono	
Enviar	



← → X katerinevergara38.wixsite.com/cocoroza ☆ 📁 🌐 🛠 En pausa

Aplicaciones https://cmigestion... Nueva pestaña

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX.com**. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

ESTAMOS MEJORANDO PARA BRINDARTE UN MEJOR SERVICIO



FABRICADO

8:29 [Icons]

Ver estadísticas Promocionar

A 1 le gusta
paletas_cocorozo Traemos esta super espectacular promoción compra 4 paletas te regalamos 2 pide tu... y más
Hace 19 minutos

paletas_cocorozo



Ver estadísticas Promocionar

A 1 le gusta

[Home] [Search] [Reels] [Shop] [Profile]

[Navigation icons]

← Paletas cocorozo ⚙️

Paletas cocorozo ▾

📄 Resumen 📢 Anuncios 🔔 Notific

Inicio Eventos Publicaciones Opinión

 **Paletas cocorozo** ...
6 min • 🌐

**Tenemos una
super promoción
compra cuatro
llevate 2 gratis**



👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

Tu página no llega a ninguna

2 de 4 pasos completados **Continuar**

⋮ ○ <



8:29 [icons]

 **paletas_cocoroza** [menu icon]



[Ver estadísticas](#) [Promocionar](#)

A 1 le gusta
paletas_cocoroza Traemos esta super espectacular promoción compra 4 paletas te regalamos 2 pide tu... y más
Hace 19 minutos

 **paletas_cocoroza** [menu icon]



[Home icon] [Search icon] [Post icon] [Shop icon] [Profile icon]

[Navigation bar icons]



Estadísticas de la publicación

8

2

0

0

4

51

Interacciones

4

Visitas al perfil

4

Descubrimiento “

51

Nuevos seguidores

0

Estadísticas de la publicación

3 0 0 0

0 27

Interacciones

0

Visitas al perfil 0

Descubrimiento “

27

Nuevos seguidores 0

Estadísticas de la publicación

4 0 0 0

2 37

Interacciones

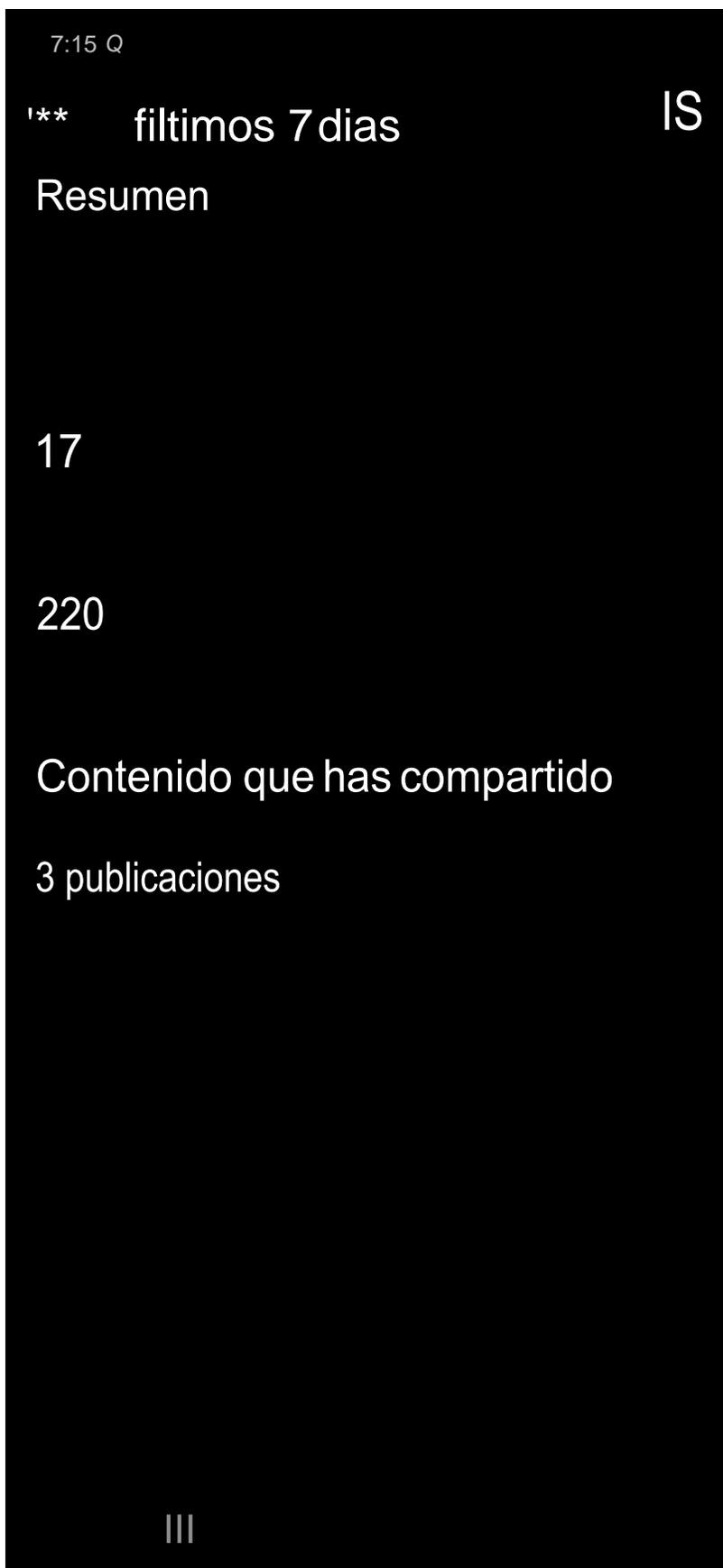
2

Visitas al perfil 2

Descubrimiento “

37

Nuevos seguidores 0



$$\text{CAC} = 100.000 / 220 = 454.545$$

Este es el total de recursos gastados y los clientes que obtuvimos con dichas publicaciones

ANALISIS LIFETIME VALUE O LVT

Yarlis Suarez es nuestra cliente más fiel ella nos compra tres (3) veces por semana, lleva comprando nuestros productos 3 meses , nuestra empresa intenta no perderla ya que es uno de sus mejores clientes , pero si esto sucede nos estaría aportando a nuestra empresa $\$1500 \times 3 \times 4 \times 3 = \54.000

ANALISIS LANDING,

Nuestra empresa decidió de usar las redes sociales para la promoción y venta de paletas, al registrarnos en Instagram no teníamos seguidores, al enviar nuestro link y enviarlo por whatsapp hemos adquirido 220 seguidores donde 95% le gusta nuestro contenido y comentan nuestras publicaciones .

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Macro localización:

La empresa se ubicará en el departamento de Sucre, en la cabecera municipal de Corozal, ya que es un sitio estratégico porque en el sector no se encuentran empresas de fabricación de paletas de frutas naturales, además tiene varias salidas por tierra, lo cual es un punto fundamental para sacar el producto a los diferentes corregimientos y municipios, se puede destacar que es un municipio concurrido y el transporte tanto de la materia prima como del producto final se facilita y el uso de suelos se encuentra autorizado para el establecimiento de empresas.



Fuente: Google maps

Micro localización:

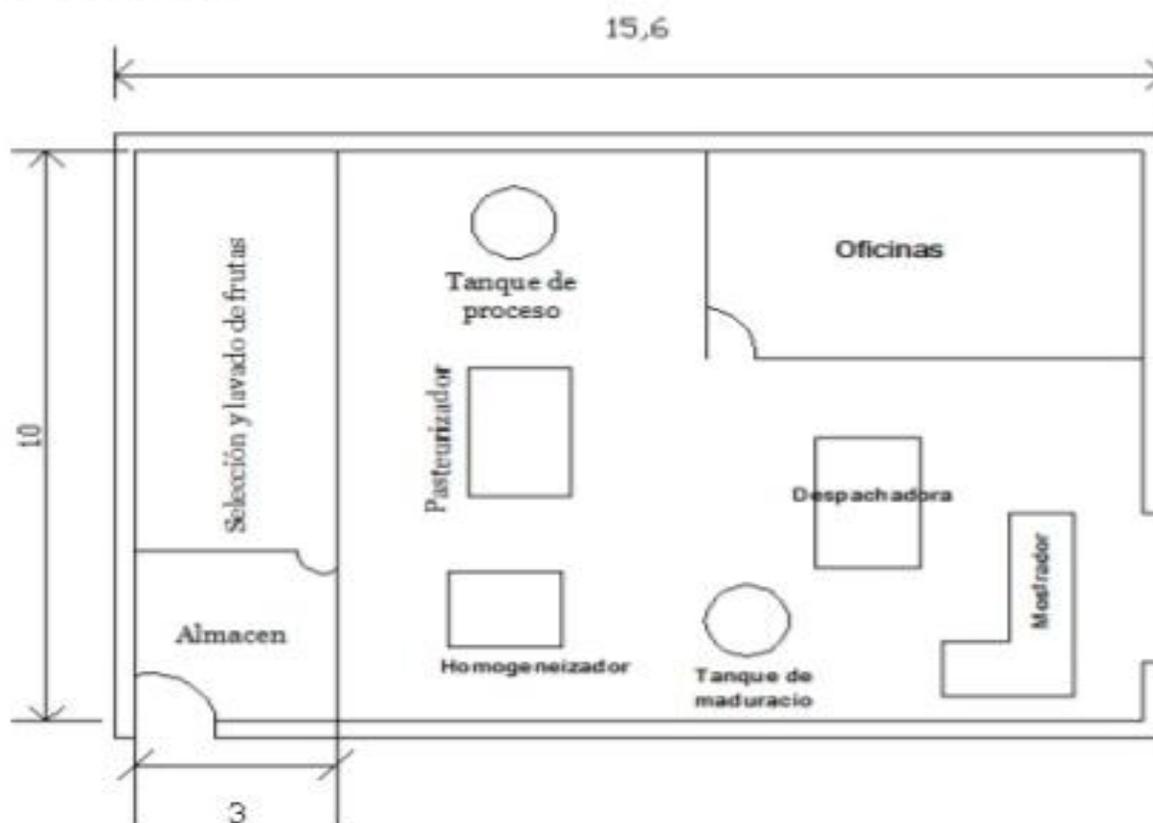
De acuerdo con el plan básico de ordenamiento territorial del municipio de Corozal, la planta de producción se ubicará en una zona del municipio donde se autoriza el uso del espacio para establecimiento de empresas.

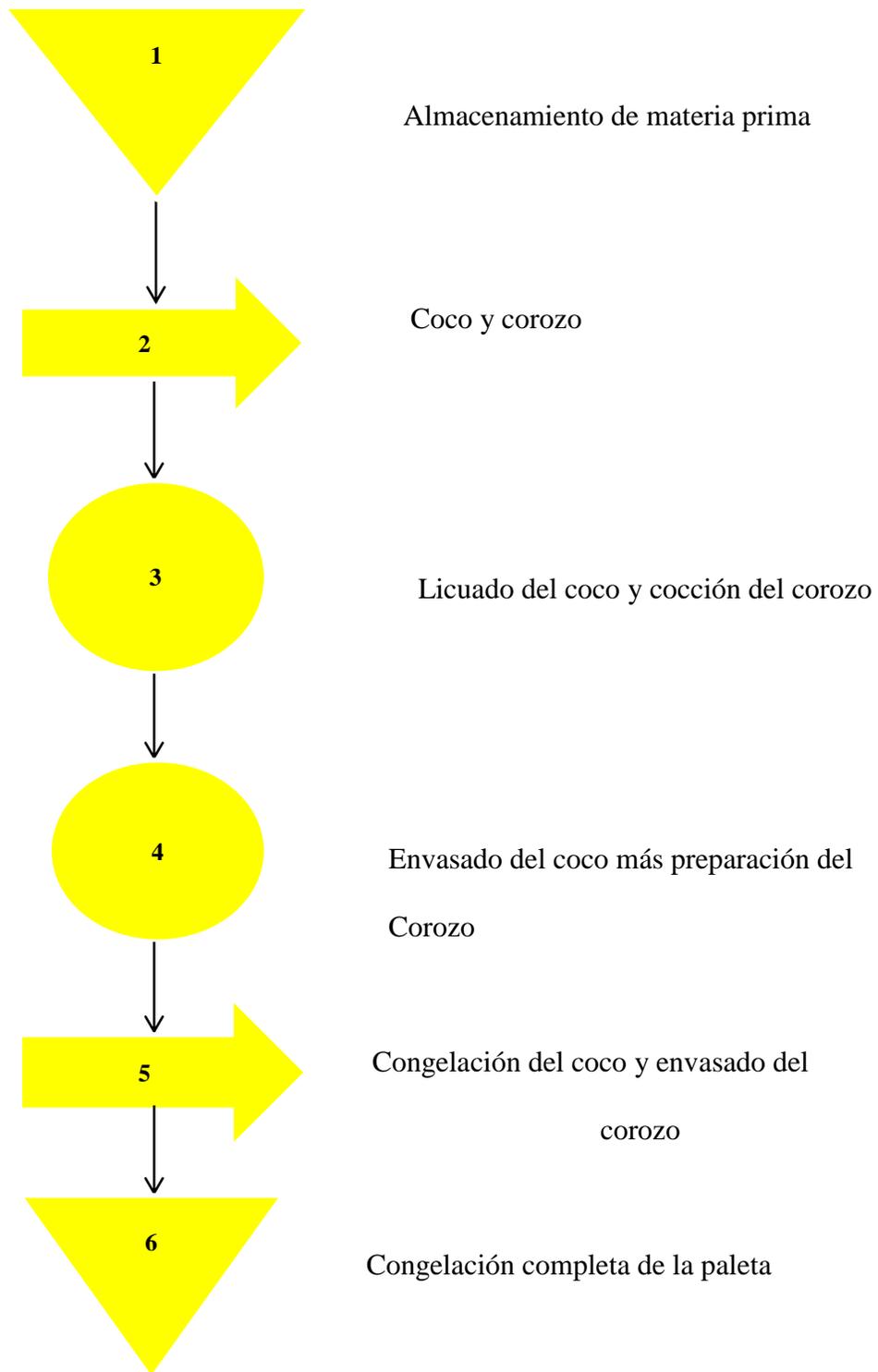
ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Nuestra infraestructura esta adecuada en 4 grandes espacios	4	\$ 300,000	Estas adecuaciones estan avaladas por un ingeniero
	Cuenta con amplios sitios para cada area denuestra empresa.	1	\$ 500,000	Planeacion Municipal
Maquinaria y Equipo	Congeladores	3	\$ 800,000	Lugar de Compra
	Licadoras	5	\$ 80,000	Lugar de Compra
	Ollas	2	\$ 150,000	Lugar de Compra
	Cuchillos	1	\$ 15,000	Lugar de Compra
	Coladores	4	\$ 6,000	Lugar de Compra
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	1	\$2,000,000	Lugar de Compra
	Impresora	1	\$ 600,000	Lugar de Compra
	Telefono de mesa	1	\$ 50,000	Lugar de Compra
Muebles y Enseres y otros	Escritorio de en L	1	\$ 500,000	Lugar de Compra
	Sillas	5	\$ 25,000	Lugar de Compra
	Silla tipo escritorio	1	\$ 200,000	Lugar de Compra
	Archivador	1	\$ 400,000	Lugar de Compra
Otros (incluido herramientas)				
Gastos pre- operativos	Costitución		\$ 500,000	Instituciones Colombianas
	Apertura		\$ 300,000	Empresas publicitarias
	Registro		\$ 400,000	

Diseño de planta.



FLUJO GRAMA

**MATERIAS PRIMAS O INSUMOS NECESARIOS PARA LA ELABORACION DEL
PRODUCTO**

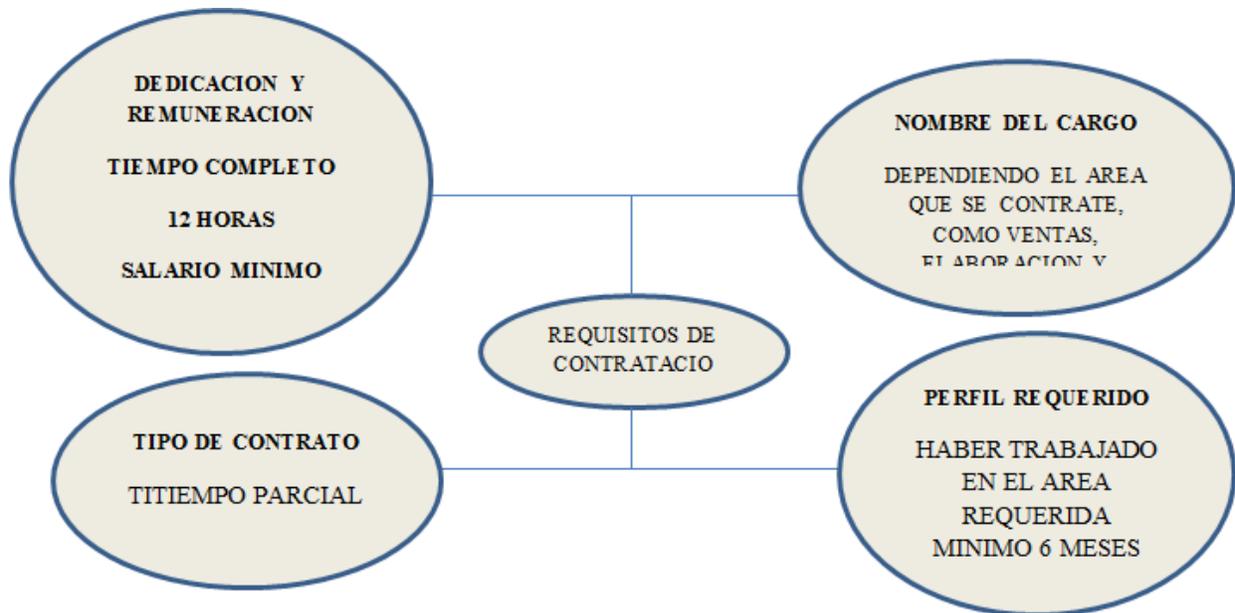
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	VALOR /U	VALOR /T
➤ COCO	120 UNIDADES	4.000	480.000
➤ COROZO	120 LIBRAS	2.000	120.000
➤ AZUCAR	50 LIBRAS	1.200	60.000
➤ LECHE	10 BOLSA	1.800	18.000
➤ ENVASES	3.000 ENVASES	100	300.000
➤ PALETAS	3.000 PALETAS	15	45.000
TOTAL			1.005.000

BIEN /SERVICIO				
UNIDDAES A PRODUCIR				
ACTIVIDAD DEL PROCESO	TIEMPO ESTIMADO DE REALIZACION	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERONAS QUE INTERVINEN EN EL CARGO	EQUIPOS MAQUINAS QUE SE UTILIZAN
Pelado del coco y cocción del corozo	1 día	encargados de producción y almacenamiento	3 personas	cortadora de coco , licuadora ,coladores, congeladores
trituración y enfriamiento del corozo	1 día	producción	2 personas	licuadora ollas y cuchillos
congelamiento del coco	1 día	producción	2 personas	congelador y llenadoras y envases
envasado y congelación del corozo	1 día	producción	2 personas	congeladores y llenadoras y envases
total	2 días	2	3 personas	7

LOGO DE LA EMPRESA	PALETAS COCOROZO		
	XXXXXX	XXXXXX	15/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)			
PALETAS COCOROZO			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
ACIDEZ (1-0.83%) , PH (4,98-4.1) GRASA (1,02-0.58%) SOLIDOS TOTALES (22-10%) SINERESIS (66-13%) COLOR L*(99,05-88,98) A*(-0,11- -3,55) B*(5,54-0,07) VISCOSIDAD(1,69-0,81)			
D. TIPO DE ENVASE			
BIODEGRADABLE			
E. MATERIAL DE ENVASE			
BIOPLASTICO DE INGEO			

F. CONDICIONES DE CONSERVACION									
CONGELAMIENTO A CERO (0°)									
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)									
PELADA DEL COCO Y COCION DEL COROZO LUEGO LICUADO DEL COCO Y TRITURACION DEL COROZO DESPUES CONGELADO DEL COCO Y ENVASADO DEL COROZO Y POR ULTIMO CONGELACION COMPLETA DE LA PÁLETA.									
H. VIDA UTIL ESTIMADA									
TIENE UNA VIDA UTIL DE 20 DIAS PARA CONSUMIRSE EN BUEN ESTADO									
I. PORCION RECOMENDADA									
100 -165 GR AL DIA									
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO									
K. GRUPO POBLACIONAL									
20 MIL PERSONAS									

Firma del responsable del producto:				JEFE DE			
				PRODUCCION			
Nombre del Responsable del producto		MARIA BERRIO HERAZO		Firma:		MARIA D . BERRIO HERAZO	



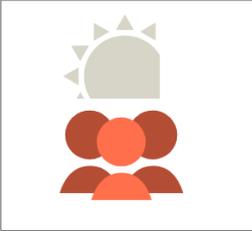
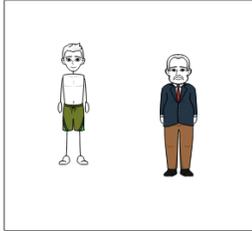
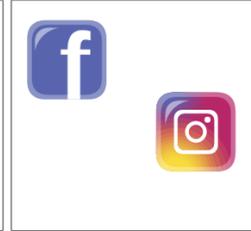
LANZAMIENTO DEL PRODUCTO MINIOMO VIABLE

storyboardthat.com/storyboards/es-examples/plantilla-mvp/copy

Aplicaciones Afiliado Web Sitios sugeridos croquis de colombi... Correo: Anibal Jose... FRIV.COM : The Bes... Nueva pestaña YouTube QUINTO | Preu Cuenta Microsoft

StoryboardThat Scenes Characters Textables Shapes Infographics Web & Wireframes Science Worksheets Upload Search... LOG IN

Icons Charts Banners Hands

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
satisfacer y refrescar a nuestros clientes en los momentos calurosos estresantes que tengan en su diario vivir	niños desde los 3 años hasta adultos de 65 años	ofreciéndoles una rica paleta con un exquisito sabor agrídulce con frutas naturales y sin preservantes	fabricación y promoción de paletas con sabor a coco y corozo

Create your own at Storyboard That

? Help Layout Add / Delete Cells Move Cells Copy Cells Advanced Undo Redo Save

© 2020, Clever Prototypes, LLC Privacy & Terms

BIBLIOGRAFÍA

<https://www.minsalud.gob.bo/1099-beneficios-y-propiedades-del-coco>

<http://anyelyg.blogspot.com/2012/11/propiedades-nutricionales.html>

https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24586/1/FEN_Proyecto%20de%20introduccion%20produccion%20y%20comercializacion%20de%20helados%20de%20frutas_FEN.pdf

CONCLUSIÓN

El presente proyecto, se planteó con objetivo de crear una estrategia de modelo de negocio basado en las peletas artesanales que le facilite la penetración de la misma en el mercado y su permanencia en el mismo , diseñando una estrategia de comunicación eficiente y efectiva aprovechando las redes sociales como facebook y Instagram y otros medios publicitarios para así poder llegar a todos nuestros clientes, que se logre cumplir con todos los objetivos planteados dentro de ellos, la aceptación de nuestros consumidores, que nuestro producto logre gustar a todos nuestros clientes brindándoles un buen producto a bajo costo y de excelente calidad, ya que es un producto innovador saludable y tradicional que se puede consumir en cualquier momento.