

YOGURT RICH

JORGE VALLEJO C.C. 1128199420



COORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR (CUN)

CIENCIAS ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÉCNICO

SANTA MARTA D. T. C. H.

2020

Yo JOEGE VALLEJO identificado Con C.C (1128199420) estudiante del programa (ADMINISTRACION DE EMPRESA) declaro 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 hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma. 

JORGE VALLEJO

RESUMEN EJECUTIVO

Como sabemos, el yogurt es un alimento nutritivo, el cual consumimos de manera constante en nuestra vida cotidiana. Los yogures que conocemos hoy en día solo son de sabores como; fresa, melocotón, mora y durazno, estos son los sabores que conocemos normalmente, los cuales vemos y consumimos una y otra vez.

Yogur rich. Es un producto lácteo, que se compone de mezclas y sabores que no son muy comunes hoy en día; es un producto hecho con sabores innovadores tales como el zapote y níspero, sabores que no son muy comunes en el mercado y queremos llegar a la región Caribe con una de sus frutas favoritas, este producto va desarrollado con mucha dedicación.

Por otro lado, el yogur facilita la asimilación de nutrientes, favorece la absorción de las grasas, combate las diarreas y el estreñimiento, disminuye el colesterol y reduce los efectos negativos de los antibióticos; sin olvidar que contiene calcio, magnesio y fósforo, los minerales indispensables para mantener sanos nuestros huesos.

(NUTRICION)

Este producto viene a innovar el mercado con sus dos sabores exóticos, este producto es 100 % natural ya que utilizaremos la pulpa de la fruta y todos los beneficios que estos tendrían ; Los beneficios del zapote: van desde su capacidad como potente antioxidante a ser un regulador de la digestión, obtiene fuente de vitamina A, rica en potasio, fortalece hueso y dientes, protege la salud cardiovascular, ayuda a bajar de peso, anemia, potencia el sistema inmunológico, da brillo a la salud de la piel, combate los síntomas premenstruales, ayuda a salud de los ojos, fortalece el cerebro, es un antiinflamatorio, es un energizantes y tiene propiedades antisépticas.

Beneficios del níspero; tiene efectos diuréticos, estimula la función de los riñones, ayudan a prevenir o mejorar la retención de líquidos, cuida el hígado, mucha fibra soluble, nos da la sensación de saciedad, ayuda a adelgazar.

tiene efecto protector sobre el tracto gastrointestinal, aporta vitaminas A y C, contribuye a mejorar el aspecto de nuestra piel y cabello, efecto reductor de los niveles de glucosa en sangre por lo que es bueno para los diabéticos.

INTRODUCCION

Este plan de negocio se basa en el lanzamiento de un yogurt, este producto tiene como fin innovar el mercado de los lácteos en Colombia, se busca que las personas degusten algo totalmente distinto a lo que están acostumbrados y llamar la atención. Con esta idea de negocio se lanzará una nueva línea de yogur en el mercado, con el fin de innovar con un sabor refrescante en Santa Marta, queremos que las personas degusten de un yogur con sabores diferentes a los tradicionales, que puedan tener una variedad a la hora de elegir su sabor.

Se realizará un estudio con el fin de desarrollar una empresa que genere responsabilidad social y participación en los deportistas y personas fitness y brindarle un alimento que cumpla con todas sus necesidades. Se busca obtener un posicionamiento del producto y para ello se necesita desarrollar los planes del negocio que nos permita llegar a todos los hogares de Colombia.

En la investigación se pretenderá reflejar las diferentes formas a tomar en consideración en la comercialización, estrategias para introducirnos al mercado y cuál será el punto de partida, convertir en esta idea una realidad y sobre todo ganarnos el apoyo de las personas en esta ciudad.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un producto con diferentes sabores y cambiar la monotonía a la hora de la merienda, este producto va a ser desarrollado en la ciudad de santa marta 100% natural y cumpliendo con todos los estándares de calidad. Buscamos cambiar de mentalidad al consumidor, que sepa que se puede escoger el yogurt con otros sabores a los que ya están en el mercado, de esta manera será de gran satisfacción y el producto tendrá un gran éxito en el mercado.

De esta manera se busca que el consumidor siempre sea el primero en ser el satisfecho, ya que gracias a este proyecto se basa en sabores diferentes para que el consumidor no se sienta presionado en lo sabores que hoy en día son muy pocos y pueda disfrutar del sabor que más quiera. (zapote y níspero)

OBJETIVO ESPECIFICO

- Incorporar un nuevo producto al mercado con nuevo sabor
- Las personas que les gusta mantener su cuerpo saludable tengan un postre que cumplan con estas características
- Salir de lo tradicional, nuevos sabores y presentaciones

CLAVES PARA EL ÉXITO

Este producto busca innovar el mercado con su nuevo sabor a zapote, con el fin de que salgan de la tradición, nuevos canales de venta, mercado más amplio y presentaciones diferentes.

1. Análisis del entorno

El yogur se considera como uno de los productos más importantes y de mayor beneficio para la salud de las personas, sin importar su edad, género o condición social desde estas perspectivas, por tal motivo se considera que los yogures sean preparados con mucho cuidado y cumpliendo con los estándares de calidad.

- Problema 1: en el mercado encontramos siempre los mismos sabores, fresa, mora, mango, melocotón, por lo tanto, este yogurt con sabor a zapote viene a cambiarlo todo con el de que la gente pruebe un nuevo sabor, algo exitico como lo está esta fruta.
- Problema 2: las personas que se cuidan su estado físico siempre están buscando un postre con bajas calorías y gracias por lo tanto en el mercado encontramos muy pocos productos que tengan esta característica o si los hay son muy costos
- Problema 3: las personas que presentan alguna enfermedad como la diabetes, son personas que no pueden comer todo tipo de cosas, por eso este yogurt si lo podrán tomar que va a ser una línea creada para ellos

1.2. OBJETIVO DE DESRROLLO SOSTENIBLE.

Este producto busca explotar todos los nutrientes de esta fruta, por lo tanto, se trabajará de forma natural conservando todos sus beneficios, este proceso se ayudará de mano de obra tecnológica y de humana acá aportaremos a la sociedad a nuevos empleos, capacitación y oportunidad de crecimiento para ellos y sus familias.

1.3. TEORIA DE VALOR COMPARTIDO

Este producto busca llegar a todos los rincones del país por lo tanto uno de sus mercados objetivo son las personas con enfermedades de diabetes y que se quieran cuidar su cuerpo, con la ayuda de los gimnasios encontramos un mercado potencial del cual se trabajara de la

mano con ellos para comercializar este producto y a la vez con hospitales para su publicación y recomendación con la ayuda de los doctores especializados en nutrición.

1.4. TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS

Esta empresa trabajaras con dos tecnologías que ayudaran al crecimiento, El Big Data es la recolección y gestión de grandes volúmenes de datos para su análisis y posterior utilización en algún área concreta de la empresa. Cuando las herramientas de análisis convencionales se quedan cortas, entra en juego el Big Data. Una de las grandes ventajas del Big Data es que nos permite identificar patrones de comportamiento que de otra forma serían imposibles de determinar. Y la ciberseguridad para las empresas la protección de los datos de sus clientes constituye la base de la confianza digital corporativa. En este sentido el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (GDPR)_pone especial relevancia en la figura del Data Protección Office, que será obligatorio para aquellas empresas que manejen datos de usuarios a gran escala.

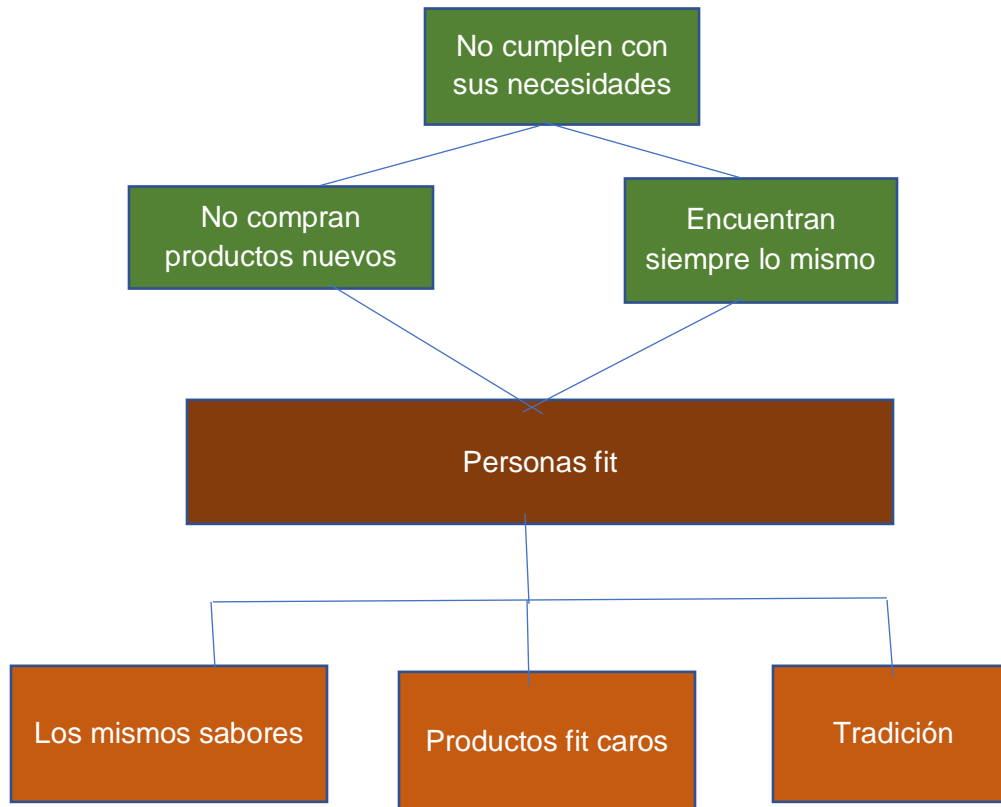
1.5. Análisis del sector económico PESTEL



2. Identificación del problema

CRITERIOS	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Mismos sabores	Endulzantes artificiales	Pocas presentaciones
Conocimiento o experiencia	5	5	5
Asesoramiento de un experto (si requiere, ¿lo tenemos?)	5	4	5
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podes desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a la información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)	5	4	5
Tiempo (posible solución)	5	5	5
Costos (posible solución)	3	5	5
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para usted?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	33	23	37

2.1. árbol de problemas



3. Descripción de idea de negocio

3.1. pregunta problema

¿si sabra delicioso ese yogurt de borojo y zapote?

Si, su saber es diferente pero es muy delicioso, esas frutas en jugo como normalmente lo tomamos son deliciosos y con una alta demanda en el mercado por lo tanto a la hora de hacer yogurt va a hacer suprepamente mas delicioso.

3.2. Autoevaluacion

INTERES / DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar un negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº total de afirmaciones valoradas en:	0	0	1	1	2

	A		B		C
Total, de afirmaciones valoradas en 1:	0	X	1	=	0
Total, de afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	=	0
Total, de afirmaciones valoradas en 3:	1	X	3	=	3
Total, de afirmaciones valoradas en 4:	1	X	4	=	4

Total, de afirmaciones valoradas en 5:	2	X	5	=	10
--	---	---	---	---	----

17

3.3. idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Este es un yogurt de sabor a borrojo y zapote, son dos sabores exóticos y muy apetecidos.
¿Quién es el cliente potencial?	Son todas las personas de la ciudad de Santa Marta, entre 6 años a 85 años
¿Cuál es la necesidad?	Las familias están cansados de tomar los mismos sabores, quieren un cambio.
¿Cómo?	Este producto se realizará en diferentes presentaciones, se venderán en tiendas, gimnasios y almacenes de cadena
¿Por qué lo preferirán?	Por sus nuevos sabores, sin endulzantes y obtendrán todos los beneficios de la leche y de las frutas

4. Innovación

Este producto viene a innovar el mercado con sus dos sabores exóticos, este producto es 100 % natural ya que utilizaremos la pulpa de la fruta y todos los beneficios que estos tendrían ; Los beneficios del zapote: van desde su capacidad como potente antioxidante a ser un regulador de la digestión, obtiene fuente de vitamina A, rica en potasio, fortalece hueso y

dientes, protege la salud cardiovascular, ayuda a bajar de peso, anemia, potencia el sistema inmunológico, da brillo a la salud de la piel, combate los síntomas premenstruales, ayuda a salud de los ojos, fortalece el cerebro, es un antiinflamatorio, es un energizante y tiene propiedades antisépticas.

Beneficios del níspero; tiene efectos diuréticos, estimula la función de los riñones, ayudan a prevenir o mejorar la retención de líquidos, cuida el hígado, mucha fibra soluble, nos da la sensación de saciedad, ayuda a adelgazar.

tiene efecto protector sobre el tracto gastrointestinal, aporta vitaminas A y C, contribuye a mejorar el aspecto de nuestra piel y cabello, efecto reductor de los niveles de glucosa en sangre por lo que es bueno para los diabéticos.

5. Fuerza de la industria

5.1. Contextualización de la empresa

Yogures rich es un producto con dos sabores espectaculares (níspero y zapote), de los cuales los ciudadanos del país no están acostumbrados a tomarlos solo en jugo, ahora nuestro producto se los trae en yogurt y con presentaciones para todas las edades y comodidad.

5.2. Análisis de la demanda

El aumento en el consumo de productos lácteos en Colombia anima a los industriales del sector a continuar su expansión nacional. El yogurt, que se ha convertido en un alimento fundamental para la salud gracias a su composición y características, es uno de los pocos productos que contribuyen positivamente al sistema digestivo, su alto contenido proteico y vitamínico hace del yogurt un complemento esencial en la alimentación de los seres humanos. En el país se consumieron el año pasado 131,1 millones de litros y 32,2 toneladas de yogur en sus diferentes apariencias. Esto se tradujo en \$878.730 millones en la

presentación líquida, con un gasto promedio per cápita de \$14.165, mientras que el cuchareable, más cremoso y espeso, movió \$412.246 millones, representados en \$6.662 por colombiano. La cantidad de productos compiten por un amplio segmento que aborda todos los miembros del hogar, tanto que, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) la leche y sus derivados (a donde pertenece el yogur) tienen 2,54% de los recursos que se destinan para la canasta familiar, por encima de artículos como el pan (1,46%) y los huevos (0,74%). “Nuestro propósito es entrar a todos los hogares, el yogurt es una de las categorías más amplias, en 2014 se vendieron 137,1 millones de litros, esto le permite a todas las procesadoras lácteas ocupar espacios importantes con productos totalmente alimenticios como el Completo, su sabor inigualable cuenta con propiedades que ofrecen mayores beneficios a un costo asequible, es 100% fruta la mejor característica de este producto” comenta Nelson Molano, gerente general de El Pomar S.A. Según un estudio realizado por Nielsen, el yogur es el lácteo más adquirido del mercado colombiano, después de alimentos como el queso, helado, chocolate y las frutas frescas, lo que demuestra el posicionamiento del producto en los hogares del país. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), el consumo per cápita del yogurt es de 2,8 litros y movió 1.2 billones de pesos solo en el 2014, cifra que seguirá en ascenso.

5.3. Análisis de la oferta

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	VENTAJA COMPETITIVA	UBICACIÓN
-----------------------	----------	--------	---------------------	-----------

ALPINA	<p>El yogurt es un alimento que se obtiene mediante la fermentación de la leche por cultivos lácticos, lo que hace que la lactosa se transforme en ácido láctico y por tanto su textura sea más espesa y su sabor más ácido y concentrado. El yogurt aporta naturalmente nutrientes como proteínas de alta calidad y calcio, el cual contribuye al mantenimiento de los huesos.</p>	<p>Los yogures griegos o fitnes están entre 2.500\$ hasta 8.000\$</p>	<p>Llevar 40 años en el marco, tienen una marca posicionamiento</p>	<p>Estos productos lo distribuyen en almacenes de cadena y tiendas</p>
COLANTA	<p>En 1964 un grupo de 60 campesinos</p>	<p>Estos productos</p>	<p>Colanta, la empresa que más</p>	<p>Su sistema de distribución</p>

	<p>sembraron la base de la cooperativa COLANTA, llamada inicialmente COOLECHERA. Es elaborado con leche descremada, salsa light y/o trozos de frutas, endulzado con sucralosa, que por la acción de los cultivos lácticos específicos y los probióticos se obtiene un producto con características de textura, cuerpo y sabor que lo hacen un alimento de gran beneficio para la salud</p>	<p>tiene un precio de 1.000\$ hasta 7.500\$</p>	<p>leche vende en Colombia con 50 años de existencia este 24 de junio.</p>	<p>esta en almacenes de cadena y tiendas</p>
--	--	---	--	--

5.4. Analisis de comercializacion

Estas marcas tienen una fabricación de su materia prima, plantas para su transformación, ellos están aliados con los almacenes de cadenas a la cual le venden en grandes

cantidades; además de que tienen preventistas de los cuales van a las tiendas a vender sus productos y así tener una plaza más amplia.

Son unas marcas que han marcado una tradición de marca en la mente de los ciudadanos pero todos tienen los mismos sabores, que es la parte en la que nuestro producto va a cambiar en el mercado.

Se determinan los canales de distribución, de la cual se realiza primero la conexión con los proveedores para la materia prima (leche y fruta) y para finalizar con su distribución en camiones para los almacenes de cadena, tiendas de barrios y gimnasia.

5.5. Análisis de proveedores

Esta empresa se necesita de dos proveedores fundamentales que son para la leche y la fruta por lo tanto el proveedor de los productos lácteos El Recreo SA. Producción y comercialización de leches y derivados lácteos; refrescos con sabor a frutas y adición de vitamina C. Con cobertura en Bogotá y a nivel nacional. Somos proveedores directos de instituciones estatales como ICBF, tenemos presencia en los canales de distribución como: Horecas - Institucionales y Superetes. Se ha habilitado la compatibilidad con lectores de pantalla. (barra)

Los proveedores de la fruta Dofruts, especializados en producir Fruta Congelada IQF y Pulpa Natural, de muchas frutas diversas, con una alta calidad desde el 2009. Desde un principio nuestra filosofía ha sido la de entregar un producto natural de óptima calidad a unos precios razonables.

Conscientes de la importancia de entregar un excelente producto, nuestro control de calidad cumple con los estándares más altos para garantizar que el producto desde la cosecha en el árbol y través de todas las etapas hasta llegar al consumidor final cumplan con los requisitos

internacionales más rigurosos.


Dentro de nuestros clientes se encuentran; cadenas hotelera, restaurantes, casinos de empleados, colegios, centros deportivos, etc.

6. Segmentacion de mercado

6.1. bondades

- Nuevos sabores
- Fitness
- Sabores exóticos
- Grandes beneficios
- Apto para personas con enfermedades (diabetes)
- Varias presentaciones
- Facil acceso
- Mas economico
- Sabor unico
- Se puede llevar a cualquier parte
- Se puede acompañar con cualquier alimento
- Aliemento muy comprado en el mercado
- A los niños les encanta
- Un exelente acompañante
- Un postre

6.2. Buyer persona

	<p>Miedos, frustraciones y ansiedades</p> <p>El cliente no le guste los nuevos sabores</p>	<p>Desea, necesita, anhelas y sueñas</p> <p>Nuevos sabores, experiencia de explorar.</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Habitantes de la ciudad de Santa Marta</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y porque es importante para ellos?</p> <p>Para cambiar su forma de degustar un postre, todas las personas lo pueden consumir</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿hay alguna barrera?</p> <p>Hombres, mujeres y niños, en la edad de 3 a 80 años, todos los estratos economicos des de el 1 al 6</p>
<p>Frases que mejor describan su experiencia</p>	<p>Extraordinario, me encanta</p>	
<p>¿existen otros factores que deberán tener en cuenta?</p>	<p>Estilo de vida</p>	

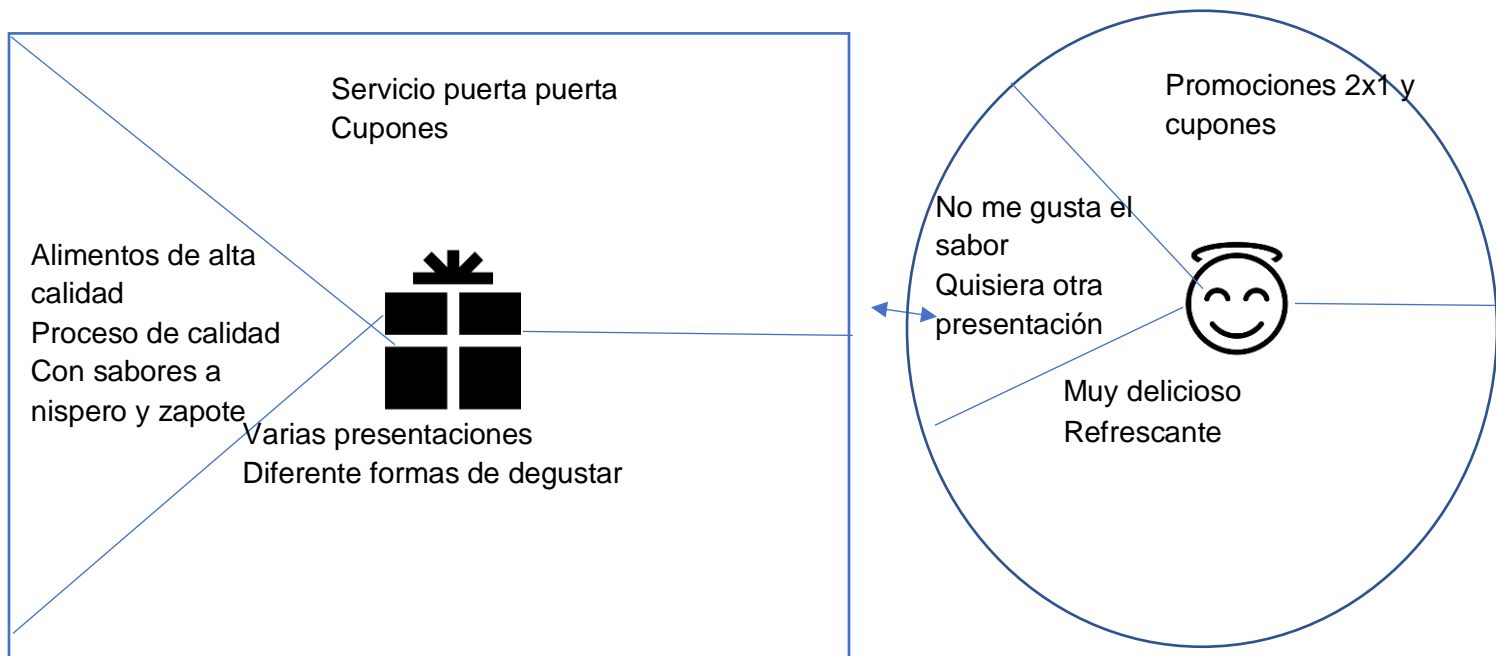
Este un producto que viene a innova el mercado con nuevos productos, por lo tanto es un producto que lo puede degustar cualquier tiempo de persona, con enfermedades como diabetes entre otras. Este es un producto que quiere cambiar las nuevas forma de degustar un yogurt.

Los valores que queremos es que sean arriesgados, extrovertidos, alegres, amorosos y comprometidos

Este producto busca que todos las personas tengan su yogurt ideal.

Las bondades expresadas del producto es la fortaleza que le da a la creacion de este, por lo tanto da mas confianza a la hora de producir este producto.

7. Propuesta de valor



yogur rich es un producto innovador que presenta sabores diferentes, con una presentación con el contenido justo (200 Gr.), un empaque llamativo, que genere un impacto en el mercado, con un precio que se ajusta al bolsillo de nuestros clientes, nuestro producto es innovador, diferente a otras marcas ya que nuestro sabor es único en el mercado, los yogures tradicionales son solo de sabor fresa, mora, durazno y melocotón en cambio nuestro yogurt será un delicioso sabor a níspero, con este sabor buscamos llamar la atención y generar un impacto en nuestro mercado, además se busca el beneficio del cliente y de nuestra empresa generando la rentabilidad a crédito.

- buscamos que el consumidor le guste el sabor, se sienta satisfecho y disfrute del producto.
- el yogurt. es un alimento muy portátil, el cual facilita su movilidad para que el cliente lo consuma cuando desee ya sea en el trabajo, en la mañana antes de salir o cuando esté terminando algún deporte, ya que es muy nutritivo y no es un alimento tan pesado en grasa lo genial para comenzar el día.
- facilitar el pago del producto, se daría un plazo de pago hasta de una semana o máximo 15 días, de esta manera el cliente no se sometería a cancelar el producto de una vez, sino que tendría tiempo suficiente para cancelar el producto y de esta manera se sienta satisfecho y poder ofrecerle nuevamente, además nuestra competencia no tiene este mismo sistema de pago.

8. Diseño del producto

FICHA TECNICA	
NOMBRE DDEL PRODUCTO	Yogurt rich
COMPOSISION DEL PRODUCTO	Leche, esplenda, zapote
NORMAS DE CALIDAD	Normas técnicas colombianas iso 9001
PRESENTACIONES COMERCIALES	250 gr 1 litro 2 litro y medio
TIPO DE EMPAQUE O EMBAJAJE	Etiqueta con material resigleble
MATERIAL DE EMPAQUE	Caja
CONDICIONES DE SERVACION	Refrigeración
VIDA UTIL ESTIMADA/GARANTIAS	De 15 a 30 días
PORCION RECOMENDADA	Un recipiente de 250Gr

ELABORO: Jorge Vallejo
REVISO:
APROBO:

FICHA TECNICA	
NOMBRE DDEL PRODUCTO	Yogurt rich
COMPOSISCION DEL PRODUCTO	Leche, esplenda, nispero
NORMAS DE CALIDAD	Normas técnicas colombianas iso 9001
PRESENTACIONES COMERCIALES	250 gr 1 litro 2 litro y medio
TIPO DE EMPAQUE O EMBAJAJE	Etiqueta con material resigleble
MATERIAL DE EMPAQUE	Caja
COMDICIONES DE SERVACION	Refrigeración
VIDA UTIL ESTIMADA/GARANTIAS	De 15 a 30 dias
PORCION RECOMENDADA	Un recipiente de 250Gr
ELABORO: Jorge Vallejo	
REVISO:	
APROBO:	

8.1.Ciclo de vida

Este alimento tendra todo un proceso de tranformacion de la cual contara con nutricionista y ingenieros de alimentos de los cules mantendra el alimento con una vida de un mes. Con estos nuevos sabores apliamos el mercado, tendremos nuevos consumidores y de facil acceso

9. Prototipo

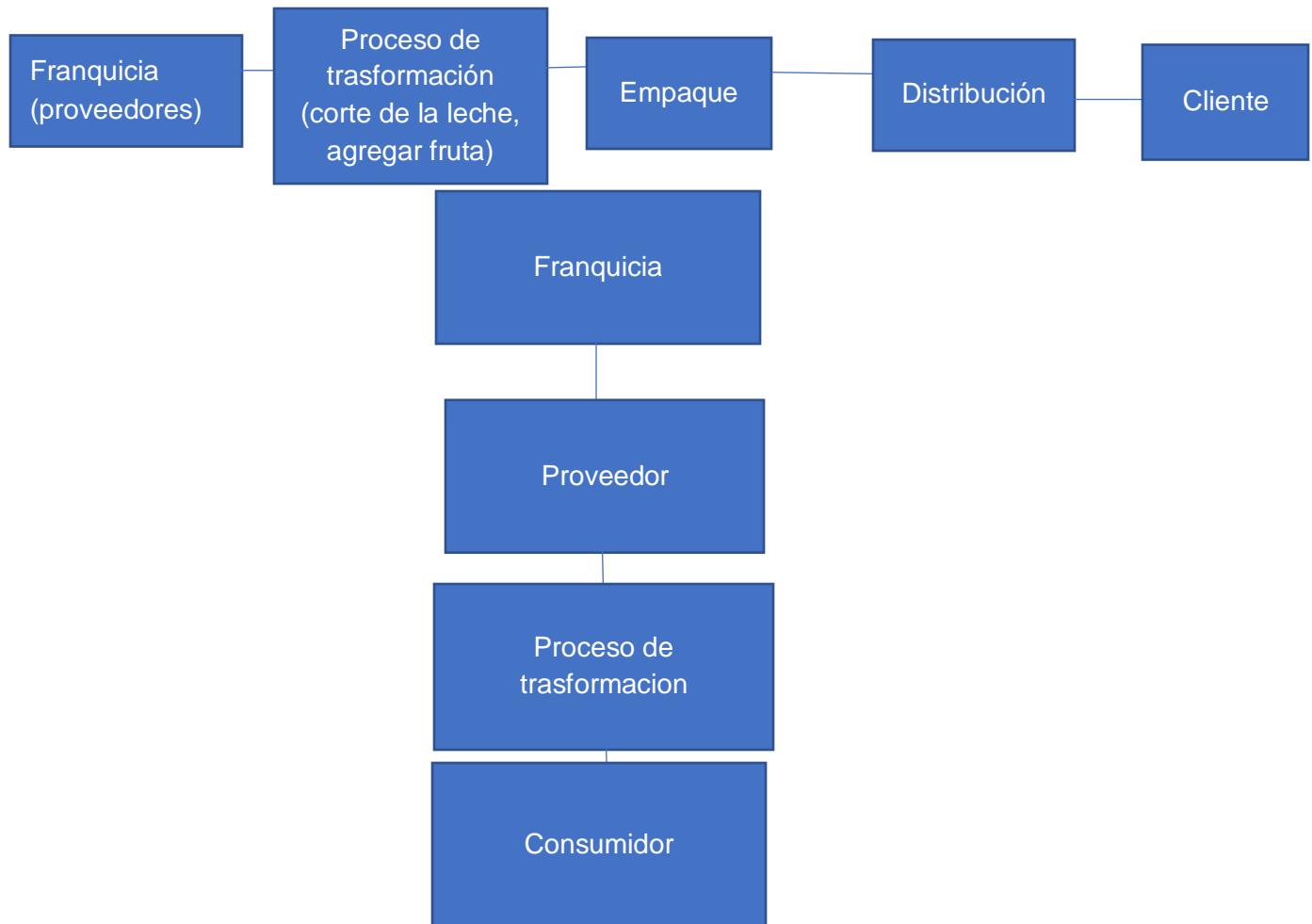
9.1. Estrategias

- Ley 1955 de mayo 2019: por el cual se expide el plan nacional de desarrollo 20018-2022 “pacto por Colombia, pacto por la equidad” el cual beneficia a las pequeñas y grandes empresas.
- Ley 1819 de 29 de diciembre de 2016: “por medio de el cual se adopta una reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal, se dictan otras decisiones”
- Decreto 1651 del 11 de septiembre de 2019: “Por el cual se adiciona el título 8 a la Parte 1 del Libro 2 del Decreto 1081 de 2015, Decreto Reglamentario Único del Sector Presidencia de la República, para establecer la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación”.
- Decreto 957 del 5 de junio de 2019: "Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011".

9.2. diseño del concepto

- Leche
- Borojo
- Nispero
- Esaplenda
- Maquinaria para la tranformacion (tecnolacteas, cortador)
- Franquisia (proveedores de leche, frutas, envase)

9.3. Diseño de detalle



9.3. Indicadores de calidad


- Cobertura
- Satisfacción del cliente
- Competitividad
- Compromiso
- Pronostico de venta
- Eficacia
- Valoración de venta
- Plan de mejoramiento

- Auditoria externa
- Plan de calidad

9.5. Producción

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Nombre de la empresa: yogurt rich
Ciudad: SANTA MARTA, MAGDALENA
Teléfono: 3025243919

NOMBRE DEL PRODUCTO	Yogurt rich	
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	MATERIA PRIMA	Leche, borojo y zapote
	INSUMOS	Esplenda, concervantes
	COLOR	Rosado y morado
	PESO	250g, 1 litro y 2 litros y medio

	USO	Cualquier hora del dia
CANTIDADES PARA PRODUCIR MENSUAL	Primer mes 100	
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	Santa Marta, Magdalena	
PROCEDENCIA	Santa Marta, Magdalena	

10. Precio de venta

COSTO DE PRODUCCION	
Costo unitario de materiales	35.500\$
Costo unitario de mano de obra	15.000\$
Costo unitario de CIF	5.000\$
Costo total de unitario	55.500\$

Costo total unitario

PV= _____

1- % de utilidad

Utilidad 15%

Esto es un total de 6.528

11. Prototipo

11.1. Características del producto

Yogurt rich quiere destacar su empaque comodo, practico y como se uede conervar su contenido y resistente.

11.2. Interaccion con el cliente

El envase del producto se busa que se sientan comodos al llevar, que cada niño sea facil para abrir, lo pueden llevar en su mochila con la tranquilidad de que no se les va a derramar nada.

11.3. Evidencia del prototipo



Problema Las personas fit tiene un yogurt griego que es para su cuidado, pero ya no apetece tanto porque siempre están los mismos sabores	Solución <ul style="list-style-type: none"> • sabores exóticos • endulzado con esplenda • deslactosado 	Propuesta de Valor única Se manejan dos sabores exclusivos y exóticos que son el níspero y zapote	Ventaja injusta Único y exótico	Segmento de clientes Personas fit, diabéticos y familias. De las edades de 3 a 80 años
	Métricas Clave visitas a la pagina nuevos clientes encuestas		Canales Puerta a puerta Gimnasios Pagina web	
Estructura de costos Arriendo Servicios públicos Trasporte Mano de obra Logística		Fuentes de ingresos Se manejarán a crédito y de contado Sistemas de pago con tarjeta, app y efectivo		

12. Modelo Running Lean

13. Validación de ideas de negocio

13.1. Objetivo de la investigación

Identificar que tanta aceptación tendrá el producto con estos dos nuevos sabores exóticos, que el producto en la ciudad de Santa Marta cree una nueva forma de consumir y levante el espíritu de aventurero en los ciudadanos.

13.2. Metodología de investigación

La metodología cuantitativa analiza el comportamiento de una serie de causas y efectos, a partir de datos numéricos y se basa en estudios probabilísticos. El método cuantitativo está basado en una investigación empírico-analista. Basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas-efectos concretas.

- Captación de datos: Se recolectó información a través de encuestas virtuales, con el fin de tener información para analizar.
- Muestreo: Se eligió una cantidad (92) respuestas de las encuestas para organizar y filtrar la información.
- Experimentación: Se investigó y se propusieron precios, a través de una encuesta para identificar el impacto de las variables en el comportamiento de las personas y cómo estas afectan el mercado.
- Análisis del comportamiento del consumidor: Se da a conocer la interrogante del “por qué” las personas cambian sus gustos, aceptan o rechazan algunos productos o marcas.
- Predicción o informe: Estima los valores que dieron las encuestas aplicadas a los diferentes encuestados.
- Simulación: Nos permite crear conclusiones y alternativas que se implementen con el fin de mejorar o tomar medidas correctivas.

13.3. Formulario

1. Edad

- 15-25 años
- 26-40 años
- 40 años en adelante

2. ¿realizas algun deporte?

- Si
- No

3. ¿consideras importante cuidar tu cuerpo?

- Si
- No

4. ¿sabias que el yogurt es bueno para el organismo?

- Si
- No
- Tal vez

5. ¿Cuánta veces al mes consumes yogurt?

- Todos los días
- Una vez por semana
- Cada 15 días
- Una vez al mes

6. ¿estarias dispuesto a probar nuevos sabores

- Si
- No
- Tal vez

7. ¿Qué sabor te gustaria probar en un yogurt?

- Zapote
- Nispero
- Mango
- Otro

8. ¿Qué presentacion prefieres el yogurt?

- Vaso
- Cuchariable
- Botella litro

9. ¿incluirias este yogurt a tu dieta?

- Si
- No
- Tal vez

10. ¿Qué le incluirias al yogurt?

- Granola
- Ereal
- Fruta
- Otro

13.4. Tamaño de la muestra

CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

ESTRATO

VARIABLES

VALOR

EXPRESIÓN MATEMÁTICA

Z

1,80

n=

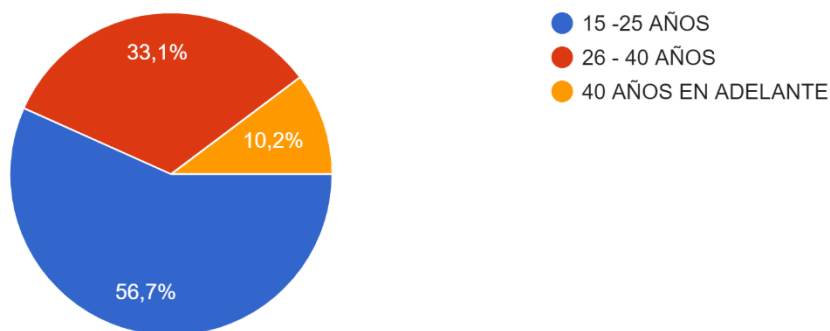
$Z^2 * P * Q * N$

z^2	3,24	$e^{\lambda^2 \cdot (N-1)} + Z^{\lambda^2 \cdot P \cdot Q}$
P	0,5	$n = \frac{3,24 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 479853}{0,0081 \cdot (479852) + 3,24 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$
q	0,5	
N	479.853	
e	0,08	$n = \frac{388680,93}{3071,0528}$
e^{λ^2}	0,0064	
N-1	479.852	$n = \frac{388680,9300}{3071,8628}$

14. Tabulacion y analisis de informacion

EDAD

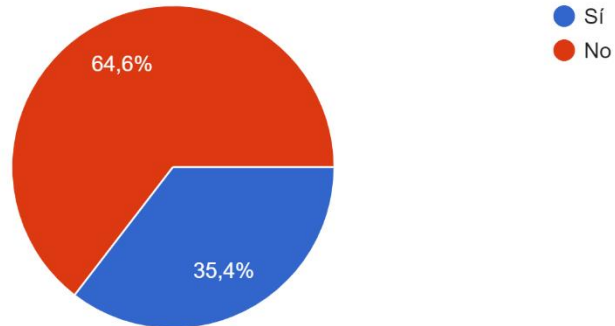
127 respuestas



La población fue de 15 años hasta los 40 años en adelante, los más encuestados fueron del de 15 – 25 años

¿Realizas algún deporte?

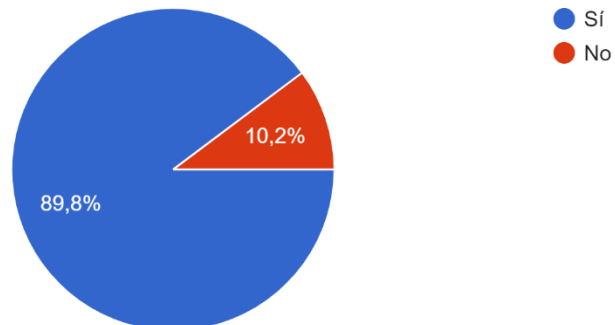
127 respuestas



Es importante con un 64,6% no practica ningún deporte

¿Consideras importante cuidar tu cuerpo?

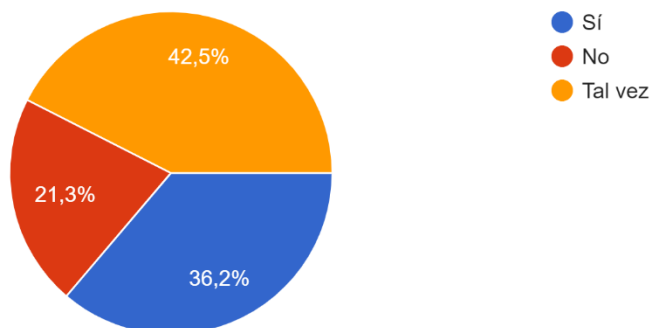
127 respuestas



El 89,8% consideran que es importante cuidar su cuerpo

¿Sabías que el yogur es bueno para el organismo?

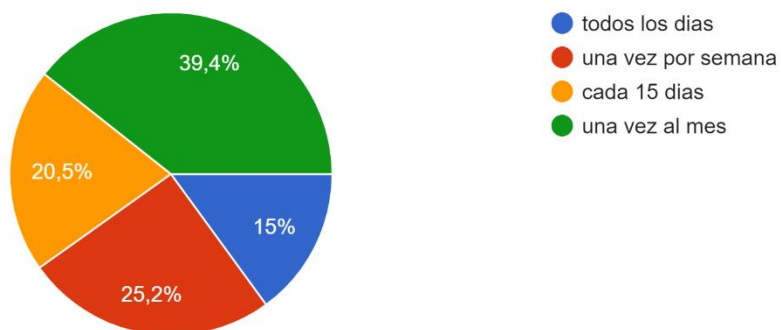
127 respuestas



La población encuestada solamente el 36,2% sabe el que yogur es bueno para el organismo.

¿ Cuantas veces al mes consumes yogur?

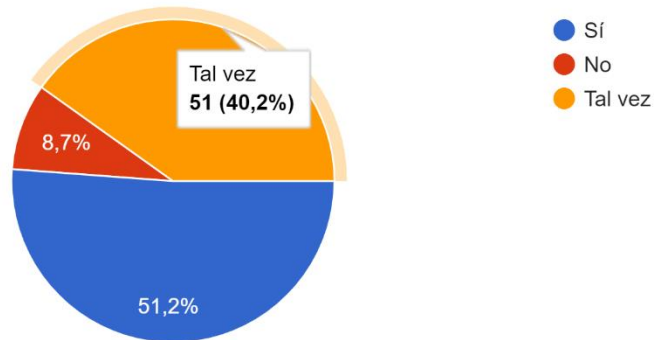
127 respuestas



La mayoría de la persona consume el yogur una vez al me con un 39,4%

¿Estarías dispuesto a probar nuevos sabores?

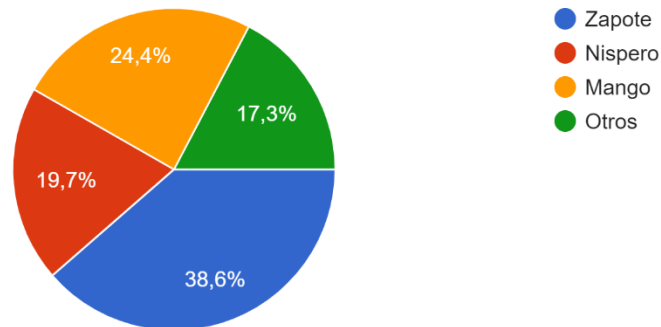
127 respuestas



El 51,2% de la población está dispuesto a probar nuevos sabores de yogur

¿Que sabor te gustaría probar en un yogur?

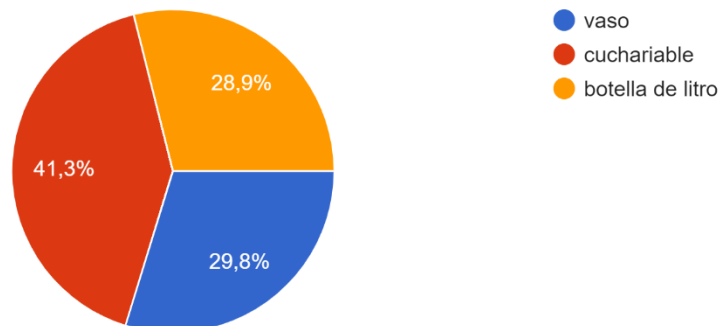
127 respuestas



La población le gustaría probar un yogur con el sabor de zapote

¿Que presentación prefieres el yogur?

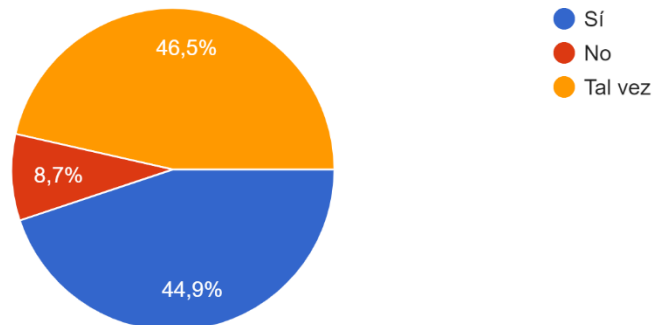
121 respuestas



Los encuestados se sienten mejor con un yogur cuchariable, esto tuvieron un 41,3%

¿Incluirías este yogur a tu dieta?

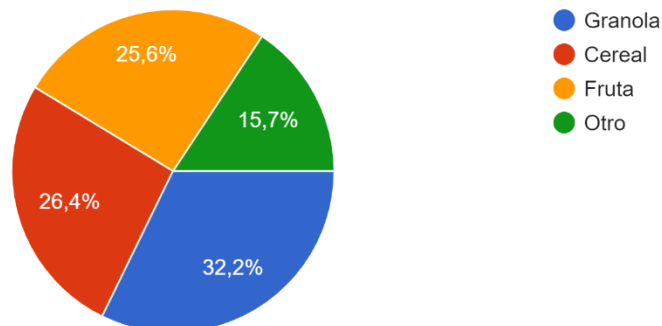
127 respuestas



La población considera que tal vez incluirían este producto a su dieta con un porcentaje de 46,5%

¿Que le incluirías al yogur?

121 respuestas



La población se sentiría mejor su yogur traerían granola con un 32,2% y cereal con 26,4% y frutas 25,6%

15. Recomendaciones

yogur rich es un producto innovador que presenta sabores diferentes, con una presentación con el contenido justo (200 Gr.), un empaque llamativo, que genere un impacto en el mercado, con un precio que se ajusta al bolsillo de nuestros clientes, nuestro producto es innovador, diferente a otras marcas ya que nuestro sabor es único en el mercado, los yogures tradicionales son solo de sabor fresa, mora, durazno y melocotón en cambio nuestro yogurt será un delicioso sabor a níspero, con este sabor buscamos llamar la atención y generar un impacto en nuestro mercado, además se busca el beneficio del cliente y de nuestra empresa generando la rentabilidad a crédito.

Bibliografía

barra, r. l. (s.f.). Obtenido de <http://www.revistalabarra.com/guia/lacteos-el-recreo.html>

CAPO GALEGO. (s.f.). Obtenido de <http://www.campogalego.com/es/agroalimentacion-es/quince-nuevos-productos-lacteos-que-marcan-tendencia/>

NUTRICION . (s.f.). Obtenido de <https://www.yogurtinnutrition.com/es/los-beneficios-del-yogur-para-la-salud/>

<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>

<https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>

<https://es.m.wikipedia.org/wiki/Encuesta>

<https://colanta.com/sabe-mas/>

<https://www.alpina.com/>

<https://www.diariolibre.com/revista/los-beneficios-del-platano-verde-para-la-salud->

[GA17608680#:~:text=Son%20una%20rica%20fuente%20de,los%20minerales%20magnesi](https://www.diariolibre.com/revista/los-beneficios-del-platano-verde-para-la-salud-GA17608680#:~:text=Son%20una%20rica%20fuente%20de,los%20minerales%20magnesi)
[o%20y%20potasio.&text=Adem%C3%A1s%20los%20pl%C3%A1tanos%20verdes%20son,porcentaje%20que%20los%20pl%C3%A1tanos%20maduros.](https://www.diariolibre.com/revista/los-beneficios-del-platano-verde-para-la-salud-o%20y%20potasio.&text=Adem%C3%A1s%20los%20pl%C3%A1tanos%20verdes%20son,porcentaje%20que%20los%20pl%C3%A1tanos%20maduros.)

<http://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes>

<https://www.isotools.org/2015/07/27/5-ejemplos-de-indicadores-de-calidad-que-no-pueden-faltar-en-tu-plan/>