

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**Desarrollo del producto Coconnabis Butter**

**Programa Avanzado Para la Formación Empresarial**

**Autores**

David Ayala Daza

Santiago Martínez Ramos

Mauricio Rodríguez Giraldo

Jorge Urrego Reyes

**Bogotá D.C.**

**2018**

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**Desarrollo del producto Coconnabis Butter**

**Programa Avanzado Para la Formación Empresarial**

**Autores**

David Ayala Daza

Santiago Martínez Ramos

Mauricio Rodríguez Giraldo

Jorge Urrego Reyes

**Docente**

Viviana Carolina Romero Peralta

**Programa**

Administración de Empresas

Administración de Negocios Internacionales

Administración en Logística y Producción

**Bogotá D.C.**

**2018**

## Contenido

RESUMEN.....	7
PALABRAS CLAVE .....	7
ABSTRACT .....	8
KEY WORDS.....	8
1. Introducción.....	9
2. Objetivos.....	10
2.1. General .....	10
2.2. Específicos.....	10
3. Presentación de la generación de las cinco ideas de producto .....	10
3.1. Suspensión neumática para automóviles.....	10
3.2. Harina de Grillo .....	11
3.3. Coco Cannabis Butter.....	12
3.4. Chaleco Airbag para Motos .....	12
3.5. Cama para bebés con parlantes.....	13
4. Variables de atractividad y competitividad de mercado para el proceso de tamizado de los productos .....	14
5. Tablas de resultados del proceso de tamizaje de cada producto.....	17
6. Presentación del producto ganador.....	29
7. Concepto del producto ganador .....	29
7.1. Posicionamiento de marca.....	30
8. Presentación de lienzos trabajados para la construcción de la propuesta de valor y modelo de negocio del producto ganador .....	30
8.1. Lienzo de mapa de la percepción del cliente .....	30
8.2. Lienzo de propuesta de valor .....	31
8.3. Lienzo canvas .....	32
8.4. Cuadro de la planeación estratégica .....	33
9. Metodología de evaluación de productos por medio de las encuestas .....	33
9.1. Encuesta prueba de concepto.....	33
9.2. Objetivo general de la realización de la encuesta .....	34
9.3. Metodología de la encuesta.....	34
9.4. Ficha técnica de la investigación .....	34
9.5. Formato de la encuesta con las preguntas.....	34

10. Análisis univariado de las encuestas .....	38
11. Resultado de prueba de producto .....	45
11.1. Objetivo general de la realización de la prueba de producto.....	45
11.2. Metodología de evaluación de concepto .....	45
11.3. Formato de la encuesta con preguntas.....	46
11.4. Análisis univariado de la encuesta .....	48
11.5. Conclusión del resultado de la encuesta .....	55
12. Presentación del P&G y de inversión inicial .....	56
13. Empaque y presentación del producto .....	59
14. Pieza de comunicación BTL .....	60
15. Conclusiones generales.....	60
16. Referencias bibliográficas .....	62

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 <i>Herramientas de suspensión neumática para automóvil</i> .....	11
Ilustración 2 <i>Harina de grillo</i> .....	11
Ilustración 3 <i>Mantequilla de coco a base de cannabis</i> .....	12
Ilustración 4 <i>Chaleco con airbag incluido para motociclistas</i> .....	13
Ilustración 5 <i>Cuna para bebés</i> .....	14
Ilustración 6 <i>Lienzo de mapa de percepción del cliente</i> .....	31
Ilustración 7 <i>Presentación del producto en su empaque</i> .....	59
Ilustración 8 <i>Presentación del producto con slogan</i> .....	60

## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Variables de atractividad</i> .....	14
Tabla 2 <i>Variables de competitividad</i> .....	16
Tabla 3 <i>Proceso de tamizado – variables de atractividad</i> .....	18
Tabla 4 <i>Proceso de tamizado – variables de atractividad resultados finales</i> .....	23
Tabla 5 <i>Proceso de tamizado – variables de competitividad</i> .....	23
Tabla 6 <i>Proceso de tamizado - variables de competitividad resultados finales</i> .....	28
Tabla 7 <i>Ponderación y elevación de matrices de atractividad y competitividad</i> .....	29
Tabla 8 <i>Lienzo canvas</i> .....	32
Tabla 9 <i>Planeación estratégica</i> .....	33
Tabla 10 <i>Ficha técnica para investigación de productos</i> .....	34
Tabla 11 <i>Propuesta de inversión inicial</i> .....	56
Tabla 12 <i>Costos del producto</i> .....	57
Tabla 13 <i>P&amp;G del producto</i> .....	58

## **RESUMEN**

El Programa Avanzado para la Formación Empresarial representa un curso que permite y plantea cómo desarrollar un producto innovador. Coconnabis Butter, una mantequilla de coco a base de cannabis no psicotrópico es el producto creado por el grupo de trabajo bajo los lineamientos del PAFE. El proceso de desarrollo constó de múltiples pasos entre los cuales resalta el tamizaje y construcción tanto del producto mismo, como de la marca. Además, se hace un recuento de los procedimientos tales como entrevistas y prueba de producto, los cuales permitieron generar conocimiento sobre las prácticas empresariales y la creación de productos nuevos.

## **PALABRAS CLAVE**

Coco, cannabis, alimentación balanceada, mercado, producto, desarrollo.

## **ABSTRACT**

The Advanced Program for Business Training represents a lecture that allows and proposes how to develop an innovative product. Coconnabis Butter, a coconut butter based on non-psychoactive cannabis, is the product created by the working group under the PAFE guidelines. The development process consisted of multiple steps, among which the screening and construction of both the product itself and the brand stand out. In addition, there is a recount of procedures such as interviews and product testing, which allowed to generate knowledge about business practices and the creation of new products.

## **KEY WORDS**

Coconut, cannabis, balanced diet, market, product, development

## **1. Introducción**

El presente texto representa la evidencia del proceso de desarrollo de un producto, Coconnabis Butter, a través del curso de Programa Avanzado para la Formación Empresarial, PAFE. A lo largo del curso se establecieron unas pautas específicas para la creación de un producto innovador que pudiera ser presentado en el mercado colombiano. Con los aprendizajes brindados, se dio no solamente la invención, pero también la materialización del producto ya mencionado. Inicialmente fueron preseleccionadas cinco ideas de producto. Más adelante se escogió Coconnabis Butter como el producto con mayor atractivo y rentabilidad, esto, a través del proceso de tamizaje realizado por el grupo de trabajo. De igual manera, se llevaron a cabo procesos de construcción del concepto, para posteriormente crear la propuesta de valor y el modelo de negocio. Resultó indispensable el uso de herramientas como las encuestas, para así realizar una evaluación del producto ante los posibles consumidores. Como parte final se realizó también una prueba de producto y un P&G, para establecer la inversión inicial.

A través de este documento se hace un recuento de todo el proceso de aprendizaje del curso de PAFE, y de creación y desarrollo del producto. Además, se hace una presentación de este mismo. El trabajo realizado por el grupo se llevó a cabo en el periodo de un semestre académico, donde se logró establecer la importancia de cada uno de los pasos necesarios para la introducción al mercado de un producto innovador y rentable.

## **2. Objetivos**

### **2.1. General**

Desarrollar un producto innovador bajo los aprendizajes y lineamientos del Programa Avanzado para la Formación Empresarial (PAFE).

### **2.2. Específicos**

- Crear un producto o servicio que responda a las necesidades actuales de los consumidores y, por ende, cubra un espacio vacío en el mercado actual.
- Reconocer la importancia de la formación empresarial para el desarrollo de productos innovadores.
- Aplicar los conocimientos brindados mediante el PAFE en el sector del mercado.

## **3. Presentación de la generación de las cinco ideas de producto**

A continuación, se presentan las cinco ideas de producto, acompañadas cada una con sus respectivos conceptos. Todas las ideas fueron debidamente evaluadas con el fin de seleccionar el producto final correctamente.

### **3.1. Suspensión neumática para automóviles**

Este producto es una suspensión de función hidráulica a control remoto, la cual permite al conductor adaptar la altura del vehículo con un botón específico. Este mismo puede ser instalado en el interior del vehículo, o donde sea de mayor conveniencia para el conductor con respecto a comodidad. Todo esto sin dañar la originalidad o estética del carro. También busca brindar una experiencia de manejo más deportiva debido a la rigidez de la misma y la tranquilidad de saber que dependiendo del lugar, uno mismo puede adaptar el carro a lo que considere apropiado al terreno y lo que demande la situación.

**Ilustración 1**  
*Herramientas de suspensión neumática para automóvil*



Foto tomada de <https://www.innocar-parts.com/ta-technix-neumatica/4816-suspension-neumatica-ad-opel-corsa-ab-tigra.html>

### 3.2. Harina de Grillo

**Ilustración 2**  
**Harina de grillo**



Foto tomada de <https://harinadeinsectos.com/harina-de-grillos/>

### 3.3. Coco Cannabis Butter

Es una mantequilla de coco a base de cannabis no psicotrópico, ideal para todas las personas en busca de una alimentación saludable. Es ideal para un estilo de vida específico, donde las personas quieren mantener una buena imagen y a su vez evitar diversas enfermedades, a través de un buen cuidado de la salud. Perfecta para preparar cualquier receta de repostería o para untar en las comidas preferidas.

#### Ilustración 3

*Mantequilla de coco a base de cannabis*



Foto tomada de <http://www.decannabis.club/recetas-cannabicas/receta-mantequilla-de-cannabis/>

### 3.4. Chaleco Airbag para Motos

El chaleco Airbag para moto es un sistema de protección basado en la activación de sistemas tecnológicos cuando hay un accidente. Este sistema está diseñado para reducir el impacto de los golpes cubriendo todas las zonas vitales del cuerpo para que este no sufra tantas lesiones. El chaleco cuenta con un sistema que se basa en un cordón, el cual va conectado a una bomba de CO<sub>2</sub> en el cual tan pronto el motociclista se sube a la moto, debe anclar este cordón a la moto. De esta manera, en el momento de un accidente, este cordón se activa generando que el chaleco se infle y proteja las partes vitales.

**Ilustración 4**  
***Chaleco con airbag incluido para motociclistas***



Foto tomada de <http://blogelraid.com/chalecos-airbag-para-jinetes/>

### **3.5. Cama para bebés con parlantes**

La cama para bebés con parlantes busca ser un producto nuevo y novedoso donde los niños de 0 a 2 años logren conciliar el sueño de una manera más efectiva y puedan de una manera u otra sentirse acompañados. El producto permite grabar audios con las voces de los padres para que el bebé sienta que ellos se encuentran a su lado y pueda sentirse más tranquilo. La idea es poder implementar dos parlantes bien sea en la parte superior o inferior de la cama, de manera similar a como se muestran en las imágenes de los sofás que hoy en día se están vendiendo y se puede tener conectividad a ellos vía cable, bluetooth o wifi. Además, se busca tener un mejor desarrollo intelectual de los niños a partir de los 0 en adelante.

**Ilustración 5**  
*Cuna para bebés*



Foto tomada de <https://www.decopeques.com/cascara-de-babycotpod-cuna-con-look-futurista/>

#### **4. Variables de atractividad y competitividad de mercado para el proceso de tamizado de los productos**

En el proceso de tamizado se obtuvieron dos cuadros, presentados posteriormente, donde se relacionan las variables de atractividad y competitividad, con el fin de evaluar la viabilidad para el producto final. Los resultados obtenidos en estos representan un 40% del tamizado final.

**Tabla 1**  
*Variables de atractividad – Tabla propia*

<b>ATRACTIVIDAD</b>		
<b>No.</b>	<b>Criterio de evaluación</b>	<b>Definición de la variable</b>
<b>1</b>	<b>Expertiz de la fuerza de la venta</b>	Nivel de expertise de las fuerzas de ventas que están en el mercado.
<b>2</b>	<b>Facilidad de uso</b>	Adaptabilidad del producto al consumidor.

3	<b>Legislación actual</b>	Busca establecer si la legislación actual puede obstaculizar el desarrollo de la idea o proyecto.
4	<b>Salubridad</b>	Necesidad de cumplir con ciertos requisitos nacionales para mantener sanos los alimentos que se están consumiendo o transportando, o las materias primas del producto.
5	<b>Amenaza de aparición de productos sustitutos</b>	Es un producto que puede desempeñar la misma función que este producto en el mercado.
6	<b>Riesgo país</b>	Los cambios en las condiciones económicas, políticas y sociales del país pueden convertirse en factores de riesgo que deben considerarse a la hora de evaluar la idea.
7	<b>Nivel de calidad demandado</b>	Qué tan exigente y selectivo es el consumidor o usuario, con respecto a la calidad del producto.
8	<b>Poder de negociación de los proveedores</b>	Los proveedores pueden ser oportunistas y obtener los beneficios del mercado limitando los rendimientos propios.
9	<b>Capacidad de adaptación del mercado</b>	Qué tan fácil es que el producto se acredite en el mercado.
10	<b>Ingreso de nuevos competidores</b>	Cuántos proveedores hay con el mismo producto o con un sustituto.
11	<b>Tamaño del mercado</b>	Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio o bien, están en condiciones de adquirirlas.
12	<b>Potencial del crecimiento del mercado</b>	Qué tan creciente es el segmento.
13	<b>Agresividad de la competencia</b>	Supuesto del tiempo que podría demorar una empresa como potencial competidor en copiar el producto o servicio.
14	<b>Canales de distribución</b>	Establece qué tan atractivo es nuestro producto o servicio para los canales de distribución que intervienen en su comercialización.
15	<b>Accesibilidad del mercado</b>	La accesibilidad indica la facilidad con la que algo puede ser usado, visitado o accedido en general por todas las personas.
16	<b>Velocidad de difusión</b>	Rapidez con la que se necesita hacer difusión del producto dentro de un mercado.
17	<b>Número de competidores actuales en el mercado</b>	Que tantos proveedores están supliendo el mercado.

<b>18</b>	<b>Inversión publicitaria y promoción</b>	Necesidad de realizar una inversión en publicidad para el tipo de producto considerado.
<b>19</b>	<b>Necesidades de los consumidores</b>	Evalúa si actualmente el cliente cuenta con productos que satisfagan la necesidad a la cual se orientan los beneficios de la idea.
<b>20</b>	<b>Durabilidad del producto</b>	Esta variable hace referencia al potencial de duración del producto en el mercado.

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 2**  
*Variables de competitividad*

<b>COMPETITIVIDAD</b>		
<b>No.</b>	<b>Criterio de evaluación</b>	<b>Definición de la variable</b>
<b>1</b>	<b>Costo del producto</b>	Optimización de costos fijos y variables para ser competitivos en el mercado.
<b>2</b>	<b>Poder de negociación de los proveedores</b>	Presencia en el mercado de proveedores con poder de negociación.
<b>3</b>	<b>Know How, experiencia y conocimiento en todas las áreas</b>	Conocimiento de los integrantes de la empresa en cuanto al Core del negocio y la forma de llevarlo a cabo.
<b>4</b>	<b>Implementación de promociones</b>	Facilidad de desarrollar ofertas promocionales que contribuya a la comercialización del producto.
<b>5</b>	<b>Estrategia de lanzamiento del producto</b>	Tácticas que se crean antes de salir al mercado.
<b>6</b>	<b>Servicio posventa</b>	La calidad de servicio que se ofrece luego de la compra del servicio o producto.
<b>7</b>	<b>Capacidad para crear y mantener clientes</b>	Creación de clientes nuevos y retención de clientes.
<b>8</b>	<b>Innovación en portafolio</b>	Qué tantas referencias se van incluyendo en el portafolio de productos o servicios.
<b>9</b>	<b>Equipo de ventas especializado</b>	Grupo de ventas calificado.
<b>10</b>	<b>Just on time</b>	Manejar la cadena de abastecimiento para que el producto o servicio llegue pronto al cliente o usuario.

<b>11</b>	<b>Inversión marketing requerido</b>	Porcentaje (%) de inversión sobre las ventas para posicionar y mantener el producto o servicio en el mercado.
<b>12</b>	<b>Adecuación del portafolio de la compañía</b>	El portafolio de la compañía se adecúe a las necesidades del mercado.
<b>13</b>	<b>Appeal del producto</b>	Nivel de atractividad de la idea o producto para cautivar a un cliente potencial.
<b>14</b>	<b>Diferenciación del producto</b>	Qué beneficio y atributo tiene el producto o servicio a diferencia de los demás que se encuentran en el mercado.
<b>15</b>	<b>Precios en el mercado</b>	Comparación del posible precio de venta del producto con algunos sustitutos que existen actualmente en el mercado.
<b>16</b>	<b>Cualidades distintivas</b>	Capacidad de diferenciación con productos actuales del mercado.
<b>17</b>	<b>Fuerza de la competencia</b>	Medición de la capacidad de reacción de empresas posibles competidoras.
<b>18</b>	<b>Compatibilidad cliente-distribuidor</b>	Compartir los mismos objetivos y estrategias con el distribuidor del producto.
<b>19</b>	<b>Adecuación fuerza de ventas</b>	Nivel de posibilidad de entrenamiento de la fuerza comercial.
<b>20</b>	<b>Nivel de calidad</b>	Calidad respecto a tecnología o propuesta de servicio presente en el mercado.

Fuente: Elaboración propia

## 5. Tablas de resultados del proceso de tamizaje de cada producto

El proceso de tamizado permite la reducción de diferentes opciones e ideas, con el fin de determinar cuál es el producto adecuado en cuanto a los valores, los objetivos, los recursos e imagen de la empresa. Inicialmente, se realiza una breve descripción de los productos con sus diferentes características con el fin de hacer una idea general de los mismos.

El proceso de tamizado es posible gracias a la medición y evaluación de diferentes variables referentes a la atractividad y competitividad del producto. Se establece que el producto que obtenga una ponderación mayor será escogido como el más apto para su desarrollo.

A continuación, se relacionan los diferentes resultados en cuanto al proceso de tamizado.

**Tabla 3**  
*Proceso de tamizado – variables de atractividad*

1.	EXPERTIZ DE LA FUERZA DE LA VENTA	EXPERIMENTADO	MUY EXPERIMENTADO	ESPECIALIZADA	MUY ESPECIALIZADA
1	Cama para bebés con parlantes	1			
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag			1	
<b>2.</b>	<b>FACILIDAD DE USO</b>	<b>MUY DIFÍCIL</b>	<b>DIFÍCIL</b>	<b>FÁCIL</b>	<b>MUY FÁCIL</b>
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1
<b>3.</b>	<b>LEGISLACIÓN ACTUAL</b>	<b>MUY COMPLICADO</b>	<b>COMPLICADO</b>	<b>NORMAL</b>	<b>FÁCIL</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo				1
4	Coconnabis		1		
5	Chaleco Airbag				1
<b>4.</b>	<b>SALUBRIDAD</b>	<b>MUY DIFÍCIL</b>	<b>DIFÍCIL</b>	<b>FÁCIL</b>	<b>NO APLICA</b>
1	Cama para bebés con parlantes				1
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo		1		

4	Coconnabis	1			
5	Chaleco Airbag				1
5.	AMENAZA DE APARICIÓN DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	MUY FÁCIL	FÁCIL	DIFÍCIL	MUY DIFÍCIL
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis	1			
5	Chaleco Airbag		1		
6.	RIESGO DEL PAÍS	MUY INSEGURO	INSEGURO	SEGURO	MUY SEGURO
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
7.	NIVEL DE CALIDAD DEMANDADO	POCO EXIGENTE	EXIGENTE	MUY EXIGENTE	DEMASIADO EXIGENTE
1	Cama para bebés con parlantes				1
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis		1		
5	Chaleco Airbag				1
8	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	BAJO INFLUYENTE	POCO INFLUYENTE	INFLUYENTE	MUY INFLUYENTE
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo				1

4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
9	CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DEL MERCADO	BAJO	NORMAL	ALTO	MUY ALTO
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1
10	INGRESO DE NUEVOS COMPETIDORES	MUY ALTO	ALTO	BAJO	MUY BAJO
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo				1
4	Coconnabis		1		
5	Chaleco Airbag			1	
11	TAMAÑO DEL MERCADO	BAJO	NORMAL	GRANDE	MUY GRANDE
1	Cama para bebés con parlantes				1
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag				1
12	POTENCIAL DEL CRECIMIENTO DEL MERCADO	BAJO	POCO POTENCIAL	NORMAL	MUCHO
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo				1
4	Coconnabis				1

5	Chaleco Airbag				1
13	AGRESIVIDAD DE LA COMPETENCIA	MUY ALTA	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1
14	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	BAJO	NORMAL	ALTO	MUY ALTO
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag				1
15	ACCESIBILIDAD DEL MERCADO	POCA	BAJA	NORMAL	ALTA
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag				1
16	VELOCIDAD DE DIFUSIÓN	BAJA	NORMAL	ALTA	MUY ALTA
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1

17	NÚMERO DE COMPETIDORES ACTUALES EN EL MERCADO	MUCHOS	ALGUNOS	POCOS	MUY POCOS O NINGUNO
1	Cama para bebés con parlantes	1			
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1
18	INVERSIÓN PUBLICITARIA Y PROMOCIÓN	BAJO	NORMAL	ALTO	MUY ALTO
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag		1		
19	NECESIDADES DE LOS CONSUMIDORES	BAJA	NORMAL	ALTA	MUY ALTA
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1
20	DURABILIDAD DEL PRODUCTO	MENOS DE 1 AÑO	ENTRE 1 Y 2 AÑOS	ENTRE 2 Y 5 AÑOS	MAS DE 5 AÑOS
1	Cama para bebés con parlantes				1
2	Suspensión neumática para automóvil	1			
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis		1		
5	Chaleco Airbag			1	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 4**  
*Proceso de tamizado – variables de atractividad resultados finales*

IDEA		TOTAL ATRACTIVIDAD
1	Cama de bebés	980
2	Suspensión neumática para automóvil	1000
3	Harina de Grillo	1060
4	Coconnabis	1160
5	Chaleco air bag	1480

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5**  
*Proceso de tamizado – variables de competitividad*

VARIABLES DE COMPETITIVIDAD		CALIFICACIÓN DE LA VARIABLE			
		10	30	50	90
<b>1</b>	<b>COSTO DEL PRODUCTO</b>	<b>MUY ALTOS</b>	<b>ALTOS</b>	<b>BAJOS</b>	<b>MUY BAJOS</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil	1			
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag		1		
<b>2</b>	<b>PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES</b>	<b>MUY ALTOS</b>	<b>ALTOS</b>	<b>NORMAL</b>	<b>BAJO</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil				
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	

3	KNOW HOW, EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO EN TODAS LAS ÁREAS	BAJO	NORMAL	ALTO	MUY ALTO
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
4	IMPLEMENTACIÓN DE PROMOCIONES	BAJO	NORMAL	ALTO	MUY ALTO
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag			1	
5	ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO DEL PRODUCTO	MUY DIFÍCIL	DIFÍCIL	FÁCIL	MUY FÁCIL
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
6	SERVICIO POSVENTA	MUY DIFÍCIL	DIFÍCIL	FÁCIL	MUY FÁCIL
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	

5	Chaleco Air bag			1	
7	CAPACIDAD PARA CREAR Y MANTENER CLIENTES	MUY DIFÍCIL	DIFÍCIL	NORMAL	FÁCIL
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil	1			
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Air bag				1
8	INNOVACIÓN EN PORTAFOLIO	MUY POCAS	POCAS	ALGUNAS	MUCHAS
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Air bag			1	
9	EQUIPO DE VENTAS ESPECIALIZADO	EXPERIMENTADO	MUY EXPERIMENTADO	ESPECIALIZADA	MUY EXPECIALIZADA
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo				1
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
10	JUST ON TIME	EXPERIMENTADO	MUY EXPERIMENTADO	ESPECIALIZADA	MUY EXPECIALIZADA
1	Cama para bebés con parlantes	1			
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo				1
4	Coconnabis			1	

5	Chaleco Airbag			1	
11	<b>INVERSIÓN MARKETING REQUERIDO</b>	<b>MUY ALTO</b>	<b>ALTO</b>	<b>BAJO</b>	<b>MUY BAJO</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil	1			
3	Harina de Grillo		1		
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
12	<b>ADECUACIÓN DEL PORTAFOLIO DE LA COMPAÑÍA</b>	<b>MUY DIFÍCIL</b>	<b>DIFÍCIL</b>	<b>FÁCIL</b>	<b>MUY FÁCIL</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil	1			
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag			1	
13	<b>APPEAL DEL PRODUCTO</b>	<b>MUY BAJO</b>	<b>BAJO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1
14	<b>DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>MUY BAJAS</b>	<b>BAJAS</b>	<b>ALTAS</b>	<b>MUY ALTAS</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo				1

4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag			1	
15	<b>PRECIOS EN EL MERCADO</b>	<b>NADA COMPETITIVO</b>	<b>POCO COMPETITIVO</b>	<b>COMPETITIVO</b>	<b>MUY COMPETITIVO</b>
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil			1	
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Air bag		1		
16	<b>CUALIDADES DISTINTIVAS</b>	<b>MUY BAJAS</b>	<b>BAJAS</b>	<b>ALTAS</b>	<b>MUY ALTAS</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo				1
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag			1	
17	<b>FUERZA DE LA COMPETENCIA</b>	<b>MUY ALTA</b>	<b>ALTA</b>	<b>BAJA</b>	<b>MUY BAJA</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1		
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
18	<b>COMPATIBILIDAD CLIENTE-DISTRIBUIDOR</b>	<b>MUY BAJA</b>	<b>BAJA</b>	<b>ALTA</b>	<b>MUY ALTA</b>
1	Cama para bebés con parlantes		1	1	
2	Suspensión neumática para automóvil	1			
3	Harina de Grillo			1	

4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag			1	
19	<b>ADECUACIÓN FUERZA DE VENTAS</b>	<b>MUY BAJA</b>	<b>BAJA</b>	<b>ALTA</b>	<b>MUY ALTA</b>
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil		1		
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis				1
5	Chaleco Airbag				1
20	<b>NIVEL DE CALIDAD</b>	<b>MUY BAJO</b>	<b>BAJO</b>	<b>ALTO</b>	<b>MUY ALTO</b>
1	Cama para bebés con parlantes			1	
2	Suspensión neumática para automóvil				1
3	Harina de Grillo			1	
4	Coconnabis			1	
5	Chaleco Airbag				1

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 6***Proceso de tamizado – variables de competitividad resultados finales*

IDEA		TOTAL COMPETITIVIDAD
1	Cama de bebés	810
2	Suspensión neumática para automóvil	850
3	Harina de Grillo	1060
4	Coconnabis	1360
5	Chaleco Air Bag	1120

Fuente: Elaboración propia

## 6. Presentación del producto ganador

Luego de realizar la respectiva ponderación y evaluación de las matrices de competitividad y atraktividad que tienen un porcentaje del 60% y 40% respectivamente, el producto el cual tuvo un mayor puntaje fue el Coconnabis, superando por muy poco al chaleco Airbag para motos, que también fue un producto con resultados satisfactorios.

**Tabla 7**

*Ponderación y evaluación de matrices de atraktividad y competitividad*

Total de ponderación sobre % de Atraktividad y Competitividad					
			ATRATIVIDAD	COMPETITIVIDAD	
LISTA DE NUEVAS IDEAS	ATRATIVIDAD	COMPETITIVIDAD	40%	60%	PUNTUACIÓN TOTAL
Cama de bebés	940	790	376	474	850
Suspensión neumática para automóvil	1000	850	400	510	910
Harina de Grillo	1060	1060	424	636	1060
Coconnabis	1160	1360	464	816	1280
Chaleco Air Bag	1500	1120	600	672	1272

Fuente: Elaboración propia

## 7. Concepto del producto ganador

Es una mantequilla de coco a base de cannabis no psicotrópico, ideal para todas las personas en busca de una alimentación saludable. Es ideal para un estilo de vida específico, donde las personas quieren mantener una buena imagen y a su vez evitar diversas enfermedades, a través de un buen cuidado de la salud. Perfecta para preparar cualquier receta de repostería o para untar en las comidas preferidas.

### **7.1. Posicionamiento de marca**

**Para:** Hombres y mujeres en busca

**Valor de:** Alimentación saludable, natural y a su vez funciona como tratamiento alternativo para todo tipo de afecciones

**Con esta necesidad sin cubrir:** En busca de salud, nuevos hábitos alimenticios y diferenciación

**Nombre:** Coconnabis Butter

**Es:** Coconnabis butter es un producto alimenticio especializado

**Que:** Brinda una alimentación saludable y a su vez cuida la imagen del consumidor, aportando beneficios tales como evitar diferentes síntomas producidos por enfermedades específicas

**Por qué:** Innovador, variedad en recetas, calidad, saludable

**Comportamiento que se intenta modificar:** Consumo de alimentos dañinos, tabú frente al cannabis, nuevos hábitos alimenticios

## **8. Presentación de lienzos trabajados para la construcción de la propuesta de valor y modelo de negocio del producto ganador**

### **8.1. Lienzo de mapa de la percepción del cliente**

Este lienzo permite obtener un perfil detallado de todos aquellos clientes potenciales que pueden adquirir el producto, cuáles son sus gustos, tendencias, diferentes necesidades y hábitos alimenticios que le permiten satisfacer las necesidades.

## Ilustración 6

### Lienzo de mapa de percepción del cliente



Fuente: Elaboración propia

## 8.2. Lienzo de propuesta de valor

La propuesta de valor de Coconnabis Butter es “una mantequilla saludable perfecta para preparar cualquier receta y untar en tus comidas preferidas”. Para la elaboración y distribución del producto se debe definir un nicho de clientes, el cual se basa en todas aquellas personas que están en búsqueda de una vida sana y dispuestas a consumir productos en pro de su salud.

Además, los principales canales de distribución serían tiendas naturistas y venta directa por medio de la página web y tiendas de medicina alternativa. En cuanto a la relación con los clientes, es importante darles a conocer las diferentes recetas y productos los cuales pueden cocinar con la mantequilla. Los ingresos serán por medio de intermediarios, página web y tiendas naturistas. Adicionalmente, es necesario contar con la materia prima y recurso humano correspondiente para la elaboración del producto, por medio de diferentes actividades las cuales se basarán en realizar mercadeo, logística de producción y distribución. También, es necesario generar alianzas para la promoción del producto en distintas ferias de comidas saludables. Finalmente, los costos de

producción serán la transformación del aceite de coco y cannabis para crear el producto final, el etiquetado, envases y distribución.

### 8.3. Lienzo canvas

Tabla 8

*Lienzo canvas*

Modelo de Negocio				
Asociados clave	Actividades clave	Propuesta de Valor	Relación con los clientes	Segmentos de clientes
1. Proveedores 2. Tiendas naturistas 3. Almacenes de cadena 4. Tiendas cannábicas	Participación en ferias de alimentos saludables	Mantequilla saludable perfecta para preparar cualquier receta y untar en tus comidas preferidas	1. Bases de datos 2. Compartir diferentes recetas 3. Beneficios y atributos del producto	Personas en búsqueda de una alimentación sana, a partir de los 18 años en adelante
	Recursos Claves		Canales de distribución	
	Materia Prima, Recurso Humano, Distribución Producción		1. Tiendas naturistas 2. Grandes superficies 3. Página web 4. Tiendas de medicina alternativa	
Estructura de Costos		Vías de Ingreso		
1. Registro Invima 2. Envases y etiquetas 3. Publicidad 4. Distribución 5. Registro de marca (Cámara de Comercio) 6. Impuestos		1. Venta directa 2. Reconocimiento en el mercado naturista 3. Intermediarios		

Fuente: Elaboración propia

## 8.4. Cuadro de la planeación estratégica

Tabla 9

### Planeación estratégica

Variable	Definición
Propuesta de Valor	"Mantequilla saludable perfecta para preparar cualquier receta y untar en tus comidas preferidas".
Clientes	Todas aquellas personas que están en búsqueda de una vida sana y dispuestas a consumir productos en pro de su salud
Canales de distribución	Coconnabis Butter será comercializada inicialmente en tiendas naturistas y venta directa por medio de la página web y tiendas de medicina alternativa
Relación	Es importante darle a conocer a los clientes diferentes recetas y productos que pueden ser cocinados con la mantequilla
Ingresos	Venta de Coconnabis Butter por medio de intermediarios, página web y tiendas naturistas
Recursos	Para poder fabricar el producto es necesario contar con la correspondiente materia prima y recurso humano
Actividades	Las diferentes actividades se basarán en realizar mercadeo, logística de producción y distribución
Alianzas	Promoción del producto en distintas ferias de comidas saludables
Costos	La estructura de costos está basada la transformación del aceite de coco y cannabis para crear el producto final, el etiquetado, envases y distribución

Fuente: Elaboración propia

## 9. Metodología de evaluación de productos por medio de las encuestas

### 9.1. Encuesta prueba de concepto

Para determinar el nivel de aceptación que podría tener el producto se realizó una encuesta virtual de 11 preguntas con el propósito de conocer cuál sería el nivel de demanda demográfica, además de exponer el concepto del producto para los clientes. Todo esto junto con la potencial

intención de compra y conocer el precio sugerido por los propios consumidores, de acuerdo con las cualidades que posee el producto. La encuesta fue realizada a 41 personas de diferentes edades, dentro de los cuales, algunos llevan una dieta saludable en su vida cotidiana.

## 9.2. Objetivo general de la realización de la encuesta

Determinar el nivel de aceptación del producto, teniendo en cuenta si el concepto del producto fue claro y explícito para el entendimiento de las personas, además de conocer el nivel de intención de compra y el precio dispuesto a pagar.

## 9.3. Metodología de la encuesta

La encuesta fue realizada a 41 personas, tanto hombres como mujeres de diferentes edades. Esta fue compartida entre el público a través de los formularios para encuesta de Google. De esta manera se seleccionaron conocidos, mayores de 18 años, que estuvieran interesados en participar en la iniciativa.

## 9.4. Ficha técnica de la investigación

**Tabla 10**

*Ficha técnica para investigación de productos*

FICHA TÉCNICA PARA INVESTIGACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS	
HERRAMIENTAS	Encuestas digitales a potenciales clientes de diferentes rangos de edad
TÉCNICA DE MUESTREO	Simple y estratificado
MUESTRA	41 muestras, cada encuesta con 11 preguntas de prueba de concepto
TARGET	Hombres y mujeres desde los 18 años en adelante que buscan alternativas de alimentación saludable
DURACIÓN	Promedio entre 3 a 8 minutos
FECHA DE CAMPO	Encuestas digitales, entre el 12 y el 16 de noviembre de 2018

Fuente: Elaboración propia

## 9.5. Formato de la encuesta con las preguntas

**Título de la encuesta:** COCONNABIS BUTTER

**Introducción de la encuesta:** La presente encuesta busca conocer la aceptación y recepción de las personas respecto a un nuevo producto: el Coconnabis Butter. Este, como su nombre lo indica, es una mantequilla a base de coco y cannabis no psico-trópico. Es una alternativa de alimentación saludable con múltiples beneficios para la salud.

### **Pregunta 1**

Género:

- Masculino
- Femenino
- Otro

### **Pregunta 2**

Edad:

- 18 – 25 años
- 26 - 30 años
- 31 – 35 años
- Más de 36 años

### **Pregunta 3**

Número de personas con las que vive:

- Vive solo
- 1 – 2 personas
- 3– 4 personas
- Más de 4 personas

### **Pregunta 4**

Estrato socioeconómico

- 1 -2
- 3
- 4
- 5
- 6

### **Pregunta 5**

¿Considera usted que mantiene una alimentación balanceada y un estilo de vida saludable?

- Si
- No

### **Pregunta 6**

¿Sabe usted que el coco cuenta con numerosos beneficios medicinales?

- Si
- No

### **Pregunta 7**

¿Sabe usted que el cannabis no psicoactivo cuenta con beneficios medicinales naturales?

- Si
- No

### **Pregunta 8**

El cannabis no psicoactivo, junto con el coco, cuentan con propiedades benéficas y que ayudan a combatir diversas enfermedades. También sirven como anti-inflamatorio, protector y reparador

del tejido nervioso, relajante muscular, inductor del sueño, diurético, entre otros. Sabiendo esto, ¿estaría usted interesado en adquirir un producto de mantequilla de coco a base de cannabis no psicotrópico?

- Si
- No

### **Pregunta 9**

En caso de que su respuesta anterior haya sido si, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto? Considerando que sus dos ingredientes principales son de calidad y requieren de un tratamiento especial.

- Entre \$5.000 y \$10.000 pesos
- Entre \$10.000 y \$15.000 pesos
- Entre \$15.000 y \$20.000 pesos
- Entre \$20.000 y \$30.000 pesos

### **Pregunta 10**

Teniendo en cuenta que el producto es una opción alternativa y más saludable que la mantequilla convencional, ¿qué tan seguido la usaría en su hogar?

- 1 vez a la semana
- De 2 a 4 veces por semana
- De 6 a 10 veces por semana
- Más de 10 veces por semana

### **Pregunta 11**

¿En qué lugar le gustaría adquirir el Coconnabis Butter?

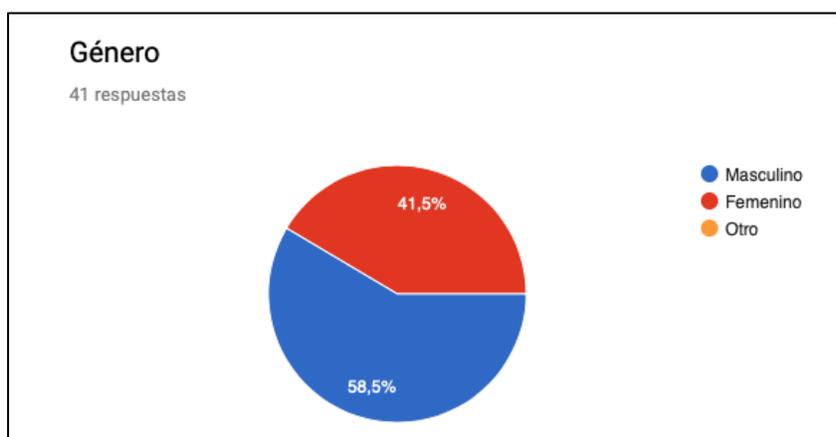
- Tiendas naturistas
- Almacenes de cadena
- Tiendas de barrio
- Por encargo
- Página web

## 10. Análisis univariado de las encuestas

1. Género: en esta gráfica se evidencia que, dentro de los encuestados, el mayor porcentaje, siendo de 58.5% pertenece a hombres y el restante 41.5% pertenece a mujeres.

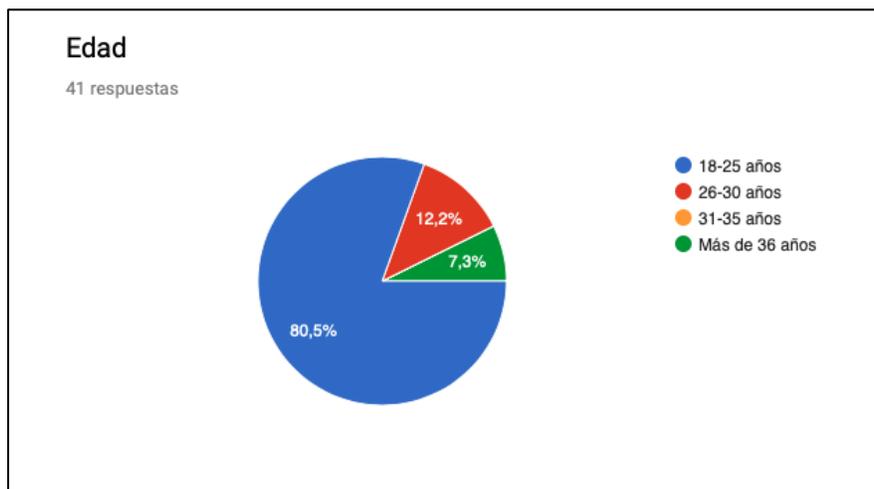
### Gráfico 1

#### *Género de los encuestados*



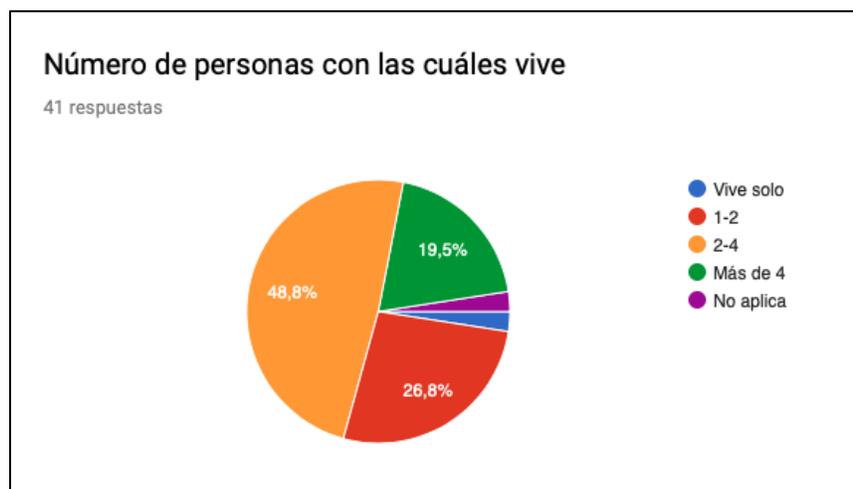
Fuente: Elaboración propia

2. Edad: con relación a esta gráfica se evidencia que el porcentaje con mayor representación pertenece a jóvenes entre 18 a 25 años, con un representativo 80.5%. El segundo nicho pertenece a personas entre los 26 a los 30 años, con el 12.2% y finalmente el menor porcentaje, equivalente a 7.3% pertenece a personas mayores de 36 años.

**Gráfico 2***Edad de los encuestados*

Fuente: Elaboración propia

3. Número de personas con las cuales vive: en esta gráfica se puede evidenciar que la mayoría de la muestra, con un porcentaje del 48,8, vive con 2 o 4 personas. En segundo lugar, se evidencia que el 26,8% de los encuestados viven con 1 o 2 personas y la menor representación con un porcentaje de 19,5%, viven con más de 4 personas.

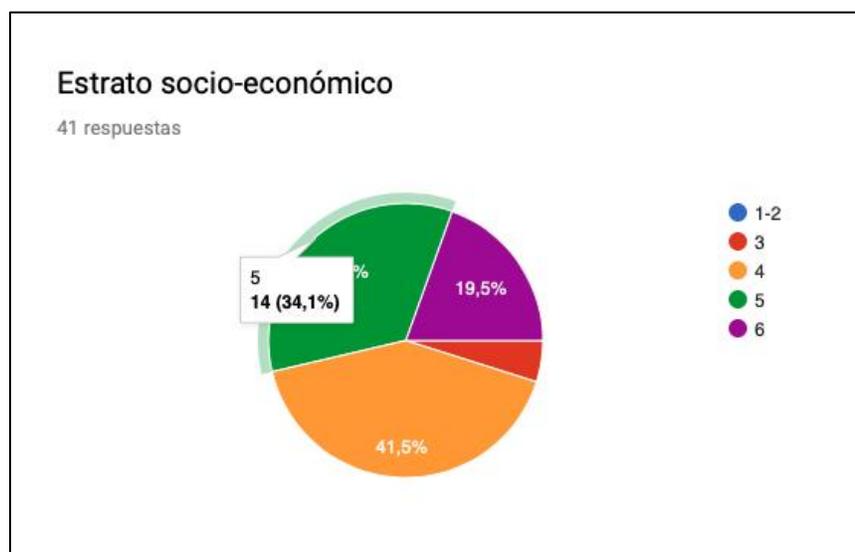
**Gráfico 3***Número de personas con las que vive el encuestado*

Fuente: Elaboración propia

4. Estrato socioeconómico: con relación a esta gráfica se evidencia que el 41.5% reside en una zona de estrato 4, el 34.1% de personas encuestadas viven en estrato 5 y finalmente con un porcentaje mucho más bajo, de 19.5, se encuentran los individuos de estrato 6.

#### Gráfico 4

##### *Estrato socioeconómico de los encuestados*



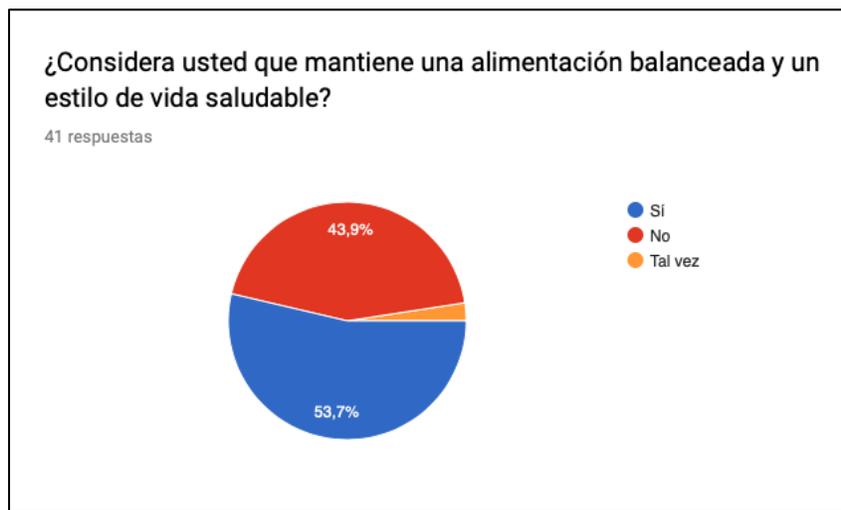
Fuente: Elaboración propia

5. ¿Considera usted que mantiene una alimentación balanceada y un estilo de vida saludable?

En esta grafica se evidencia un margen bastante parejo donde el 53.7% considera que mantiene un estilo de vida saludable y el 43.9% considera todo lo contrario.

**Gráfico 5**

*Resultado de las respuestas de los encuestados*



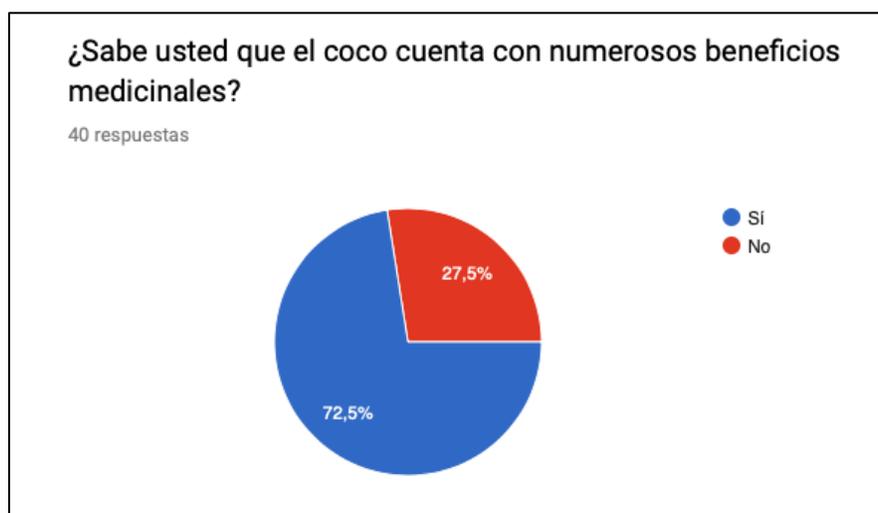
Fuente: Elaboración propia

6. ¿Sabe usted que el coco cuenta con numerosos beneficios medicinales?

Con relación a esta gráfica se puede observar que el 72,5%, la gran mayoría, tiene conocimiento de los beneficios medicinales del coco.

**Gráfico 6**

*Resultado de las respuestas de los encuestados*



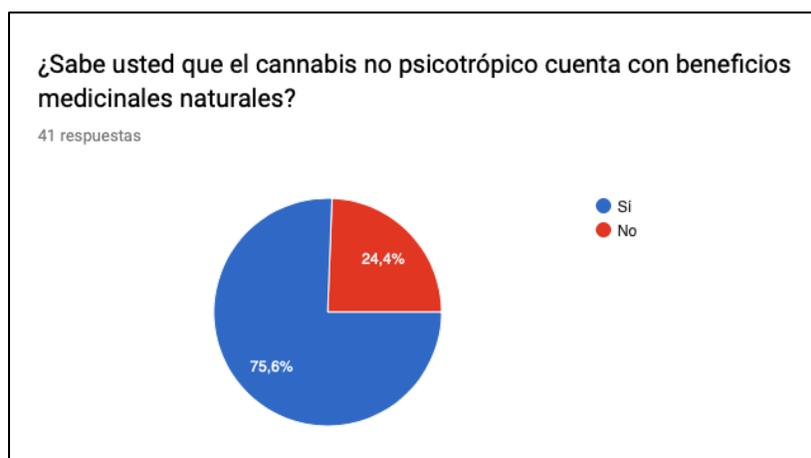
Fuente: Elaboración propia

7. ¿Sabe usted que el cannabis no psicoactivo cuenta con beneficios medicinales naturales?

Los resultados obtenidos en este gráfico permiten conocer que el 75.6% de la muestra si tenía conocimientos previos de los beneficios medicinales del cannabis, mientras que una menor porción, el 24.4% no conocía al respecto.

### Gráfico 7

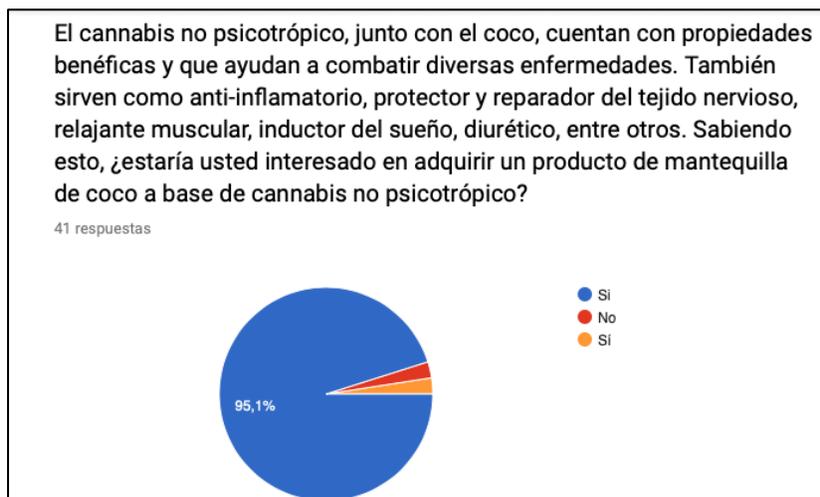
*Resultado de las respuestas de los encuestados*



Fuente: Elaboración propia

8. ¿Estaría usted interesado en adquirir un producto de mantequilla de coco a base de cannabis no psicoactivo?

Con relación a esta gráfica se obtuvo un resultado bastante alentador para continuar con la iniciativa del producto, ya que el 95,1% de la muestra estaría dispuesto a adquirir el mismo.

**Gráfico 8****Resultado de las respuestas de los encuestados**

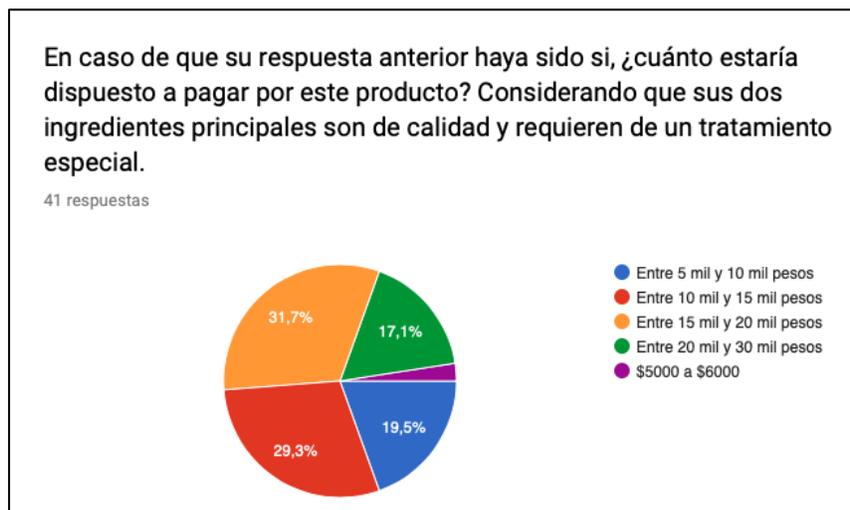
Fuente: Elaboración propia

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?**

Es evidente que el 31.7% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar entre \$15.000 y \$20.000 pesos. El 29.3% estarían dispuestos a pagar entre \$10.000 y \$15.000 pesos, el 19.5% pagaría entre \$5000 y \$10.000 pesos y una pequeña porción del 17.1% pagaría entre \$20.000 y \$30.000 pesos.

### Gráfico 9

#### Resultado de las respuestas de los encuestados



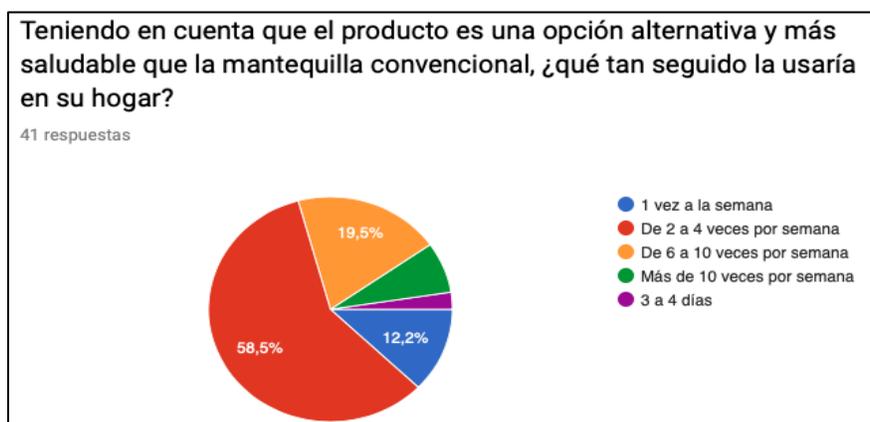
Fuente: Elaboración propia

#### 10. ¿Qué tan seguido la usaría en su hogar?

Se evidencia que habría un índice de consumo alto en los hogares, puesto que el 58.5% la consumiría de 2 a 4 veces por semana. Por otro lado, el 19.5% de personas encuestadas haría un consumo de 6 a 10 veces por semana y finalmente un 12.2% de los individuos la consumiría una vez a la semana.

### Gráfico 10

#### Resultado de las respuestas de los encuestados



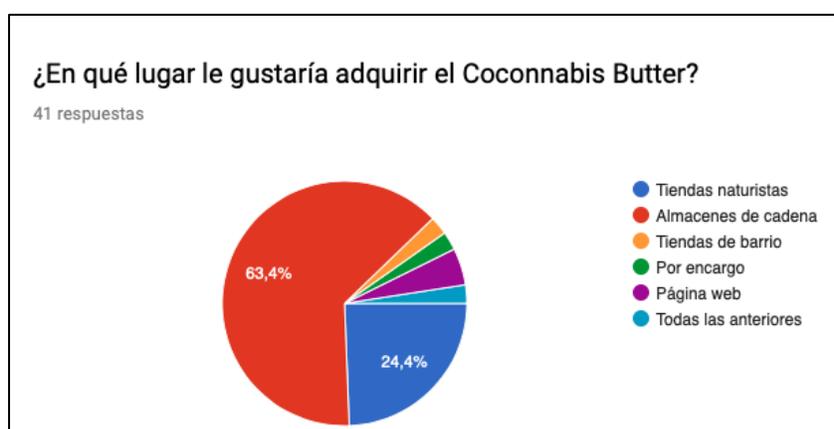
Fuente: Elaboración propia

## 11. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el de Coconnabis Butter?

El 63.4% considera pertinente conseguir el producto en almacenes de cadena y el 24,4% en tiendas naturistas. Estos dos resultan los lugares mayoritariamente preferidos por el público para vender el producto.

### Gráfico 11

*Resultado de las respuestas de los encuestados*



Fuente: Elaboración propia

## 11. Resultado de prueba de producto

### 11.1. Objetivo general de la realización de la prueba de producto

Conocer con precisión y certeza la aceptación y satisfacción del público respecto al nuevo producto de Coconnabis Butter.

### 11.2. Metodología de evaluación de concepto

La prueba de concepto consiste en la reunión de un grupo conformado por 7 personas, con el fin de que estos mismos contesten algunas preguntas y así, generar una discusión en torno al producto en prueba. Esta prueba de concepto tuvo lugar en la Sede Claustro de la Universidad del

Rosario. La prueba tuvo una muy buena acogida por parte de las personas que fueron escogidas para la prueba de producto.

### **11.3. Formato de la encuesta con preguntas**

#### **Pregunta 1**

¿Es para usted clara la descripción del producto, aportada a continuación?: “Coconnabis Butter es una mantequilla a base aceite de coco y extracto de cannabis, no psico-trópico, la cual funciona como una alternativa saludable para complementar la alimentación diaria, que además contiene todas las propiedades medicinales y curativas de sus dos productos principales”.

- Si
- No

#### **Pregunta 2**

Cuando realiza la compra de un producto con similares características a este, ¿qué es lo que tiene más peso al momento de su escogencia?

- Funcionalidad
- Marca
- Precio
- Propiedades
- Todas las anteriores

#### **Pregunta 3**

¿Usted compra y hace uso de productos saludables con propiedades alimenticias y/o medicinales?

- Si
- No

- A veces

**Pregunta 4**

Si la respuesta anterior fue “sí” o “a veces”, ¿en qué establecimientos suele adquirir estos productos? (Opción de respuesta abierta corta).

**Pregunta 5**

¿Cómo percibe este producto para complementar su dieta diaria y cuidar su salud?

- Muy atractivo
- Atractivo
- Poco atractivo
- Nada atractivo

**Pregunta 6**

¿Conoce un producto en el mercado actual que cumpla con las mismas funciones y tengas las similares propiedades?

- Si
- No
- Tal vez

**Pregunta 7**

¿Percibe que este producto le ofrece beneficios a su salud, alivia malestares generales y es maleable para la preparación de diversas recetas?

- Si
- No
- Tal vez

**Pregunta 8**

¿Compraría este producto?

- Si
- No
- Tal vez

**Pregunta 9**

Si su respuesta anterior fue “sí”, ¿con qué frecuencia haría uso de este producto de manera semanal?

- 1 a 2 veces
- 3 a 4 veces
- 5 o más veces

**Pregunta 10**

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

- \$10.000 pesos o menos
- Entre \$11.000 y \$20.000 pesos
- Entre \$21.000 y \$30.000 pesos
- Más de \$30.000 pesos

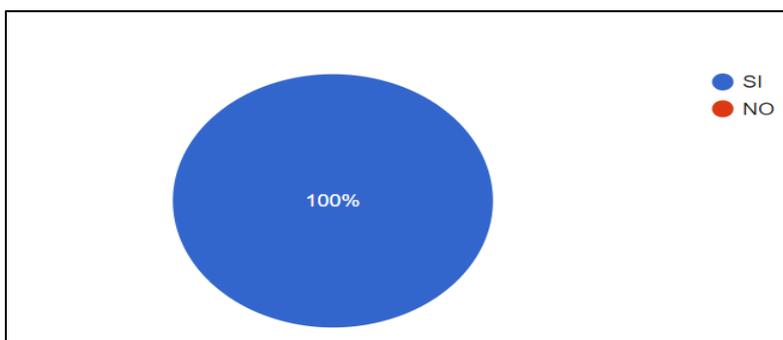
**11.4. Análisis univariado de la encuesta**

1. ¿Es para usted clara la descripción del producto, aportada a continuación?: “Coconnabis Butter es una mantequilla a base aceite de coco y extracto de cannabis, no psico-trópico, la cual funciona como una alternativa saludable para complementar la alimentación diaria, que además contiene todas las propiedades medicinales y curativas de sus dos productos principales”.

Como se puede observar en la siguiente gráfica, al momento de presentar el concepto, el producto fue aceptado y se notó que el público objetivo comprende el producto y su idea.

### Gráfico 12

*Resultado de las respuestas de los encuestados*



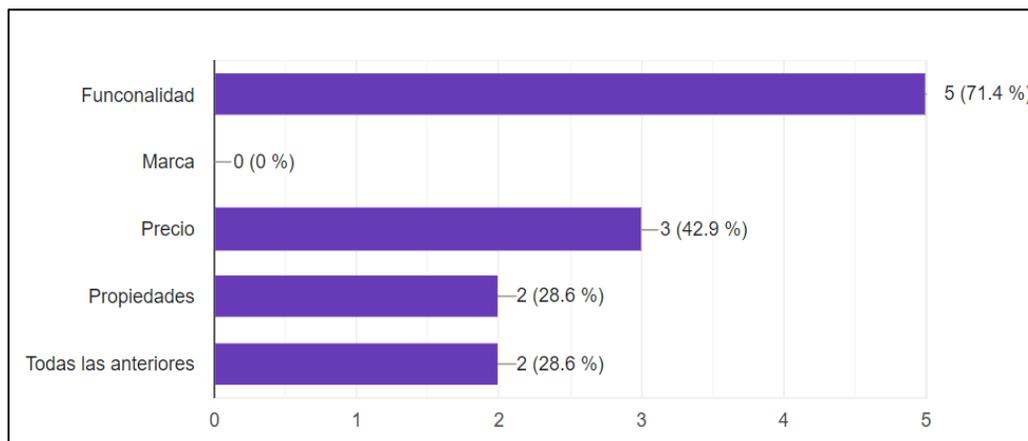
Fuente: Elaboración propia

2. Cuando realiza la compra de un producto con similares características a este, ¿qué es lo que tiene más peso al momento de su escogencia?

De acuerdo con esta gráfica se concluye que el 71,4% de la muestra que se tomó para esta prueba de producto, adquieren sus servicios y productos por funcionalidad. Por otro lado, el 42,9% lo hace por precio, el 28,6% por las propiedades de los productos y un restante 28,6% de las personas encuestadas tiene en cuenta todas las opciones mencionadas anteriormente para la adquisición de algún producto.

**Gráfico 13**

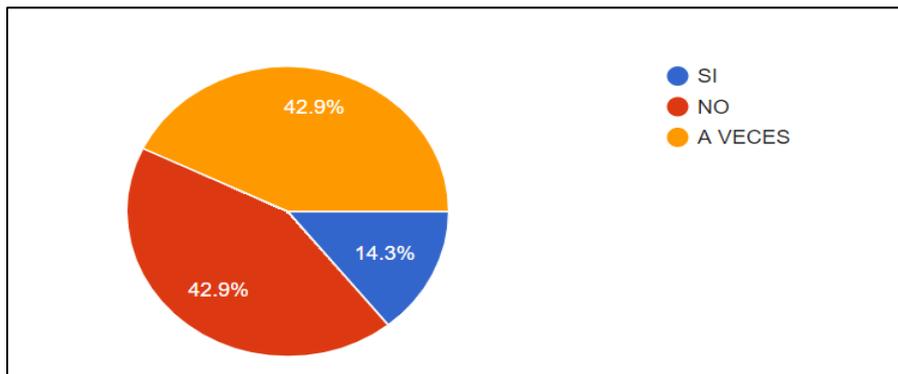
*Factores de favorabilidad por parte de los encuestados respecto a la escogencia de un producto*



Fuente: Elaboración propia

3. ¿Usted compra y hace uso de productos saludables con propiedades alimenticias y/o medicinales?

De acuerdo con esta gráfica se puede concluir que el 42,9% de las personas que participaron de la encuesta compran productos alimenticios de forma aleatoria sin pensar que tan beneficiosos pueden ser esos productos para su consumo. Otro 42,9% no le presta atención en lo absoluto y el 14,3 restante del porcentaje de la muestra si muestra interés en comprar productos que traigan beneficios para su salud.

**Gráfico 14***Resultado de las respuestas de los encuestados*

Fuente: Elaboración propia

4. Si la respuesta anterior fue “sí” o “a veces”, ¿en qué establecimientos suele adquirir estos productos?

De acuerdo con esta pregunta se pudo llegar a la conclusión de que los consumidores tienen como preferencia tiendas naturistas como establecimientos para conseguir estos productos categorizados como saludables.

**Gráfico 15***Lugar de preferencia para adquirir Coconnabis Butter según las respuestas de los encuestados*

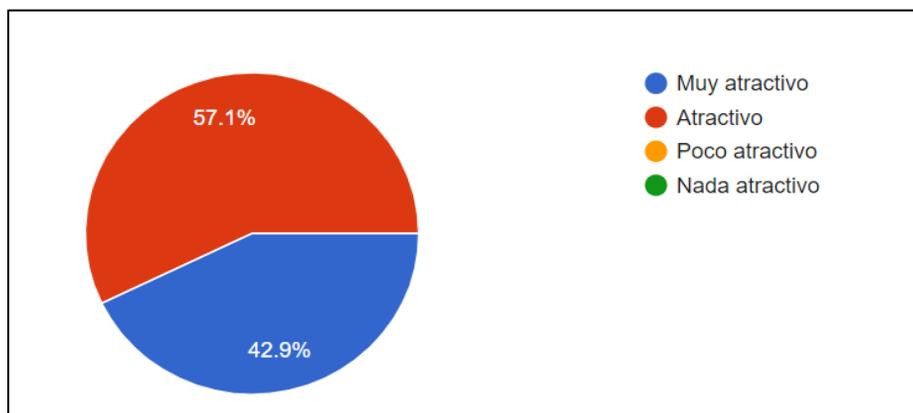
Fuente: Elaboración propia

5. ¿Cómo percibe este producto para complementar su dieta diaria y cuidar su salud?

En base a los porcentajes obtenidos, se encuentra que el producto tendría una buena acogida en el mercado a través de los consumidores. Esta suposición se hace ya que entre el 42,9% y 57,1% de los encuestados considera el producto entre atractivo y muy atractivo.

**Gráfico 16**

*Percepción de los encuestados respecto al producto para una dieta diaria y cuidado de la salud*



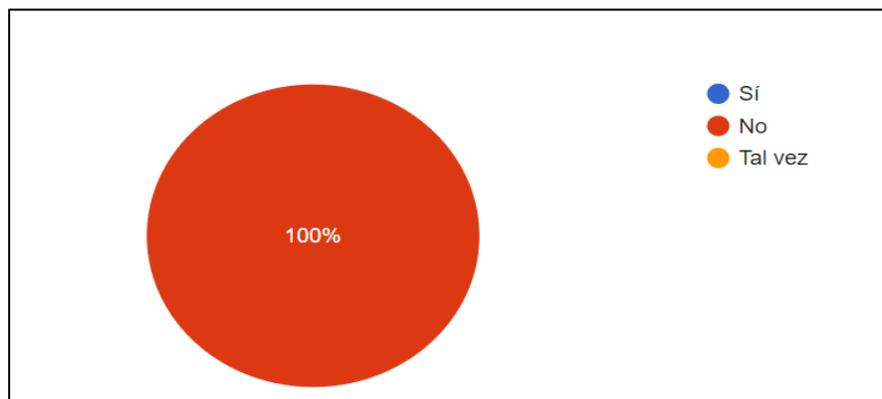
Fuente: Elaboración propia

6. ¿Conoce un producto en el mercado actual que cumpla con las mismas funciones y tengas las similares propiedades?

Esta pregunta permite identificar fácilmente que no hay algún producto en el mercado que pueda ser un competidor directo, pues el 100% de la muestra no conoce un producto el cual tenga las mismas funciones y propiedades que el producto desarrollado.

**Gráfico 17**

*Resultado de las respuestas de los encuestados*



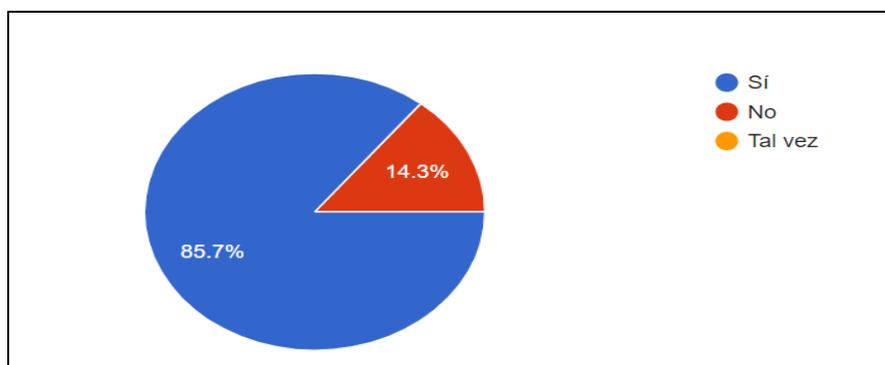
Fuente: Elaboración propia

7. ¿Percibe que este producto le ofrece beneficios a su salud, alivia malestares generales y es maleable para la preparación de diversas recetas?

En esta gráfica se evidencia que el 85,7% de la muestra cree en las propiedades de los componentes que trae Coconnabis Butter, mientras que el 14,3% presenta escepticismo al respecto.

**Gráfico 18**

*Percepción de los encuestados respecto a los beneficios a la salud de Coconnabis Butter*



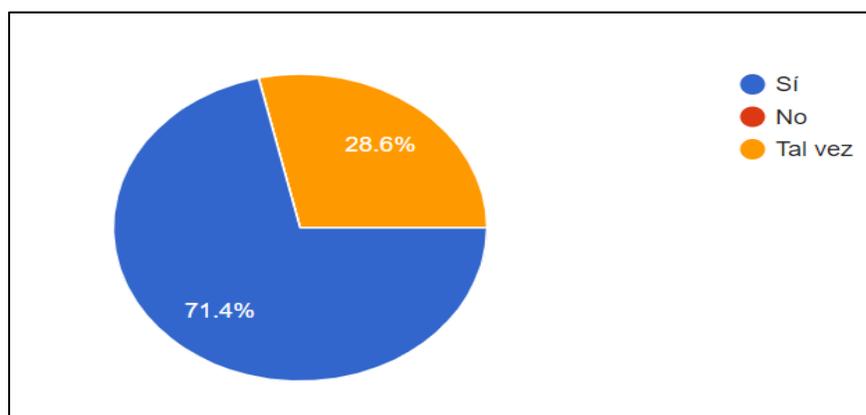
Fuente: Elaboración propia

8. ¿Compraría este producto?

Como resultado de esta pregunta se puede observar que el 71,4%, una parte significativa de la muestra, aceptaría comprar este producto mientras que el 28,6% prefirió seleccionar la opción de tal vez.

### Gráfico 19

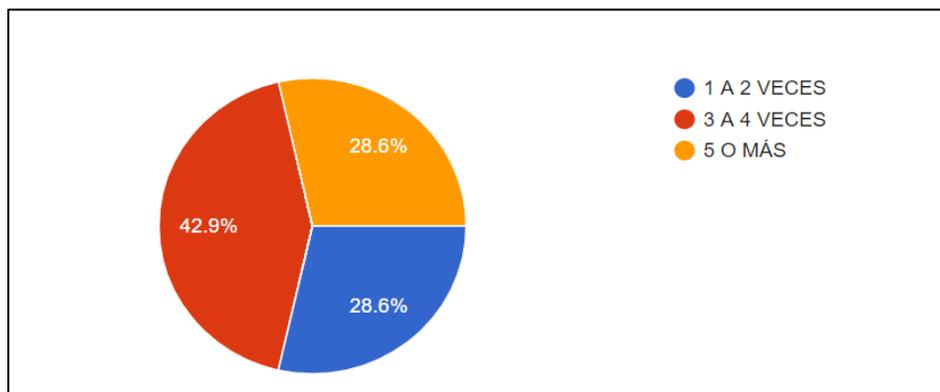
#### *Respuesta de los encuestados a la posible compra del producto*



Fuente: Elaboración propia

9. Si su respuesta anterior fue “sí”, ¿con qué frecuencia haría uso de este producto de manera semanal?

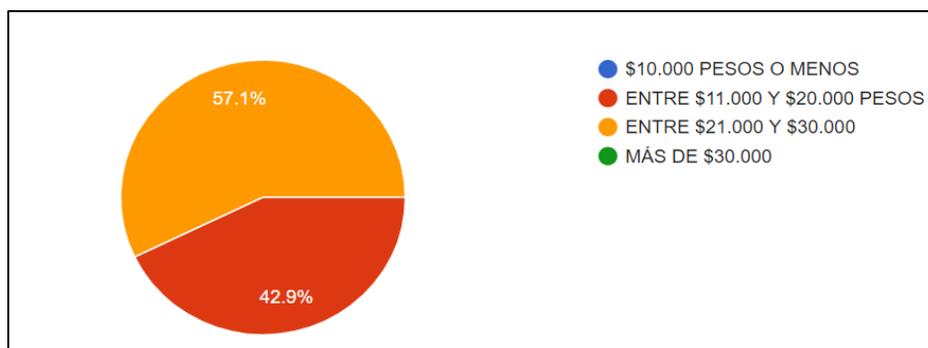
Al observar la siguiente gráfica, desde la perspectiva de emprendimiento y negocio, se puede decir que habría un gran flujo de inventario del producto, pues este sería de consumo permanente y haría parte de los hábitos alimenticios de las personas.

**Gráfico 20***Resultado de las respuestas de los encuestados*

Fuente: Elaboración propia

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?**

Teniendo en cuenta las propiedades y beneficios que ofrece el producto, la muestra entrevistada reconoce un valor monetario para Coconnabis Butter que oscila entre \$11.000 pesos y \$20.000 pesos colombianos, llegando hasta \$30.000 pesos para algunos otros.

**Gráfico 21***Resultado de las respuestas de los encuestados*

Fuente: Elaboración propia

**11.5. Conclusión del resultado de la encuesta**

Según los resultados arrojados por la prueba de producto, se puede concluir que el producto en sí es bastante viable y atractivo para los futuros consumidores. Esto se establece ya que puede

llegar a generar un buen impacto en el mercado y tendría una buena acogida por parte de los posibles consumidores. Por otro lado, los beneficios que brinda el producto son ampliamente reconocidos y aceptados por las personas, lo que hace factible su total producción y posterior comercialización en cualquier mercado o puntos de venta en el cual se ponga a disposición.

## 12. Presentación del P&G y de inversión inicial

Para entender la inversión inicial a realizar para el desarrollo del producto Coconnabis Butter se tuvieron en cuenta cinco variables. En primera instancia la acreditación y obtención del sello INVIMA, a razón de ser un alimento de consumo humano por un valor de 1,562,484 con el cual se tendrá la certificación de ser un producto de calidad. Con el fin de tener un espacio que sea óptimo para almacenar los productos y tomar las órdenes, se destinó una inversión inicial de 3,862,484 con la cual se dará inicio a la producción de las primeras unidades del producto y se tendrá la capacidad de tomar las ordenes que surjan.

**Tabla 11**

*Propuesta de inversión inicial*

INVERSIÓN INICIAL	
REFERENCIA DEL INSUMO	COSTO EN PESOS
Sello INVIMA	\$ 1,562,484
Nevera Refrigeración	\$ 500,000
Utencios Preparación	\$ 500,000
Computador (Contabilidad)	\$ 500,000
Impresora	\$ 800,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,862,484</b>

Fuente: Elaboración propia

Además de la inversión inicial en este análisis se tomó en cuenta el costo total de producción de una unidad, esto con el fin de establecer cuántas unidades se deben vender mensualmente para

posteriormente poder calcular el tiempo de retorno de la inversión. Este costo total de producción por unidad se ve reflejado en la siguiente tabla.

**Tabla 12**

*Costos del producto*

<b>COSTO DE PRODUCTO</b>	
<b>Referencia</b>	<b>Costo</b>
Mantequilla Coco	\$ 6,000
Extracto Cannabis	\$ 2,000
Frasco	\$ 1,700
Etiqueta	\$ 333
Seño Seguridad	\$ 200
Transporte	\$ 200
<b>Total Costo del producto</b>	<b>\$10,433</b>

Fuente: Elaboración propia

Al tener el costo de producción de cada unidad de producto se decidió colocarle un precio comercial de 20,000 pesos colombianos, precio que equivale a una utilidad bruta del 48% por cada unidad vendida. Con el precio definido previamente se llevaron a cabo los cálculos necesarios para planear recuperar la inversión en un plazo de 12 meses en principio. Con este objetivo, se establece que, mensualmente, la empresa tendría que vender un mínimo de 700 unidades en total para poder cubrir costos fijos y genera un retorno de la inversión mes a mes. Como resultado final del análisis del P&G del producto Coconnabis Butter se obtuvo lo siguiente:

Tabla 13

## P&amp;G del producto

P&G de Producto		
	Valores	% De Participación
<b>Ingresos</b>	<b>\$ 14,000,000</b>	
por ventas	\$ 14,000,000	
descuentos comerciales		
<b>costos</b>	<b>\$ 9,703,333</b>	69%
producto en sitio(Invenrsión Inventario)	\$ 7,303,333	<b>52%</b>
Transporte de Producto		<b>0%</b>
personal	\$ 2,400,000	<b>17%</b>
<b>gastos</b>	<b>\$ 3,020,000</b>	22%
publicidad Off Line	\$ 560,000	4%
Publicidad en Digital	\$ 700,000	5%
eventos		
Comisión de Venta	\$ 560,000	4%
Arriendo	500,000	0
Imprevisto (5%)	\$ 700,000	5%
<b>nopbt ( Antes de impuestos)</b>	<b>1,276,667</b>	<b>9%</b>
impuestos	459,600	
<b>nopat ( Después de impuestos)</b>	<b>817,067</b>	<b>6%</b>
<b>capital invertido</b>	<b>\$ 21,303,333</b>	
cartera	\$ 14,000,000	
inventarios	\$ 7,303,333	
<b>wacc</b>	1.3%	
cargo por capital	\$ 266,292	
<b>eva</b>	<b>\$ 550,775</b>	<b>3%</b>
<b>EVAICI</b>		<b>3%</b>
<b>ROIC</b>		<b>4%</b>
<b>wacc</b>		<b>1%</b>

Fuente: Elaboración propia

Con los resultados obtenidos del análisis de P&G se puede concluir que el proyecto tiene una muy buena viabilidad que parte de costos bajos y una buena margen de utilidad sobre el precio del producto. Este podrá posicionarse en el mercado de muy buena manera y tendría una alta escalabilidad.

### 13. Empaque y presentación del producto

El nombre Coconnabis se creó mediante un juego de palabras con sus dos ingredientes principales: el coco y el cannabis. Su empaque es de vidrio y con una tapa que al cerrar hace que el producto se conserve perfectamente, manteniéndolo a buena temperatura y evitando que ingrese cualquier sustancia dañina que pueda afectar el producto.

#### Ilustración 7

Presentación del producto en su empaque



Fuente: Fotografía propia

## 14. Pieza de comunicación BTL

### Ilustración 8

#### Presentación del producto con slogan

¡Úntale a tus comidas preferidas  
salud y bienestar!



Fuente: Elaboración propia

## 15. Conclusiones generales

Inicialmente se debe reconocer la importancia de los aprendizajes brindados por el PAFE, Programa Avanzado de Formación Empresarial, en el proceso de creación y desarrollo de un producto que pueda ser presentado ante la sociedad colombiana y triunfe en el mercado, no solo local pero también a nivel internacional. El proceso de desarrollo del producto presentado, Coconnabis Butter, no hubiera sido posible sin la aplicación de métodos del PAFE, tales como el seguimiento de pasos vitales de tamizaje, construcción del concepto y del modelo de negocio.

Cabe resaltar que el producto fue seleccionado como el servicio con mayor atractivo y rentabilidad, esto dentro de 5 productos iniciales que fueron presentados. Teniendo en cuenta lo anterior, se puede plantear la importancia de los estudios de atractividad y competitividad para un buen manejo de los negocios y una manera más de conocer el mercado y entender sus posibles actuaciones respecto a productos nuevos e innovadores. Si no se hubiera llevado a cabo el proceso de rigurosa selección del producto ganador, entre los 5 preseleccionados, quizás no se estaría respondiendo a las demandas de los consumidores. Actuar de acuerdo con lo que busca el mercado, pero más aún, necesita, es vital para cualquier persona que incurse en el campo empresarial y de negocios.

A lo largo del proceso de desarrollo del PAFE se evidenció las dificultades que puede traer consigo la invención de un producto y todo lo necesario para poder llevarlo al mercado nacional. A pesar de contar con múltiples herramientas para facilitar este proceso, se hizo claro que en el mercado es muy competitivo y resulta difícil acertar con un producto que pueda generar buenos márgenes de rentabilidad. La presentación del proceso, Coconnabis Butter, logró ser exitosa, no sin antes haber trabajado fuertemente en reducir costos y escuchar a los consumidores respecto a lo que les gustaría e interesaría tener en un producto de este estilo.

## 16. Referencias bibliográficas

Anderson, J., Narus, J., Van Rossum, W. (2006). Customer value proposition in business markets. *Harvard Business Review*, 84(3), 90-99.

Arroniz, I., Sawhney, M., Wolcott, R. (2007). The 12 different ways for companies to innovate. *MIT Sloan Management Review*, 47(3), 1-18.

Pigneur, Y., Osterwalder, A. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones.

Porter, M. (1997). ¿Qué es estrategia? *Revista INCAE*, 10(1), 35-52.