

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 1

Nombre:

Entrevista Lina Mendoza – Cliente Potencial

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis

Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar. Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis



Cliente y Problema



Solución



Canales y relación



Modelo de Ingresos



Actividades y Recursos



Aliados



Costos

Diseño del Experimento

Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.

Determine los criterios y métricas de éxito: El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados

Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones

Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP01	Los clientes potenciales de las frutas liofilizadas buscan productos bajos en azúcares y carbohidratos, siendo esta una opción saludable
	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$5.000 a \$7.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP05	Debe existir una relación de precio/cantidad/calidad que sea atractivo para los clientes,
	HP06	Los puntos de distribución del producto será en las grandes superficies y las tiendas retail

Metodología:

Se aplicarán entrevistas vía telefónica a los diferentes actores y se validarán los supuestos planteados para el modelo de negocio.

Métricas:

Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipótesis, dio resultado positivo. El cliente potencial suele comer bajo en grasa y en azúcar, este producto sería una buena opción como snack cuando el cuerpo le pida algo “dulce”. Lo incluiría cada quince días en la compra de mercado, y desearía encontrar la piña y los arándanos como opción. Está dispuesto a pagar no más a \$5.000 COP. Considera que lo práctico de desplazar y de consumir el producto fuera de casa es la mayor ventaja. Se fidelizaría siempre y cuando sea un producto que satisfaga su antojo y la sacie. Y esperaría encontrar el producto en almacenes de cadena y en tiendas de barrio.

Para la hipótesis 06, se debe estudiar la factibilidad de distribución en tiendas de barrio.

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 2

Nombre:

Entrevista Heiner Marrugo – Cliente Potencial

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis
Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar.
Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis

- Cliente y Problema
- Solución
- Canales y relación
- Modelo de Ingresos
- Actividades y Recursos
- Aliados
- Costos

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP01	Los clientes potenciales de las frutas liofilizadas buscan productos bajos en azúcares y carbohidratos, siendo esta una opción saludable
	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$5.000 a \$7.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP05	Debe existir una relación de precio/cantidad/calidad que sea atractivo para los clientes,
	HP06	Los puntos de distribución del producto será en las grandes superficies y las tiendas retail

Metodología:

Se aplicarán entrevistas vía telefónica a los diferentes actores y se validarán los supuestos planteados para el modelo de negocio.

Métricas:

Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipótesis, dio resultado positivo. El cliente potencial ve este producto como un producto natural y el manejo de la piña como una de las opciones es de su interés por ser rica en vitaminas y sirve para desinflamar. El cliente lo consumiría una vez al día en la media mañana o media tarde, por lo que lo incluiría en sus compras de mercado cada quincena y espera encontrar sabores como mango y fresa. Está dispuesto a pagar \$4.500 por 500g. En la fruta convencional ve como negativo la conservación de la fruta y las bacterias por lo que esto sería positivo para la fruta liofilizada. Finalmente espera encontrar el producto en supermercados y tiendas de cadena.

Para la hipótesis 06, se debe estudiar la factibilidad de distribución en tiendas de barrio.

Para la hipótesis 03, se debe estudiar la factibilidad de presentar una mayor cantidad a un buen precio, comparado con la competencia

Diseño del Experimento

Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.

Determine los criterios y métricas de éxito: El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados

Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones

Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 3

Nombre:

Entrevista Kevin Sirtori – Cliente Potencial

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis

Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar. Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis



Cliente y Problema



Solución



Canales y relación



Modelo de Ingresos



Actividades y Recursos



Aliados



Costos

Diseño del Experimento

Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.

Determine los criterios y métricas de éxito: El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados

Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones

Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP01	Los clientes potenciales de las frutas liofilizadas buscan productos bajos en azúcares y carbohidratos, siendo esta una opción saludable
	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$5.000 a \$7.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP05	Debe existir una relación de precio/cantidad/calidad que sea atractivo para los clientes,
	HP06	Los puntos de distribución del producto será en las grandes superficies y las tiendas retail

Metodología:

Se aplicarán entrevistas vía telefónica a los diferentes actores y se validarán los supuestos planteados para el modelo de negocio.

Métricas:

Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipótesis, dio resultado positivo. Las razones por las que consumiría el producto es por ser un snack natural, El cliente lo consumiría 4 veces a la semana, por lo que lo compraría en las compras del mercado. El precio que estaría dispuesto a pagar dependería de la cantidad y oscilaría entre los \$4.000 y \$5.000 COP. Las ventajas que ve en este producto es que el producto no se pudre en el mismo tiempo que la fruta convencional y no se le aplastaría en el morral. Se fidelizaría con el producto en cuanto que la cantidad sea atractiva, que tenga buen sabor, que la preservación sea buena y tenga un buen precio. Finalmente esperaría encontrar el producto en máquinas dispensadoras.

Para la hipótesis 06, se debe estudiar la factibilidad de distribución en tiendas de barrio.

Para la hipótesis 03, se debe estudiar la factibilidad de presentar una mayor cantidad a un buen precio, comparado con la competencia

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 4

Nombre:

Entrevista Ricardo Matiz – Empresario

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis
Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar.
Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis

- Cliente y Problema
- Solución
- Canales y relación
- Modelo de Ingresos
- Actividades y Recursos
- Aliados
- Costos

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$3.000 a \$5.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP07	Los potenciales clientes son las personas ocupadas que quieren cuidarse pero no pueden adquirir rápido y fácil la fruta, también clientes especiales como cadenas de suministro, y tiendas especializadas para hacer alianzas de distribución.
	HP08	El margen de ganancia mínimo esperado en un negocio de esta categoría seria de un 50%.
	HP09	Posible barreras de entrada inicialmente el precio del producto y que este sea un poco exclusivo a ciertos sectores

Metodología:

Se realiza la entrevista de forma presencial al empresario para conocer su punto de vista sobre el negocio planteado y las ventajas o desventajas del mismo según su criterio empresarial.

Métricas:

Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipotesis, dio resultado positivo. La razones por las que consumiría el producto es por ser un snack natural, El cliente lo consumiría diariamente, y preferiría adquirirlo fácilmente en una tienda de barrio. El precio que estaría dispuesto a pagar dependería de la cantidad pero oscilaría entre los \$3.000 y \$5.000 COP. Las ventajas que ve en este producto es el largo tiempo de conservación vs la fruta convencional. Se fidelizaría con el producto en cuanto que la cantidad sea atractiva, que tenga buen sabor, que la preservación sea buena y tenga un buen precio.

Para la hipótesis 06, se debe estudiar la factibilidad de distribución en tiendas de barrio.

Para la hipótesis 09, El producto debe salir al mercado con un precio competitivo y en lo posible buscar la masificación de su consumo.

Diseño del Experimento

Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.

Determine los criterios y métricas de éxito: El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados

Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones

Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 5

Nombre:

Entrevista Jaime Garzón – Representante ventas Coolvacuum

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis
Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar.
Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis

- Cliente y Problema
- Solución
- Canales y relación
- Modelo de Ingresos
- Actividades y Recursos
- Aliados
- Costos

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$3.000 a \$5.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP07	Los potenciales clientes son las personas ocupadas que quieren cuidarse pero no pueden adquirir rápido y fácil la fruta, también clientes especiales como cadenas de suministro, y tiendas especializadas para hacer alianzas de distribución.
	HP08	El margen de ganancia mínimo esperado en un negocio de esta categoría seria de un 50%.
	HP10	Mayor viabilidad de producir el propio producto en lugar de maquilarlo ya que se pierde competitividad

Metodología:

Se realiza la entrevista via telefónica al representante de ventas para conocer su punto de vista sobre el negocio planteado y las ventajas o desventajas del mismo según su criterio empresarial.

Métricas:

Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipotesis, dio resultado positivo. La rzones por las que consumiría el producto es por ser un snack natural, El cliente lo consumiría 4 días a la semana, por lo que lo compraría en las compras del mercado. El precio que estaría dispuesto a pagar dependería de la cantidad pero oscilaría entre los \$3.000 y \$5.000 COP. Las ventajas que ve en este producto está que el producto no se pudre en el mismo tiempo que la fruta convencional y no se le aplastaría en el morral . Se fidelizaría con el producto en cuanto que la cantidad sea atractiva, que tenga buen sabor, que la preservación sea buena y tenga un buen precio. Finalmente esperaría encontrar el producto en máquinas dispensadoras.

Para la hipótesis 07, Estudiar la opción de distribución a través de tiendas mayorista y/o tiendas especializadas que permitan una masificaciones del producto.
Para la hipótesis 10, Se debe hacer el análisis financiero sobre la inversión inicial de la compra de equipos lo cual puede ser mas beneficioso que maquilar el producto.

Diseño del Experimento

Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.
Determine los criterios y métricas de éxito:
El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados

Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones

Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 6

Nombre:

Entrevista Javier Quijano– Experto en la industria de alimentos

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis
Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar.
Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis

- Cliente y Problema
- Solución
- Canales y relación
- Modelo de Ingresos
- Actividades y Recursos
- Aliados
- Costos

Diseño del Experimento
Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.
Determine los criterios y métricas de éxito: El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados
Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones
Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$3.000 a \$5.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP07	Los potenciales clientes son las personas ocupadas que quieren cuidarse pero no pueden adquirir rápido y fácil la fruta, también clientes especiales como cadenas de suministro, y tiendas especializadas para hacer alianzas de distribución.
	HP08	El margen de ganancia mínimo esperado en un negocio de esta categoría seria de un 50%.
	HP10	Mayor viabilidad de producir el propio producto en lugar de maquilarlo ya que se pierde competitividad

Metodología: Se realiza la entrevista via telefónica a personal experto en la industria de alimentos especialmente área comercial técnica para conocer su punto de vista sobre el negocio planteado y las ventajas o desventajas del mismo según su criterio empresarial.

Métricas: Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipotesis, dio resultado positivo. La rzones por las que consumiría el producto es por ser un snack natural, El cliente lo consumiría 4 días a la semana, por lo que lo compraría en las compras del mercado. El precio que estaría dispuesto a pagar dependería de la cantidad pero oscilaría entre los \$3.000 y \$5.000 COP. Las ventajas que ve en este producto está que el producto no se pudre en el mismo tiempo que la fruta convencional y no se le aplastaría en el morral . Se fidelizaría con el producto en cuanto que la cantidad sea atractiva, que tenga buen sabor, que la preservación sea buena y tenga un buen precio. Finalmente esperaría encontrar el producto en máquinas dispensadoras.

Para la hipótesis 07, Estudiar la opción de distribución a través del HORECA correspondiente a hoteles, restaurantes y cafeterías, que permitan una distribución al por mayor. Para la hipótesis 10, Se debe hacer el análisis financiero sobre la inversión inicial de la compra de equipos lo cual puede ser mas beneficioso que maquilar el producto, teniendo un énfasis especial en el área de mercadeo y capacitación al cliente.

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 7

Nombre:

Entrevista Raul Medina– Empresario industria de alimentos

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis
Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar.
Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis

- Cliente y Problema
- Solución
- Canales y relación
- Modelo de Ingresos
- Actividades y Recursos
- Aliados
- Costos

Diseño del Experimento
Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.
Determine los criterios y métricas de éxito: El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados
Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones
Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$3.000 a \$5.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP07	Los potenciales clientes son las personas ocupadas que quieren cuidarse pero no pueden adquirir rápido y fácil la fruta, también clientes especiales como cadenas de suministro, y tiendas especializadas para hacer alianzas de distribución.
	HP08	El margen de ganancia mínimo esperado en un negocio de esta categoría seria de un 50%.
	HP09	Posible barreras de entrada inicialmente el precio del producto y que este sea un poco exclusivo a ciertos sectores

Metodología:

Se realiza la entrevista de forma telefónica al empresario para conocer su punto de vista sobre el negocio planteado y las ventajas o desventajas del mismo según su criterio empresarial.

Métricas:

Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipotesis, dio resultado positivo. La razones por las que consumiría el producto es por ser un snack natural, El cliente lo consumiría diariamente, y preferiría adquirirlo fácilmente en una tienda de barrio. El precio que estaría dispuesto a pagar dependería de la cantidad pero oscilaría entre los \$3.000 y \$5.000 COP. Las ventajas que ve en este producto es el largo tiempo de conservación vs la fruta convencional. Se fidelizaría con el producto en cuanto que la cantidad sea atractiva, que tenga buen sabor, que la preservación sea buena y tenga un buen precio.

Para la hipótesis 07, se debe estudiar la factibilidad de distribución en el sistema HORECA, como estrategia inicial de ingreso al mercado para generación de marca. Para la hipótesis 09, El producto debe salir al mercado con un precio competitivo y en lo posible buscar la masificación de su consumo a través de capacitación y educación al mercado objetivo sobre las características del producto.

Bitácora de Validación para Sistematizar



Audio de la entrevista

Experimento # 8

Nombre:

Entrevista Duvian Vera– Docente

Realizar el número de iteraciones necesarias para validar todo el Modelo de Negocio

Hipótesis
Seleccione los componentes de modelo de negocio a validar.
Realiza la descripción de cada hipótesis y los supuestos críticos que determinan la validez de la hipótesis

- Cliente y Problema
- Solución
- Canales y relación
- Modelo de Ingresos
- Actividades y Recursos
- Aliados
- Costos

Diseño del Experimento
Determine cómo va a testear sus hipótesis y supuestos, busque opciones que requieran poca inversión.
Determine los criterios y métricas de éxito: El experimento se corre con # Personas y se espera que # Personas respondan de manera positiva

Resultados
Documente el resultado final de su experimento, tanto la métrica resultante como los hallazgos relevantes.

Aprendizaje y decisiones
Qué aprendió, que va a ajustar y que cambios importantes (Pivotes) va a realizar en su modelo de negocio.

Descripción:

El modelo de negocio de frutas liofilizadas tiene como objetivo de mercado a personas que manejan un estilo de vida saludable enfocandolo a personas que buscan suplementos energéticos y a personas que buscan alimentos saludables.

Supuestos Críticos:	HP02	Los clientes adquirirán este producto dentro de sus compras de mercado de manera quincenal o mensual, lo consumirán en meriendas y por lo menos una vez al día.
	HP03	El precio que estarán dispuestos a pagar oscilará entre \$3.000 a \$5.000 COP.
	HP04	Este producto será atractivo para los clientes por es de fácil manejo y conservación
	HP07	Los potenciales clientes son las personas ocupadas que quieren cuidarse pero no pueden adquirir rápido y fácil la fruta, también clientes especiales como cadenas de suministro, y tiendas especializadas para hacer alianzas de distribución.
	HP08	El margen de ganancia mínimo esperado en un negocio de esta categoría seria de un 50%.
	HP10	Mayor viabilidad de producir el propio producto en lugar de maquilarlo ya que se pierde competitividad

Metodología: Se realiza la entrevista via telefónica a personal experto en la industria de alimentos especialmente área comercial técnica para conocer su punto de vista sobre el negocio planteado y las ventajas o desventajas del mismo según su criterio empresarial.

Métricas: Se entrevistarán a 8 actores del negocios, de los cuales se espera tener 6 respuestas positivas de 8 que validen las hipótesis.

Para cada una de las hipotesis, dio resultado positivo. La rzones por las que consumiría el producto es por ser un snack natural, El cliente lo consumiría 4 días a la semana, por lo que lo compraría en las compras del mercado. El precio que estaría dispuesto a pagar dependería de la cantidad pero oscilaría entre los \$3.000 y \$5.000 COP. Las ventajas que ve en este producto está que el producto no se pudre en el mismo tiempo que la fruta convencional y no se le aplastaría en el morral . Se fidelizaría con el producto en cuanto que la cantidad sea atractiva, que tenga buen sabor, que la preservación sea buena y tenga un buen precio. Finalmente esperaría encontrar el producto en máquinas dispensadoras.

Para la hipótesis 07, Estudiar la opción de distribución a través del HORECA correspondiente a hoteles, restaurantes y cafeterías, que permitan una distribución al por mayor.
Para la hipótesis 10, Se debe hacer el análisis financiero inicial para el proceso de maquila con el fin de ingresar al mercado para generar marca y abrir mercado.