

**EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PALETAS DE FRUTOS  
EXÓTICOS EN LA CIUDAD DE SANTA MARTA**



**“PaleTiches”**

**AUTOR: SANTIAGO MUÑOZ VALENCIA**

**Corporación Unificada De Educación Superior – CUN**

**Creación de empresas 1 – Modelos de innovación**

**Administración de empresas**

**Santa Marta - Magdalena**

**Grupo 50101**

**2020B**

## Contenido

Lista de Figuras .....	3
Listado de Tablas .....	4
Compromiso De Autor.....	5
Resumen Ejecutivo .....	6
Introducción .....	6
Objetivos .....	7
Objetivo General .....	7
Objetivos específicos:.....	7
Claves para el Éxito.....	8
Análisis Del Entorno Y Contexto De La Idea De Negocio.....	9
Objetivos De Desarrollo Sostenible .....	10
Teoría De Valor Compartido.....	10
Tecnologías Disruptivas .....	11
Scamper .....	12
Sustituir: .....	12
Combinar: .....	12
Adaptar: .....	12
Modificar: .....	12
Proponer: .....	13
Eliminar: .....	13
Reordenar: .....	13
Análisis del Entorno .....	14
Identificación Del Problema, Necesidad, Reto U Oportunidad.....	16
Árbol de problemas .....	16
Árbol de objetivos .....	17
.....	17
Pregunta de investigación:.....	18
Descripción De La Idea De Negocio.....	18

Innovación.....	22
Fuerzas de la Industria.....	23
Contextualización de La Empresa.....	23
Análisis de la Demanda.....	24
Análisis DOFA.....	24
Análisis Externo.....	26
Tamaño del mercado.....	27
Cuota de Mercado.....	27
Análisis de la Oferta.....	29
Principales competidores.....	29
Análisis de la comercialización.....	32
Análisis de los proveedores.....	32
Segmentación de Mercado.....	33
Beneficios de consumir productos Paletiches.....	33
Ejercicio Buyer Persona.....	35
Propuesta de Valor.....	39
Diseño del producto.....	42
Ficha técnica.....	42
Ciclo de Vida.....	42
Definición estratégica.....	43
Diseño de concepto.....	43
Diseño en Detalle.....	44
Diagrama de Bloques Producción de Paletas (“PALETICHES”).....	44
Cadena de distribución.....	46
Costo de Producción y Precio de Venta.....	48
Precio de venta.....	48
Indicadores de Calidad.....	48
Etiqueta.....	49
Empaque.....	50
Prototipo.....	50
Características del producto:.....	50

Características del prototipo:.....	51
Como va a interactuar el cliente con el prototipo:.....	51
Evidencia del prototipo: .....	51
Modelo Running Lean.....	52
Validación de la idea de negocio.....	53
Objetivo de la investigación de mercado.....	53
Objetivos específicos.....	53
Tipo de investigación .....	53
Formulario de encuesta .....	53
Tamaño de la muestra: .....	55
Tabulación y análisis de la información.....	57
Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	62
Referencias .....	63

### **Lista de Figuras**

Figura 1 Análisis Pestel.....	14
Figura 2 Árbol de problemas.....	16
Figura 3 Árbol de Objetivos.....	17
Figura 4 Auto evaluación de la idea de negocio .....	20
Figura 5 .....	21
Figura 6 Análisis Externo.....	26
Figura 7 Mercado de Helados en Colombia.....	28
Figura 8 Perfil del Cliente y Mapa de Valor .....	39
Figura 9 Producto, Creadores de Alegrías y Aliviadores de Frustraciones .....	40
Figura 10 Alegrías, Frustraciones y Trabajos del Cliente.....	41

Figura 11 Etiqueta .....	49
Figura 12 Empaque .....	50
Figura 13 Evidencia prototipo.....	51
Figura 14 Tabulación pregunta 1 .....	57
Figura 15 Tabulación pregunta 2 .....	57
Figura 16 Tabulación pregunta 4 .....	58
Figura 17 Tabulación pregunta 3 .....	58
Figura 18 Tabulación pregunta 6 .....	59
Figura 19 Tabulación pregunta 8 .....	60
Figura 20 Tabulación pregunta 7 .....	60
Figura 21 Tabulación pregunta 10 .....	61
Figura 22 Tabulación pregunta 9 .....	61

### **Listado de Tablas**

Tabla 1.....	19
Tabla 2 DOFA.....	24
Tabla 3 Listado de principales competidores de Paletiches.....	31
Tabla 4 Ejercicio Buyer Cliente .....	36
Tabla 5 Ficha técnica del Producto .....	42
Tabla 6 Diagrama de Bloques Producción de Paletas.....	44
Tabla 7 Cadena de distribución.....	47
Tabla 8 Costo Unitario .....	48
Tabla 9 Modelo running lean .....	52

## Compromiso De Autor

Yo, Santiago Muñoz Valencia con C.C 1083006947 estudiante del programa académico administración de empresas, 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.

X

Santiago Muñoz V.

---

Santiago Muñoz Valencia

## **Resumen Ejecutivo**

“PaleTiches”, llega al mercado dando una propuesta diferente con una composición nutricional, de sabor y calidad, con este trabajo se busca formular un plan de negocio para la empresa productora y comercializadora de paletas de frutos exóticos en la ciudad de santa marta con el fin de promover el sector agrícola del Magdalena y el país generando progreso a través del desarrollo económico y empresarial, garantizando un mayor compromiso hacia la responsabilidad social, para lograr los objetivos de la conformación de la empresa es necesario realizar un estudio de mercado que permita medir la aceptación de nuestro producto en los consumidores, también evaluar los requerimientos técnicos, administrativos y operacionales necesarios para la producción de paletas, y por último proyectar a la empresa en términos económicos y financieros como base para la evaluación financiera.

Por medio de la fabricación de Paletas artesanales se busca destacar el sabor natural de las frutas (mango) llegando al mercado con varias propuestas de productos destacando el sabor natural y cuyos procesos productivos se realicen en ambientes inocuos garantizando un producto de excelente calidad.

### **Introducción**

“PaleTiches”, es una idea de negocio que surgió en 2017, es una empresa que se encuentra ubicada en la Ciudad de Santa Marta, enfocada a incentivar el consumo del mango mediante un producto transformado que sea refrescante, natural y saludable como lo es la paleta de mango biche, la cual tiene opciones de adición al gusto como lo es la sal, el limón y la pimienta como se

mencionó anteriormente; logrando a su vez dejar atrás tabúes como que las paletas no pueden ser alimentos saludables.

Además es una empresa que dedica sus esfuerzos para brindarle al consumidor un producto de excelente calidad a un precio totalmente razonable; la honestidad, responsabilidad e integridad son sus principales pilares en los que se apoyan día a día para brindar el mejor producto artesanal; cabe mencionar que “Paletiches” es una empresa comprometida con el medio ambiente debido a eso se tiene como meta implementar nuestros propios empaque de bioplástico producidos a base de las cascaras del mango usado para las paletas.

Por lo anterior “Paletiches” busca diferenciarse con sus paletas de mango Biche resaltando el sabor natural a fruta, llegando al mercado con un producto fabricado bajo los estándares de calidad aprovechando la diversidad de frutas con las que cuenta Colombia.

¿Cómo utilizar de manera eficaz el mango en sus diversas variedades para reducir significativamente su desperdicio masivo debido a la sobreproducción del mismo?

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Formular un plan de negocio para “PaleTices” una empresa productora y comercializadora de paletas de frutos exóticos como lo es el mango, permitiendo reducir el desperdicio de esta fruta en la ciudad de Santa Marta.

### ***Objetivos específicos:***

- Realizar un estudio de mercado que permita medir la aceptación de nuestro producto en los consumidores.

- Evaluar los requerimientos técnicos, administrativos y operacionales necesarios para la producción de paletas.
- Proyectar a la empresa en términos económicos y financieros como base para la evolución financiera.

### **Claves para el Éxito**

Se podría decir que el origen de las paletas heladas se dio en Oriente Medio y parte de Europa, donde nació el concepto de helado en pueblos cercanos a montañas nevadas o donde existía la posibilidad de nevada, que inició la combinación de trozos de hielo con fruta. Hoy en día, las paletas han aparecido en los Estados Unidos y fueron descubiertas por el joven Fran Epperson en 1905. (Jimenez Bello & Vanegas Rojas, 2016)

Luego de las innovaciones tecnológicas, comenzaron a surgir nuevas ideas sobre cómo crear o implementar paletas, impulsando así el crecimiento global de la industria del helado y las tendencias, que han dado un giro hacia lo auténtico, artesanía e innovación. Al mismo tiempo, el consumidor ha adquirido un mejor conocimiento de su entorno y se ha adentrado en el mundo de la gastronomía.

Así surgió un nuevo concepto “PaleTiches” en Colombia y se convirtió en algo que va más allá de una simple paleta refrescante, si no como una nueva forma de saborear un mango biche, entregando a las personas un producto refrescante, delicioso e inigualable, con una empresa de paletas 100% artesanales libres de saborizantes y colorantes.

Este nuevo crecimiento y esta necesidad de diversificación también han llevado a la introducción de paletas heladas con otras frutas exóticas. En consecuencia, la paleta ha evolucionado desde sus inicios y se ha convertido en un buque insignia en el mundo de las

heladerías, se podría decir que el éxito de esta última radica en la creación de combinaciones de sabores y texturas, distintos diseños y moldes lo que hace que la elaboración de algo sea fácil y diferenciador.

### **Análisis Del Entorno Y Contexto De La Idea De Negocio**

El Magdalena es un departamento en el cual, debido a sus condiciones climáticas se da un ambiente ideal para el cultivo del mango, en los últimos años algunas regiones de este departamento han alcanzado la sobreproducción de esta fruta tanto así que en ciertas épocas del año parece que un “tapete amarillo gigante cubre los alrededores de los caminos veredales”, pues cuando los cultivadores comienzan a ver que esta fruta está comenzando su proceso de descomposición dentro de sus fincas, proceden a botar grandes cantidades de dicha fruta en los caminos de la zona sin tomar ningún tipo de medidas preventivas llegando a convertirse en un potencial problema de salud pública y ambiental; atentando contra el bienestar de la comunidad.

En busca de otras alternativas de consumo de mango que garanticen el mejor aprovechamiento de esta fruta y aporte a la generación de empleo para mejorar el sistema económico y contribuir al desarrollo micro empresario surge PALETICHES como el ideal y sueño de un joven emprendedor, que consiste en darle un nuevo sentido al saborear un mango biche, entregando a las personas un producto refrescante, saludable, delicioso e inigualable, creando una empresa de paletas 100% artesanales libres de saborizantes y colorantes; asimismo se pretende implementar la producción de nuestros propios empaques biodegradables elaborados a base de cascara de mango en busca de la reducción al gran problema que tenemos día a día con los desechos plástico que contaminan nuestras fuentes hídricas y demás ecosistemas.

## **Objetivos De Desarrollo Sostenible**

Con este proyecto podremos aportar un grano de arena para lograr ODS al 2030 más específicamente en el objetivo número 12 “producción y consumo responsable”.

Según estudios realizados el DNP (2016) menciona que:

“En Colombia la pérdida y desperdicio de alimentos asciende al 34% del total de comida disponible en el país. Es decir, de las 28,5 millones de toneladas de alimentos que podríamos consumir al año, se desperdician o se pierden 9,8 millones de toneladas” y además de esto “Colombia genera aproximadamente 9.488.204 toneladas al año de residuos sólidos, donde se están reciclando aproximadamente 1.775.191 ton/año entre vidrio, cartón, papel chatarra y la mayoría de plástico” (Minambiente, 2015); estas son unas cifras aterradoras por esto queremos hacer parte de ese cambio hacia un país consiente y responsable de la gran importancia que tiene la innovación y la búsqueda nuevas soluciones a estos problemas; como le es nuestro intento por evitar el desperdicio del mango implementando la producción de empaques biodegradables logrando impactos positivos en el ecosistema y el medio ambiente.

## **Teoría De Valor Compartido**

La responsabilidad empresarial y la filantropía tradicionales no son suficientes para satisfacer eficazmente las necesidades sociales. La razón de ser de las empresas debe redefinirse porque de ella depende su progreso y existencia. Hay una manera de hacerlo. (Mutis, 2013)

Uno de los factores clave de éxito de las empresas que actualmente cuentan con algún tipo de ventaja competitiva es su capacidad para gestionar y adaptar procesos de cambio impulsados por

el concepto de valor compartido. Esto les ha permitido mejorar, tanto en las condiciones de competencia como en las situaciones ambientales de las que forman parte. Lo hicieron para mostrar avances en los entornos económico, social y cultural.

Entender la teoría del valor compartido es de gran relevancia porque mejora dramáticamente el sentido ético, moral, social y legal de cualquier empresa u organización; porque al implementar estrategias basadas en esta teoría, se corrigen las fallas que ocurren en un sistema que se enfocaba únicamente en crear riqueza y fortuna para los altos ejecutivos, dejando de lado el bienestar de sus empleados y clientes.

### **Tecnologías Disruptivas**

La innovación puede venir de tres formas: mejorando los procesos, creando nuevos productos e ideas que surgen de la nada. En este sentido, la "capacidad de observación" es fundamental como elemento fundamental para innovar, aunque admite que a veces hay quienes tienen una idea de la nada y buscan cómo aplicarla. (Pascual Vergoños, 2015)

Teniendo en cuenta lo mencionado por Pascual Vergoños (2015), nuestros retos van totalmente de la mano con las tecnologías disruptivas debido a que estas generan un cambio muy importante dentro de la empresa; por esto debemos enfocarnos en la mejora continua de todos y cada uno de nuestros procesos desde los más simples hasta los más complejos pues estos pequeños cambios y adaptaciones a las cuales nos afrontamos a diario en las labores de producción son los verdaderos detonantes de innovación.

## **Scamper**

Método que formula las preguntas adecuadas para **S**ustituir, **C**ombinar, **A**daptar, **M**odificar, **P**roponer, **E**liminar y **R**eordenar.

### ***Sustituir:***

¿Qué ingrediente podemos Sustituir para que las paletas tengan mejor sabor? **R:** Nuestro ingrediente principal es la pulpa de la fruta natural, dicho ingrediente no sería recomendable sustituir sin embargo el procedimiento de fabricación de nuestra paleta lleva con si varios ingredientes aparte de su fuente principal que es la pulpa de la fruta natural dichos ingredientes si pueden ser sustituidos siempre y cuando cumplan la calidad necesaria para nuestro producto.

### ***Combinar:***

¿Y si combinamos diferentes sabores que impacto tendrían en el mercado? **R:** Claro si podemos combinar su sabor siempre y cuando no pierda la originalidad de este producto que es la pulpa de mango natural, sin embargo, ofrecer variedad de sabores al cliente es algo satisfactorio.

### ***Adaptar:***

¿Podemos adaptar nuevas estrategias de marketing para dar a conocer el producto? **R:** Si, es fundamental mantenernos al margen de las actualizaciones de publicidad y entrar en la ola cibernética de los productos ofrecidos en el mercado, darnos a conocer atreves de diferentes estrategias de marketing y mantenernos al margen de actualizaciones y requerimientos que soliciten nuestros clientes.

### ***Modificar:***

¿Podemos modificar el proceso de producción de la fruta mango biche? **R:** Si, siempre y cuando sea en pro a la mejora de la producción y efectividad calidad de nuestro producto, claro que si se pudiese modificar.

***Proponer:***

¿Y si proponemos hacer las paletas de un tamaño más grandes? **R:** Sería una buena alternativa, pero y si no solo cambiar su tamaño, sino además su presentación que tal manera sea más práctico y cómodo su consumo.

***Eliminar:***

¿Podemos eliminar la idea de que sean biodegradables y artesanales las paletas? **R:** No, sobre todo por la importancia de cuidar el medio ambiente.

***Reordenar:***

¿Podemos reordenar los procesos de producción para ser más eficaces? **R:** Claro que sí y siempre se estará haciendo procedimientos para medir el nivel de producción e ir mejorando la calidad de producción.

## Análisis del Entorno

### Factor Político

- El TLC juega un papel muy importante en el crecimiento de la empresa, pero esta puede ser un arma de doble filo y debemos ser cuidadosos y estar preparados pues, así como esta nos puede ayudar a posicionarnos como unos grandes exportadores también puede cautivar a nueva competencia extranjera.
- Ajustes realizados en la política fiscal colombiana

### Factor Economico

- Le empresa se encuentra ubicada en sector secundario
- Índice de Producción Industrial presentó una variación de -10,8%." (DANE, 2020)
- Cambios en la demanda agregada
- Devaluación de la moneda
- Crisis económica por la cuarentena

### Factor Social

- Es un producto dirigido a un público juvenil, con un estilo de vida saludable
- Tasa de crecimiento de la población colombiana
- Hábitos de compra de los consumidores
- Demanda cambiante

### Factor Tecnológico

- Las tecnologías de la información y la comunicación están generando impactos muy positivos.
- Herramientas digitales para la promoción del producto
- Nuevos niveles de tecnología para la fabricación de productos
- Infraestructura de comunicación

### Factor Ecologico

- Implementación de empaque biodegradables para contribuir con el cuidado del medio ambiente y agregar valor de responsabilidad social a la empresa.
- El cambio climático afecta la producción de frutas
- Gestión de residuos

### Factor Legal

- Seguridad e higiene, registro sanitario.
- Buenas prácticas de manipulación de alimentos(BPM)
- Normas vigentes para la conformación de empresas
- Derechos de autor, patentes

Figura 1 Análisis Pestel

Nota: Para poner en marcha un negocio o impulsar un proyecto, es necesario conocer el entorno en el que se desarrollará porque existen muchos factores externos como factores políticos,

económicos, sociales, entre otros, que condicionarán su funcionamiento, por ello es necesario realizar un análisis PEST o PESTEL que nos permita conocer con antelación los cambios que se puedan desarrollar en nuestro entorno y que de alguna forma puedan afectar al desarrollo de la actividad comercial y definir con antelación la estrategia comercial a seguir.

---

Fuente: Elaboración propia

Identificación Del Problema, Necesidad, Reto U Oportunidad

Árbol de problemas

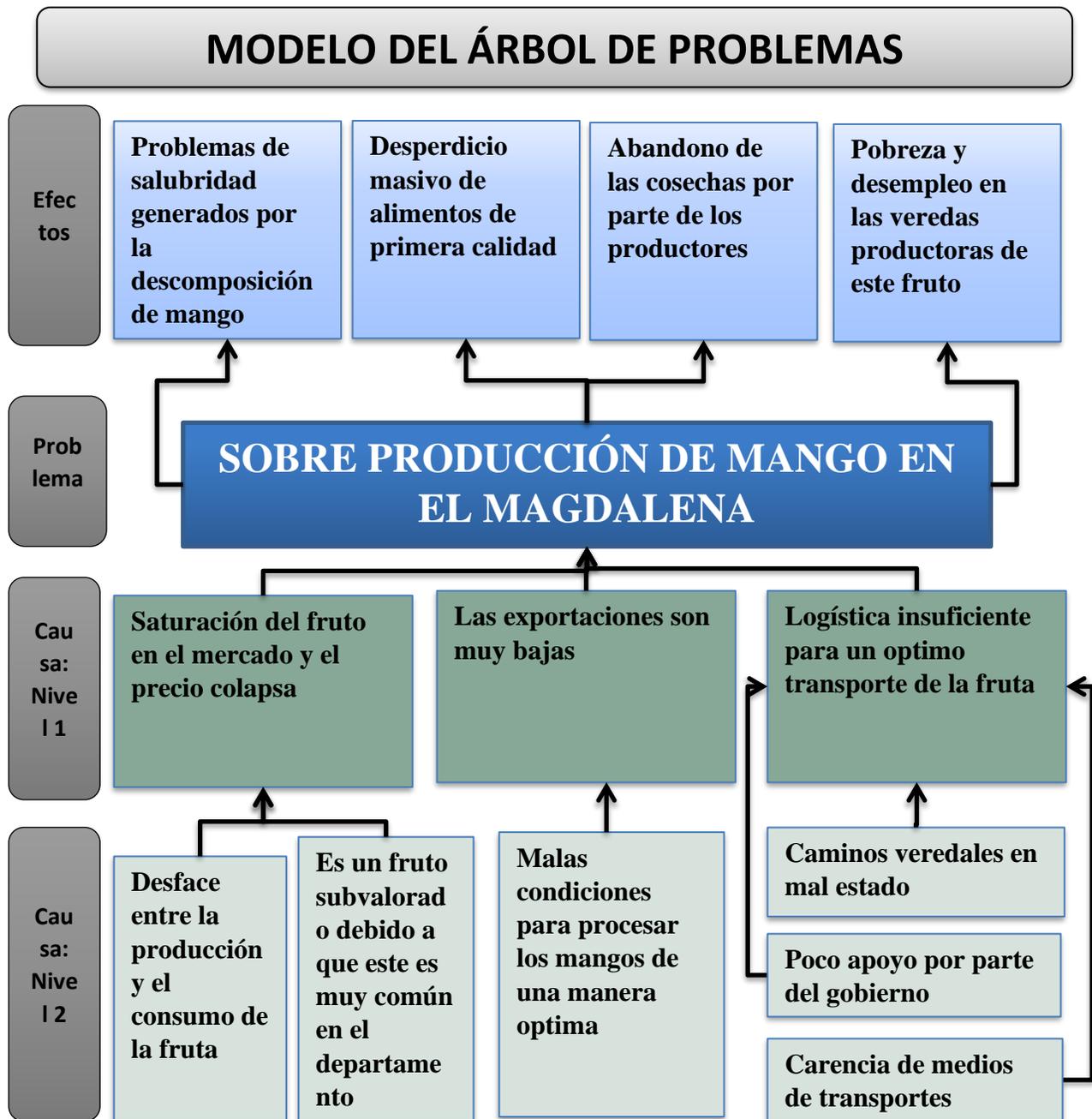


Figura 2 Árbol de problemas

Fuente: Elaboración propia

## Árbol de objetivos

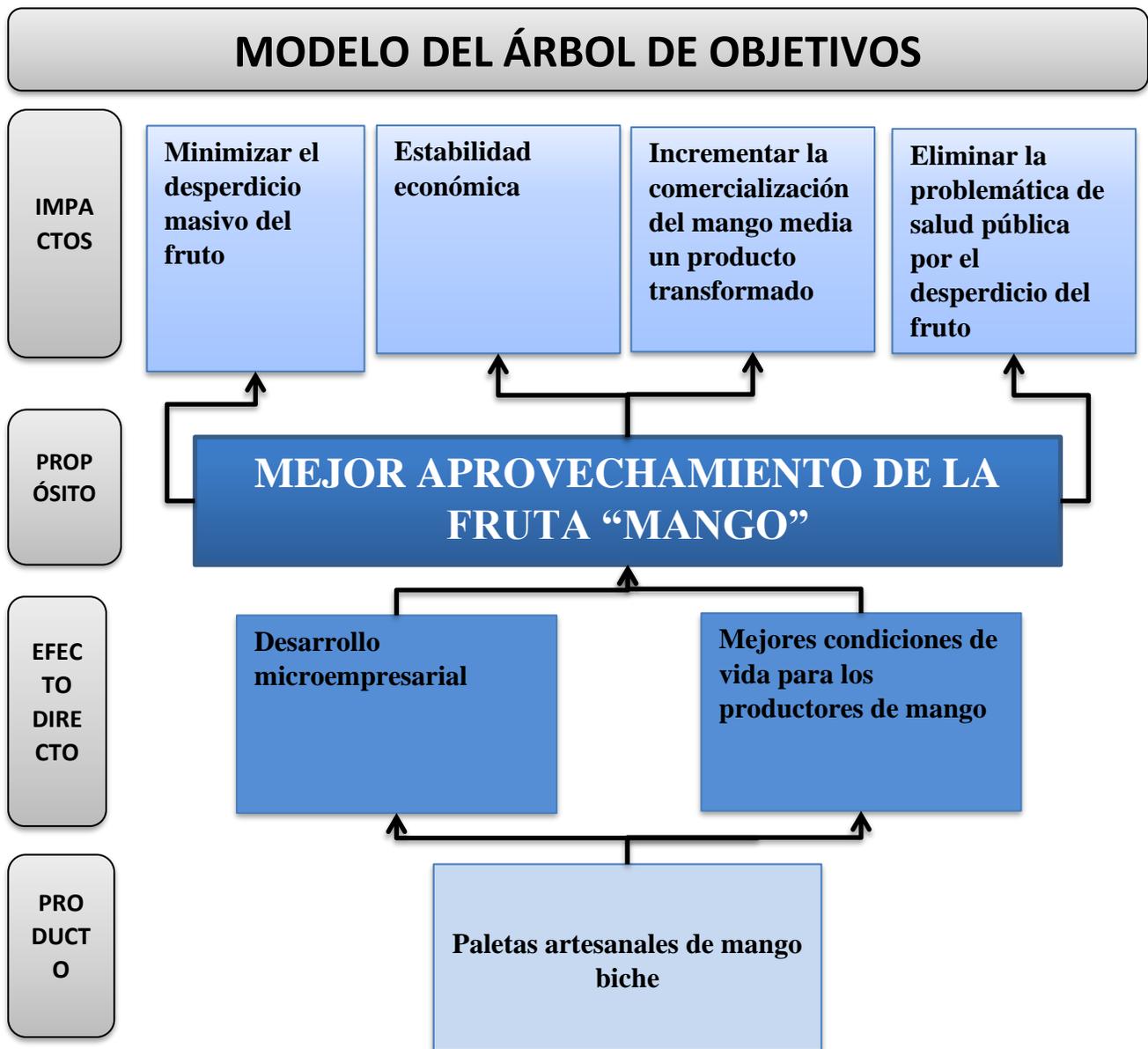


Figura 3 Árbol de Objetivos

Fuente: Elaboración propia

**Pregunta de investigación:**

¿Cómo utilizar de manera eficaz el mango en sus diversas variedades para reducir significativamente su desperdicio masivo debido a la sobreproducción del mismo?

**Descripción De La Idea De Negocio**

PaleTiches es una empresa que se encuentra enfocada a incentivar el consumo del mango mediante un producto transformado que sea refrescante, natural y saludable como lo es la paleta de mango biche, la cual tiene opciones de adición al gusto como lo es la sal, el limón y la pimienta; logrando a su vez dejar atrás tabúes como que las paletas no pueden ser alimentos saludables. Además es una empresa que dedica sus esfuerzos para brindarle al consumidor un producto de excelente calidad a un precio totalmente razonable; la honestidad, responsabilidad e integridad son sus principales pilares en los que se apoyan día a día para brindar el mejor producto artesanal; cabe mencionar que PaleTiches es una empresa comprometida con el medio ambiente debido a eso se tiene como meta implementar nuestros propios empaque de bioplástico producidos a base de las cascara del mango usado para las paletas y de este modo disminuir eficazmente el desperdicio de la fruta.

Tabla 1

<b>¿Cuál es el producto?</b>	Paletas artesanales elaboradas a base de diferentes variedades de mango verde sin colorantes ni saborizantes
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	Estudiantes de colegios y universidades entre los 12 y 30 años, localizados en el distrito de Santa Marta que desean un producto saludable, natural y refrescante; de estrato socio económico medio.
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	Satisfacer el deseo de consumir un producto que sea natural, refrescante y que posea todos los atributos de un buen mango verde con sal, limón y/o pimienta.
<b>¿Cómo?</b>	Posicionándonos dentro, fuera o en lugares cercanos a los principales colegios, universidades, centros deportivos y recreacionales.
<b>¿Por qué lo preferirían?</b>	Por su refrescante y peculiar sabor que brinda nuestra combinación excepcional de diferentes variedades de mangos haciéndolo un producto totalmente irresistible

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
- La Idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	<del>3</del>	4	5
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	<del>4</del>	5
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	<del>4</del>	5
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	2	3	<del>4</del>	5
<b>Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:</b>					

Elaborado por: Jonathan Moreno R. / Coordinador del Servicio de Atención al Emprendedor

Veamos los puntajes obtenidos, siguiendo las siguientes instrucciones complete la tabla que sigue a continuación:

**- Paso 1:**

Coloque en la columna "A" el número total de afirmaciones que UD. haya contado.

**- Paso 2:**

Multiplique el resultado de la columna "A" por el valor de la columna "B" y el resultado anótelos en la columna "C".

**- Paso 3:**

Suma verticalmente los puntajes obtenidos en la columna "C" y coloque el resultado en el recuadro correspondiente al PUNTAJE TOTAL.

	A		B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:		x	1	=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:		x	2	=	
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	x	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:		x	4	=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:	3	x	5	=	15
<b>PUNTAJE TOTAL</b>					<b>18</b>

**Interpretación del Puntaje Total**

De 20 a 15 pts. = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 10 pts. = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 pts. = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

Figura 4 Auto evaluación de la idea de negocio

- ¿Cómo podemos...



- Para que los...



*Figura 5*

## **Innovación**

**Alternativa de negocio #1:** Endulzar las paletas con panela orgánica o miel de abeja en vez de utilizar azúcar como una alternativa más saludable.

**Alternativa de negocio #2:** Realizar una combinación de maracuyá y mango biche para brindar una mayor explosión de acides así generar una mayor satisfacción en aquellos paladares amantes a lo ácido.

**Alternativa de negocio #3:** Crear una paleta con centro de leche condensada, pensada en aquellas personas que disfrutan la combinación entre lo dulce y lo ácido.

**Alternativa de negocio #4:** Implementar una línea todo en 1, que traiga incluida la sal, limón y pimienta.

## **Fuerzas de la Industria**

### **Contextualización de La Empresa**

El nombre de la empresa es “PaleTiches” este nombre surge de la unión de partes de las palabras Paletas y Biches. Este proyecto tiene como objetivo crear una empresa que produzca y comercialice paletas artesanales de la región, elaborado con frutas exóticas en diversas formas. La misión es ofrecer un producto de alta calidad, considerando principalmente llegar a todas las personas de la ciudad de Santa Marta haciendo presencia competitiva con productos similares y poco a poco ir incursionando en el mercado hasta posicionarse y hacerlo como consumo masivo de sus habitantes. Por tanto, se va a realizar una investigación exploratoria descriptiva de los cuales se puede conocer la aceptación del producto, la capacidad de atenderlo por parte de la empresa, estableciendo requisitos técnicos y procedimientos administrativos que conducen a un análisis económico.

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (C.I.I.U.) incluye a las paletas como la elaboración de helados a base de jugos de frutas (con agua), y se incluye en la Clase 1594 Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales. (CIU, s.f)

Con el mercado y la intención de compra que establece la demanda, procede desde un punto de vista técnico a la creación de la empresa teniendo en cuenta la capacidad de la empresa para satisfacer la demanda, recursos físicos y humanos, insumos, proveedores de servicios en la búsqueda de un proceso óptimo tanto en la preparación del producto, así como su comercialización, ubicación, distribución.

## Análisis de la Demanda

Determinar la demanda del producto es uno de los aspectos más importantes para el proyecto, para poder identificar la demanda se realiza un análisis interno, externo, también determinamos la cuota y el tamaño de mercado.

## Análisis DOFA.

*El análisis FODA se realizó con el fin de obtener información sobre la posición de los productos contra la competencia, con el fin de definir las actividades que se deben seguir según el plan de marketing.*

Tabla 2 DOFA

Fortalezas	Oportunidades
Permite al consumidor comprar un producto.  que cumpla plenamente con sus requisitos con la búsqueda de fidelización de clientes.	Expandir los puntos de venta a nivel local.
Calidad del producto.	El mercado de paletas se está proyectando a consumo de productos saludables
Precio competitivo.	Alianzas estratégicas con restaurantes.
Producto artesanal, saludable y nutritivo.	Tendencia en auge por el consumo de alimentos orgánicos.
Producto diferenciado (nuevos sabores y nicho).	

Debilidades	Amenazas
Falta de recursos al iniciar.	Mayor capacidad instalada de la competencia
Poco conocimiento empresarial al iniciar.	Entrada de nuevos competidores al mercado.
Inseguridad del consumidor al ser un producto nuevo.	Situación económica del país.
Lograr el reconocimiento y posicionamiento de los productos frente a marcas con experiencia, reconocimiento y trayectoria.	Costos elevados en los arriendos para los puntos de venta.

Nota: Siguiendo la matriz DAFO, encontramos que a partir de la combinación de fuerzas con las oportunidades surgen de las potencialidades, que indican las líneas de acción más importantes prometedor para el desarrollo del proyecto.

---

Fuente: Elaboración propia

## Análisis Externo

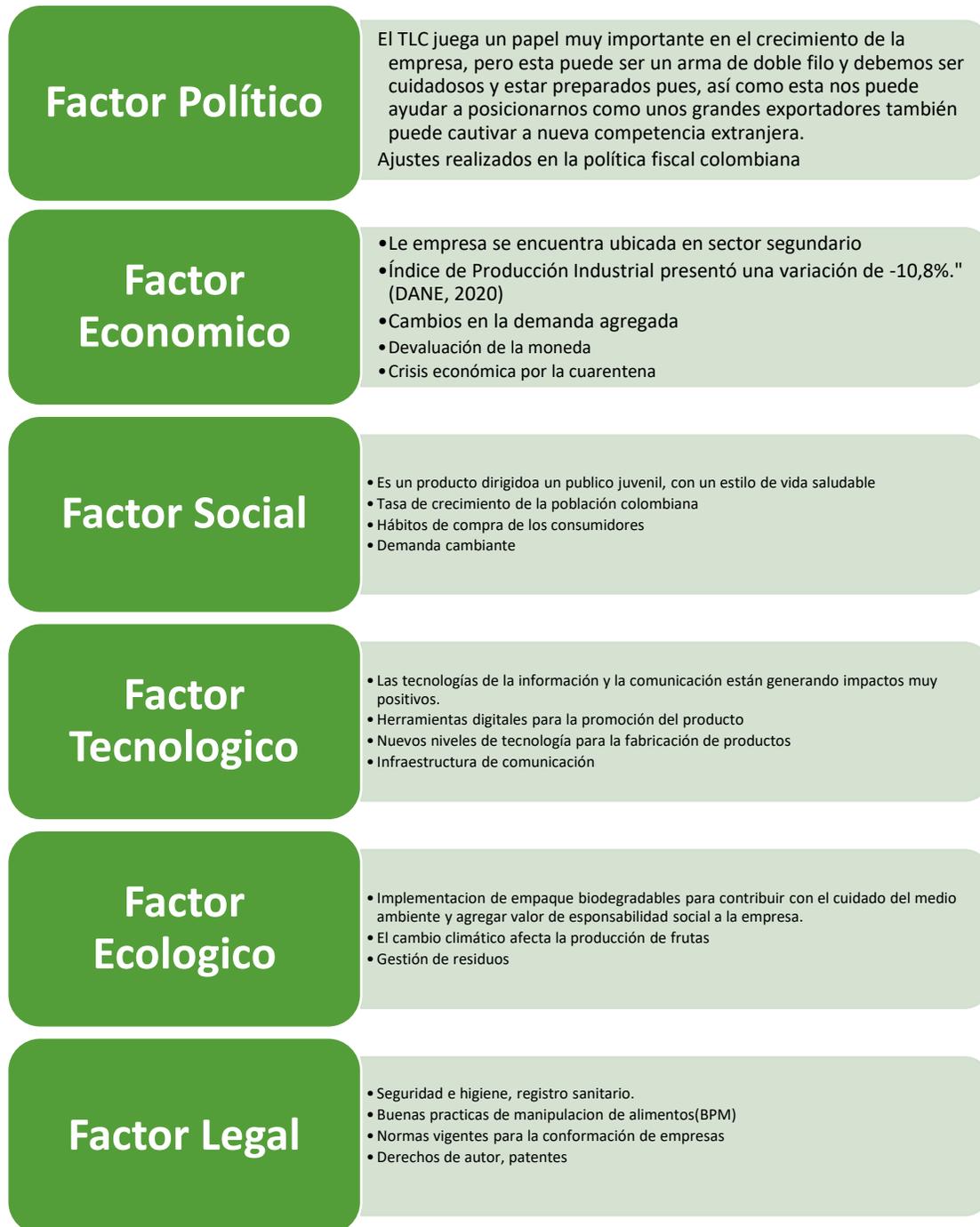


Figura 6 Análisis Externo

Nota: Para poner en marcha un negocio o impulsar un proyecto, es necesario conocer el entorno en el que se desarrollará porque existen muchos factores externos como factores políticos,

económicos, sociales, entre otros, que condicionarán su funcionamiento, por ello es necesario realizar un análisis PEST o PESTEL que nos permita conocer con antelación los cambios que se puedan desarrollar en nuestro entorno y que de alguna forma puedan afectar al desarrollo de la actividad comercial y definir con antelación la estrategia comercial a seguir.

---

Fuente: Elaboración propia

### **Tamaño del mercado**

La capital del departamento Magdalena se ubica en el norte del país, según el Censo del Dane, en la capital del Magdalena viven 479 mil 853 personas. La población actual y su crecimiento requieren la generación de nuevos establecimientos comerciales del Municipio que estimulan la economía y que, acompañado de un excelente servicio al cliente esta idea es muy interesante porque las paletas son para consumir a diario, es una excelente oportunidad por la frecuencia del consumo, sea cual sea la época del año, siendo aún más relevante épocas de verano. Las paletas y postres son para todos: niños, adolescentes y adultos.

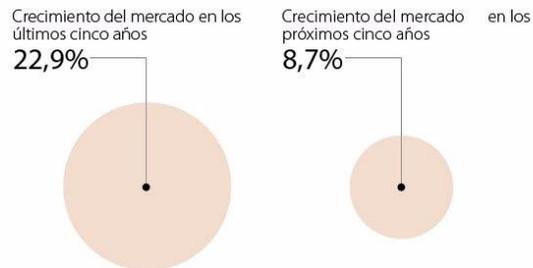
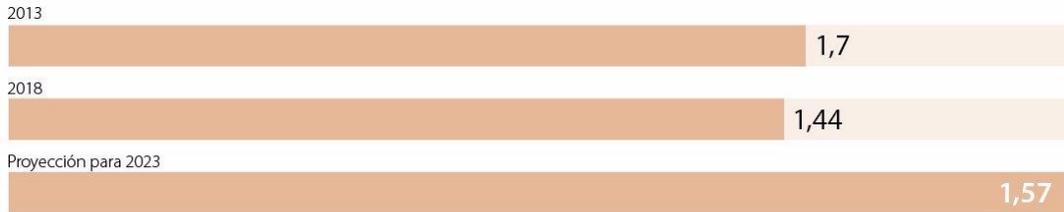
### **Cuota de Mercado**

Según Chiquiza Nonzoque (2019) El mercado de helados, liderado en 2018 por los helados en Colombia, recaudó un total de \$ 1,140 millones el año pasado según datos de Euromonitor. Después del almuerzo, mientras ve una película o como excusa para pasar más tiempo en espacios como los centros comerciales, los sabores a chocolate, vainilla, licores o ciertas frutas han hecho del helado uno de los postres más populares. popularidad entre los consumidores colombianos, tanto es así que, según datos de Euromonitor, en el último año un colombiano ha

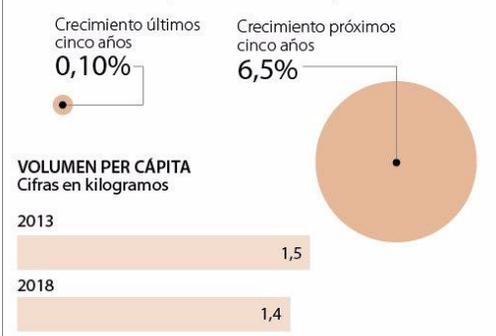
gastado un promedio de 29.128,80 dólares para consumir un promedio de 1,4 kilogramos de helado.

ASÍ SE MUEVE EL MERCADO DE HELADOS

VOLUMEN DEL MERCADO  
(Cifras en \$ billones)



MARCAS LÍDERES EN COLOMBIA  
Participación en el mercado (%)



Fuente: Euromonitor / Gráfico: LR-AL

Figura 7 Mercado de Helados en Colombia

Fuente: La República (Chinquiza Nonzoque, 2019)

## **Análisis de la Oferta**

### ***Principales competidores***

#### ***Descripción de los competidores más importantes***

##### ***Fredinno Helados***

Fredinno Helados es una empresa con planta principal en la ciudad de Bogotá, se dedica a la explotación de la industria de alimentos en general y especialmente, la producción o fabricación, de helados, y/o sustancias empleadas como ingrediente en la alimentación tales como: mermeladas, mantequilla, mieles, cereales elaborados, harinas, féculas, té, café, chocolate, azúcares, sal, productos de panadería, galletería y pastelería.

Tiene 10 puntos de distribución en todo el país, sus estrategias comerciales son las de venta puerta a puerta lo cual les permite llegar a la mayoría de los hogares en donde tienen su punto de distribución, en la ciudad de Santa Marta tienen participación en la mayoría de los barrios, su punto fuerte es que tienen vendedores que van hacia el cliente y no lo contrario, su punto débil es que no tienen mucha variedad de productos, la forma en que distribuyen sus productos se puede realizar con los productos de PaleTiches, los precios son muy económicos, la estrategia de publicidad es idéntica a la de los productos Bonice, tienen vendedores que se acercan a la mayoría de los barrios; esperamos competir de la misma forma y con productos con mejor calidad que la de ellos, ya que nuestras frutas son exóticas y se consiguen con mayor facilidad en nuestra región.

##### ***Crem Helados***

Crem Helado, es una de las marcas más importantes en Colombia, tiene sedes en las principales ciudades del país, hoy es líder en el mercado de helados, gracias a su amplia cobertura

de distribución y constante innovación en el desarrollo de sus productos y en sus estrategias de comunicación y marketing. Es una de las marcas emblemáticas de Colombia, sus productos y sub-marcas son parte de la vida de todo colombiano. Siempre hay una nevera y un carrito Crem Helado en la carretera, en cada pueblo, en cada barrio, en cada pueblo, en cada tienda o farmacia. Esta actividad ha crecido en más de un 7%, la empresa vende más de 380 millones de unidades de este producto a través de los casi 100.000 puntos distribuidos en todo el país, lo que se traduce en la venta de más de unos millones de helados al día.

Su estrategia comercial es la de llegar a la mayoría de tiendas, centros comerciales, los carros están en parques y playas, en vecindarios. Es una marca que no tiene edad, género ni nivel socioeconómico. La marca es parte de Meals de Colombia, una empresa colombiana propiedad del Grupo Nutresa. Cuenta con dos marcas Crem Helado y Country Hill, donde el 97% se dedica a la producción de helados y el 3% a la producción de jugo de naranja bajo la marca Country Hill que se produce en Armenia, Colombia. Es una empresa dedicada al marketing y la innovación de productos. La venta de helados se suele hacer por impulso, es decir, suele ser fortuita y no una compra programada, salvo contadas excepciones como piñatas, fiestas y servicios infantiles. Se puede aprender de todas las estrategias comerciales que tiene Crem Helados, esperamos competir con nuestros sabores más representativos como el mango, utilizar sus estrategias comerciales y mejorarlas.

### ***Helados Colombina***

Helados Colombina es una empresa con sede principal en Bogotá y con puntos de distribución ubicadas en las principales ciudades del país, los helados de Colombina se producen en dos modernas plantas ubicadas en Itagüí, Antioquia y Bogotá, D.C. Es una empresa global de alimentos que busca cautivar a los consumidores a través de la innovación y el sabor de sus

productos. Respaldo por una marca paraguas sólida, marcas reconocidas y un alto valor percibido, comercializado de manera efectiva para que sea accesible para todos. Comprometidos con un programa de sostenibilidad que involucra a todos sus grupos de interés. Los productos de Helados Colombina llegan a un 60% de cobertura en todo el país. Dentro de sus puntos débiles están la falla en el control de inocuidad alimentaria, interrupción de la Cadena de Abastecimiento, tienen un entorno altamente competitivo, falta de capacidad de respuesta frente a las tendencias de consumo; mercadeo Corporativo, impacto en el crecimiento de ventas generado por los cambios en la dinámica y estructura de canales comerciales.

La tabla 2 muestra los principales competidores que tiene nuestra empresa:

*Tabla 3 Listado de principales competidores de Paletiches.*

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
Fredino Helados	Medio litro de helados	2000	Se venden en las calles, puerta a puerta	Santa Marta
Crem Helados	Paletas de frutas y de crema	1000	Entregan neveras a los puntos de ventas	Santa Marta
Helados Colombina	Paletas de frutas y de crema	1000	Entregan neveras a los puntos de ventas	Santa Marta

Nota: Las tres principales marcas que dominan el mercado de helados en Santa Marta.

---

Fuente: Elaboración propia

### **Análisis de la comercialización**

Cabe destacar que la marca Helados Colombina y Crem Helados son empresas presente en más de 50 países de América, Europa y África. Que extendieron sus operaciones a doce países con los que la estrategia de marketing de su portafolio está cada vez más consolidada en la región. Además de Colombia, operan con sus subsidiarias en Estados Unidos, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Honduras, Puerto Rico, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú y Chile.

El objetivo de crecimiento y diversificación del portafolio de alimentos llevó a estas empresas a profundizar en el desarrollo de estrategias en las áreas geográficas donde operan, para que que divide la operación en tres regiones principales: la región andina, la región centroamericana y Región de América del Norte, el Caribe y nuevos mercados.

El mundo en su conjunto está redefiniendo su posición frente a los productos procesados y envasados de larga duración. El consumidor quiere volver a lo fresco y natural, por eso se aleja todos los días más que lo que contiene conservantes, colores o sabores.

La globalización trae consigo el interés de las personas por conocer a través de los sabores de nuevas culturas y grupos étnicos, cosas que normalmente no se encuentran en sus lugares de origen.

### **Análisis de los proveedores**

Debido a que las materias primas y los insumos están fácilmente disponibles, se pueden adquirir en la ciudad de Santa Marta. Los principales proveedores que se requieren para nuestros productos son los cultivadores y campesinos de frutas exóticas (mango) de la región, los cuales nos venden la materia prima a buen precio, están ubicados en las zonas rurales de la ciudad de Santa Marta como lo es el corregimiento de Bonda y el municipio de Ciénaga; en estos lugares nos contactamos con campesinos con experiencia en cultivo y distribución de frutas con una

posibilidad de alianzas como lo es el Sr. Over el cual cuenta con cultivos una variedad de mango conocido en la región como mango de chancleta por su peculiar forma alargada que le da aspecto de chancla, la Sra. Laura Estrada cuenta con diversas variedades de mango como lo es al mango popular y apetecido mango tomy y el mango de azúcar y también el Sr. Raúl que también cuenta con cultivos de mango de azúcar y mango de hilaza; gracias a esta variedad de mangos podemos lograr un sabor único, resistible e inigualable. Con respecto a la competencia, la mayoría de sus productos para la elaboración son productos importados.

Con respecto a los requerimientos y suministros de recursos físicos y humanos, existe una variedad de proveedores locales y nacionales que brindan suministros bajo la orden de compra correspondiente.

### **Segmentación de Mercado**

Para la segmentación de mercado es necesario estudiar el comportamiento del consumidor detectando sus necesidades y cómo satisfacerlas, conocer sus hábitos de compra, los lugares Frecuencias, preferencias y momentos clave. A continuación, se plantea segmento de mercado donde se divide en distintos grupos de acuerdo a comportamientos, características y preferencias diferentes que tiene cada individuo.

### **Beneficios de consumir productos Paletiches**

El verano es sinónimo de diversión y frescura. Por eso, en Paletiches ofrecemos paletas de frutas: muy refrescantes, llenos de sabor y con múltiples beneficios:

- I. Son una rica fuente de vitaminas. A, B6, B12, C, D, E, K, podemos destacar la vitamina A que ayuda a mantener los huesos y dientes sanos y fuertes; y la vitamina C - que aumenta las defensas y promueve la curación de la piel.
- II. Aportan una gran cantidad de minerales como hierro y potasio. De hecho, todos ellos están compuestos por nutrientes esenciales para el buen funcionamiento del organismo.
- III. Fortalecen el sistema inmunológico. Gracias al poder de sus antioxidantes, ayudan a prevenir determinadas enfermedades y el envejecimiento de las células.
- IV. Evitan la retención de agua. La mayoría de las frutas están compuestas de agua, lo que las convierte en excelentes diuréticos.
- V. Contienen mucha fibra. Ideal para regular tu tránsito intestinal y controlar los niveles de colesterol.
- VI. Controlan la presión arterial. Los antioxidantes, el agua y la fibra se convierten en elementos muy beneficiosos para el sistema cardiovascular. Por tanto, ayudan a mejorar la circulación sanguínea.
- VII. Estos son alimentos bajos en calorías. Si quieres controlar tu peso, los expertos recomiendan tomar fruta todos los días, ya que sacia tu apetito sin tener que comer solo grasas.
- VIII. Combaten el calor, hidratan y apagan la sed. Es una opción muy refrescante para soportar altas temperaturas.
- IX. Reducir el estrés, las paletas heladas de nuestro sabor pueden ayudar a reducir los niveles de estrés físico (dolor) y emocional (ansiedad).
- X. Mejora el estado de ánimo, las paletas contienen un aminoácido llamado triptófano, que aumenta los niveles de serotonina. La serotonina se conoce como una hormona de la

felicidad porque actúa sobre el estado de ánimo, además de inhibir los síntomas de la depresión y calmar la agresión y la ira.

- XI. Las paletas naturales aportan una gran cantidad de calcio. Una ración normal de helado de base láctea (yogur o leche) cubre hasta un 15% del calcio diario que nuestro organismo necesita.
- XII. Pueden ser una merienda muy completa. Las proteínas que contiene intervienen en el organismo a la hora de formar todas las estructuras, además de asegurar la defensa y regulación de las funciones metabólicas. Nuestras paletas contienen las proteínas y vitaminas que se encuentran en el mango y demás frutas exóticas, por lo que puede ser un postre o merienda muy completo, especialmente para los niños.
- XIII. Los azúcares que contiene aportan una gran cantidad de energía al organismo. Aunque también se puede utilizar miel o jarabe de glucosa para su preparación. Los azúcares son carbohidratos de rápida absorción, por lo que proporcionan energía al cuerpo al instante.
- XIV. Nuestras paletas naturales elaboradas de forma tradicional contienen solo un 6% de grasa en su composición.

### **Ejercicio Buyer Persona**

Gracias a esta herramienta podemos conocer mejor a nuestro público objetivo, diseñar estrategias y acciones dirigidas a ellos. A continuación, presentamos ejercicio Buyer de uno de nuestros clientes, ya que nos ayuda a visualizar en todo momento a nuestro cliente ideal: le damos un nombre, le damos cierta personalidad y le damos características específicas y, al final, terminamos convirtiéndonos en su amigo. Esto nos ayuda a conocer a nuestro comprador persona mejor que nadie, cómo piensa, qué le gusta, qué le molesta.

Tabla 4 Ejercicio Buyer Cliente

	<p><b>Miedos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subir de peso</li> <li>• Perder el interés</li> <li>• No comer saludable</li> <li>• Tener una vida sedentaria</li> </ul> <p><b>Frustraciones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El ejercicio hace que se sienta cansada y adolorida</li> <li>• Sus amigos postean en redes sociales fotos de gym todos los días</li> </ul> <p><b>Ansiedades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quiere bajar algunas tallas</li> <li>• Comer comida alta en calorías</li> </ul>	<p><b>Desea</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser una mujer saludable</li> </ul> <p><b>Necesita</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo para dedicar al ejercicio y mucha motivación</li> </ul> <p><b>Sueña</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con ser una mujer fit y tener buenos resultados con la alimentación</li> </ul> <p><b>Anhela</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener un lugar y una buena compañía para entrenar y tener una alimentación balanceada</li> </ul>
<p><b>Datos demográficos y geográficos</b></p> <p>Vive en Santa Marta</p> <p>Nivel de estudio: Pregrado profesional</p> <p>Ocupación: Estudiante</p>	<p>Estoy tratando de lograr una vida saludable, es importante para mi transmitir una sensación de vida sana y que mis amigos también escojan ese estilo de vida</p>	<p>Esas metas se alcanzan con mucha disciplina y entusiasmo, venciendo los miedos y tomando nuevos retos, la única barrera es uno mismo, no debemos</p>

Edad: 20 años		limitarnos y decir que no podemos
La vida es una sola y hay que disfrutarla sanamente, con una buena alimentación y un buen estilo de vida		
El factor emocional hay que tenerlo en cuenta para lograr entender a las personas		

Fuente: Elaboración propia

Una vez definido nuestro cliente ideal se observa que existen otras personas con las mismas frustraciones, miedos y ansiedades. Estas personas son las que frecuentan en el consumo de Paletiches, ya que son productos saludables y dan una percepción de alimentación sana debido a que son productos 100% naturales libres de conservantes y sabores artificiales.

Dentro de los valores que destacan a los clientes están:

- a) Gratitud
- b) Autodisciplina
- c) Fortaleza
- d) Alegría
- e) Satisfacción

Teniendo en cuenta las bondades de nuestro producto, estas se ajustan a nuestro cliente ideal descrito en el ejercicio Buyer y puede destacarse con los valores antes mencionado, dicho cliente se siente con la necesidad de tener una alimentación sana, de tener una sensación de gratitud por

percibir nuestros productos, tiene una necesidad de no consumir productos altos en grasas y en calorías, la disciplina y el autocuidado es importante para el cliente ideal, interesada en consumir vitaminas ya que se puede destacar la vitamina A que ayuda a mantener los huesos y dientes sanos y fuertes.

Para él es importante que el producto le aporte una gran cantidad de minerales como hierro y potasio.

Nuestro cliente quiere reducir el estrés, las paletas heladas de nuestro sabor pueden ayudar a reducir los niveles de estrés físico (dolor), emocional (ansiedad) y a mejorar el estado de ánimo, nuestro producto natural le aportan una gran cantidad de calcio. La sensación de mango les da a las personas un producto refrescante, delicioso e inigualable, muy saludable para todos los gustos.

Otros actores que ofrecen productos similares a los de nosotros son las marcas antes mencionadas, en el momento solo tenemos la fabricación y distribución en la ciudad de Santa Marta, por lo tanto, ofrecemos nuestros productos a toda la población en general que deseen tener una sensación de mango les da a las personas un producto refrescante, delicioso e inigualable, muy saludable para todos los gustos.

Actualmente tenemos un plan de expansión y las mismas estrategias de crem helados, Frutinno Helados y helados Colombina, la idea es llegar a puntos fijos como tiendas, heladerías y tener puntos móviles como carros con vendedores de paletas. Actualmente existen unas 100 personas en adquirir nuestro producto y 10 puntos fijos con neveras que también desean vender productos Paletiches.

## Propuesta de Valor

La peculiaridad de nuestro producto no son solo los ingredientes naturales con los que se elabora (mango), sino la forma en que se sirve. La idea es sacarle el máximo partido a la fruta y también agregar la sal, el limón y la pimienta como una adición al gusto de las personas.

Se trata de una iniciativa sostenible ya que no genera residuos y lo que se puede tirar es 100% orgánico y biodegradable, lo que hace que este proyecto sea coherente con el “diseño verde” muy de moda en la actualidad.

En la figura mostramos el mapa de valor y el perfil de nuestros clientes lo que constituye nuestra propuesta de valor.

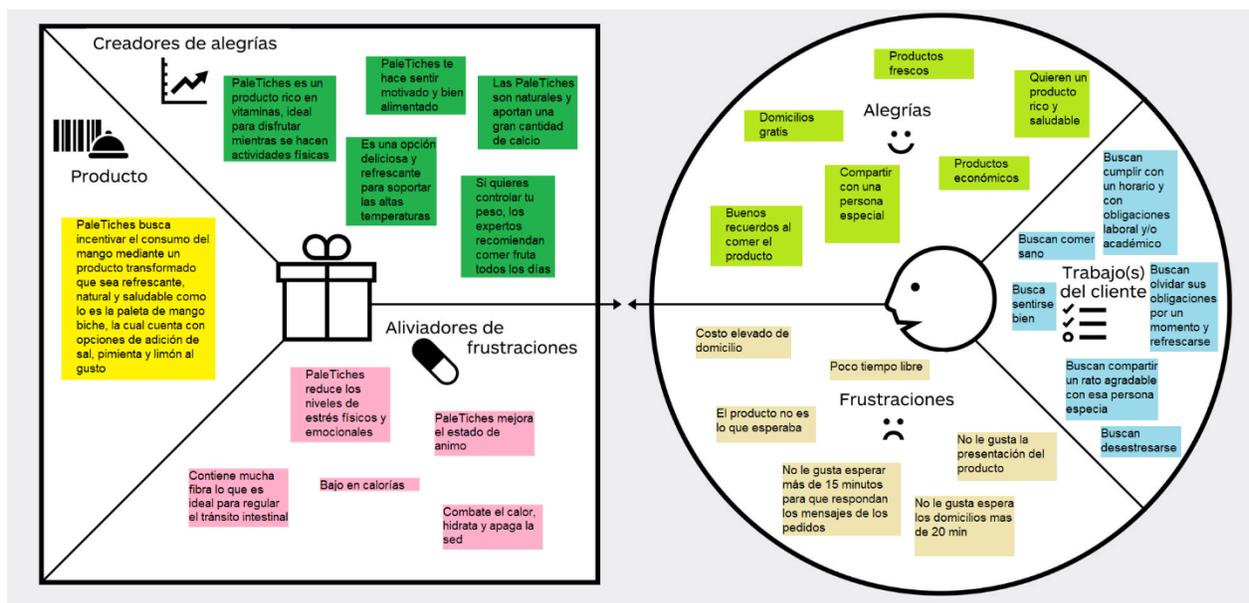


Figura 8 Perfil del Cliente y Mapa de Valor

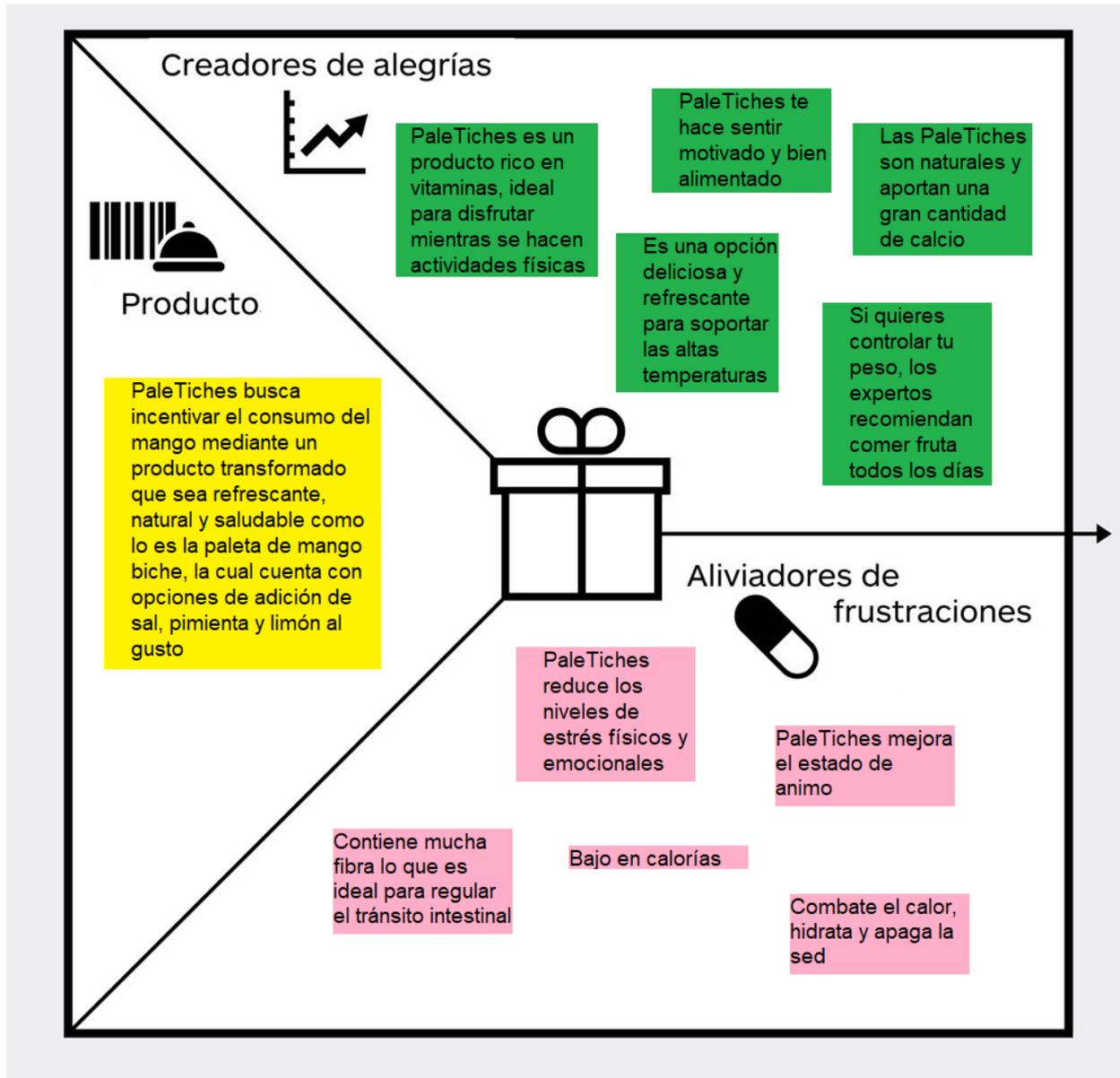
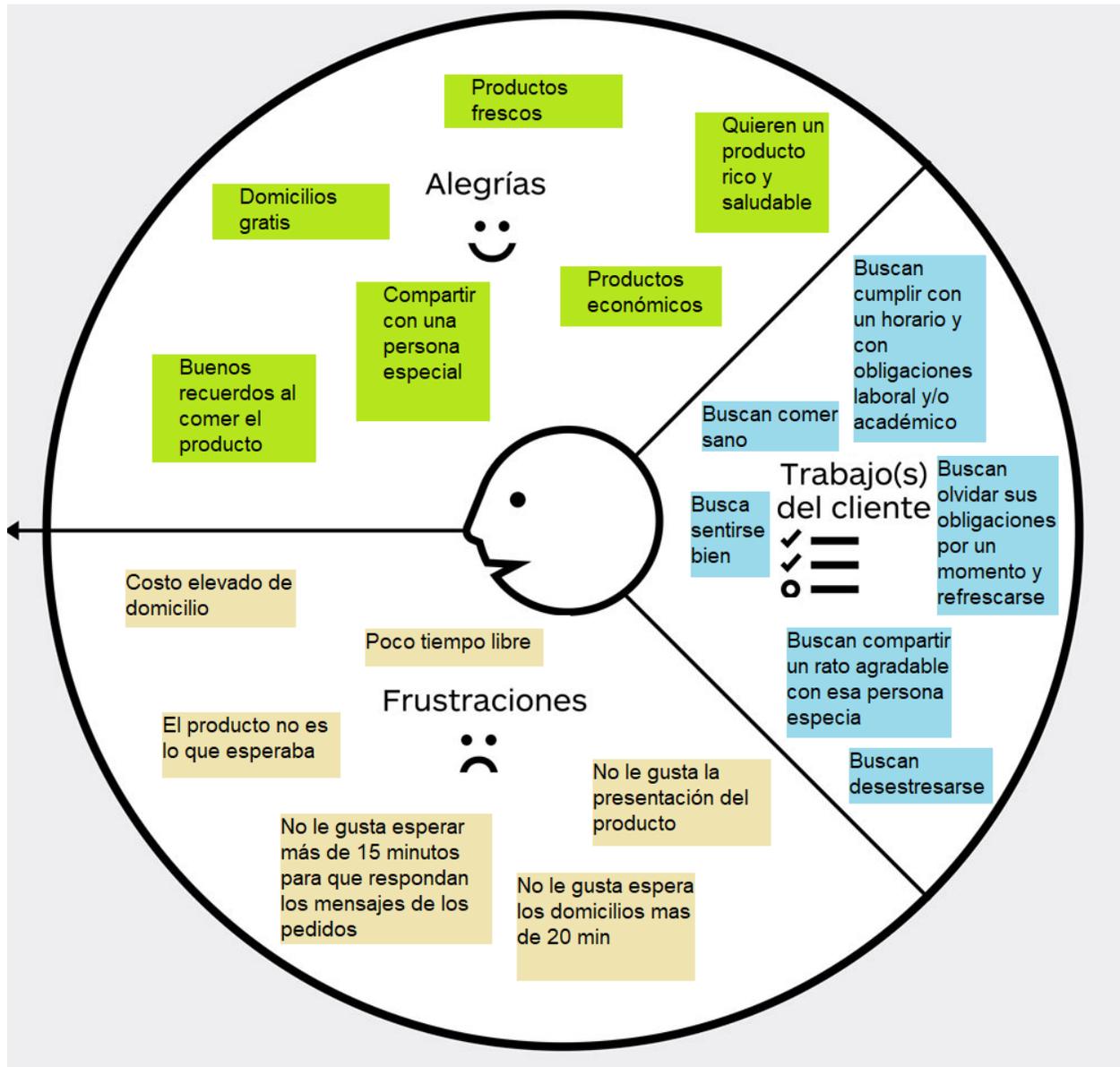


Figura 9 Producto, Creadores de Alegrías y Aliviadores de Frustraciones



*Figura 10 Alegrías, Frustraciones y Trabajos del Cliente*

*Nota: Nuestra propuesta de valor se basa en crear una nueva experiencia en el consumo de Paletas con ingredientes naturales, sin aditivos ni conservantes que suman a una dieta rica en fibra para el buen funcionamiento del sistema digestivo.*

*Alivian el estrés, refrescan e hidratan*

*Fuente: Elaboración propia*

## Diseño del producto

### Ficha técnica

Tabla 5 Ficha técnica del Producto

A. “PALETICHES” Paleta de mango biche
B. Agua, mango biche y azúcar
C. Norma técnica colombiana NTC 1235 Helados y Mezclas para Helados
D. Unidad de 3.5 Oz, paquete x 6 y 16 unidades
E. bolsas de 4×6
F. En un principio se usan bolsas de polipropileno de 4×6 y se apunta a la implementación de bioplastico producido a base de cáscara de mango
G. Congeladas
H. 6 meses
I. 3.5 oz
ELABORÓ
REVISÓ
APROBÓ

Fuente: Elaboración propia

### Ciclo de Vida

Según la nutricionista de la Universidad Católica de Santos (Zanin, 2020) “Congelar la pulpa de la fruta para hacer jugos, batidos y de más es una buena alternativa para almacenar y preservar la fruta por más tiempo, manteniendo sus nutrientes y su sabor. Cuando se congelan adecuadamente, la mayoría de las frutas puede durar alrededor de unos 8 a 12 meses aproximadamente”.

### **Definición estratégica**

Según el decreto 2269 de 1993 el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Calificación es el organismo nacional de normalización y mediante la Norma Técnica Colombiana (NTC) 1239 se establece los requisitos que deben cumplir los helados y las mezclas para helados.

La resolución 604 de 1993 reglamenta parcialmente el título V de la Ley 9ª de 1979, en cuanto a las condiciones sanitarias de las ventas de alimentos en la vía pública y dicta disposiciones sanitarias las cuales se aplicarán a toda persona natural o jurídica dedicada a la preparación y expendio de alimentos para consumo humano en las vías públicas de todo el territorio nacional, quienes se sujetarán a lo dispuesto en la presente resolución y a las disposiciones que la modifiquen o sustituyan, a las cuales deben también sujetarse los locales donde se preparan, los expendios y los medios de transporte utilizados.

La resolución 719 de 2015 establece los requisitos y condiciones bajo las cuales el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA como autoridad sanitaria de orden nacional deberá expedir los registros, permisos o notificaciones sanitarias.

La resolución número 719 de 2015 establece la clasificación de alimentos para consumo humano de acuerdo con el riesgo de salud pública.

### **Diseño de concepto**

A continuación, presentamos listado de materiales y maquinaria que se requiere para la elaboración del producto:

- 1) Peladora de mangos
- 2) licuadora

- 3) Marcadora de palitos
- 4) Selladora de bolsas
- 5) Moldes
- 6) Congelador

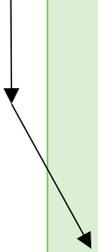
### Diseño en Detalle

#### *Diagrama de Bloques Producción de Paletas (“PALETICHES”)*

El Diagrama de funcionamiento, proceso y procedimiento se presenta en la siguiente tabla:

*Tabla 6 Diagrama de Bloques Producción de Paletas*

Descripción del evento	Tiem po minut os	No. Oper arios	D	O	→	□	▽
<b>1. Alistamiento de la materia prima.</b>	20 min.	2		I			
<b>2. Pelado de los mangos.</b>	40 min.	2		I			
<b>3. Lavado de los mangos.</b>	10 min.	2		I			
<b>4. Cocción de los</b>	30 min.	2		I			

<b>mangos.</b>							
<b>5. Enfriamiento de los mangos.</b>	20 min.	1					
<b>6. Licuado de los ingredientes mezclados con los mangos, azúcar y agua.</b>	20 min.	2					
<b>7. Traslado de mezcla para envasar en el respectivo empaque.</b>	10 min.	1					
<b>8. Selección y guardado de la muestra.</b>	5 min.	1					
<b>9. Envasado, adición de trozos de mango y almacenamiento del producto en el respectivo empaque, rotulado con logo, lote y fecha de vencimiento.</b>	30 min.	2					

<b>10. Refrigeración del producto para ser congelado y posteriormente vendido.</b>	200 min.	2					
<b>12. Traslado del producto a la distribución.</b>	60 min.	3					
<b>13. Fin del proceso.</b>	0 min.						
<b>TOTAL</b>	<b>445min</b> <b>=7hora</b> <b>s</b>						

Fuente: Elaboración Propia

### Cadena de distribución

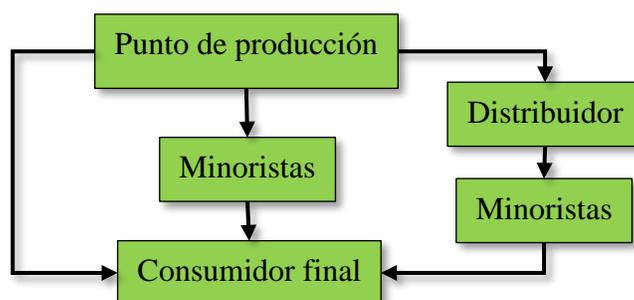
Según Castellanos Ramírez, "la importancia de la logística radica en la necesidad de mejorar el servicio al cliente, optimizando la fase de marketing y transporte al menor coste posible; algunas de las actividades que pueden surgir de la gestión logística de una empresa son:

- Incremento de líneas de producción
- Actividades de marketing
- Eficiencia de producción
- Alcanza altos niveles planeados
- Simplificar los intercambios

PaleTiches implementara canales de distribución directos e indirectos; pues mediante la distribución directa tenemos un contacto mas intimo con el consumidor final, de este modo podremos conocer con mayor facilidad cuál es su opinión sobre las PaleTiches y así se podrá entender de mejor manera cual es el nivel de satisfacción que alcanza el cliente al consumir el producto. Los canales de distribución indirectos juegan un papel quizás mas importante que los canales directos, pues gracias a estos canales se podrá hacer una mayor presencia en diferentes lugares de la región sin necesidad de contar con muchos lugares de almacenamiento propios.

Hoy día gracias a los avances tecnológicos estos canales de distribución han sido llevados a un nivel más avanzado, esto se ha logrado gracias al marketing digital; pues gracias a el uso de redes sociales, blogs y de mas herramientas que faciliten el e-Commerce se logra ofrecer un mejor servicio al cliente sin importar si este es el consumidor final, un mayorista o un minorista.

*Tabla 7 Cadena de distribución*



---

Fuente: Elaboración propia

## Costo de Producción y Precio de Venta

Tabla 8 Costo Unitario

PaleTiches	Columna1	Columna2	Unidad de costeo	50
Materia Prima	Unidad de medida	Costo por unidad	Utilidades Utilizadas	Costo
Mango Biche	Kg	3000	2,7	8100
Azucar	Lb	1000	0,15	150
Palitos de paleta	Paquete *1000	10	50	500
Bolsas Poli. 4x6	Paquete *100	9	50	450
Sobres de sal	Paquete *100	55	50	2750
Limon	Paquete *100	100	50	5000
Sobres de pimienta	Paquete *100	70	50	3500
Costo total de las materias primas				20450
Costos variables				15000
Costos totales = (Materia primas + Costos variables)				35450
Costo por Unidad				709

Fuente: Elaboración Propia

El costo para producir una unidad de Paletas de mango biche es de \$ 709

### Precio de venta

El precio de venta lo calculamos con el costo unitario y el porcentaje de utilidad:

$$PV = \frac{\text{Costo total unitario}}{1 - \% \text{ utilidad}} = \frac{709}{1 - 0,6455} = \$2000$$

El precio de venta equivale a \$2000.

### Indicadores de Calidad

Para la calidad de los procesos es importante tener en cuenta los siguientes indicadores de calidad:

- a) Nutricional
- b) Color

- c) Textura
- d) Calidad del agua
- e) Indicador de calidad e inocuidad
- f) Indicador de aspectos de producción
- g) Indicador de prácticas ambientales
- h) Indicador de aspectos generales
- i) Indicador de innovación tecnológica

## Etiqueta

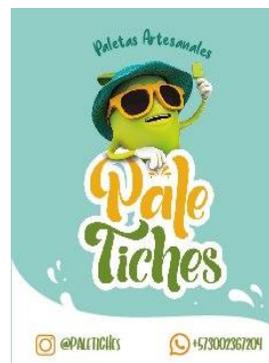


Figura 11 Etiqueta

## Empaque



*Figura 12 Empaque*

---

Fuente: Elaboración propia

## Prototipo

### *Características del producto:*

PaleTiches se caracteriza principalmente por su brand equity; el brand equity o valor de marca se logra mediante la implementación de pequeños detalles que le permiten diferenciarse claramente de la competencia; por ejemplo, contramarcas todos y cada uno de los palitos de las paletas con nuestro logotipo y el empaque llevara el imagotipo lo cual le permitirá a los clientes reconocer el producto de una manera rápida y eficiente, generándoles un deseo por adquirir la paleta de mango biche y poder deleitarse ante este producto de excelente calidad. Las PaleTiches tienen un factor característico que trasciende más allá de un buen branding, nuestra fórmula secreta especialmente diseñada para crear una mezcla con un sabor y textura inigualable permite que los trocitos de mango queden distribuidos uniformemente por todo el volumen del producto final.

### ***Características del prototipo:***

Para la elaboración de una docena (12) de unidades de PaleTiches se requieren 400 gr de mango debidamente procesado (lavado, pelado y con el debido proceso de cocción), luego de que el mango este reposado y frio se procede a licuar en su totalidad con 5 cucharadas de azúcar y para finalizar se le agregan 200 gr de mango en pequeños trozos; luego de tener todo mesclado de una manera uniforme dicha mezcla pasa a los moldes y allí se les incorporan los palitos de madera debidamente contramarcados con nuestro logotipo para poder ser congelados y finalmente se retiran del molde para ser empacados de forma individual en su respectiva bolsa con el imagotipo de la empresa.

### ***Como va a interactuar el cliente con el prototipo:***

Se dejará nuestro prototipo en manos de potenciales clientes para que estos puedan interactuar con él; en este punto es de gran relevancia prestar mucha atención a todas las reacciones que presentan las personas pues es muy importante saber interpretar lo que estas dicen y la forma en que lo dicen; una vez analizadas todas estas respuestas se podrán mejorar las características y/o añadir nuevas características para poder entregar un producto que satisfaga todas las expectativas que tiene el cliente frente a este.

### ***Evidencia del prototipo:***



*Figura 13 Evidencia prototipo*

### Modelo Running Lean

<b>Problema</b>	<b>Solución</b>	<b>Propuesta de Valor única</b>	<b>Ventaja</b>	<b>Segmento de clientes</b>
<p><i>Sobreproducción de mango en el departamento del Magdalena, llegando a convertirse en exorbitantes cantidades de fruta desperdiciada y finalmente en un potencial problema de salud pública</i></p>	<p><i>Incentivar el consumo del mango mediante un producto transformado que sea refrescante, natural y saludable como lo es la paleta de mango biche</i></p>	<p><i>Nuestra propuesta de valor se basa en crear una nueva experiencia en el consumo de Paletas con ingredientes naturales, sin aditivos ni conservantes que suman a una dieta rica en fibra para el buen funcionamiento del sistema digestivo</i></p>	<p><i>Contamos con una receta con una combinación excepcional de diferentes variedades de mango que hace nuestro producto único e irresistible</i></p>	<p><i>Personas entre los 12 y 30 años, localizados en el distrito de Santa Marta que desean un producto saludable, natural y refrescante; de estrato socio económico medio. Estudiantes de colegios y universidades</i></p>
	<p><b>Métricas Clave</b></p> <p><i>Ventas mensuales, clientes nuevos, clientes frecuentes, interacción en redes</i></p>		<p><b>Canales</b></p> <p><i>Directos e indirectos (se manejarán ventas directas desde el punto de producción e indirectas por medio de domicilios)</i></p> <p><i>Instagram: @paletiches</i></p> <p><i>WABusiness: +573002367204</i></p>	
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p><i>Insumos, mano de obra, servicios públicos, publicidad, transporte</i></p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p><i>Se tiene un margen de ganancia del 64,55% en las ventas directas ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.</i></p>		

Tabla 9 Modelo running lean

Fuente: Elaboración Propia

## **Validación de la idea de negocio**

### **Objetivo de la investigación de mercado**

Medir el nivel de satisfacción de los consumidores de las PaleTiches “paletas de mango biche” acompañadas de sal, pimienta y limón.

### **Objetivos específicos**

- Diagnosticar posibles sugerencias para la mejora del producto.
- Examinar la aceptación de las personas frente a las posibles adiciones (limón, sal y pimienta).
- Indagar sobre nuevos sabores.

### **Tipo de investigación**

Se realizará una investigación documental con un enfoque cualitativo. El método elegido para la recopilación de la información fue el muestreo probabilístico lo cual se logró a través de una encuesta utilizando el cuestionario como instrumento de medición mediante el uso de la herramienta Google Forms.

### **Formulario de encuesta**

1. ¿Te gusta el sabor de la paleta de mago biche?
  - Si
  - No
2. ¿Cuál adición de prefieres para tu paleta?

- Sal
  - Limón
  - Pimienta
  - Todas las anteriores
  - Ninguna
3. ¿Te gusta que la paleta traiga los trozos de mango?
- Si
  - No
4. ¿Te parece que el tamaño de la paleta es adecuado?
- Si
  - No
5. ¿Te gusta la presentación del producto?
- Si
  - No
6. ¿Qué le cambiarías a el producto?
- R/: \_\_\_\_\_
7. ¿Te parece adecuado el precio?
- Si
  - No
8. ¿Te parece refrescante nuestro producto?
- Si
  - No
9. ¿Te gustaría algún sabor en especial? ¿Cual?

R/: \_\_\_\_\_

10. ¿Te gusta la textura de la paleta?

- Si
- No

Fuente: Elaboración Propia

Enlace de la encuesta en Google Forms: <https://forms.gle/toR8usfDyFe4c98x6>

### **Tamaño de la muestra:**

El mercado objetivo, el cual estuvo conformado por personas entre los 12 y 30 años, localizados en el distrito de Santa Marta; lo cual según estadísticas del DANE equivale aproximadamente a un 25% de la población total de la ciudad lo que equivale a 119.963 personas.

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

Aplicando la fórmula de la muestra tenemos:

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

- Tamaño de la muestra ( $n$ )
- Nivel de confianza ( $Z$ ) = 1,96
- Grado de error ( $e$ ) = 0,05
- Universo ( $N$ ) = 119.963

- Probabilidad de ocurrencia ( $p$ ) = 0,5
- Probabilidad de no ocurrencia ( $q$ ) = 0,5

$$n = \frac{(1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 119.963)}{(119.963 * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n \approx 382$$

Esto nos indica que el limite de personas a encuestar es 382.

## Tabulación y análisis de la información

1. ¿Te gusta el sabor de la paleta de mago biche?

188 respuestas

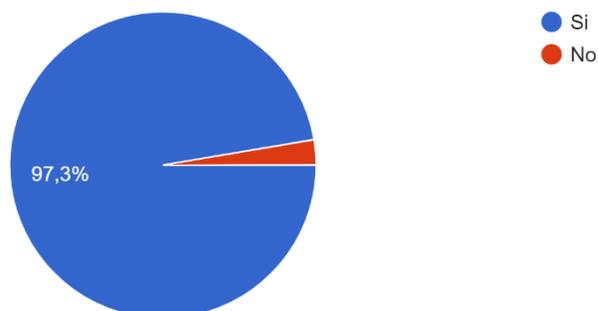


Figura 14 Tabulación pregunta 1

- En base a la encuesta y cómo podemos ver en la gráfica, la combinación de diferentes variedades de mangos nos brinda un sabor único el cual nos permite obtener una aceptación contundente del 97,3% de la población encuestada.

2. ¿Cuál adición de prefieres para tu paleta?

188 respuestas

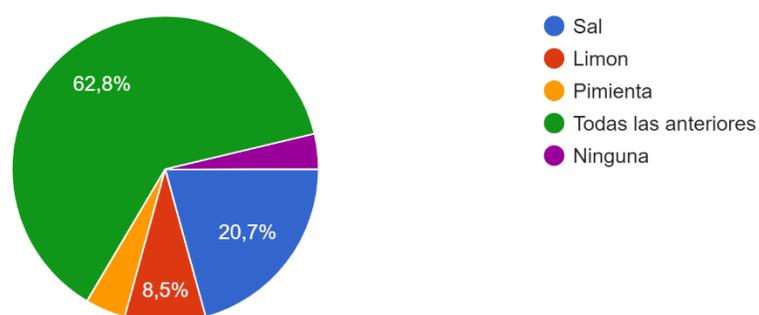
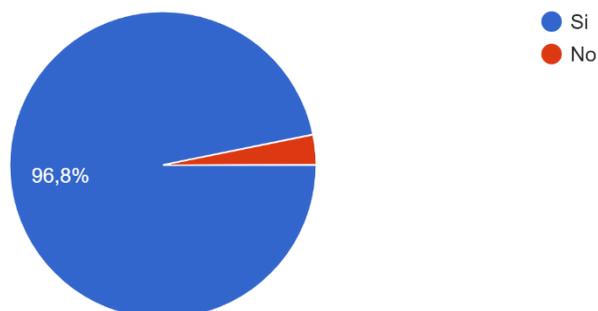


Figura 15 Tabulación pregunta 2

- Del grafico podemos interpretar con gran facilidad que más de la mitad de los encuestados disfruta de las PaleTiches con las 3 adiciones (sal, limón y pimienta) y que el porcentaje de encuestados que no desean ninguna adición es mínimo casi despreciable.

3. ¿Te gusta que la paleta traiga los trozos de mango?

188 respuestas

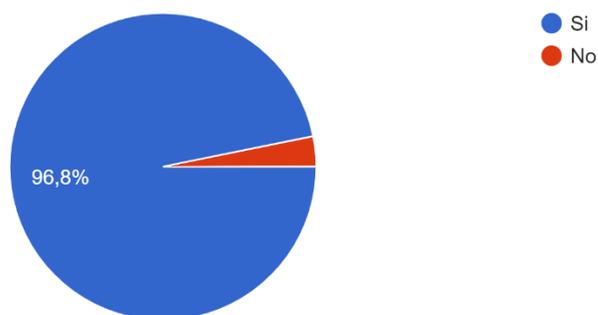


*Figura 17 Tabulación pregunta 3*

- Gracias a la gráfica se hace notoria la aprobación del consumidor respecto a el tamaño de los trozos de mango que traen las PaleTiches.

4. ¿Te parece que el tamaño de la paleta es adecuado?

188 respuestas



*Figura 16 Tabulación pregunta 4*

- De la gráfica anterior se puede deducir con facilidad que el tamaño de la PaleTiche es el adecuado para nuestro público objetivo.

## 5. ¿Te gusta la presentación del producto?

188 respuestas

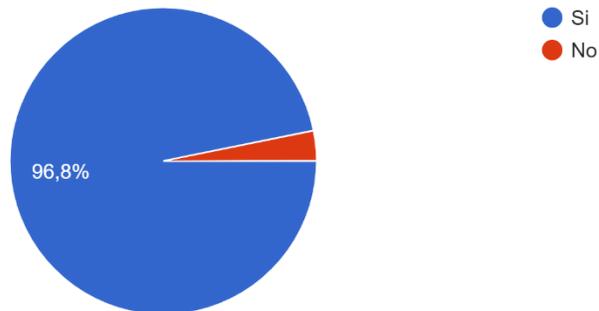


Figura 17 Tabulación pregunta 5

- Es contundente la acogida de la presentación del producto con un 96,8 % de los encuestados a favor de esta.

## 6. ¿Qué le cambiarías algo a el producto?

188 respuestas

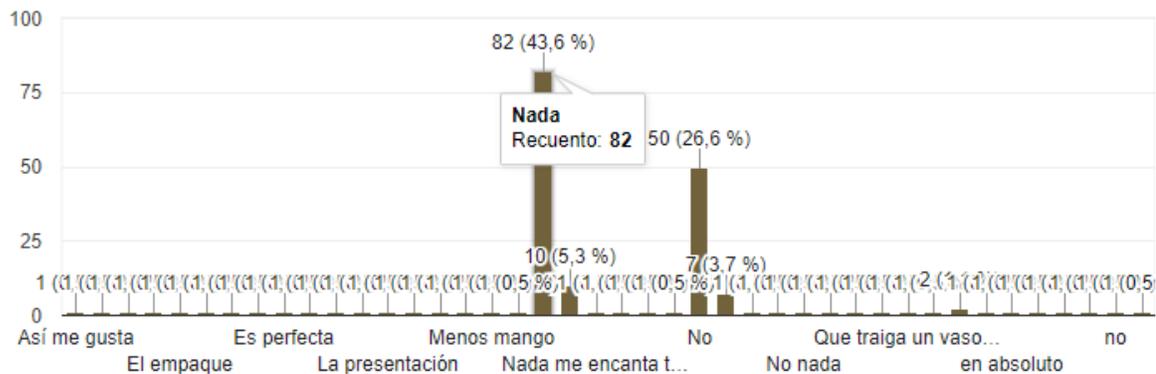
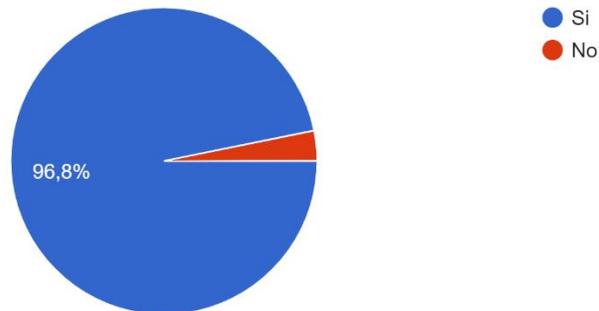


Figura 18 Tabulación pregunta 6

- Se puede notar que algunas personas no están conformes con la presentación o el empaque del producto; pero de igual forma es rotunda la aceptación por la gran mayoría de los encuestados.

7. ¿Te parece adecuado el precio?

188 respuestas

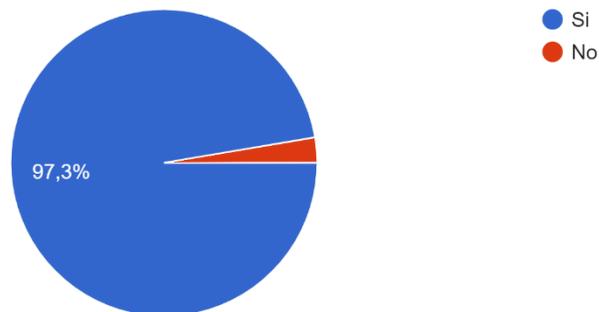


*Figura 20 Tabulación pregunta 7*

- Gracias a el grafico anterior podemos notar una gran aceptación del precio de las PaleTiches por parte de los encuestados.

8. ¿Te parece refrescante nuestro producto?

188 respuestas



*Figura 19 Tabulación pregunta 8*

- Un 97,3% de la población encuestada se encuentra a favor de que las PaleTiches son un producto refrescante.

9. ¿Te gustaría algún sabor en especial? ¿Cual?  
188 respuestas

Fresa	Coco	Chocolate	Kiwi	Las de crema
Maracuya	No	Todos	Cafe	Arequipe
Fresa	Corozo	De coco	Mora	Lulo, mango maduro,
Maracuyá	Corozo	3 leches	maracuya	Aguacate
Tamarindo	Mora	MARACUYÁAA!	Nata maní	Happy
Maracuya	Guanábana	Chocolate y banano	Frambuesa	Leche condensada
No	Chocolate	Sapote	Mango maduro	canabis
Tamarindo	Chicle	Banano y chocolate	Mandarina	Mango
Mani	Mango biche	chocolate	coco	Lulo

Figura 22 Tabulación pregunta 9

- Gracias a las respuestas obtenidas en la pregunta numero 9 podemos identificar algunos sabores para una nueva línea de PaleTiches con sabores nuevos como lo es el tamarindo, el corozo y el maracuyá los cuales son frutos tropicales al igual que en mango.

10. ¿Te gusta la textura de la paleta?

188 respuestas

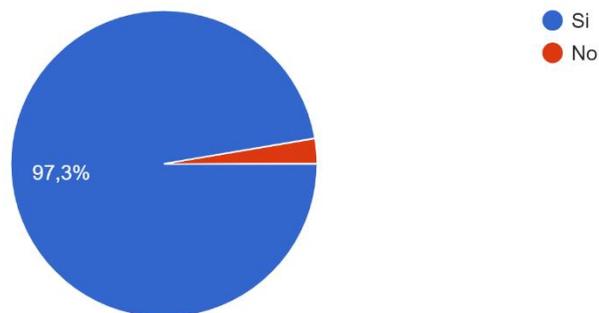


Figura 21 Tabulación pregunta 10

## Lecciones aprendidas y recomendaciones

En este trabajo se formuló un plan de negocio para “PaleTiches” una empresa productora y comercializadora de paletas artesanales elaboradas con frutos exóticos como el mango, permitiendo reducir el desperdicio masivo de este delicioso y saludable fruto en la ciudad de Santa Marta. Lo mas relevante durante la formulación de este plan de negocio fue poder generar un producto transformado que sea refrescante y saludable el cual va a incentivar el consumo del mango y a su vez disminuirá notoriamente el desperdicio de este en zonas veredales esto es de gran importancia porque se genera una solución a los problemas de salubridad provocados por la descomposición del mango. Lo que mas ayudo a generar un producto de calidad que sea aceptado por nuestro público objetivo fue la gran variedad de mango que se encuentran disponibles en la región permitiendo generar un sabor único e inigualable y además ser una rica fuente de vitaminas A, B6, B12, C, D, E, K, donde podemos destacar la vitamina A que ayuda a mantener los huesos y dientes sanos y fuertes; y la vitamina C que aumenta las defensas y promueve la curación de la piel.

Se recomienda incursionar en la búsqueda de nuevas recetas que permitan tener un producto con una textura un poco más suave, al igual que es recomendable generar productos similares como mermeladas y postres de mango y promover el consumo de algunos otros frutos tropicales como lo es el maracuyá y el tamarindo.

## Referencias

- Castellano Ramirez. (2009). *Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Chinquiza Nonzoque, J. (4 de Marzo de 2019). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/consumo/un-colombiano-gasto-29128-en-helados-durante-el-ultimo-ano-2835187>
- CIIU. (s.f). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas. Revisión 3.1 adaptada para Colombia*. Bogotá: DANE.
- Departamento Nacional de Planeacion*. (16 de 03 de 2016). Obtenido de Departamento Nacional de Planeacion: <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Colombianos-botan-9,76-millones-de-toneladas-de-comida-al-a%C3%B1o.aspx>
- DNP. (28 de Marzo de 2016). *Departamento Nacional de Planeación*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/Paginas/Colombianos-botan-9,76-millones-de-toneladas-de-comida-al-a%C3%B1o.aspx>
- Estadística, D. A. (07 de 2020). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/industria/indice-de-produccion-industrial-ipi>
- Jimenez Bello, D., & Vanegas Rojas, J. (2016). *Plan De Negocios Para La Comercialización De Paletas Tipo Artesanal “La Francesca” En Los Municipios De Villavicencio Y Acacías*. Villavicencio: Uniminutos.

*Leegales*. (10 de 07 de 2019). Obtenido de dianhoy: <https://dianhoy.com/listado-de-las-actividades-economicas/>

*Minambiente*. (15 de 05 de 2015). Obtenido de Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible: <https://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias-minambiente/1793-colombia-celebra-dia-mundial-del-reciclaje#:~:text=Colombia%20genera%20aproximadamente%209.488.204,y%20la%20mayor%C3%ADa%20de%20pl%C3%A1stico.&text=En%20t%C3%A9rminos%20de%20consumo%20de,d>

Mutis, G. (06 de 2013). *bibliote cadigital camara de comercio de bogota*. Bogotá: Semana Sostenible. Obtenido de bibliote cadigital camara de comercio de bogota: <http://hdl.handle.net/11520/22717>

Pascual Vergoños, M. (01 de 07 de 2015). *La Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/economia/management/20150701/54433059777/tecnologia-disruptiva-innovacion.html>

Zanin, T. (Marzo de 2020). *TUASAÚDE*. Obtenido de <https://www.tuasaude.com/es/congelar-fruta/>