



Yeison Gabriel Benavides Rosero

Edison Daniel Ibarra Rosero

Hernando Gabriel Troncoso Rodríguez

Corporación Unificada nacional de educación superior CUN

Creación de empresas 2 modelos de innovación

Facultad de Ciencias Administrativas
Programa de Administración de Empresas

23/10/2020

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Yeison Gabriel Benavides Rosero con célula de identidad
_____1082105865_____ de Aldana

alumno del programa académico TECNICA PROFESIONAL EN
ADMINISTRACION 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.

Firma: Yeison Gabriel Benavides

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Hernando Gabriel Troncoso Rodríguez con célula de identidad
85152888.de SANTA MARTA y alumno del programa académico TECNICO
PROFESIONAL EN ADMINISTRACION 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.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hernando', is written over a horizontal line.

Firma:

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Edison Daniel Ibarra Rosero con cédula de identidad ---1086107653-----
de

De Pupiales y alumno del programa académico TECNICO PROFESIONAL EN
ADMINISTRACION 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.

Firma:



Contenido

Contenido

Contenido.....	5
INTRODUCCIÓN.....	8
OBJETIVOS	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
PARA EL ÉXITO	11
1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	13
2. MODELO DE NEGOCIO.....	17
¿CUÁL ES SU MODELO DE VENTA POR INTERNET?.....	18
¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	18
¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?.....	19

¿Como cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	19
3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE.....	19
Patacones empacados al vacío	19
¿Qué empaque se utiliza?	19
¿Qué residuos recicla?	20
4. ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL.....	21
Defina las variables importantes para su idea de negocio	22
Dele un valor de (1 a 5)	22
Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)	22
Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia	23
□ ANÁLISIS DE PORTER.....	25
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.	25
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....	25
AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.	26
AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.	26
RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.	26
5.marquetin mix	27

Calidad.....	28
5.1.1 Portafolio	30
5.2 Estrategia de precios	32
Fijación de precios basados en los costos.....	32
Fijación de precios por valor agregado.....	33
Fijación de precios basados en la competencia	33
Precio psicológico.....	34
5.2 Estrategia de distribución.....	35
Estrategia de comunicación	35
Marketing Mix	36
MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA	37
Nombre de la idea de negocios: patacones al vacío.....	37
Actividad 1. Marketing Digita.....	39
Métricas clave	41
Estudio técnico	42
Requerimientos técnicos e inversión inicial.	42
Localización del proyecto.....	44
Instalaciones.....	47
Flujograma.....	50

INTRODUCCIÓN

Con el pasar del tiempo los hábitos alimenticios han venido cambiando, tanto así, que las comidas tradicionales han pasado a un segundo plato, siendo protagonista los alimentos de fácil y rápida preparación, altos en calorías; queremos retomar ciertas costumbres de consumo de alimentos que brindan gran cantidad de proteínas, fibras, vitaminas creando un producto con el fin de satisfacer la necesidad del cliente, minimizar el tiempo de cocción.

Patacón Express está dedicado a la producción y distribución de un producto derivado del plátano comúnmente conocido como “patacón”, lo cual este producto es consumido por millones de personas alrededor del mundo la diferencia es que los consumidores hacen el “patacón” de forma casera, realizando unos procesos de cocina. Por tal motivo nuestra empresa les alegrara los corazones a estos consumidores llevándolos hasta sus hogares, un producto de excelente calidad y un rico sabor como lo es el patacón Express, lo cual les va ahorrar tiempo al consumidor.

En este trabajo, se realizará un estudio, mediante el cual se determinará cual es la población objetivo y el mercado potencial; además de las variables que algunas u otra manera pueden afectar la operación del negocio y cómo puede afectarlo. De igual manera se analizan los productos sustitutos, productos similares y competidores directos existentes actualmente en el mercado, para encontrar la mejor combinación entre propuesta de producto y precio de venta del producto.

De igual manera, se estudian los requerimientos básicos en equipos de planta y mano de obra, para así, determinar factores determinantes de las habilidades y funciones para cada uno de los cargos que deben ser cubiertos en el negocio y que esto se haga de manera adecuada y por personas idóneas, entre estos requerimientos esta todo lo que se requiere para fabricar el producto y entregarlo al consumidor final.

OBJETIVOS

Objetivo general

Con el propósito de una independencia económica se inicia la búsqueda de oportunidades de este negocio y se identificó la necesidad de satisfacer en el mercado de los productos congelados, específicamente en los patacones.

Objetivos específicos

Diseñar las principales estrategias de mercadeo, con base en el análisis de la oferta y demanda del producto.

Identificar recursos de materia prima, recursos humanos, costos indirectos de producción y activos para la adecuada implementación del proceso productivo.

Construir la plataforma corporativa de la empresa, mediante la identificación de la Misión,

Visión, Objetivos y Estrategias.

Elaborar los estados financieros e indicadores financieros proyectados, de acuerdo a los datos generados en los estudios de mercadeo, técnico, organizacional y legal.

Resumen

Patacón exprés es un producto innovador que se pretende constituir para brindar los mejores estándares de calidad, facilidad, practicidad y nutrición en la canasta familiar de la ciudad de Santa Marta; mejorando la calidad de vida de sus consumidores encontrando en él un producto con una gran variedad de sabores como: limón, Pollo, y Natural, que además de esto le brinde la facilidad de preparación y nutrición, debido a los componentes innatos extraído de su fruto (plátano verde).

Con este proyecto se quiere inicialmente determinar qué tan viable o factible puede ser en los hogares en la ciudad de Santa Marta, conocer con más detalle las necesidades que tiene el mercado para de esta manera lograr un impacto positivo en el entorno. De este modo, se identifican y analizan las acciones encaminadas en materia de mercadeo, infraestructura, producción, comercialización, canales de distribución y comunicación para posicionar al producto, como la marca que te brinda salud, sabor y facilidad por un precio asequible a la canasta familiar. El resultado de los estudios y técnicas de la idea de

negocios, será el soporte para continuar en la creación e implementación de las mejores estrategias con miras a obtener un producto aceptado en la mente de los consumidores.

PARA EL ÉXITO

Los factores del éxito de nuestra Microempresa Patacón Express son:

Tener una buena ubicación

Calidad y precios adecuados

Personal capacitado

Producto y servicio innovador Buena atención a nuestros clientes

Calidad.

Presentación y distribución

Responsabilidad

Puntualidad en la entrega de nuestros pedidos

1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El tipo de investigación que pretendemos en este proyecto es descriptivo y exploratorio; ya que permite conocer los gustos de los consumidores potenciales a través de encuestas realizadas a un grupo de personas, las cuales hacen saber sus preferencias al momento de consumir productos pre cocidos y empacados al vacío; en donde se pretende cubrir las necesidades de alimentación de los clientes, ahorrándoles tiempo en el proceso de preparación.

Para la presentación y aprobación el plan de negocio de nuestros productos precocinados a base de plátano se destaca una fase inicial de donde se pensó en satisfacer una necesidad básica con un producto innovador. Durante esta etapa de elaboración del proyecto fue necesaria la implementación de varias teorías de comunicación y de comportamiento del consumidor entre otras. De igual manera se investigaron las propiedades y beneficios de la materia prima, para de esta manera resaltar, adicionar sabores y dar un valor agregado al mismo, y ofrecerlo a los consumidores finales.

La información recolectada proviene de fuentes secundarias y primarias como la observación directa y la encuesta, aplicada a los samarios que estuvieron dispuestos a mostrar sus gustos y preferencias al momento de comprar un producto innovador como lo son patacones empacados

al vacío.

Patacón Express es un producto innovador, porque además del patacón tradicional que ofrecemos también tendremos uno con rico sabor a ajo. Extraído directamente del plátano que es considerado uno de los frutos más apetecidos y saludables. Nutricionalmente el plátano verde es una fuente de fibra, vitaminas, minerales, rico en potasio y vitamina B6, que aporta al cuerpo beneficios en el organismo. Además de propiedades medicinales; ayuda a combatir los niveles de colesterol en la sangre y controla la glicemia.

Atributos intangibles

La calidad facilidad y transparencia serán los atributos en todos los procesos que con llevan al producto final lo cual garantiza su posicionamiento en el mercado. Así mismo se transmitirá confianza y amabilidad mediante la preparación de un excelente servicio

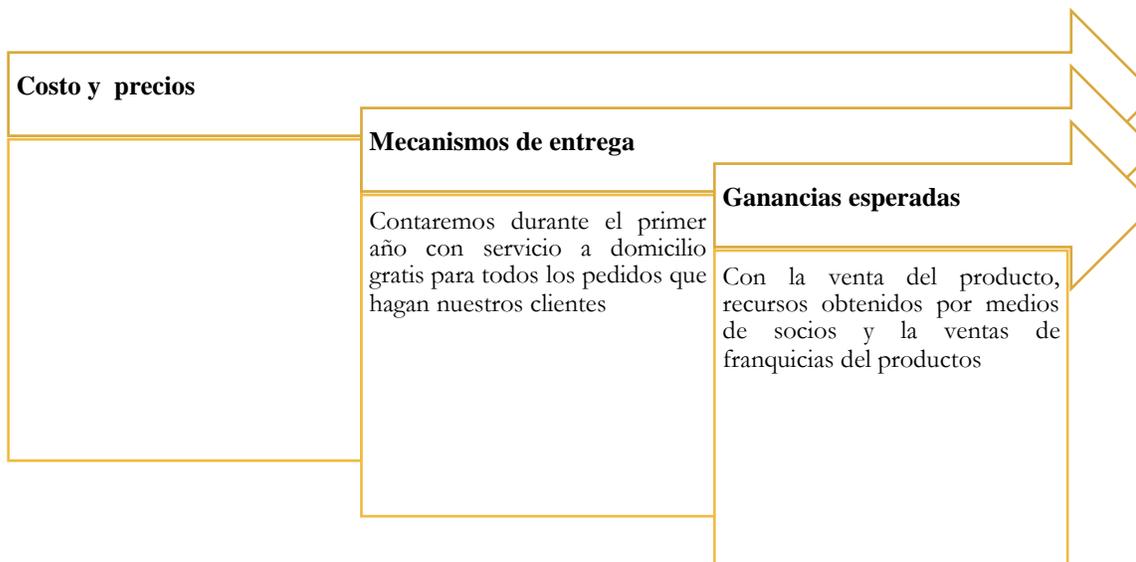
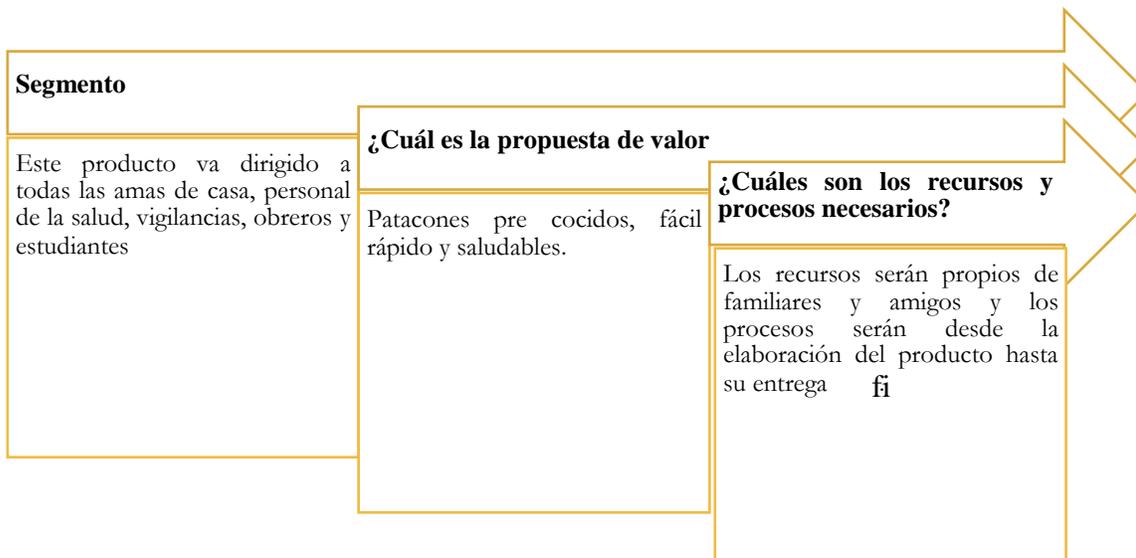
De este modo, la identificación de aquellos componentes que complementan de forma directa el valor del producto o servicio a brindar, entre ellos la distribución, la cual se convierte en una servicio adicional y factor fundamental ya que se basa en la capacidad de disponibilidad de producto o servicio, la forma, calidad, el orden y método con el que éste llega a su objetivo final clientes; la comunicación, la cual sin duda alguna juega un papel primordial al momento de querer impactar y llegar de manera oportuna y decidida a los consumidores.

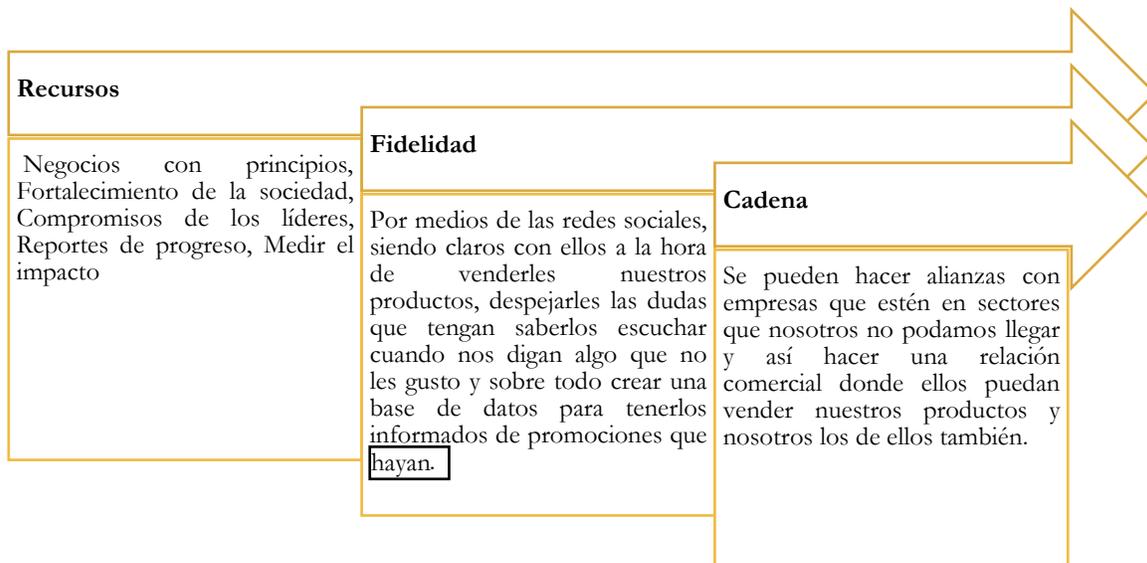
Cuyo objetivo básico es informar bien de manera personal e impersonal al mercado objetivo sobre la oferta de la empresa; la promesa de valor y/o agregar valor a productos mediante un servicio el cual es un modelo que permite ser líder, fidelizar los clientes y estar un paso más adelante de las distintas competencias, ya que es más difícil de copiar un servicio que un producto.

¿Cuál es el producto o servicio?	Patacón exprés es un producto extraído directamente del plátano que es Uno de los frutos apetecidos y saludables. nutricionalmente el plátano Verde es una fuente de fibra, vitaminas, minerales, rico en potasio y vitamina B6, que aporta al cuerpo beneficios en el organismo.
¿Quién es el cliente potencial?	Es toda persona que podría convertirse en comprador o consumidor de los productos que distribuyamos en nuestro negocio. (La población de santa marta.
¿Cuál es la necesidad?	Se pretende cubrir las necesidades de

	alimentación de los clientes, ahorrándoles tiempo en el proceso de preparación
¿Cómo?	“PATACON EXPRESS” inicialmente será local, específicamente en la Ciudad de Santa Marta, dirigido a un público mayor de 20 años que actualmente vivan en los estratos 1, 2, 3, 4 y 5, también es necesario que se encuentren laborando.
¿Por qué lo preferirán?	Porque es un producto innovador extraído directamente del plátano que es considerado Uno de los frutos más apetecidos y saludables.

2. MODELO DE NEGOCIO





¿CUÁL ES SU MODELO DE VENTA POR INTERNET?

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

El modelo que he escogido es crowdfunding o micro mecenazgo en castellano, captare a mis clientes por medio de promociones que se harán por nuestra página y sobre todo con las entregas en el tiempo estipulado.

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

Primero cumpliendo con todos los requisitos legales e impositivos, contar con un canal de venta online, atraer clientes a nuestro canal online y realizar estrategias para tener muchas visitas en nuestro canal de venta.

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

Despertando el interés del cliente, satisfaciendo las expectativas del cliente, darles factibilidades para adquirir el producto y teniendo credibilidad y seguridad a la hora de la venta. Los métodos de pago podrían ser por tarjetas de créditos y por el sistema de contra entrega.

3. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Patacones empacados al vacío

La innovación sostenible está dirigida directamente al empaque biodegradable del producto para la mejora del medioambiente, y el reciclamiento de los residuos como lo es la cascara del plátano.

¿Qué empaque se utiliza?

El plástico biodegradable está diseñado para que por acción de organismos vivos, lo utilicen como fuente de carbono y por lo tanto consumiendo el material plástico y aportando una sostenibilidad ambiental y distinción de dicho producto que está comprometido con el medio ambiente, de esta manera se disminuye notablemente los

niveles de los efectos invernaderos emitidos o causados por la contaminación o desechos que perduran bastante tiempo en nuestro ecosistema, es posible implementar una estrategia de reducción o compensación de emisiones, a través de diferentes estrategias de producción y de material reciclable.

Una vez el plástico termina su etapa útil este no tiene un impacto dañino en el medio ambiente, esto se debe a su ligero degradamiento y un frágil impacto nocivo frente a la sociedad manteniendo los niveles de CO₂ estables y aportando mejoras a los niveles del calentamiento global.

¿Qué residuos recicla?

De igual manera los residuos que se pueden reciclar mediante el proceso de elaboración del producto (patacones al vacío) es fundamentalmente recalcar que la cascara de plátano sirve para nutrir a la tierra como abono orgánico por sus componentes que poseen un alto valor nutritivo, pues aportan potasio, hierro y vitaminas B6, C y K, además de ser ricas en antioxidantes, manganeso, fibra, biotina y cobre.

Aprovechar esta estrategia de eco innovación podría generar nuevas formas de crear una gran ventaja competitiva y aprovechar estos residuos que contiene grandes beneficios para la tierra y en el proceso del cultivo del plátano, el cual brindaría a la sociedad un producto

cada vez más libre de químicos, si no priorizando en un producto que desde su cultivo se lo diferencia por sus componentes cien por ciento naturales aprovechando el residuo de la cascara de plátano.

4. ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL

□ Identifique quien es su competencia

Dentro de nuestra idea de negocio se ha intentado satisfacer la necesidad de los usuarios de alimentos nutritivos, prácticos y de fácil preparación a través de un producto tradicional en la ciudad de Santa Marta, teniendo en cuenta la característica de los productos, se deduce que nuestras principales competencias serían:

a- Pataconcitos de la costa

Rapi-papas

b- yuca precocida

c- deditos y empanaditas congelados

Defina las variables importantes para su idea de negocio

Una de nuestras variables importantes la cual la distinción e impulso del producto ya que en la actualidad en ciudad de santa marta no se encuentra este tipo de ventas de este producto

La localización es importante resaltar el consumo de patacón, ya que este es producto tradicional que acompaña siempre las comidas de los habitantes de la ciudad de santa marta, dado nuestro caso, que sea una de las variables importantes, al ser nuestra idea de negocios patacones precocidos

La competencia sin durar alguna esta es una de nuestras variables importantes ya que no hay mucha competencia en el sector de venta de patacones precocidos

Dele un valor de (1 a 5)

Nuestro producto tiene un valor 3 por necesitamos innovar en cuanto sabores y atraer clientes en el resto de la ciudad del país

Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

Es un producto innovador, extraído directamente del plátano que es considerado como uno de los frutos más apetecidos y saludable. Nutricionalmente el plátano verde es una fuente de fibra, vitaminas, minerales, rico en potasio, y vitamina B6 que aporta al cuerpo

beneficios en el organismo. Además de propiedades medicinales; ayuda a combatir los niveles de colesterol en la sangre y controlar la glicemia. Es por esto que PATACON EXPRESS (patacones precocidos y saborizados) llega a la canasta familiar para el consumo de todas las personas: niños, adultos y ancianos debido a que es una alternativa rápida, deliciosa y de práctica preparación que puede ir acompañada en todas sus comidas

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia

Variable 1 Variable 2 Variable 3 Variable 4 Variable 5

IDEA	Patacón	La	Es un	El sabor	
DE	expres	localización	producto	a ajo y limón	Precio
NEGOCIO	El impulso en	Es	cien		8.400,
Patacón	ventas, a través	importante	porcientos		La
expres	de una buena	destacar el	naturales		libra
	comunicación, no	consumo	ricos en		
	obstante, una		vitaminas		

	buena presentación para atraer clientes	tradicional en la ciudad de santa marta	como también ayúdala digestión		
--	---	---	---	--	--

COMPETENCIA

Y a cuenta con Su localización No tiene 6000, la

1 Pataconcitos clientes también es en sabores libra santa marta

COMPETENCIA	Ya tienes	Su venta	Tiene		3500, la
1	clientes	también es la ciudad de santa marta	propiedades en vitaminas		libra

ESTRATEGIA	Impulsar	Tratar de	Mejor		Satisfacer
	las ventas a	ir innovando	para que el	Enfocarnos	al cliente
	través de	para atraer	producto a	en un	con un buen
	interactuar con	otros	la venta sea	proyecto	producto
	el cliente	mercados en	más	innovador	que
	tratando de	el resto de	saludable	para	satisfacer lo
	hacer	ciudades del		ponerle	que el busca
	promociones	país		más	
	para que sepa			sabores al	
	culés nuestro			producto	
	producto				

□ ANÁLISIS DE PORTER

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

Los principales mecanismos de negociación con nuestros clientes es la comunicación tratara de llegar a ellos de manera asertiva y contundente c Integración en redes, página Web e informado, la calidad de nuestro producto no obstante esta también se pueda realizar en la comunicación con la presentación del empaque del producto, atrayendo a nuestros clientes con la imagen de logo de la empresa.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

La empresa exigirá a sus proveedores calidad y estricto cumplimiento. Se hará constante seguimiento para controlar de primera mano las necesidades del cliente brindando un alto

grado de calidad en nuestro servicio. Lo que queremos con esto es que nuestros proveedores nos brindaron productos de calidad, ya sea en los plátanos lo que es empaquetamiento para que nuestro producto no pierda calidad la hora de consumo

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

En esta categoría, se encuentran los productos al vacío listos para freír que se consume en gran cantidad como podemos encontrar varios competidores en el mercado como Pataconcitos de la costa, Rapi-papas, yuca precocida y deditos y empanaditas estas son la empresa que sería nuestra competencia,

AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

La competencia no brinda el plus innovador que es patacones saborizados al vacío. Los clientes serán fidelizados con atributos de calidad, costos, sabores y presentaciones

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

Pataconcitos de costa, es la única empresa dedicada a la producción y comercialización de patacones al vacío en la ciudad de Santa Marta, pero solo ofrecen 1 solo sabor que es al natural.

Atiende aproximadamente 20 pedidos al día. Se encuentran ubicados en un local para la producción, pero su comercialización es a través de las redes sociales: Facebook y WP por encargos.

5.marquetin mix

Núcleo:

Nuestro producto es un producto saludable, el cual es plátano verde para darnos a entender nuestro producto se encuentra en un estado de freído o de cocción en aceite además de esto sabemos que el producto se encuentra empacado al vacío, estar al corriente que el empacamiento al vacío hace que el pronto tenga una mayor obstinación al tiempo para no perder su sabor al igual que su estructura no obstante nuestro producto resaltara ese sabor tradicional del plátano verde con algunos sabores demás

Para la parte física es un producto de características de producto congelado, el cual tiene una bonita presentación, para destacar podemos fortalecer que el empaque hace que

el cliente pueda mirar el producto para que el evidencie las condiciones buenas condiciones de igual manera evidencie la textura del producto

En la parte técnica el producto está envuelto en material exclusivo que sea resistente no obstante ideal para el producto y para el empacamiento el vacío y de esta manera lograr mantener el producto en buenas condiciones además de esto contara con 7 porciones de patacones empacadas al vacío

Calidad

Para la parte de la calidad nuestro producto de patacones empacados al vacío será la manera de que las personas o clientes nos diferencien del resto para tener en cuenta las características físicas, en ellas la manera de como nuestro se mirará en los congeladores de los teneros o en nuestros locales no obstante como el producto se mirar en las plataformas web y los elementos de la comunicación tales como... Facebook, Instagram, Twitter,

El empaque del producto será un empaque exclusivo hecho con materiales propios para mantener productos al vacío, en este empaque será transparente para que las personas o clientes miren la calidad del producto por las que ellas van apagar

Como calidad nuestro producto es producto natural fuente de vitaminas además es producto delicioso que combina con toda clase de comidas *Envase se* realizará en bolsa de 20 y 30 cm y 20 x 30cm aproximadamente, se empacará al vacío, el cual demás de evitar la oxidación del producto, evita el movimiento y rotura de las piezas de plátano, garantizando una buena presentación.

Es un en base exclusivo para productos empacados al vacío no obstante este es transparente dando así que producto se pueda mirar también es muy pero muy bien sellado

para que no entre aire y el producto no pierda su calidad puede ser de sabor al igual que sea crocante con esto le daremos al cliente la confianza necesaria que nuestro producto es producto de calidad



Diseño será un producto en unidad ovalado, de 4 milímetros de espesor y un peso aproximado de 80 gramos, el cual estará embolsado con un material exclusivo para conservar la duración del producto y contará con 7 unidades de patacones al vacío.

Será un diseño apto para producto como el nuestro de empacado al vacío, además de esto tendrá nuestro logo y otras características que lo haga llamativo para lograr atraer clientes por medio de nuestro diseño como lo dijimos anteriormente el empaque será exclusivo, y haremos de notar en este lo crocante de nuestro producto, por el empaque es transparente Servicio

el producto ya empacado deberá, mantenerse congelado a temperatura inferiores a lo menos -18°C durante su almacenamiento y distribución con el fin de mantener su calidad el servicio quedamos en nuestra empresa es la satisfacción de darle a nuestro cliente un producto de buena calidad listo para consumir no obstante para destacar es la oportunidad de aprovechar la tecnología y la industrialización para llevar un producto cultural y

tradicional como lo es el patacón a la ciudad de santa marta de manera como nosotros lo comercializamos que es el patacón empacado al vacío

5.1.1 Portafolio



Rol			
Donde juega	<ul style="list-style-type: none"> -Patacón presentación pequeña -Patacón presentación mediano -Patanco presentación grande 	<ul style="list-style-type: none"> -Patacón natural -Patacón sabor a limón -patacón sabor a pollo 	<ul style="list-style-type: none"> -Presentación paquete -Presentación six pack - -Presentación de 24 paquetes

Cual es la juega	Esta parte va dedicada a la ciudad de santa marta, dando inicio a cumplir y a satisfacer las diferentes necesidades en cuanto al cliente como a las personas que van a consumir nuestro patacón que esta empacado al vacío, dando diferentes líneas para que nuestro consumidor se acomode a ellas de acuerdo a su presupuesto	La variedad de sabores para satisfacer los diferentes gustos de nuestros clientes nos dará ese producto de valor para satisfacer las necesidades	Diseñamos esta parte para los tenderos que son cliente importante en nuestra ida de negocios, y el cual será nuestro cliente primordial

5.2 Estrategia de precios

Fijación de precios basados en los costos

La fijación de nuestros precios va acorde la parte de costo de cuanto a nuestra organización empresarial le cuesta fabricar 500 patacones al vacío para tener una ganancia de 41% margen de ganancia

1-Para la venta de la porción pequeña de patacón de 500 estaría en un \$8350 pero la venta se haría en \$9000

Para la porción mediana de 800 gramos quedaría en \$13900 mil pesos

Para la porción grande la cual sería de 1 kilogramo estaría en \$17000 mil pesos

2-Para la parte de saborizantes no tendría influencia en el precio no importa el sabor tendrá el mismo precio

Si le vendemos al tendero le venderíamos por unida al precio de \$8500 pesos y si nos compra por el six pack la quedaría a \$8350 pesos y si él nos comprara el paquete de 24 porciones de 500 gramos les quedaría a \$8000 pesos

Fijación de precios por valor agregado

Como empresa nuestro único producto es el patacón que se venderá en la ciudad de santa marta para tener en cuenta el plátano verde o patacón forma parte de los platos típicos de santa marta no obstante este casi se consume a diario por las personas de esta región nuestro valor agregado esa que nosotros lo empacaremos al vacío y tendrá un sabor adicional ya se ha de pollo o limón

Fijación de precios basados en la competencia

Identificamos nuestra competencia papa a la francesa MC Caín, rapi papo y casquitos de yucas precocida Rapi yuca, con precios aproximados entre \$12.000 a \$14.000 por libra.

Nuestro será precio en el mercado de cada patacón será menor que dado que nuestro costo para hacer el patacón al vacío está de acuerdo al precio del mercado y teniendo en cuenta que es un producto muy tradicional

Precio psicológico

Nuestro precio es psicológico porque tratamos de impactar con los números y también en lo que ofrecemos y cabe destacar que disminuimos nuestro precio al de la competencia para lograr entrar más en la cabeza de nuestros clientes también ofrecemos distintos prototipos de tamaño para afianzarnos en el precio psicológico Tales como:

500 gramos a \$49000 pesos

800 gramos a \$13900 pesos

1 kilogramo a \$17000 pesos

Para tener en cuenta escogimos números impares para lograr entrar con más facilidad al cliente y logra tener su atención sabiendo que 100 gramos cuestan \$1800 pesos y si los vendemos en cantidad ese valor disminuirá, pero ganaremos en la parte de vender más, pero tan solo se perdería 100 pesos en el paquete de 1 kilogramo

<i>Total, Costos Fijos</i>	\$	32.886.103
<i>Total, Costos Variables</i>	\$	5.906.639
<i>Costo Total</i>	\$	38.792.742
<i>Costo Variable Unitario</i>	\$	5.871
<i>Margen de Ganancia</i>		41,76%
<i>Precio de venta</i>	\$	8.323

5.2 Estrategia de distribución

Como estará relacionado la estrategia de distribución en nuestra organización pues estar dada de nosotros al tendero y del tendero a los clientes, no obstante, también tendremos un local para venderla nosotros mismos

Estructura de los canales para la organización de patacones al vacío:

Directa -----fabricante e iría al consumidor

Corto-----fabricate nosotros el tendero y después iría al cliente

Estrategia de comunicación

Como estrategias de comunicación en la organización hemos estudiado el sector donde se realizarán las ventas que es la ciudad de santa marta a demás analizamos a nuestros consumidores que sería El producto va dirigido a personas de estratos 2, 3, 4 y 5 por lo cual además para tener en cuenta nuestra generación de consumidores seria la generación y que son las personas que hace las compras de la canasta familiar para llamar su atención y lo lograrlos atraer como nuestros clientes

Nuestra publicidad se dará en redes sociales como lo son Facebook Instagram

Además, utilizaremos una publicidad por medio de promoción en las calles dando a conocer nuestro producto esta se dará principalmente en la noche y es cuando estas personas miran televisión porque sabemos que estas personas se la pasan trabajando, y en ese momento libre podríamos atraer su atención

En las redes sociales también implantaremos videos para mostrar la calidad de nuestro producto y con esto mostraremos la tradicionalidad y lo cultural del plátano verde en un producto innovador y tecnológico como el nuestro que es patacón al vacío

Marketing Mix

Estrategia	Objetivos Smart	¿Cómo?	¿Quién?	¿Dónde?	Valor
Producto	Una empresa encargada de distribuir un producto tradicional de la comida de la costa	Por medio de campañas digitales además por radio y televisión	Fernando Troncoso	Ciudad de santa marta	8000000
Diseño y exclusividad	Imagen de la empres del empaque del producto al vacío patacón	Mediante plataformas de diseño y tecnología para ser un articulo exclusivo	Yeison Benavides	Ciudad de Ipiales	Por diseño 50000 Por paquete de 100 unidades 80000
Paquete de descuentos	Se hará descuentos Alos tendederos de un 15%	Alas personas que distribuyan	Yeison Benavides	Ciudad de santa marta	1000000

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

Nombre de la idea de negocios: patacones al vacío

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
Primer paso: Diagnóstico del mercado	Identificación del sector	Alimentos congelados-pre cocidos
	Identificar marcas en competencia	Mc Caín rapi papa – croquetas de yuca – patacones caseritos míster
	Soluciones principales y alternativas	Tienen variedad de producto
	Tendencias del mercado	Variedad en sus productos
	Arquetipo de la marca	Creador- explorador
Segundo paso: Realidad psicológica de la marca	Percepción de las marcas de la competencia	Innovadores
	Identificar variables del neuromarketing	Sonido
Tercer paso: Posicionamiento	Identificar top of mind	Cuando la gente piensa en papas pre cocidas congeladas se le viene a la mente la marca mc Caín
	Identificar top of heart	Al consumidor se le viene a la mente la marca mc Caín cuando

		piensan en comprar papas croquetas de yucas casquitos de papas y purés de papas congelados por la variedad que maneja la marca en sus productos
Cuarto paso: Realidad material de la marca	Traducir muestra propuesta de valor en la marca	Patacones pre cocidos, fácil, rápidos y saludables.
	Definir arquetipo de la marca	Creativa, innovadora, producir variedad de sabores
Quinto paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	Marketing digital

Actividad 1. Marketing Digita

-Escoja la red más adecuada para dar a conocer el producto o servicio escogimos estas redes sociales porque al investigar nuestros consumidores que son la generación y son los que más las utiliza,

R/ Las redes que utilizáremos serán Facebook e Instagram.

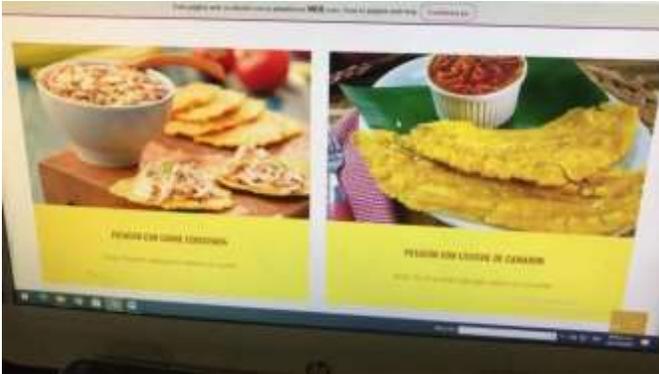


Facebook es una de las redes sociales, usadas por la generación y como también por la mayoría de generaciones es muy conocida dentro de las promociones y muy importante saber que en esta vamos a publicitar un producto que es una tradición consumirlo en la ciudad de santa marta que es el plátano verde



Instagram es una red social muy importante hoy por día para la publicidad sabemos que en ella se promociona productos casa a diario nosotros como organización la vamos a

usar para lograr atraer nuevos clientes jóvenes y que conozca de nuestro producto -Cree contenido especializado



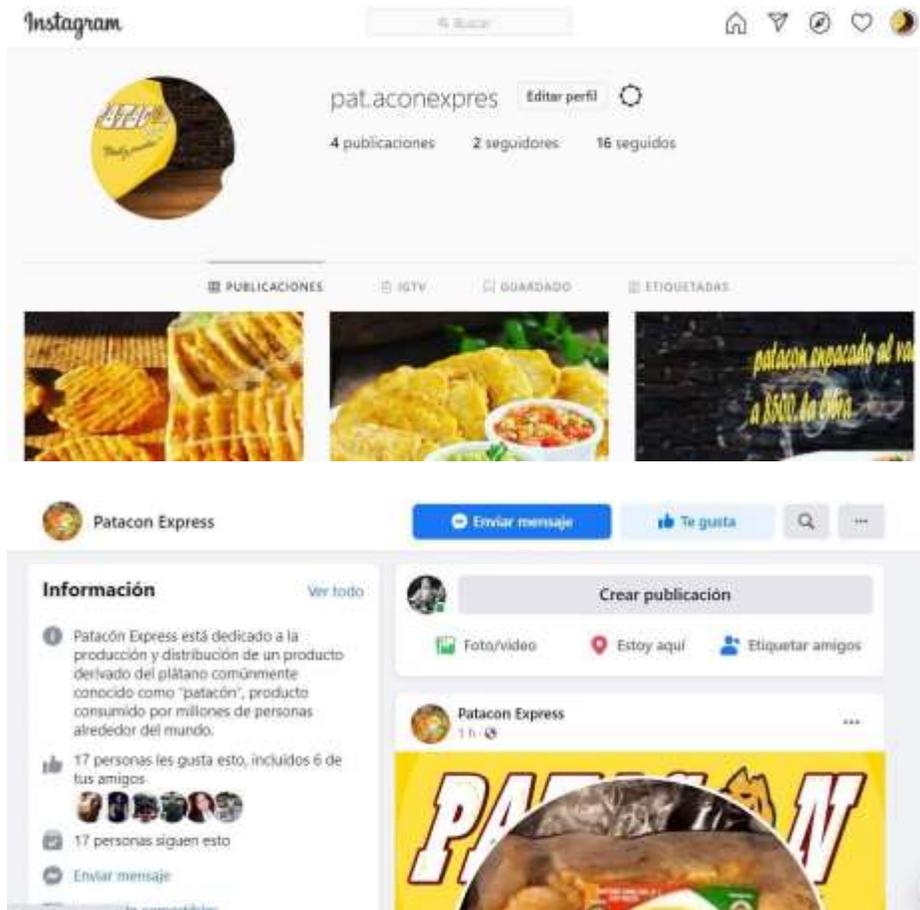
-Suba video que brinden mayor viralidad.

-Describa la herramienta digital que usaría para su emprendimiento

R/ usaremos varias herramientas digitales para realizar nuestros emprendimientos como, correos electrónicos con el nombre de nuestra empresa, redes sociales, un sitio web adecuado, software para compartir archivos, aplicaciones de video conferencias y llamadas. Adjunto (url) de página web

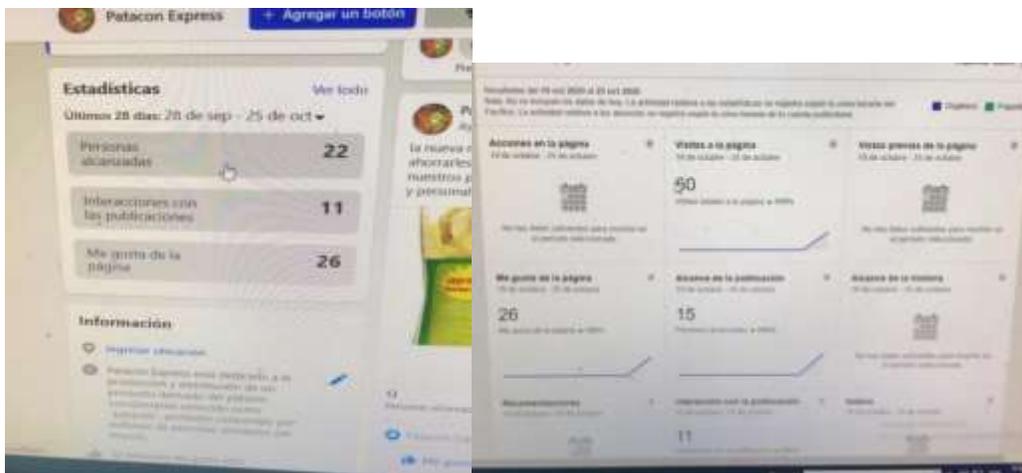
<https://pcarredondo2000.wixsite.com/pataconexpress> <http://Facebook.com/Patacón-Express-106467854593623>

<https://www.instagram.com/p/CGyJrKhHsuB/?igshid=s8kidxadpgmx>



Métricas clave

Para esta parte nos guiaremos por la plataforma de Facebook que nos dictara los datos respecto al comportamiento de nuestro modelo de negocios o de nuestra marca en esta red social tan influyente los datos obtenidos en las publicaciones del producto en si cuentas alcanzadas, interacción con las publicaciones, así como cuantas personas visitaron nuestra pagina



Estudio tónico

Para el estudio financiero se han tomado los datos de inflación proyectados para los próximos 5 años (2017, 2018, 2019, 2020 y 2021) como se muestra a continuación:

Ilustración 15. Inflación proyectada para los próximos 5 años. Fuente: (Bancolombia, 2017)

Según la información de mercado, se ha estimado un precio de venta de \$9.320 por cada paquete pequeño de 30 unidades de patacones precocidos. En la reforma tributaria del año 2016 el impuesto a la renta y complementarios fue modificado y unificado con el impuesto a la equidad social CREE;

Requerimientos técnicos e inversión inicial.

Para empezar a operar, Patacón requiere realizar adquisiciones en maquinaria y equipos a varios proveedores por \$21.299.992. A continuación, se detallan las compras e inversión inicial.

Para financiar la inversión inicial, se realiza un análisis simulando un préstamo de Bancolombia con la línea de libre inversión, el cual será destinado para la compra de Activos fijos, este será por \$15.000.000, con una tasa de interés del 1,10%EM (14,03%EA) a un plazo de 6 años.

Bien /patacones empacados al vacío				
Unidades de producción diarias: 150				
Patacones empacados al vacío	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan en la actividad	Número de personas	Equipos y maquinaria
Selección del producto	2 horas	Gestor de calidad	5	Mano de obra
Pelar	1 hora	Gestión de calidad y manufactura	4	Cortadora de papa industrial
lavado	3 horas	Supervisor y gestión de calidad	4	Máquina de limpieza industrial

anti oxidación	1 hora	Gestión de calidad y técnico en salubridad	3	Levelux maquina antioxidante
empacado	2 horas	Manufactura	4	Muelle empacador la vacío
Succión al vacío	3 horas	Manufactura y gestión de calidad	4	Selladora al vacío

Localización del proyecto

en santa marta la ubicación de la empresa es una estrategia donde es un sector que por la abundancia del plátano se ha tomado la iniciativa de generar una nueva idea de negocio en el cual s implementa al patacón y su valor agregado es en su sellado al vacío.

En santa marta 19,05% de su población total, consume tubérculos, raíces y plátanos (Gil, 2013); en el orden de Snacks más consumidos, estos ocupan el segundo lugar después de los cereales. A partir de lo anterior, esta es una gran oportunidad para entrar a este mercado ya que son productos de alto consumo, adicionalmente el mercado no está saturado y las empresas que actualmente lo ofrecen no tienen mucha acogida por los consumidores, como anteriormente se identificó en los estudios preliminares de este proyecto (prueba piloto), por esto, las personas optan por comprar otros productos que suplan la misma necesidad o

en muchas ocasiones resuelven comer fuera del hogar. La industria de alimentos ha venido aumentando en los últimos años, simbolizando un rubro del 3% en la producción nacional en el PIB (Feria Internacional de la Alimentación, 2016). Específicamente el sector de los

Ubicación	Barrio San José
Arriendo mensual	\$1.300.000
Metros cuadrados	76
Estrato	3

Cercanía para el comercio y consumo de los productos: debe ubicarse en una parte donde sea fácil llegar tanto a envigado como a el poblado inicialmente. También debe ser un lugar con flujo de personas, ya que en la fábrica también se tendrá un punto de venta propio. 2. Entorno: el entorno no debe ser residencial, ya que va a funcionar una fábrica y como tal puede emitir ruido u otro tipo de contaminantes. 3. Accesibilidad: debe tener varias rutas de acceso y la facilidad de diferentes de medios de transporte. 4. Alquiler: es indispensable buscar economía, ya que esto será un gasto fijo de todos los meses y al

comienzo no se tiene mucho músculo financiero. 5. Estrato: debe ser un estrato relativamente bajo, por motivo de costos en los servicios públicos.

en Colombia, vende más de \$200.000 millones en todos sus productos (La República, 2013).

Colombia tiene muchas oportunidades y tendencias en el sector de los snacks. Según la opinión del Sr. Farid Serna G, Gerente de Producto de Comestibles Ricos Ltda., “El consumidor colombiano se está acercando más a productos con sabores y características propias, de origen, que se vinculen más con sus hábitos y costumbres, pero a su vez que le ayude a autodefinirse como moderno, actual y original” (Industria alimenticia, 2008). A partir de observaciones en el sector, realizadas previamente por los emprendedores de este proyecto, con ayuda de consumidores del mercado objetivo; se encontró que existe una empresa que ofrece patacones congelados, su nombre es “Patacon Express”, se evidenció además que su nivel de aceptación no es muy alto, ya que en la investigación que se realizó en los lugares donde se distribuyen estos productos, se indago con el personal, y éste manifestó que el inventario de estos patacones en los almacenes de cadena tiene una baja rotación. Adicionalmente, hay que tener en cuenta que los patacones, pertenecen al sector de los snacks o pasabocas, el cual tiene mucha variedad de producto, pero todos con el mismo objetivo de brindar facilidad a la hora de su consumo. Este sector ha venido creciendo en los últimos años, el comercio de los productos que pertenecen a este pasó de \$1,2 billones en 2008 a los \$1,9 billones del 2013 (Redacción de El País, 2014). Esto es un reto más, para Pataco, ya que directamente no tiene mucha competencia, pero indirectamente

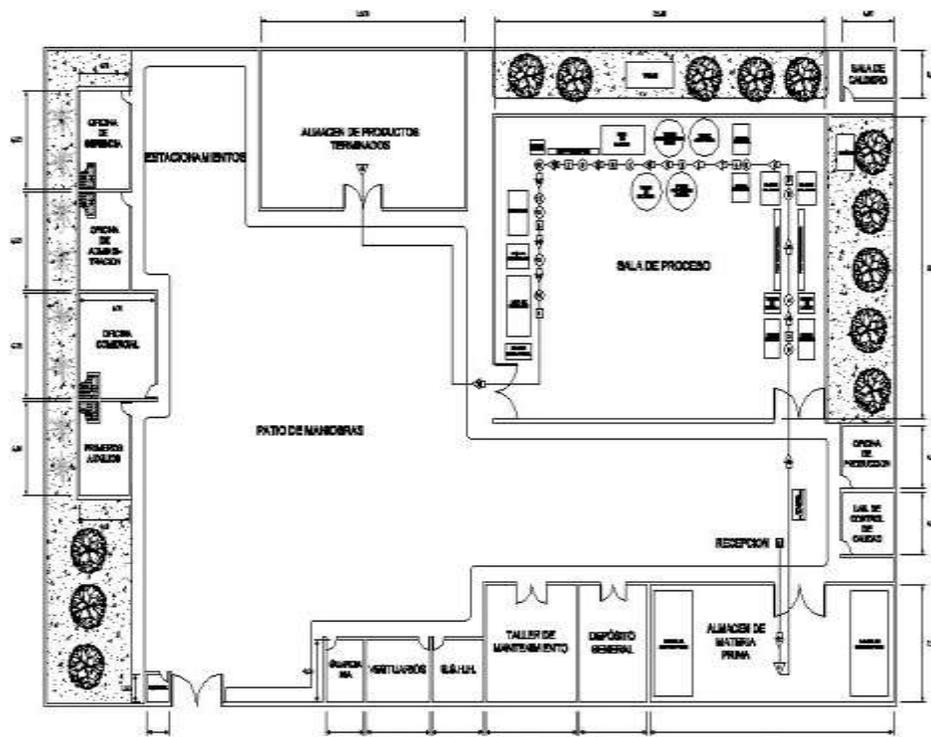
Instalaciones

Contamos con una lata gama de maquinaria de alta calidad la cuales garantizan procesos de un producto de alta calidad para el consumo de los clientes de igual manera una infraestructura donde se aplican todos los estándares de higiene y salubridad

Par obtener un producto confiable para nuestro cliente garantizándole un nivel de producción de alta calidad

Los requerimientos de infraestructura que se han tenido en cuenta para la implementación del proyecto son un área donde

Actualmente Colombia ocupa la posición número 66 entre los países con mayor desarrollo tecnológico en el mundo (Dinero, 2013). Antioquia destinó en el 2019 en ciencia y tecnología 40.464 millones de pesos, destinados para capital humano y fortalecimiento de

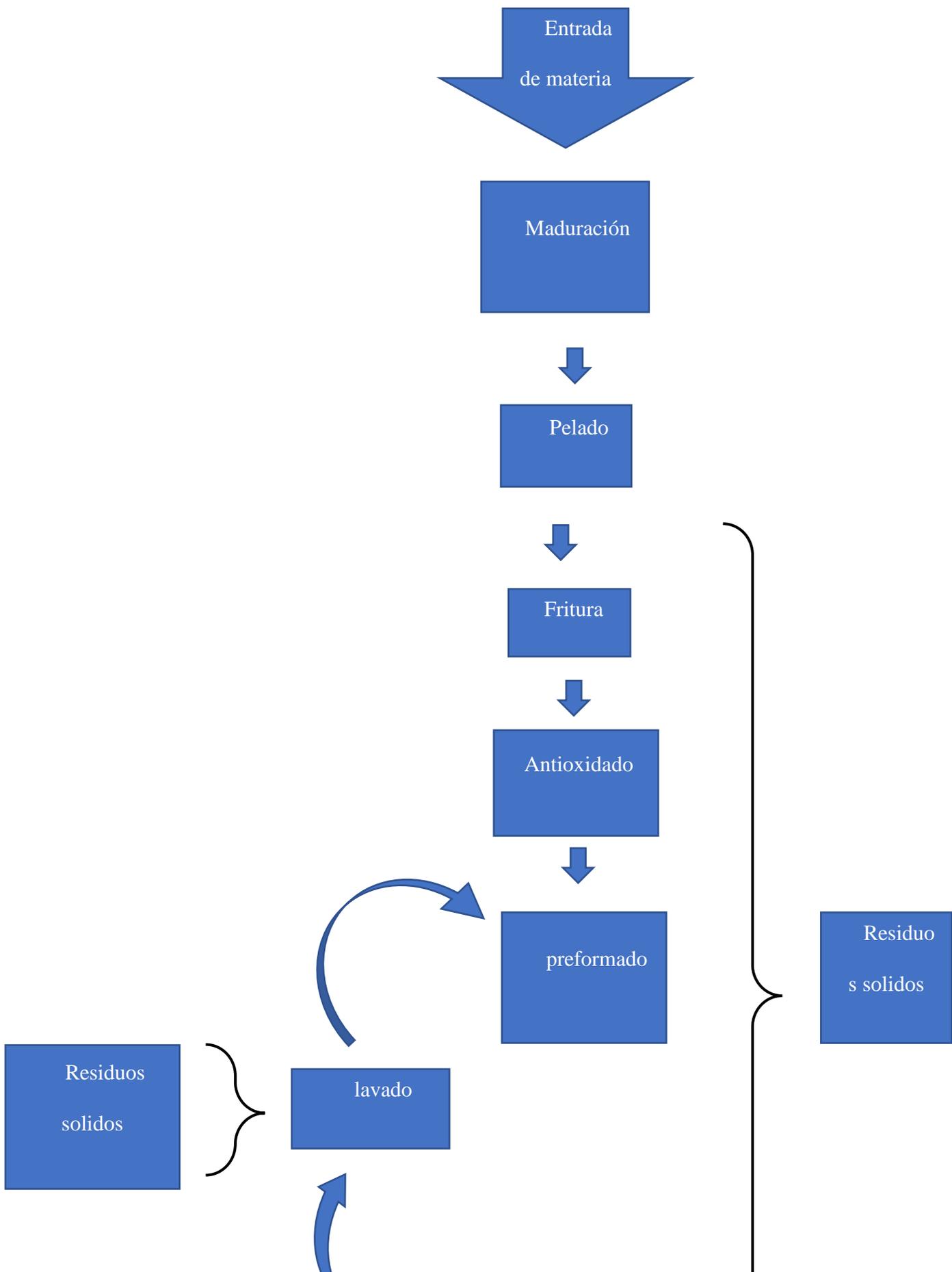


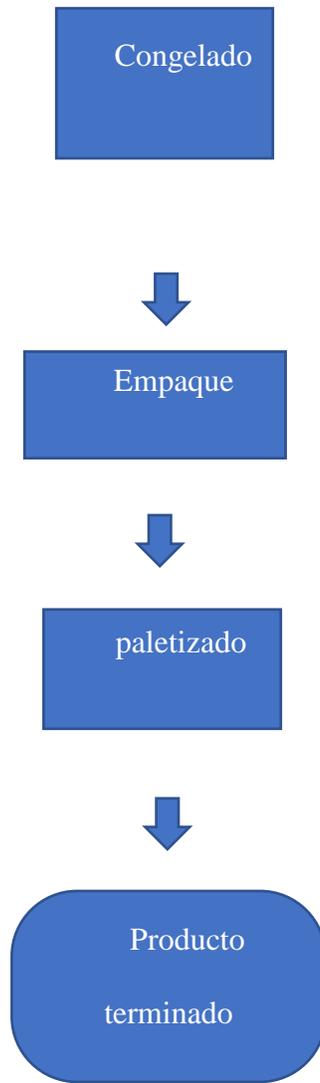
las capacidades de ciencia y tecnología (DNP, 2016). A pesar de esto, el sector de los patacones no hace mucho uso de este desarrollo tecnológico, ya que todavía la parte productiva sigue siendo muy tradicional y en ciertos casos, artesanal. Sin embargo, es necesario usar equipos especializados en los empaques, rotulado y etiqueta

Tipo de activo	descripción		Actividad
infraestructura	Área de lavado	Área de empaçado	manufactura
maquinaria	Maquinaria de empaçado al vacío	Peladoras de plátano	Realizar en empaçado y pelado
	Lavadoras del producto	Maquina antioxidante	Lavar y mantener el producto más conservado
Comunicación computación	Equipos de tele comunicación	Equipos de computo	Para agilizar las actividades d la empresa
	Correo	fax	Abarcar más cobertura

Muebles y enseres	escritorios	Teléfono	Mantener una comunicación entre las áreas
	impresora	Dotación oficina	Agilizar el papeleo
herramientas	guantes	gorro	Cumplir todos los requerimientos
	tapabocas	Traje impermeable	De salubridad
	botas		

Flujograma





producto mínimo viable

Estimado estudiante por favor registrarse y Llenar la plantilla de PMV teniendo en cuenta el resultado de la campaña Publicitaria realizada a su producto con el fin de realizar una mejora; Debe encontrarla siguiendo esta URL que le permitirá expresarse utilizando un storyboard con imágenes y palabras las mejoras que requiere su producto.

The screenshot shows a web browser window displaying the StoryboardThat interface. The browser's address bar shows the URL: storyboardthat.com/storyboards/view-example/storyboard-1m1qj1zpp. The StoryboardThat logo and navigation menu are visible at the top. Below the navigation bar, there is a warning: "Upload Images: DO NOT UPLOAD PHOTOS OF CHILDREN UNDER 13, ADULT OR OFFENSIVE IMAGES OR COPYRIGHTED MATERIAL." The main content area displays a storyboard for "PATACON EXPRESS" with the tagline "¡Fácil y práctico!". The storyboard is divided into four panels:

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
<p>Remar la atención de los clientes</p>	<p>el público objetivo sería personas mayores de edad que tengan acceso a comprar nuestros productos.</p>	<p>además de la "Landing Page" crearemos whatsapp business y haremos una campaña de marketing mas intensa</p>	<p>el primer paso será hacer mas promociones en la landing page y en nuestra pagina de facebook y mostrar mas variedad de productos para atraer mas clientes.</p> <p>¡Activa Whatsapp!</p>

At the bottom of the storyboard, there is a toolbar with icons for Help, Layers, Add / Delete Cells, Move Cells, Copy Cells, Advance, Undo, Redo, and Save. The bottom right corner shows the copyright information: © 2020, Cerve Prototypes, LLC. Privacy & Terms.

Conclusiones

El proyecto realizado ha contribuido de manera muy importante para identificar, analizar y ejecutar, los diferentes procesos necesarios para la creación, producción y distribución de patacones precocinados y saborizados listos para su preparación.

El desarrollo del trabajo de investigación permitió dar lugar al presente proyecto, estuvo basado en el logro de sus principales objetivos, siendo los distintos análisis, el enfoque ideal para alcanzar el éxito deseado.

En la investigación se han abordado procesos totalmente primordiales, los cuales actúan de manera directa para el logro total de dicho proyecto, siendo el mercado objetivo, un ambiente cambiante, exigente e indeciso, lo que convierte esta idea de negocio en un pensamiento interesante, arriesgado, pero, al mismo tiempo exitosa. Es por ello que, por medio de los análisis realizados al mercado, observando y analizando el comportamiento de consumo, se logra identificar las necesidades y deseos de los usuarios.

Por otro lado, es indispensable contar con una estructura organizacional sólida, con bases fuertes capaces de sostener cada uno de los diferentes procesos, por ello, en esta investigación, se realiza el modelo estructural de la compañía, cada uno con sus diferentes obligaciones y espacio de trabajo, con herramientas necesarias e instrumentos tales como las fuerzas Porter que permiten establecer la calidad del producto brindado.

También las estrategia de marketing digital que nos ayudaron, con los tutores a proyectarnos en redes sociales para que los clientes nos conozca de nuestro producto que es producto tradicional de la región caribe no obstante también es producto innovador que llegara a las personas

Referencias

DANE. (04 de 05 de 2017). *www.dane.gov.co*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/>

Departamento Nacional de Planeación. (2011). *Visión Magdalena 2032: Un mundo de oportunidades*. Bogotá.

EMIS Benchmark. (2015). Infome del Sector Agrícola.

Ministerio de Agricultura. (04 de 12 de 2017). *MINAGRICULTURA*. Obtenido de www.minagricultura.gov.co

Organización Mundial de la Salud. (2013). *Documento guía ALIMENTACIÓN SALUDABLE*.

Cali: CEDETES. Recuperado el 7 de Noviembre de 2017, de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/Guia-Alimentacion-saludable.pdf>

Peñaloza, M. (2005). El mix de marketing: una herramienta para servir al cliente.

Actualidad

contable faces, 8(10), 10. Recuperado el 05 de 12 de 2017, de

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.redalyc.org/html/25>

7

/25701007/

Puente, M. (2000). Servicios: las nuevas armas del mercadeo. *Estudios Gerenciales*, 16(75), 43-

48.