

PLAN DE NEGOCIO PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALIMENTOS

“EMPANADAS DE COLORES”

EMPANADAS LOS COLORES DE MI TIERRITA



ADRIANA PATRICIA RODRIGUEZ GONZALEZ



CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

(CUN)

ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Dale color a tu vida

BOGOTÁ D.C

2018

PLAN DE NEGOCIO PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALIMENTOS

“EMPANADAS DE COLORES”

EMPANADAS LOS COLORES DE MI TIERRITA

ADRIANA PATRICIA RODRIGUEZ GONZALEZ

REQUISITO PARA EL TITULO DE TÉCNICO

DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

EMPANADAS COLIBRES DE MI TIERRA

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Dale color a tu vida

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C

2018

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION
2. JUSTIFICACION
3. MISION
4. VISION
5. OBJETIVOS
 - 5.1 Objetivo General
 - 5.2 Objetivo específicos
- 6 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
 - 6.1 Pregunta del problema
- 7 MARCO TEORICO
 - 7.1 Marco conceptual
 - 7.2 Características del producto
 - 7.3 Marco geográfico
 - 7.4 Marco legal
 - 7.5 Constitución de la empresa
 - 7.5.1 Quienes somos
- 8 METODOLOGIA
 - 8.1 Procedimiento de preparación
 - 8.1.1 Recepcion de materia prima
 - 8.1.2 Pesaje y preparación de las empanadas de colores
 - 8.2 Recursos
 - 8.2.1 Recursos Industriales
 - 8.2.2 Recursos Tecnológicos
 - 8.2.3 Recurso Humano
 - 8.2.4 Muebles y enceres de administración
 - 8.2.5 Características del producto
- 9 ESTUDIO DE MERCADO

9.1 Objetivos

9.2 Metodología

9.3 Tipo de investigación

9.4 Técnica de investigación

9.5 Fuentes de investigación

9.5.1 Fuentes primarias

9.5.2 Fuentes de investigación secundaria

9.6 Estrategia de mercado

9.6.1 Delimitaciones y Descripción del mercado

9.7 Estrategia de servicio

9.8 Diagnóstico del mercado

9.8.1 Análisis del sector

9.8.2 Análisis del mercado

9.9 Publicidad

9.9.1 Logotipo

9.9.2 Lema

9.9.3 Medios de comunicación

9.10 Población y muestra

9.10.1 Población

9.10.2 Muestra

9.10.3 Ficha técnica de la investigación

9.10.4 Matriz DOFA

10 INFORMACION FINANCIERA

10.1 Recursos tecnológicos

10.2 Utensilios

10.3 Elementos de oficina

10.4 Costos fijos

10.5 Materias Primas

11 BIBLIOGRAFIA

IDEA DE NEGOCIO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de empanadas de colores en la ciudad de Bogotá.



EMPANADAS COLORES DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo fue diseñado pensando en la mejora de un producto tradicional y de venta masiva en el mercado del país, en este caso hablamos de las empanadas, una de las comidas rápidas preferidas por las personas, debido a su facilidad de consumo y economía.

Este producto es tan popular, que la idea de negocio parte con un sentido de orientación al cliente basado en el concepto de las propiedades y cambios en sus características como las propiedades (color, olor, sabor, textura, forma, tamaño), forman el diferencial.

Por lo que, **EMPANADAS LOS COLORES DE MI TIERRITA** nace como una estrategia que combina alimentación de alta calidad con el fenómeno de la preparación inmediata y de bajo costo. Con este trabajo se busca brindar alternativas de alimentación a todas las personas que viven o tienen afluencia en los distintos centros comerciales y en puntos estratégicos de la ciudad de Bogotá.

EMPANADAS LOS COLORES DE MI TIERRITA

Dale color a tu vida

2. JUSTIFICACIÓN

EMPANAS LOS COLORES DE MI TIERRA se propone como una solución integral a las deficiencias alimentarias, dando camino a la innovación con el manejo de los colores en un producto que nacionalmente es famoso como lo son las empanadas.

En Colombia conocemos las empanadas basadas en una masa que contiene una mezcla de harina de trigo, y envuelve como ingredientes estándar, arroz, huevo, rodaja de zanahoria y algunas carnes, su contenido en colesterol es de 26mg, fibra alimentaria 2 g ,calcio 20mgmg hierro 2,7mg, ácido graso saturado 5 g, etc. Para un total de caloría de 335.

La empresa empanadas podrá proveer un sin número de productos de distintos colores que se entrelazaran con el ánimo y concepto de los colores imponiendo de esta moda una razón para alimentarse más saludablemente y con enfoques motivadores que mejoren las conductas del consumidor.

A lo largo que las comunidades crecen y se sistematiza el diario vivir, nacen nuevas exigencias que accedan la peticiones de inmediatez, calidad y economía, de ahí nace las comidas rápidas y su gran crecimiento en las últimas décadas, dejando para empresas como BURGER KING, MC DONALD'S, KFCH, KOKORIKO, etc. Grandes ganancias, en las que suple las necesidades, debido a las circunstancias en que se encuentra nuestra economía, convirtiéndose en un estilo de vida.

EMPANADAS LOS COLORES DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

3. MISIÓN

La empresa quiere promover por el bienestar de los clientes, dándole a conocer la mejor variedad de empanadas de colores, y brindándole como novedad diferente una forma de presentación en las empanadas, logrando un proceso tecnificado, el cual será sometido a normas de calidad, insumos, capital social, para crecer cada día más y así llegar a ser reconocidos.

4. VISIÓN

Ser la empresa líder en Colombia, productora y comercializadora de empanadas de colores para el deleite del consumidor con un óptimo equipo de empleados comprometidos con prestar el mejor servicio y la más alta confiabilidad.

EMPANADAS COLORES DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivos Generales

Producir y comercializar empanadas de colores con la viabilidad técnica, económica y comercial en la ciudad de Bogotá.

5.2. Objetivos Específicos

- Estructurar una empresa que logre posicionarse en el mercado como una excelente productora y comercializadora de empanadas de colores.
- Atraer la atención de nuestros clientes, con la mejor variedad de empanadas de colores a muy buen precio y calidad a nivel alimentario.
- Realizar un estudio de mercado, con el fin de obtener datos estadísticos para creación de estrategias empresariales.
- Ser reconocidos a nivel nacional, y que nuestra empresa sea líder en la distribución de empanadas de colores.
- Formalizar la empresa ante las entidades pertinentes cumpliendo con el marco legal vigente.

EMPANADAS COLIBRES DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

6 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mundo muere 2.6 millones de personas por razones de obesidad, 4.4 millones por causa del incremento del colesterol, 13.5 % de la población que presenta desnutrición; estos fenómenos de enfermedades crónicas se padece con un nivel cada vez más alto; por otro lado, empresas especializadas en la entrega de comidas rápidas han tenido un crecimiento de 50% cada año, convirtiendo este en un servicio imperiosos y de alta demanda.

Parte de los resultados mencionados, están basados directamente en la preparación de los alimentos rápidos, su materia prima en su mayoría contiene un alto nivel de grasas y harinas que inciden en el producto.

Ahora, como podemos incrementar la calidad nutricional sin dejar de lado la inmediatez en la entrega del alimento?, es bien sabido que los consumidores de una arepa, empanada, hamburguesa o perro caliente no están interesados en ocupar más allá del tiempo no superior de 15 minutos, pues el diario vivir en las ciudades a crecetan el estrés y reducen los tiempos para el cuidado personal, ello obliga a que el consumidor solo pueda destinar unos minutos para su alimentación y continuar con el trajín ciudadano.

Para quienes no consumen las comidas rápidas se presenta en este proyecto un reto muy interesante y es como motivar el consumo, para ello entraremos a presentar las razones psicológicas que se tienen con los colores, tal como lo expresa el estudio de la psicóloga Amparo Calandin, dice que: *“ Los colores pueden motivar al ser humano tal como una ambiente donde se da la música y la alegría, acrecentando en el ser el fenómeno de alegría y bienestar, así mismo los colores opacos son sinónimos de quietud, seriedad o quizá tristeza y los fuertes o llamados vivos alegran, motivan a un sentir de bienestar”*. Es decir, que se puede confirmar que los colores influyen directamente en el ser de cada persona y en sus decisiones, esto claramente en la vivencia del día a día se ve inclusive si se toma un día lluvioso o si estamos en un día soleado, por lo que el ambiente, junto con el color que le rodee mejora u opaca el actuar de la persona.

6.1 Pregunta del Problema

¿Mediante la creación de la idea de negocio Empanadas de Colores (IN COLORS) logra cumplir la satisfacción del cliente y la generación de empresa?

7 MARCO TEÓRICO

El desarrollo de la idea de negocio de productos alimenticios de las empanadas de colores, se plasma en los objetivos propuestos y se busca identificar su impacto con el fin de establecer si el negocio tiene posibilidades de realizarse; de este modo se comenzará con un estudio en relación a la comida rápida, su impacto, sus ingredientes, el proceso de elaboración y el mercadeo adecuado.

7.1 Marco Conceptual

Que es la comida rápida.

Se entiende por alimento procesado de forma rápida y ágil que suple una necesidad inmediata de alimentación.

Debido al estilo de vida de las grandes ciudades, y la integración de la mujer a la actividad productiva, es común que ya no se coma en casa y no se prepare alimentos de manera apropiada en los hogares. La gente está recurriendo cada vez más a la comida rápida, ante las exigencias y afanes del mundo.

La mayoría de la comida rápida, se refiere a un establecimiento donde primero se paga el consumo antes de que se sirva y donde no hay meseros. Sin embargo, las modalidades de servicio y de alimento de se pueden dividir en varias categorías; comer en el mismo, llevar y a domicilio.

Este sector de comidas rápidas ha dejado desde hace tiempo de ser un fenómeno norteamericano y se extiende por todo el planeta a enorme velocidad, sumando un total de más de 88.000 establecimientos repartidos por todo el mundo.

El menú para un negocio de comida rápida es variado puede ir desde tortas, tacos, pizzas, empanadas, hamburguesas, sándwiches, perros calientes, etc.

Características

- Es de fácil acceso.
- Atención rápida.
- Maneja estándar es en procesos, platillos, administración y operación.
- Se consume sin el empleo de cubiertos.

Ventajas

- En caso de emergencia alimenticia, la gente piensa en este como los primeros platillos.
- Son alimentos consumidos por personas de cualquier edad. Su concepto permite facilidad en su preparación.

EMPANADAS COLINAS DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

- En el mercado hay un sinnúmero de posibilidades de comidas rápidas en su mayoría que afecta la salud humana, aun cuando hay tendencias orgánicas que están modificando esta cultura.

- Son platillos prácticos cuando no se tiene mucho tiempo para comer y poco dinero.

- No se requiere de un espacio muy amplio.

Los riesgos por consumir comidas rápidas

Según la fundación Colombiana de la Obesidad argumentó el 19 de junio del 2015 que la población colombiana ha aumentado su sobrepeso y obesidad al igual que los diabéticos y los hipertensos. La comida rápida es una forma económica y conveniente de comer, que se ha hecho muy popular debido al ritmo de vida que llevamos; y aunque no generen ningún peligro si se come ocasionalmente.

Pero si lo contrario esta se consumiera regularmente o si lo tenemos como un hábito, puede dañar la salud. Esto es debido a su escaso aporte nutricional, como lo es el bajo valor nutritivo el alto contenido de grasa, calorías y sodio, el consumo habitual de comida rápida, puede conducir a una variedad de problemas de Salud, como lo es el aumento de peso, obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares.

EMPANADAS COLOMBIANAS DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

Aumento de peso y obesidad

Se puede producir un alto aumento de peso y de obesidad debido que la comida rápida aportan más calorías de la que se gastan generalmente, ya que estas calorías. Son calorías vacías, y no aportan ningún nutriente y la mayoría de estos alimentos son procesados y puede aportar hasta 1500 calorías en una sola comida. La fundación colombiana de obesidad habla que el 51% de la población es obesa debido al mal hábito alimenticio y entre estos alimentos se encuentra las comidas rápidas o chatarras.

Diabetes

Ellos también hablan de los diabéticos el cual están ocupando el 10% de la población colombiana Enfermedades cardiovasculares e hipertensión Esta población está ocupando 25% en el país.

Competidores principales

El sector de las empanadas en Bogotá es un mercado muy competitivo en la que se encuentran grandes empresas que son ya reconocidas y hasta negocios pequeños que se encuentran en las esquinas de cada barrio. Con respecto al producto que estamos ofreciendo como son las empanadas de colores encontramos pocos competidores como lo son:

➤ Mantel de cuadritos

➤ K-listo

EMPAÑADAS COLORES DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

7.2 Características del Producto

- **Empanada:** Es una fina masa de pan, masa quebrada u hojaldre rellena con una preparación salada o dulce y cocida al horno o frita. El relleno puede incluir carnes rojas o blancas, pescado, verduras o fruta. La masa, generalmente, es de harina de trigo aunque también puede usarse harina de maíz u otros cereales y suele llevar alguna grasa, aceite o manteca.
- **Color:** Cada uno de nuestros productos contarán con un color a resaltar en posturas anímicas, estas se resaltarán con la cocción.
- **Sabor:** Distinguido en cada una de las empanadas que resaltará su contenido más alto sea vegetal o cárnico.
- **Aroma:** Una alta diferencia encontrada en el olor de los productos que se resalta por especies que contendrá y concentrarán su aroma.
- **Contenido:** Con los tipos de empanadas encontraremos gran variedad tanto para vegetarianos como omnívoros, lo que hará de estas empanadas un producto incluyente en la población.
- **Preparación:** Como se ha descrito una razón del producto será la preparación al horno o con aceite vegetales que minimizarán situaciones de colesterol y afectación al peso de los usuarios.
- **Consumo:** Se destina para todos los transeúntes sin excepción alguno, lo que permite que su consumo se estandarice.

Conceptos Importantes

- **Nutrición:** principalmente el aprovechamiento de los nutrientes en donde los organismos asimilan los alimentos y los líquidos necesarios para el funcionamiento, el crecimiento y el mantenimiento de sus funciones vitales.
- **Clasificación:** Es la separación de las materias primas (alimentos) en relación a propiedades específicas con el propósito de obtener una óptima calidad en el producto final.

- **Calidad:** Es el conjunto de herramientas y/o características de un producto o servicio que son importantes en su capacidad de satisfacer las necesidades del cliente.
- **Cientes Potenciales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes a futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.
- **Viabilidad:** Condición que evalúa la conveniencia de un producto, sistema, proyecto o idea al que califica, atendiendo a la relación que existe entre los recursos empleados para obtenerlo y aquellos de los que se dispone.
- **Costo:** es la suma o valor monetario (económico) o de esfuerzo que se han invertido en ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien, servicio o actividad.
- **Innovación:** es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y

7.3 Marco Geográfico

En cuanto a la localización geográfica de los clientes es importante resaltar que Bogotá presenta una de las mejores ofertas en relación de las comidas rápidas como es en los centros comerciales donde podemos destacar la mayor afluencia de gente y poder alcanzar uno de nuestros objetivos que es ser reconocidos nacionalmente.



Figura 1: mapa de las localidades de Bogotá

7.4 Marco Legal

El proyecto estará soportado por las siguientes leyes y normas reglamentadas a nivel nacional en materia de regulación sanitaria para la preparación y expendio de alimentos de consumo humano, están dadas en:

- **CONSTITUCIÓN NACIONAL** En el artículo 38 nos indica sobre la libertad de asociación. Ver en la Constitución Nacional (pág. 19).
- **LEY 590** Esta nos dicta las disposiciones sobre la promoción del micro, pequeñas y medianas empresas. PYMES en Colombia.
- **RESOLUCIÓN 2674 DE 2013:** En esta resolución establece que los alimentos que se fabriquen, envasen o importen para su comercialización en el territorio nacional,

requerirán de notificación sanitaria, permiso y registro sanitario, según el riesgo de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección Social.

- **INVIMA:** Se hace necesario establecer los requisitos y condiciones bajo las cuales el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), como autoridad sanitaria del orden nacional, deberá expedir los registros, permisos o notificaciones sanitarias.
- **RESOLUCIÓN 719 DE MARZO DEL 2013** En este decreto nos muestra una clasificación de los alimentos para el consumo y sus riesgos.

7.5 Constitución de la empresa

7.5.1 QUIENES SOMOS

Somos una organización orientada al cambio nutricional en alimentos de comidas rápidas, incursionando en el mercado con el producto más tradicional por excelencia; Las empanadas añadiéndole color a su aspecto y un valor nutricional que hasta ahora ninguna comida rápida ha logrado ofrecer.

EMPANADAS COLINAS DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

8 METODOLOGÍA

Se establece cambiar parte del contenido de las empanadas de tal forma que se pueda diferenciar no sus ingredientes y sabor así proveer un producto nutricional más variado,

Este será detalladamente explicado en el método de preparación.

La cocción de las empanadas puede cambiar de ser freírlas a hornearlas y así impidiendo la absorción de grandes cantidades de aceite o en su defecto se freirán en aceite vegetal o aceite de oliva siendo estos contenidos más naturales de orden orgánico y menos tóxico para el cuerpo humano.

Uno de nuestros secretos que permitirá el acercamiento de los consumidores, es además de su preparación el contenido de impacto del color que incentivará una conducta propositiva en el consumidor, llevando así una preparación con insumos sanos, un contenido altamente nutricional y un concepto conductual para cada cliente.

La distribución y la técnica de mercado marca una diferencia en operatividad, en razón al método de ofrecimiento, pues al llevarlo directamente y fresco a los centros comerciales, se espera evitar que el producto se contamine en la polución del día o cambie su aspecto.

Para lograr lo aquí expuesto se contará con un grupo de procesamiento del alimento, un grupo comercial y un grupo de calidad, que cerrará el ciclo de control de los alimentos distribuidos, así mismo se contará con un equipo investigativo que permitirá cambios inmediatos en los conceptos de preparación e innovación.

Para este proyecto, la disponibilidad de insumos y materiales debe estudiarse de acuerdo a la producción que se va a vender y a comercializar, se debe tener en cuenta la regularidad en el abastecimiento, calidad y costo de los mismos.

Para la elaboración y producción de nuestro producto que se va a ofertar, se requiere de materia prima de excelente calidad. Ya que lo que deseamos es brindarle a nuestros clientes

un buen servicio ofreciéndoles un producto de excelente calidad, bajo en grasa, nutritivo y que cumpla con los parámetros técnicos de producción.

8.1 Procedimiento de Preparación

8.1.1 Recepción de Materia Prima

Para empezar hacer el proceso debemos tener en cuenta la recepción de las materias primas, materiales auxiliares y productos que tienen que mantenerse a temperatura regulada, colocándolas en sitios de adecuados para su conservación. Las materias primas estarán almacenadas sobre unos estantes metálicos.

El pesaje de las materias primas se realiza con las balanzas electrónicas o con la báscula del Obrador de empanadas.

Elementos

El agua

Que se utiliza para todos los procesos producción es potable, procedente de la red pública. En la entrada a las instalaciones será filtrada para el procedimiento de preparación.

Vegetales frescos

Dentro de los vegetales frescos como las espinacas, auyama, los champiñones. El lavado de todos los vegetales se realiza sumergiéndolos en agua. Una vez lavados y escurridos, son cortados. Las verduras se cortan con un utensilio específico que facilita el proceso.

Productos cárnicos y enlatados

Estos productos deberán estar en una temperatura ideal, el proceso que se sigue para su descongelación consiste en mantenerlas dentro de la cámara para que el proceso de descongelación este en el punto para su utilización en el proceso.

Los productos serán las carnes, pollos, huevos, productos enlatados como el atún y embutidos.

8.1.2 Pesaje y Preparación de las Empanadas de Colores

- La harina se pesa sobre la báscula y la sal con la balanza electrónica, la cantidad de agua se gradúa con él cuenta litros y ésta se añade a una temperatura que garantice que la temperatura final de la masa sea inferior a 27°C. El cálculo de la temperatura se hace teniendo en cuenta la temperatura de la harina y la temperatura ambiental externa.
- Una vez preparadas las materias primas (agua, harina de trigo, sal y el respectivo colorante) se introducen en la amasadora. Se procede a su amasado a velocidad lenta hasta obtener una mezcla homogénea o manual la cual se consigue transcurridos 15 a 20 minutos desde el inicio del amasado.
- Concluido el amasado, se traslada la masa a la mesa de procedimiento para estirarla y cada lámina de masa hasta conseguir un grosor de masa de 2 mm, dándole también una forma rectangular para facilitar la división.
- Una vez laminada la masa, se extiende sobre la mesa, se espolvorea antes sobre ella harina para evitar que la masa se adhiera. Con la ayuda de un rodillo cortador se divide en rectángulos de 15 x 10 cm.
- Según el relleno que llevan son productos avalados o no. Las únicas empanadas no avaladas son las que tienen verduras no certificadas como ecológicas en su composición, es decir, las empanadas de verduras.

- Una vez rellenas las empanadas se procede a cerrarlas, presionando el perfil exterior de cada pieza. Posteriormente, con la ayuda de un molde ondulado se le da la forma final a las puntas.

Se colocan las piezas en las latas ordenadamente a medida que se van formando.

- La cocción es larga, tiene una duración de 30 minutos, con el horno a una temperatura de 180°C. Con esta duración se asegura el tratamiento térmico al relleno, garantizando la calidad higiénica de los productos elaborados y las que son freídas el aceite tiene una temperatura de 150 a 170° C y es una temperatura correcta para freír.



Figura 2 Presentación de las empanadas de colores.

EMPANADAS COLIBRES DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

8.2 Recursos

8.2.1 Recursos Industriales

RECURSOS INDUSTRIALES

UTENSILIOS	FUNCIONES	CANTIDAD
Horno industrial	Para hornear las empanadas	1
Estufa Industrial	cocción y preparación de las empanadas	1
Freidora Industrial	freír las empanadas	1
Nevera Industrial	Conservar la materia prima	1
Campana Extractora	Filtro atrapa grasa y bajo nivel de ruido	1
Mesa /mesón	Transformación de materia prima	1
Moldes	Moldear la materia prima	3
Rodillos	Manipulación de la masa	3
Recipientes	Para el almacenamiento de la masa	4
Olla	Cocinar los productos	5
Sartén	Sofreír los ingredientes	2
Cucharones		5
Tenedores		5
Cucharas		5
Cuchillos		5
Ralladores		3
Bandejas		5
Canecas		5

8.2.2 Recursos Tecnológicos

PRODUCTOS	CANTIDAD
COMPUTADOR	2
CALCULADORAS	2
BASCULAS DIGITALES	2
TELEFONOS	2
IMPRESORAS	2
REGISTRADORAS	2

8.2.3 Recurso Humano

Para esta empresa se contará con los siguientes perfiles:

- La Socia capitalista la cual desempeñaran en todas las áreas administrativas, como son en contabilidad, recursos humanos, representante de ventas y todo relacionado con recepción de materias primas y como de documentación.
- En la parte de producción un jefe y dos operarios.

EMPANADAS COLINAS DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

8.2.4 Muebles y Enseres de la Administración

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Escritorios	2
Sillas giratorias	2
Mesa de reuniones	1
Archivadores	2
Sillas Rimax	5
Extintores	2
Botiquín	1

8.2.5 Características del Producto

EMPANADAS	INGREDIENTES	CANTIDADES PRODUCIDAS X MES	GRAMAJE DE CADA EMPANADA	DIÁMETRO Y LONGITUD DE C/U
Espinaca	Espinaca, queso, cebolla, carne, maíz Peto.	1500	85 gramos	15x10mm
Atún	Atún, cebolla, maíz peto, arroz	1000	85 gramos	15x10mm
Mexicana	Salchichas, maíz tierno, ají, queso	1000	85 gramos	15x10mm
Tradicional	Arroz, carne, pollo huevo, cebolla.	2500	85gramos	15x10mm

9 ESTUDIO DE MERCADO

9.1 Objetivos

- Comprobar si existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.
- Conocer las preferencias y gustos de los consumidores en relación con las empanadas.
- Identificar si los consumidores estarían dispuestos a adquirir nuestro producto, cuál será su presentación y su contenido.
- Conocer los hábitos de compra y el grado de importancia frente a la información nutricional del producto.
- Establecer la importancia de la calidad frente a los precios por parte del consumidor.

9.2 Metodología

El estudio de la investigación de mercados de empanadas nos basamos en unas de las técnicas de mercadeo que nos permite visualizar la información como es la encuesta con su respectivo análisis, donde podemos ver la aceptación del consumidor dándole la importancia fundamental frente a la información acerca del mercado el cual permite la elaboración del estudio.

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- 1) Ubique su rango de edad
 - a) De 15 a 20
 - b) De 21 a 30
 - c) De 31 a 40
 - d) De 41 en adelante
- 2) ¿Habitualmente consume usted empanadas?
 - a) A diario
 - b) De 2 a 3 veces por semana
 - c) Esporádicamente
 - d) Nunca
- 3) ¿Le parecería innovador cambiar el color de las empanadas?
 - a) Si.

b) No.
4) ¿Cambiaría usted la empanada tradicional por las siguientes opciones?

- a) Vegetariana
- b) Hawaiana
- c) Pescado
- d) Picante

Otra Cual...

5) ¿Con que bebida prefiere acompañar las empanadas?

- a) Jugos Naturales
- b) Gaseosas
- c) Agua
- d) Otra

6) ¿En qué jornada prefiere consumir una empanada?

- a) Mañana
- b) Tarde
- c) Noche

7) ¿Cuánto es su presupuesto para consumir empanadas?

- a) \$ 1.000/1.500
- b) \$ 2.000/2.500
- c) \$ 3.000/3.500

8) ¿En qué lugar prefiere consumir las empanadas?

- a) Centro Comercial
- b) Negocio reconocido
- c) Negocio de barrio
- d) Puesto de calle

9) ¿Compra siempre en el mismo establecimiento?

- a) Siempre
- b) Casi Siempre
- c) Algunas Veces

10) ¿Consumiría usted una empanada que le aporte beneficios nutricionales?

- a) Si
- b) No

¿Por qué? _____

11) ¿Cuál es su actividad diaria?

- a) Estudiante
- b) Empleado
- c) Ama de casa

9.3 Tipo de Investigación

Para realizar el estudio de creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de empanadas se realizara en una de las localidades del sur como es Bosa centro, se utilizara un tipo de investigación exploratoria la cual consiste en determinar aspectos como: intensiones, gustos, preferencias de tiempo y precio de los consumidores.

9.4 Técnica de Investigación

La técnica de investigación que se implementa para el estudio de la viabilidad del producto innovador empanadas de colores son:

- Observación directa, la cual arrojará el impacto que tienen los consumidores frente a las empanadas de colores
- Encuestas y degustaciones que se realizaran con el fin de conocer la aceptación del producto.

9.5 Fuentes de Investigación

9.5.1 Fuentes Primarias

El producto de EMPANADAS LOS COLORES DE MI TIERRA se apoyara en la población de la localidad de bosa central para la recolección de la información.

9.5.2 Fuentes de Investigación Secundaria

Conocer las necesidades de los consumidores se basó en internet, textos y publicaciones, también nos basamos en la entrevista la cual nos muestra una fuente confiable donde podemos recolectar información.

9.6 Estrategia de Mercado

Estrategia de Distribución: se han venido adoptando diversas estrategias de distribución teniendo en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores buscando un mayor reconocimiento frente a otros negocios: Punto de venta en Centros Comerciales del Sur de Bogotá y ventas a domicilio para una mayor comodidad.

9.6.1 Delimitaciones y Descripción del Mercado

Indicando que el mercado del producto empanadas de colores va a estar en el Sur de Bogotá el cual cuenta con la protección de entidades.

9.7 Estrategia de Servicio

La empresa contará con las siguientes estrategias de servicio:

- Punto de Venta
- Domicilio
- Venta Directa

La atención al cliente se realiza en forma directa, teniendo en cuenta las opiniones y sugerencias de los consumidores acerca del producto y su comercialización. La empresa contará con línea telefónica, por el cual se atenderán preguntas para así mejorar los aspectos de calidad.

Una buena actitud de servicio, actitud personal.

- Interacciones: momentos en los que el cliente se encuentra alrededor de la compañía, es muy importante establecer protocolos, condiciones básicas de interacción para que el cliente se relacione con la empresa, indagar las necesidades del cliente de manera que se pueda asegurar y brindar lo que él quiere .

A los empleados

- Saber escuchar
- Mirar al cliente
- Saludarlos

- Despedirse
- Diferenciales

9.8 DIAGNÓSTICO DEL MERCADO

Para este análisis recurrimos a la elaboración de una encuesta, la cual fue realizada en la localidad Bosa, sur de Bogotá y contestada por 30 personas.

9.8.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Bogotá está ubicada en el centro del país a 2.640 metros de altura sobre el nivel del mar en una meseta de la cordillera Oriental de Los Andes, entre 3° 41'24" y 4°49'54" latitud norte y 74.3° longitud occidental. Su clima oscila entre los 9 y los 22 °C.

La superficie de la ciudad es de 1.587 km² y tiene aproximadamente 6'766.000 habitantes incluyendo el área metropolitana, su extensión es de 1.732 km² y el número aproximado de sus habitantes 7'881.200 (censo de 2005 DANE).

Bogotá es el centro político, financiero, administrativo, comercial, cultural y educativo de Colombia.

El comercio local tiene como objeto la oferta de productos y servicios dirigido al consumo de los habitantes de la ciudad, por lo general son negocios de carácter familiar, microempresas, establecimientos formales e informales que hacen grandes esfuerzos por lograr una ubicación en el mercado tales como droguerías, cafeterías, panaderías, papelerías, mini mercados y tiendas.

9.8.2 ANALISIS DEL MERCADO

En la ciudad de Bogotá se ha detectado gran necesidad de innovación de los productos tradicionales, como son las empanadas, las personas que se dedican a la venta de este producto, lo hacen por rentabilidad pero no tienen en cuenta si el producto es sano o no para nuestra salud y tiempo de vida.

Además de esto, los pocos distribuidores ambulantes y cafeterías donde se venden no están dedicados especialmente a su producción siendo uno de los factores que pueden hacer factible el comercio de esta clase de productos en la ciudad.

Es importante resaltar que la mayoría de las personas le gusta este producto, y su nivel de consumo es promedio en todas las características.

Nicho del mercado Centros comerciales del Sur de Bogotá.

9.9 PUBLICIDAD

9.9.1 LOGOTIPO

Este logotipo destaca las empanadas de colores que es el impacto innovador que queremos dar a la gente e integra el nombre y lema de la empresa para generar recordación de nuestros consumidores.



9.9.2 LEMA

Este lema de “Dale color a tu vida”, con esta frase queremos estimular las motivaciones y antojos con respecto con los colores y sabores de las empanadas.

9.9.3 Medios de Comunicación

Los medios que se pueden utilizar para la promoción de la nueva empresa seria:

- ✓ Periódico

- ✓ Radio y televisión nacionales
- ✓ Volantes y afiches
- ✓ Medios de internet

9.10 POBLACION Y MUESTRA

9.10.1 Población

La población objetiva de investigación fueron los habitantes de la localidad séptima (bosa) que tiene una población de 525.459 habitantes, en la cual se escogió el sector de bosa central que se compone de unos 142. 928 habitantes que equivalen a un 20 % de la población total de los estratos 2 y 3.

9.10.2 Muestra

La encuesta en la que se basa esta investigación de mercados se aplicó a una muestra representativa de la población de 30 personas de una forma aleatoria y a la vez discriminada por categorías para determinar y proyectar la opinión del consumidor frente al producto.

9.10.3 Ficha técnica de la Investigación

Población Objetivo	Habitantes de Bosa Central localidad 7 del distrito capital.
Unidad Muestra	Comerciantes, empleados, amas de casa, estudiantes y otros del sector.
Ámbito	Localidad 7 UPZ 85.
Método de recogida de Información.	Encuesta con preguntas abiertas y cerradas.
Censo Poblacional	142.928 habitantes.
Tamaño Muestra	30 habitantes.
Error muestra	9 %

Procedimiento de muestreo.	La elección de los sectores fue discrecional se contactó a 30 personas del sector.
Fecha de trabajo de campo	En el mes de marzo y abril

9.10.4 MATRIZ DOFA

Debilidades: Nuestro producto puede ubicarse en este cuadrante durante la etapa de lanzamiento, ya que hay pocas personas que reconocen este producto con el valor agregado que le dimos como es el color y el aporte nutricional.

Oportunidades: En esta etapa se puede evidenciar el éxito que conlleva la producción de Empanadas de colores teniendo en cuenta estos tres competidores como lo es K/LISTO, EL MANTEL DE CUADRITOS.

Fortalezas: Las altas concentraciones de tiendas en los barrios y la oferta con los vendedores ambulantes, que hace de este producto una oferta masiva pero con tendencia a una baja calidad.

Amenazas: Se identifica una vulnerabilidad frente al consumo en los estratos altos teniendo en cuenta dos aspectos.

La masiva oferta lo que hace que el producto sea popular.

La importación de nuevos productos extranjeros lo que hace es que los estratos altos busquen exclusividad.

10 FINANCIEROS

Los elementos suministrados en los estudios de mercado, técnico y administrativo podemos presentar el estudio financiero para calcular lo necesario para la ejecución del proyecto de las empanadas de colores, teniendo en cuenta todo lo relacionado en costos, gastos, aportes de las personas que serán las encargadas y mostrar la factibilidad del proyecto.

10.1 RECURSOS TECNOLÓGICOS

<i>PRODUCTO</i>	<i>CANTIDAD</i>	<i>VALOR UNITARIO</i>	<i>VALOR TOTAL</i>
COSTOS VARIABLES -INGRESOS			
RECURSOS TECNOLÓGICOS			
COMPUTADORES	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
CALCULADORAS	2	\$ 15.000	\$ 30.000
BASCULAS DIGITALES	1	\$ 280.000	\$ 280.000
TELÉFONOS	1	\$ 50.000	\$ 50.000
IMPRESORA	1	\$ 200.000	\$ 200.000
REGISTRADORA	1	\$ 280.000	\$ 280.000
	TOTAL:		\$ 2.840.000

10.2 UTENSILIOS

UTENSILIOS			
HORNO INDUSTRIAL	1	\$ 250.000	\$ 250.000
ESTUFA INDUSTRIAL	1	\$ 300.000	\$ 300.000
FREIDORA INDUSTRIAL	1	\$ 229.000	\$ 229.000
NEVERA INDUSTRIAL	1	\$ 350.000	\$ 350.000
CAMPANA EXTRACTORA	1	\$ 180.000	\$ 180.000
RODILLOS	2	\$ 12.000	\$ 24.000
OLLAS INDUSTRIAL	2	\$ 25.000	\$ 50.000
SARTÉN INDUSTRIAL	2	\$ 30.000	\$ 60.000
CUBIERTOS	6	\$ 6.500	\$ 39.000
RALLADORES	2	\$ 2.500	\$ 5.000
BANDEJAS	2	\$ 4.000	\$ 8.000
RECIPIENTES Y CANECAS	2	\$ 3.500	\$ 7.500
	TOTAL:		\$ 1.502.500

10.3 ELEMENTOS DE OFICINA

MUEBLES Y ENSERES			
ESCRITORIOS	1	\$ 290.000	\$ 290.000
SILLAS GIRATORIA	1	\$ 50.000	\$ 50.000
SILLAS RIMAX	5	\$ 15.000	\$ 75.000
MESAS Y SILLAS	4	\$ 90.000	\$ 360.000
	TOTAL:		\$ 775.000

10.4 COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS			
SERVICIOS PÚBLICOS			
AGUA	1	\$ 300.000	\$ 300.000
LUZ	1	\$ 250.000	\$ 250.000
GAS	1	\$ 180.000	\$ 180.000
TELÉFONO	1	\$ 45.000	\$ 45.000
ARRIENDO	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
MANO DE OBRA	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
	TOTAL:		\$ 3.175.000

10.5 MATERIA PRIMAS

INSUMOS			
HARINA DE MAÍZ	15 BULTOS	\$ 28.000	\$ 420.000
CARNES ROJAS Y BLANCAS	70 KILOS	\$ 18.000	\$ 1.260.000
CHAMPIÑONES	3 BULTOS	\$ 200.000	\$ 600.000
SAL	1 BULTO	\$ 18.000	\$ 18.000
COLOR	2 KILOS	\$ 10.000	\$ 20.000
LEVADURA	4 BULTOS	\$ 10.000	\$ 40.000
MANTEQUILLA	100 BARRAS	\$ 1.500	\$ 150.000
ACEITE DE OLIVA	50 FRASCOS TAMAÑO GRANDE	\$ 15.000	\$ 750.000
TOMATE	3 BULTOS	\$ 18.000	\$ 54.000

CEBOLLA	2/1 BULTOS	\$ 20.000	\$ 50.000
COLORANTES	40 TARRO TAM/GRANDE	\$ 8.000	\$ 320.000
VERDURAS	150 LIBRAS VARIADO	\$ 450.000	\$ 450.000
SALSAS	40 TARRO TAM/GRANDE	\$ 5.900	\$ 236.000
	TOTAL:		\$ 4.368.000



EMPANADAS COLORIDAS DE MI TIERRA

Dale color a tu vida

BIBLIOGRAFÍA

- http://www.trabajo.com.mx/la_comida_rapida_caracteristicas_y_ventajas.htm
- <http://chewtoysforpets.com/fb/topchef/press/comida-rapida-ventajas-y-desventajas/>
- www.eltiempo.com/colombia/otras...obesidad-en-Colombia/15968518
- <http://bienpensado.com/k-listo-y-sus-empanadas-de-colores/http://bienpensado.com/k-listo-y-sus-empanadas-de-colores/>
- <https://www.funcionpublica.gov.co/.../abe38fb4-e74d-4dcc-b812-52776>
- www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672
- <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/.../resolución-0719-de-2015.pdf>
- http://www.tecnoalbura.net/material/Manual_desglosado/5.Plan_de_Buenas_Practicas_de_Manipulacion_y_Procesado.pdf

EMPANADAS COLORES DE MI TIERRA

Dale color a tu vida