



DOCTOR PASTELITO

**PROYECTOS DE PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE LA
EMPRESA DOCTOR PASTELITO S.A.S**

JULIETH KATHERINE CHALA ARTEAGA

RAFAEL RODRIGUEZ CASAS

ERICK JAVIER ACOSTA

OPCION DE GRADO I

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL CUN

Mayo de 2018

BOGOTÁ



Tabla de Contenidos

1. Introducción
2. Justificación
3. Planteamiento del problema
4. Pentágono de perfilacion de clientes
5. Ficha técnica
6. Estudio administrativo
7. Misión
8. Visión
9. Objetivos
10. Matriz D.O.F.A. y P.O.A.N.
11. Matriz numérica
12. Métodos de la investigación
13. Validación del mercado
14. Distribución y Publicidad
15. Conclusiones



INTRODUCCION

Nosotros como jóvenes emprendedores hemos analizado nuestro entorno actual en el cual vemos en el mercado diferentes productos para satisfacer las necesidades básicas de la canasta familiar. Gracias a las herramientas con las que contamos hoy en día por medio de las TIC`S (Tecnología de la Información y comunicación) podemos encontrar diversas formas de conocer y entender dichos productos beneficiosos para la salud de los seres humanos, este proyecto está enfocado en dar a conocer un producto que se encuentra en el mercado, pero en este queremos hacer la diferencia para que sea un producto de mejor calidad y más innovador a los que se encuentran en la actualidad, dándose a conocer de varias modalidades.



JUSTIFICACION

Nosotros como estudiantes de Administración de empresas tenemos una gran motivación para implementar un proyecto el cual nos permita poner en práctica los conocimientos adquiridos utilizando las diferentes herramientas que existen en el mercado para identificar las necesidades, beneficios, soluciones, limitaciones.

Para lo anterior expuesto en este proyecto parte de un objetivo principal, el cual está encaminado y con un enfoque en diseñar un plan de negocios con la finalidad de crear una empresa que produzca y comercialice en la localidad Antonio Nariño (Restrepo) en la ciudad de Bogotá D.C; para poder desarrollar este proyecto es necesarios basarnos en estudios de mercado, estudio Administrativo y Técnico.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente la gastronomía tiene nuevas tendencias en la innovación de nuevos productos que surge de tantos cambios culturales donde se puede ver las diferentes recetas, ingredientes, y costumbres que tienen dichas ciudades y países. Conllevando a realizar nuevos productos lo cual ha despertado nuevas combinaciones, ideas y técnicas en las recetas e ingredientes con la finalidad de sacar nuevos productos o mejorar los existentes dándolos a conocer con un mejoramiento en la calidad y degustación de este mismo, despertando el interés de los productores y consumidores que generar en el mercado un producto nuevo e innovador el cual busca satisfacer a los consumidores con un producto que les ayudara en su salud y los complacerá de poder consumirlos sin ninguna complicación de esta mismas.

Expuesto en lo anterior tenemos una gran motivación para implementar nuevos productos que no se han visto reflejados en el mercado lactífero y de repostería ya que estos no se han reflejado en dichos establecimientos que se dediquen a la producción y comercialización de estos, debido a que actualmente no encontramos productos bajos en azúcares y las pocas opciones que nos ayuden en problema de salud y de diabetes.

Por esta razón el plan es crear una empresa productora y comercializadora de productos lactíferos y de repostería dentro de la localidad de Antonio Nariño ya que el Restrepo pertenece a la localidad 15 de Bogotá D.C. Se encuentra subdividida en **2 UPZ (Unidades de Planteamiento Zonal)** UPZ Ciudad Jardín y UPZ Restrepo, **con una totalidad de 17 barrios**; donde existen además una alta actividad comercial de todo tipo albergan un gran número de microempresa, ya que el censo del 2005 realizado por el DANE y las estadísticas de la Secretaria Distrital de Planeación proyectaron una población



DOCTOR PASTELITO

115.148 habitantes,
para el año 2016 la localidad tendrá 363.707 habitantes.



Recuperado de: <http://festivalan13.blogspot.com/p/localidad-antonio-narino.html>

PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

**PENTAGONO DE
PERFILACION DE
CLIENTES**





IDENTIFICACION DE NECESIDADES

¿Cuáles son las necesidades por las cuales sus clientes están comprando sus principales soluciones?

¿Qué verbo representa la acción?

¿Bajo qué contexto se da?

IDENTIFICACION DE BENEFICIOS

¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la tarea/necesidad/deseo?

¿Qué metas o indicadores debe cumplir al final del ejercicio?

¿Cuáles son los beneficios de desempeño o emocionales que busca alcanzar (seguridad, comodidad, velocidad, costos...)

IDENTIFICACIONES DE SOLUCIONES ACTUALES

¿Qué soluciones compran o contratan actualmente?

¿A través de qué canales los adquieren o conocen de la solución?

¿Cuál es la solución principal para escoger esta solución?

¿Qué criterios se han tenido en cuenta para tomar esta solución?

¿Cuánto dinero está invirtiendo en ellos?

IDENTIFICACIONES DE INCORFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales?

¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo actualmente?

¿Qué objeciones podría presentar a la hora de conocer mi propuesta de valor? }

IDENTIFICACION DEL MERCADO

¿Cuánto es el mercado estimado?

¿Existen aspectos demográficos, socioeconómicos relevantes para calcular el tamaño del segmento de mercado a atender?



¿Existen aspectos de comportamiento o contexto relevantes para calcular el tamaño del segmento?

RESPUESTAS PENTAGONO

NECESIDADES

- Incluir a las personas con problemas diabéticos para disfrutar de unos deliciosos productos (Mangostino).
- Crear productos de calidad.
- Que las personas consuman productos que no dañen su salud.
- Buen acceso al sitio del Negocio.
- Si los clientes no pueden llegar al negocio, tener el producto puerta-puerta.
- Consumir productos con bajos costos.

BENEFICIOS

- Productos con buen sabor.
- Productos económicos.
- El sitio es cómodo.
- La atención es de calidad.
- Cliente satisfecho con nuestros productos.

SOLUCIONES ACTUALES

- La Cabaña Alpina Sopo
- Nico Lukas
- Crepes and Waffles



DOCTOR PASTELITO

LIMITACIONES	INCONFORMIDADES
<ul style="list-style-type: none">- No tener claro un plan de trabajo- Personal no capacitado para hacer las recetas- No hacer una buena publicidad- No hacer una buena administración	<ul style="list-style-type: none">- Costos altos- Productos con mal sabores- Trato a los clientes- La demora en el servicio

MERCADO

Nuestros productos van dirigidos principalmente a personas con problemas Diabéticos.



FICHA TECNICA

EMPRESA DCOTOR PASTELITO SAS FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	
Denominación del Producto	POSTRE CON MANGOSTINO
Descripción del producto	Es un producto alimenticio elaborado a partir de: leche entera, azúcar, mantequilla baja en grasa, huevo, harina, canela en polvo, levadura, fruta mangostino.
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en el área de producción de la empresa Doctor Pastelito
Vida útil del producto desde su fabricación	7 días
Principales ingredientes	<ul style="list-style-type: none">• 100 grs de mantequilla baja en grasa• 200 ml de leche entera• Dos huevos• 250 grs de harina• 20 grs de levadura• 90 grs de azúcar• 10 grs de canela en polvo• 20 gr de mangostino
Instrucciones de consumo	Una vez abierto consumir en el menor tiempo posible, dejando condiciones de refrigeración debidamente tapado.



ESTUDIO ADMINISTRATIVO

MISIÓN

Compañía DOCTOR PASTELITO S.A.S. Produce y comercializa productos de pastelería, repostería y productos lácteos de forma tradicional, línea light y línea dietética. Brindamos calidad en el proceso, el producto y en el servicio. Generamos valor a nuestros clientes, apoyados en el mejoramiento continuo de nuestros procesos por medio de la capacitación en nuestros colaboradores, desarrollando nuevos productos que potencialicen el crecimiento de la compañía, sus trabajadores y propietarios.

VISIÓN

Para el año 2020 ser una de las compañías más grandes en el sector alimenticio en Bogotá.

Estando siempre al frente en el uso de la tecnología de punta y adaptando las necesidades de los clientes en la forma que se personalizan y adquieren un producto. DOCTOR PASTELITO S.A.S, en 6 años será reconocida a nivel nacional como una empresa innovadora y de calidad en la producción y comercialización de productos de panadería, pastelería, repostería, línea light y línea dietética. Para lograr esto, existirá un ambiente laboral donde nuestros colaboradores adquieran sentido de pertenencia por medio del crecimiento profesional que les permita desarrollar y explotar talento, con altos niveles de satisfacción y recordación de marca por parte de nuestros clientes y proveedores.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general es la creación de un plan de negocio viable en la consolidación de la compañía **DOCTOR PASTELITO S.A.S.**, establecida legalmente ante la cámara de comercio y sus respectivos entes de control, dándole una nueva perspectiva al mercado de alimentos con productos naturales que busca mejorar la calidad y salud de las personas. Principalmente ubicándonos en la localidad Antonio Nariño (Restrepo) dando apertura a nuestra sede principal.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercadeo para determinar el plan de negocio y evaluar la competencia actual ante el producto.
- Elaborar un estudio técnico donde vamos a analizar y poder proyectar un plan operativo mediante la investigación de los procesos de los productos a elaborar en nuestra compañía.
- Generar oportunidades de empleo.
- Identificar que modalidades se manejan en la distribución del producto terminado a nuestros diferentes clientes.
- Desarrollar un estudio administrativo para determinar nuestra visión, misión y



DOCTOR PASTELITO

organigrama de nuestra compañía.

- Realizar un estudio financiero para determinar el capital de inversión y riesgos que conllevan a la creación de la compañía. Así mismo realizar la matriz D.O.F.A (DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS).
- Efectuar la evaluación financiera y social del proyecto.



MATRICES D.O.F.A y P.O.A.M

MATRICES DEBILIDADES INTERNAS, OPORTUNIDADES EXTERNAS, FORTALEZAS INTERNAS Y AMENAZAS EXTERNAS (D.O.F.A.)

MATRIZ D.O.F.A DE LA EMPRESA JULIRAFERIK S.A.S	
ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIAS FO
Realizar campañas publicitarias de nuestros productos y nuestros precios	Implementar programa de capacitación y actualización
Crear una base de datos con clientes diabéticos para implementar programas que los incentive al consumo de nuestros productos	Diseñar un programa que permita el mejoramiento en la estructura de costos
ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS DO
Diseñar un programa de producción de los productos light y dietéticos	Establecer la viabilidad de ingresos de nuevo capital proveniente de socios inversionistas o de préstamos bancarios
Elaborar un esquema de los equipos necesarios para la producción.	

MATRICES PERFIL OPORTUNIDAD Y AMENAZAS DEL MEDIO (P.O.A.M)

MATRIZ DEL PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO DE LA EMPRESA JULIRAFERIK S.A.S		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
SOCIAL		
Tendencia en el consumo de los productos saludables denominados light y dietéticos	x	
Incremento con problemas de salud asociados a la alimentación	x	
Interés de los consumidores por nuevos productos y nuevos establecimientos	x	



ECONOMICOS		
Prejuicio de Inversión en alimentos que tienden a engordar a sus consumidores		X
Desempleo en la Ciudad de Bogotá D.C		X
El costo de vida en la ciudad de Bogotá D.C.		X
TECNOLÓGICOS		
Competidores directos con equipos de producción tecnificados		x
POLITICOS		
Leyes y Normas adoptadas por el gobierno nacional en cuanto al sector de alimentos		X
Reglamentos y exigencias de DIAN, CAMARA DE COMERCIO, SANIDAD ENTRE OTROS		X
COMPETITIVOS		
Precio de la competencia directa	X	
Competencia desleal		X
Competencia y medios usados en la misma		X
Capacidad instalada de la competencia.		X



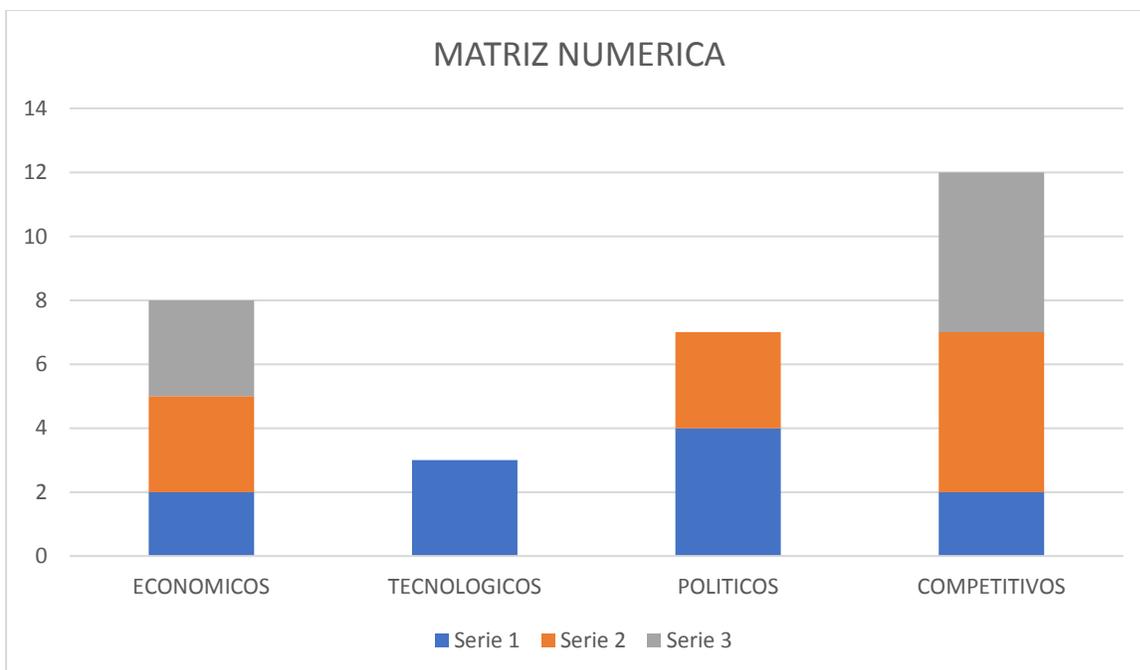
MATRIZ NUMERICA

1. TOTALMENTE EN DESACUERDO
2. EN DESACUERDO
3. NI DE ACUERDO, NI EN DESACUERDO
4. DE ACUERDO
5. TOTALMENTE DE ACUERDO

	1	2	3	4	5
Tendencia en el consumo de los productos saludables denominados light y dietéticos	x				
Incremento con problemas de salud asociados a la alimentación	x				
Interés de los consumidores por nuevos productos y nuevos establecimientos	x				
ECONOMICOS					
Prejuicio de Inversión en alimentos que tienden a engordar a sus consumidores		x			
Desempleo en la Ciudad de Bogotá D.C			x		
El costo de vida en la ciudad de Bogotá D.C.			x		
TECNOLÓGICOS					



Competidores directos con equipos de producción tecnificados			X		
POLITICOS					
Leyes y Normas adoptadas por el gobierno nacional en cuanto al sector de alimentos				X	
Reglamentos y exigencias de DIAN, CAMARA DE COMERCIO, SANIDAD ENTRE OTROS			X		
COMPETITIVOS					
Precio de la competencia directa		X			
Competencia desleal					X
Competencia y medios usados en la misma					X
Capacidad instalada de la competencia.					X





FORMATO DE LAS ENCUESTAS

El prime formato hablaremos sobre el consumo de productos pasteleros y lactíferos tradicionales en la localidad de Antonio Nariño y en el segundo formato hablaremos sobre los consumos de productos light y dietéticos.

ENCUESTA A POBLACIÓN FLOTANTE Y HABITANTES DE LA LOCALIDAD DE ANTONIO NARIÑO DE LA CIUDAD DE BOGOTA D.C.

Esta encuesta tiene como fin recolectar información para el desarrollo de un estudio de mercado sobre el conocimiento que tienen los transeúntes y trabajadores acerca de los establecimientos productores y comercializadores de productos pasteleros y lactíferos de la localidad de Antonio Nariño de la Ciudad de Bogotá, D.C

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación de los estudiantes Rafael Rodríguez Casas, Julieth Katherine Chala y Erick Javier Acosta del programa Administración de Empresas, de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN.

Esta información aquí suministrada será tratada de forma confidente y únicamente con fines académicos:

1. Género:
 - a) Femenino _____
 - b) Masculino _____

2. Su edad se encuentra entre:
 - a) 15 y 29 años ____
 - b) 30 y 45 años ____
 - c) 55 y 65 años ____
 - d) 70 y 89 años ____



- e) 90 años o más ____
3. En la localidad Antonio Nariño, indique su tipo de relación
- a) Estudiante ____
 - b) Comerciante ____
 - c) Habitacional ____
 - d) Laboral
4. Usted consume productos lácteos y pasteleros en la localidad Antonio Nariño
- a) Si ____
 - b) No ____
5. ¿Cuáles de los siguientes productos le gustaría consumir en un nuevo establecimiento de pastelería en la localidad Antonio Nariño?
- a) Torta tres leches
 - b) Mousse
 - c) Tiramisú
 - d) Muffin
 - e) Yogurt
 - f) Alpinito
- Otros ____ ¿Cuáles? _____
6. De los siguientes motivos ¿Cuál es el más importante para usted en el momento de elegir un establecimiento con el fin de consumir productos de pastelería y lácteos en la localidad de Antonio Nariño:
- a) Calidad de los Productos ____
 - b) Variedad de los Productos ____
 - c) Ambiente del Establecimiento ____
 - d) Servicio del Establecimiento ____
 - e) Precios de los Productos ____



7. ¿Cuánto dinero invierte por persona en promedio cuando consume productos de pastelería en algún establecimiento?
- a) Menos de 4.000 ____
 - b) Entre 5.000 a 8.000 ____
 - c) Entre 9.000 a 11.000 ____
 - d) Mas de 11.000 ____
8. ¿Con que frecuencia usted asiste a un establecimiento para consumir productos de pastelería en la localidad Antonio Nariño?
- a) Todos los días ____
 - b) Una vez a la semana ____
 - c) Una vez al mes ____
 - d) Una vez Cada dos meses ____
9. ¿Cuál es el motivo por el cual usted no consume productos de pastelería y lactíferos en la localidad Antonio Nariño?
- a) Enfermedades (diabetes) ____
 - b) Precio ____
 - c) Calidad de los Productos ____
 - d) Imagen del Establecimiento ____
10. ¿De los siguientes servicios cuales le gusta encontrar en el establecimiento?
- a) Televisión
 - b) Música
 - c) Internet
 - d) Periódicos
 - e) Libros
- Otros ____ ¿Cuáles? _____

Gracias por su colaboración.



ENCUESTA A POBLACIÓN FLOTANTE Y HABITANTES DE LA LOCALIDAD DE ANTONIO NARIÑO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.

Esta encuesta tiene como fin recolectar información para el desarrollo de un estudio de mercado sobre el conocimiento que tienen los transeúntes y trabajadores acerca de los establecimientos productores y comercializadores de productos pasteleros y lácteos light y dietéticos de la localidad de Antonio Nariño de la Ciudad de Bogotá, D.C

La siguiente encuesta hace parte de un trabajo de investigación de los estudiantes Rafael Rodríguez Casas, Julieth Katherine Chala y Erick Javier Acosta del programa Administración de Empresas, de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN.

Esta información aquí suministrada será tratada de forma confidencial y únicamente con fines académicos:

1. Género:

- a) Femenino _____
- b) Masculino _____

Su edad se encuentra entre:

- a) 15 y 29 años ____
- b) 30 y 45 años ____
- c) 55 y 65 años ____
- d) 70 y 89 años ____
- e) 90 años o más ____

2. En la localidad Antonio Nariño, indique su tipo de relación

- a) Estudiante ____
- b) Comerciante ____
- c) Habitacional ____
- d) Laboral ____

3. ¿Usted consume productos light y/o dietéticos en la localidad Antonio Nariño?

- a) Si ____
- b) No ____



4. De los siguientes ¿Cuál es el motivo principal por el cual usted consume productos light

y/o dietéticos en la localidad Antonio Nariño?

- a) Cuidado de la imagen ____
- b) Preservar la salud ____
- c) Por enfermedades (Diabetes) ____

5. ¿Cuánto dinero invierte por persona en promedio cuando consume productos light y/o

dietéticos en algún establecimiento?

- a) Menos de 4.000 ____
- b) Entre 5.000 a 8.000 ____
- c) Entre 9.000 a 11.000 ____
- d) Mas de 11.000 ____

6. ¿Estaría usted dispuesto a consumir productos light y/o dietéticos de un nuevo

establecimiento de comercio?

- a) Si ____
- b) No ____

7. De los siguientes ¿Cuál es el motivo por el cual usted no consume productos Light o

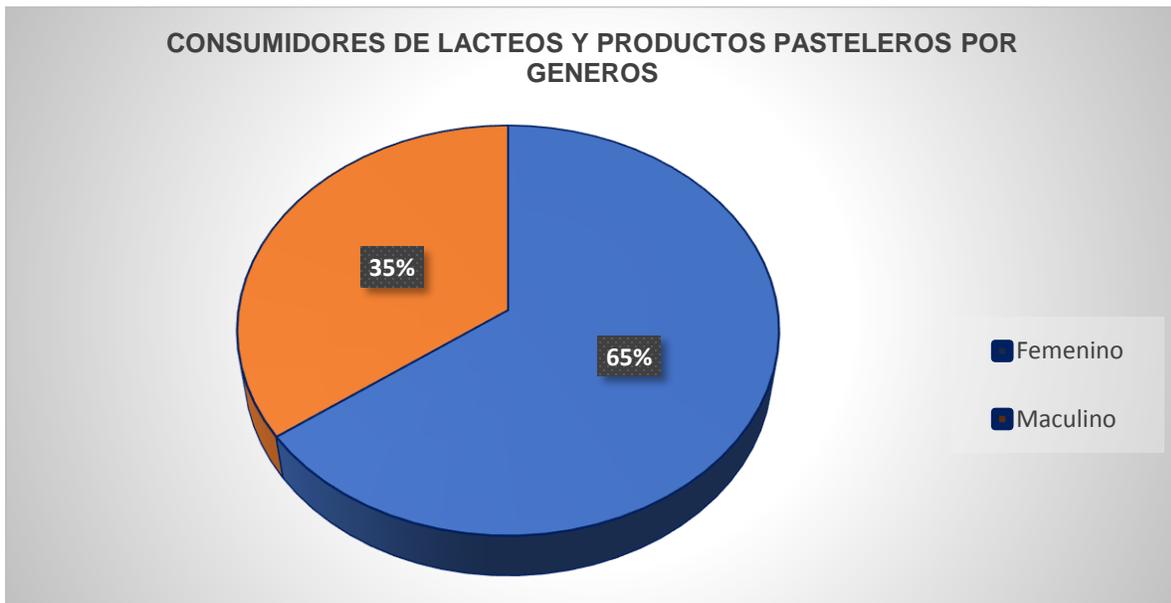
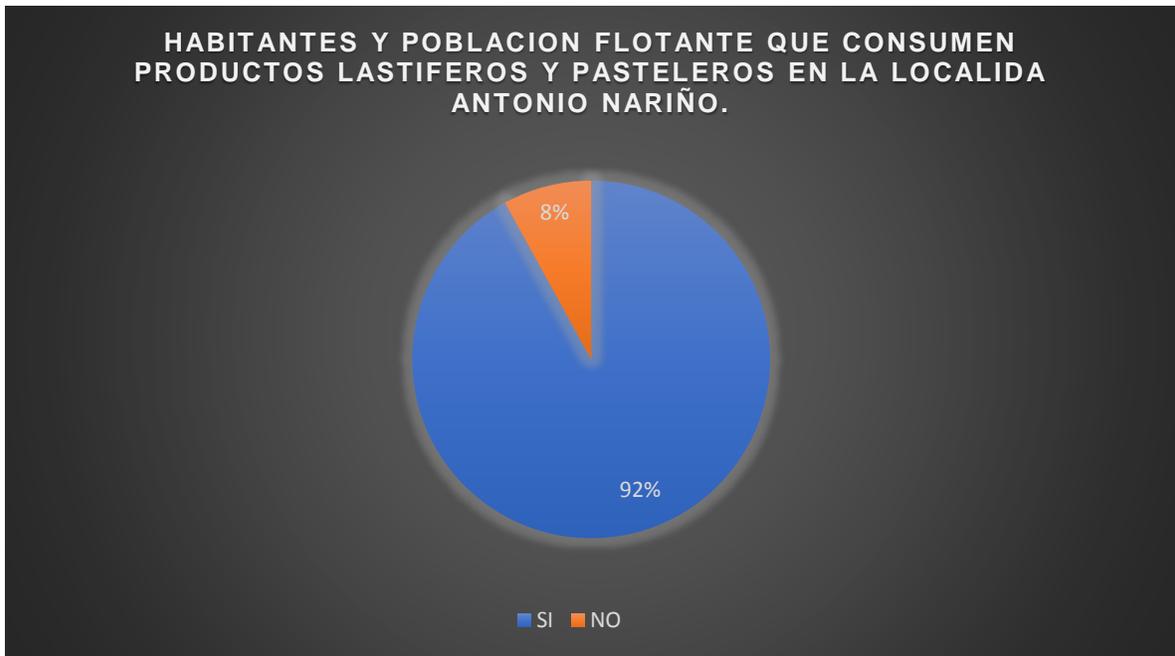
¿Dietéticos?

- a) Precio ____
- b) No le gusta el sabor ____
- c) No presenta patologías (Diabetes, colesterol alto) ____
- d) Desconoce los establecimientos donde puede adquirirlos ____

Gracia por su colaboración



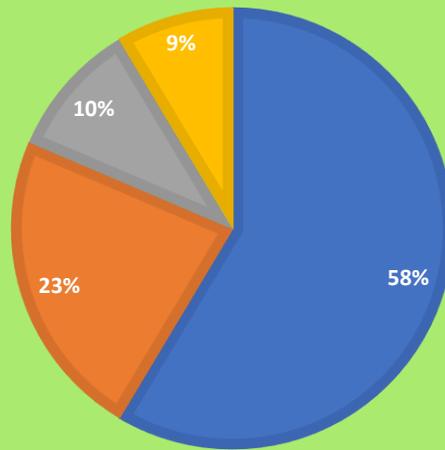
VALIDACION DEL MERCADO





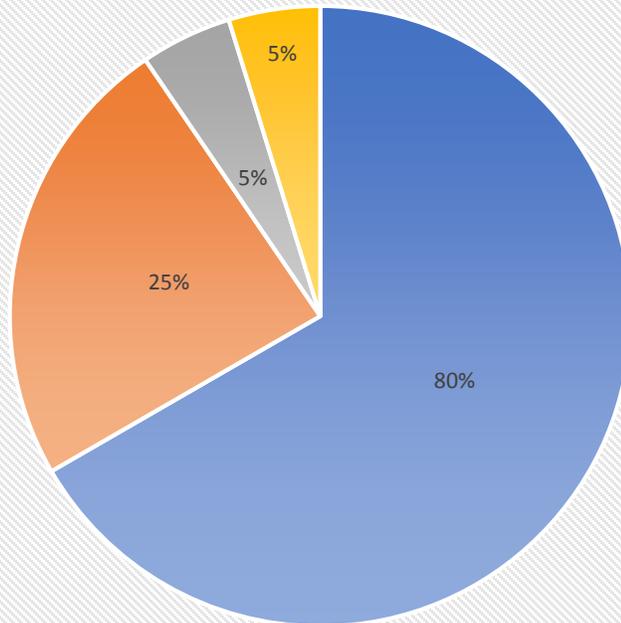
EDADES DE LAS MUJERES ENCUESTADAS QUE CONSUMEN PRODUCTOS LACTIFEROS Y PASTELEROS EN ANTONIO NARIÑO

■ 15 Y 29 Años ■ 30 y 45 Años ■ 55 y 65 Años ■ 70 y 89 años



EDADES DE LOS HOMBRE ENCUESTADOS QUE CONSUMEN PRODUCTOS LACTIFEROS Y PASTELEROS EN ANTONIO NARIÑO

■ 15 y 29 Años
■ 30 y 45 Años
■ 55 y 65 Años
■ 70 y 89 Años





DISTRIBUCIÓN

Los clientes principales e iniciales serán los habitante, población flotante y empleados de las empresas ubicadas en la localidad de Antonio Nariño, para llegar a esto se tendrá un punto de venta en la localidad, en caso de abrir el mercado y expansión de este se distribuirá los productos a comerciantes dedicados a esta actividad, de no ubicar un local que nos permita elaborar los productos se buscará un sitio destinado para realizar esta labor.

LA COMUNICACIÓN (PUBLICIDAD)

Para lograr la comunicación requerida que nos permita dan a conocer al mercado nuestra empresa DOCTOR PASTELITO S.A.S. se debe tener en cuenta la publicidad y fuerza de ventas.

Inicialmente la publicidad la realizaremos principalmente por medio impreso (Folletos y Publicidad visible en la cual será distribuida y pegada en la localidad), mientras podemos costear la publicidad por radio, televisión y periódicos. Se pretenden a futuro crear una página WED y apoyarnos por el medio de redes sociales donde daremos a conocer nuestra empresa, nuestros productos y beneficios que pueden influenciar en la salud de los consumidores.



COCLUSIONES

Como resultado de las encuestas realizadas en la localidad Antonio Nariño se pudo evidenciar que, si hay un nivel de consumo de un 92% de postres por parte de personas de la localidad, muchas de ellas entre 15 y 29 años con un consumo del 80%.

También nos apoyamos del pentágono de perfilación de clientes para realizar este proyecto identificando las necesidades, beneficios, soluciones actuales, limitaciones inconformidades y el mercado. Concluyendo de esta manera que si es viable nuestro producto.

Es importante dar a conocer al mercado un producto innovador ya que al momento de realizar las encuestas pudimos identificar que hay poca variedad en el mercado es necesario tener algo que la competencia no tenga es por eso nuestra idea de proyecto, además los postres son algo muy llamativo y más si son de diferentes presentaciones.



DOCTOR PASTELITO