



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

TRABAJO OPCIÓN DE GRADO I

“DELICIAS DEL VALLE”

Pandebono Valluno

PRESENTADO POR

Jorge Adrián Mora

, Carlos Andrés Ramírez

Brayan Francisco Barrera

TUTOR

Rafael Alberto Galvis

Bogotá, D.C.

2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	4
MISION Y VISION	5
MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES.....	5
Identificación de las necesidades del stakeholder.....	5
Identificación de beneficios y expectativas.....	6
Identificación de soluciones actuales.....	6
Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones.....	7
Mercado.....	8
Segmentación de mercado (pandebonos).....	10
VALIDACIÓN DEL MERCADO.....	14
ENTREVISTA (DELICIAS DEL VALLE): Pandebono Valluno.....	14
MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER.....	16
PESTEL	16
Análisis información.....	15

Conclusiones.....	15
PROTOTIPO.....	16
Descripción del producto.....	16
Ficha técnica.....	17
BIBLIOGRAFÍA/CIBERGRAFÍA.....	18

INTRODUCCIÓN

En este trabajo veremos la aplicación de la metodología de desarrollo de clientes llamada pentágono de perfilación de clientes (customer development en inglés), la cual fue desarrollada en los años 90 por el emprendedor y profesor de Silicon Valley Steve Blank y cuyo objetivo principal es identificar las características de los clientes potenciales de nuestro producto o servicio.

Para el caso en particular, el objetivo de este proyecto es lograr masificar el consumo, la distribución y además adherir nuevos ingredientes a este tipo de producto, a través de diferentes canales de distribución como los son las tiendas de barrio, los supermercados y demás establecimientos habilitados para la comercialización de este tipo de productos.

JUSTIFICACIÓN

El equipo de trabajo encuentra justificación en este proyecto, debido a la falta de difusión masiva de este delicioso producto vallecaucano, ya que solo se encuentra en algunas panaderías y/o cafeterías de barrio y en algunos sitios comerciales, pero no lo podemos encontrar en sitios más populares y de fácil acceso como las tiendas, supermercados y demás establecimientos habilitados para la comercialización de productos comestibles similares a éste. Los consumidores de este producto se verán beneficiados ya que tendrán accesibilidad a este producto a cualquier hora del día, con lo cual tendrán nuevas alternativas para variar los desayunos, complementar las loncheras de los más chicos o preparar una merienda en las tardes con este producto que encaja muy bien con cualquier otra comida como bebidas frías o calientes. Además, por su novedoso empaque podrá ser disfrutado en cualquier lugar y momento conservando la frescura y sabor propios del pandebono, y lo mejor a un buen precio.

. MISION

Delicias del Valle quiere promover productos personalizados brindando novedad y diferencia en su presentación única adaptada a la necesidad del consumidor y lograr así el bienestar de los clientes.

VISION

Productora y comercializadora de pandebono empacado que cumplan con las expectativas de un mercado objetivo prestando así calidad y una alta confiabilidad.

MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

Identificación de las necesidades del stakeholder

- Nuestros clientes necesitan un nuevo alimento que diversifique sus desayunos, además que aporte un nuevo ingrediente en la lonchera de los niños y que la merienda en las horas de la tarde sea más agradable a sus paladares.
- El día a día de la ciudad en muchas ocasiones no da tiempo de alimentarnos adecuadamente, es allí donde nuestro producto juega un papel muy importante ya que se combina muy bien con las bebidas frías o calientes, lo que en conjunto brinda una buena fuente de energía para continuar con nuestras labores diarias.
- Otra de las necesidades de nuestro stakeholder es que se requiere tener mayor accesibilidad de nuestro producto, es allí donde nace la idea de revestirlo con un empaque que le brinde mayor protección y durabilidad, conservando por más tiempo sus principales características como lo son el sabor y la textura original del mismo. Con esto, se podrá comercializar fácilmente en tiendas, supermercados y demás establecimientos públicos sin preocuparnos por que las características de nuestro producto cambien. Adicionalmente se facilitará el transporte del mismo ya sea hacia nuestros lugares de trabajo, de estudio o a donde quiera que nos traslademos.

HIPÓTESIS

“Creemos que nuestros clientes necesitan un nuevo alimento que diversifique sus desayunos, que aporte un nuevo ingrediente en la lonchera de los niños y que la merienda en las horas de la tarde sea más agradable al paladar”

Identificación de beneficios y expectativas

- Brindar mayor accesibilidad de los clientes a este producto.
- Adherir nuevos sabores que combinen con las características propias del pandebono.
- Diversificar las comidas con la introducción de este producto a un precio asequible.

HIPÓTESIS

“Creemos que nuestro producto va a tener un mayor auge en los hogares de nuestros clientes ya que se distribuirá en lugares de mayor popularidad”

Identificación de soluciones actuales

- Algunas panaderías, cafeterías y centros comerciales brindan este producto pero no con las mismas características que trae nuestro producto.

HIPÓTESIS

“Creemos que las soluciones actuales se quedan cortas ante la alta demanda que pretendemos despertar en nuestros clientes a través de nuestros canales de distribución”

Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones

- Poca innovación en el producto.
- Escasa accesibilidad.
- Mal embalaje del producto.

HIPÓTESIS

“Creemos que nuestros clientes se encuentran insatisfechos por no encuentran el producto en los sitios que más frecuentan para la compra de alimentos, además, siente algo de desconfianza en el producto ya la forma de almacenarlo y distribuirlo no es la más adecuada”

MERCADO

- TAM (Total Addressable Market o Mercado Total Direccionable): No hay fuentes confiables que den información seria sobre el mercado nacional o regional de este producto. Sin embargo, dos de los insumos más importantes de nuestro producto como lo son el queso costeño y el almidón de yuca pueden llegar a tener subidas de precio inesperables en el transcurso del año, ya que éstos dependen de que los cultivos y la producción lechera se mantengan funcionando regularmente, es decir, que una subida de precios puede ser causada por ejemplo por cambios climáticos fuertes como lluvias intensas que causen inundaciones en los cultivos de yuca o en las zonas ganaderas o también por oleadas de calor intenso que afecten los mismo, otro tanto también por causa de la mano del hombre como en los casos de cese de actividades en el sector del transporte debidas a los diferentes paros sindicales por descontento de sus trabajadores como se ve en

el sector del transporte, etc. También se ve afectado el precio por la sobredemanda de este producto, como se puede notar en el mes de diciembre, el precio del queso costeño sube alrededor de un 30% en razón a que los buñuelos, y cuyo insumo base es el queso costeño, son muy apetecidos en esta fecha del año.

- SAM (Serviceable Available Market o Mercado que Podemos Servir): Mejorando los equipos de fabricación con los que actualmente contamos, adquiriendo una mejor tecnología e incrementando nuestro personal de producción, podríamos atacar el mercado comprendido en toda la localidad de Bosa que cuenta aproximadamente con 637.529 habitantes según censo del 2017 con un total de 280 barrios, cuyos estratos económicos son 1 y 2 básicamente.
- SOM (Serviceable Obtainable Market o Mercado que Podemos Conseguir): De acuerdo a los equipos de trabajo, la tecnología con la que disponemos y la mano de obra con la que contamos en este momento, podemos definir que nuestro mercado inicial está enfocado específicamente en el barrio bosa porvenir, el cual cuenta con aproximadamente 2.280 habitantes, cuyos estrato básicamente son 1 y 2. Nos dirigiremos especialmente a las amas de casa porque por tradición son las encargadas por lo general de comprar la alimentación de la familia.

HIPÓTESIS

“Creemos que nuestro mercado inicial estará segmentado en los estratos 1 y 2 del barrio bosa porvenir de la localidad de bosa, cuyos habitantes son aproximadamente 2.280 habitantes y en donde por tradición son las amas de casa las encargadas de comprar la alimentación de su familia”

Segmentación de Mercado (Pandebonos)

1. Geográfico

Áreas de distribución del producto

- Localidad de bosa, barrio bosa el porvenir específicamente.

Diferencias culturales

- No hay diferenciales, producto disponible para todos.

Movilidad geográfica

- Bogotá D.C. (punto inicial)

2. Demográfico

Edad

- Mayores de dos años

Sexo

- Masculino
- Femenino

Nivel de educación

- Pre-escolar
- Jardín
- Colegio
- Educación superior

Nivel socio-económico

- Inicialmente estrato 1 y 2
- A posteriori, estratos 3 y superiores

3. Psicológico**Personalidad**

- Competidores
- Exploradores
- Innovadores
- Aventureros

Estilo de percepción

- Visual
- Sensorial

4. Estilos de vida**Grupos de referencia**

- Celeridades
- Líderes
- Personas del común

Roles sociales

- Profesores
- Padres y madres (cabezas de familia)
- Trabajadores
- Estudiantes

5. Uso del producto**Frecuencia de uso**

- Consumo diario
- Consumo semanal
- A cualquier hora del día

Lealtad de la marca

- Al ser pioneros en la distribución de este producto en los canales de distribución más comunes, nuestra marca “Delicias del valle” tendrá mayor recordación en nuestros clientes.

6. Beneficios del producto**Rendimientos o prestaciones esperadas**

- Alimento suplementario y nutritivo.

Necesidades cubiertas por el producto

- Diversificación de las comidas.
- Nuevos aderezos en el producto.

Percepción de la marca

- Un producto que se deja combinar bien con otras comidas y bebidas.
- Variar un poco más las comidas, especialmente los desayunos y las medias nueves.

Satisfacción

- Es lo primordial, brindar valor a nuestros clientes más que un producto.
- Servicios postventa.

El horario de recepción de mercancía es 8:00 am a 12:30 pm de lunes a viernes La factura debe coincidir con la orden de compra # 43167 en cuanto producto, precio y cantidades de no ser así por favor indicarlo.

TODAS LAS PERSONAS QUE INGRESEN AL HOTEL DEBERAN PRESENTAR EL CARNET DE LA (ARL), SIN EL CARNET NO LOS DEJARAN ENTRAR.

GRACIAS

VALIDACIÓN DEL MERCADO

ENTREVISTA (DELICIAS DEL VALLE): Pandebono Valluno

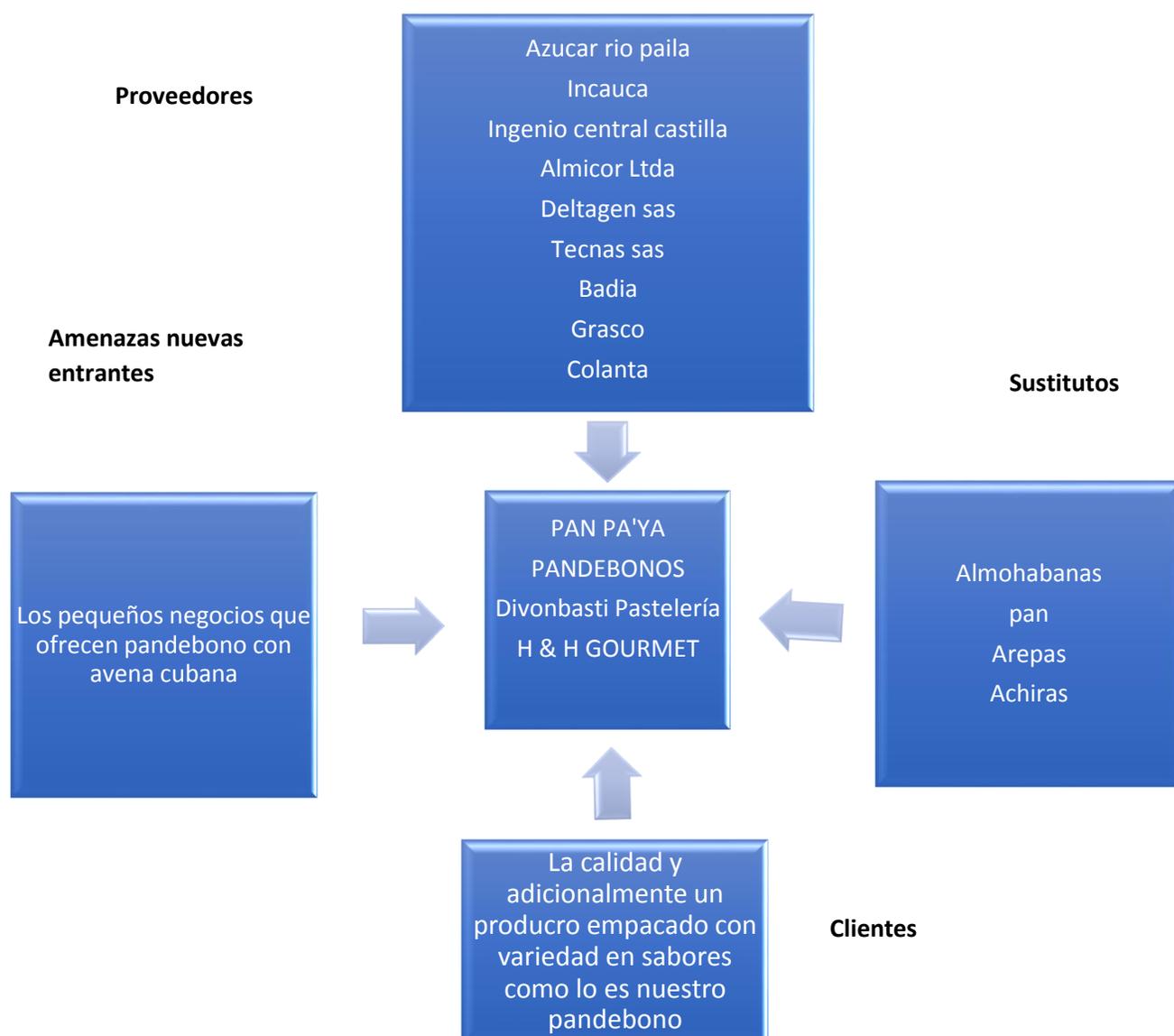
Presentación: Buenos días/tardes/noches, nosotros somos...

- 1 ¿Estaría usted dispuesto a introducir en algunas de sus comidas (desayuno/merienda) un nuevo producto para variar su menú?
- 2 Actualmente, ¿qué tipo de productos compra para el desayuno de su familia?
- 3 ¿Le gustaría introducir en sus desayunos y meriendas un producto como el pandebono?
- 4 ¿Qué opina de un producto a base de queso y almidón como lo es el pandebono?
- 5 ¿Cree usted que el pandebono es una buena fuente de energía y que además su consumo es sano?
- 6 ¿Le gustaría encontrar este producto en lugares de fácil acceso como lo son las tiendas y supermercados de barrio?
- 7 ¿Qué aderezos o rellenos le gustaría que tuvieran los pandebonos para incluirlos en su dieta y la de su familia?
- 8 ¿Cuánto gasta por lo general en el desayuno de cada integrante de su familia?
- 9 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por una unidad de este producto?
- 10 ¿Con qué frecuencia consume usted productos a base de queso como lo son las almojábanas, pandebonos, arepas, buñuelos, entre otros?

RESULTAVOS REVELANTES

RESULTADOS PARCIALES	PREGUNTAS
60%	1
30%	2
70%	3
45%	4
30%	5
20%	6
40%	7
60%	8
70%	9
40%	10
465%	

MATRIZ 5 FUERZAS DE PORTER



PESTEL

P	En el aspecto político, aportamos con la respectiva inscripción de la empresa, y que tenga así su respectiva matrícula mercantil, en la cámara de comercio y de esta manera tener su referente RUT.
E	En los aspectos económicos, se hará uso de todos los títulos valor, costos fijos y variables según el entorno, aportando al financiamiento y planes estratégicos planteados.
S	En los aspectos socio-culturales este producto es personalizado, al gusto del consumidor, haciendo uso de cualquier tipo de material, empleando nuevos diseños y al gusto del consumidor.
T	Aspectos tecnológicos, hacemos uso de las tics, apoyados al marketing online al público potencial. Usando el modelo crowdfunding donde el financiamiento colectivo que normalmente es online, financiando el proyecto a cambio de una buena utilidad.
E	En los aspectos ecológicos, haremos uso de materiales biodegradables, infundiendo el hábito de cuidar y ayudar el medio ambiente, implementando la ISO 14001 (sistema de gestión ambiental).
L	En términos legales, estamos guiados en base a la ley del artesano "ley 36 de 1984". Donde se considera artesano a la persona que ejerce una actividad profesional creativa entorno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual.

FICHA TÉCNICA

<p>DELICIAS DEL VALLE</p> 	<h2>FICHA TÉCNICA</h2>	
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO</p>	<p>Pandebono Valluno</p>	
<p>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</p>	<p>Producto elaborado a base de queso costeño, almidón de yuca agrio, azúcar y mantequilla</p>	
<p>LUGAR DE ELABORACIÓN</p>	<p>Elaborado en la ciudad de Bogotá D.C., punto principal barrio Bosa el Porvenir, calle 52s N°</p>	
<p>COMPOSICIÓN NUTRICIONAL</p>	<p>Queso Coteño</p>	<p>50%</p>
	<p>Almidón Agrio de Yuca</p>	<p>40%</p>
	<p>Azúcar</p>	<p>5%</p>
	<p>Mantequilla</p>	<p>5%</p>
<p>PRESENTACIÓN Y EMPAQUE</p>	<p>Empaque x 4 unidades</p>	
<p>CARACTERÍSTICAS</p>		
<p>Producto con textura y sabor original al elaborado en la sultana del valle</p>		

ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Los resultados obtenidos son positivos y brindan buenas expectativas de mercado ya que al analizar la información se denota una buena aceptabilidad del producto y los precios que los clientes estarían dispuestos a pagar se ajustan a nuestras posibilidades tarifarias. Además, los puntos que no nos favorecen demasiado se pueden revalidar al momento de poner nuestro producto en el mercado porque con los canales de distribución que vamos a utilizar, nuestro producto estaría muchos más cerca de nuestros clientes lo cual en ocasiones hace que éstos cambien de opinión y decidan probarlo y reevaluar el concepto que tenían de este producto por experiencias del pasado.

CONCLUSIONES

En términos generales y después de analizar los datos de las entrevistas, podemos intuir que el lanzamiento de este producto al mercado generaría en muchos casos un cambio en las preferencias de nuestros clientes en cuanto a sus comidas, especialmente, en sus desayunos, meriendas, las onces de los niños en edad escolar y también para picar en el intermedio de sus actividades laborales, académicas, y demás.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que como es un producto nuevo en los canales de distribución que vamos a utilizar (tiendas, supermercados, otros), hay que desarrollar un plan publicitario que permita que nuestros clientes se enteren de las principales características de nuestro producto, sus beneficios, sabores, en donde se consigue y demás

información pertinente para que a través del voz a voz se genere una conciencia de consumo.

PROTOTIPO

Descripción del producto o servicio

El pandebono es un producto libre de gluten típico de Colombia, especialmente del departamento del valle del cauca. Este producto está elaborado principalmente con almidón agrio de yuca, queso costeño y agua o leche. Según el sitio de elaboración, existen variaciones en su formulación, aunque es común el empleo de harina o fécula de maíz, huevos y grasa vegetal. Sin embargo, específicamente nuestro producto sólo utiliza almidón de yuca agrio, queso costeño, azúcar y mantequilla. Estos ingredientes se mezclan hasta formar una masa suave y homogénea con la cual se procede a formar pequeñas porciones que posteriormente se hornean. Las características más sobresalientes de este producto son su textura esponjosa, miga abierta, baja densidad y rápido endurecimiento. Nuestro componente innovador y diferencial serán los aderezos o rellenos que utilizará nuestro producto como lo son el arequipe, el bocadillo y eventualmente mermelada de mora de frutos rojos entre otros.

CIBERGRAFÍA

- <http://www.bosa.gov.co/>
- <http://caliescribe.com/es/reporte-urbano/2012/11/17/3598-origen-del-pandebono-valluno>
- <http://www.redalyc.org/html/1699/169925865009/>