

OPCIÓN DE GRADO 2

DOCENTE:

[Saúl Israel Martínez Bombiela](#)

YULY PATRICIA OBANDO GAVIRIA
NIDIA PATRICIA RINCÓN CALLEJAS

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL (CUN)
UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO
PROGRAMA DE TECNOLOGIA DE GESTION ADMINISTRATIVA
BOGOTA, 2018

CONTENIDO

1. Introduction.....	5
2. Misión.....	6
3. Vision.....	6
4. Objetivo General.....	6
5. Objetivos Específicos.....	7
6. Ideación –Generación de la Idea	8
7. Matriz de Ideación.....	9
8. Descripción del Negocio.....	9
9. Necesidad que Resuelve	10
10. Pirámide de Maslow.....	11
11. Stakeholders.....	12
12. Pentágono.....	12
12. 1. Necesidades Jobs.....	13
12.2 Beneficios y Expectativas.....	13
12.3 Soluciones Actuales.....	13
12.4Componente Limitaciones y Frustraciones.....	13-14
13. Benchmarking	14
14.Estudio de Mercado	14
15.Objetivo del Estudio de Mercado	15
16..Segmento de Mercado	16
17. Tamaño del Mercado	16
18 Grupo Objetivo- Población	16
19 Entrevista	17
20. Tabulación de datos.....	17
21. Análisis de datos.....	20
22. Toma de decisiones.....	21

23.	Planeación Estratégica.....	21
24.	Análisis de la entrevista	22
25.	Identidad estratégica.....	22
26.	Valores corporativos.....	23
27.	Cinco Fuerzas de Porter	23 29.
	Pitch.....	25
30.	Marco Legal.....	31
31	Técnica de Investigación de Mercado.....	31
32.	Plan de Marketing.....	32
	Objetivos.....	32
	Estrategia de Mercado Concentrado.....	32
	Producto.....	33
	Estrategia del Producto.....	34
	Diseño del Empaque.....	34
	Estrategia de Plaza de Distribución.....	36
	Mezcla de Promoción.....	36
	Determinación del precio.....	37
	Conclusiones.....	37
	Bibliografía.....	38

REPOSTERÍA

“Delypaty.s”

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se lleva a cabo bajo el marco de proyectos de grado dos (2), el cual estudia la factibilidad para crear una microempresa llamada Repostería *“Delypaty.s”* la cual tendrá como objeto social la creación de productos de repostería con cero azúcar añadida que beneficie a personas con algunas restricciones médicas tales como diabetes, hipertensión entre otras y que a su vez satisfaga la necesidad de algunos clientes de cuidar su alimentación por temas estéticos y de salud. La importancia de nuestro producto está basado en satisfacer algunos gustos, antojos y necesidades de usuarios que desean postres pero que por alguna enfermedad o condición médica no pueden consumirlos o para cualquier tipo de persona que esté interesada en cuidar su salud, nosotros deseamos implementar una línea de postres que puedan cumplir con las indicaciones médicas y de salud de nuestros clientes, pero a la vez suplir la necesidad de calmar esos antojos. Si bien ya existen productos en el mercado que cumplen con algunas de esas necesidades se ha encontrado que tienen un alto costo lo cual los hace de difícil acceso para este tipo de población que debe llevar una vida bastante estricta y costosa.

Nuestro producto está diseñado para ser práctico de llevar, a buen precio y acceso. Con el fin de contribuir a una alimentación práctica, deliciosa, económica y disponible para consumir a cualquier hora del día.

2- MISIÓN:

Somos una empresa de Repostería con cero azúcares añadidas, que busca brindar a nuestros clientes la oportunidad de consumir un producto variado de Calidad y que cumpla con las condiciones médicas que se requieren para mantener el cuidado de su salud.

3- VISIÓN:

Nuestra visión es ser una empresa de Repostería Líder en el mercado y ser reconocida por la calidad que ofrecemos en nuestros productos, con el fin de lograr el crecimiento de la misma y de las familias que la integran.

4- OBJETIVO GENERAL

Contribuir con la sana nutrición de un grupo de población específica que tienen determinadas condiciones de salud y necesitan una alimentación especial. Comercializando y posicionando nuestro producto a gran escala, e impactar en un sector tan competitivo como lo es el sector de los alimentos en la ciudad de Bogotá específicamente en sectores de alta afluencia a establecimientos de salud como clínicas, hospitales y centros médicos, mediante la venta directa al público en puntos de ventas.

5- Objetivos Específicos

1. Determinar la viabilidad de la idea de negocio a través del análisis del

Método Customer Development

2. Innovar con un producto delicioso, nutritivo y económico
3. Posicionarse como líder ante la competitividad del mercado
4. Solicitar los permisos de salubridad e higiene, para ofrecer un servicio que cumpla Con las normas de sanidad establecidas

5. Realizar capacitaciones y lograr que el personal sea calificado para la Manipulación de alimentos que requieran transformación de materia prima.

6. Convertirnos en oportunidad de negocio para otros emprendedores, formando así una cadena de sucursales.

7. Determinar mediante un estudio de mercado los puntos geográficos específicos donde posicionaríamos los puntos de venta.

8. Posicionar el producto y lograr una rentabilidad que nos brinde estabilidad económica.

6- IDEACIÓN Y GENERACIÓN DE IDEAS:

Lluvia de Ideas

Producto o servicio	características	Necesidad o problema
Asesoramiento contable para empresas que no llevan una contabilidad al día	Proporcionar un informe contable y presupuestal sobre el estado de la empresa para dar cumplimiento a la normatividad tributaria vigente.	Actualizar y poner al día la situación contable y financiera de aquellas empresas que por falta de conocimiento y de tiempo no han hecho de la manera correcta.
Pan de bono relleno de pollo	Innovar con un nuevo sabor en un producto que ya es conocido en el mercado.	Satisface la necesidad de consumir alimentos entre comidas.
Repostería cero Azúcar Añadida	Postres caseros elaborados con cero azúcares, preparados por personal especializado y con una cálida y atención.	Satisfacer los antojos de un grupo específico de personas con restricciones médicas frente a algunos alimentos.

7. MATRIZ DE IDEACIÓN

IDEA DE NEGOCIO	PROBLEMA QUE PRETENDE RESOLVER
Repostería cero Azúcar añadida.	Ofrecer productos de repostería que contengan cero azúcar añadida, ya que serán endulzados con el azúcar natural de las frutas, leches, y demás insumos
Ubicación	Accesible a varios segmentos de mercado
Diseños	Un local amplio que cumpla con los reglamentos de INVIMA y Sanidad
Elementos	Las instalaciones y elementos de cocina que sean prácticos e higiénicos

8. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Crear una empresa de Repostería llamada Repostería “Delypaty.s” la cual tendrá como objeto social la elaboración de productos con mínimo contenido de azúcar añadido, lo cual beneficie a personas con algunas restricciones médicas tales como diabetes, hipertensión, obesidad, déficit nutricional y otras alteraciones de salud y a la vez satisfacer la necesidad de algunos clientes quienes solo buscan cuidar su alimentación por temas estéticos y de salud . La importancia de nuestro producto está basado en satisfacer algunos gustos, antojos y necesidades de usuarios que desean postres pero que por alguna enfermedad o condición de salud no pueden consumirlos, nosotros deseamos implementar

una línea postres elaborados 100 % a base de azúcar natural, No añadida lo cual los hace saludables para todo tipo de consumidor. Si bien ya existen productos en el mercado que cumplen con algunas de esas necesidades se ha encontrado algunas dificultades al adquirirlos, tienen un alto costo lo cual los hace de difícil acceso para este tipo de población que debe llevar una vida bastante estricta y costosa y son de difícil acceso al público específico.

Nuestros productos están elaborados con materia prima de óptima calidad, el azúcar que incorporaremos en los postres será natural es decir únicamente la que traen las frutas, leche, algunos cereales, frutos secos y alimentos de origen vegetal, harinas elaboradas sin gluten entre otros.

Nuestro producto está diseñado para ser práctico de llevar, a un precio justo y asequible con el fin de contribuir a una alimentación balanceada, práctica y deliciosa y la vez disponible para consumir a cualquier hora del día.

Contaremos con personal altamente calificado expertos en repostería pero que a su vez tengan el asesoramiento de nutricionistas y dietistas, Atención personalizada con trato humano y calidez, ubicación geográfica en puntos específicos de afluencia constante de público al que pretendemos impactar.

9. NECESIDAD QUE RESUELVE:

Cubrir la falta de oferta en el mercado de la pastelería de productos de alta calidad pero con determinadas especificaciones como por ejemplo una torta sin azúcar añadida la cual sea

deliciosa, saludable y llamativa. Que satisfaga la necesidad de simplemente cubrir un antojo o por el contrario para esas fechas importantes en que queremos compartir con nuestras familias y amigos, sin que este no afecte la salud de aquellas personas que cotidianamente no pueden consumir este tipo de productos debido a que padecen diabetes y simplemente quieren cuidar su salud del consumo excesivo de azúcar añadido.

10- PIRÁMIDE DE MASLOW:

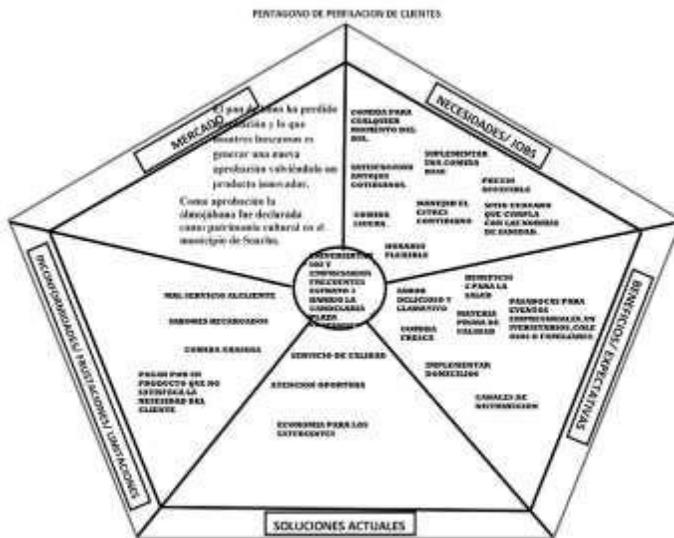


De acuerdo a la jerarquía de la pirámide de Maslow, nuestra idea de negocio está ubicada en primera línea ya que nuestro producto satisface una de las necesidades más importantes del ser humano la Alimentación

11- STAKE HOLDERS:

- Dirigido a personas con condiciones médicas específicas causadas por un alto consumo de azúcar en sus dietas alimenticias diarias como lo son, Diabetes, Obesidad, déficit nutricional entre otros. así como también personas fines que estén interesadas en cuidar su salud.
- Localidad de Teusaquillo- Barrio la soledad cerca alas clínica los fundadores, compensar, Funsanar IPS, Clínica del colon, Clínica de Diabetes.
- personas adultas 35 años en adelante, con prescripción médica de no consumir productos con azúcar añadida o artificial.
- Estratos 3 y 4.

12. PENTÁGONO:



IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DEL STAKEHOLDER

12.1. Necesidades Jobs

- Creemos que en la actualidad no existe un lugar que sea alusivo a repostería con azúcar añadida.
- Creemos que en la actualidad no hay un punto de venta donde se cubra la necesidad de satisfacer el buen comer “saludablemente” en un postre delicioso y bajo en azúcar.
- Creemos que en la actualidad no existen precios accesibles de acuerdo al segmento de mercado
- Creemos que en la actualidad no existen puntos de venta estratégicos

12.2. Beneficios y Expectativas

- Será un beneficioso para la salud ya que tiene menos dulce añadida y esta la causante de enfermedades tales como la diabetes.
- Es un producto innovador no solo por el no contenido de azúcar añadida sino también por sus deliciosos sabores naturales.
- Será un producto que llegara a impactar en el medio y por ende los cliente puedan beneficiarse comprándolo para eventos especiales.
- Ningún otro producto tiene una Materia prima en degustación como nosotros.

13.3. Soluciones Actuales

- Será un producto con el cual las personas no tendrían que contender su ansiedad de comer un postre ya que esta seria sin azúcar añadida por ende lo le sentaría mal a su salud.
- Podría prever enfermedades futuras con respecto al azúcar añadido.

-10.4. Componente Limitaciones y Frustraciones

- una limitación actual son los Precios altos
- Una frustración es que sea Poco accesibles para los usuarios
- Otra limitación es en cuanto al servicio al cliente pues una mala atención podría incomodar y disgustar a los clientes
- Que los Clientes queden insatisfechos con el producto(valor, tamaño, atención al cliente)g

13- BENCHMARKING

14. Estudio de Mercado:

Principales Pastelerías de Bogotá:

- Pastelería Florida. Es una de las panaderías más antiguas y tradicionales del centro de la ciudad, reconocida por ser un lugar de antaño donde su mayor recordación son algunas bebidas cotidianas de los bogotanos como el chocolate con queso y la aguade panela acompañada de una almojábana.
- Pan Pa Ya LIDA:Es una de las cadenas de Panaderías, Bakery Cafe,Pizzeria más exitosa de Colombia que ofrece franquicias, reconocida por sus clientes por ofrecer variedad y lo más importante se basan en una excelente atención con agilidad Calidad y donde siempre se encontrará pan caliente

- Los Hornitos Pastelería y Panadería LIDA: Hornitos es una empresa de familia de expertos panaderos y pasteleros Colombianos, fundada en 1980, su mayor atractivo es la calidad, bienestar y variedad de sus productos de panadería y pastelería.
- Philippe Pastelería SAS: Es una Pastelería Francesa que ofrece productos sin azúcar. En Philippe Pastelería que siempre está en constante búsqueda de mejorar el bienestar general de sus clientes, aumentando su energía y que se sientan en equilibrio de mente, cuerpo y espíritu, dándole importancia a la alimentación.

15. Objetivo:

El objetivo de este estudio es analizar la competencia que existe actualmente en el mercado frente a este tipo de producto o bien alimenticio, estudiar sus comportamientos, la demanda, y demás aspectos que puedan beneficiar o afectar nuestra idea de negocio.

• Los postres sin azúcares sale de la “ola actual” de querer tener un cuerpo saludable o cuidando lo que comemos, quiere decir estos mismos productos sin tener un azúcar sino en reemplazo de esencias artificiales que den un sabor similar al azúcar para poder cuidar y prevenir enfermedades que se deriven de los azúcares.

Luego de un minucioso estudio de mercado frente a la competencia actual encontramos que son muy pocos los lugares o establecimientos de comercio que ofrecen este tipo de alimentos con las condiciones descritas anteriormente por las siguientes razones:

- precios altos debido a la materia prima.

- Tamaño del mercado, se establece que en la actualidad solo se llega a un pequeño grupo de clientes ubicados en algunas pequeñas zonas de la capital.
- segmento de mercado estratos altos (3 y 4)

16. Segmentación del Mercado:

Nuestros productos van dirigidos a personas que oscilan entre los 35 años en adelante, de estrato socioeconómico 3 y 4, que buscan hacer cambios en su alimentación por motivos de salud y bienestar (diabéticos, hipertensos y otros)

17. Tamaño del Mercado:

El tamaño del mercado se puede clasificar como medio ya que va enfocado a personas con condiciones de salud específicas que han sido diagnosticadas con diabetes, hipertensión, sobrepeso y otras, buscaremos bases de datos directamente con algunos centros médicos para comenzar una estrategia de marketing directamente con ellos.

18. Grupo Objetivo- Población

Personas o pacientes con enfermedades crónicas como la diabetes, Hipertensión, obesidad entre otros.

19. Entrevista

Buen día mi nombre es Yuly Obando y mi Compañera Nidia Patricia rincón callejas somos estudiantes de la universidad CUN, estamos realizando una encuesta sobre nuestro producto

que Es repostería cero azúcar añadida, para personas con restricción médica de consumir este tipo de alimentos.

1. ¿tiene usted algún tipo de restricción al consumir productos alimenticios con azúcar añadida?

2. ¿Puedes mencionar qué alimentos consumes en vez de postres?

3. ¿Conoces algún sitio de fácil acceso donde puedas comer algo Dulce, provocativo pero a la vez saludable y nutritivo? cual?

4. ¿En promedio cuántos dineros está dispuesto a pagar por un postre provocativo, saludable y nutritivo?

5. ¿Hay algo con lo que se siente inconforme respecto a las compra de un producto intermedio de las comidas principales?

6. ¿Cuál es la razón principal de los desórdenes alimenticios?

7. ¿Qué opinas si te digo que te ofrezco un postre o torta con cero azúcar añadida?

8. ¿si le digo que el postre o torta que te estoy ofreciendo está elaborado sin azúcar, pero que es delicioso lo probarías?

20. Tabulación de datos

En la recolección de información se aplicaron 15 entrevistas, realizadas en el sector de Teusaquillo, las situaciones positivas fueron la disposición para aceptar un nuevo producto existente pero mejorado y con ingredientes diferentes en este caso cuando les preguntamos qué el postre o torta estará elaborado con cero azúcar añadida recibimos mejoras y observaciones que nos conllevan a una mejora continua en el desarrollo del producto, situaciones negativas, dudas con la manipulación, calidad del postre, distribución, almacenamiento y manipulación de las materias primas.

PREGUNTA	RESPUESTA	CANTIDAD
¿Tiene usted algún tipo de restricción al consumir productos alimenticios con azúcar añadida?	si	5
	No	10
¿Puedes mencionar qué alimentos consumes en vez de postres?	Frutas	2
	Pan	6
	Golosinas	8
¿Conoces algún sitio de fácil acceso donde puedas comer algo Dulce, provocativo pero a la vez saludable y nutritivo? cual?	SI	4
	NO	11

¿En promedio cuántos dineros están dispuesto a pagar por un \$ postre provocativo, saludable y nutritivo?	9.000	4
	\$ 8.000	7
	\$ 10.000	4
¿Hay algo con lo que se siente inconforme respecto a la compra de un producto alimenticio intermedio de las comidas que no es principales?	nutritivo	8
	sale costoso	7
¿Cuál es la razón principal de los desórdenes alimenticios?	Falta de tiempo	12
	problemas psicológicos	3
¿Qué opinas si te digo que te ofrezco un postre o torta con cero azúcar añadida?	No te creo	6
	Quiero probar	9
¿Si le digo que el postre o torta que te estoy ofreciendo está elaborado sin azúcar, pero que es delicioso lo probarías?	SI	12
	NO	3



21. Análisis de los Datos

NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES	SOLUCIONES
		FRUSTRACIONES	ACTUALES
Satisfacer un antojo a cualquier hora del día.	cuidado de la salud	El precio	No consumir postres
Accesible	En el punto de venta de fácil ubicación.	Ubicación cerca a lugares de afluencia de Este tipo de clientes.	Pagar un alto costo por el producto
Económica	Tendrá un costo no mayor a	Puede que no esté al alcance del cliente.	Se tiene en cuenta que una persona con restricciones médicas

	10.000 pesos por porción personal.		se puede acomodar al precio que es razonable
Buen sabor	Con pruebas y degustaciones se indicadas. restricciones médicas favorable para el cliente.	Encontrar el sabor favorable para el	Por el estrés las personas con azúcar buscan comidas que les calmen la necesidad de consumir dulces y que los satisfagan.

22. Toma de decisiones

- Generación de empleo a los emprendedores.
- Incremento de ingresos
- Mejora en la calidad de vida
- Estabilidad económica
- Reconocimiento en la participación de ferias, congresos, conferencias.
- Inspirar a otro a llevar a cabo su idea de negocio

23. Planeación Estratégica.

Los colombianos gastan en promedio al mes el 30% de sus ingresos en alimentación de la cual como mínimo el 8 % es en productos de panadería y sus derivados, ya sea por cultura o porque en la actualidad las personas deciden consumir algo ligero en uno de sus comidas diarias ya sea por tiempo, dinero y/o salud, esto genera un gran interés por parte nuestra de enfocarnos ´por este sector productivo.

sin embargo en la actualidad lo que se ha podido evidenciar es que por temas de salud las personas han cambiado sus hábitos alimenticios lo cual ha obligado a la industria panadera a reinventarse e innovar, ya que estamos viviendo en una época en la gente cada vez se informa más y es muy consciente de lo que consume, por ello la industria actual está elaborando algunos de sus productos de panadería y pastelería con insumos más saludables como lo son harinas a base de legumbres las cuales son libres de gluten y por el contrario ofrecen altos niveles de proteínas y aminoácidos, libres de azúcar, grasa trans entre otros beneficios.

24. Análisis de la Entrevista.

Cotejando la información con las entrevistas pudimos encontrar que nuestras hipótesis planteadas inicia Planeación Estratégica, fueron confirmadas con nuestros posibles clientes, en sus necesidades encontramos que una de las principales solicitudes es el buen servicio, que el producto ofrecido sea el entregado finalmente, con nuestros productos queremos rescatar un poco de nacionalidad de las frutas naturales con las que elaboramos nuestros postres los cuales satisfacen la necesidad **de clientes con prohibiciones médicas** pero a su vez busca el rescate por la cultura fitness y el cuidado de nuestro cuerpo a la hora de comer ya que es nuestra salud la que se verá beneficiada.

En nuestras entrevistas también hallamos que los postres de cualquier sabor son apetecidos así que desean degustar nuestro producto, generando una identidad cultural

25. Identidad estratégica

Posicionamiento esperado:

El posicionamiento esperado y deseado es alto, esto ocurre porque la marca aún no existe en el mercado , por esto el esfuerzo es más alto para lograr posicionarse, simplemente hacer bien las cosas, brindar un buen servicio, este posicionamiento podría fallar principalmente si no logramos productos de alta calidad.

26. Valores corporativos

La Propuesta de Valor consiste básicamente en brindar productos de alta calidad, similar a algunas marcas existentes en la actualidad en el mercado como lo es la pastelería (Philippe), La localización y comodidad para los potenciales clientes es un valor agregado ya que el objetivo es llevar nuestros productos hasta donde se encuentran los clientes de estratos medio y que tengan algún tipo de restricción medica o que simplemente quieren cuidar su alimentación , todo siempre contando con un personal de alta calidad con una atención de excelencia sin pagar de más.

27. Cinco Fuerzas de Porter

Poder de negociación de los consumidores:

El volumen de compra por consumidor es pequeño en relación con el volumen total de ventas, por esto cada consumidor tiene una baja poder de negociación. Por otro lado los productos de una a otra pastelería son muy diferentes en términos de calidad por diferentes razones como lo son la materia prima con que se elaboran, con esto me refiero a que no es lo mismo una torta de la pastelería “philippe” que una del supermercado de cadena, lo cual nos lleva a concluir que el poder de negociación es bajo.

Poder de negociación de los proveedores:

Se determina que el poder de negociación con los proveedores es Bajo, primero que todo los insumos que se utilizan son muy estandarizados y segundo que todo debido a que los insumos que se utilizan en nuestra idea de negocio lo cual apunta a una competencia entre ellos generando un beneficio para las empresas en la industria ya que se generan precios más bajos y facilidades a la hora de pagar, además de esto se genera un mejor servicio por parte de estos proveedores sin embargo cabe la pena aclarar que el objetivo es incluir productos naturales orgánicos como lo son las frutas y algunas hortalizas, aceites vegetales y harinas sin gluten lo cual hace que sea mucho más bajo el poder de negociación con los proveedores ya estos productos son de alto costo.

Amenaza nuevos competidores:

Para la industria de la pastelería no existen mayores barreras de entrada, conseguir un permiso no es difícil, y se puede comenzar con una inversión pequeña incluso en

la cocina del hogar. En esta industria no se necesita tecnología avanzada para desarrollar los productos, por lo que la tecnología tampoco es una limitante para el ingreso. Si hablamos de instalar una pastelería en cualquier localidad de la ciudad y las probabilidades de que surjan amenazas de competidores son altas.

Amenaza productos sustitutos:

Cualquier producto que actué como algo para comer después de un plato principal, o para tomar once, o algo dulce es un sustituto de tortas, pasteles y postres, donas, productos sustitutos también son frutas, bebidas, helados.

Sin embargo esta industria es clásica y los consumidores siempre necesitaran tortas para celebrar cumpleaños por ejemplo, tendría que existir un cambio de tendencia (cultural) muy grande y este no es probable. Por lo tanto se determina que la amenaza de productos sustitutos es alta.

29. Simulacro de Pitch

Justificación de la Idea de Negocio

Este producto fue creado por la necesidad que surge, que las personas con condiciones médicas no puedan consumir postres o productos de repostería ya que son altos en azúcar, queremos satisfacer la necesidad de este tipo de población y no solo para ellos sino también para beneficiar a los demás usuarios previniendo la misma.

Antecedentes de la Idea de Negocio

Existen personas de la familia o muy allegadas a nosotras las cuales desearían tener más acceso a este tipo de alimentos que no fueran malos para su salud pero que tengan una gran similitud a esta clase de alimento.

Nuestro producto es Bien (alimento).

Descripción de la Idea de Negocio Producto comestibles que tiene transformación en su materia prima para obtener un producto de consumo final, repostería con cero azúcares añadidos , ideales para personas con condiciones médicas tales como diabetes hipertensión entre otras.

•Repostería con cero azúcares añadidas:

Son distintos postres con cero azúcar añadida ya que se endulzaran únicamente con los insumos que se utilizaran como las frutas frescas y preferiblemente orgánicas, la leche, harina sin gluten y otros insumos que traen sus propiedades como el azúcar natural,.

Tenemos variedad los cuales son el pastel tradicional de moras, fresas, pastel de chocolate, muffins, ya que estos son los más apetecidos como lo indicamos no solo para personas con restricciones médicas sino también para prevenir distintas enfermedades provenientes del azúcar.

El sector económico es el secundario o Industrial, debido a que la materia prima presenta una transformación para obtener un producto consumible al final.

Descripción del producto o servicio

Repostería Delypaty.s

La repostería con cero azúcares añadidas se destaca por la combinación de harina sin gluten, almíbar de frutas frescas orgánicas, leche fresca y algunas hortalizas naturales entre otros insumos que son imprescindibles para la repostería, pero ante todo el que estos no alteren la salud de los consumidores.

Ficha técnica del producto o servicio



Ingredientes:

Huevos 5 unidades

Fructosa 8 cucharadas

Queso Light 1/2 Kg.

Nata de leche para montar Light 1/4 l.

Cacao en polvo 1 cucharadita

Café 1 taza

Brandy 1 chorrito

Bizcochos Light 1 caja

Tarta mousse de dulce de leche y cacao... ¡sin azúcar!



- **100 gramos de galletitas de chocolate sin azúcar**
- **40 gramos de mantequilla derretida**
- **1 1/4 taza de crema de leche light**
- **200 grs. de dulce de leche light**
- **1 1/4 de crema de leche □ Edulcorante en polvo, a gusto**
- **Cacao amargo, cantidad necesaria.**

□

Cheesecake sin azúcar



- **100 gramos de galletitas de chocolate sin azúcar**
- **40 gramos de mantequilla light derretida**
- **225 gramos de queso crema light**

- **1 taza de yogurt natural o de vainilla sin azúcar**
- **3 huevos**
- **1 cucharadita de esencia de vainilla**
- **sobrecitos de endulzante**

Tarta de mango y coco perfecta para diabéticos



Ingredientes:

- **3 tazas de coco rallado**
- **4 huevos (yemas y claras separadas)**
- **1/3 taza de azúcar de palma de coco**
- **1 cda. de esencia de vainilla**
- **1 cdita. de esencia de almendras (opcional)**
- **5 tazas de trozos de mangos (5 mangos aprox.)**
- **1/2 taza de jugo de limón exprimido**
- **1/3 taza de miel**
- **8 cdas. de manteca cortada en trozos**

Tarta de manzana y canela



Ingredientes:

- **2 tazas de harina de trigo todo uso**
- **2 cucharaditas de polvo de hornear**
- **1/2 taza de mantequilla sin sal y Leith**
- **1 huevo**
- **1 y 1/2 taza de puré de manzana sin azúcar**
- **1/2 taza de algún edulcorante (Sucaryl, por ejemplo)**
- **1 taza de pacanas picadas**
- **1 cucharadita de vainilla**
- **1 cucharadita de canela en polvo**

30. Marco Legal:

Repostería “Delypaty.s” se legalizara ante la entidad competente Cama de Comercio de Bogotá como una sociedad de responsabilidad limitada y solidaria para lo cual se deberá pagar el debido valor, se gestionaran los permisos y registros de sanidad y salubridad a que haya lugar y los demás documentos y gastos con el fin de poner todo en orden legalmente.

Con lo que respecta a la escritura o documento de constitución de la empresa se determina que la señorita Yuly Patricia Obando ejercerá como Representante legal y la señora Nidia Patricia Rincón como Administradora y suplente y el capital de inversión inicial será suministrado en partes iguales por los dos miembros de la junta directiva con algunos aportes de ahorro personal y préstamos Bancarios.

31. Técnica de Investigación de Mercado **B2C**.

En nuestro producto y muestra como tal utilizaremos la técnica de investigación de mercado B2C ya que esta va dirigida directamente a consumidor final es decir que se realice el producto e inmediatamente se venda a un cliente final, primeramente, queremos dirigirnos directamente al público, pero pensamos que en un futuro la empresa pueda también distribuir el producto y la marca como tal a distintos puntos de venta o almacenes de cadena en donde este se distribuya aún más.

Y debido a ello también es cualitativo y cuantitativo ya que no solo competimos con los demás productores por cantidad sino también por calidad del producto es cierto que nos interesa, vender el producto y que muchos consumidores lo adquieran para satisfacer su necesidad y para aprender a alimentarse bien, pero que este sea de muy buena calidad y no solo impacta el consumidor, sino que lo fidelice con nuestro producto y marca.

32. Plan de Marketing

Objetivos:

Lo que queremos para el plan marketing de nuestro producto, es idealizar a los posibles consumidores de nuestro producto, que se pueda directamente llamar la atención con la innovación del producto para la necesidad de cada persona y acreditar así mismo la marca y la credibilidad de la repostería.

Estrategia de mercado concentrado

Nuestra estrategia de mercado es concentrada ya que solo queremos que la población fitness y con restricciones médicas sean las que se beneficien del producto claro está esto no quiere decir que las demás personas no puedan consumirlo, porque precisamente la idea es concientizar a la buena alimentación pero nos vamos a concentrar a fidelizar las personas que requiere satisfacer sus necesidades y no lo pueden probar los postres por sus condiciones médicas.

Producto:

Tiramisú light



Tarta mousse de dulce de leche y cacao...

¡sin azúcar!



Cheesecake sin azúcar



Tarta de mango y coco perfecta para diabéticos



Estrategia del Producto

Marca E imagen Corporativa:



“Repostería Delypaty.s”
Un placer saludable

Diseño del Empaque



Estrategia de Plaza de Distribucion:

Canal de Distribución

Nuestro canal de distribución es Directo ya que una vez adquirimos los insumos básicos actuaremos como fabricantes y distribuiremos directamente al cliente.

- Fabricaremos directamente el producto
- Se abrirá una tienda en una zona estratégica de afluencia para pacientes y personas interesadas como punto de venta directo de los productos para de esta manera llegar al cliente final con atención personalizada de alta calidad y calidez.

Mezcla promocional:

Publicidad:

- Usaremos publicidad por redes sociales (INSTAGRAM)
- Publicidad mediante vallas y flayers
- Vos a vos (referidos)
- Venta directa

Estrategia de promocion

-Realizaremos paquetes de Promociones constantes por página de internet como también en el punto de venta para fidelizar nuestros clientes

Factores que intervienen en la fijación del precio

- *El punto estratégico de venta.
- *Infraestructura y adecuación del lugar.
- *Elevación de precios de productos como la fruta o harina entre otros implementos que utilizaremos para la elaboración de repostería.

Determinación del Precio:

Una vez realizado un estudio de mercado con los principales competidores, realizando un estudio interno de costos –gastos, teniendo en cuenta que el producto no es convencional y hay que hay que potencializarlo para lograr el margen de ventas y de utilidad necesario dentro del tiempo estimado, definimos la siguiente lista de precios al público:

	\$	\$	\$
Tiramisú light	6.500	39.000	45.000

Tarta mousse de dulce de leche y cacao...	\$ 5.800	\$ 34.000	\$ 41.000
Cheesecake sin azúcar	\$ 7.200	41000	49000
Tarta de mango y coco perfecta para diabéticos	\$ 6.500	\$ 38.000	\$ 43.000

Precios según competencia directa:

Philippe Pastelería:

Esta pastelería es nuestra competencia directa ya que manejan productos similares a los que nosotros vamos a utilizar para nuestros postres, sus precios al Mercado oscilan entre \$30.000 a \$50.000 en un postre.

Con base en ello queremos establecer unos precios más cómodos para que nuestros clientes pueden obtenerlos con más facilidad teniendo en cuenta que los estratos que manejaríamos según el sector son entre tres y cuatro, claro está que nuestros productos serian factibles para cualquier sector de mercado.

Estrategia De Entrada Al Mercado

Nuestra estrategia para entrar la mercado es directamente con los cliente en nuestro punto de ventas, volanteo repartirlo en los alrededores de la localidad, iniciar la publicidad en instagram y compartir varias promociones para que las personas sientan interés y sea accesible para ellas, también pensamos realizar volanteo en las puertas de las clientes que nos quedan cerca, e incentivar no solo a las personas que tiene restricciones medicas sino también a aquellas que no las tienen a que cuiden su salud pero no dejando a un lado sus gustos comestibles.

CONCLUSIONES

- Como resultado de nuestra investigación concluimos que existen productos light para personas que cuidan su buen comer por motivos ya sea de salud o de bienestar y que desean llevar una vida sana.
- De acuerdo a la aplicación de 15 entrevistas en trabajo de campo, encontramos que una de las fallas más grandes de los negocios de manipulación de alimentos es la falta de aseo, atención oportuna y un producto que no cumpla las normas de sanidad.
- De acuerdo a nuestra investigación nuestra idea de negocio es viable debido a la innovación, diversidad de sabores y presentación única.
- Definimos que el primer paso para el funcionamiento de nuestro negocio es la solicitud de los permisos habilitados por los entes reguladores.
- Se genera la posibilidad de generar un buen servicio al cliente y de satisfacer la necesidad.
- Finalmente analizamos que de 15 personas del sector y solo 2 nos dijeron que no les parecía viable para personas con restricciones médicas.

Bibliografía :

<http://www.100plandenegocios.com/ejemplo-plan-de-negocios-para-pasteleria>
<https://www.kienyke.com/tendencias/viajes-k/top-seis-de-las-mejores-panaderiasbogotanas> <https://revistalabarra.com/top100/cafes/>
<http://www.panpaya.com.co/nosotros> <http://www.hornitos.co/Nuestra-Empresa/23/>
<http://philippe.com.co/> <https://es.slideshare.net/magus223/postres-anguley>
<https://www.google.com.co/search?biw=1004&bih=610&tbm=isch&sa=1&ei=vjvaWprBcrZ5gL8-pXoDQ&q=tabla+de+precio>
<https://www.google.com.co/search?biw=1004&bih=610&tbm=isch&sa=1&ei=5DTaWpaK>
[KI7YzgK-8ImQAw&q=imag](https://www.google.com.co/search?biw=1004&bih=610&tbm=isch&sa=1&ei=5DTaWpaK)

Material de apoyo enviado por el docente de la materia