



**Croquetas LA PLATENITA**

Yoel Enrique Portilla Amado

Grupo 988

 @croquetaslaplanenita

 croquetaslaplatenita@gmail.com

Creación de Empresa I – Modelos de Innovación.

Cód. 50101

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Programa de Administración de Empresas

2020

## COMPROMISOS AUTOR

Yo **Yoel Enrique Portilla Amado** identificado con cedula de ciudadanía No. **1.098.604.708**, estudiante del programa Administración de Empresas declaro que el contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: Yoel Enrique Portilla Amado

C.C. 1.098.604.708

## **INTRODUCCIÓN**

Esta idea de proyecto surge de un estudiante de Administración de Empresas de quinto semestre en la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN chía, quien por medio de la materia de Creación de empresas quiere poner a rodar la idea de negocio que puede ser llevada a cabo en el municipio de Plato en el departamento del Magdalena.

Consiste una empresa que se dedicada a producir croquetas o “palitos” de yuca inicialmente pre cocidos para su posterior comercialización y venta. Es una planteada para llevarse a cabo en este municipio ya que tiene como principal fuente de producción agrícola este producto lo que nos permite obtener la materia prima a precio óptimo para la empresa y favorable para los productores de la región.

La empresa tiene como nombre Croquetas LA PLATEÑITA para dar honor al municipio, y es definido en diminutivo para hacer alusión a un buen producto que se puede llevar a todos los hogares y a cubrir las ganas de querer emprender mi propia empresa.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivos Generales**

1. Creación de una empresa en el sector real, perteneciente a una de las actividades secundarias. Generar un producto natural, accesible y de alta calidad, basado en materia prima de la región.
2. Utilizar la yuca de primera calidad producida por la región, dando apoyo al agro colombiano y ayudando a las

personas en su labor con la tierra; generando empleo y un impacto social positivo

3. Posicionar Croquetas LA PLATEÑITA inicialmente en el municipio de Plato, Magdalena y posteriormente en municipios aledaños.
4. Brindar un valor compartido con los habitantes del municipio, a partir del cumplimiento de objetivos de desarrollo sostenible.

### **Objetivos Específicos**

1. Croquetas LA PLATEÑITA busca como objetivo principal hacer un producto accesible y de calidad a todos los públicos dentro de este municipio y municipios aledaños, que sea de fácil consumo y que cambie la forma tradicional de comer la yuca a un menor costo y brindando un alto contenido nutricional.
2. En un plazo máximo de dos (2) años poder haber llegado a las poblaciones más cercanas como son Difícil (Magdalena) Bosconia (Cesar) y Carmen (Bolívar), en un plazo de cuatro (4) años llegar a las ciudades principales del país.

## **1. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

La población donde se desarrollara la idea de negocio es en el municipio de Plato, perteneciente al departamento del Magdalena; fue escogida por la ubicación estratégica que posee dentro del país y su problemática social y de bajo uso de la tierra. **(ARco, 2019)**

Las necesidades retos y oportunidades identificadas fueron:

1. Altos niveles de desempleo (9.2 %) y trabajo informal de los habitantes de Plato, Magdalena. **(DANE, 2019)**
2. Baja inversión en el campo (el campesino no percibe apoyo) **(DNP, 2015)**
3. Ayuda a la comunidad en la que se genera impacto social positivo, teniendo en cuenta que el porcentaje de necesidades básicas insatisfechas de Plato, Magdalena para el 2019 es de 61.15 % en la zona rural y 37.10%

(DANE, Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) (CNPV) 2018, 2019)

**Ubicación:** Plato se ubica al sur del departamento, cuenta con una altitud de 20 msnm (metros sobre el nivel del mar), en límites con los municipios de Santa Bárbara de Pinto, Nueva Granada, Tenerife, Chibolo y en su zona occidente cuenta con la frontera fluvial del Río Magdalena, por la que se comunica con el departamento de Bolívar.

**(Magdalena, 2020)**

**Extensión territorial:** 1.500,04 Km<sup>2</sup>, De los cuales 1.496,53 Km<sup>2</sup> pertenecen a la zona rural y 3,51 Km<sup>2</sup> a zona urbana. **(Magdalena, 2020)**

**Población:** De acuerdo al DANE actualmente plato cuenta con 64.017 habitantes, entre los cuales se encuentran 32.662 hombres y 31.355 mujeres y a su vez estos se ubican 49.028 en la cabecera municipal y 14.989 en la zona rural del Departamento. **((DANE), 2020)**

De acuerdo a la información e índices demográficos de natalidad y mortalidad, el DANE nos fija para el 2022, una población total de 65.641, distribuidos en 33.452 hombres y 32.189 mujeres, quienes a su vez se ubican 49.905 en la cabecera municipal y 16.063 en las zonas rurales. La densidad poblacional es de 32,6 hab/ Km<sup>2</sup> **((DANE), 2020)**

**Clima:** Temperatura promedio de 28° C, con sequia aproximadamente los últimos seis (6) meses del año. **(Magdalena, 2020)**

**Índice de Calidad de Vida:** IPM 0,77 según índice de la pobreza multidimensional **(ARco, 2019)**

**Economía:** Se basa en la ganadería, agricultura, pesca, comercio, servicio. Plato por la excelencia de su ubicación es un centro de relevo de oferta de funciones urbanas. La producción de yuca se da principalmente en los corregimientos de Cienagueta, Aguas vivas, Apure, San antonio del rio y El carmen. **(Magdalena A. P., 2020)**

Teniendo en cuenta los datos estadísticos, geográficos y demográficos expresados anteriormente, con este proyecto se pretende que se dé un aprovechamiento de la zona rural y el clima para que se reactive el campo y así generar empleo, a través de la producción de yuca de alta calidad.

## 1.1 Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los objetivos de Desarrollo sostenible que se pretender abarcar en el desarrollo de esta idea de negocio serán los numerales 1, 2, 5, 8, 10, 11, 12, 15 y 17.

Estos trabajan todos de la mano en busca de un municipio inclusivo y sostenible:

**1-Fin de la pobreza y 2-Hambre cero:** Estos dos se ejecutaran de la mano, se pretende que la idea de negocio brinde oportunidades laborales a los habitantes del municipio.

**5-Igualdad de género y 10-Reducción de la desigualdad:** De acuerdo a los datos estadísticos expuestos anteriormente la diferencia entre hombres y mujeres es del 4% por lo que se propone emplear por igual a las personas de ambos géneros ((DANE), 2020)

**8-Trabajo decente y crecimiento económico, 11-Comunidades sostenibles:** Al generar trabajo que integra el agro para quienes nos van a proveer la yuca que es la materia prima principal que será objeto de nuestra labor y adicionalmente contratar al personal propio de la región para poder generar el procesamiento de la yuca que será expendida en municipio propio y los cercanos. Se generara un trabajo decente lo que apoyara a que la comunidad se altamente sostenible.

**15-Vida de ecosistemas terrestres:** De acuerdo a la información mostrada en el numeral 1 de este trabajo, la extensión territorial del municipio de Plato es de 1.500,04 Km<sup>2</sup> y un 99% de esta tierra es zona rural y el 77.06% de la población vive en esta zona, debe darse un cuidado especial a la tierra buscando hacerla más productiva y amigablemente sostenible dando aprovechamiento a la frontera fluvial, al clima y lo rico de la tierra por su ubicación estratégica en el país. (PNUD, 2020)

## **1.2 Teoría de Valor Compartido**

Se tiene como objetivo tener un valor compartido dentro de la compañía pues el enfoque no será solo buscar utilidad monetaria sino crear un valor para la sociedad.

La PLATENITA generara empleo en una zona de impacto, brindado sostenibilidad y un ambiente y clima organizacional aptos para el trabajo a gusto, atacando directamente el desempleo en zona rural y urbana de la región.

Se lanzara al mercado el producto “croquetas de yuca saludables” estas serán producidas con producto generado en la región, dándole apoyo al campesino de Plato para que de aprovechamiento a su tierra con la siembra de yuca y garantizar la compra de toda la cosecha por parte de la compañía, adicionalmente el producto que saldrá al público se fabricara de forma que no se deba usar aceites para su consumo y se de aprovechamiento a los altos niveles nutricionales del producto, primando por brindar un alimento de alta calidad, con valores nutricionales altos, producido con la materia prima de la región.

Teniendo en cuenta que la yuca es un producto bajo en grasa, que posee proteínas, y se destaca por la vitamina K quien previene la osteoporosis, se brindara al cliente final la satisfacción de consumo de producto un altamente benéfico, nutricional y a bajo costo. **(Montaldo, 1985)**

En alianza con otras empresas de la zona pertenecientes al agro y ganadería y teniendo en cuenta que el producto final que ofrece PLATENITA y estas compañías son un producto comestible procesado cuya materia prima nace de sus tierras, se propone la creación de comedores comunitarios que den atención a la primera infancia y se espera con el paso del tiempo satisfacer las necesidades de más población de plateños que tengan mayor vulnerabilidad.

## **2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD**

### **2.1 Análisis PESTEL (análisis político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal)**

**Político:** En el momento el producto que se ofrece se encuentra exento de iva, entre los trece (13) TLC que tiene Colombia podría existir afectación en el punto que se le genere un mayor valor de compra al agricultor por su producto para ser exportado. Se define como norma base de trabajo la HACCP siendo esta de estándares internacionales para el manejo de alimentos, así mismo nos acogemos a la norma ISO 14001 y a los lineamientos exigidos por el INVIMA.

**(INVIMA, 2020)**

Dentro del plan de desarrollo de Magdalena (2020-2023), el departamento produce 117.579 toneladas de yuca al año, por lo que el gobierno pretende dar un apoyo a la agroindustria y el manejo de suelos, para aumentar la comercialización de sus productos y mejoramiento de sus ingresos y mitigar el riesgo de acabar la producción agrónoma **(Caicedo, 2020)**

**Económico:** Como base del trabajo se realizara trabajo en el sector primario (agricultura) se puede evidenciar que el sector ha crecido 6.8% y el sector alimentos presenta un crecimiento estimado entre el 2019 y 2024 del 23%, **(INVEST IN BOGOTA, 2020)**, por lo que se incursionara en apoyo al agro y en la posterior elaboración de productos a base de lo cultivado (yuca); este sector presenta en su base un decrecimiento sobre todo el área rural de plato pues el campesino no siente el respaldo del gobierno y prefiere en ocasiones perder las cosechas y/o dejar de trabajar su tierra; De acuerdo al DANE (2020) en su boletín mensual Sipsa la variación mensual para Agosto de 2020 en precios de mayoristas en las principales ocho (8) ciudades del país oscila entre el 0.27 (Cartagena) y el -7.42 (Medellín). El proyecto podrá ser financiado por el Banco agrario, cualquier otra entidad financiera a partir del historial crediticio del propietario. **((DANE), 2020)**

**Social:** El estilo de vida por conocimiento personal y trabajo de campo realizado se puede establecer que las personas en su mayoría viven del diario y no realizan la explotación de sus tierras de manera adecuada y que sea recompensada, por ello LA PLATEÑITA brindara apoyo y acompañamiento a los agricultores para la cosecha que lleva cuidadores superiores a los seis (6) meses, De igual forma como queda en evidencia en las encuestas realizadas por el DANE el 70.71 % de la población presenta necesidades básicas insatisfechas. **(DANE, Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) (CNPV) 2018, 2019)**

De acuerdo a la actual tendencia a comer más saludable, se debe ofrecer un producto que cumpla con las necesidades que busca cubrir el consumidor final, para así evitar que busquen un sustituto o un competidor que consiga estos estándares.

**Tecnológico:** Se requiere de zona “congelagro” lo cual actualmente lo utilizan las empresas que realizan la producción y venta de dichos productos, la maquinaria es de fácil acceso a partir de la financiación, sin embargo se requiere de plan de trabajo para realizar cubrimiento tecnológico escalonado. Se pretende a mediano plazo aplicar la tecnología desarrollada por Clayuca para producir energía a partir de las raíces de la yuca y etanol para consumo de la

plata de producción, zona administrativa y a largo plazo brindar esta solución de energía a nuestros agricultores.

(CLAYUCA, s.f.)

**Ecológico:** En la actualidad las compañías fabricantes de croquetas de yuca en el país están comprometidas con el cuidado del medio ambiente, por lo que hay que lograr dichos estándares de forma idónea y mejorarlos. (INVIMA, 2020)

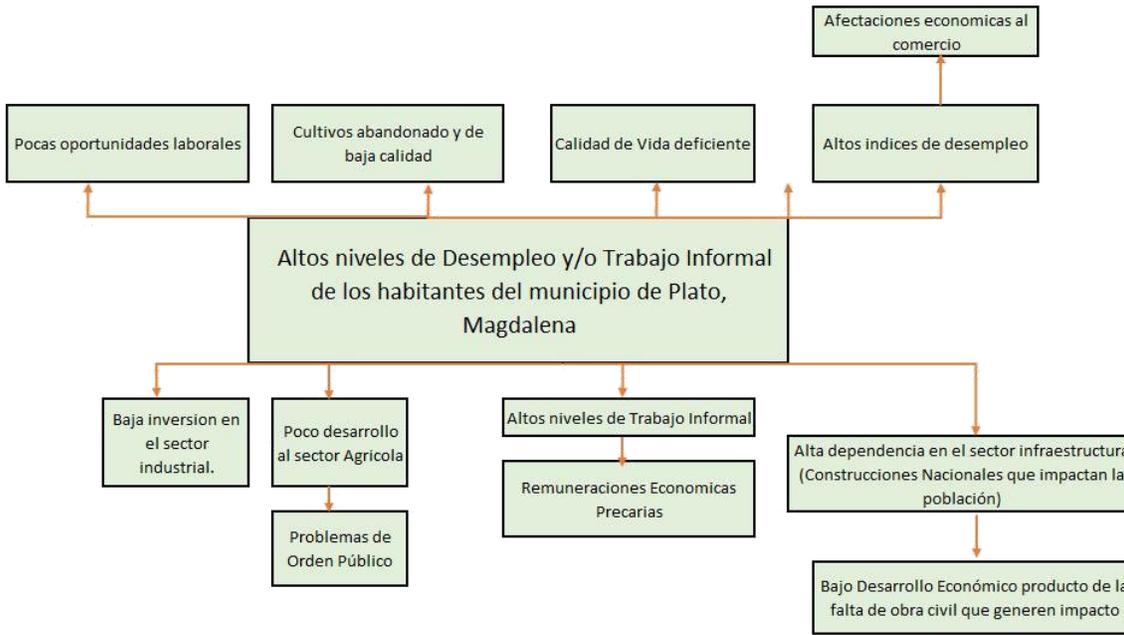
**Legal:** La ley 9 de 1979 (enero 24) en su título V, cobija las normas de sanidad para manejo, elaboración, proceso y expendio de alimentos, así mismo se encuentran las normativas del invima para el registro sanitario de los alimentos (decreto 4003 de 2004); la resolución 4125 de 1991 del ministerio de salud para el manejo de conservantes; decreto 3075 de 1997, que reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979, Resolución 683 de 2012 del ministerio de protección social, por el cual se reglamenta los requisitos sanitarios de materiales, objetos, envases y equipamientos destinados a entrar en contacto con alimentos para consumo humano (Art. 15). (INVIMA, 2020)

## 2.2 Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad ¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Altos niveles de Desempleo y/o Trabajo Informal	Baja inversión en el campo (el campesino no percibe apoyo)	Ayuda a la comunidad en la que se genera impacto social positivo
Conocimiento o experiencia	5	3	3
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	3	3
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos accesos a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4	3	4
Tiempo (posible solución)	5	3	2
Costos (posible solución)	4	1	3
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>23</b>	<b>25</b>

Calificación de 1 a 5

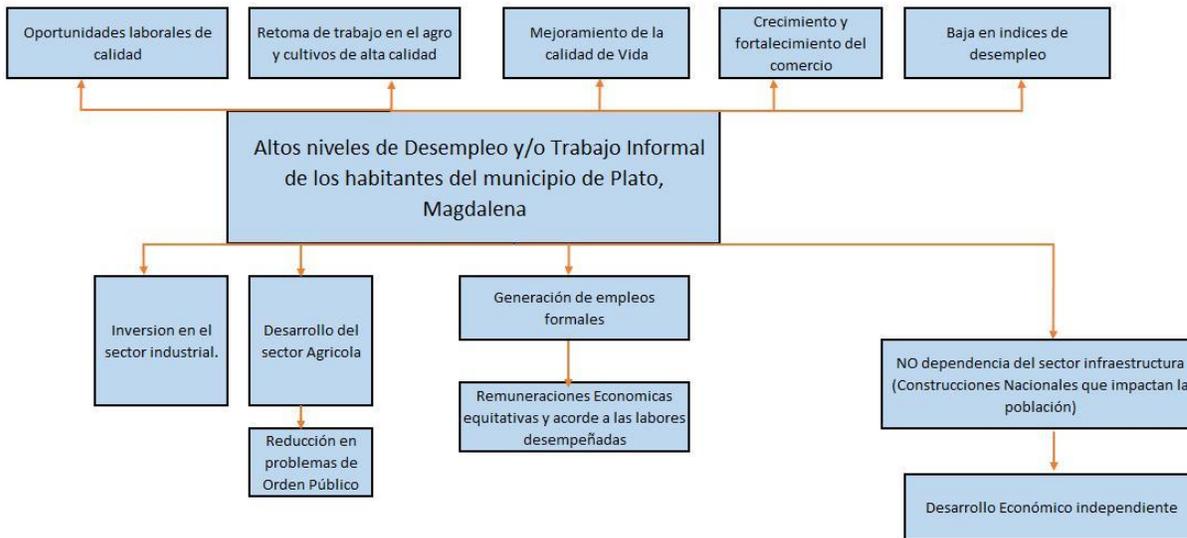
## 2.3 Árbol de problemas



**Problema Central:** Altos niveles de Desempleo y/o trabajo Informal de Plato, Magdalena

**Pregunta problema:** ¿Cómo puedo crear una compañía productora de croquetas de yuca que sea sostenible, rentable, regional, con valor social e impacto positivo para la región, para que los habitantes de Plato-Magdalena obtenga un empleo formal con remuneraciones adecuadas con la labor desempeñada que genere calidad de vida?

## 2.4 Árbol de Objetivos



## 3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

### Lluvia de ideas

¿Cómo puedo crear una compañía productora de croquetas de yuca que sea sostenible, rentable, regional, con valor social e impacto positivo para la región, para que los habitantes de Plato-Magdalena obtenga un empleo

## **formal con remuneraciones adecuadas con la labor desempeñada que genere calidad de vida?**

- Creación de empresa
- Incentivar el regreso al campo, con remuneraciones adecuadas
- Apoyo en educación basada en cultivos e industria de procesamiento de alimentos (alianzas Sena)
- Inversión de maquinaria para dar apoyo a labores del campo
- Aprovechamiento de recursos hídricos
- Manejo de riegos y cuidados automatizados
- Utilizar potencializadores para el proceso de fotosíntesis de la yuca (optimizando la labor del adulto mayor en la tierra)
- Generar un mayor ingreso al campesino
- Producir energía con los residuos de la yuca, que favorezcan al campesino
- Adecuación de lugares para la producción de yuca en los climas idóneos en las épocas de sequía

### **Autoevaluación de la idea de Negocio**

INTERES/DISPOSICIÓN	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomoda decir a otros que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:	0	0	1	0	3

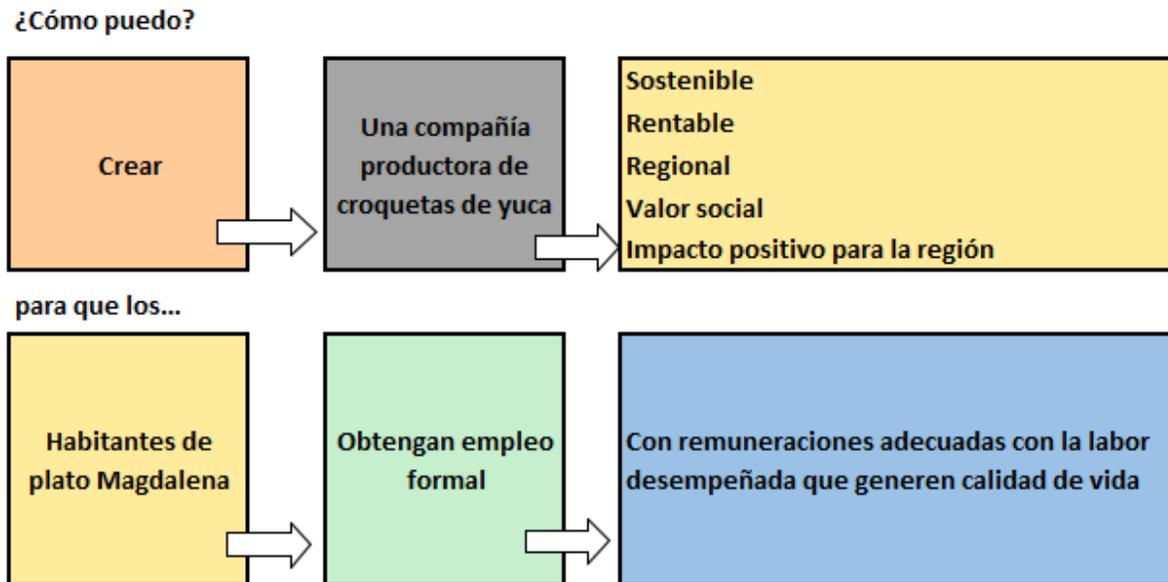
	A	B	C	
Total afirmaciones valoradas en 1:	0	X	1	= 0
Total afirmaciones valoradas en 2:	0	X	2	= 0
Total afirmaciones valoradas en 3:	1	X	3	= 3
Total afirmaciones valoradas en 4:	0	X	4	= 0
Total afirmaciones valoradas en 5:	3	X	5	= 15

**PUNTAJE TOTAL 18**

### Estructura de la idea

¿Cuál es el producto o servicio?	Croquetas de Yuca Saludables
¿Quién es el cliente potencial?	Habitantes de Plato magdalena, municipios cercanos y almacenes de cadena
¿Cuál es la necesidad?	Generar un producto de consumo masivo, otorgando empleo a las personas de la región y oportunidades al pequeño agricultor
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Se apoya al agricultor de plato magdalena en el cultivo de yuca en su tierra, se les compra el producto y se procesa en planta ubicada en el mismo municipio, para después ser expandido. El mismo contará con publicidad a cerca de sus aportes nutricionales
¿Por qué lo preferirían?	Porque se apoya el campo colombiano, se genera sostenibilidad en la región y se presentara un precio competente en el mercado. Se generara a un menor costo para el cliente final y se ofrece un producto bajo en grasas, con altos niveles de aprovechamiento en la Vitamina K y no debe usarse aceites para su

## Solución de idea de negocio estructurada



## 4. INNOVACIÓN

### Alternativas a idea de negocio inicial

- Producción y comercialización de croquetas de yuca saborizadas
- Producción y comercialización de croquetas de yuca con aderezos exteriores
- Producción y comercialización de croquetas tipo snack con aderezos de queso.
- Producción y comercialización de yuca enlatada o en conservación al exterior, apoyándonos en los TLC.

### Competencia en el mercado de las croquetas de yuca

Actualmente en Colombia se encuentran empresas que ofrecen el mismo producto final que LA PLATENITA entre ellas se encuentran:

- Mc cain (rapi): Manejan alta tecnología y están certificado en ISO 14001 y normas HACCP, principales clientes son las tiendas y los almacenes de cadena. **(cain, s.f.)**
- Congelados TRUST (Freshky): Agrupación de empresas, que ofrecen variedad de productos congelados, sus principales clientes son los hoteles, salsamentaría, grades superficies. **(Freshky, s.f.)**
- Congelados CRISS: Es una compañía PYME ubicada en el Valle del Cauca, quien emplea a madres y padres

cabeza de hogar. Sus clientes están enfocados en la región del Valle. (criss, s.f.)

El producto ofrecido por LA PLATEÑITA es altamente competente teniendo en cuenta el enfoque nutricional que se le da al producto, y teniendo en cuenta que nos encontramos en el momento cumbre de la vida “fitness”, y el autocuidado de la personas.

Dicho esto es importante decir que el enfoque del producto es una croqueta que no utiliza aceites en su cocción, donde se conservan los más altos niveles de vitamina K, Vitamina B, Tiamina y Riboflavina presente en la yuca.

### **Análisis de alternativas a la idea de negocio inicial (respecto a la competencia)**

Teniendo en cuenta los ofrecimientos que realiza las empresas que compiten directamente con LA PLATEÑITA en la venta de croquetas de yuca,

Realizando el desarrollo de la idea inicial decimos que:

**Producción de croquetas de yuca saborizadas y con aderezos exteriores:** Generar impacto en los jóvenes quienes son la población que más consume productos congelados, se reduce el sabor típico del producto generando un mayor consumo por su variedad.

**Producción y comercialización de croquetas tipo snack con aderezos de queso:** Se genera un bien sustituto para los nacho y acompañamiento de salsas en emplatados especiales.

**Producción y comercialización de yuca enlatada o en conservación al exterior, apoyándonos en los TLC:** Tanto para los latinos residentes en los países orientales como china y Japón es de gran atractivo la compra de productores regionales entre los que se encuentra la yuca, teniendo en cuenta el apoyo que se da para la exportación de dichos productos, pues no se producen en estas regiones y dando aprovechamiento a la frontera fluvial de la región de Plato, Magdalena; se genera producción tipo exportación radicando a LA PLATEÑITA como la marca preferida por los orientales y residentes latinos en particular colombianos en estas regiones. (Portafolio, 2018)

Es importante tener en cuenta que el sentido más importante de LA PLATEÑITA es su apoyo al agro colombiano, comprar a pequeños productores para que la tierra vuelva ser labrada y el campesino vuelva a sus raíces ancestrales.

## ENTREGA No. 2

### FUERZAS DE LA INDUSTRIA

#### Contextualización De La Empresa

Nombre de la Empresa: La plateñita S.A.S.

Actividad Económica: Elaboración y comercialización de alimentos congelados al por mayor y al por menor.

CIU (1489) Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p., incluye la fabricación de especias y la fabricación artesanal de alimentos involucrando el envase y/o enlatado **(social, 2002)**

Tamaño: Perteneciente al grupo II, la plateñita es una compañía categorizada como pyme, con una planta de cincuenta (50) empleados. **(SIIGO, s.f.)**

#### Análisis de la demanda

Los usuarios finales de las croquetas de yuca son en su mayoría las personas ubicadas entre los 20 y 30 años, quienes prefieren los alimentos de fácil preparación y cocción, por tanto el principal valor agregado de nuestro producto es el ahorro de tiempo, una necesidad que manifiestan en su mayoría las nuevas generaciones de consumidores, que o bien viven solos o tienen pequeñas familias; la posibilidad de congelar las comidas les brinda la oportunidad de tener alimentos con una vida útil prolongada y lista para preparar.

En la actualidad nos encontramos en la época de ser fitness, por lo que plateñita brindara su producto “croqueta de yuca” que no solo es de fácil cocción sino que no requiere el uso de aceites ni condimentos, por lo que será el acompañante perfecto para cualquier hora del día. **(R10 LAB MAD, 2020)**

Actualmente la población joven tiende a evitar el consumo de alimentos producidos a partir de los animales, sin embargo los alimentos para personas vegetarianas o veganas tiene costos poco accesibles, por lo que con nuestro producto y teniendo en cuenta la saciedad que produce el consumo de yuca se abarcara mayor parte de la población con estas necesidades, pudiendo convertirse fácilmente en un producto sustituto de dichos alimentos. **(alimentos) (agronegocios, s.f.)**

El mercado objetivo es la población de 20 a 40 años, las grandes superficies y restaurantes.

Se esperan unas ventas de al menos 400 kilos mensuales de coquetas de yuca, para lograr el objetivo de compra

a todos los agricultores de la región de Plato.

**Tamaño del mercado:** 47.680 personas, mi mercado meta/nicho es de 25.600 personas aproximadamente (esto teniendo en cuenta que es la cantidad perteneciente a quienes tienen cubiertas sus necesidades básicas en la región del Magdalena) que hacen lugar a las personas que tienen el poder adquisitivo del producto y tienen la intención de compra en la región. **(DANE), 2020)**

### **Análisis de la oferta**

En la actualidad en Colombia en su región Caribe cuenta con dos compañías de procesamiento de yuca, y en la zona de la región central del país se encuentran aproximadamente ocho (8) empresas reconocidas comercialmente en la producción y comercialización de croquetas de yuca, en Magdalena no existe ninguna compañía que fabrique dicho producto, aunque esta zona es de producción del producto, por tanto al crear la compañía allí se genera ataque al desempleo y de la región y la reducción de costos pues no se influye en fletes por materia prima. **(Viceministro de asuntos agropecuarios, 2017)**

Teniendo en cuenta que las compañías que comercializan el producto, es decir nuestros competidores directos son en su mayoría compañías grandes que comercializan directamente a las grandes superficies, lo que genera que para llegar al mercado nicho que tenemos teniendo en cuenta que es en una zona municipal los costos de adquisición del producto se aumentan pues se deben generar intermediarios para que el producto llegue a la mesa, la plateñita ofrece un producto generado en la región, por lo que será quien distribuya de forma directa al cliente final, optimizando calidad del producto y el costo final.

Las estrategias comerciales y de fidelización de las empresas más reconocidas del sector MCCAIN y FRESHKY van enfocadas a generar fidelidad de los clientes por el producto presentado, de acuerdo a la satisfacción del mismo, teniendo en cuenta esto la plateñita pretende presentar un producto que presente gran acogida y darlo a conocer a través de campañas publicitarias que demuestren visualmente de donde nace la materia prima de las croquetas para generar la fidelidad y el referido del cliente generando así su estrategia comercial, tomando como base la óptima comercialización de la competencia directa.

Las barreras de acceso que se presentan son los requisitos gubernamentales que se presentan dentro de la región del Magdalena y la reacción que tenga la competencia teniendo en cuenta que son empresas de Grupo I que cuenta con

reconocimiento de eslogan, musculo financiero fortalecido y capacidad publicitaria.

NOMBRE DEL COMPETIDOR	PRODUCTO	PRECIO	SERVICIO (ventaja competitiva)	UBICACIÓN
Mc Cain	Croquetas de yuca	\$ 7.300	Producción en grandes cantidades, proveedor principal de grandes superficies	Bogotá
	Palitos de Yuca	\$ 6.350		
Freshky	Croquetas de yuca	\$ 11.900	Potencial vendedor de los restaurantes	Bogotá
Congelados Criss	Croquetas de Yuca	\$8.400	Reconocimiento en la región por empleabilidad a madres y padres cabezas de familia	Valle del Cauca

### **Análisis de la comercialización y de los proveedores**

La plateñita como valor agregado a su producción tiene como objetivo hacer sus proveedores a los campesinos de la región del Plato, Magdalena por lo que de manera inicial deberá realizar una inversión en capacitaciones a los mismos e inversiones en el campo, con la retribución de ser únicamente proveedores de yuca para la PLATEÑITA.

Como se expuso anteriormente los mismos están ubicados en el municipio donde también estará la compañía procesando la materia prima, por lo que los costos de adquisición serán rentables para las dos partes.

Sin embargo, dichos proveedores deben ser seleccionados basándose en lo cumplimientos legales y de sanidad solicitados por el ministerio de salud e invima para la producción de alimentos agrícolas.

En la actualidad la bolsa de yuca por 30 kilos alcanza los \$65.000 al consumidor final en la ciudad de Bogotá, por lo que el monto de compra a dichos productores se estima en \$26.000 bolsa teniendo en cuenta que se compraran las cargas completas de cada finca productora asociada con LA PLATEÑITA. **(Agricultura y ganaderia, 2020)**

Los proveedores son independientes, por lo que no existiran intermediarios y el transporte de la yuca sera realizado por la compañía, por lo que nos aseguramos los tiempos de entrega con un margen de error minimo y con los costos más bajos del mercado.

### **Canales de Distribución:**

La compañía utilizara el canal de distribución directo pues ira del fabricante directamente al consumidor final, sin uso de intermediarios, asi asegurando un costo más bajo de adquisición del producto.

## **SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**

## Bondades del producto:

1. Amplio valor nutricional
2. No uso de aceites para cocción
3. Precio accesible a población con ingresos menores
4. Crocancia duradera
5. Apto para consumo de veganos, vegetarianos y personas “fitness”
6. Empaque biodegradable
7. Empaque con porciones de 100 gr, 250 gr y 500 gr
8. Menor cantidad de conservantes
9. Croquetas saborizadas
10. Producto 100% de la región caribe del país
11. Producto certificado
12. Presentación en diferentes dimensiones
13. Ideal para platos gourmet
14. Mantiene el calor por un tiempo superior
15. Optimización y ahorro de tiempo

## Ejercicio Buyer:

	<p><b>Miedos, frustraciones y ansiedad</b></p> <p>Envejecimiento prematuro Adquisición de peso corporal (engordar) Recursos económicos insuficientes Vida laboral inestable Impulsivo Tener poco tiempo para la familia y el ocio</p>	<p><b>Desea, necesita, anhela y sueña</b></p> <p>Aumentar sus ingresos Optimizar el tiempo Viajar Comer saludable Lograr una vida fitness Comer saludable sin que el costo sea superior Comer comidas rápidas que aporten nutricionalmente</p>
<p><b>Demográficos y geográficos</b></p> <p>30 años Ingresos mínimos: Un SMLMV Habitante de la región caribe de Colombia, en zonas demográficamente amplias</p>	<p><b>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</b></p> <p>Llevar una vida saludable, con productos de calidad a costos accesibles, es importante para el estilo de vida que desean llevar las nuevas generaciones</p>	<p><b>¿Cómo alcanzan esas metas hoy?</b></p> <p><b>¿Alguna barrera en su camino?</b></p> <p>Adquiriendo comida orgánica y/o cosechando vegetales de forma ornamental. Los costos de adquisición de los productos saludables son altos.</p>
<p><b>Frases que mejor describen sus experiencias</b></p>	<p>Es difícil el acceso a productos de calidad sin salir del municipio Las comidas rápidas solo aportan grasas y calorías</p>	

¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?	Zona de comercialización Tamaño del producto
---	---

### ¿Dónde se encuentran personas similares a mi cliente ideal?

En todas las regiones del país encontramos personas con el perfil del cliente ideal.

### Valores que destacan a mi cliente ideal:

- Confianza por el producto
- Fidelidad en consumo
- Priorizan su cuidado personal, velando por su estado de salud
- Disfrutan comer “rico” y saludable

### Que encuentra en el entorno de su cliente durante la semana

Se relaciona con su familia y el entorno laboral, usualmente está en una constante búsqueda de optimizar el tiempo.

### Necesidades más urgentes que presenta mi cliente ideal

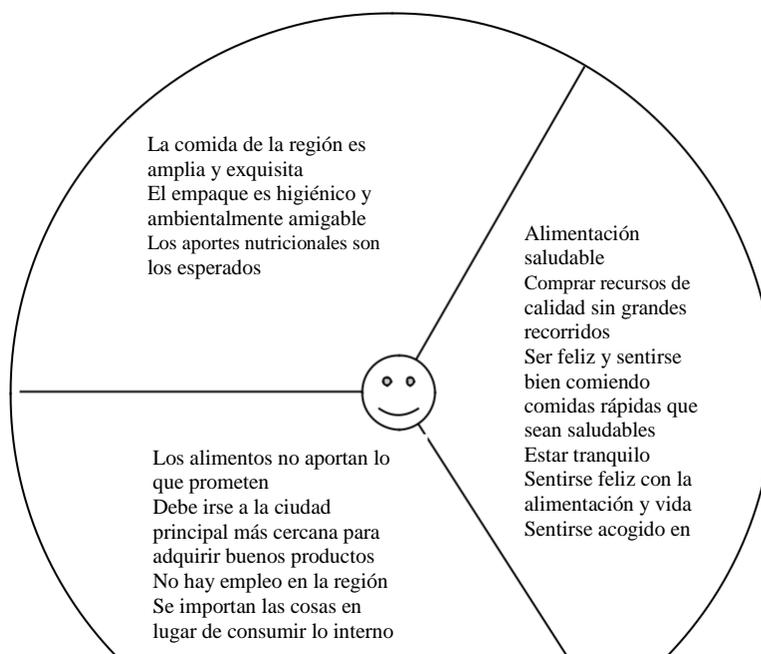
- Comer saludable a un bajo costo
- Optimizar el tiempo incluso en la preparación de sus alimentos, de forma que sea balanceado, rápido y económico
- Tener un estilo de vida saludable

### Como se ajustan las bondades de mi producto a mi cliente ideal:

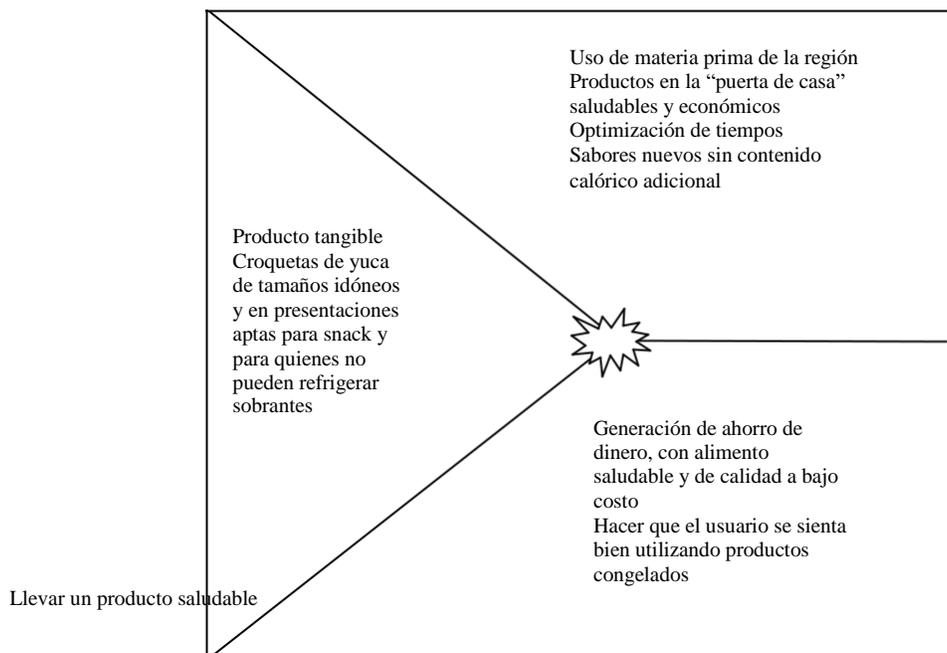
Las croquetas de yuca la plateñita son un producto perteneciente a las comidas rápidas que brinda alto contenido en vitaminas, bajo contenido calórico, permite una cocción rápida y sin aceites, su presentación es de cantidades menores a las habituales por lo que permitirá que no esté mucho tiempo en el congelador familiar, presenta gran Crocancia, es el acompañante ideal para los platos gourmet.

## PROPUESTA DE VALOR

### Perfil del Cliente



## Mapa de Valor



## Declaración de la propuesta de valor

Si es posible una comida rápida, saludable, económica y cerca de tu casa

## DISEÑO DE PRODUCTO

### Definición Estratégica

Ley 9 de 1979 del ministerio de salud: expide las normas en busca de la protección del medio ambiente, en su título v, cobija las normas de sanidad para manejo, elaboración, proceso y expendio de alimentos. **(Ministerio de Salud, 1979)**

Resolución 4125 de 1991 del ministerio de salud: Por la cual se reglamenta el Título V Alimentos, de la Ley 02 de 1979, en lo concerniente a los CONSERVANTES utilizados en alimentos. **(Ministerio de salud, 1991)**

Decreto 3075 de 1997: Buenas Prácticas de Manufactura dicta los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo el humano. **(Ministerio de Salud, 1979)**

Resolución 683 de 2012 del ministerio de protección social: Reglamento Técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los materiales, objetos, envases y equipamientos destinados a entrar en contacto con alimentos y bebidas para consumo humano. **(Ministerio de salud y protección de social, 2012)**

Normas HACCP: es un procedimiento que tiene como propósito mejorar la inocuidad de los alimentos ayudando a evitar que peligros microbiológicos o de cualquier otro tipo pongan en riesgo la salud del consumidor, lo que configura un propósito muy específico que tiene que ver con la salud de la población. (**Paz & Gomez, 2015**)

**Diseño de concepto 105.500+5.300+92.500**

**MAQUINARIA NECESARIA (Clayuca, 2002)**

Transportador dosificador de banda incorporado a la tolva y dosificador

Lavadora para raíz de yuca

Picadora de yuca en forma de chips de tipo vertical

Elevador especial para transporte chips húmedos

Equipo deshidratador primera etapa

Equipo deshidratador segunda etapa

Cámara de deshidratación y cocción

Quemador a Gas

Campana de gases y partículas livianas

Equipos para transporte a enfriamiento del producto final

Consola de poder y mando con todos los arrancadores internos

**INGREDIENTES (Clayuca, 2002)**

Yuca

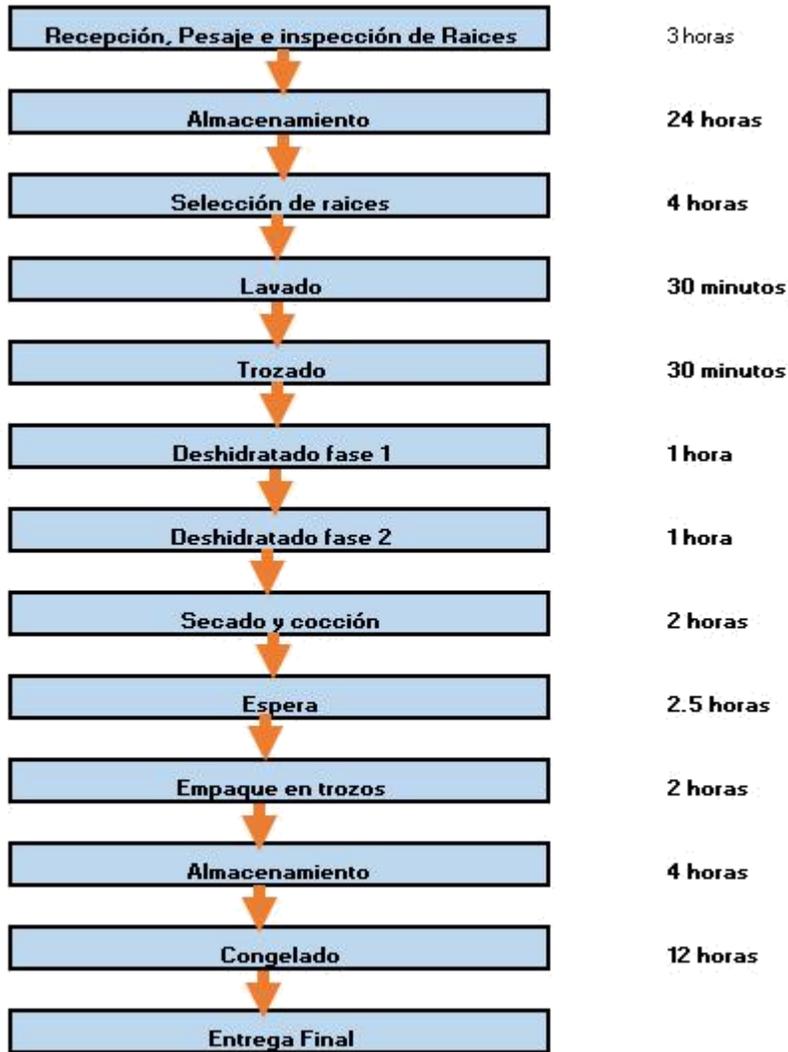
Conservantes

Queso Blanco

Harina

Huevo

**Diseño en detalle**



Calculo realizados para una carga de 50 arrobas

### Cadena de Distribución



Proveedor ----- Productor ----- Cliente final

La cadena de distribución es directa

Costos de producción (para una carga de 500 Kg)

Yuca	433,333
Transporte de materia prima a fabrica	80,000
Personal operativo	500,000
<b>Empaque</b>	<b>350,000</b>
Costos indirectos de fabricación	150,000
	<b>1,513,333</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN POR KG	<b>3,027</b>
PORCENTAJE UTILIDAD	60%
Precio de venta	5,044

## Validación y Verificación

### Indicadores de Calidad

1. Satisfacción del cliente
2. Valoración en ventas
3. Competitividad y posicionamiento
4. Cantidad de empaques defectuosos/ Total de empaques realizados
5. Número de quejas de clientes en el mes/ Numero de ventas realizadas en el mes
6. Número de devoluciones mes/ Numero de ventas mes
7. Número de ventas mes actual/ Numero de ventas mes anterior
8. Acciones preventivas cerradas eficazmente / Total de acciones cerradas
9. Encuestas de satisfacción del cliente
10. Número de horas hombre / Cantidad procesada

## Producción

### Empaque





## FICHA TÉCNICA CROQUETAS DE YUCA

Código:  
**MC-ES-055**

F/Vigencia  
**15/10/20**

Versión No:  
**2**

Página N°:  
**1 de 2**

### 1. NOMBRE DEL PRODUCTO

CROQUETAS DE YUCA

### 2. DESCRIPCIÓN GENERAL

El producto es elaborado a partir del lavado, pelado, cocción, molienda, formado y fritura de yucas sanas y frescas. Producto con forma prismatica el cual requiere un proceso térmico adicional para ser ingerido.

### 3. LISTADO DE INGREDIENTES (En orden decreciente)

Yuca, Aceite Vegetal y Sal

### 4. CARACTERÍSTICAS SENSORIALES

- **Apariencia:** Prismatica • **Color:** Amarillo Claro • **Olor:** Yuca • **Sabor:** Salado
- **Textura:** Firme, acabado corrugado, sin presencia de material extraño ni puntos oscuros.

### 5. CARACTERÍSTICAS FISCOQUÍMICAS DEL PRODUCTO TERMINADO

#### CARACTERÍSTICAS

#### ESPECIFICACIÓN

Humedad (%)

Máx. 50%

### 6. CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS DEL PRODUCTO TERMINADO

#### CARACTERÍSTICAS

#### ESPECIFICACIÓN

Coliformes Totales/(g-ml)

100 Máx.

Estafilococo Coagulasa Positiva UFC/(g-ml)

100 Máx.

### 7. MERCADO OBJETIVO

Dirigido a supermercados, cadenas hoteleras, restaurantes e instituciones. Consumo directo como acompañamiento o pasabocas. (Puede ser consumido por niños y adultos)

### 8. CONSERVACIÓN Y PRECAUCIONES

Mantener una temperatura constante de -18 °C. Transportar en cajas de cartón selladas.  
No almacenar con productos crudos ni fermentados. Evitar la rotura de la bolsa de empaque.

### 9. PRESENTACIÓN COMERCIAL

Croquetas de Yuca Congeladas x 1000 g

Palitos de Yuca Congelados x 1000 g Croquetas de Yuca Congeladas x 500 g

### 10. MATERIAL EN CONTACTO DIRECTO CON EL PRODUCTO

Polipropileno de Baja Densidad

### 11. EMPAQUE SECUNDARIO

CROQUETAS DE YUCA

### 12. CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN

Almacenar en un lugar refrigerado con una temperatura menor a -18 °C, el cuarto debe de estar libre de olores fuertes y debe de permanecer aseado. Manéjese separado de productos como: carnes, pescados u otros que puedan contaminar el alimento. Realizar una adecuada rotación del producto. Asegurar un buen control sanitario en el transporte, distribución y almacenamiento. No romper la cadena de frío. No colocar objetos o producto pesado sobre los pallet. Realizar una adecuada rotación del producto. Una vez abierto consumir en un periodo no mayor a 1 mes.

### 13. VIDA ÚTIL

12 meses sin romper la cadena de frío y sin abrir el empaque.

### 14. IDENTIFICACIÓN DEL LOTE (Requiere espacio para el lote y fecha de vencimiento)

El empaque va marcado con la fecha de vencimiento y lote o se marca de acuerdo a especificación del cliente y país de destino.  
LOTE: LOT (lote) FTC (Fruticol) cinco dígitos (los dos primeros números indican el año y los tres últimos corresponden al día juliano de fabricación)

## **Prototipo**

**Características del producto:** Croquetas de yuca saludables y presentación ideal para comidas gourmet y acompañamiento de platos, en presentaciones de 250, 500 y 1000 mg

**Características del prototipo:** Se realizó el proceso de molienda y cocción de una croqueta de yuca, de forma artesanal con el fin de ir retratando el paso a paso y realizando la aclaración de que el proceso se realizara automatizado y con uso de maquinaria industrial.

**Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo:** La evaluación de interacción se realizara de forma directa, se propone la realización de degustaciones a clientes potenciales y posteriores encuestas de satisfacción de los clientes donde se recibirán las recomendaciones y opciones de mejora.

## **Conclusiones**

Es importante la delimitación del mercado, para así dar atención al mercado potencial de la compañía, por ello la plateñita en su primera fase realizara una incursión únicamente en el municipio de plato y los municipios cercanos, dando así alcance a zonas que las grandes compañías productoras de croquetas de yuca actualmente no llega por costos en fletes y mercadeo.

La principal alianza estratégica de la compañía será directamente con el campesino, generando así un valor agregado para el productor de la región pues retoma su labore del campo con garantías de compra de la carga y acompañamiento en su producción y la plateñita genera reducción en sus costos de insumo y garantiza la calidad de la materia prima.

## **Bibliografía**

(DANE), D. A. (01 de 2020). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Agricultura y ganadería. (2020). *Comportamiento de los precios mayoristas de los alimentos*. Obtenido de <https://www.agriculturayganaderia.com/website/mercados-comportamiento-de-los-precios-mayoristas-de-los-alimentos-en-bogota-28/>

agronegocios. (s.f.). *AGRONECOCIOS*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/crece-la-tendencia-de-consumo-de-alimentos-vegetarianos-y-veganos-en-colombia-3031380>

alimentos. (s.f.). <https://www.revistaialimentos.com/ediciones/ed-83-los-expertos-hablan-lecciones-2019-oportunidades-2020/congelados-un-mercado-aun-por-desarrollarse/>. Obtenido de <https://www.revistaialimentos.com/ediciones/ed-83-los-expertos-hablan-lecciones-2019-oportunidades-2020/congelados-un-mercado-aun-por-desarrollarse/>

ARco, D. J. (2019). *Plato-Magdalena*. Obtenido de <http://www.plato-magdalena.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionControl/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal%202016%20-%202019.pdf>

Caicedo, C. (2020). *Magdalena Renace*. Obtenido de <file:///C:/Users/kzuluaga/Downloads/MAGDALENA%20RENACE%20HR.pdf>

cain, m. (s.f.). *MC CAIN*. Obtenido de <http://www.mccain.com.co/>

Clayuca. (2002). *Propuesta de trabajo para desarrollo agroindustrial de la yuca*.

CLAYUCA. (s.f.). *CLAYUCA.ORG*. Obtenido de <http://www.clayuca.org/sitio/>

criss. (s.f.). *CONGELADOS CRISS*. Obtenido de

<http://www.congeladoscriss.com/index.php/es/croquetas-de-yuca>

DANE. (2019). *Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)*. Bogotá: dane.

Obtenido de

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml\\_depto/Boletin\\_dep\\_19.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ml_depto/Boletin_dep_19.pdf)

DANE. (2019). *Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) (CNPV) 2018*. Bogotá: Dane.

Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/necesidades-basicas-insatisfechas-nbi>

DNP. (2015). *EL CAMPO COLOMBIANO: UN CAMINO HACIA EL BIENESTAR Y LA PAZ*

*MISIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL CAMPO*. Bogotá: Nuevas Ediciones

SA. Obtenido de

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Agriculturapequarioforestal%20y%20pesca/El%20CAMPO%20COLOMBIANO%20UN%20CAMINIO%20HACIA%20EL%20BIENESTAR%20Y%20LA%20PAZ%20MTC.pdf>

Freshky. (s.f.). *Freshky.co*. Obtenido de <https://www.freshky.co/>

*INVEST IN BOGOTA*. (JUNIO de 2020). Obtenido de <https://es.investinbogota.org/sectores->

de-inversion/alimentos-y-bebidas-en-

bogota#:~:text=El%20sector%20de%20alimentos%20en,aproximadamente%20entre%202019%20y%202024.

INVIMA. (2020). *NORMOGRA,MA*. Obtenido de <http://normograma.invima.gov.co/normograma/docs/arbol/8009.htm>

Magdalena, A. d. (16 de 09 de 2020). Obtenido de <http://plato-magdalena.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

Magdalena, A. P. (16 de 19 de 2020). *Plato- Magdalena.gov*. Obtenido de <http://www.plato-magdalena.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

Ministerio de Salud. (1979). *Normatividad minsalud*. Obtenido de [https://www.minsalud.gov.co/Normatividad\\_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.p df](https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf)

Ministerio de salud. (1991). *Biblioteca digital minsalud*. Obtenido de [https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resoluci on%204125-de-1991.pdf](https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%204125-de-1991.pdf)

Ministerio de salud y protección de social. (2012). Obtenido de [https://fenavi.org/wp-content/uploads/2019/02/RESOLUCION\\_683\\_DE\\_2012.pdf](https://fenavi.org/wp-content/uploads/2019/02/RESOLUCION_683_DE_2012.pdf)

Ministerio de trabajo y seguridad social. (2002). DECRETO NUMERO 1607 DE 2002.

Montaldo, A. (1985). *La Yuca o mandioca: cultivo, industrialización, aspectos económicos, empleo en la alimentación animal, mejoramiento*.

Paz, R. C., & Gomez, D. G. (2015). Normas HACCP Sistema de análisis de Riesgos y Puntos Críticos de control. En *Adiminstración de las operaciones*. [http://nulan.mdp.edu.ar/1616/1/11\\_normas\\_haccp.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1616/1/11_normas_haccp.pdf).

PNUD. (2020). *Los objetivos del desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

Portafolio. (16 de septiembre de 2018). Crece apetito mundial por la yuca para distintas industrias. *PORTAFOLIO*, pág. 2. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/crece-apetito-mundial-por-la-yuca-para-distintas-industrias-521212>

R10 LAB MAD. (2020). *ENTRENAMIENTO NATURAL*. Obtenido de <https://www.entrenamientonatural.com/la-historia-del-fitness/>

SIIGO. (s.f.). *SIIGO CONTADOR*. Obtenido de <https://www.siigo.com/blog/contador/cuales-son-los-grupos-en-niif/>

Viceministro de asuntos agropecuarios. (2017). *Docuemnto Cluster de Tuberculos*.