

Encabezado: OPCION DE GRADO I - POSTRE

Opción De Grado I - Postre

Iván Guillermo Avellaneda Torres

Corporación Unificada de Educación Superior CUN

Notas del Autor

Iván Guillermo Avellaneda Torres; Negocios Internacionales, Corporación Unificada de
Educación Superior CUN

Este proyecto ha sido elaborado para cumplir con el requisito de Opción de Grado I
La correspondencia relacionada con este proyecto debe ser dirigida a Iván G. Avellaneda T.

Corporación Unificada de Educación Superior CUN, Calle 12 B No 4 79

Contacto: ivan.avellaneda@cun.edu.co

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
MISION	2
VISION	2
OBJETIVO GENERAL	3
OBJETIVOS ESPECIFICOS	3
1. CUSTOMER DEVELOPMENT	4
1.1 Definición de la idea de negocio	4
2. STAKE HOLDERS	5
2.1 Identificación del Segmento	5
2.2 Caracterización del Segmento	5
3. NECESIDADES	6
4. BENEFICIOS	6
4.1 Necesidades de los Stake Holders	6
4.2 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad.	7
5. SOLUCIONES ACTUALES	7
6. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES	8
6.1 Limitaciones	8
6.2 Inconformidades	8
6.3 Frustraciones	8

7. MERCADO	8
7.1 Identificación de TAM, SAM y TM	9
7.2 Definición de muestra	9
7.3 Formato Entrevista	10
8. PESTEL	12
9. CINCO (5) FUERZAS DE PORTER	14
CONCLUSIONES	15
BIBLIOGRAFÍA	16

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo, se da a conocer mi idea de negocio la cual este enfocada en la comercialización de postres y otros productos en un vehículo tipo Food Truck, idea que tomo básicamente de las ventas que se llevan a cabo en países como estados unidos, desde hace muchos años y que en la actualidad, en nuestro país ya también hacen presencia.

Para lograr que esta idea sea un hecho, se deben plantear varias hipótesis, análisis de entorno y contar con un capital amplio, ya que no resulta fácil tener un vehículo con especificaciones para venta de productos que atraigan a determinado público, también se debe contar como mínimo con los documentos legales que son base para la constitución de una marca como Rut y cámara de comercio, como los cursos de manipulación de alimentos. Por lo demás a lo largo de este contenido, iremos detallando lo relacionado con esta idea de negocio.

MISION

Somos una comercializadora de postres, orientada a la presentación de un excelente servicio, que satisfaga, y genere el valor agregado para deleitar y multiplicar el gusto por los productos elaborados artesanalmente.

VISION

Hacer de *POSTRE* una compañía líder en el medio de ventas a domicilio, generando un sentido de pertenencia entre los clientes, caracterizados por la innovación en nuestros productos y reflejando mejora continua a cada uno de los productos ofrecidos, buscando siempre atraer más y nuevos clientes.

OBJETIVO GENERAL

Convertir a *POSTRE* en un productor de postres a nivel local, con altos estándares de calidad y producción, generando rentabilidad para el negocio y sus propietarios.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Comercializar productos de alta calidad, varias presentaciones y sabores
- Ofrecer un valor agregado de precio y variedad con los cuales se posicionara la compañía
- Llegar a espacios donde los clientes puedan seleccionar y disfrutar su postre con agrado
- Llegar a estar muy cerca de los clientes, generando una necesidad, para determinar en que zonas se pueden comercializar mejor los productos

1. CUSTOMER DEVELOPMENT

1.1 Definición de la idea de negocio

Postre es una empresa dedicada a la comercialización de postres elaborados con recetas tradicionales y caseras que se llevaran a los clientes en un vehículo distribuidor tipo Food Truck, como los que actualmente en Bogotá por ejemplo, ofrecen bastantes productos gastronómicos de alta calidad, ubicándose en sectores de rumba o trabajo por determinado tiempo más que todo a la hora del almuerzo, también cerca a zonas de eventos y rumba.

En la actualidad, un Food Truck de postres no hay en Bogotá, es un reto para la oferta gastronómica para que estos productos sean aceptados y si sus precios serán justos, hoy en día hoy existen más de 300 Food Truck a nivel nacional, agremiados y constituidos legalmente ante la Dian y Cámara de Comercio, pero no cuentan con aprobación oficial por parte de los entes gubernamentales locales para vender productos en la calle, ni menos con permiso para estacionar en cualquier esquina, la policía nacional no perdona y sanciona por estar mal parqueados. Cuentan con todos los certificados como manipulación de alimentos e higiene, y hay reportajes donde tienen más aceptación estos vehículos que las ventas informales callejeras. Montar una empresa y/o vehículo como estos está entre los 50 y 70 millones de pesos, teniendo en cuenta que el camión debe contar con suficiente espacio interior para llevar las neveras, estantes, cocina, utensilios y la publicidad que es la que deberá ayudar a atraer clientes y que deben hacer la gestión mucho más fácil. El fuerte de esta idea es acercarnos a los lugares de trabajo que hoy en la ciudad no cuentan con esta oferta de postres, con el ánimo de ofrecer algo diferente, delicioso y novedoso. El factor fundamental será que no todos los días se comercializaran en un solo lugar, con lo cual buscaremos generar un efecto de necesidad y seguimiento para que todos los clientes

no consuman lo mismo todos los días. Una forma de informar donde llegaríamos, es por redes sociales, donde estaríamos notificando lugar, hora de llegada y hora de partida, así podemos determinar en un futuro, por análisis e indicadores de ventas, que sector sería acreedor a tiempos de atención más extensos por las ventas concretadas, y así también hacer ofertas para consentir a los clientes y lograr una fidelización y propagación de la marca.

2. STAKE HOLDERS

2.1 Identificación del Segmento

Mayoría temprana: Son los compradores que adquieren los productos porque suplen su necesidad;

Teniendo en cuenta que un comprador adquiere un postre por que tiene una necesidad de satisfacer en determinado momento un antojo y que es fundamental que sea amante de estos productos. Se debe ejecutar un plan de análisis y mercadeo sobre que desean los clientes de este segmento, el plan estará enfocado en generar desde el primer momento una confianza, atención por encima de los niveles ya conocidos, ofreciendo un plus en calidad y precios justos

2.2 Caracterización del Segmento

Se encuentra dirigido al sector de empleados que laboran o están ubicados en zonas industriales, por ejemplo, la zona industrial de Montevideo, ubicada entre la Avenida Carrera 68 y la Avenida Boyacá, con Calle 17, o los parques industriales de la zona Álamos sur, ubicada en la Transversal 96 con Calle 26, al occidente de Bogotá. Teniendo en cuenta que no todas las personas son amantes de los productos que son fabricados a base de azúcar, por temas personales, médicos u otro algún otro factor. La idea se enfocara en aquellos clientes que opten

por deleitar algo diferente después del almuerzo, que acompañado con un café, un jugo u simplemente agua de botella, deleite y cambie por un momento el entorno del día a día.

3. NECESIDADES

Para una persona que trabaja en un parque industrial, ubicado al interior de Bogotá o sus alrededores, los cuales estas llenos de bodegas, muchas compañías y empleados de todos los tipos, estratos, géneros, razas y niveles académicos diferentes, le resulta imposible conseguir o desplazarse a comprar un postre, lo único que siempre adquieren son los helados o conos, chocolatinas entre otros, y es acá cuando la idea toma fuerza para suplir esta necesidad y otorgar una alternativa rica, diferente, con precios justos para todos, y enfocado en la calidad y sabores que serán el estandarte para el crecimiento de la marca Postre.

4. BENEFICIOS

4.1 Necesidades de los Stake Holders

Llevar en un vehículo Food Truck alimentos hoy en día es una actividad común, incluso el tema de franquicias comercializadoras de productos está de moda en el país, por esto, la idea de trasladar a estos parques industriales o zonas empresariales los productos de Postre, con variedad de recetas, sabores y otros productos que de seguro ayudaran a atraer muchos clientes, buscando calmar un antojo, sin tener que trasladarse a un lugar retirado o donde ofrecen estos productos como en Nicolukas, tiendas Juan Valdez, Tiendas Oma entre otras, ubicados en centros comerciales donde sus precios para una torta superan los \$ 5.500, y ni se diga de los productos derivados de café, nosotros tendremos el factor de dar precios que no superan los \$3.500,

Optimizando así el tiempo de descanso para otras cosas y ayudando a que el dinero que se invierte en un antojo, sea cómodo para volver a probar otro día.

4.2 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad.

Llevar hasta la puerta de su trabajo, una variedad de productos novedosos, ricos y a buen precio, es la manera de dar solución a una necesidad, ser una alternativa con la cual se cambie el ánimo de una persona para optimizar el tiempo para continuar la jornada de trabajo.

5. SOLUCIONES ACTUALES

5.1 Identificación del entorno

Son varios los establecimientos o comercios, no son pequeñas empresas, sino grandes empresarios, industrias que hoy en día nos ofrecen productos de muy buena calidad, pero a precios que no para todos son razonables, teniendo en cuenta que son productos elaborados también en Colombia, incluso multinacionales que dicen trabajar con nuestros campesinos, pero cobrando por las nubes algo que debería no valer tanto, en materia económica, adicional, solo se ubican en sectores de alto impacto, o estratos socioeconómicos medio altos, claro, generan ventas, pero es allí donde Postre generara la oferta y valor de atraer a toda clase de clientes, en las zonas donde nadie ofrece esta gastronomía por que por los precios es fijo el fracaso, con productos económicos para que alguien del común pueda invertir lo que gastaría en una gaseosa, o una torta común, en un excelente producto elaborado artesanalmente y con gran calidad.

6. LIMITACIONES, INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

6.1 Limitaciones

Es ilógico decir que todos los posibles clientes les gustan los postres, se evidencia que algunas personas no adquieren estos productos por temas de salud, vanidad o simplemente porque no les atrae comer un producto elaborado con azúcar, también entra en juicio que se debe trabajar cerca a un centro comercial para dar una vuelta y comprar un postre si cuento con el dinero.

6.2 Inconformidades

Sale a relucir el tema de precio en relación a calidad, tamaño, marca, servicio, factores que a la hora de evaluar o por cuenta propia en los comercios ya posicionados este tema siempre va a generar comentarios.

6.3 Frustraciones

En relación a lo expuesto al principio de este punto, es decisión de un cliente si consume o no los productos, algo importante es por ejemplo, que se sube de peso, o por una enfermedad, diabetes u otro factor, hay clientes que desearían probar los productos, pero por fuerza mayor no lo pueden realizar.

7. MERCADO

Lo ideal es direccionarse por lo cultural, teniendo en cuenta que hoy en día la venta de postres no es muy común en todos los sectores o esta pasada de moda, por el ingreso de tiendas comercializadoras de productos derivados del café, panadería, y otros relacionados, los cuales ofrecen una oferta gastronómica ,muy buena, pero no tradicional, y sectorizada únicamente en temas populares, mas no laborales, en donde un postre de natas, arroz de leche, cuajada con

melao, natilla con dulce de mora o el arequipe casero o artesanal, pastelería en hojaldre no son de reconocimiento para la juventud de hoy en día.

7.1 Identificación de TAM, SAM y TM

Para mi idea de negocio, es TM relacionado en el segmento de clientes, que son empleados, en su mayoría, que no tienen a mano la oportunidad de comprar cerca un dulce, en materia económica, no es irrelevante toda vez que con una inversión mínima, tendrá acceso a probar cualquier producto, sin tener en cuenta si es de marca reconocida.

7.2 Definición de muestra

Se realiza un análisis y encuestas físicas, con el fin de identificar si es viable o no la oferta gastronómica de Postre, en un total de 30 personas encuestadas, se evidencio que concepto tienen las personas a un nuevo estilo de venta, y su distribución, si les gusta o no comer productos elaborados a base de azúcar,

7.3 Formato Entrevista

Tabla 1

Tabla de datos

ENCUESTA	Si	No	
1. Le gustan los postres	25	5	
2. Porque no le gustan los postres	Por que hacen daño 3	Por temas médicos 2	si les gustan 25
3. Con que frecuencia los consume	Semanal 14	Mensual 6	Cada vez que puedo 5
4. Cerca a su trabajo encuentra venta de postres	4	12	4
5. Compraría estos productos en un vehículo Food Truck	15	5	
6. A)Trabaja –B) Estudia –C) Las dos	A) 10	B) 5	C) 10
7. Califique el precio de estos productos actualmente	Costosos 10	Normal 7	Económicos 3
8. Donde consume estos productos	Centros comerciales 9	Restaurantes 11	Cerca al trabajo 5
9. Por \$ 3.500 compraría un postre	21	4	

10. Por redes sociales recibiría información promocional de Postres	20	5	
---	----	---	--

Datos obtenidos en el campo (Elaboración propia)

7.4 Análisis de la información recolectada.

Sobre las encuestas generadas se logra identificar que la mayoría de personas a las cuales se efectuó la encuesta, la mayoría afirma que si, teniendo en cuenta que el mercado objetivo está enfocado a los amantes de los postres, sus derivados e ingredientes,

El estudio arroja de lo efectúa en personas 30 encuestados, de los cuales 20 son del género femenino, y 10 masculino, donde reflejan que para el consumo de los postres es necesario acercarse, desplazarse a un determinado establecimiento donde ofrezcan estos productos, se identifica que si hay consumo de prostres por lo menos una vez al mes, también es claro que si comprarían este producto en un vehículo, previa explicación de son postres caseros, de tradición y que el ideal es que se consuma, para adquirir credibilidad en este nicho de mercado.

La encuesta la genero en mi entorno laboral, sector de fontibón, cerca al aeropuerto el dorado, el cual no queda cerca a ninguna tienda, o centro comercial.

8. PESTEL

Factores externos	Locales
Políticos	Pienso que se afecta la compra de materias primas, y activos con el alza de los impuestos, inflación de los productos de la canasta familiar para productos básicos.
Económicos	El entorno económico de hoy en Colombia se refleja en los impuestos y normativas que fija el gobierno, que alteran las adquisiciones e incluso el tema de los salarios, por ejemplo para acceder a un préstamo empresarial, las tasas de interés suben, bajan no son estables.
Sociales	Esta abierto para que cualquier persona, que quiera acceder a nuestros productos, sin discriminación alguna de estrato, color, genero, o cultura, buscando dar un trato cordial con el cual se atraigan nuevos clientes
Tecnológicos	Es un papel importante teniendo en cuenta que la publicidad, información y hasta las ofertas se pueden publicar por internet, paginas de redes sociales con las que podremos acceder a muchos potenciales clientes, y así mismo recibir felicitaciones y/o reclamaciones
Jurídicos	La reglamentación para ventas de productos en Food Truck es exigente, no está avalada por las autoridades locales, adicional se debe contar con licencias de funcionamiento para venta de productos como manipulación de alimentos, dotación acorde y el cumplimiento de otros como por ejemplo decretos 1111 de 2017 que corresponde a el sistema de salud y seguridad en el trabajo.
Ambientales	Juega un papel importante teniendo en cuenta que el factor climático es directo responsable de contar con buenas ventas, asistencia de público,

9. CINCO (5) FUERZAS DE PORTER

Amenaza de nuevos entrantes

Nuestra competencia directa serán las compañías ya posicionadas en el medio de la distribución de postres, sean empresas ya consolidadas, o vendedores informales

Poder de negociación con el proveedor

Los proveedores de los insumos para nuestra empresa. Será un fabricante de postres caseros, con trayectoria de más de 30 años, entre sus principales cualidades esta la calidad, la capacidad para cubrir la oferta,

Poder de negociación de los clientes

Nuestros clientes serán personas del común, empleados, transeúntes, etc., quienes estarán en disposición de acatar la oferta y con base a su experiencia volverán a comprar y es de seguro que por cada 3 clientes, llegara uno nuevo.

Amenaza de Productos sustitutos

Productos sustitutos serán aquellos que comercialicemos que no sean postes, ejemplo pasteles de hojaldre, gaseosa, derivados de lácteos y del café

Rivalidad entre competidores

Será innovador teniendo en cuenta que ya hay competencia con buen posicionamiento comercial, incluso, la informalidad hace presencia con venta de obleas, merengón entre otros productos.

CONCLUSIONES

Con base en las herramientas, análisis y experiencias alcanzados con este proyecto, y la metodología gestionada a lo largo de este semestre para la asignatura opción de grado 1, finalmente hay mas concordancia con el conocimiento para llevar a cabo una idea de negocio, lo fundamental es idear un plan de trabajo inicial para establecer cuál será el objetivo, si será el camino correcto y si avanzaremos hacia el futuro, o si por medio de los estudios y demás actividades, mi idea podrá sostenerse y si en algún determinado momento deberá tomar un rumbo diferente para no fracasar.

Debido a la investigación general que se realizo, queda pendiente el tema de las normativas en Colombia, las cuales no están dando el aval para que el proyecto de ventas para productos en vehículos tipo Food Truck, ya que puedo contar con el apoyo y capital pero por haber un decreto definido, mi idea estaría destinada a darse en cierta ilegalidad, toda vez que mientras que el gobierno local dispone la aprobación de lo que es pertinente para estos negocios sobre ruedas.

BIBLIOGRAFÍA

<https://www.elspectador.com/economia/food-trucks-buen-negocio-pero-falta-la-regulacion-articulo-681680>

<https://www.civico.com/bogota/noticias/asi-es-que-se-mueven-los-food-trucks-en-bogota>