

Validación idea de negocio y Prototipo



EMPANADAS DE COLORES Y VARIADAS

Solymer Diaz

María Camila Palacio Ospina

Gina Paola González Rodríguez



Administración de Empresas

Unidad de Creación de Empresas I

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Fecha: 29 de agosto de 2020

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

TABLA DE CONTENIDO.....	2
1.COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR	5
2.COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR	6
3.COMPROMISO DEL TERCER AUTOR	7
4.RESUMEN EJECUTIVO	8
5.INTRODUCCION	10
5.1 Antecedentes del Emprendimiento en Colombia.....	10
6.OBJETIVO GENERAL	15
7.Objetivos Específicos	15
8.Presentación General del Proyecto- Resumen Ejecutivo	16
8.1 ¿Que pretende hacer?	16
8.2 ¿Como lo pretende hacer?	16
8.3¿Cuándo lo pretende hacer?	17
8.4¿Como va a superar los obstáculos?.....	17
9.Presentación General del Proyecto	18
9.1 Introducción:.....	18
9.2Objetivos	18
9.3Claves para el éxito	18
10.Desarrollo del Proyecto	19
10.1Ideación.....	19
11.Análisis del Sector Económico.....	21
11.1POLITICO	21
14.TECNOLOGICO.....	24
15.ECOLOGICO.....	24
19.LEGAL	27
20.Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.....	27
20.1Desarrolle el árbol de Problemas.....	29
20.2Establezca las relaciones medio-fin y construya el árbol.....	33

21.Realice una autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro: .	34
22.Estructure la idea de negocio con el siguiente cuadro:	36
23.Investiga y documenta (organiza la información en un documento) que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/servicios similares (competencia).	38
23.1 Selecciona y describe la idea más prometedor e innovadora.	44
24.Fuerzas de la industria	45
25.Canales de Distributions de las Empanadas	54
26.Realice el ejercicio Buyer Persona que se encuentra en la guía:.....	56
27.Perfil de Cliente.....	59
27.1Trabajos de cliente.....	59
27.2Frustraciones del cliente.....	61
27.3Alegrias del cliente	63
28.Productos y Servicios	63
29.Mapa de Valor	64
29.1Aliviadores de Frustraciones.....	64
29.2Generadores de Alegrias.....	66
29.3Declaración de la propuesta de valor	67
30.Normas Colombianas.....	68
31.Normas Internacionales	70
32.Diseño de concepto.....	72
33.DISEÑO EN DETALLE	72
34.GRAFIQUE Y DESCRIBA LA CADENA DE DISTRIBUCION:	74
34.1DESCRIPCION DE LA CADENA DE DISTRIBUCION:.....	75
35- VALIDACION Y VERIFICACION:	77
36- PRODUCCION:	78
37.Ficha técnica del producto:	79
38.Características del producto o Servicio.....	80
39.Características del Prototipo	81
40.Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo.....	81
41.Evidencia del prototipo	81
42.HIPOTESIS	83
43.Defina el objetivo de la investigación	83
43.1Objetivo General	83
43.2Objetivos Específicos	83

44.Determine el tipo de investigación a realizar (cuantitativo, cualitativo).....	84
45.Diseñe el formulario de encuesta, entrevista o focus grupal.....	84
46.Determine el tamaño de la muestra.....	86
47.TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	87
48.Conclusiones y Recomendaciones	101
48.1Conclusiones	101
48.2Recomendaciones:.....	102
49.Bibliografía.....	103



1.COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo, Gina Paola González Rodríguez con cédula de ciudadanía 52.448.812 de Bogotá y alumna del programa académico 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.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gina Paola González Rodríguez', is shown within a rectangular frame.

Firma: _____



2.COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR

Yo, María Camila Palacio Ospina con cédula de ciudadanía 1.007.524.179 de la Dorada, Caldas y alumna del programa académico 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.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink that reads 'Camila Palacio O.'.

Firma: _____



3.COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, Solymar Díaz con cédula de ciudadanía 1.102.813.145 de Sincelejo y alumna del programa académico 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.

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink that reads 'Solymar Díaz'.

Firma: _____



4.RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día la falta de tiempo y en algunos casos la falta de dinero para darse gustos, o realizar actividades que permitan distraerse y salir de la rutina, son dos factores que afectan a la humanidad, y que desencadena una serie de situaciones que resultan afectando tanto el ámbito familiar y laboral.

Pensando en la problemática identificada, el proyecto de investigación se basó en brindar una respuesta para contribuir a solucionar las tristezas y frustraciones de los posibles clientes, mediante la entrega personalizada de las empanadas, con palabras motivacionales como propuesta de valor agregado, teniendo en cuenta un excelente servicio al cliente en la preventa y postventa.

La segmentación de mercado que tuvimos en cuenta fue población entre los 5 y 65 años, comprendida entre niños, jóvenes, adolescentes, adultos y adultos mayores, en la localidad de Engativá, obteniendo los ingresos mediante la producción y venta de las empanadas.

Inicialmente no se tiene contemplado tener un local, ya que se producirá en un espacio adecuado para este fin en una de las casas de las socias. Para iniciar el negocio se requiere de menaje, materia prima, servicios, vehículo y la persona que se contratara para la distribución de las empanadas, con un capital de \$ 20.000.000 de pesos.

La empresa de Empanadas de Colores y Variadas, será dirigido por sus 3 socias, quienes se



caracterizan por su profesionalismo, talento, buen servicio y competencias para dar respuesta oportuna a los requerimientos de los posible clientes.

Los clientes son la razón de ser de todo negocio, por lo cual nos esforzamos en brindar una experiencia de compra diferente por nuestra propuesta de valor y por buscar siempre la satisfacción del cliente.



5.INTRODUCCION

A continuación, se va a realizar un proyecto de investigación para dar desarrollo a una idea de negocio, desde su fase inicial la Teoría del valor Compartido hasta su fase final que es la validación de la idea y del prototipo del producto.

Esta investigación es de gran importancia ya que nos da el conocimiento en todo lo relacionado al emprendimiento y la posterior creación de Empresa, teniendo en cuenta todas las variables del mercado que pueden repercutir a la hora de ingresar a este mundo tan apasionado como lo es el ser emprendedor.

El propósito de esta investigación es aplicar el conocimiento adquirido al desarrollo de una idea de negocio que nos apasione, teniendo en cuenta el Mercado Meta, las características de los posibles clientes, y la propuesta de valor, que nos diferencie de los productos o servicios existentes en el Mercado a incursionar.

5.1Antecedentes del Emprendimiento en Colombia

Un emprendimiento nace cuando encontramos la solución para un problema identificado y por la que un público está dispuesto a pagar, es ahí cuando la oportunidad de negocio se puede transformar en un emprendimiento, a través de la creación, captura y retención de valor para satisfacer la necesidad del cliente.

Así pues, realmente no podemos decir que el emprendimiento es algo nuevo en Colombia, siempre ha existido en nuestra cultura y ha sido clave para el progreso en nuestro país y, sobre todo, de nuestra región. Pero si lo pensamos con más detenimiento, es algo de lo

que normalmente no somos conscientes, pero que ha permitido (gracias a miles de emprendedores) acceder a todo lo que usamos, comemos y disfrutamos en nuestro día a día.

La educación ha jugado un rol trascendental para que no seamos tan conscientes de esto, pues, de mi perspectiva, a la mayoría se nos ha educado para conseguir un trabajo o ejercer una labor bajo el mando de otra persona, manteniéndonos al margen de cómo emprender, cómo crear, cómo solucionar.

Esto no solo sucede en los claustros educativos, tradicionalmente en nuestro entorno es algo que también suele ocurrir pero que ha venido cambiando sustancialmente. Antes, si alguien mencionaba el deseo por emprender o hacer empresa, se le veía como un espécimen raro por no querer seguir el camino tradicional de salir a buscar un trabajo que le generase estabilidad y algo de ingreso; hoy por hoy esta mentalidad ha cambiado y se valora cada vez más a quien decide optar por este camino de crear su propio negocio.

Ahora bien, esta transformación se ha venido dando en Colombia gracias a la labor de un gran número de actores privados y grandes esfuerzos de instituciones públicas de orden nacional como el Ministerio TIC a través de su iniciativa Apps.co para el fomento de negocios digitales, Innpulsa Colombia, el Sena, Findeter y Colciencias, entre otras, que buscan generar una dinámica que involucra a todas las regiones del país, que fortalece las redes de apoyo y que ha venido creando cambios importantes en la mentalidad y cultura de las instituciones y emprendedores colombianos.

Esto último es de resaltar, pues solo alcanzaremos avances significativos una vez creamos en nosotros mismos y en nuestra capacidad de competir a nivel global, algo que aún no es evidente para todos los actores del ecosistema de emprendimiento.

Gracias al cambio que se está gestando, quien quiera emprender en Colombia

encuentra muchas facilidades e instituciones que lo pueden apoyar. En cada región del país es común encontrar una red de emprendimiento compuesta normalmente por cámaras de comercio, incubadoras o aceleradoras de empresas, universidades, instituciones públicas, entre otros actores, que de una u otra forma impactan emprendedores en su región, pudiendo encontrar allí desde orientación básica, hasta servicios especializados de acompañamiento a emprendedores y financiación.

Precisamente el acceso a recursos de financiación es algo que tiene aún mucho por mejorar; en el ecosistema de emprendimiento esto no es un secreto, por ejemplo, en el último informe del estudio GEM “Global Entrepreneurship Monitor”, la financiación empresarial en Colombia fue ponderada por expertos con un 2.2 sobre 5.0, concluyendo que el emprendedor cuenta con escasas fuentes para financiarse, teniendo pocas alternativas de capital de riesgo, crédito bancario y subsidios, entre otras.

Sin embargo, la generación de negocios y empresas continúa siendo promisoría y se refleja en el último informe de dinámica empresarial de Confecámaras (Primer semestre de 2018), donde muestra que se crearon 185.330 unidades productivas: 37.440 sociedades y 147.890 personas naturales, evidenciando un crecimiento de 3,6%. Los departamentos con mayor contribución a ese crecimiento fueron Bogotá, Antioquia, Valle del Cauca, Cundinamarca, Atlántico y Santander, con 60,2% del total de nuevas matrículas.

Por su parte, 74,5% de las 185.330 nuevas unidades económicas se concentraron en cinco sectores: comercio (38,4%), alojamiento y servicios de comida (16%), industria manufacturera (9,7%), actividades profesionales, científicas y técnicas (5,8%) y otras actividades de servicios (4,6%).

En esta época en que la estamos, donde cada vez la tecnología toma más relevancia en

nuestro día a día, es importante conocer y resaltar los esfuerzos que se vienen realizando en materia de emprendimiento digital o de base tecnológica, impulsados por el Ministerio TIC y su iniciativa Apps.co. A través de aliados en diferentes regiones del país viene desde hace varios años apoyando emprendedores desde un proceso de evangelización en negocios digitales, el apoyo en la validación de ideas de negocio TIC y el crecimiento y consolidación de empresas con productos digitales ya creados, lo cual ha generado competencias en miles de jóvenes y adultos emprendedores que han logrado dinamizar mucho más este sector.

En las diferentes regiones del país hoy existe un gran *expertise* en el apoyo a este tipo de negocios de base digital, donde se destacan entidades como HubBog, CloudBased, Corporación Ventures y Wayra de Telefónica en Bogotá; Macondo Labs y Punto Estratégico en Barranquilla; Universidad Icesi y Cámara de Comercio en Cali, y Suricata Labs en Bucaramanga, que tienen una gama de servicios para quienes quieren emprender o ya tienen un negocio digital y buscan hacerlo crecer.

Este auge de los negocios digitales ya ha empezado a dar sus frutos, pues varias empresas han logrado consolidarse a nivel nacional e internacional. El impacto más reciente que tenemos en este medio es el obtenido por Rappi, que, con tan solo tres años en el mercado, el pasado mes de agosto ha sido valorada en 1 billón de dólares al conseguir una nueva ronda de inversión de 200 millones de dólares, convirtiéndose así en la primera startup digital con esta valoración en el país.

Hoy día, la coyuntura y las condiciones son cada vez más favorables para pensar en emprender, el conocimiento está más disponible que nunca, cada vez hay más ayudas para hacerlo, se generan nuevos modelos de negocio, diferentes canales de comercialización y publicidad y el aspecto digital ha ayudado a reducir diferentes tipos de costos a la hora de

lanzar o promover un negocio, así que si está inquieto por lanzarse al agua del emprendimiento, es una buena época, y habrá muchos que estarán dispuestos a ayudarlo, la cuestión es tener el valor de empezar.

Martinez, J. (11 de Diciembre de 2018). Antecedentes del Emprendimiento en Colombia. *El emprendimiento en Colombia es una realidad que hay que aprovechar. Colombia.*

La metodología que se eligió para la obtención de la información y posterior análisis de la misma es la investigación con análisis cuantitativo, la cual nos permitirá evaluar la viabilidad de la idea de negocio y el prototipó propuesto, para la posterior toma de decisiones.

6.OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocio para la creación, comercialización y venta de empanadas de colores y variadas, encaminada al emprendimiento, posicionamiento y mejora de la competitividad ante las otras empresas, con énfasis en materializar el proyecto bajo el menor riesgo teniendo en cuenta la experiencia del cliente ubicados en la localidad de Engativá en la ciudad de Bogotá.

7.Objetivos Específicos

1. Presentar información sobre estudios previos de mercado que permita conocer la viabilidad del negocio ante el mercado existente.

2.Dar a conocer la idea de negocio ante el mercado objetivo, para posicionarse destacando su valor agregado, servicio, ventaja competitiva, buscando siempre la satisfacción del cliente.

3.Determinar puntos de diagnóstico que permitan descubrir posibles fallas existentes y a futuro para dar solución oportuna en pro del bienestar de la empresa y de “LOS CLIENTES”, quienes son la razón de ser de todo emprendimiento.

8. Presentación General del Proyecto- Resumen Ejecutivo

8.1 ¿Que pretende hacer?

Ofrecer al cliente un producto innovador, que sea confiable, económico, y de fácil acceso, que, por medio de este negocio, se pueda aportar a la sociedad, con la generación de empleos, con responsabilidad social, generando un margen de ganancia que nos permita cumplir con la finalidad del negocio, y que exista un gana gana, para las dos partes, ya que aplicando la teoría del valor compartido indudablemente obtendremos riqueza, posicionamiento y permanencia en el mercado.

8.2 ¿Como lo pretende hacer?

Primero reeducando nuestra mente respecto a la preconcepción frente al dinero, cambiar nuestra mentalidad y ponerla a funcionar en nuestro favor, teniendo pensamientos de riqueza, abundancia y actuar en forma positiva, la actitud es determinante para lograr lo que te propongas en la vida.

Posteriormente, ya con la certeza de que tu idea de negocio es viable, y va a dar un resultado favorable, procedemos a realizar un estudio del mercado, para recopilar información mediante entrevistas, encuestas de opinión, analizar el comportamiento del producto de la Competencia en el mercado, realizar un análisis así:

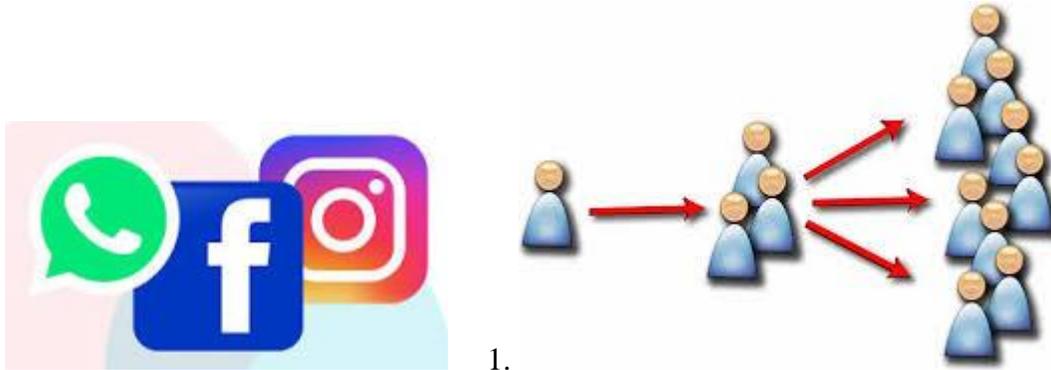
Fortalezas

Oportunidades

Debilidades

Amenazas

Con el resultado del análisis **FODA**, podremos establecer la estrategia que usaremos para dar a conocer el producto en el mercado, con sus características, con su plus, y lograr el posicionamiento esperado, haciendo uso de las diferentes redes sociales y del voz a voz:



1. Imágenes sacadas de gogle.com

8.3¿Cuándo lo pretende hacer?

Una vez se tenga un análisis completo del estudio de mercado y los factores relevantes de la Competencia, se procede a sacar el costo del producto, el margen de ganancia, para dar curso al negocio e incursionar en el mercado.

8.4¿Como va a superar los obstáculos?

Los obstáculos se pueden identificar según el análisis del mercado que se haga, si una vez puesto en marcha el negocio presenta dificultades, se deben evaluar diferentes alternativas de solución, si es necesario reinventarse para lograr el resultado esperado.

9. Presentación General del Proyecto

9.1 Introducción:

Todo emprendimiento surge de una idea de negocio, la cual se analiza entorno a la competencia, mediante encuestas, entrevistas, precio, con base en esto es necesario dar un plus o valor agregado, que haga diferencia con los demás productos ofertados en el mercado, en el proceso de posicionar nuestro producto pueden darse varias variables, que nos pueden llevar a desistir de nuestro emprendimiento, como puede ser los obstáculos que se puedan llegar a presentar, pero ellos hacen parte del proceso, y nos permite adquirir conocimiento, desarrollar habilidades relacionadas con el mercado a incursionar, y nos permite aprender de los errores por la falta de experiencia.

La idea de negocio tiene que ir enfocada tanto a que genere una rentabilidad, como también en tener responsabilidad social, ambiental y económica.

9.2 Objetivos

- ❖ Realizar un estudio de mercado de acuerdo con el sector económico en el que se desea incursionar.
- ❖ Conocer la legislación que rige en torno a la actividad económica de la empresa
- ❖ Tener responsabilidad social y Ambiental
- ❖ Posicionarse en el mercado y ofrecer un producto de excelente calidad, que satisfaga al cliente, y lo fidelice.

9.3 Claves para el éxito

- ✓ Conocer el mercado y sus factores (Competencia)
- ✓ Calidad y variedad en el producto ofertado

- ✓ Ofrecer valor agregado
- ✓ Ser Dinámicos
- ✓ Excelente servicio al cliente

10.Desarrollo del Proyecto

10.1Ideación

RTA: El propósito de nuestra microempresa, la cual se dedica a vender y distribuir empanadas de colores y variadas, es satisfacer y deleitar a nuestros clientes con nuestros productos, por consiguiente ofrecerles productos de buena calidad y variedades, también precios accesibles para todos, buscando también que nuestros clientes tengan una economía favorable ya que al tener diferentes precios, las personas se pueden acomodar a lo que tienen en el momento y de igual manera consumir nuestro producto, con esto también estamos ayudando a contribuir en el entorno social, ya que es un espacio abierto para todo el que desee ingresar cumpliendo los protocolos de Bioseguridad establecidos, con esto la gente puede socializar, conocer personas nuevas, compartir y al hacer eso con una buena interacción entre ellos, se podrían ayudar a conseguir trabajos y otras cosas que pueden ser beneficiosas para los mismos, por el lado ambiental, nuestra microempresa cuenta con contenedores de basura, que tienen diferentes tipos de color y cada uno tiene explícito que se puede echar en cada uno de ellos, ejemplo: (negro: resto, verde: orgánico, amarillo: plástico, azul: papel.), se trata de una solución que se adapta a la perfección a cada tipo de residuo y permite una gestión de residuos más higiénica, sostenible y eficaz, aportando, además, importantes mejoras en el ambiente en general, otro aspecto a tener en cuenta es la ubicación de los contenedores de basura donde depositamos, así como su correcta señalización, también hay que tener en cuenta que las microempresas o macroempresas son un elemento fundamental para el desarrollo

económico de los países, por lo tanto los incrementos favorables para nuestra microempresa nos motivan a desarrollar nuevas actividades innovadoras y estrategias constantemente, para mantenernos estables en el mercado, y de ese modo, aumentar la flexibilidad y la capacidad de respuesta ante los cambios del entorno.

Enumere de manera resumida a cuál (es) de los objetivos de desarrollo sostenible, se puede relacionar el problema, reto, necesidad u oportunidad previamente identificados, o que aplique a su idea de negocio.

RTA: 1-Fin de la pobreza: Nuestro objetivo primordial a través de nuestra idea de negocio es fomentar fuentes de empleo con el fin de reducir la pobreza extrema en nuestra comunidad evitando consecuencias como el hambre, la mal nutrición, falta de vivienda digna, enfermedades, discriminación o la baja posibilidad que las personas accedan a la educación.

8- Trabajo decente y crecimiento económico: Como empresarios nuestra satisfacción no solamente sería generar utilidades para el beneficio de la empresa si no también promover un crecimiento económico sostenido, fuentes de empleos estables y trabajo decentes para nuestra sociedad.

16- Paz, justicia en instituciones sólidas: Promover a través de nuestra idea de negocio menos violencia la cual surge a causa de la pobreza y la necesidad, para contribuir fundamentalmente al desarrollo de la paz que necesita nuestra sociedad y el mundo para el desarrollo de los objetivos de desarrollo sostenible.

Describa brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio.

RTA: La idea de negocio en la cual estamos trabajando es la producción y comercialización de Empanadas de colores y variadas, las cuales serán realizadas con masa a

base de harina de trigo, zanahoria, Remolacha, espinaca y agua, con el fin de dar un color y sabor característico al tradicionalmente conocido, como valor diferencial hemos pensado usar un molde que tenga frases positivas así:



La idea de negocio propuesta abordaría la teoría del valor compartido ya que, debido a la diversidad de menús en la fabricación de las empanadas de colores, no solo está enfocado a la cultura y tradiciones de la población de la Ciudad de Bogotá, sino el producto va enfocado a satisfacer los diferentes gustos de las personas que residen en la Capital.

Contribuimos con la cultura de la Paz, ya que se generan oportunidades de empleo, y de esta manera se reducen los niveles de Pobreza, y se genera estabilidad Económica y Emocional.

11. Análisis del Sector Económico

Desarrolle el análisis de Pestel: Profundizar el análisis con las siguientes preguntas:

11.1 POLITICO

11.1.1 ¿Qué tratados de libre comercio benefician a tu proyecto?

De los diferentes TLC (tratados de Libre comercio) que Colombia ha firmado con diferentes países, y los acuerdos comerciales firmados predominan las exportaciones de

productos como hullas térmicas (carbón), Petróleo, Café, Flores, automóviles, Azúcar de Caña, Medicamentos para uso Humano, Confeitería, productos orgánicos, productos de panadería, pastelería o galletería.

Observando el ranking actualizado al 07 Enero de 2020, están vigentes los siguiente TLC:

1. TLC Colombia -México
2. TLC Colombia – CARICOM (Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, Guyana, Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, Monserrate, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucia, San Vicente y las Granadinas.
3. TLC Colombia- Chile
4. TLC Colombia- El Salvador, Guatemala y Honduras
5. TLC Colombia – EFTA (Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein
6. TLC Colombia – Canadá
7. TLC Colombia – Estados Unidos
8. TLC Colombia – Corea del Sur
9. TLC Colombia – Costa Rica

Rankia. <https://www.rankia.co/blog/mejores-opiniones-colombia/4112685-tlc-colombia-tratados-vigentes-acciones-para-futuro>.

Dentro de los productos exportados estaban los de panadería, pastelería o galletería, los cuales pertenecían a TLC entre Colombia – Venezuela, Colombia Cuba, que según el Ranking a la fecha no están vigentes, en ese orden de idea no habría ninguna TLC, que beneficien nuestro proyecto.

11.1.2;Tu proyecto tendría IVA?

Si, está gravado con el Iva, ya que los productos a utilizar en la elaboración de las Empanadas de colores en su mayoría están gravados con IVA.

12.ECONOMICO

¿Cuál es tu sector económico?

La empresa pertenece al sector económico secundario, ya que el producto sufre un proceso de transformación, para ofertar un producto final al cliente.

12.1¿Como va creciendo el sector en Colombia?

Es un sector que, por su proceso de transformación de la materia prima, se puede ofertar en el mercado variedad de productos terminados, lo cual contribuye al permanente crecimiento del sector económico en el País.

12.2¿Cuáles son los índices de precios?

La producción real de la Industria en Colombia en 2019 tuvo un crecimiento de inflación de 1.5%, en comparación con el 2018, el año pasado las ventas reales del sector aumentaron 1.9% y el personal ocupado se redujo en 0.4%.

12.3¿Qué entidades pueden financiar el proyecto?

Innpulsa, Fundación Bavaria, Programa de Emprendedor Bancolombia, todas estas entidades apoyan al emprendedor con Capital para el desarrollo del negocio, y dan plazos razonables para el pago.

13.SOCIAL

13.1¿Cuál es la cifra de la tendencia?

La diversidad de culturas y tradiciones que se pueden encontrar en Bogotá, son muchas, podemos encontrar personas con diferentes niveles de educación, creencias, hábitos, preferencias, niveles de ingresos y edad, desde la idea de negocio propuesta se buscar satisfacer las necesidades de los clientes de acuerdo con sus gustos y presupuesto económico.

¿Cómo acceden las personas al servicio?

Las empanadas de colores se ofertan por medio de las diferentes redes sociales y por medio de la voz a voz.

13.2¿Dónde?

En plataformas como Instagram, Facebook y WhatsApp.

13.3¿Cuándo?

La era digital es lo que se está imponiendo y cogiendo fuerza, lo que facilita a los clientes el acceso al producto cuando lo necesite.

13.4¿Quiénes?

Los clientes que sientan afinidad y relación con la descripción del producto, y la satisfacción de la necesidad.

13.5¿Cuáles son los estilos de vida?

La idea de negocio está enfocada a satisfacer una necesidad de alimentación, a un bajo costo, a cierta población de la Ciudad de Bogotá, en donde se puede evidenciar claramente las diferentes culturas y tradiciones, las características de estas personas son que, por temas económicos, en muchas ocasiones se les hace difícil tener acceso a un almuerzo, y desde nuestra idea de negocio, se busca suplir una alimentación rica en proteína a un bajo costo.

14.TECNOLOGICO**14.1¿Qué avances tecnológicos hay en materia de la idea de negocio?**

Las redes sociales existentes nos permiten el posicionamiento del producto en el mercado.

14.2¿Cuál ha sido el impacto de las TIC´s en la idea de negocio?

El desarrollo de la tecnología es un factor que nos favorece, ya que por medio de ellas podemos ofertar el producto, y llegar a muchas personas.

15.ECOLOGICO**15.1¿Hay productos relacionados a la idea de negocio que cuiden el medio ambiente?**

Productos como tal, que contribuyan con el cuidado del medio Ambiente no tenemos, pero si contribuimos por medio del reciclaje de los diferentes residuos depositándolos en los contenedores de basura, así : Negro: restos , Verde: orgánico, Amarillo: plástico, Azul: papel.), se trata de una solución que se adapta a la perfección a cada tipo de residuo y permite una gestión de residuos más higiénica, sostenible y eficaz, aportando, además, importantes

mejoras en el ambiente en general, otro aspecto a tener en cuenta es la ubicación de los contenedores de basura donde depositamos, así como su correcta señalización.

15.2¿Como es la tendencia de consumo de estos productos?

Las tendencias de consumo son uno de los parámetros más importantes a la hora de estudiar nuestro mercado. Debemos analizar en profundidad que es lo que demanda el público y cómo podemos ofrecérselo. Una vez que hallamos analizado toda la información debemos implantarla en nuestro eCommerce, para mejorar el negocio y que sea más exitoso.

16.Herramientas para Descubrir las:

16.1Google Trends:

Permite hacer estudios con respecto a la población para saber a qué sector se llega. Además, esta herramienta permite saber que le interesa a nuestro público y como lo busca, y posibilita crear una alerta para que nos avise de las tendencias de búsqueda crecientes.

16.2Google Adwords:

Permite saber cuántas veces se utiliza una palabra clave para buscar un determinado producto, hacer comparaciones entre periodos temporales y hasta nos dice donde podríamos anunciarnos.

16.3Google Correlate:

Esta herramienta ofrece otros términos con patrones de búsqueda parecido al que hayamos introducido, lo que nos sirve para ofrecer nuestros productos con otras palabras clave.

16.4Google Webmaster:

Permite detectar aquellos términos que tienen mala posición en la búsqueda, pero que generan bastante impresiones, puede resultar beneficioso para nuestro sitio web.

16.5Google Analytics:

Permite detectar lo que buscan los consumidores en nuestra página para saber que

sitios generan más interés y cuales deberíamos destacar más.

16.6 Google Global Market Finder:

Nos muestra en que lugares se muestra mi producto o servicio y de qué forma accede el usuario a la información. Un complemento para negocios que necesiten expandirse por zonas geográficas determinadas y conseguir nuevos clientes potenciales.

16.7 Trasladar la Búsqueda a la Web:

Es primordial mostrar la información de nuestra web de forma clara y sencilla para que así el cliente pueda llegar más fácilmente a nuestro producto y pueda aparecer en un mayor número de búsquedas. Primero debemos configurar las etiquetas Title y meta-description que se encuentran dentro del código fuente de la página. Se deben crear de forma única para cada sitio y añadirles palabras claras y concisas. Los títulos también son importantes y no deben de exceder de 65 caracteres. Como en title y es description son únicos para cada página debemos escoger todos los términos que se han escogido, ya que el cliente puede sentirse engañado de acceder a una página sin la información por la que ha clicado en ella. El usar sinónimos ayuda a no saturar al que busca y dota de mayor riqueza a la página web.

Las anteriores Herramientas fueron tomadas de:

ObservatorioeCommerce&TransformaciónDigital.<https://observatorioecommerce.com/como-analizar-las-tendencias-de-consumo/>

17. ¿Existe alguna legislación ambiental para la idea de negocio?

Resolución 2674 de 2013
Resolución 666 de 2020
Resolución 719 de 2015

18. ¿Cuáles son las normas de calidad para la prestación del producto o Servicio?

La norma ISO 22000-2005 de Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria, establece los requisitos que debe cumplirse para asegurar la inocuidad de los alimentos

durante todo su proceso hasta llegar a manos del consumidor final. Las empresas deben cumplir con las disposiciones incluidas en la norma, las cuales regulan los procesos de producción, conservación, almacenamiento o etiquetado de los productos. Sin embargo, no se garantiza la calidad ni la excelencia, solo el cumplimiento de los requisitos básicos.

19.LEGAL

19.1¿Qué leyes existen en el sector?

Resolución 2674 del 22 de Julio de 2013

Esta ley tiene como objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas.

19.2¿Hay alguna legislación que tenga que ver con tu proyecto?

Si, la que se reglamenta en el artículo 126 del Decreto ley 019 de 2012.

Establece que los alimentos que se fabriquen envasen o importen para su comercialización en el Territorio Nacional, requerirán de notificación sanitaria, permiso o registro sanitarios, según los riesgos de estos productos en salud pública, de conformidad con la reglamentación que expida el Ministerio de Salud y Protección social, dentro de los seis meses siguientes a la entrada en vigor del presente decreto.

20.Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad

La idea de negocio en la cual estamos trabajando es la producción y comercialización

de Empanadas de colores y variadas, las cuales serán realizadas con masa a base de harina de trigo, zanahoria, Remolacha, espinaca y agua, con el fin de dar un color y sabor característico al tradicionalmente conocido, como valor diferencial hemos pensado usar un molde que tenga frases positivas así:



¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Enfocando la pregunta a la idea de negocio que estamos desarrollando, una de las problemáticas identificadas es el desconocimiento del sector al cual deseamos incursionar, la falta de experiencia y la presentación del Producto en cuanto al color, pues no es llamativo y no genera un impacto visual positivo, que te lleve a realizar la compra de las Empanadas de Colores y variadas.

De los 3 problemas, necesidades, retos u oportunidades seleccione sólo 1 utilizando el siguiente esquema visto en clase, para determinar qué problema le conviene más trabajar. Recuerde que se califica de 1 a 5 por criterio. Puede determinar si agregar o quitar algún criterio. ¿Cuál obtuvo mayor puntuación?

Criterio	Problema 1
Conocimiento o Experiencia	1
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	1
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información, datos, cifras? ¿Puedo darle alguna solución?)	2
¿Tiempo Posible solución?	3
¿Costos posibles solución?	2
Impacto ¿Es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5
Total	19

20.1 Desarrolle el árbol de Problemas

Se realiza una breve encuesta a personas del sector en donde está ubicado el negocio

¿Le gustaría probar el sabor de las empanadas de colores y variadas?

¿Ha probado empanadas de colores?

¿Le llama la atención las empanadas de colores con mensajes bonitos?

¿Qué precio a pagado usted por una empanada?

RESPUESTA: el 70% de las personas respondieron que NO les llaman la atención por motivos de su presentación (colores).

¿Quiénes son los involucrados?

Los posibles clientes que pasan por el negocio.

¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?

-Se percibió un rechazo inmediato al producto debido al impacto visual por la presentación de las empanadas de colores.

- El producto genera desconfianza a los consumidores debido a los colores, piensan que son hechos con sustancias químicas.

Defina el problema central, bajo la condición de que sea una situación actual y su redacción es en negativo.

Baja rotación (ventas) de las empanadas de colores, en la actualidad se percibe claramente la deficiencia en las ventas del producto debido a su presentación en colores, no genera confianza y no son atractivas a los ojos de los posibles clientes.

Defina de manera apropiada las relaciones de causalidad-efecto de los problemas.

Deben ser actuales e igualmente se redactan en negativo.

Causa: Presentación del producto (colores de las empanadas),

Efecto: El producto genera desconfianza a los posibles clientes debido a los colores, piensan que son elaboradas con sustancias químicas.

Causa: Poca Innovación en los productos,

Efecto: Crecimiento de las competencias.

Causa: La falta de realización de un estudio de mercadeo sobre el producto y su competencia,

Efecto: Poca rotación del producto, debido al impacto visual que produce por la presentación de las empanadas de colores.

Causa: Imagen poco atractiva e incitante a comerlas,

Efecto: Ventas bajas de los productos.

Causa: Falta de campañas de publicidad (degustación) del producto,

Efectos: Baja afluencia de clientes en el negocio.

Causa: No se evaluó el comportamiento del producto en el mercado,

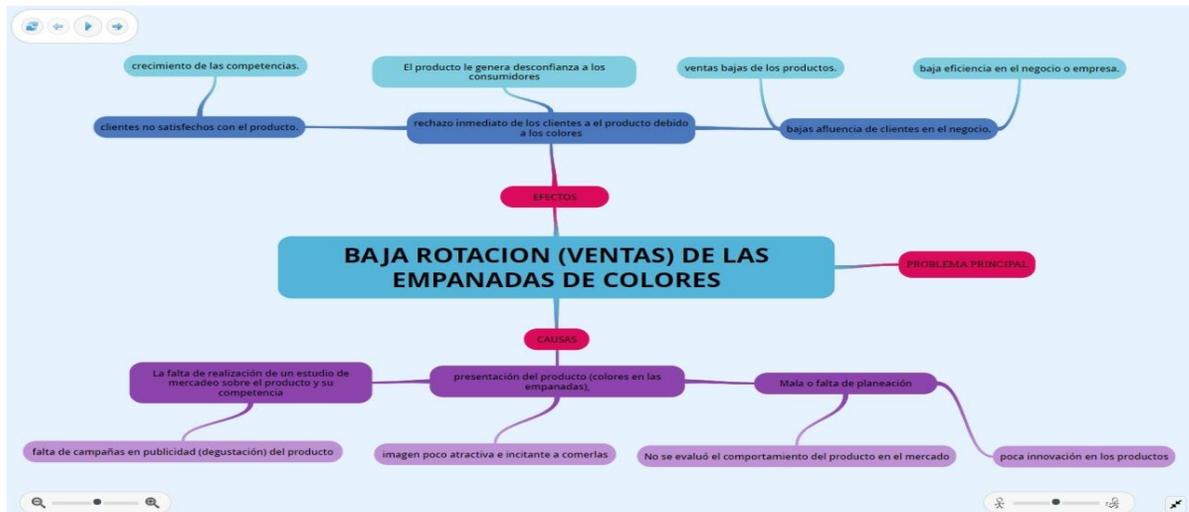
Efecto: Clientes no satisfechos con el producto.

Causa: Mala planeación o falta de ella,

Efecto: Baja eficiencia en el negocio o Empresa.

Presente en el esquema de Árbol de problemas su análisis como en el siguiente

ejemplo, teniendo la precaución que para su proyecto no sobren ni falten problemas a indicar:



Una vez terminado el esquema del Árbol de problemas se debe formular la pregunta problema, tome el problema central y plantéelo a manera de pregunta.

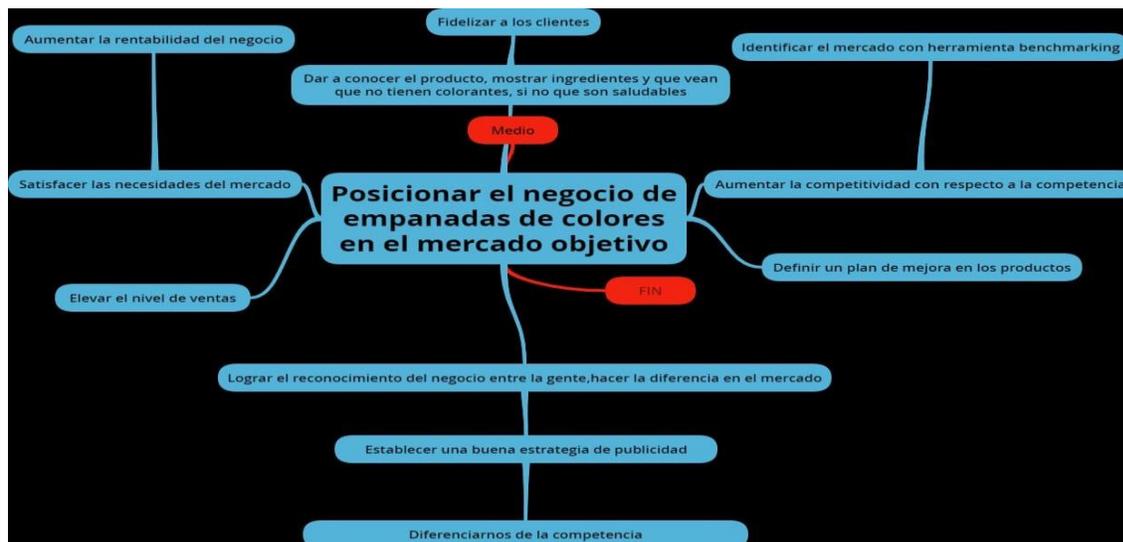
¿Como se podría incrementar las ventas de las empanadas de colores?

Continuando, en el Árbol de Objetivos los problemas en el Árbol de Problemas se convierten en objetivos o soluciones a dichos problemas.

Convierta todas las condiciones negativas en objetivos (condiciones positivas) deseables y factibles. Se comienza de arriba hacia abajo.

Condición negativa	Objetivos
Cientes no satisfechos con el producto	Ofrecer un producto de excelente calidad que satisfaga al cliente.
Rechazo inmediato de los clientes a el producto debido a los colores	Publicitar el producto y hacer énfasis en que los productos usados para la elaboración de las empanadas de colores y variadas son totalmente naturales.
Baja afluencia de clientes al negocio	Ofrecer degustación del producto para darlo a conocer en los clientes.
La falta de realización de un estudio de mercadeo sobre el producto y su competencia	Realizar un estudio de mercado en la zona cercana a la ubicación del negocio, para identificar las características del producto, precio en la Competencia.
Presentación del producto (colores en las empanadas)	Dar a conocer el producto, y enfatizar en que es confiable y a base de ingredientes naturales.
Mala o falta de planeación	Dar a conocer el producto, para de esta manera determinar su comportamiento en el mercado.

20.2 Establezca las relaciones medio-fin y construya el árbol.



1) Realice la lectura del ensayo adjunto, llamado: Generación de ideas de negocio, el cual se encuentra al final de las instrucciones para el desarrollo de las actividades.

Posteriormente, mire el siguiente vídeo. Estos recursos le permitirán ampliar los temas vistos en la semana.

2) Desarrolle la siguiente actividad en un archivo de Word con normas APA en donde irá conformando el proyecto empresarial semana a semana:

Con el problema u oportunidad identificado aplique una técnica de ideación vista en el encuentro (lluvia de ideas, seis sombreros, relaciones forzadas, matrices combinatorias, biónica o analogía).

¿Como lograr posicionar las empanadas de colores en el mercado y que tengan aceptación por parte de los clientes?

Para dar respuesta a la pregunta, escogimos la Técnica de Lluvia de ideas así:

Realizar un estudio de mercadeo, para analizar el comportamiento del producto en el mercado.

Publicitar el producto dando a conocer sus características

Ofrecer degustaciones del producto, como gancho de venta

21. Realice una autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro:

INTERES/DISPOSICION AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACION				
	F				V
La idea de negocio se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer			3		
No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad					5
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio					5
Considero que es seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando			3		
No TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN	0	0	6	0	10

Veamos los puntajes obtenidos, siguiendo las siguientes instrucciones complete la tabla que sigue a continuación:

Paso 1

Coloque en la columna “A” el número total de afirmaciones que UD haya contado.

Paso 2

Multiplique el resultado de la columna “A” por el valor de la columna “B” y el resultado anótelos en la columna “C”.

Paso 3

Sume verticalmente los puntos obtenidos en la columna “C” y coloque el resultado en el recuadro correspondiente al Puntaje Total.

	A		B	C
total, de afirmaciones valoradas en 1:	0	*	1	0
total, de afirmaciones valoradas en 2:	0	*	2	0
total, de afirmaciones valoradas en 3:	2	*	3	6
total, de afirmaciones valoradas en 4:	0	*	4	0
total, de afirmaciones valoradas en 5:	2	*	5	10
PUNTAJE TOTAL:			16	

Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 puntos. = Tiene UD una idea de negocio que le interesa realmente.

Continúe analizándola.

De 15 a 10 puntos. = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 puntos. = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

22. Estructure la idea de negocio con el siguiente cuadro:

¿Cuál es el producto o servicio?	Venta de empanadas de colores y variadas.
¿Quién es el cliente potencial?	Las personas que les guste la variedad de sabores en las empanadas y la innovación en cuanto a su presentación.
¿Cuál es la necesidad?	Brindar una solución económica de alimentación.
¿Como funciona el Producto o servicio?	Se encuentra a la disposición del público en el establecimiento designado para ello.
¿Por qué lo preferirían?	Por la variedad en sus sabores, colores y presentación del producto con frases positivas.

Finalmente describa la solución idea de negocio estructurada" en el siguiente cuadro:

¿Como podemos.....?



1) Explora el material sobre ¿Que es Innovación? Y estrategias de innovación.

Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias.

Alternativa 1

Ofrecer empanadas vegetarianas, base en harina de trigo con borde de queso en las puntas, con relleno de lenteja, papa, huevo y un guiso de tomate y cebolla.

Alternativa 2

Ofrecer empanadas Mixtas, base maíz peto con borde de queso en las puntas, con relleno de carne, pollo, huevo, papa y guiso de tomate y cebolla.

Alternativa 3

Ofrecer empanadas dulces, base de plátano maduro y harina de trigo, con relleno de queso.

Alternativa 4

Ofrecer empanadas Mixtas, base de yuca borde de queso en las puntas, con relleno de queso y bocadillo, carne y pollo, y un guiso de tomate y cebolla.

23. Investiga y documenta (organiza la información en un documento) que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/servicios similares (competencia).

Las 10 mejores empanadas de Bogotá:

1. La de carne de las Margaritas

Es un restaurante y venden empanadas hace 111 años, lo que les ha permitido perfeccionar la técnica, anteriormente los dueños maceraban el maíz en un pilón de madera, lo que les daba un sabor especial a las empanadas. Actualmente utilizan otra técnica, manejan un maíz sabanero que se deja en la tusa mínimo un mes hasta que este seco, para luego desgranarlo, las fríen en manteca de cerdo.

Relleno: Alverja, Carne de res y arroz de sopa.

Masa: Maíz Porva (Uno de los más costosos del mercado)

Precio: \$ 1700 pesos unidad

Dirección: Calle 62 # 7-77

2. La típica de Andrés Carne de Res

La empanada de Andrés ha estado desde sus inicios, es muy elogiada por Colombianos

y extranjeros, el nombre de las empanadas varía según el lugar, para el caso de Andrés de Chía y DC, se llama “Empanada Andrés”, en Andrés Expres “Popular de Carne”, y en la Plaza de Andrés “Empanada de la Plaza”.

Relleno: Carne, pimentón, cebolla y pimienta

Masa: Hojaldrada

Precio: \$ 3480 o \$ 2600 pesos unidad, dependiendo la sede

Dirección: Calle 93 # 12-11

3. La de carne desmechada de Empanadas el Paisa

Los dueños de este restaurante empezaron vendiendo empanadas en la calle, y tuvieron tanto éxito que abrieron su restaurante, las preparan diariamente y las que no se venden las donan a una fundación de abuelitos.

Relleno: Carne desmechada, alverja, papa criolla, guiso y el toque secreto

Masa: Maíz amarillo trillado

Precio: \$ 700 pesos unidad

Dirección: Cra 45 A # 136-30 – Calle 128 B # 45^a-09- Calle 150 # 19 B- 48

4. La de carne y papa criolla de El Kiosko

Esta es la empanada más casera y crocante que se puede encontrar en el mercado, su dueña quiso que los Bogotanos no tuvieran que salir de la ciudad, por eso abrió su negocio en Cedritos.

Relleno: Carne y papa criolla

Masa: Maíz

Precio: \$ 1500 pesos unidad

Dirección: Cra 145 # 9-73

5.La de Pipián de Empanaditas de Pipián, Los Troncos

Desde 1980, una familia de origen Caucaño se ha dedicado a hacer una de las mejores empanadas del País. Todas las empanadas de Los Troncos son deliciosas, pero las más reconocidas son las del Pipián, viene en tamaño pequeño.

Relleno: Papa colorada con Maní tostado y molido

Masa: Maíz añejo

Precio: \$ 900 pesos unidad

Dirección: Calle 96 # 10-45- Cra 15 # 93-45- Cra 16 A # 84-57- Cra 9 A # 73-11

6.La de Pollo desmechado de Doña Dicha

Esta repostería es famosa por su cocina artesanal y por su ambiente familiar. Sus empanadas de pollo son siempre frescas y se distinguen por que tienen semillas de Amapola por encima.

Relleno: Pollo desmechado y mezcla de verduras

Masa: Hojaldrada

Precio: \$ 2600 pesos unidad

Dirección: Calle 120 # 7-96- Cra 15 # 93-45- Cra 11 # 78-78- Cra 131 # 59 B-35

7.La Mexicana de the3Go

Tiene una carta variada de empanadas, pero la campeona fue la mexicana, por su mezcla de sabores.

Relleno: Carne, maíz tierno, ají habanero y queso

Masa: Base de harina de trigo

Precio: \$ 2400 pesos unidad

Dirección: Calle 53 B # 28 A 56

8.La de lomo de res de empanadas Argentinas y algo mas

Es un pequeño establecimiento ubicado en Usaquén, son preparadas a diario por su dueña la Argentina Carmen Páez, que utiliza la receta de la abuela.

Relleno: Lomo de res cortado a cuchillo, aceitunas y huevo, entre otros secretos

Masa: Base de harina de trigo

Precio: \$ 2800 pesos unidad

Dirección: Calle 119 B # 5-26

9.La de Carne y huevo de Empanadas Argentinas

Esta empanada tiene la particularidad de que su masa no es crocante, es más bien una especie de pan que no es ni duro ni blandito, y que las hace muy originales.

Relleno: Carne y huevo

Masa: Harina de trigo, levadura y mantequilla

Precio: \$ 4500 pesos unidad

Dirección: Calle 109 con Cra 15

10.La Caprina de la Castaña

La castaña empezó en el mercado de las pulgas de Usaquén, y debido a su éxito abrió un punto en Chapinero. Si usted es vegetariano, la empanada Caprina es una excelente opción, está inspirada en la ensalada caprese, de la isla de Capri.

Relleno: Tomates secos, albahaca, mozzarella y ricota

Masa: A base de harina de trigo y mantequilla

Precio: \$ 3000 pesos unidad

Dirección: Calle 57 # 5-17, y mercado de las pulgas de Usaquén.

4. Analiza las 4 alternativas tu idea de negocio (desarrolladas en el numeral 1 de esta actividad), con respecto a la competencia y escribe las conclusiones.

Alternativa 1

Ofrecer empanadas vegetarianas, base en harina de trigo con borde de queso en las puntas, con relleno de lenteja, papa, huevo y un guiso de tomate y cebolla.

Al analizar esta alternativa para ofrecerla al público se evidencia de que es una idea totalmente diferente porque en las empanadas siempre se ha visto lo tradicional y ofrecer una empanada vegetariana con base en harina de trigo, borde de queso en las puntas es un producto que llama la atención probar su sabor, sobre todo en aquellas personas que son vegetarianas.

Alternativa 2

Ofrecer empanadas mixtas, base de maíz con borde de queso en las puntas, relleno con carne, pollo, huevo, papa y guiso de tomate y cebolla.

Al analizar esta alternativa vemos que normalmente las empanadas vienen en su interior rellena con una sola proteína, pero encontrarla rellena con varias a la vez es una alternativa poco usual y sobre todo el guiso de tomate y cebolla que le acompaña ya que siempre se encuentra es el suero.

Alternativa 3

Ofrecer empanadas dulces, base de plátano maduro y harina de trigo, con relleno de queso costeño.

Analizando esta alternativa es otra versión de nuestro producto base que podríamos adicionar a nuestro portafolio porque así el cliente va a encontrarse con una gran variedad para escoger entre distintos sabores.

Alternativa 4

Ofrecer empanadas mixtas, a base de yuca con borde de queso en las puntas, con relleno de queso y bocadillo, carne y pollo, y guiso de tomate y cebolla.

Encontrar en el mercado una empanada a base de yuca con todas estas características es una idea poco usual viendo las alternativas que ofrecen la competencia me parece que nos quedaremos con todas estas ideas porque así ampliaremos nuestro portafolio y el cliente tendrá varias opciones en sabores para probar y así podemos fidelizar a los clientes por los productos innovadores ofrecidos.

5) Analiza nuevamente tu idea de negocio; Si aun tu idea no se diferencia lo suficiente de lo que ya existe en el mercado, reformúlala con otras estrategias de Innovación, para hacerla más interesante y diferente o combina diferentes estrategias.

Evaluando la idea de negocio resulta innovadora, ya que analizando lo ofertado en el mercado, la presentación de las empanadas es en el color tradicional no en colores, aunque se puede reformular la idea propuesta inicialmente y ampliar el portafolio del producto, dando más opciones, para satisfacer al cliente y sus diversos gustos.

De acuerdo con las 4 alternativas propuestas presentamos las siguientes opciones:

Opción 1

Base de Harina de trigo con el color natural que da la zanahoria, para las empanadas vegetarianas, con borde de queso en las puntas, con relleno de lenteja, papa, huevo y un guiso de tomate y cebolla. Frase: Amor

Opción 2

Base de maíz peto para las empanadas mixtas, con borde de queso en las puntas,

relleno con carne, pollo, huevo, papa y guiso de tomate y cebolla. Frase: Unión

Opción 3

Base de plátano maduro y harina de trigo, para las empanadas dulces, con relleno de queso costeño. Frase: Solidaridad

Opción 4

Base de yuca para las empanadas mixtas, con borde de queso en las puntas, con relleno de queso y bocadillo, carne y pollo, y guiso de tomate y cebolla. Frase: Paz

Opción 5

Base de Harina de trigo con el color natural que da la espinaca, para las empanadas vegetarianas, con borde de queso en las puntas, con relleno de Pimentón, Calabacín, Zanahoria, berenjena, crema de leche y cebolla sofrita. Frase: Esperanza

Opción 6

Base de Harina de trigo con relleno de longaniza, Butifarra, y Papa Criolla. Frase: Perdón

Opción 7

Base de Maíz Peto con relleno de carne desmechada, arroz y guiso de cebolla y tomate. Frase: Fe

Opción 8

Base de Maíz Peto con relleno de pollo desmechado, arroz y guiso de cebolla y tomate. Frase: Sabiduría

23.1 Selecciona y describe la idea más prometedora e innovadora.

En cuanto a innovación hay varias propuestas, las opciones 1 y 5, ya que se diferencia por la presentación del producto en color naranja y verde, para las empanadas vegetarianas.

Las opciones 3 y 4, son diferentes ya que la masa es a base de Plátano Maduro y Yuca, lo que le da un sabor diferente al Producto.

La opción 6, también marca la diferencia, ya que en el sector en el cual nos encontramos y según estudio de mercado de la Competencia no ofertan un producto así.

El valor diferencial e innovador es el mensaje motivacional que se agrega a las empanadas con el fin de impactar en la psiquis de las personas y para identificarlas fácilmente unas de las otras según su relleno.

La visión que se tiene es implementar todas las opciones propuestas, según aceptación del producto en el mercado y requerimiento de los clientes.

24.Fuerzas de la industria

Contextualización de la empresa: escriba el nombre de la empresa, actividad económica, tamaño, lugar de ubicación.

Nombre de la Empresa: Empanadas de Colores y Tradicionales

Actividad Económica: La actividad económica a la que pertenece la Empresa es la Secundaria, ya que aquí se produce la transformación de la materia prima, para la Producción de las Empanadas de Colores.

Tamaño: La Compañía es una Microempresa

Lugar de Ubicación: Inicialmente se va a realizar la publicidad de las empanadas de colores por las diferentes redes sociales, para ver la aceptación y acogida en el mercado, una vez se posicione el producto en el mercado, y analizando los resultados, se ve la posibilidad de abrir un local para la venta de las empanadas.

B) Análisis de la demanda: investiga las influencias internas, externas; determina el tamaño del mercado e identifica el Poder negociador de los clientes.

Nota: tome como guía las siguientes preguntas: ¿Cómo es la personalidad de mis usuarios? ¿Cómo se comportan? ¿Cuáles son sus creencias? ¿Cuál es el tamaño del mercado? ¿habrá espacio para mi idea de negocio?

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Haciendo un análisis general podemos notar a simple vista que los bogotanos son personas en su gran mayoría que guarda relación con la familia, la ciudad y el país; hacen mucho uso de la tecnología, encontramos un arraigo o desarraigo con lo espiritual y un peso de sus valores en el comportamiento y en su relación con los demás. También podríamos decir que los bogotanos comparten valores de convivencia y civilización, aunque algo indiferentes; son conservadores en lo familiar; prejuiciosos en lo social (menos con los enfermos); ignorantes y descreídos en lo político; y, lo más preocupante, su cultura democrática es pobre y hay grupos minoritarios que aún tienen metidas en el alma las soluciones de fuerza como una posibilidad.

¿Cómo se comportan?

En cuanto a sus gustos, sus costumbres y su estilo de vida llegaron a la conclusión de que Bogotá es más que una ciudad de pobres y ricos, marcados por el ingreso o por el estrato, Por ejemplo, en los estratos 1 y 2, hay un fuerte arraigo a Internet y a televisión por cable entre los jóvenes y altos niveles de optimismo entre personas de 45 a 70 años.

Es bien definido el posicionamiento de las mujeres en la ciudad. Ellas se destacan por su independencia, como guardianas del gasto y satisfechas con su vida y sus logros.

Un 40 por ciento de la población dice que las peleas de borrachos son graves, y que los jóvenes son violentos). También es síntoma de civilidad que al 70 por ciento le gustaría que prohibieran las armas de fuego, con o sin salvoconducto.

¿Cuáles son sus creencias?

Bogotá es un país libre de profesar su religión con libertad y está consagrada en la **Constitución de 1991**: “Toda persona tiene derecho a profesar libremente su religión y a difundirla en forma individual o colectiva. Todas las confesiones religiosas e iglesias son igualmente libres ante la ley”. **Podemos encontrar Budistas, católicos, cristianos y musulmanes.** Un 77 por ciento se dice católico y otro 14 por ciento, cristiano. Uno de cada cinco que dice pertenecer a cualquier organización, dice que es miembro de una iglesia.

¿Cuál es el tamaño del mercado?

Es la economía regional más grande, dinámica y diversificada. Tiene la base empresarial más grande y la mejor infraestructura para los negocios, la cultura empresarial se caracteriza por la orientación a la innovación y el emprendimiento.

En Bogotá se encuentran 18 de las 31 empresas de Colombia que están entre las 500 más grandes empresas de América Latina. Las más destacadas son Ecopetrol, Terpel, Avianca y Claro que se ubican en el top 200, el 57% se vincula a actividades de Comunicaciones, servicios financieros, negocios, hotelería y turismo e inmobiliarios. El 43% en productos de consumo, alimentos y bebidas, automotriz y materiales de construcción. La mayoría (58%) de los proyectos de inversión no extractivos se concentraron en Bogotá.

¿Habrá espacio para mi idea de negocio?

Considero que hay un amplio espacio para mi idea de negocio por su diversidad gastronómica, La gastronomía de la ciudad también merece ser explorada y disfrutada, acá la oferta de comida típica local y extranjera es amplia y reconocida como una de las mejores de Latinoamérica. Puedes probar los platos típicos de la región como el ajiaco, el cocido, el tamal o las almojábanas, las empanadas por supuesto tienen muy buena acogida por su sazón y fama de muchos negocios actuales.

C) **Análisis de la oferta:** analice a su competidores y a los posibles bienes sustitutos. Describa brevemente varios de sus competidores más próximos e importantes.

Nota: tome como guía las siguientes preguntas para realizar el análisis de la oferta:

¿Quién más está haciendo lo mismo que usted está intentando hacer? ¿Cuántas empresas existen? ¿Cuáles son sus estrategias? ¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno? ¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles? ¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general? ¿Cómo espera competir? ¿Cómo espera hacerlo mejor? ¿Qué competencia indirecta afrontará, y que bienes sustitutos existen en el mercado? ¿Cuáles son las barreras de acceso? ¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y las tendencias cambiantes que pudieran afectar a su negocio en el futuro? ¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

¿Quién más está haciendo lo mismo que usted está intentando hacer?

En la Ciudad de Bogotá, hay varias Empresas que ofrecen diversidad de empanadas para ofertar en el Mercado, dentro del Top 10 tenemos:

1. Las Margaritas
2. El Kiosko Golosinas
3. La Caleñita
4. Empanadas de las Buenas
5. Empanadas Donde Charles y punto
6. Empanadas el Paisa
7. Empanadas & Co
8. You Do Empanadas
9. El Punto de la empanada Rica
10. Empanadas de la Cima

¿Cuántas empresas existen?

En la consulta realizada en el DANE, en el Geovisor Directorio de Empresas 2019, y según actividad económica – Elaboración de otros productos alimenticios, para la ciudad de Bogotá, tenemos 874 empresas.

¿Cuáles son sus estrategias?

Para evaluar las estrategias de las empresas que venden empanadas, tomamos un muestreo, para realizar el análisis de cada una de ellas.

Típicas Empanadas

Esta Compañía sabe de la Importancia de Innovar y ofrecer variedad en el producto que oferta en el mercado, el éxito de sus ventas reside en que ofrecen empanadas horneadas, cuya masa es de harina de trigo, sus ingredientes son Gourmet, ya que la carne y el pollo que se utiliza para la elaboración del producto son Premium, y se diferencia de las otras empanadas las cuales son fabricadas con harina de Maíz Peto. Tienen una línea con 15 variedades de sabores y hasta el momento ha tenido buena acogida. Igualmente, la marca ha incursionado en el campo de las bebidas con la oferta del jugo de Mandarina a través de un Proveedor.

Empanadas el Buen Sabor

Tienen una línea de Mercado con 3 opciones, Empanada de Pollo, Empanada de Carne y Empanada de Champiñón y Pollo, son elaboradas con maíz puro, su contextura es suave y a la vez crocante, la estrategia de precios es otro plus, ya que busco igualdad de precios en relación con la Competencia, sin perder de vista el cumplimiento de los Objetivos corporativos. En cuanto a la distribución de las Empanadas se basaron en las Ventas Diferenciales, ya que ofrecen el producto al por mayor (10 unidades), por unidad, prefrito y en diferentes tamaños.

You Do Empanadas

El valor diferencial respecto a las otras Empresas es su lema “Empanadas Hechas a tu medida”, ya que el cliente puede armar la empanada de acuerdo con su gusto, y su factor económico, manejan medidas desde la S con 3 Ingredientes, hasta la XXL la cual viene con 7

ingredientes, ofrecen 17 alternativas de Empanadas de sal que pueden ser de Carne, pollo, tocineta, jamón, chorizo con Chicharrón, dentro de otras y 8 de dulce como la Nutella, Manzana Caramelizada, Fresa, Banano, Cereza, ofrecen la salsa de la Casa, salsa de Ajo, BBQ y de Piña.

Empanadas Donde CHARLES y punto

El valor agregado es la tan amplia opciones de Empanadas y Salsas que ofrecen a sus Clientes, tienen 21 clases de Empanadas y 20 clases de Salsas, dentro de las cuales ofrecen empanadas sencillas, especiales y Super especiales, la especiales son Champiñón, Pollo, Queso, champiñón Carne Desmechada y queso, Camarones con queso, Criollas, vegetarianas, Ceviche, las dulces -arequipe con queso y variedad de ajíes.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?

En Marketing, el porcentaje de participación de mercado de un producto es igual al valor de sus ventas absolutas dividido entre las ventas totales del mercado o segmento, multiplicado por 100.

¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles?

Puntos Fuertes

Del muestreo tomado de las empresas cuya actividad es la venta de Empanadas, dentro de sus fortalezas podemos ver que sus productos ya están incorporados en el mercado, los clientes ya los conocen, los aceptan y se sienten a gusto, por la gran variedad de opciones ofertadas en el mercado.

Para el caso de las Empanadas el Buen sabor la expansión del mercado, al tener la opción de vender el producto al por mayor, prefrito y diferentes tamaños.

Puntos Débiles

Para el caso de las Empanadas el Buen sabor, deberían ampliar su portafolio e incrementar la línea de Mercado, ofreciendo más alternativas a la hora de degustar una empanada.

Para el caso de You Do Empanadas, ofrecen la alternativa que el cliente puede armar la empanada a su gusto, aunque se convierte en una desventaja debido a que una vez el cliente escoja su opción de Empanada, deben freírla y eso conlleva tiempo de espera, caso contrario cuando el cliente llega al establecimiento escoge su opción, y la tiene servida al instante.

¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general?

Analizando las estrategias de las empresas tomadas como referencia, se puede evidenciar que para establecer el precio al producto, realizaron un estudio enfocado a un segmento del mercado, en cuanto al Marketing y Publicidad, todas las Empresas hacen uso de las redes sociales con el fin de expandir su negocio, aunque ya tienen posicionado el producto en el mercado, es importante la expansión del mismo, la aceptación del Producto por parte de los clientes, es el gancho de venta, que permite que por medio del voz a voz, se dé a conocer la variedad y exquisitez del Producto o Productos Ofertados en el Mercado.

¿Cómo espera competir?

Realizar un estudio del mercado Meta, para identificar las fortalezas de la Competencia, y de esta manera establecer un plan estratégico, para ser competitivos, tanto en Precio, Variedad, Presentación del Producto y con las frases positivas que van a llevar las Empanadas de Colores.

¿Cómo espera hacerlo mejor?

Inicialmente, para dar a conocer el producto, ofrecer degustaciones, segmentar el

mercado, ofrecer combos de Empanadas y un Jugo Natural, y ser competitivos por precio.

¿Qué competencia indirecta afrontará, y que bienes sustitutos existen en el mercado?

La Competencia Indirecta son la variedad de productos de Comidas rápidas, y podemos encontrar como bienes sustitutos los Pasteles de Yuca, las arepas con queso, los Pasteles de carne, pollo o gloria, la Pizza, deditos de queso, entre otros.

¿Cuáles son las barreras de acceso?

Las barreras de acceso son las producción a gran escala que tienen las Empresas tomadas como referencia, lo que les favorece ya que pueden ofertar el producto en el mercado a un menor precio, el darse a conocer en el mercado y tener la aceptación del cliente, los productos que pueden llegar a reemplazar el producto que se quiere dar a conocer, y la venta al por mayor de las empanadas.

¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y las tendencias cambiantes que pudieran afectar a su negocio en el futuro?

El ser competitivos es un factor diferencial, ya que esto permite mejorar día día las estrategias del negocio, adaptarse a los cambio e ir a la vanguardia de los avances que tenga la tecnología.

¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

Si, la gran variedad de productos de Comidas rápidas existentes en el mercado y la variada oferta de los mismos representan una amenaza para los emprendimientos nuevos, de aquí la importancia de dar un valor agregado, dar a conocer el producto y fidelizar al cliente.

Nota 2: una vez realizado el análisis de la oferta en su documento de forma escrita, genere consecutivamente una tabla donde resuma las principales características de la oferta. Tome como base la siguiente tabla:

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja)	Ubicación
-----------------------	----------	--------	--------------------	-----------

			competitiva)	
Típicas Empanadas	Empanadas	De \$ 2000 a \$ 2500 pesos unidad	Ofrecen empanadas horneadas con Ingredientes Gourmet	Calle 100 # 11-07, Bogotá
Empanadas el Buen Sabor	Empanadas	De \$1500 a \$2000 pesos unidad.	Venta de Empanadas al Por mayor, prefritas y en varios tamaños.	Calle 88 # 89 ^a -30, Bogotá.
You Do Empanadas	Empanadas	De \$ 7000, \$5000 y \$3000 pesos unidad.	Empanadas hechas a tu medida, el cliente prepara la empanada a su gusto.	Avenida de las Américas # 32-86, Bogotá.
Empanadas Donde Charles y Punto	Empanadas	De \$ 2000 a \$ 4500 pesos unidad.	La gran variedad de Empanadas (21 clases), la variedad de salsas (20 clases) y variedades de ajíes.	Calle 9 A # 69Bb-09, Marsella Bogotá

D) Análisis de la comercialización y de los proveedores: investigue cuáles son los proveedores que se requieren para la producción de su producto o servicio, que tipos de proveedores está usando su competencia y defina unos criterios para seleccionarlos. De igual forma defina los canales para la distribución del producto o servicio.

Nota: para definir los criterios de selección de proveedores puede tener en cuenta las siguientes variables a modo de ejemplo:

Los Proveedores con los cuales se va a generar alianzas o convenios son de cárnicos, pollo, huevos, vegetales, granos, productos embutidos y distribuidoras de harina de trigo y/o maíz pero la negociación con los Proveedores es importante para la Empresa ya que de ellos dependerán los Insumos de Primera Calidad, que se utilice para la elaboración del producto, la elección de los Proveedores es un aspecto fundamental para nosotras, ya que el éxito de

nuestra microempresa depende muchos de ellos, por consiguiente hay que entrelazar vínculos fuertes, para hacer negociaciones que favorezcan a las dos partes y así poder alcanzar los mejores precios, dentro de sus características se debe tener en cuenta:

Facilidades de Pago
 Responsabilidad
 Que cuenten con certificaciones de calidad
 Reputación y experiencia
 Entrega Oportuna
 Eficiencia y rapidez
 Servicio Postventa -Garantías
 Relación calidad-Precio
 Generar alianzas para financiar estrategias de Mercado

Por el éxito de ventas de las empresas tomadas en el Muestreo, por las variedades en el producto ofertado, y la aceptación del mismo, se entiende que este éxito también depende en la cuidadosa elección de los Proveedores y las características ya mencionadas, ya que representan un 50% del éxito en las ventas del producto, ya que factores como calidad en los Ingredientes a usar, precio, Facilidades de pago, eficiencia y efectividad, son tan solo algunas de los aspectos tenidos en cuenta para el éxito de las Compañías.

25. Canales de Distribuciones de las Empanadas

Información



Compra



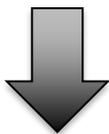
Evaluación



Entrega



Cliente



Servicio Postventa





El canal de distribución de las empanadas de colores se va a manejar directamente del fabricante al consumidor final, teniendo en cuenta las diferentes fases, para así captar y fidelizar al cliente.

Describa 15 bondades de su producto (bien o servicio) que proporciona.

1. Es una receta ideal para comer como plato principal de una comida.
2. Posee proteínas de excelente calidad, derivadas del pollo, carne, queso y huevo.
3. Posee colores 100% naturales
4. Posee Fibras
5. Vitaminas y Minerales propios de los vegetales que se añaden a la receta
6. Es una preparación sencilla de realizar
7. Es muy Casera
8. Nos aporta una cantidad equilibrada de todos los nutrientes principales
9. Constituye una manera diferente de consumir hidratos y carnes fuente de proteínas de alto valor biológico.
10. Fuente de Calcio y Fosforo siempre que se les agregue queso.
11. Alimento 100% natural
12. Comida Económica
13. Alimento practico para llevar al trabajo, estudio, casa, etc.
14. Exquisitas y Deliciosas
15. Variedad en su presentación y sabores

26. Realice el ejercicio Buyer Persona que se encuentra en la guía:

INSERTAR UNA FOTO DEL CLIENTE	DESCRIBE LOS MIEDOS, FRUSTRACIONES, Y ANSIEDADES	DESEA, NECESITA, ANHELA Y SUEÑA
	Alejandro tiene miedo de que no pueda cumplir el sueño de ser chef profesional, le frustra que no tenga el dinero suficiente para pagar la carrera, ya que es costosa; siente ansiedad cuando esta probando recetas nuevas o cocinando y no le salen los platos como el espera.	Alejandro desea destacarse como uno de los mejores chefs de Colombia, necesita mas disciplina, esfuerzo y dedicacion para ser el mejor. Anhela cocinar variedades de platos, para diferentes tipo de personas, y dar a conocer sus cualidades en la gastronomia.
DEMOGRAFICOS Y GEOGRAFICOS	¿QUE ESTAN TRATANDO DE HACER Y PORQUE ES IMPORTANTE PARA ELLOS	¿COMO ALCANZAN ESAS METAS HOY? ¿HAY ALGUNA BARRERA EN SU CAMINO
Alejandro tiene 25 años de edad, del genero masculino, es empleado y tiene ingresos de \$ 1,000,000 de pesos, su estrato social es 3, su nivel educativo es Tecnico en Gastronomía egresado del Sena. Actualmente vive en la ciudad de Bogotá, pero en su infancia vivio en Neiva, uno de sus Habitos es la lectura, pues esto le permite obtener un mejor lexico y nivel cultural.	El esta haciendo un ahorro, el cual es de gran importancia por que le permite cumplir sus metas, objetivos propuestos, y crecer laboralmente, profesionalmente y personalmente.	Con el enfoque hacia el cumplimiento de la meta propuesta, con disciplina, constancia y resiliencia, para obtener un buen capital, que le permita hacer su sueño realidad. El tiempo y el dinero son los principales obstaculos, trabaja hasta muy tarde y el dinero que gana no le permite acceder a la Universidad, para estudiar Gastronomía.
FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS	Perder por conocer no es perder. La Constancia vence, lo que la dicha no alcanza. La disciplina tarde o temprano vencera la Inteligencia. <u>No existen fracasos, existen aprendizajes.</u>	
EXISTEN OTROS FACTORES QUE DEBERIAMOS TENER EN CUENTA	Piensa que el entorno social y la empatia es algo que se debería tener en cuenta, ya que es esto te permite crecer como persona.	

3. Describa lo siguiente:

a. **¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal?**

En una reunión de amigos, en el ámbito universitario, en el lugar de residencia, ya que son personas con las que se establecen relaciones sociales, se crean lazos de amistad y esto permite conocerlos un poco más e identificar sus cualidades.

b. **¿Qué valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5**

Que consuma el Producto constantemente
Que pague el valor del producto sin pedir descuento
Te agradece por tu trabajo
Te ayuda a crecer tu negocio
Te refiere más clientes

c. **¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana? Con entorno, nos referimos a cómo y con quienes se relaciona durante una semana normal.**

En el entorno laboral inmediato, las relaciones sociales con los compañeros se dan en un ambiente cálido, de unión y trabajo en equipo, para el logro de los objetivos corporativos y a las vez personales.

d. **¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?**

La Pirámide Maslow se divide en 5 niveles, que van desde aspectos más básicos como la supervivencia, hasta motivaciones más complejas como el crecimiento personal.

Las necesidades Fisiológicas (respiración, alimentación, Descanso,) y las de Seguridad (Seguridad física, de Empleo, de recursos, familiar, de salud, de Propiedad Privada), son las que competen a todos los seres humanos y al cliente ideal, y una de ellas es garantizar la comida diaria, por eso con nuestra propuesta de las Empanadas de Colores, podemos ayudar a que nuestro cliente ideal se encuentre a gusto y totalmente satisfecho con el producto ofertado.

4. Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique cómo se ajustan a su cliente ideal descrito en el numeral dos, teniendo muy en cuenta sus anotaciones del numeral 3.

El producto y sus bondades se ajustan a nuestro cliente ideal, ya que uno de los sueños de -Alejandro es ser un gran y reconocido chef en Colombia, tiene la formación como chef y por ende entiende de la importancia de ofrecer variedad en los productos, para fidelizar el Cliente, lo que conlleva que te refiera más clientes que paguen el valor sin pedir rebaja, y te ayuda en el crecimiento de tu negocio.

Ahora ya conoce a su cliente y sabe cómo su producto puede suplir la o las necesidades del mismo.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

Dentro de los actores del mercado, que ofrecen productos similares al nuestro podemos encontrar los siguientes solo por nombrar algunos:

- Empanadas de las Buenas
- Empanadas Donde Charles y punto
- Empanadas el Paisa
- Empanadas & Co
- You Do Empanadas
- El Punto de la empanada Rica
- Empanadas de la Cima

2. Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

La segmentación que vamos a utilizar para identificar la población de personas o negocios que pueden comprar nuestros productos es la Demográfica para identificar variables como son: Genero, edad, tamaño de la familia y nivel socioeconómico, nos vamos a enfocar en población entre los 5 y 65 años incluyendo desde niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores.

3. Cuántas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

La alimentación es una necesidad básica de todo ser humano, por lo anterior las Empanadas de Colores o los productos sustitutos, al tratarse de un alimento saludable, económico y variado suplen las necesidades de la población en general, por lo cual tenemos un gran campo de acción para incursionar en el mercado y posicionar las Empanadas, de acuerdo con el resultado del segmento Demográfico y las variables de la Segmentación (Psicográfica y Comportamental) y a la gran demanda que este producto tiene en el mercado por su exquisitez, variedad y precio, podemos llegar a un gran porcentaje de la población Bogotana.

4. ¿Cuántas personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto?

Por la gran demanda que tiene las empanadas en el mercado, y al tratarse de un producto de consumo masivo en Bogotá, podemos llegar a gran parte de personas, negocios y futuros clientes, basándonos en el Marketing B2C.

5. Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto.

Definitivamente tenemos un mercado potencial al cual llegar para posicionar las

empanadas de Colores, por tratarse de un producto que gusta a los Bogotanos, es apetecido y de consumo masivo, se convirtió en uno de los pasabocas con gran demanda dentro de los Universitarios, trabajadores Informales, formales y los hogares Bogotanos comprendidos entre niños, adolescentes, jóvenes, adultos, y adultos mayores; las empanadas en muchos casos suplen un almuerzo, debido a que en su relleno contiene proteína, vegetales, queso, entre otros, además de ser muy económico y de fácil acceso.

Con lo anterior, acaba de definir su mercado potencia, disponible, meta y objetivo, siendo este último al que finalmente vale la pena realizar TODOS los esfuerzos para alcanzarlo (logística, mercadeo u otros esfuerzos promocionales)

Siempre tenga presente que segmentar conlleva a optimizar recursos y maximizar ingresos, pues sin dejar de ofrecer/vender productos a otros, ese segmento de clientes es el que representará la porción más representativa de ingresos o rentabilidad por cliente a nuestra compañía.

Ahora desarrolla el perfil del cliente (circulo) y el mapa de valor (cuadrado) con ayuda de las siguientes guías. Para este ejercicio utiliza el formato de Propuesta de valor (Descargarlo aquí).

27.Perfil de Cliente

27.1Trabajos de cliente

Los trabajos del cliente describen aquello que las personas intentan resolver en sus vidas laborales y/o personales.

¿Qué tareas intenta realizar mis clientes en su vida laboral o personal?

Hablando de las tareas a realizar en el ámbito laboral, se podría decir que son aquellas relacionadas con el cargo a desempeñar, y el nivel jerárquico que los clientes ocupen dentro

de la Compañía, entre más responsabilidad más complejas resultan las funciones a realizar. En el ámbito personal varía mucho las tareas a realizar, ya que depende de muchos factores, y del estrato socioeconómico al cual pertenezcan los clientes, ya que, al tener bonanza económica, los clientes pueden optar por la opción de contratar servicios específicos de apoyo en el hogar, que les permite disfrutar tiempo de calidad en familia, tener espacio para sus hobbies y amistades.

¿Qué problemas creo que tienen mis clientes de los que tal vez ni siquiera estén al tanto?

- El tiempo es uno de los problemas que afectan a mis clientes, ya que, por las múltiples ocupaciones y responsabilidades, no les da tiempo para llevar a cabo y de manera óptima, lo referente al entorno laboral, familiar y personal.
- La falta de dinero también genera una gran problemática puesto que, al no contar con la solvencia económica, genera grandes necesidades que, al no ser suplidas, impactan directamente el entorno familiar, y esto trasciende al entorno laboral.
- La labor que desempeñan no los hace felices, simplemente la hacen porque les toca, mas no porque era realmente lo que deseaban hacer.
- En muchos casos las Frustraciones son transmitidas de Padres a hijos, y esto conlleva a que los hijos sean obligados por sus Padres a estudiar una carrera con la cual no se identifican solo por dar gusto a los Padres.
- La falta de Confianza por parte de los clientes, para mostrasen como son y tener la fortaleza de defender su carácter y sus ideologías.
- Los clientes al no dominar sus emociones son controlados por ellas, y al actuar en la emociones toman caminos y decisiones equivocadas.
- Los clientes son esclavizados por la sociedad, las cosas vanas del mundo, y los hace

superfluos, sin criterio ni carácter definido y propio.

¿Qué necesidades emocionales están tratando de satisfacer tus clientes?

Falta de amor propio y baja autoestima

- Buscar siempre la aceptación del entorno en el cual se mueven los clientes
- La herida del rechazo en el vientre materno genera Inseguridades y vacíos que buscan ser llenados con los vicios, que esclavizan a los clientes.
- Las heridas causadas por terceras personas a los clientes y que se convierten en dolor, rencor y enfermedades.
- El miedo gran impedimento del éxito, por la forma en que educaron a los clientes, por no generarles confianza, y creer en ellos.

¿Como se quiere sentir tu Cliente?

El cliente se quiere ser feliz, sentirse libre, sin nada que los esclavice, ser autentico, tener libertad financiera, una familia, realizarse a nivel personal, laboral y Profesional, y bendecir a otros clientes ya sea con una palabra amable, o una ayuda económica, la felicidad radica en dar y no recibir.

27.2 Frustraciones del cliente

¿Como definen mis clientes demasiado costoso?

El factor dinero es de gran importancia a la hora de darse gustos y llevar el estilo de vida deseado, cuando no se cuenta con el dinero suficiente para darse gustos por que el producto o servicio es demasiado costoso, esto genera frustración e impotencia.

¿Mucho tiempo, demasiado dinero, o requiere esfuerzos sostenidos?

Dia a día, las diferentes responsabilidades a nivel personal, laboral y de estudios,

absorben totalmente al cliente, lo que no le permite tener tiempo libre para hacer las actividades que lo apasionan y desestresan, y el factor dinero también influye ya que si no se cuenta con los ingresos necesarios, así deseas, realizar actividades diferentes, solo se va a quedar en el deseo, pues la economía actual no le da para este tipo de esparcimiento, o hablando de un emprendimiento al igual requiere de una inversión, tiempo, y un continuo esfuerzo para lograr el resultado esperado.

¿Que hace que mis clientes se sientan mal?

Una de las cosas que hacen sentir mal a mis clientes, son las frustraciones generadas por no poder hacer lo que le gustaba en la vida, sino que las circunstancias y la decisiones tomadas, lo alejaron de su proyecto de vida, y las responsabilidades adquiridas los llevaron a hacer actividades que no los llenan y apasionan.

¿Cuáles son las principales dificultades u desafíos que tienen mis clientes?

No tener la solvencia económica para hacer sus sueños realidad, darse gustos, el estilo de vida anhelado, ayudar a los demás clientes, es un gran dificultad a la hora de realizarse como persona, al igual que la falta de tiempo, lo que conlleva a que se generen problemas a nivel personal de familia, y por supuesto esto impacta el entorno laboral. Los desafíos se pueden presentar cuando te sales de la zona de confort y te enfrentas a experiencias nuevas, por la incertidumbre de saber si el resultado es tal y como lo esperabas.

¿Qué les preocupa a mis clientes?

No contar con una estabilidad y solvencia económica, para garantizar a su familia, un techo, la educación, y poder generar un activo para su sustento en la vida, no obtener los resultados esperados de lo planeado, soñado y proyectado.

27.3 Alegrías del cliente

¿Qué ahorro haría felices a mis clientes?

Lo que haría felices a mis clientes, es poder tener un ahorro económico para darse y darle a su familia gusto, sin la preocupación de que esto impactara en sus finanzas y le descuadrara su presupuesto.

¿Qué niveles de calidad esperan, y que desearían más o menos?

Tener una calidad de vida, en la cual el factor económico no sea la preocupación principal, para así poder desarrollarse plenamente como persona, estudiando, viajando para conocer diversas culturas, tener una excelente vivienda, alimentación, vestuario, generando empleos dignos y ayudando a las personas más vulnerables.

¿Qué les facilitaría la vida a mis clientes?

A mis clientes les facilitaría la vida tener tiempo, dinero y personas leales, para el desarrollo de su proyecto de vida.

¿Como miden mis clientes el éxito y el fracaso?

Mis clientes miden el éxito de acuerdo con el cumplimiento de los resultados esperados de su plan de vida y el fracaso lo toman como un aprendizaje para perfeccionarse y obtener lo que esperan.

28.Productos y Servicios

¿Qué capacidades, recursos y habilidades tienes o puedes conseguir para el desarrollo de tus nuevos productos y servicios?

Para la obtención de los recursos para desarrollar la idea de negocio, nos vamos a apoyar en algunas de las entidades que apoyan el emprendimiento, puede ser Innpulsa o el

Programa Emprendedor de Bancolombia, ya que dan plazos razonables para el pago.

Dentro de la propuesta de valor además de ofrecer un producto diferente, contamos con el lugar adecuado, los Insumos y la materia prima requerida para la elaboración de las Empanadas de Colores, bajo las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM,) con el fin de garantizar al cliente un Producto seguro y Confiable,

Hacer uso de la tecnología mediante las diferentes redes sociales, Instagram, Facebook, WhatsApp, y la página WEB, a través de las herramientas que ofrece Google, y así dar a conocer el producto.

Distribuir las empanadas de colores para los clientes, a través de un camión y una moto que sean especializados y adecuados para el transporte de alimentos.

Ofrecer un excelente servicio al cliente, mediante un trato respetuoso, cordial y amable, dando solución a sus requerimientos en un tiempo razonable. También se creó una encuesta para conocer la satisfacción del cliente y ver cómo podemos mejorar nuestro servicio.

Ofrecer el servicio Preventa y Postventa.

Contar con todos los permisos para el funcionamiento del Negocio.

Dentro de las habilidades que nos caracterizan son el trabajo en Equipo, Proactividad, Empatía, Comunicación Asertiva.

29.Mapa de Valor

29.1Aliviadores de Frustraciones

¿Genera ahorro de dinero, tiempo, esfuerzo?

Inicialmente se tiene pensado tener una tienda Online, lo que favorece a nuestros clientes generándoles ahorro de dinero, tiempo, y esfuerzo pues no tienen que desplazarse para

la adquisición del producto, además les evita estresarse por los trancones que habitualmente se ven en la Ciudad de Bogotá.

¿Hacer que mis usuarios se sientan mejor?

En la presentación del Producto, se colocan frases motivacionales, con la finalidad de aportar a nuestros clientes esperanza, alegría, e indirectamente entrar en la psiquis con los mensajes positivos.

¿Arreglar soluciones de bajo rendimiento?

Con el fin de beneficiar a nuestros clientes y ofrecer un producto delicioso, seguro, y económico, de acuerdo con el resultado de la segmentación de mercado, se evaluaría realizar la producción de las empanadas en masa, para aumentar la producción.

¿Pone fin a las dificultades y retos con los que se encuentran mis usuarios?

La forma en la que se van a distribuir las Empanadas de Colores favorece a los usuarios ya que les brinda en la puerta de sus casas un excelente producto, para compartir en familia, sin los inconvenientes generados al desplazarse en Bogotá, de manera indirecta contribuimos a que las familias en Compañía de una buena empanadas, tengan tiempo de calidad.

¿Elimina un riesgo que les asusta?

Uno de los riesgos que asusta a los Clientes, es adquirir un producto que no satisfaga sus necesidades y expectativas, pensando en esto se tiene pensado dentro de la compra incluir una degustación, para que el cliente conozca el producto y le genere confianza la adquisición de este.

¿Limita o erradica errores habituales que cometen?

Contar con un sistema de Logística, que nos permita hacer un seguimiento y tener un control a la hora de entregar el producto nuestros clientes, garantizando que se entrega el pedido tal y como lo solicito el cliente, en el tiempo acordado.

¿Elimina Barreras que hace que los usuarios no adopten el producto/servicio

Una de las barreras podría ser la desconfianza de saber si el producto elaborado se realizó bajo las Buenas prácticas Manufacturas, la propuesta frente a esta barrera sería en la presentación del producto y la hora de entregarlo, incluir el permiso avalado ya sea por el Invima o la entidad competente, de esta manera se rompe una de las barreras que pueda tener el cliente.

29.2 Generadores de Alegrías

¿Crear ahorros que satisfagan a tus usuarios?

Al ser entregadas las Empanadas en su lugar de residencia, contribuimos a que los clientes ahorren tiempo y dinero, pues les evita el tener que desplazarse y contemplar el gasto de Gasolina y optimizan su tiempo.

¿Producir resultados que tus usuarios esperan o que superan sus expectativas?

Se podría pensar en la opción de establecer una estrategia de venta, por un referido (potencial cliente) llevas una empanada gratis.

¿Facilitar el trabajo o la vida de tus usuarios?

Se facilitaría la vida de los usuarios, al evitarle tener que desplazarse y contemplar un valor adicional como lo es el gasto de combustible para ir a adquirir el producto.

¿Hace algo específico que tus usuarios están buscando?

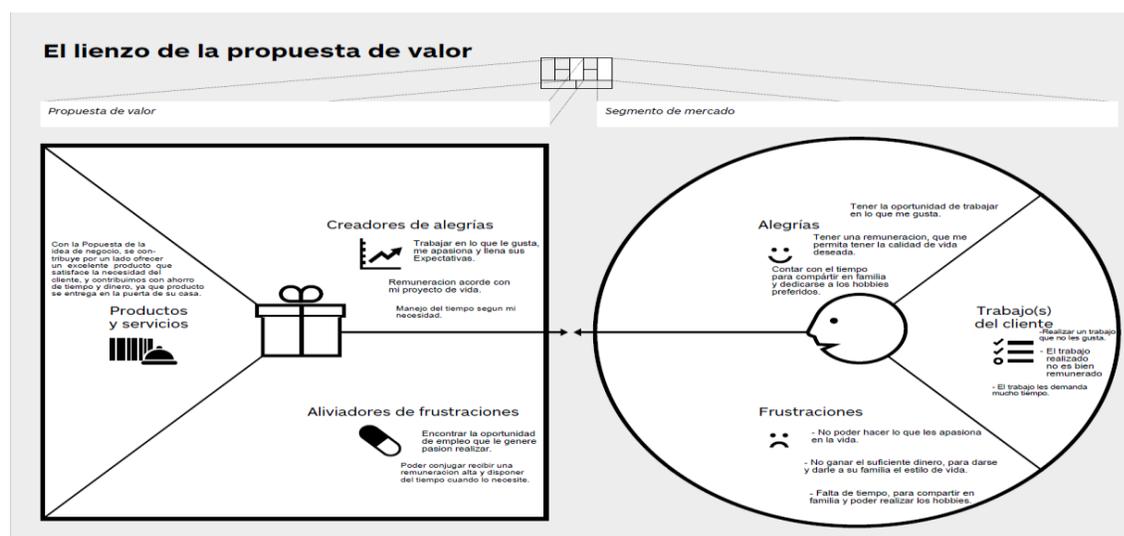
Los clientes buscan calidad a buen precio, lo que se podría ofrecer ya que la producción en masa nos permite tener esta atención con los clientes.

¿Cumple un deseo que tus usuarios sueñan?

De acuerdo con la información obtenida de la frecuencia de compra de los clientes, se podría establecer para aquellos clientes fieles al producto, en su día de Cumpleaños hacerle llegar un detalle con los productos ofertados.

¿Producir resultados positivos que coincidan con el éxito de tus usuarios?

La idea de negocio está pensada en la economía colaborativa, y sabemos que los clientes son la razón de ser de un negocio, por eso de la importancia de ofrecer un producto de excelente calidad, que satisfaga totalmente las necesidades de nuestros clientes, y aportando un ahorro a su bolsillo.



29.3 Declaración de la propuesta de valor

En Empanadas de Colores y Sabores, buscamos que los clientes tengan una experiencia de

compra diferente, ya que con la presentación del producto y sus diversos mensajes, deseamos impactar de manera positiva en las psiquis de las personas.

- 2) Desarrolle la siguiente actividad en un archivo de Word con normas APA en donde irá conformando el proyecto empresarial semana a semana:(Tenga presente la guía adjunta para su realización)

Definición de Estrategia

Investigue y describa mínimo 4 leyes, decretos o normas Colombianas e Internacionales que vigilan o se requieren para poner en marcha la idea de negocio.

30.Normas Colombianas

1. Matrícula mercantil vigente.

El establecimiento de comercio debe matricularse a más tardar dentro del mes siguiente a la fecha en la que inició actividades.

La solicitud de la matrícula se debe hacer en la cámara de comercio que corresponda según la ubicación del establecimiento, diligenciando el formulario Registro Único Empresarial- RUES para la matrícula de los establecimientos de comercio, sucursales o agencias, el cual se puede adquirir en las sedes de la Cámara de Comercio.

Se recomienda verificar que no exista un establecimiento registrado con el mismo nombre y esto se puede hacer en la página www.rues.org.co.

2. Concepto sanitario.

Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las

que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.

En el caso de las personas jurídicas y naturales que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios establecidos en la Resolución 2674 de 2013. Esta norma alude específicamente en el capítulo VIII a las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y establecimientos gastronómicos.

Es así como los establecimientos deben garantizar el cumplimiento de las leyes ya mencionadas y otras a las que haya lugar. Muestra de dicha garantía se logra a través de la obtención del Concepto sanitario, el cual es emitido por la autoridad sanitaria pertinente una vez radicada la solicitud y realizada la auditoría de inspección, vigilancia y control del establecimiento.

La autoridad sanitaria encargada de emitir el concepto sanitario para los establecimientos que realizan expendio de alimentos es la Secretaría Distrital de Salud o sus entes territoriales.

La solicitud de inspección sanitaria se debe radicar ante la autoridad pertinente o acceder a la página web: www.bogota.gov.co – SDQS (Sistema Distrital de Quejas y Soluciones), registrarse y solicitar que se realice la visita ingresando los datos requeridos, y allí se procede a enviar la solicitud a la entidad correspondiente y a dar respuesta al usuario.

3. Certificado Sayco & Acinpro.

Si en el establecimiento se hace el uso de música o de alguna obra protegida por derechos de autor, se deben pagar los derechos correspondientes a la Organización Sayco & Acinpro (OSA). De no usar dicho derecho no se genera responsabilidad con la OSA.

Para mayor conocimiento del tema se puede dirigir a la página web: <http://www.osa.org.co/> de Sayco & Acinpro. En la pestaña Su tarifa podrá encontrar información sobre el reglamento de tarifas, acceder al simulador de tarifas, solicitar la visita y realizar pagos en línea.

3) **Otras normas.**

Se debe cumplir con las normas que se expidan en el lugar donde se establezca el establecimiento comercial referente al uso de suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y actividad comercial. Es así como se tendrá que validar, entre otros:

Uso de suelo. Verificar que la actividad económica del establecimiento comercial se pueda desarrollar en la ubicación que se ha escogido, de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación específica del municipio, y solicitar el respectivo certificado de Uso de suelo a la Oficina de Planeación. En el caso de los establecimientos ubicados en Bogotá, se podrá obtener mayor información sobre la norma que aplica a un predio e información adicional del mismo, en el enlace: <http://sinupotp.sdp.gov.co/sinupot/index.jsf> de la Secretaría de Planeación Distrital ingresando en el icono Consulta que se encuentra en la parte superior derecha.

Registro de publicidad exterior visual o una Certificación de intensidad auditiva. Validar si, por las características del establecimiento, este requiere realizar dichos trámites. Sobre estos dos ítems en particular se puede encontrar información en la página web: www.secretariadeambiente.gov.co

31. Normas Internacionales

- IFS Food, que es la más veterana. Regula las auditorías que se aplican a los negocios

que procesan y tratan alimentos, los que empaquetan y/o los que manipulan productos de alimentación a granel. Está reconocida por la Iniciativa Mundial de Seguridad Alimentaria o Global Food Safety Initiative (GFSI) que es una colaboración impulsada por la industria que promueve la seguridad alimentaria.

- IFS Broker. Sirve para verificar que los proveedores operan según los requisitos de calidad y seguridad de alimentos y/o productos de uso doméstico y del cuidado personal o bien material de envasado.

- La norma BRC del British Retail Consortium: La elaboró esta asociación de cadenas de distribuidores británicos que le da el nombre y es equivalente a la IFS. A grandes rasgos, podemos decir que su objetivo es certificar el cumplimiento de los requisitos en cuanto al APPCC (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) o HACCP (sus siglas en inglés), higiene, seguridad alimentaria y sistemas de calidad en la producción de alimentos y sus materiales de envase y embalaje. Se realizan auditorías para verificar la progresión y está también reconocida por la GFSI.

- La normativa ISO 22000 fue desarrollada por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Define los requisitos sobre la seguridad necesarios para la inocuidad de los alimentos. Afecta a todas las empresas que participan en cualquier fase de la cadena alimentaria, cabe decir que la publicación de la nueva ISO 22000:2018 aborda los nuevos retos en materia de Seguridad Alimentaria a lo largo de toda la cadena de suministro. Ésta, unida a las nuevas demandas y exigencias de los consumidores y la necesidad gestionar los casos de fraude alimentario, hacen que garantizar la seguridad alimentaria y la transparencia a lo largo de todo el proceso sea clave.

32.Diseño de concepto

Materiales

- Harina
- Plátano
- Yuca
- Queso
- Huevos
- Leche
- Sal
- Mantequilla
- Pollo desmechado
- Carne desmechada
- Arroz
- Lenteja
- Rellena
- Longaniza
- Zanahoria, Remolacha, Espinaca
- Aceite
- Verduras

Maquinaria

- Molino eléctrico
- Freidora de empanadas.
- Sartenes.
- Moldes para empanadas.
- Escurridores de aceite.
- Platos, entre otros utensilios de cocina.
- Servicios de agua, gas, luz.
- Amasadora

33.DISEÑO EN DETALLE

PROCESO DE PRODUCCION- DIAGRAMA DE BLOQUES

1. **Abastecimiento de productos:** En esta fase se adquiere la materia prima utilizada para el proceso de elaboración de cada uno de los productos, la cual se compra semanalmente al por mayor con el fin de conseguir bajos precios.

2. **Almacenamiento de materia prima:** La materia prima comprada se separa y se almacena en diferentes lugares, ya que el proceso de conservación es diferente para cada una.

3. **Cocción:** Es el proceso donde se obtienen los semielaborados, refiriéndose a los

ingredientes que se cocinan para ser utilizados posteriormente en la elaboración de cada uno de los productos. (Cocción de carne, pollo, huevos, yuca, maíz, plátano...)

4. **Enfriamiento:** Los ingredientes cocinados previamente se dejan enfriando a temperatura ambiente para facilitar su manipulación.

5. **Desmechado y molienda:** Son los procesos que ayudan a transformar la carne, el pollo, maíz, la yuca y el plátano en la presentación adecuada para la elaboración de los productos.

6. **Amasado:** Es el proceso donde se arregla la harina con el fin de obtener una masa adecuada para la elaboración de los productos (empanadas). Si es de colores se hace con zanahorias, remolachas y espinacas 100% naturales.

7. **Elaboración de relleno:** Después de pasar por las fases de cocción, enfriamiento, desmechado y molienda se procede a elaborar los rellenos para las empanadas carne, pollo, queso, huevos, longaniza.

8. **Alistamiento de masa:** Luego de tener cada uno de los rellenos se inicia con la toma de la masa donde será colocado el relleno, de acuerdo con el tipo de empanadas.

9. **Relleno:** Es el proceso donde se coloca la cantidad adecuada de relleno sobre el tipo de masa.

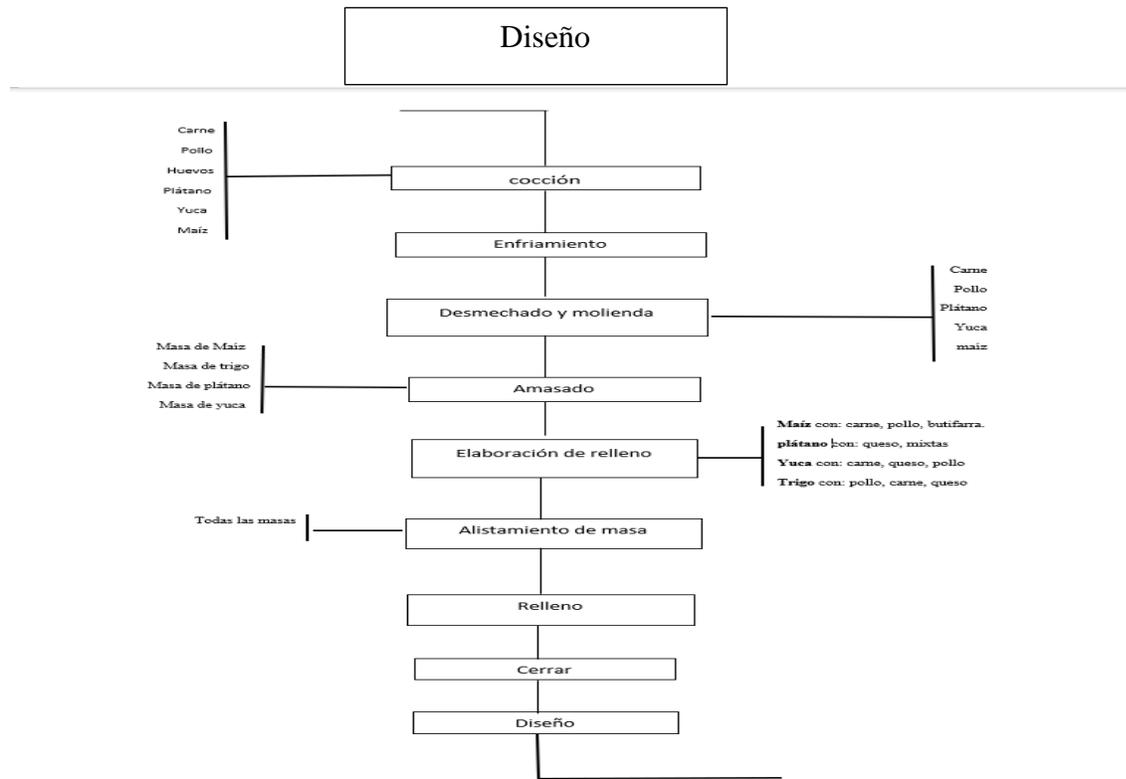
10. **Cerrar:** Es la operación donde se cierra la masa

11. **Diseño:** Es la operación que le precede a cerra, ya que en esta fase es donde le hacen ciertos acabados al producto para su fácil reconocimiento, aquí se les agregan los mensajes bonitos a las empanadas.

12. **Empaque:** Los productos terminados son envueltos en plásticos reutilizados de la masa de trigo con el fin de permitir una fácil manipulación.

13. **Almacenamiento:** Los productos son colocados en bandejas por 20 unidades y después

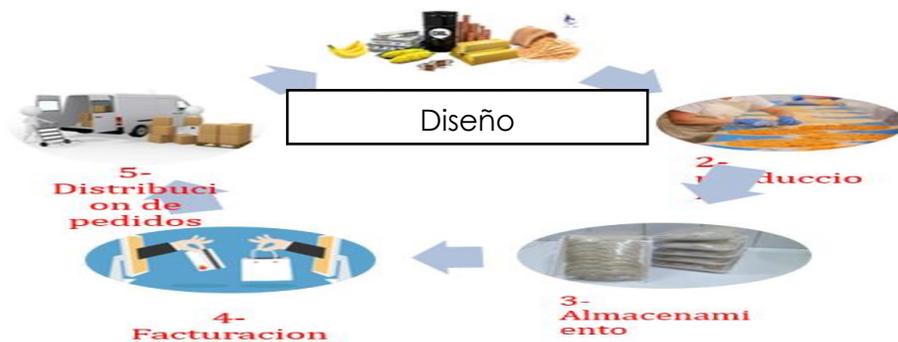
son llevados a refrigerar para su conservación.



Elaboración propia.

Producto final

34.GRAFIQUE Y DESCRIBA LA CADENA DE DISTRIBUCION:



34.1DESCRIPCION DE LA CADENA DE DISTRIBUCION:

Adquisición de materia prima:

se adquiere la materia prima utilizada para el proceso de elaboración de cada uno de los productos, la cual se compra semanalmente al por mayor con el fin de conseguir bajos precios.

Proceso de producción:

En esta etapa se realiza todo el proceso en el lugar de negocio donde se convierte la materia prima en los productos anteriormente descritos (empanadas).

Almacenamiento:

La empanada es un alimento de consumo inmediato, y si se guarda, es importante conservarlas en el refrigerador a una temperatura inferior a 5° grados Celsius.

proceso de facturación:

Este proceso que se realiza en el punto de venta en el cual el cliente adquiere el producto lo toma directamente, lo cancela y se lo lleva a la boca calientico, acabado de hacer.

También tenemos ventas al por mayor.

Distribución de pedidos:

La Gestión de Pedidos y Distribución consiste en actividades que resultan darle cumplimentación de órdenes de pedido del cliente, a la vez que se asegura el máximo valor de la cadena de suministro y servicio al cliente llevándole el producto hasta su casa.

-DETERMINE LOS COSTOS DE PRODUCCION Y PRECIOS DE VENTA:

En la siguiente tabla se muestran los costos de los insumos adquiridos por semana:

INSUMOS	CANT(UND)	PRECIO(UND)	CANT(SEM)	(\$) PRECIO/SEM
Pollo (lb)	1	3500	20	87.500
Carne (lb)	1	6500	20	130.000
Harina de trigo (lb)	1	2300	50	115.000
Yuca (lb)	1	1000	20	20.000
Plátano	1	600	20	12.000
Queso (lb)	1	6500	10	65.000
Huevos	30	9000	1	90.000
Longaniza (lb)	1	5.000	10	50.000
Maíz (lb)	1	1600	40	64.000
Zanahoria (lb)	1	700	10	7.000
Sal (lb)	1	600	7	4.200
leche	1	2500	5	12.500
Remolachas (lb)	1	1000	10	10.000

Espinacas	1	1000	6	6.000
(lb)				
Aceite (lt)	1	3900	20	78.000

PRECIOS DE VENTA:

PRODUCTO	PRECIO AL PUBLICO
Empanadas de colores	\$ 900
Empanadas de carne	\$1.000
Empanadas de pollo	\$900
Empanadas mixtas	\$1.500
Empanadas dulces	\$900
Empanadas vegetarianas	\$900

35- VALIDACION Y VERIFICACION:

-Redacte 10 indicadores de calidad que evalúen el producto antes de salir al mercado:

Sabor: su sabor es variado en sabores dependiendo de la proteína utilizada (relleno).

Olor: su olor es suave y agradable porque no contiene condimentos porque es hecho con productos naturales.

Color: nuestro producto presenta colores variados como rosadas, verdes, azules, naranjas y amarillas que es el color tradicional hechos con productos naturales como la zanahoria, remolacha, espinaca y el maíz y el trigo que le dan sus colores tradicionales.

Textura: nuestro producto presenta una textura y sonido crocante al llevarlo a la boca.

Forma: su forma es en forma de luna tradicional.

Apariencia: en nuestras empanadas tenemos variedad en colores.

Condimentos y especias: en nuestros productos utilizamos poder colorante a base 100% natural, aceites esencial natural, verduras como el pimentón, cebolla en rama, cebolla roja, cilantros, tomates.

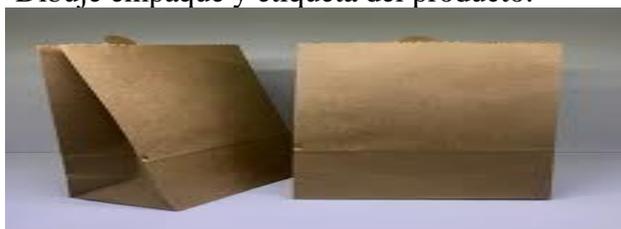
Carne y productos cárnicos: las carnes y productos cárnicos se compran en lugares y supermercados certificados que cumplen con las normas y se mantienen en una adecuada refrigeración al comprarse.

Leche y productos lácteos: nuestros productos llevan leche el cual está compuesto por fracciones nitrogenadas, caseína, proteínas, agua, lactosa, vitaminas.

Relación de rechazados: en este indicador analiza que nuestras empanadas no tengan inconformidades que el producto este bien cocido, este en buen estado, que establezca si el porcentaje obtenido está dentro de los limites considerados como alcanzables.

36- PRODUCCION:

-Dibuje empaque y etiqueta del producto:



37.Ficha técnica del producto:

NOMBRE DEL PRODUCTO:	EMPANADAS
Ingredientes:	Harina, Plátano, Yuca, maíz, Queso, Huevos, Leche, Sal, Pollo, Carne, Arroz, Rellena, Longaniza, Zanahoria, Remolacha, Espinaca, Aceite, Verduras.
Descripción:	Empanadas elaboradas con harina o masa a base de (yuca, plátano, maíz) rellenas con proteínas como (carne, pollo, huevos, longaniza) verduras, queso.
Especificaciones técnicas:	<p>Color: rosadas, verdes, azules, naranjas y amarillas que es el color tradicional.</p> <p>Textura: crocantes.</p> <p>Olor: suave a condimentos.</p> <p>Sabor: variados dependiendo la proteína.</p>
Empaque:	Bolsa de papel azúcar y/o servilletas.

Presentación:	150 gramos cada una.
 <p>A photograph showing several colorful empanadas (yellow, green, blue, red) arranged on a checkered tablecloth. The words 'UNION', 'AMOR', and 'PAZ' are printed on the empanadas. There are also small bowls of dipping sauce and lime wedges.</p>	 <p>A photograph showing a circular arrangement of yellow empanadas on a white plate. In the center is a small red bowl containing a dipping sauce.</p>
Fuente propia.	

-Identifica la fase en la que se encuentra el producto dentro del ciclo de vida del producto:

Nuestro producto dentro del ciclo de vida del producto se encuentra en la fase de **CRECIMIENTO** porque es un producto que la mayoría de las personas han probado, conocen su tradicional sabor, nosotros tenemos ventajas sobre nuestros competidores porque damos a conocer sabores variados y presentación diferentes en cuanto a su apariencia (colores). La inversión es cuantiosa para financiar la expansión tanto del sistema productivo como de la comercialización porque son productos que atrae todos los días al cliente, aquí en esta etapa es donde se suele alcanzar los mayores beneficios por unidad vendida, se mejora cada día la calidad del producto, se añaden nuevas características y componentes del producto.

38. Características del producto o Servicio

Dorada, crocante, humeante.

En cuanto a la creatividad se ofrece empanadas de colores con mensajes bonitos

alusivos al amor, paz, fe, esperanza, unión, solidaridad, perdón, sabiduría, etc....

Para acompañar las empanadas encontramos el suero costeño y El encurtido que es hecho con cilantro, tomates, pimentón rojo, cebollas largas, ajís o chiles, ajo, jugo de limón.

Variedad en la masa y en el relleno de las empanadas de colores.

39. Características del Prototipo

Para dar desarrollo al prototipo de la idea de negocio planteada, vamos a usar un prototipo de baja complejidad basándonos en la técnica de cartón o papel, en donde vamos a dar a conocer las características principales del producto, como son la presentación y sus diferentes frases motivacionales, tamaño, color, la idea es mostrar las empanadas en su interior con su relleno, ya que el primer impacto visual es determinante a la hora de la compra del producto y la interacción con el cliente.

40. Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo

La interacción del cliente con el prototipo se va a dar a través de la página <https://www.facebook.com/Empanadas-de-colores-100733155197605>, en la cual vamos a colocar el prototipo de las empanadas, y una encuesta con preguntas relacionadas con la presentación del prototipo e ideas para mejorarlo, para de esta manera conocer la opinión de los clientes, sus ideas y si hay lugar mejorarlo para tener la total aceptación de los clientes.

41. Evidencia del prototipo

Para acceder al prototipo, se hará a través del siguiente enlace, en donde se podrá evidencia el prototipo de la idea de negocio.

<https://www.facebook.com/Empanadas-de-colores-100733155197605>

Modelo Lean Canvas de la idea de negocio de las empanadas de colores y variadas

<p>Problema</p> <p>El problema que padecen los clientes es la falta de tiempo y en algunos casos la incidencia del factor económico que no le permite acceder al producto. La solución a la problemática identificada se brindara con la entrega del producto directamente en la puerta de la casa de los clientes contribuyendo de esta manera al ahorro de tiempo y dinero para no trasladarse a realizar la compra del producto.</p>	<p>Solución</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dorada, crocante y humeante. -Variedad en la masa y el relleno de las empanadas de colores. -En cuanto a la creatividad se ofrece empanadas de colores con mensajes bonitos alusivos al amor, paz, fe, esperanza, unión, solidaridad, perdón, sabiduría etc... 	<p>Propuesta de Valor única</p> <p>Empanadas de colores y tradicionales ofrece una experiencia de compra diferente mediante la presentación del producto, sus diferentes frases motivacionales y la entrega del mismo en la puerta de su casa.</p>	<p>Ventaja Especial o competitiva</p> <p>La presentación del producto (colores), donde se aprecian frases motivacionales.</p>	<p>Segmento de clientes</p> <p>La segmentación para utilizar es la demográfica puesto que nos permite identificar variables como género, edad, tamaño de la familia y nivel socioeconómico nos vamos a enfocar en población de la localidad de Engativá en Bogotá, entre los 5 – 65 años la cual comprende universitarios, trabajadores informales, formales y los hogares bogotanos, distribuidos entre niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores.</p>
<p>Métricas Clave</p> <p>Para identificar la oferta y demanda del producto en el mercado VS satisfacción del cliente se implementará una encuesta ONLINE y un servicio postventa con el fin de identificar falencias en la prestación de servicios y realizar acciones de mejoras frente al mismo.</p>		<p>Canales</p> <p>La distribución de las empanadas se va a manejar directamente del fabricante al consumidor final, distribuyendo el producto mediante canales físicos y digitales; físicos (moto y un camión apto para el transporte de alimentos) y digitales (redes sociales, correo electrónico, vía telefónica).</p>		
<p>Estructura de costos</p> <p>Se debe realizar una inversión para la compra del menaje, materia prima, vehículos en los que se transportaran las empanadas y todo lo inherente al marketing de la compañía. Costos fijos: nóminas y gastos derivados de la relación laboral, servicios públicos, internet y telefonía.</p>			<p>Fuentes de ingresos</p> <p>los ingresos se obtienen por medio de la venta de las empanadas de colores estableciendo un precio fijo del producto de acuerdo con la demanda se obtienen pagos puntuales de los clientes.</p>	

De acuerdo con el modelo Lean Canvas realizado validaremos primero el problema que padecen los clientes ya que es fundamental e importante poder contribuir en la solución de algunas de las problemáticas que presentan los clientes.

42.HIPOTESIS

De acuerdo con la investigación realizada se evidencia que las causas de algunos de los problemas que padecen nuestros posibles clientes es la falta de tiempo por las diversas ocupaciones y responsabilidades, lo que incide directamente en no disfrutar un tiempo de calidad para compartir en familia y realizar los hobbies que más les gusta, otros de los factores que influye en algunos casos es el factor económico que afecta ya que los clientes no pueden darse sus gustos.

¿Se ha visto usted afectado en algún momento por la falta de tiempo y dinero para realizar sus hobbies o actividades que más les gusta?

43.Defina el objetivo de la investigación

43.1Objetivo General

La finalidad de la siguiente investigación de mercado es dar a conocer el prototipo de las empanadas de colores para establecer el nivel de aceptación por parte de los posibles clientes y la consolidación del producto en el mercado.

43.2Objetivos Específicos

- ✚ Evaluar el resultado de la encuesta con el fin de validar la aceptación del prototipo, la interacción del cliente con el mismo y las acciones de mejora si hay lugar a ellas.
- ✚ Observar el comportamiento del prototipo en el mercado para determinar el factor económico y el margen de ganancia teniendo en cuenta las diferentes variables del mercado como son (competencia, precio y valor agregado)

- ✚ Establecer puntos de diagnósticos en las actividades principales que incurren en el proceso para observar problemas existentes.

44.Determine el tipo de investigación a realizar (cuantitativo, cualitativo)

La técnica que se va a aplicar de acuerdo a los objetivos propuestos, es la investigación con análisis cuantitativo por medio de una encuesta, para de esta manera obtener información que nos permita conocer la opinión de los posibles clientes con respecto a la presentación del producto, la aceptación de las empanadas, sus colores, sus palabras motivacionales y sus variedades en el mercado, para de esta manera evaluar el prototipo, la idea de negocio, y si se requiere realizar los ajustes necesarios, para posteriormente la toma de decisiones.

45.Diseñe el formulario de encuesta, entrevista o focus grupal

La validación del prototipo e idea de negocio se va a realizar con la aplicación de una encuesta mediante un formulario en Google.

Se adjunta el enlace de acceso a la encuesta de Validación de Idea y Prototipo.

<https://docs.google.com/forms/d/14pIQS6DNKsRxsbsLhvs2Tn9k9JHWrz1GRcN6mAyiOik/edit?gxids=7628>

1. ¿Usted consume empanadas?

Si _____ No _____

2. ¿Ha probado las empanadas de colores?

Si _____ No _____

3. Le llama la atención la presentación del producto en cuanto a los colores?

Si _____ No _____

4. Le gustaría encontrar impresas en las empanadas palabras motivacionales?

Si _____ No _____

5. Se ha visto usted afectado en algún momento por la falta de tiempo para realizar sus hobbies o actividades que más le gusta?

A veces _____ Casi siempre _____ Siempre _____ Nunca _____

6. Le gustaría que las empanadas se les llevara a la puerta de su casa?

Si _____ No _____

7. ¿Qué clase de empanadas seria de su preferencia a la hora de comprar?

Mixta (pollo, carne) _____ Vegetariana de colores (espinaca, champiñones, lenteja) _____

Dulces (a base de plátano con queso y bocadillo) _____ Pollo _____ Carne _____

8. Con que frecuencia consume usted empanadas?

1 o 2 veces a la semana _____ 1 o 2 veces al mes _____ Nunca _____

9. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por las empanadas de colores?

\$ 1.500 _____ \$ 2.000 _____ \$ 2500 _____

10. ¿Le parece acorde el precio de las empanadas?

Si _____ No _____ Porque _____

11. Porque compraría de nuevo las empanadas de colores?

Por su exquisitez _____ Por su Presentación _____ Por el servicio _____

12. ¿Recomendaría usted las empanadas a sus familiares, amigos y conocidos?

Si _____ No _____

13. ¿Está usted satisfecho con el producto?

Si _____ No _____

14. ¿Le parece adecuado el empaque actual del producto?

Si _____ No _____

15. ¿De acuerdo con las características del producto (empanadas), considera que cumple con sus necesidades y expectativas?

Si _____ No _____

46. Determine el tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir el número de encuestas que se realizaron y las que se debían realizar se tomó en cuenta la siguiente información.

El mercado objetivo al cual se le va a realizar la encuesta es la población entre los 5 y 65 años, incluyendo desde niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores, para este caso como se desconoce la población a encuestar vamos a utilizar la siguiente fórmula para determinar el número de personas a la cual se le debió aplicar la encuesta.

Nivel de Confianza (Z) = 1.96

Grado de error (e) = 0.05

¿Universo (N) = ?

Probabilidad de Ocurrencia (P) = 0.5

Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$N = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$N = \frac{3.84 * 0.25}{0.0025}$$

$$N = \frac{0.96}{0.0025}$$

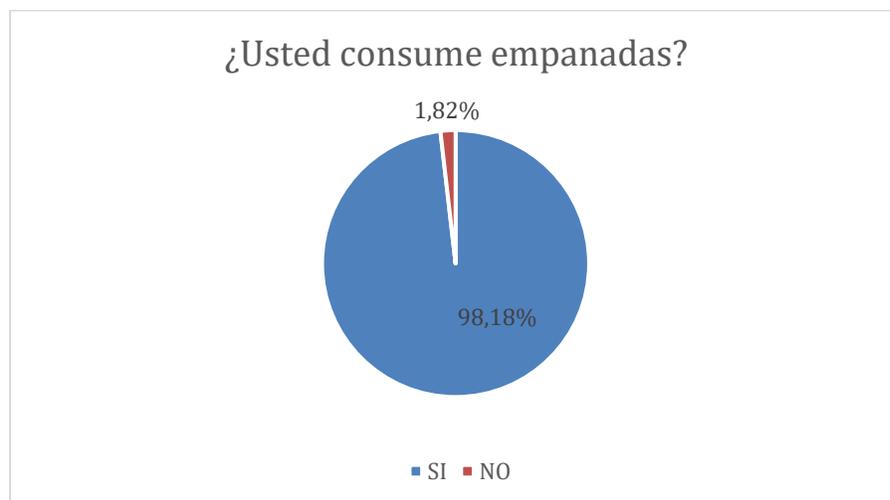
$$N = 384$$

El número de encuestas a realizar es de 384, se realizaron 55 encuestas para validar la idea de negocio y el prototipo.

47. TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Usted consume empanadas?

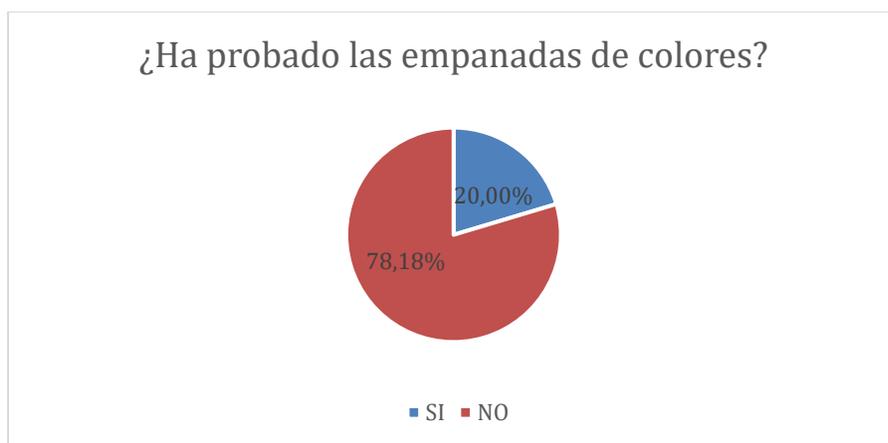
1. ¿Usted consume empanadas?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	54	98,18%	55
NO	1	1,82%	
100%			



Podemos evidenciar claramente que el 98.18% de la población encuestada consume empanadas siendo esta una gran oportunidad para la introducción y rápida aceptación de nuestros productos en el mercado.

4. ¿Ha probado las empanadas de colores?

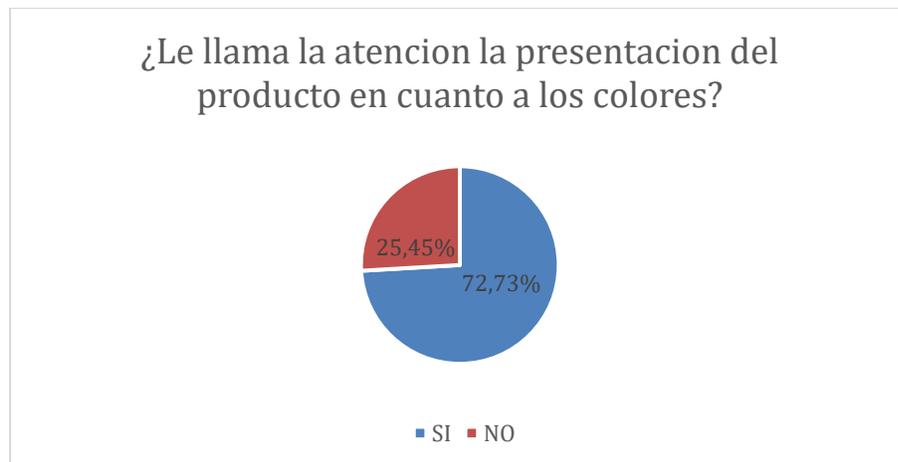
2. ¿Ha probado las empanadas de colores?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	11	20,00%	55
NO	43	78,18%	
			98%



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, se evidencia que el 78.18% de la población encuestada manifiesta no haber probado las empanadas de colores lo que quiere decir que es un producto relativamente nuevo en el mercado y con una gran oportunidad de posicionamiento en el mercado.

5. ¿Le llama la atención la presentación del producto en cuanto a los colores?

3. ¿Le llama la atención la presentación del producto en cuanto a los colores?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	40	72,73%	55
NO	14	25,45%	
			98%



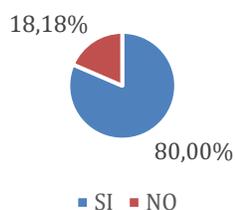
Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, pero se evidencia que el 72.73% de la población encuestada manifiesta llamarle la atención la presentación de las empanadas de colores, los que nos da un gran campo de acción para dar a conocer el producto, sus bondades y características, y posicionarlo en el mercado meta.

4. Le gustaría encontrar impresos en las empanadas palabras motivacionales?

4. ¿Le gustaría encontrar impresos en las empanadas palabras motivacionales?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	44	80,00%	55
NO	10	18,18%	

98%

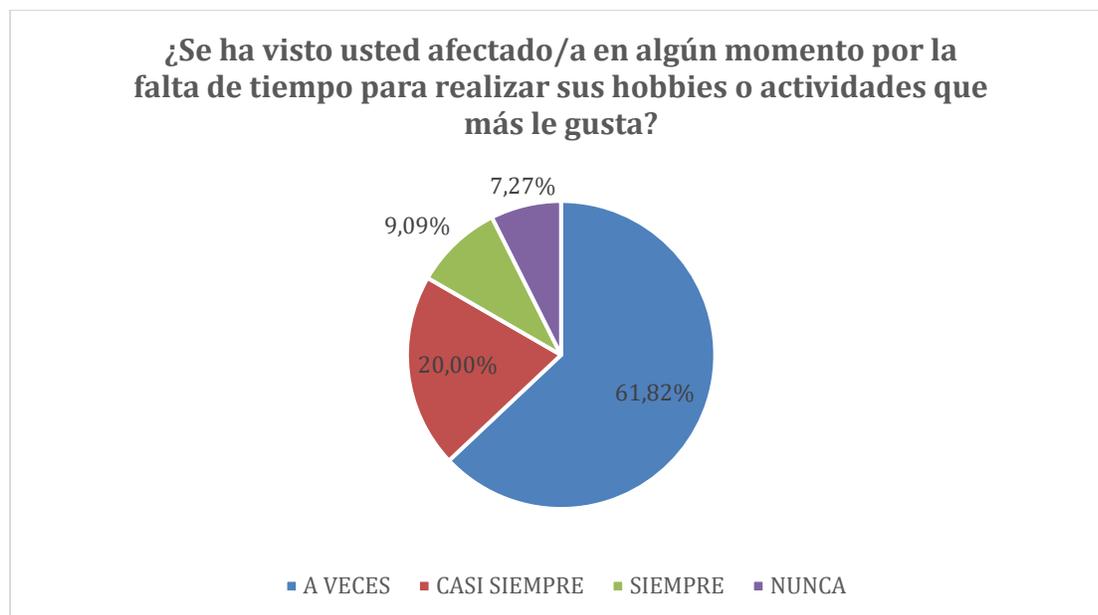
¿Le gustaría encontrar impresas en las empanadas palabras motivacionales?



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, de la población encuestada el 80% contesto que si le gustaría encontrar palabras motivacionales impresas en las empanadas, lo que nos da una ventaja, frente al mercado ya existente, puesto que es una propuesta de valor que no existe, por lo que podemos incursionar e impactar el mercado meta, con el producto propuesto, y tendría gran aceptación y acogida por parte de los posibles clientes.

5. Se ha visto usted afectado/a en algún momento por la falta de tiempo para realizar sus hobbies o actividades que más le gusta?

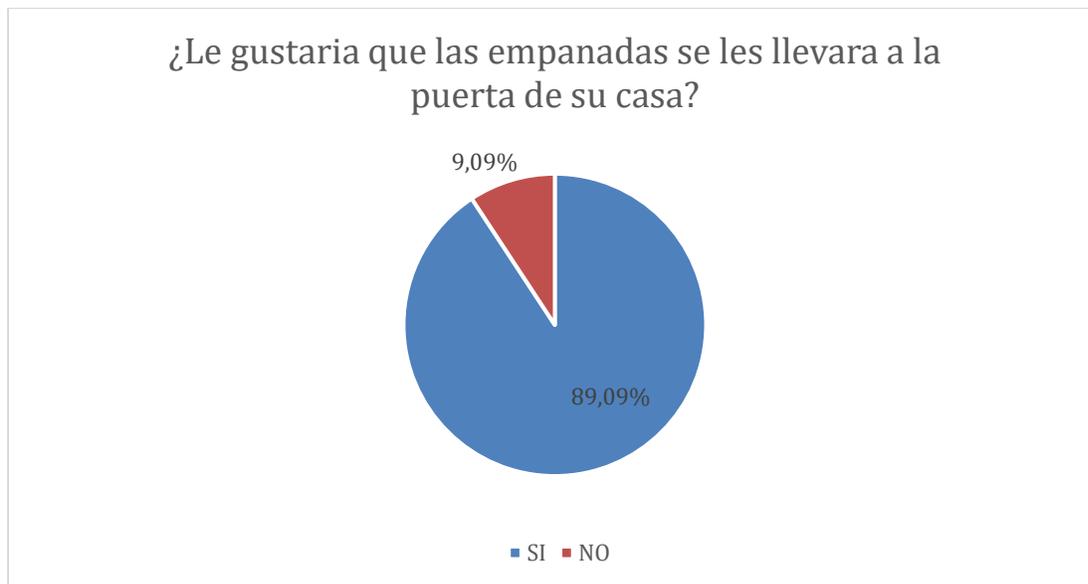
5. ¿Se ha visto usted afectado en algún momento por la falta de tiempo para realizar sus hobbies o actividades que más les gusta?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
A VECES	34	61,82%	55
CASI SIEMPRE	11	20,00%	
SIEMPRE	5	9,09%	
NUNCA	4	7,27%	
		98,18%	



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contestó a la pregunta, pero se puede evidenciar que el 90.91% de la población encuestada se ve afectada por la falta de tiempo para realizar sus hobbies o actividades que más les gusta, lo que nos favorece y nos da amplitud en el mercado, para por medio de la venta de las empanadas, además de brindar un producto exquisito, económico y totalmente inocuo, poder contribuir a la solución de la problemática identificada y que los posibles clientes cuenten con el tiempo ya sea para compartir en familia o para la realización de sus hobbies preferidos.

6. Le gustaría que las empanadas se les llevara a la puerta de su casa?

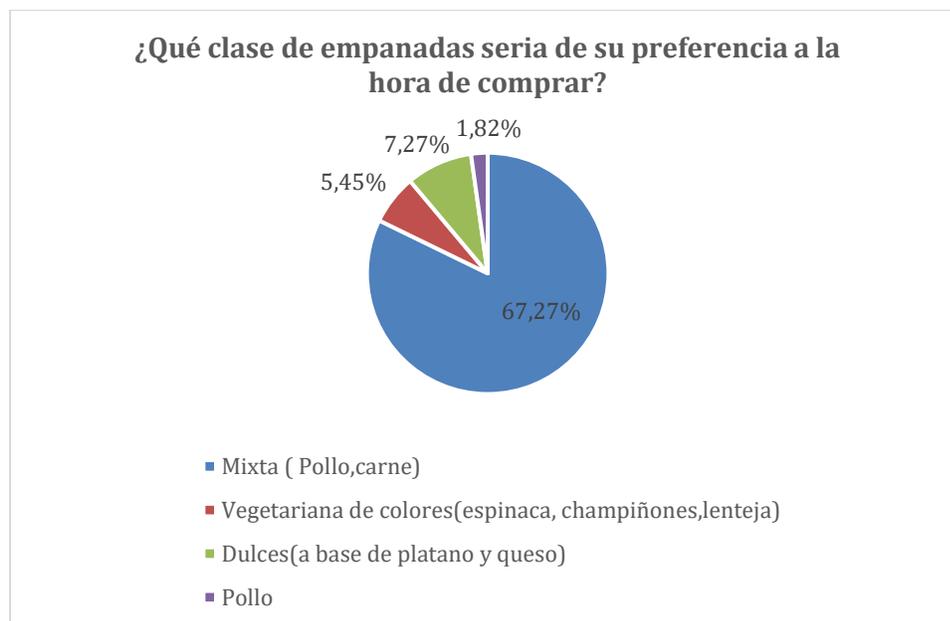
6. ¿Le gustaría que las empanadas se les llevara a la puerta de su casa?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	49	89,09%	55
NO	5	9,09%	
98%			



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, pero se puede evidenciar que del 98.18% de la población encuestada el 89.09% le gustaría que las empanadas se les llevara a la puerta de su casa, por lo anterior podemos con seguridad obtener un resultado positivo de la idea de negocio y la propuesta de valor, con la total aceptación del producto en el mercado meta y su posicionamiento y crecimiento.

7. ¿Qué clase de empanadas seria de su preferencia a la hora de comprar?

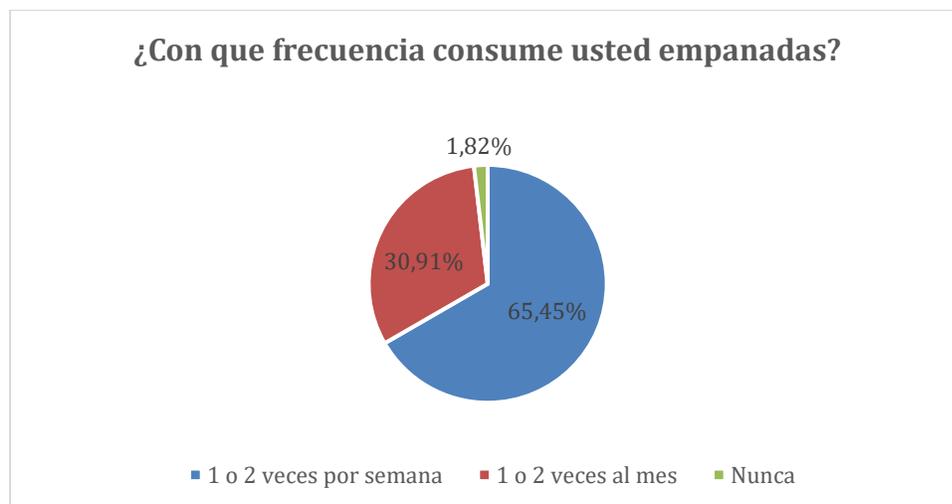
7. ¿Qué clase de empanadas seria de su preferencia a la hora de comprar?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
Mixta (Pollo, carne)	37	67,27%	55
Vegetariana de colores (espinaca, champiñones, lenteja)	3	5,45%	
Dulces (a base de plátano y queso)	4	7,27%	
Pollo	1	1,82%	
Carne	9	16,36%	
		98,18%	



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, de acuerdo con el resultado se puede ver que de las diferentes opciones propuestas para las empanadas, la que mayor acogida tuvo en la población encuestada fue la empanada Mixta(Pollo, carne), con un porcentaje del 67.27%, lo que es muy favorable para la idea de negocio, también se podría dar a conocer las empanadas dulces y las vegetarianas, ya que aunque tuvieron un porcentaje bajo, se obtuvo aceptación por parte de los posibles clientes.

8. ¿Con que frecuencia consume usted empanadas?

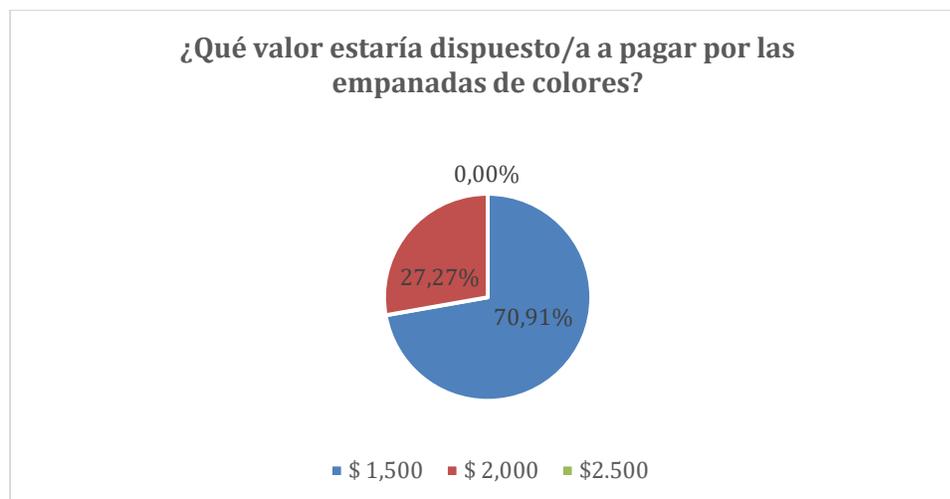
8. ¿Con que frecuencia consume empanadas?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
1 o 2 veces por semana	36	65,45%	55
1 o 2 veces al mes	17	30,91%	
Nunca	1	1,82%	
			98,18%



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, del 98.18% de la población encuestada se puede evidenciar que el 65.45%, consume empanadas 1 o 2 veces por semana, y el 30.91% 1 o 2 veces al mes, lo que indica que las empanadas tienen salida por que es de consumo masivo y habitual dentro de la población Bogotana, además de ser nutritivo, económico y de gran agrado al paladar, al tratarse de un producto de gran oferta y demanda, la probabilidad de éxito es de un 96.36%.

9. ¿Qué valor estaría dispuesto/a a pagar por las empanadas de colores?

9. ¿Qué valor estaría dispuesto/a a pagar por las empanadas de colores?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
\$ 1,500	39	70,91%	55
\$ 2,000	15	27,27%	
\$ 2.500	0	0,00%	
			98,18%

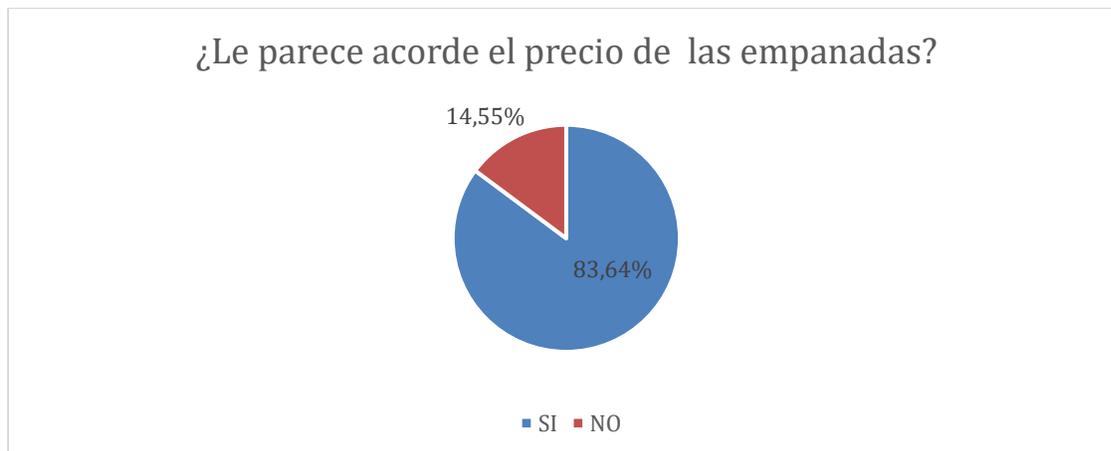


Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, en este caso la pregunta quedo mal formulada ya que cuando nos referimos a empanadas de colores, hablamos de las empanadas vegetarianas y la aceptación para esta variedad de empanada por parte de los encuestados fue un 5.45%.

El valor propuesto a pagar por las empanadas está acorde con el que se encuentra en el mercado, ya que un 70.91% de la población contesto que estaría dispuesto/a a pagar \$ 1.500 pesos por empanada y el 27.27% \$ 2000 pesos, la producción de una empanada mixta oscila entre los \$ 500 pesos, lo que genera un margen de ganancia.

10. ¿Le parece acorde el precio de las empanadas?

10. ¿Le parece acorde el precio de las empanadas?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	46	83,64%	55
NO	8	14,55%	
			98%

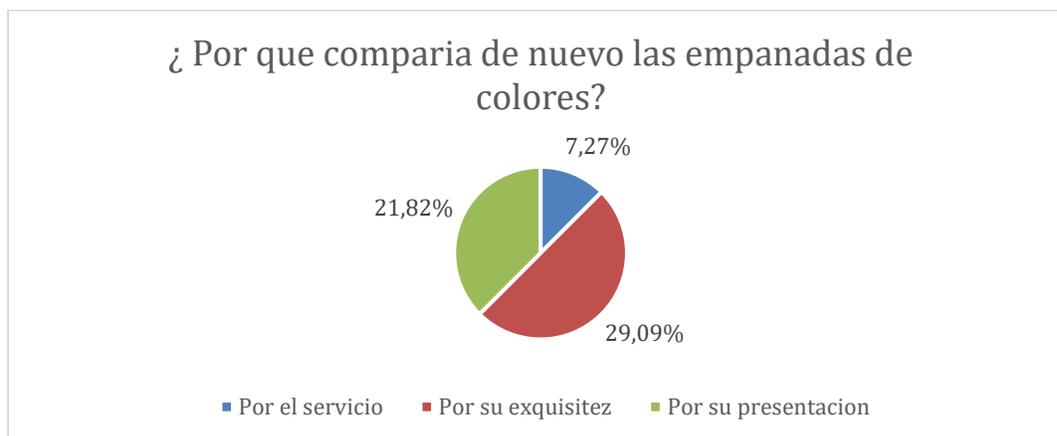


Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, de la población encuestada el 83.64% está de acuerdo con los precios propuestos de \$ 1.500 y \$ 2.000 por empanada, lo cual es muy favorable para la idea de negocio, pues se rota el producto y se cumple con el objeto social de la Compañía.

11. Porque compraría de nuevo las empanadas de colores?

11. ¿Por qué compraría de nuevo las empanadas de colores?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
Por el servicio	4	7,27%	55
Por su exquisitez	16	29,09%	
Por su presentación	12	21,82%	
Todas las anteriores	22	40,00%	

98,18%

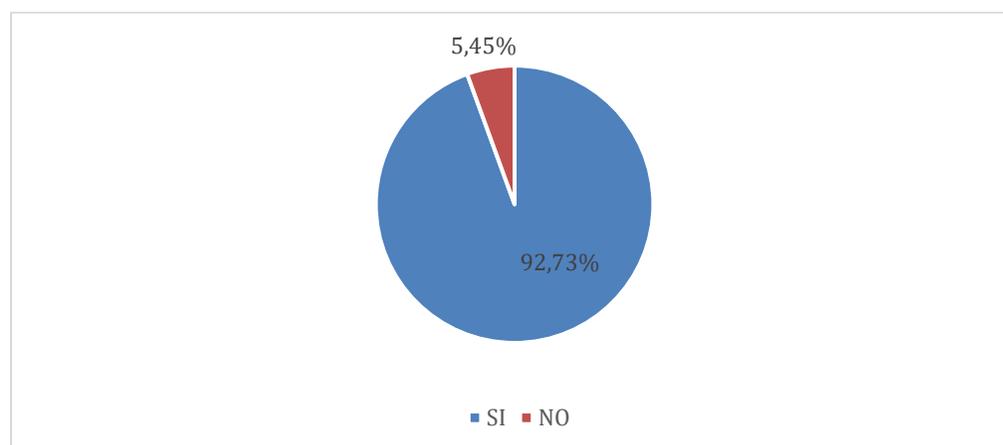


Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, la pregunta quedo mal formulada ya que cuando nos referimos a empanadas de colores, hablamos de las empanadas vegetarianas y la aceptación para esta variedad de empanada por parte de los encuestados fue un 5.45%.

La aceptación del producto en el mercado según la encuesta realizada es de un 98.18%, lo que hace totalmente viable la idea de negocio propuesta.

12. ¿Recomendaría usted las empanadas a sus familiares, amigos y conocidos?

12. ¿Recomendaría usted las empanadas a sus familiares, amigos y conocidos?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	51	92,73%	55
NO	3	5,45%	
		98%	



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, de acuerdo con la población encuestada el 92.73%, recomendaría las empanadas, lo cual es un resultado positivo de la investigación de mercado efectuada, ya que permite identificar que el producto además de tener acogida entre los clientes, el negocio tiende al crecimiento por el voz a voz efectuado, y por lo efectivo que resulta ser.

13. ¿Está usted satisfecho con el producto?

13. ¿Está usted satisfecho con el producto?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	50	90,91%	55
NO	4	7,27%	
		98%	



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, de la población encuestada el 90.91% se encuentra satisfecho/a con el producto, y realmente se cumplió con la expectativa esperada, ya que la satisfacción del cliente es lo que permite posicionarse, crecer, mantenerse y mejorar continuamente un producto o servicio, pues sin ellos no habría emprendimientos sostenibles.

14. ¿Le parece adecuado el empaque actual del producto?

14. ¿Le parece adecuado em empaque actual del producto?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	51	92,73%	55
NO	3	5,45%	
		98%	



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, de la población encuestada el 92.73%, está de acuerdo con el empaque actual del producto, lo que permite validar que el prototipo propuesto es correcto.

15. ¿De acuerdo con las características del producto (empanadas), considera que cumple con sus necesidades y expectativas?

15. ¿De acuerdo con las características del producto (empanadas), considera que cumple con sus necesidades y expectativas?	RTA	PORCENTAJE	MUESTRA
SI	52	94,55%	55
NO	2	3,64%	
98%			



Para este caso no se tuvo el 100% de la información ya que hubo una persona que no contesto a la pregunta, definitivamente con esta pregunta y las respuestas otorgadas, podemos constatar que la idea de negocio y el prototipo propuesto son totalmente viables, ya que cuentan en su mayoría con la aceptación de los posibles clientes, que a la vez son los que posicionan el producto en el mercado y la permanencia en el tiempo.

48. Conclusiones y Recomendaciones

48.1 Conclusiones

- En este trabajo se llevó a cabo la investigación de una idea de negocio de: Empanadas de Colores y Variadas, la cual fue desarrollada y perfeccionada de acuerdo con la metodología educativa diseñada por la CUN, lo que permitió obtener un conocimiento y profundizar más a la hora de realizar un emprendimiento.
- También de la importancia de realizar un estudio de mercado para reunir información mediante entrevistas, encuestas, voz a voz , analizar cómo está la competencia en el mercado respecto al producto que se desea posicionar, teniendo en cuenta varias variables como son: Precio, Presentación del producto, aceptación del producto, comportamiento del producto y valor agregado del producto, para de esta manera identificar los diferentes factores que podrían incidir al momento de dar a conocer un producto o servicio, y ofertar un producto competitivo, que genere el plus, atraiga clientela y fidelice al cliente.
- La teoría del Valor Compartido es fundamental a la hora de emprender un negocio ya sea ofrecer un producto o un servicio, pues aunque se debe tener en cuenta el cumplimiento del objeto social que dio origen a la Compañía, también se debe enfocar en buscar el beneficio de la sociedad, esto incluye los trabajadores los cuales son unos de los grandes pilares que conllevan al cumplimiento de los objetivos corporativos, y el cliente que son la razón de ser de toda Compañía, por eso de la importancia de buscar permanentemente la

satisfacción del cliente, ofreciendo calidad en los productos, cumplimiento y mejora continua con el fin de fidelizarlos para de esta manera permanecer en el tiempo. Otro factor es el cuidado del Medio Ambiente, para contribuir a presévalo. La teoría del valor compartido hace referencia a que las empresas deben ser responsables socialmente y con el Medio Ambiente.

48.2 Recomendaciones:

Una vez finalizado el trabajo investigativo en torno a crear una idea de negocio y llevar a cabo un emprendimiento se propone:

- ❖ Realizar un estudio de mercado más profundo, para prever el comportamiento de las Empanadas de Colores y Variadas, orientado a un segmento de mercado con el fin de evaluar el comportamiento y aceptación del producto en el mercado, para de esta manera redefinir la estrategia del negocio, y ver si el negocio se maneja Online o se adapta un local para el funcionamiento de este.
- ❖ Establecer un mecanismo de publicidad con el fin de dar a conocer el producto y sus características, mediante diversas maneras para llegar al cliente y ofrecer degustación de la variedad de Empanadas, como gancho de venta.
- ❖ Explorar las diversas herramientas tecnológicas, con el fin de sacar el máximo provecho que nos ofrecen cada una de ellas, con el fin de realizar un estudio de la población y posicionar los productos en el mercado.



49. Bibliografía

- Bogotá, C. d. (03 de 04 de 2016). *Conozca los requisitos para abrir un nuevo negocio de productos alimenticios*. Bogotá, Colombia.
- Bogota, C. d. (2018). *Bogota, ciudad de oportunidades para los negocios*. Bogota, comunal, l. c. (08 de 2017). *Bogota, Capital de la diversidad en creencias, costumbres y practicas de vida* .
- csa. (s.f.). *Las normas internacionales de Seguridad alimentaria e ISO 22000 de 2018* .
- Dane. (2019). *Geovisor Directorio de Empresas 2019*. Colombia.
- Emprendedores. (21 de 11 de 2020). *Así es como puedes calcular el tamaño de tu mercado*. Bogota, Colombia.
- Fex, J. P. (06 de 12 de 2019). *¿ Cual es el origen de las empanadas?* Medellin, Colombia.
- Foman. (2020). *Legislacion de Alimentos en Colombia*. Colombia.
- GOGLE. (s.f.). *FICHA TECNICA EMPANADAS*.
- Industrial, R. (s.f.). *Proceso Productivo Empanadas*.
- Martinez, J. (11 de Diciembre de 2018). *Antecedentes del Emprendimiento en Colombia. El emprendimiento en Colombia es una realidad que hay que aprovechar*. Colombia.
- Merieux. (s.f.). *Indicadores de Calidad*.
- Merino, J. P. (2015). *Definicion de actividad economica*.
- Mouthon, L. (13 de 02 de 2020). *Industria Colombiana crecio 1.5% en 2019*. Colombia.
- ObservatorioeCommerce&Transformaciondigital. (22 de 11 de 2020). *Como analizar las tendencias de consumo*. Bogota, Colombia.
- Resolucion 2674 del 22 de Julio de 2013. (21 de 11 de 2013). *Resolucion 2674 del 22 de Julio de 2013*. Colombia.
- sabor, E. e. (12 de 11 de 2013). Bogota, Colombia.
- Social, M. d. (2012). *Resolucion 2012. Decreto ley 019 de 2012*. Bogota, Colombia.
- Soho. (s.f.). *Las 10 mejores empanadas de Bogotá* . Bogotá, Colombia.
- Vitónica. (s.f.). *Empanada de Pollo* . Colombia.
- Yolanda Gomez, E. T. (11 de 06 de 2011). *¿Sabe usted que perdil de Bogotano es?* Bogota.