



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

OPCION DE GRADO

“EMPLATANADAS COLOMBIANAS”

Presentado por:

Mario Figueroa
Cristian Cordero

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior
Facultad de ciencias administrativas
Administración de Empresas
Opción de grado

Tabla de contenido

INTRODUCCION	3
JUSTIFICACION	3
MISION	4
VISION	4
VALORES	4
OBJETIVO GENERALES	5
OBJETIVO ESPECIFICOS	5
1. DEFINICION DE IDEA	6
1.1 DE DONDE SURJE LA IDEA	6
1.2 TIPO DE CLIENTES	7
1.3 NECESIDADES DEL PRODUCTO	7
1.4 SOLUCIONES ACTUALES	8
1.5 NUESTRO PRODUCTO	9
1.6 TAM, SAM, SOM	10
2. VALIDACION DE MERCADO	11
2.1 PERFILACION DE CLIENTES	14
2.2 DIAGRAMA DE PESTEL	15
2.3 ESQUEMA DE PORTER	17
3. DOFA	19
4. ESTUDIO DE MERCADO	20
4.1 Objetivo estudios de mercado	20
4.2 Segmentación de mercados	20
4.3 encuesta, gráfica y análisis.....	21
5. PLAN	
MARKETING	27
5.1 Estrategia de producto.....	27
5.2 Estrategia de precio.....	27
5.3 Logo.....	28

5.4Eslogan.....	28
5.5 ventaja competitiva.....	29
5.6ventaja comparativa.....	29
6.CONCLUSIONES	30
7. BIBLIOGRAFIA	30

INTRODUCCION

El presente proyecto se realiza para crear un producto nuevo el cual satisfaga las necesidades de las personas pero no solo eso sino también crear un producto que haga que las personas lo amen por su delicioso sabor. Hemos analizado que las empanadas colombianas es un delicioso aperitivo que es aceptado por toda la sociedad en general, para ello detectamos que es necesario crear un sabor único con ingredientes diferentes a lo cotidiano, la personalización del producto será nuestro fuerte y los ingredientes de la casa serán únicos para el desarrollo de este producto.

JUSTIFICACION

La presente investigación se enfocará en estudiar los hábitos de personas consumidoras de alimentos de fácil preparación o comidas rápidas del sector universitario social de Bogotá, ya que debido al alto consumo de productos fuera de casa la industria de las comidas rápidas crece significativamente en el sector colombiano. Es importante tener la demanda de personas satisfecha en el momento que compren un producto alimenticio, según las circunstancias el negocio de las empanadas de Colombia es el más habitual en la sociedad por ello brindaremos una mirada integral a los gustos de las personas en el momento de satisfacer el hambre personal.

MISIÓN

nacimos para promover alimentos diferentes y salir de los estándares comunes, buscando recibir una sonrisa de parte de nuestros clientes donde ellos son el factor mas importante a la hora de definir un sabor delicioso hecho en casa.

VISIÓN

Emplatanadas pretende tener en el año 2020 más de 30 sucursales en Bogotá y en todo el territorio colombiano, desarrollando un crecimiento en conjunto con nuestros aliados, clientes y proveedores.

VALORES

- ❖ Hospitalidad: el cliente y sus necesidades siempre serán el pilar de nuestro servicio.
- ❖ La Pertenecía: que nos caracteriza y porque amamos lo que hacemos, estaremos dispuestos a brindar siempre la mejor opción.
- ❖ Innovación: queremos caracterizarnos por ser los pioneros de productos nuevos, frescos y de gran sabor.
- ❖ Confianza: sabemos que se gana con esfuerzo, calidad y puntualidad.

OBJETIVO GENERAL:

Establecer soluciones alimenticias de fácil preparación para sociedad consumidora de comidas rápidas, es importante tener satisfecho a nuestros clientes con una rica variedad de sabores en su alimento para que ellos se sientan escuchados y ambientados con los sabores íntegros de la casa que permitirán un crecimiento a futuro a nivel nacional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA EMPRESA

- ❖ Llegar a cada persona de la ciudad siempre esperando una sonrisa.
- ❖ Queremos que todos conozcan quienes somos y que hacemos.
- ❖ Estaremos dispuestos siempre a brindar nuestra mejor calidad y servicio.

- ❖ Crecer de manera rápida y práctica hasta alcanzar la meta propuesta.
- ❖ Generar empleo a comunidades de bajos recursos así ayudaremos a la sostenibilidad en muchos hogares.

Definición de idea

Por medio de esta idea queremos crear una empanada colombiana donde principalmente no va tener el ingrediente cotidiano que es netamente harina de trigo, la de nosotros estará constituida por una cobertura de plátano para obtener un sabor diferente donde su textura será más consistente y su sabor va tener su toque colombiano, nuestro valor agregado se define en los ingredientes de la empanada, no queremos tener ideas estándar de solo carne y pollo dentro de relleno de la empanada, poder que las personas escojan su ingredientes es importante para que el consumidor se sienta satisfecho, donde combinaremos el dulce del plátano y otros tipos de ingredientes. Se crearán empanadas, con bocadillo, jengibre, empanadas de verduras, entre otras que estén en nuestra tabla de ingredientes, la personalización de la empanada es importante para poder tener un contacto directo con el cliente.

De donde surgió la idea

Debido a que nosotros somos consumidores promedio de empanadas en la universidad y en cualquier parte donde estemos. Queríamos intervenir en este tipo de mercado, algo distinto; se nos ocurrió intentar hacer una empanada única en ingredientes, que combinará el dulce del plátano con la carne o el pollo que se utilizan normalmente en una empanada común, pero agregarle otro tipo de sabores según la exigencia del cliente.

Tipo de cliente

Nuestro producto está destinado, Personas de cualquier rango de edad y cualquier estrato que consumen habitualmente frituras como un bocadillo (tentempié, snack) para satisfacer temporalmente el hambre o solo por placer corporal que el habitante requiera.

Necesidades del producto

La necesidad principal de nuestro producto es satisfacer el hambre, buscamos por medio de nuestra tabla de ingredientes hacer que el cliente escoja sus sabores dentro de la empanadas para que se sienta satisfecho con el alimento que consume, tengamos en cuenta que no todas las

personas toleran todo tipo de ingredientes. Por ese motivo decidimos incursionar con empanadas de relleno jengibre para personas que tengan inconvenientes respiratorios, que tengan gripa así de esta forma se alimenta y a su vez se alivia por este tipo de ingrediente, las empanadas con ingredientes vegetales podrán servir para dichos clientes que tengan problemas digestivos y ciertas molestias en el momento de digerir, para evitar inflamaciones corporales, adicionalmente crearemos empanadas para personas que les guste el dulce: que su ingrediente principal será el bocadillo con queso, por ultimo tendremos la empanada tradicional de carne y pollo con queso.

Todas estas empanadas dichas serán con nuestro ingrediente principal que es la cobertura de plátano, nosotros tenemos una necesidad como empresa y es el poder apoyar la cocina colombiana y los sabores tradicionales de casa.

Soluciones actuales

Nosotros los habitantes de Bogotá, buscamos empanadas en el sector informal o al que este accesible a nuestra distancia sin importar la composición de los alimentos, el afán de los consumidores tiene como meta es de calmar el hambre.

Por parte del sector formalizado tenemos tiendas de cadena de alimentos como lo son: empanadas típicas de Colombia, Empanadas argentinas pacos, empanadas de las buenas en sectores del sur, no solo tenemos competencia con empresas referentes a empanadas también tenemos la competencia directa con cualquier producto que sea comida rápida como por ejemplo perros calientes arepas hamburguesas etc.

Inconformidades

Actualmente el negocio de las empanadas en su mayoría es informal y no cumplen las especificaciones sanitarias requeridas para la comercialización de este producto, ya sea por la cantidad de tiempo que los ingredientes están retenidos, o el origen de los ingredientes con esto queremos dar énfasis que muchas personas o comercios de alimentos no tiene en cuenta las normas de sanidad, o un adecuado proceso para la manipulación de alimentos. Tengamos en cuenta que existe una gran variedad de competencia por proveedores como lo son, empanadas típicas de Colombia, Empanadas argentinas pacos, empanadas de las buenas en sectores del sur.

Todo esto hace que el producto sea más accesible para los clientes. Pero en este caso no tienen en cuenta una libre elección para el cliente sobre los ingredientes que ellos requieren, se indica que ellos ya tienen recetas predeterminadas, por parte del sector informal el no saber la fabricación de

dicho producto o el origen de los ingredientes ocasionan a veces perjuicios para la salud del consumidor.

Nuestro producto

Por medio de nuestras empanadas con cobertura de plátano queremos mostrarle a nuestros clientes el delicioso sabor tradicional colombiano, donde la libre elección de los ingredientes y diversidad de sabores será nuestro valor fundamental porque estará relacionado con el cuidado del cliente en temas de su salud, es bueno cuidarse y alimentarse con esto llegaremos a una fuerte unión con el consumidor así él se sentirá satisfecho y escuchado.

Addressable Market TAM

Actualmente en Colombia se estima un equivalente poblacional de 48.65 millones de donde el 38% de los habitantes que equivalen al 18.26 de los Colombianos consumen alimentos fuera de sus viviendas, en establecimientos de comidas rápidas, restaurantes, centros comerciales, Vendedores individuales de alimentos y gracias a esto el negocio de las comidas rápidas alimentos de rápida preparación anualmente a nivel global en Colombia está creciendo sobre 15%.

Served available market SAM:

En Bogotá se estipulan 8.081 millones de habitantes de los cuales el 62% de los habitantes hacen el consumo respectivo de comidas rápidas en sus tiempos libres donde adquieren comidas fáciles de conseguir por costos cómodos, tengamos en cuenta que el negocio de comidas fuera del hogar represento utilidades de 30.7 millones para la ciudades en general, existen modelos de negocio busca satisfacer al cliente por medio de decisiones propias que estudia al cliente en el momento de escoger un producto con esto queremos llegar que existen negocios que le dan ayuda y apoyo a las decisiones del cliente en el momento de ingerir un producto, un ejemplo claro seria Subway donde oferta sus alimentos a exigencias del cliente ellos escogen sus ingredientes para su aperitivo. Es importante tener claro que ellos tienen sus ingredientes propios gourmet.

Serviceable obtainable market SOM:

Por medio de nuestra idea de negocio queremos captar estudiantes bogotanos aledaños a las universidades, sitios de trabajo como complejos empresariales para invitarlos a probar nuestros ingredientes en las emplatadas colombianas donde nuestra propuesta busca proporcionar un servicio de alimentación a bajo costo e ingredientes únicos sobre todo para trabajadores, estudiantes que tengan problemas digestivos estamos preparados ante los demás para este tipo de

clientes. Con un precio de 2000 pesos por emplantanadas, queremos generar movimiento en los horarios de almuerzo, onces y comidas.

VALIDACION DE MERCADO

Guía de entrevista:

Inicialmente nos enfocamos en el centro de Bogotá donde existe una gran variedad de comercio en las comidas de fácil preparación, con ellos pudimos identificar clientes que estaban consumiendo fuera de casa alimentos de fácil preparación, con este enlace de ideas clientes que recién salían de estos lugares fueron ideales para desarrollar un inicio de entrevista ejecutando en primer plato la siguiente pregunta “¿usted que identifica primero para entrar a un establecimiento de comidas rápidas?, con esta pregunta dimos un foco a la temática precisa de las comidas rápidas y desarrollo de la entrevista con lo siguiente:

- ¿qué cambiaría usted en establecimientos de comidas rápidas?
- ¿que lo hace llevar a usted muchas veces consumir alimentos de fácil preparación?
- ¿usted asimila las empanadas como comida típica en Colombia y por qué?

Percepción de necesidades:

Gracias a nuestra entrevista se pudo identificar un esquema de necesidades, que los bogotanos argumentaban en referente de las comidas de fácil preparación y sus establecimientos.

- Lugares limpios y sanos para ingerir comidas rápidas.
- Sitios donde preparen con rapidez las comidas en jornadas laborales
- Sabores diferentes en sus comidas rápidas.
- Los ingredientes de los alimentos sean tratados correctamente, para el cuidado de la salud.

Percepción de beneficios:

Gracias a este filtro de necesidades por clientes que suelen ingerir productos de fácil preparación se identificaron factores de ventaja en nuestro producto:

- Nosotros contamos con todas las normas de sanidad al día en nuestro establecimiento para prestar nuestro servicio de productos alimenticios.
- Nuestros sabores personalizados le brindaran alegría al consumidor y el beneficio de sentirse muy bien atendido.

- Seremos empanadas que abrirán nuevos caminos entorno a los sabores
- Recetas únicas donde el clientes va ser llamado por nuestra calidad.
- Manejaremos empanadas para clientes que tengas problemas digestivos o de salud.
- Nuestros ingredientes nos brindaran originalidad y posicionamiento entre las personas.

Percepción de limitantes:

Pudimos identificar y concluir una serie de limitantes sobre nuestro producto que son las siguientes:

- Que el servicio inicialmente sea bueno en primer contacto, pero con el pasar del tiempo el establecimiento deje a un lado los clientes y solo se preocupen por las utilidades.
- Que los ingredientes siempre estén disponibles para el cliente, ya que por motivos comerciales a veces no se puede ofrecer una serie de recetas.
- Que los colaboradores de los establecimientos siempre acaten las reglas de sanidad para preparar productos.

PERFILACION DE CLIENTES

Necesidades:

- Lugares cómodos para comer
- Comidas con alto índice de preparación
- Alimentos que cuiden la salud.
- Personalización de comidas de fácil preparación

Soluciones:

- Establecimientos de comidas rápidas
- Vendedores informales de comidas.

Inconformidades:

- Preparación de los alimentos
- Establecimientos sin normas sanitarias
- Ingredientes de dudosa procedencia

Beneficios:

- Recetas colombianas de alta calidad.
- Ingredientes y sabores únicos en nuestras cartas
- Personalización del aperitivo al gusto del cliente.
- Emplatanadas que cuidan la salud del cliente.

Mercado:

Clientes de Bogotá que consumen alimentos de fácil preparación en sus jornadas diarias.

Diagrama de Pestel

Factores externos	Locales	Nacionales	Internacionales
Políticos	La prohibición de productos sin un establecimiento inicial por la alcaldía	Apoyo nacional a los productos de empresas propias colombianas para permitir más fácil el desarrollo nacional y el comercio de nuestro producto..	Beneficios de apoyo internacional para expansión de negocio
económicos	La competencia de mercado hace bajar el costo de nuestro producto., en un comercio donde más allá competencia obliga a la mejora continua de nuestra producción	Incrementos en los precios de los insumos alteraran la producción. Puesto que el incremento de cada insumo encarecerá el precio final del producto.	El ingreso de empresas extranjeras afecta el hold de negocio debido al impacto que tienen dichas empresas
Sociales	El desempleo produce pérdida de ganancias ya que este se clasifica	Creación de múltiples empresas de comidas rápidas. Nos puede afectar la	Por medio de la satisfacción queremos que nuestros productos sean

	como un fenómeno social	comercialización de nuestros productos.	reconocidos internacionalmente
Tecnológicos	Podemos distribuir por redes sociales nuestro producto para la comercialización y divulgación del producto.	Cancelación de medios publicitarios para comestibles, hace difícil el acceso a un posicionamiento de marca	Importar maquinaria que sirva para el desarrollo de productos comidas rápidas.
Legales	Que prohíban ciertos ingredientes en las espatanadas puede afectar las recetas	Creación de leyes para empresarios directos colombianos en reducción de impuestos	Todo país maneja un diferente tratamiento con los establecimientos de comidas rápidas.
Ambientales	los insumos comprados para la fabricación del producto estén debidamente tratados	El estado crea normas del debido uso de temperaturas en el ambiente para cuidado climático.	Capacitación internacional de benchmarking para negocios de comidas rápidas.

Esquema de las 5 fuerzas de porter

Compradores: empanadas colombianas se caracterizan por tener una relación directa con el cliente, el desarrollo de nuestro producto se dedica específicamente al gusto del consumidor haciéndonos así innovadores creando un futuro en nuestra receta y optimizando nuestro desarrollo empresarial

Proveedores: tendremos en cuenta la calidad de nuestros ingredientes, seremos exigentes al momento de la escogencia de los ingredientes naturales de cosechas como cebollas, especias y demás, el plátano el cual como es nuestro ingrediente más importante tendrá el mayor control de calidad para desarrollar un producto que cumpla con las necesidades de las personas.

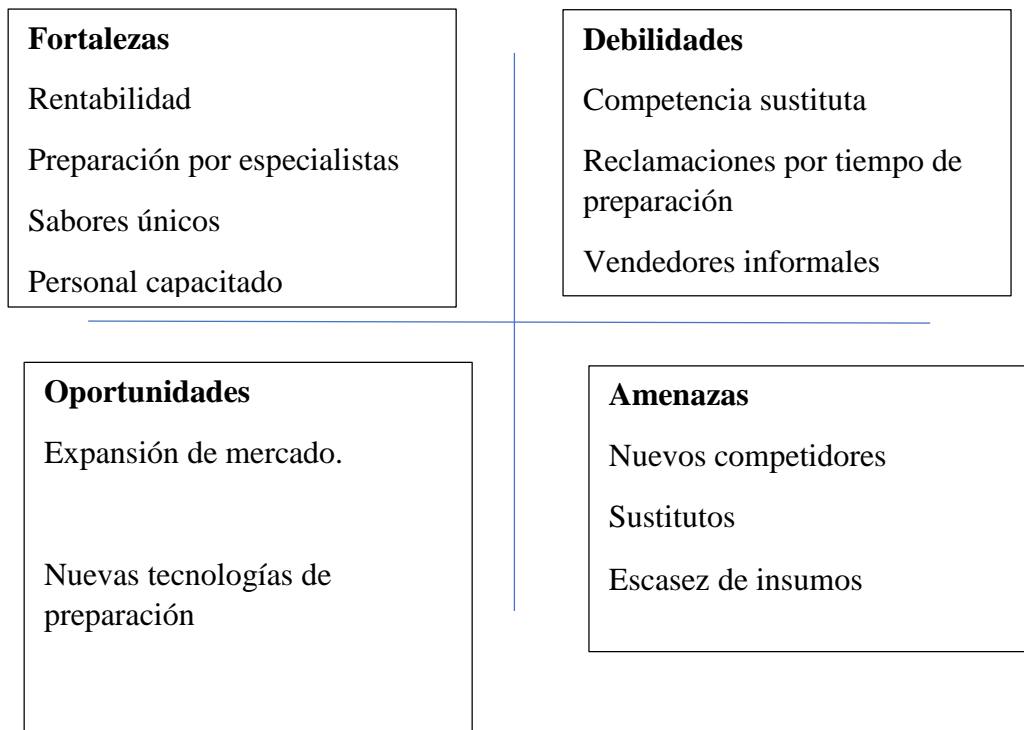
Productos sustitutos: en la categoría de alimentos fuera de casa tenemos competidores con ingredientes propios en el cual le hacen llegar el producto muy fácil y a un costo cómodo, empanadas típicas, KFC, Burger King y personas independientes enfocadas al comercio de empanadas además de ellos tenemos que tener en cuenta cualquier producto que integre cualquiera de nuestros ingredientes como el bocadillo, el queso o el plátano cualquier producto que tenga estos ingredientes lo hace ser sustituto.

Barreras de entradas: podemos decir que las políticas de la canasta familiar manejan un costo elevado en el momento de proporcionar precios en los productos teniendo en cuenta que el precio

de cada elemento de la canasta familiar puede aumentar o puede disminuir dependiendo de muchas cosas, debido a ello los insumos incrementan su precio y directamente afectan en el momento que queramos adquirir por ejemplo harina, las carnes entre otros productos que se necesitan en las comidas rápidas

Competidores potenciales: nosotros como empresa de empanadas no tenemos un competidor directo ya que nuestro producto es distinto al de las empanada o al de cualquier comida rápido que encontremos en el mercado, nos destacamos por ser innovadores en el mercado, Es necesario crear alianza con proveedores que generen ingredientes de alta calidad a un precio cómodo para desarrollar un producto de alta calidad.

Matriz DOFA



Estrategias FO

Podemos crear con nuestro ingenio y personal capacitado una tendencia en el mercado como unos establecimientos de empanadas de sabores únicos. A un costo moderado que será asequible para todas las personas.

Estrategias FA

Por medio de nuestra alta calidad y economía en nuestros productos seremos sostenible ante competidores futuros y adicionalmente nuestros sabores únicos darán impacto en la sociedad

Estrategias DO

Con las nuevas tecnologías que lleguen al comercio para la creación de empanadas crearemos productos a un tiempo corto y calidad alta nuestra diversidad de sabores nos tendrá a la vanguardia de los competidores.

Estrategias DA

Empanadas colombianas creara una estrategia para obtener sabores deliciosos con los actuales clientes eso lleva a los clientes a una fidelización para que no cambien de competencia.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Identificar lo que busca el cliente al momento de depurar el hambre en cualquier momento del día
- Identificar en que se basa el cliente al momento de ir a un negocio de comida rápida
- Buscar un precio justo y que no genera sobrecargo para el cliente

- Averiguar si nuestro producto puede generar la demanda esperada en el mercado

SEGMENTACION DE MERCADOS

Llevando nuestro producto a la segmentación de mercados tenemos que mencionar:

Nuestro producto emplantanada va dirigido a todas las edades que les gusten los fritos, vamos a estar ubicados en Bogotá más específicamente en el centro de la ciudad, su precio varia en lo que es una empanada promedio ronda desde los 1500 a los 2000 pesos todavía no fijando su valor exacto, nosotros queremos iniciar con promociones mientras el producto coge fuerza estas pueden ir del modo de que por la compra de su emplantanada puede llevar su bebida gratis o también después de comprar cierto numero de emplantanadas podrás llevar una totalmente gratis

Encuestas, análisis y graficas

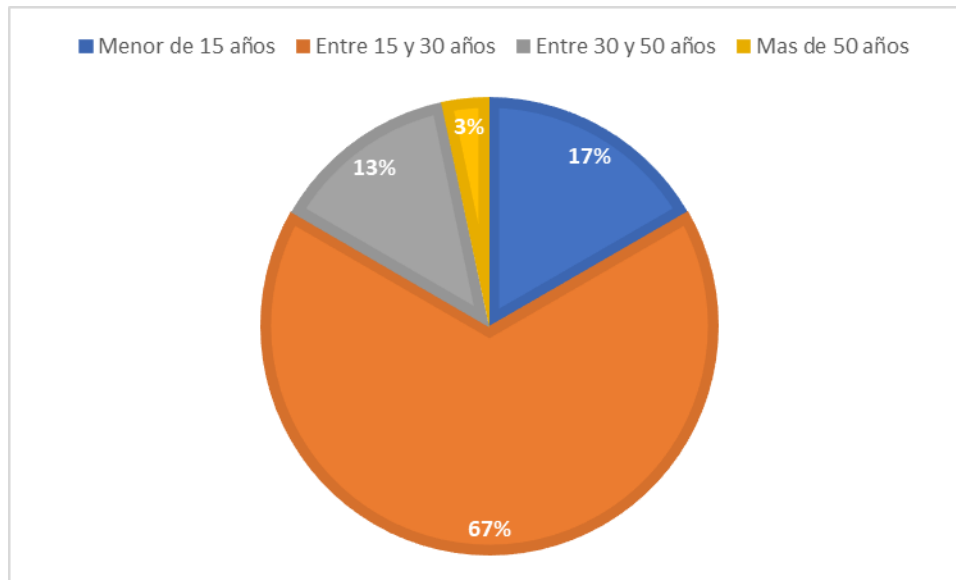
Edad

Menor de 15 años

Entre 15 y 30 años

Entre 30 y 50 años

Mas de 50 años



En esta pregunta podemos concluir que la mayor parte de personas que encuestamos son entre los 15 a 30 años como lo indica nuestra segmentación de mercados principalmente el producto va para jóvenes universitarios

¿Cada cuánto consume comida rápida por semana?

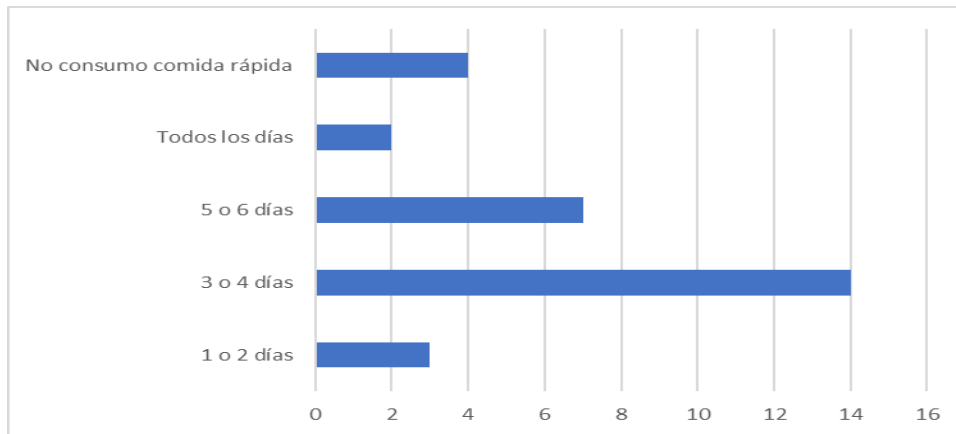
1 o 2 días

3 o 4 días

5 o 6 días

Todos los días

No consumo comida rápida



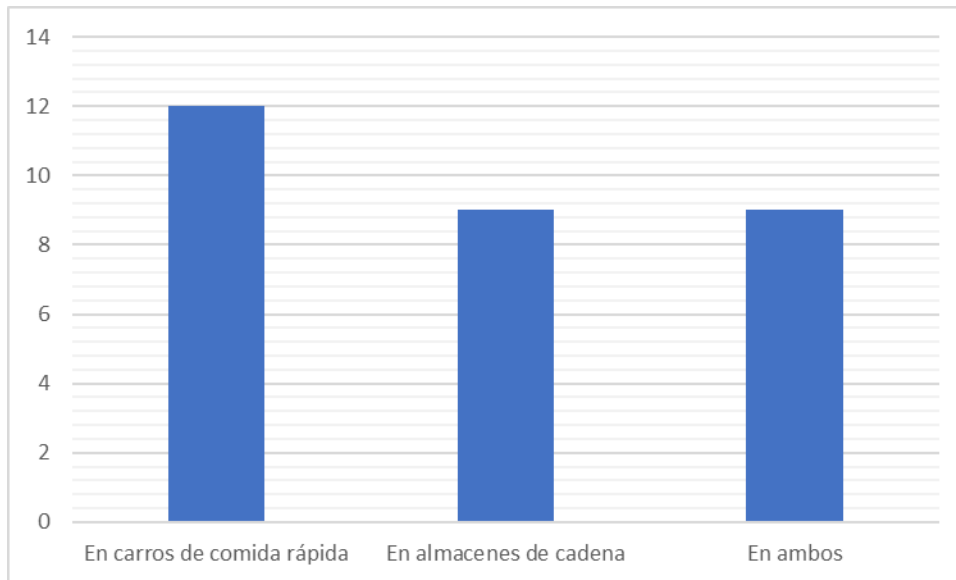
En esta pregunta podemos concluir que de una u otra manera son pocas las personas que no consumen comidas rápidas debido a problemas de salud o simplemente dieta, también podemos analizar que la mayoría de personas consumen comidas rápidas hasta 4 días a la semana de manera seguida

¿Donde usualmente consume comida rápida?

En carros de comida rápida

En almacenes de cadena

En ambos



Acá podemos analizar que la mayoría de personal prefieren en mercado informal para comprar sus comidas rápidas algo que importante al momento de tener en cuenta nuestra competencia

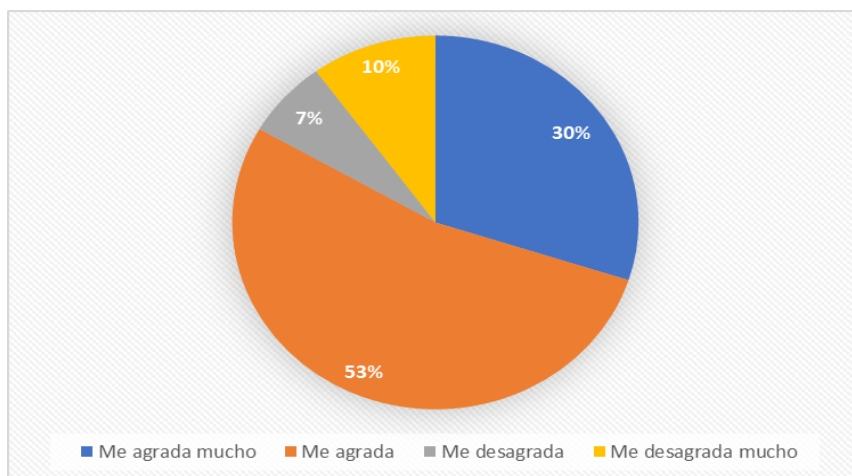
¿En general que opina de la calidad de la comida rápida?

Me agrada mucho

Me agrada

Me desagrada

Me desagrada mucho



En esta pregunta mas directa podemos ver que a las personas en su mayoría agrada de este tipo de comida ya sea por su precio por su facilidad de conseguir o por sus deliciosos sabores

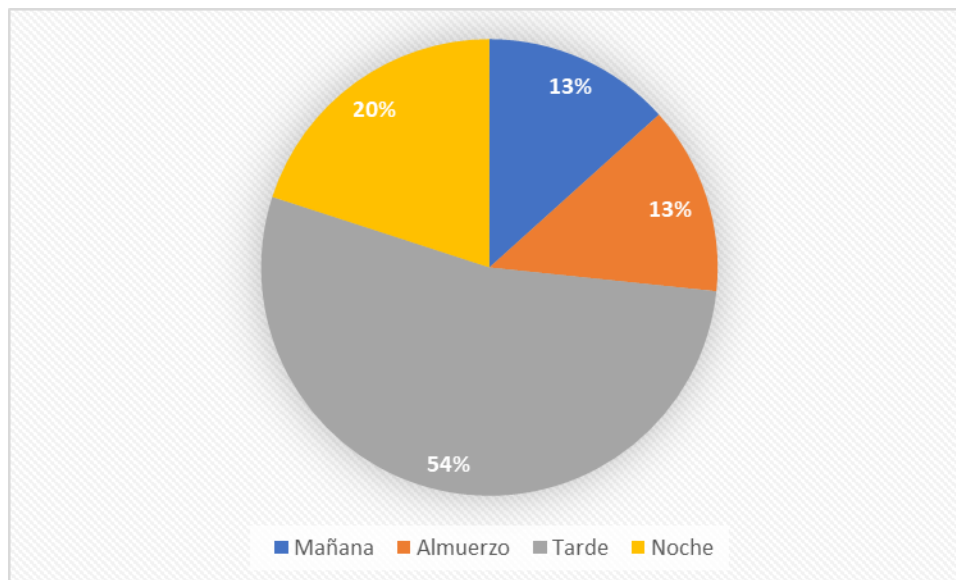
¿En que horario asiste frecuentemente a un local de comida rápida?

Mañana

Almuerzo

Tarde

Noche

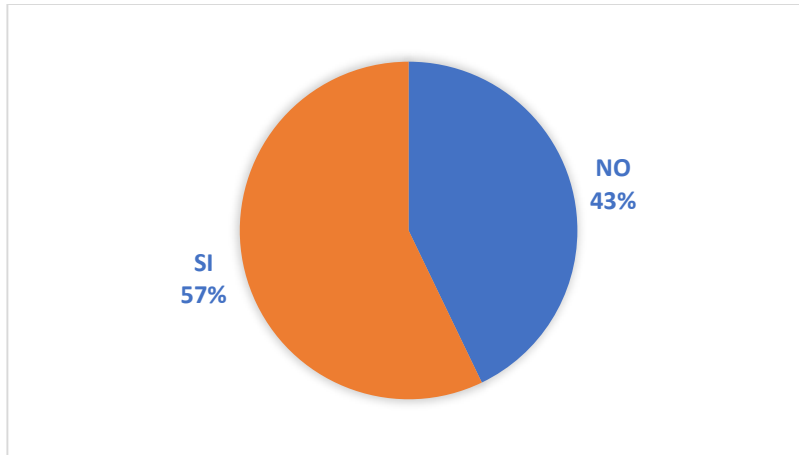


En esta pregunta analizamos que la mayor parte de las personas consumen este tipo de comidas en la tarde y noche ya sea después de salir del trabajo por sus clases o después de almuerzo cuando estos no hayan quedado satisfechos al 100 por ciento

¿Si el rango de precios de un producto de comida rápida varía entre los \$2000 y \$5000 ¿Usted estaría dispuesto a pagarlo?

si

no



En esta pregunta podemos analizar que las personas prefieren este tipo de productos también por sus bajos costos ya que son accesibles para su bolsillo

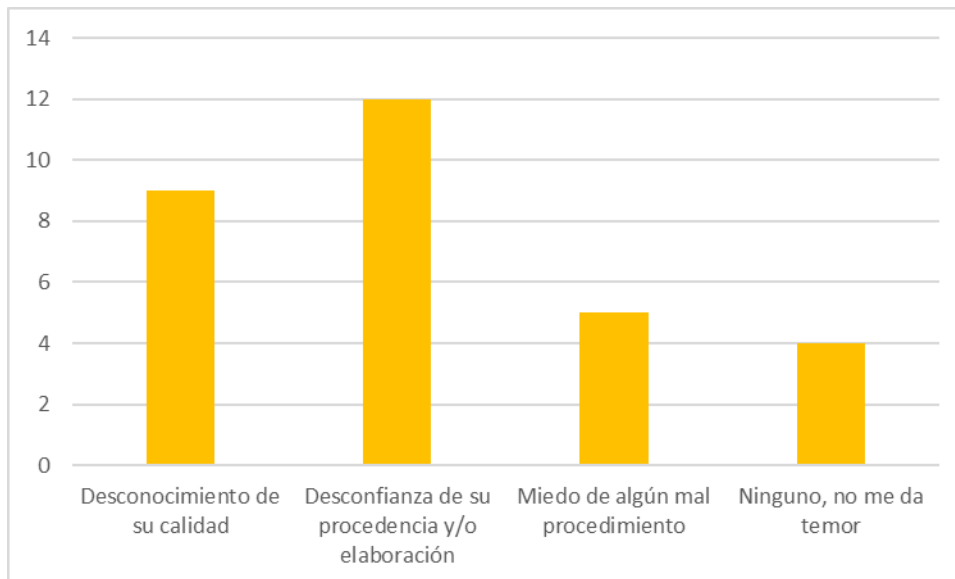
¿Qué aprensiones podría tener al consumir comida rápida?

Desconocimiento de su calidad

Desconfianza de su procedencia y/o elaboración

Miedo de algún mal procedimiento

Ninguno, no me da temor



En esta pregunta importante podemos observar que el mayor pero que tienen las personas para acceder a este tipo de comidas es la desconfianza que genera la procedencia de estos productos por ello es primordial para nosotros brindar nuestra confianza al cliente al momento de consumirla

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Emplatanadas es un producto innovador una vez hecho un estudio de mercado en la zona del centro de la ciudad podemos observar que allí no existe un producto como el nuestro haciéndonos únicos, allí en esta zona existen muchas personas las cuales consumen este tipo de comida ya sea por facilidad de comprar, por el precio o por el sabor y lo que satisface dichos productos a los clientes, teniendo esto en cuenta se puede analizar que emplatanadas puede ser un mercado potencial ya que este es un producto nuevo para el cliente de fácil acceso y cómodo para el bolsillo sin dejar a un lado la higiene requerida para este tipo de servicio

ESTRATEGIA DE PRECIO

Emplatanadas va usar como estrategia de precio, empezar a vender el producto a un valor inferior al de la competencia directa esto se llama una estrategia de precio de penetración, así queremos atraer un gran número de clientes y consumidoras para subir nuestra cuota en el mercado y una vez pase esto los costos de producción van a disminuir gracias al elevado número de ventas

LOGO



SLOGAN

“PRODUCTOS DE CASA PARA TI”

Estrategia competitiva

Después de hacer un estudio de mercado previo podemos analizar que emplatadas es un producto único e innovador algo que nos diferencia frente a nuestra competencia, podemos encontrar muchos tipos de productos los cuales nos generan una gran cantidad de competencia, pero ninguno como este el cual es nuevo exquisito y bueno para la salud de sus consumidores

Estrategia comparativa

Emplatadas que la hace diferente, la hace diferente el tipo de productos que utilizamos y la manera como lo combinamos para ofrecer un producto único, pueda que usemos muchos de los productos que utilizan nuestra competencia pero nosotros lo vendemos a los consumidores ofreciéndoles algo exquisito y sabroso para su paladar

CONCLUSIONES

Después de identificar que Colombia gusta por comidas fuera de casa y utilizar los métodos correspondientes de escucha al cliente, se concluye que las emplantanadas colombianas serán exquisitas para paladares con diferentes gustos de sabores, gracias a la variedad de recetas que presentara nuestro aperitivo, estimulara el cuidado de la salud del cliente además que brindara reconocimiento a la comida típica colombiana.

BIBLIOGRAFIA

- <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021>
- <https://www.dinero.com/edicion-impres/caratula/articulo/negocio-comidas-colombia/207247>
- <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/historia-de-exito-de-maquinas-de-empanadas-gruenn/254804>