

Comidas rápidas con productos autóctonos del pacifico colombiano

Claretsy Moreno Mosquera
Katerine Valencia Riascos
Lais Bolena Valencia Riascos

Corporación Unificada de educación Superior

Creación de empresas

Buenaventura

2020

Contenido	
Compromiso del autor	5
Presentación general del Proyecto.....	6
Resumen ejecutivo	6
Introducción	7
Objetivos	8
Claves para el éxito	8
1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.....	9
1.1 objetivos de desarrollo sostenible.	10
1.2 Teoría Valor compartido	10
1.3 Tecnología disruptiva	10
1.4 Análisis del sector económico.....	10
2. Identificación del problema, necesidad, retos, u oportunidad.	12
Análisis del problema y de los involucrados.....	13
2.1 árbol del problema.....	14
3.Descripción de la idea de negocio.....	15
4. Innovación	16
5. Fuerzas de la industria.....	17
5.1 contextualización de la empresa	17
5.2 Análisis de la demanda.....	17
5.3 Análisis de la oferta	17
5.4 análisis de la comercialización	18
5.5 Análisis de proveedores	18
6. segmentación del mercado	19
La propuesta de valor de la papachina rellena es:.....	2
El sabor tradicional, rápido y exquisito en tu paladar.....	2
8. diseño del producto	2
.....	2
8.1 ficha técnica.....	3
8.2 ciclo de vida.....	3
9. Precio de venta.....	3
10. Running Lean.....	4
11. Lean Canvas.....	5

12. Investigación de viabilidad de la Papachina Rellena en el barrio San Buenaventura del distrito de Buenaventura	6
12.1 Identificación del problema	6
12.2 Objetivos.....	6
12.2.1 Objetivo general	6
12.2.2 Objetivos específicos:.....	6
12.3 Análisis información disponible	6
12.4 Elección de la muestra	7
12.5 Elección de la técnica	7
12.6 Cuestionario	7
12.6 Análisis de los datos	9
Conclusiones	14
Referencias.....	15

Compromiso del autor

Nosotras, Claretcy Moreno Mosquera identificado con C.C 1130650057, Katerine Valencia Riascos identificada con C.C 1111767571 de Buenaventura y Lais Bolena Valencia Riascos con C.C 31600819 de Buenaventura, estudiantes del programa Administración de empresa declaramos 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 a director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma.


Lais B. Valencia R.

KATERINE VALENCIA RIASCOS

Claretcy Moreno Mosquera

Presentación general del Proyecto

Resumen ejecutivo

En este documento se encuentra consignada una idea de negocio que consta de realizar comida rápida con productos del pacífico colombiano como por ejemplo la papachina, que reemplazaría en muchos productos a la papa tradicional. Se intenta innovar en cuanto a la realización de estos productos. Además, que es una opción frente a la competencia que se presenta en el distrito ya que es una opción nueva. Se pretende realizar ventas en un local y a domicilio, y de esta manera abarcar varios sectores de la ciudad. Las integrantes de esta propuesta tienen conocimientos en el sector de comidas rápidas y por ello se tienen algunas ideas de cómo afrontar las posibles situaciones del negocio.

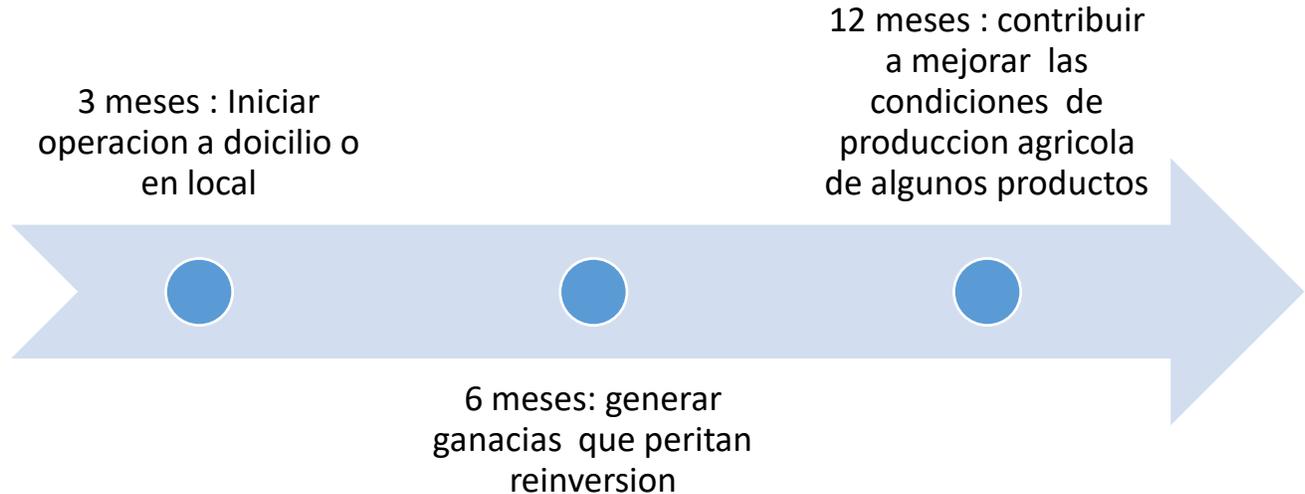
Este proyecto también surge con el fin de promover la agricultura de los productos autóctonos que se ha menguado por la difícil situación que vive el campo colombiano, y la falta de incentivo.

Introducción

Este es un proyecto que se realiza como estudiantes de la carrera de administración de empresa. Y a partir de ello se ha generado esta idea de negocio que pretende con el pasar del tiempo convertirse en una alternativa de comida para las personas del distrito de Buenaventura. Somos tres mujeres de Buenaventura que queremos emprender y tener una opción de contribuir al desarrollo de Buenaventura y la región del pacífico.

Objetivos

- Contribuir con la seguridad alimentaria del Distrito de Buenaventura
- Generar ingresos a través del emprendimiento de la agricultura y la comercialización de los productos
- Innovar en la transformación de los productos agrícolas autóctonos de la región del pacífico



Claves para el éxito
Perseverancia, nuevos productos, innovación

1. Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

En la región del pacífico colombiano y específicamente en Buenaventura, es un lugar donde la mayoría de la población es afrocolombiana con el 81,5%, de una población total de 308.188 del Distrito (censo 2018). La mayoría de la población está entre los 15 y los 59 años de edad concentrando el 61,3 % de la población.

Hace años en el puerto de Buenaventura había personas que se dedicaban a la agricultura contribuyendo a la seguridad alimentaria, pero en la actualidad y con los pocos incentivos hacia la producción local, las competencias propias del mercado, hay unos productos propios de la región, pero se han dejado de sembrar y consumir algunos productos autóctonos y se ha pasado a consumir productos de otras regiones. En Buenaventura, según el censo del 2018, solo el 2,9 % de la población se dedica a las labores de la agricultura.

Por otro lado, las personas cada día están consumiendo más comidas rápidas, las ventas de salchipapa, rapipollos, entre otros, por lo cual surge la inquietud como unir estas dos condiciones y que contribuya a que las personas del Distrito de Buenaventura, vuelvan a sembrar aquellos productos típicos de la región, y a la vez una idea de comercialización de estos en una forma masiva.

De esta manera, se quiere implementar la venta de comidas rápidas, pero con productos del pacífico, por ejemplo, las papachinas rellenas de carne, pollo, etc. Y de esta forma volver a posicionar los productos agrícolas autóctonos en el paladar de las personas de una forma novedosa e incentivar la producción de estos productos y contribuir a la seguridad alimentaria.

1.1 objetivos de desarrollo sostenible.

Los objetivos de desarrollo sostenible que se relacionan con el proyecto son:

Poner fin al hambre, conseguir la seguridad alimentaria y una mejor nutrición, y promover la agricultura sostenible: Porque con la ejecución del proyecto se busca estimular la siembra de los cultivos autóctono por medio de su comercialización en forma de comidas rápidas, y la promoción de la comida saludable.

Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos: por medio del proyecto se busca promover que las personas vuelvan a sembrar y generar ingresos a partir de la producción de materia prima.

1.2 Teoría Valor compartido

La teoría del valor compartido según forero (2016) “se puede definir como las prácticas y políticas que perfeccionan las estrategias de competitividad, donde la empresa y la comunidad se interrelacionan para obtener un beneficio común, mejorando las condiciones sociales de la comunidad en que opera” en este sentido la teoría del valor compartido tiene para aporta al proyecto la relación que se nos ofrece con los agricultores, porque se compraría la materia prima a personas de la misma comunidad. Y de esta manera siendo un proyecto que intenta fortalecer las practicas productivas.

1.3 Tecnología disruptiva

Este proyecto no tiene relación con las tecnologías disruptivas, pero se pretende innovar en la utilización de la materia primas para realizar comidas rápidas, utilizando productos típicos de la región del pacifico.

1.4 Análisis del sector económico

Se realiza el análisis PESTEL, aunque no se encontró información estadística acerca del sector.



2. Identificación del problema, necesidad, retos, u oportunidad.

Criterios	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Promover la agricultura de la región	Contribuir con la oportunidades de ingresos de los agricultores	Realizar comidas rápidas en base a productos autóctonos de la región.
Conocimiento y experiencia	1	2	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere) ¿lo tenemos?	3	2	5
Alcance técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podeos desplazarnos para resolver el problema?	2	2	5
Tiempo (posible solución)	1	1	5
Costos (posible solución)	1	1	4
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?	5	5	5
¿Qué tanto les llamas la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
Total	18	18	33

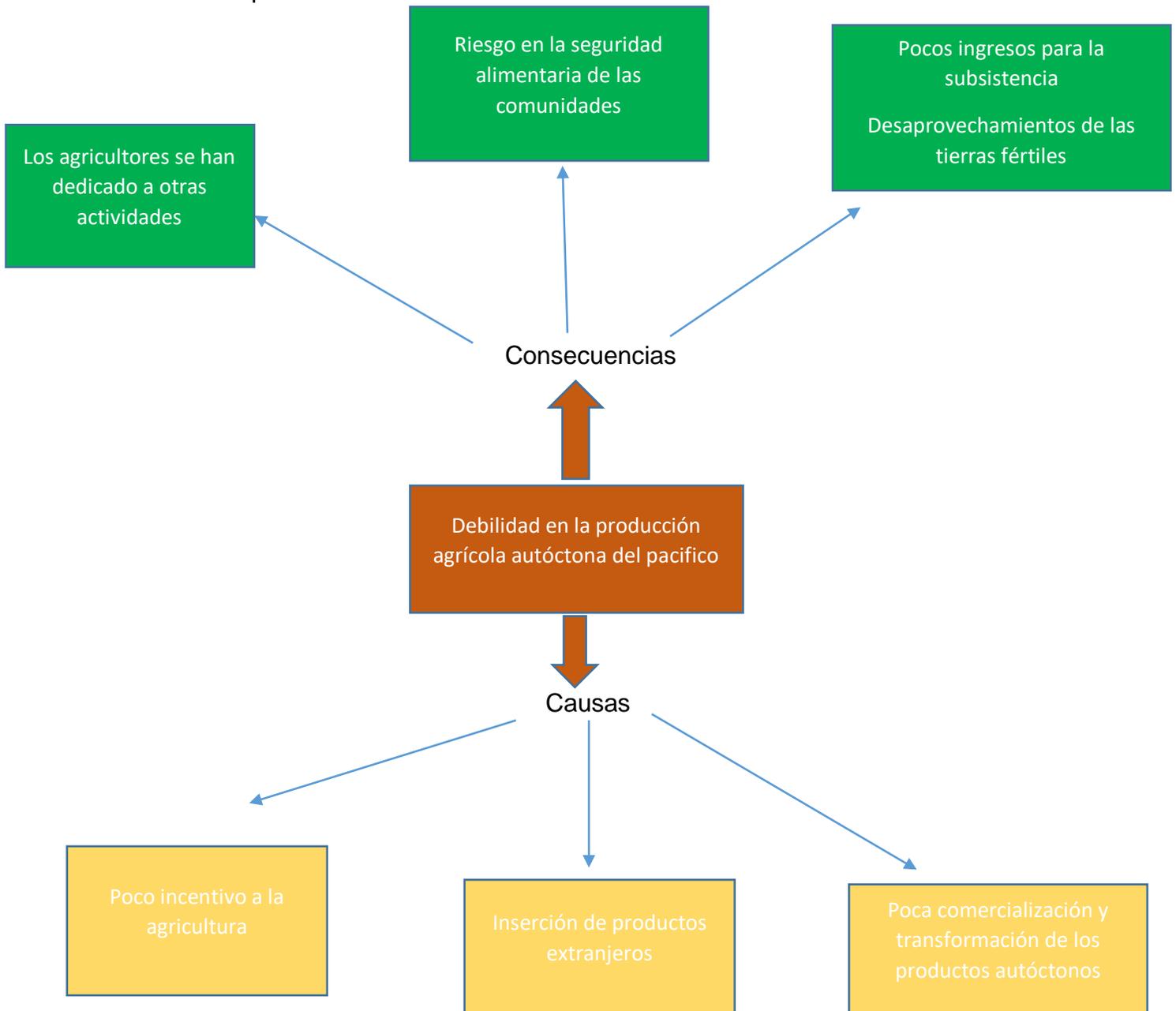
En este sentido frente a la necesidades, retos y oportunidades desarrollar ventas de comidas rápidas presentan el mayor puntaje y además contribuye con los otros dos problemas identificados.

Análisis del problema y de los involucrados



<p>Análisis de los involucrados</p> <p>Ciudadanía en general Alcaldía Consejos comunitarios</p>	<p>Análisis de los objetivos</p> <p>Contribuir con la seguridad alimentaria del Distrito de Buenaventura Generar ingresos a través del emprendimiento de la agricultura y la comercialización de los productos Innovar en la transformación de los productos agrícolas autóctonos de la región del pacífico</p>
<p>Análisis de problema</p> <p>Falta de incentivo a la agricultura Competencia e inserción de productos extranjeros Las personas se han dedicado a otras actividades</p>	<p>Análisis alternativa</p> <p>Generar la comercialización de los productos agrícolas de la región del pacífico transformándolos comidas rápidas</p>

2.1 árbol del problema



De acuerdo a la información antes expuesta surge la pregunta ¿qué acciones de comercialización se pueden implementar para incentivar la siembra de los productos agrícolas autóctonos en el distrito de Buenaventura?

3.Descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Venta de comida rápidas con productos autóctonos de la región del pacifico
¿quién es el cliente potencial?	Comunidad en general
Cuál es la necesidad	Promover la siembra de productos autóctonos
¿como?	Comercializándolos en forma de comida rápidas.
Porque lo preferirán?	Porque es una innovación, el precio y el sabor

Verbo
Contribuir

Tema u objetivo
contribuir a la
seguridad
alimentaria
Y generación de
ingresos

Características
Innovador
Novedoso

Usuario
Población en
general

Verbo inspirador
Logro

Propósito
inspirador
Lograr mejorar las
condiciones de
vida de la
población
vulnerable.

4. Innovación

Variable	Descripción de la innovación
Producto o servicio	Se innova en el producto por medio de las materia primas a utilizar ya que por lo general los productos del pacifico colombiano no se utilizan para la preparación de comidas rápidas
Mercadeo	Hasta el momento no se ha pensado en otras formas de comercialización diferentes a las conocidas.
Proceso	Pues básicamente en esta propuesta consiste en innovar en la preparación de la comidas rápidas

5. Fuerzas de la industria

5.1 contextualización de la empresa

Nombre de la empresa: Rápidas del pacifico

Actividad económica: actividad económica terciaria

Tamaño: micro empresa

5.2 Análisis de la demanda.

Los potenciales clientes son personas de todos los rangos de edad que les gusta las comidas rápidas, y los productos típicos de la región del pacifico y salir en las noches los fines de semana. El producto se comercializará en el Distrito de Buenaventura que tiene una población de 308.000 según las cifras del Dane 2018. Y la cuota de mercado es del 3%.

5.3 Análisis de la oferta

En el distrito de Buenaventura existen varios negocios que se desempeña en el sector de comidas rápidas, que intentan diferenciar sus productos con las diferentes salsas propias de cada negocio que permiten ofrecer un producto con diferentes sabores y que el cliente se decida por alguno de estos sitios. Además, ofrecen los productos con servicio a domicilio.

Por lo tanto, con nuestro producto se pretende competir en precios, la innovación del producto, preparar también una salsa de la casa.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva	Ubicación
Salchipapas la sexta	Salchipapas y papas rellenas	7000 y 3500	Salsa de la casa	Calle argentina y Miraflores
Tío rico	Variedad de salchipapas	Entre 3000 y 14000		Barrio Bellavista cra 44
Kroky pollo	Venta de pollo frito, papas fritas y embutidos	Entre 13000y 15000	Variedad de los productos	Cra 47 Barrio Bellavista

5.4 análisis de la comercialización

El producto de los principales competidores, por esta en nuestra zona de influencia son salchipapa la sexta y salchipapas tío rico. Las papas rellenas de salchipapa la sexta tienen un costo de 3500 pesos mientras que las salchipapa tiene un costo de 7000 pesos. Uno de sus principales atractivo es la única salsa que ofrecen para acompañar los productos.

Por su parte tío rico tiene varios precios que oscilan entre 3500 y los 14000 pesos, de acuerdo al tamaño y la variedad que quiera el cliente.



foto producto salchipapas la sexta



Foto producto de tío rico

5.5 Análisis de proveedores

los proveedores que se requieren para la realización de la papa chinas rellenas se encuentran:

- Proveedor de papachinas
- Proveedor de las carnes
- Proveedor de verduras y legumbres

Los criterios para seleccionar a los proveedores serán:

Precios: precios favorables y de buena calidad.

Experiencia: que permita tener confianza en su cumplimiento.

Localización geográfica: que permita obtener el producto con mayor facilidad.

Los posibles proveedores potenciales del producto pueden ser Almacenes la 14, Galería de pueblo nuevo y bellavista.

Canales de distribución

El producto será distribuido por medio de un local venta directa y servicio a domicilio.

6. segmentación del mercado

Las papachinas rellenas está dirigido a las personas de todas las edades, personas que por su labor, no alcanzan a cocinar en casa y necesitan de una comida nutritiva y rápida que les permita saciar el hambre a un precio accesible.

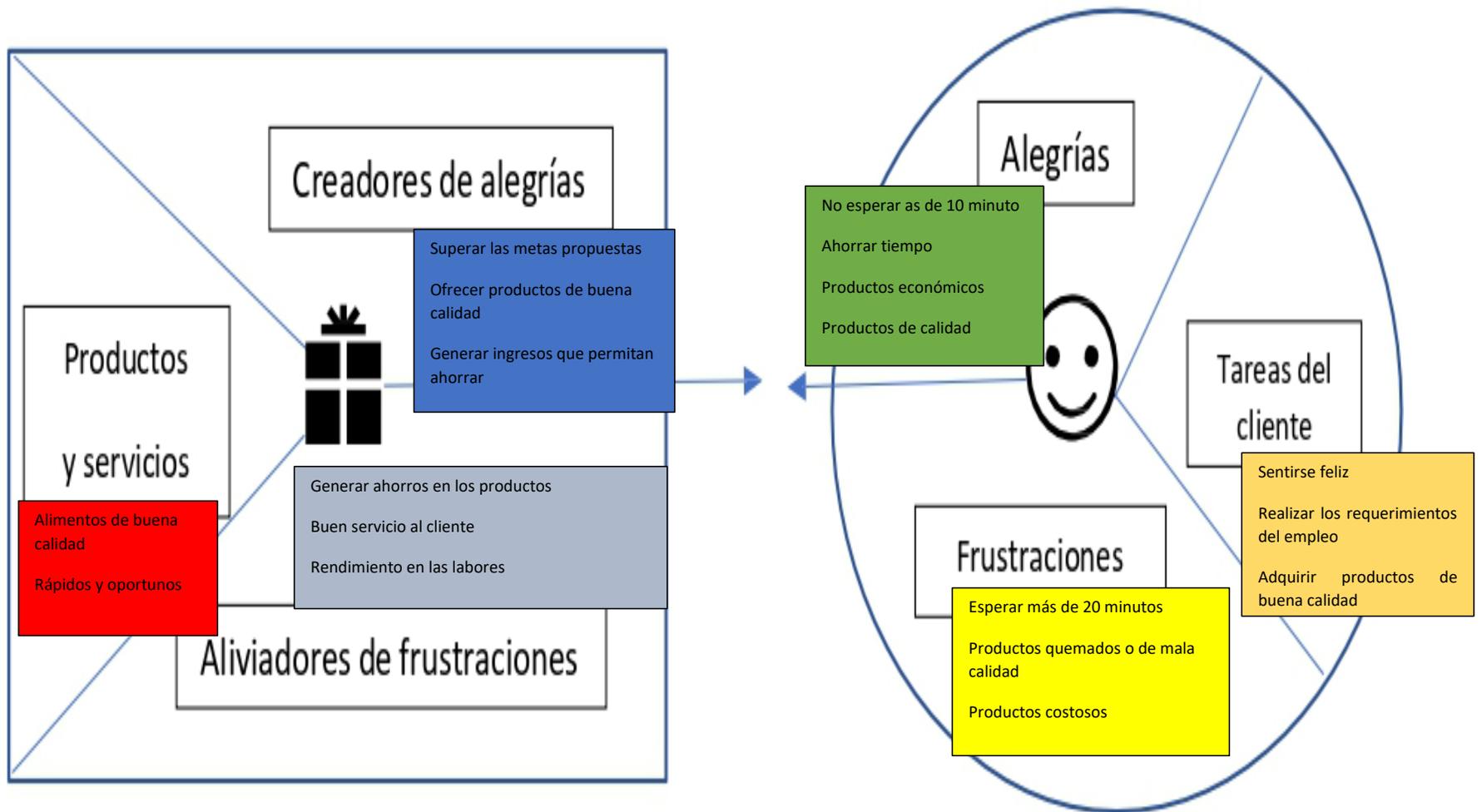
Pero en especial, está dirigido a personas adultas que les gusta la comida y productos tradicionales de la región del pacífico.

El producto de la papachina rellena presenta las siguientes bondades:

- Preparado con productos autóctonos del pacífico
- Accesible
- Buena calidad
- Forma diferente de degustar la papachina
- Precio bajo
- Delicioso
- Saludable
- Genera ingresos
- Poderes afrodisíacos
- Hecha con materia prima de excelente calidad
- Apta para cualquier público

	<p>Describe los miedos frustraciones y ansiedad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temor a quedarse solo. • No tener como generar ingresos • No tener empleo 	<p>Desea necesita anhela y sueña</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener estabilidad económica • Contar con su familia •
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Tiene 45 años Sexo masculino</p> <p>Vive en Buenaventura valle del cauca</p>	<p>¿Que está tratando de hacer y porque es importante para ellos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Está tratando de conseguir empleo porque necesita medio para la subsistencia de su familia 	<p>¿cómo alcanzar esas metas hoy ¿hay alguna barrera en el camino?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prepararse para desempeñar alguna labor • Lo barrera es la pandemia y las pocas opciones de empleo
<p>Frase que mejor describe sus experiencia</p>	<p>Inolvidable</p>	
<p>¿Existe otros factores que también deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>El número de la familia que puede atraer mas clientes.</p>	

7. Propuesta de valor



La propuesta de valor de la papachina rellena es:

El sabor tradicional, rápido y exquisito en tu paladar.

8. diseño del producto



Forma de preparación:

- Se cocina la papachina.
- Se aplasta para compactarla y que quede como una masa
- Se hace el guiso con las legumbres y verduras y se le agrega la carne al guiso
- Se expande la papachina en forma redonda y en la mitad se le agrega la carne y el guiso
- Se le da la forma redonda

- Se pasa por la mezcla de huevo y harina y se agrega en aceite caliente
- Se sofríe
- Lista para degustar.

8.1 ficha técnica

Ficha técnica del producto / servicio	
Nombre del producto o servicio	Papachinas rellenas
Composición del producto (materia primas)/ línea de servicio o portafolio	Papachina (producto de la región del pacifico colombiano), carnes, verduras / se ofrece al público en general.
Normas de calidad	ISO 9001, ISO14001
Presentaciones comerciales/ combos paquetes especiales	Se vende por unidad.
Tipo de empaque o embalaje (diseño, tamaño , material)/ canal de información	Se empacara en cajas desechables de icopor o en sobres metalizados.
Material de empaque/ publicidad, brochure	Icopor, publicidad en volantes, pancartas y tarjeta de presentación
Condiciones de conservación	En vitrinas de calefacción
Vida útil estimada/ garantía	48 horas
Porción recomendada, servicios adicionales por tipo de cliente.	2 papachinas rellenas por clientes.

8.2 ciclo de vida

El producto se encuentra en fase de introducción.

9. Precio de venta

Costo de producción		
+	Costo unitario de materiales	\$13000
+	Costo de mano de obra	\$20000
+	Costo unitario de CIF (costos indirecto de fabricación)	\$15000
=	Costo total unitario	48000

Para producir 20 papachinas rellenas se gastarían 48000 pesos y se venderían a 3000 cada una generando una utilidad de 12000 pesos.

10. Running Lean

Segmento de clientes: personas adultas entre 18 y 60 años de edad que le gustan los productos tradicionales, que les gusta los sabores del Pacífico colombiano y las comidas rápidas

Problemas: la competencia, tener la materia prima a tiempo

Propuesta de valor: el sabor tradicional en las formas que más le gusta y en menor tiempo.

Solución: producto saludable frente a los ofrecidos por la competencia, producto de cocción rápida y optimiza el tiempo.

Canales: domicilios y venta directa en local.

Difusión: por medio de volante y redes sociales.

Flujo de ingresos: los ingresos serán por la venta del producto, domicilios, y venta de la salsa de la casa.

Estructuras de costos:

Métricas claves: ventas, tiempo de entrega del producto al cliente, costo de los productos

Ventaja especial diferencial: la papachina como materia prima

11. Lean Canvas

Problema la competencia, tener la materia prima a tiempo	Solución producto saludable frente a los ofrecidos por la competencia, producto de cocción rápida y optimiza el tiempo.	Propuesta de valor única el sabor tradicional en las formas que más le gusta y en menor tiempo.	Ventaja diferenciadora Producto nuevo	Segmento de clientes. Personas mayores de edad. Que les gusta los productos tradicionales del pacifico. Y las Comidas rápidas
	Indicadores claves Ventas Tiempo de entrega del producto Costo de la materia prima		Canales De venta: domicilios y venta directa en local. Difusión: por medio de volante y redes sociales.	
Estructura de costos		Flujo de ingreso		

12. Investigación de viabilidad de la Papachina Rellena en el barrio San Buenaventura del distrito de Buenaventura

Para realizar esta investigación se tomó como población a las personas residentes del Barrio San Buenaventura del distrito de Buenaventura.

12.1 Identificación del problema

¿Cuál es la viabilidad de la venta de papachina rellena entre los moradores del barrio San Buenaventura del distrito de Buenaventura?

12.2 Objetivos

12.2.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad que tendría la venta de la papa china rellena por los moradores del barrio San Buenaventura.

12.2.2 Objetivos específicos:

- Identificar los posibles clientes de la papachina rellena
- Determinar el nivel de demanda de la papachina rellena en el barrio San Buenaventura

Identificar las formas de distribución preferida por la clientela

12.3 Análisis información disponible

Para el desarrollo de esta investigación se ha realizado una revisión de antecedentes frente a la venta de producto encontrando que:

El 22 de junio de 2011 según el SENA Se pensó en que las diferentes posibilidades de uso no fueran solamente con la papa china precocidad o sancochada (como se hace

tradicionalmente), sino en presentaciones tales como harinas, en productos de panificación para hacer buñuelo, panes, etc.

En el año 2011 la universidad estatal de Bolívar facultad de ciencias agropecuarias recursos naturales y del ambiente elaboraron pan a partir de la mezcla de de cinco niveles de harina de trigo y harina de papa china para mejorar su valor nutricional, en la universidad estatal de bolívar.

En el año 2015 la universidad técnica de Ambato facultad de ciencias agropecuarias carrera de ingeniería agronomía formulación de dietas alimenticias utilizando harina de papa china en la alimentación de cerdos en la etapa de pos destete

El 2 de abril de 2015 la universidad escuela superior politécnica de Chimborazo harina de papa china, colocasia esculenta, componentes, bioactivos bebida láctea, laboratorio de agro calidad, mera(cantón);Pastaza(provincia)

12.4 Elección de la muestra

Según datos de funcionarios de la junta de acción comunal del barrio San Buenaventura, el sector cuenta 2800 habitantes aproximadamente. Por lo tanto para saber el tamaño de la muestra de esta investigación se tuvo en cuenta ese dato y se eligió nivel de confianza de 90% y un margen de error de 10%, que dio como resultado tamaño de muestra de 67 informantes.

12.5 Elección de la técnica

El alcance de esta investigación fue exploratorio, porque se trata de identificar las condiciones de la comercialización de la un producto que hasta el momento no se vende en el sector. La técnica a utilizar será la encuesta, que según el tamaño de la muestra fue de 67 encuestas aplicadas.

12.6 Cuestionario

Viabilidad del proproducto Papachina Rellena

Cordial saludo. Le invitamos a responder esta encuesta acerca de la viabilidad de este producto. Muchas gracias.

1. ¿Usted cuantos años tiene ?

2. ¿Usted consume comidas rapida?

a) Si

b) No

3. ¿ Con que frecuencia consume comida
Rapidas?

a) Diario

b) semanal

c) quincenal

d) mensual

4. ¿ Le gusta la papachina?

a. Si

b.No

4. ¿ Usted compraría una Papachina rellena ?

a. Si

b. No

5. ¿ Que relleno le gustaria mas?

a. carne

b. pollo

c. mariscos

d. otro ¿ cual ?

6. ¿ Donde se deberia vender las papachinas rellenas?

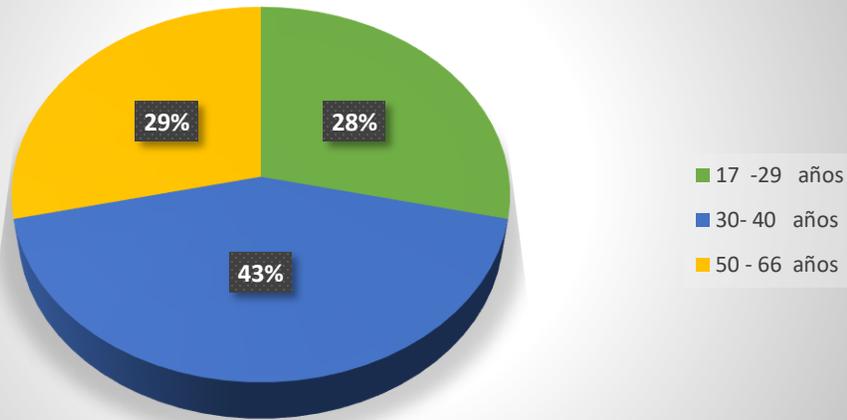
a. En la calle

b. local equipado

12.6 Análisis de los datos

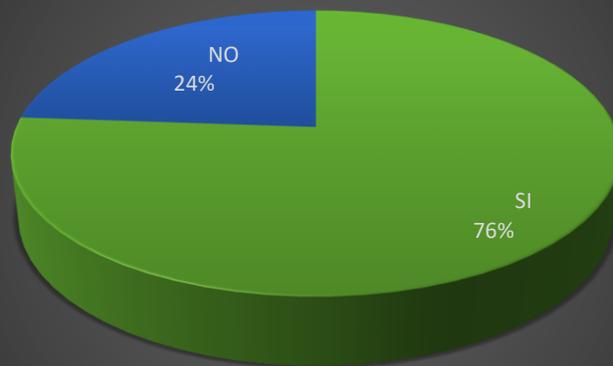
Para esta investigación se tuvieron en cuenta las respuestas de 67 informantes de los cuales el 43% de los informantes están en un rango de edad entre los 30 y 40 años, el 29% de los informantes estaban en un rango de entre los 50 y los 66 años, mientras que 28% son personas entre los 17 y los 29 años.

Edad de los informantes



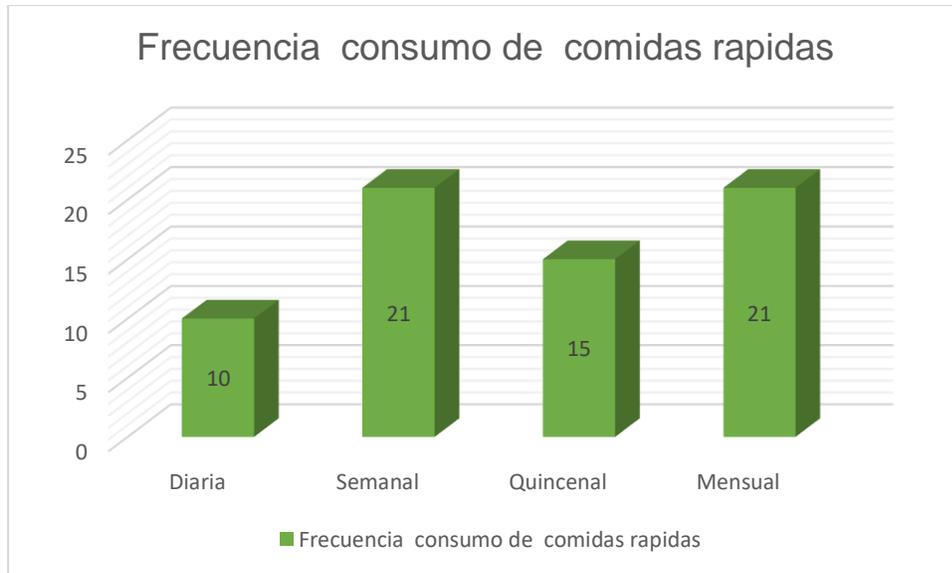
Se indago entre los informantes si eran consumidores de comidas rápidas encontrando que el 76% de los encuestados consumen este tipo de producto. Mientras que el 24% no los consumen. Lo cual significa que hay una población importante que se inclina a la compra de estos productos.

Consumo de comidas Rápidas

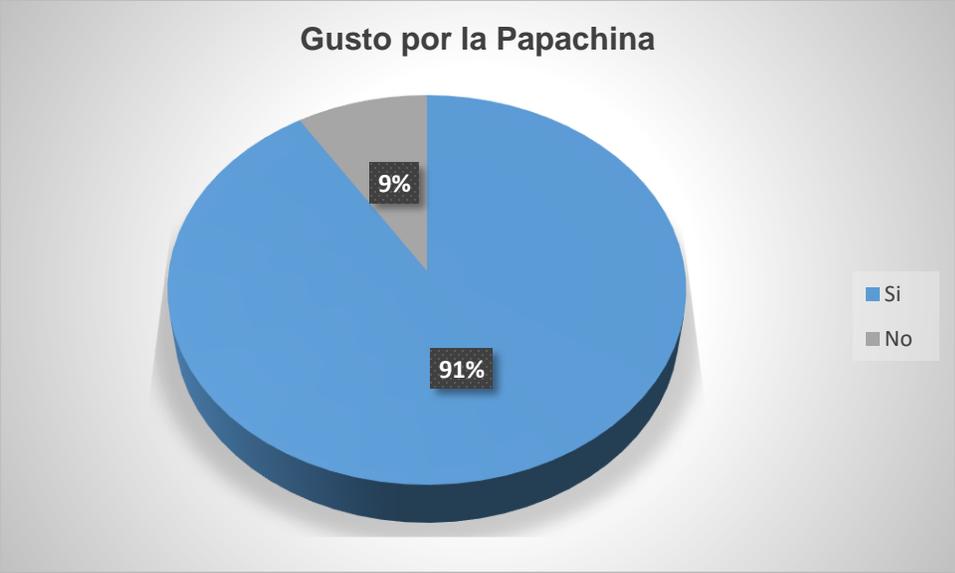


SI NO

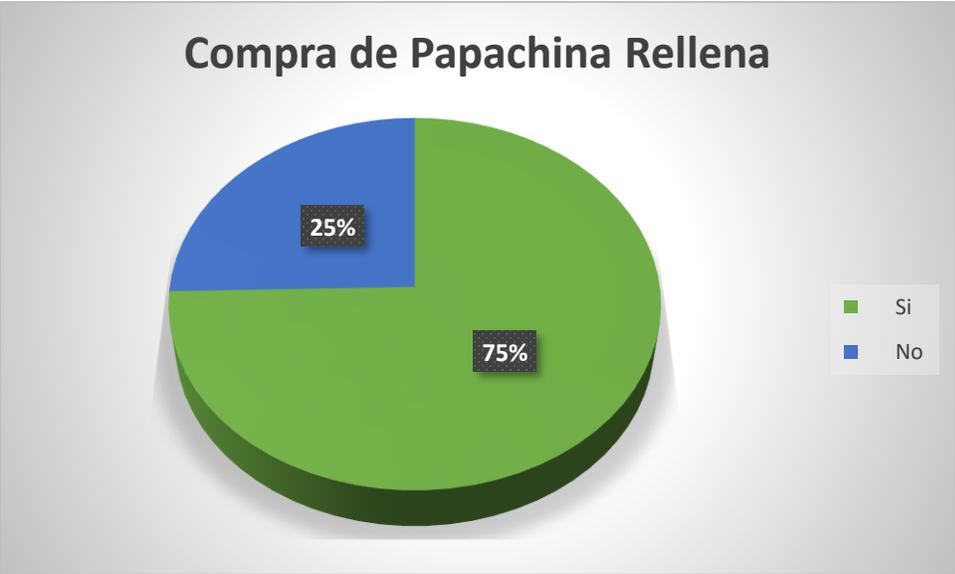
La mayor parte de la población de este barrio consume comidas rápidas entre diaria y quincenalmente.



Según la información recolectada al 91% de los informantes les gusta la papachina, lo cual favorece la viabilidad del producto que es la materia prima y marca la diferencia frente a otros productos de comidas rápidas.

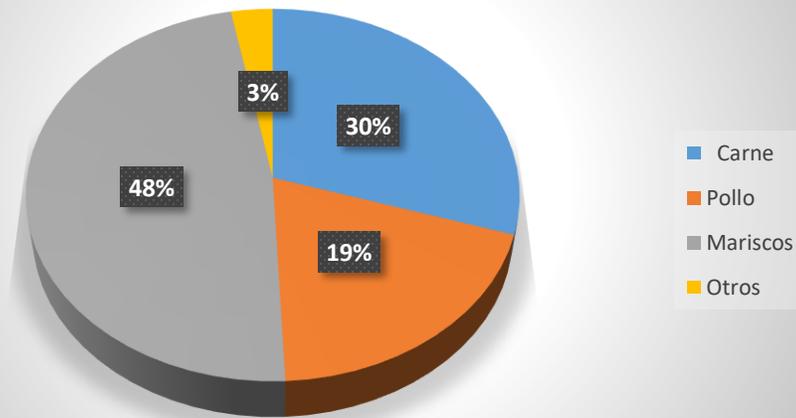


En cuanto a la posible compra de la papachina rellena se encuentra que el 75 % de la población del sector compraría el producto. Aunque el otro 25% o un parte de este, podría ser atraído por las personas que inicialmente comprarían el producto.



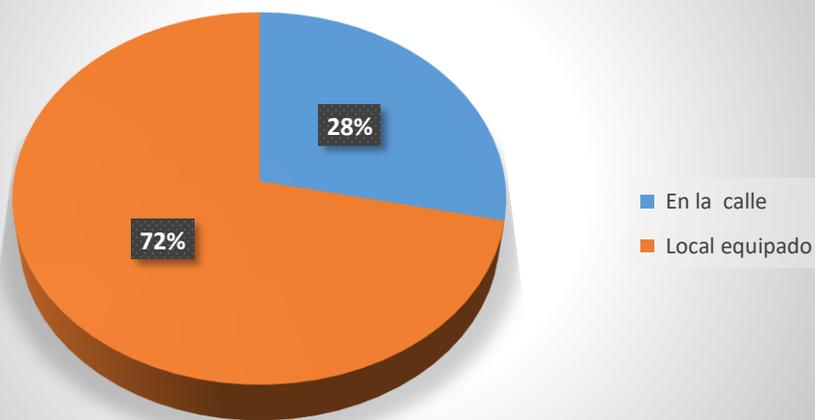
En cuanto a la preferencia en el relleno del producto las personas el 48% prefieren el relleno de maricos por encima de la carne que solo alcanzo el 30% y el pollo que alcanzo el 19% de los informantes.

Preferencias de rellenos



En cuanto a la preferencia el lugar de ventas el 72% de las personas prefieren que se haga en un lugar donde se puedan sentar a disfrutar el producto frente al 28% que prefieren que se realice en la calle de manera ambulatoria.

Lugar de ventas



Conclusiones

La papachina rellena es un producto poco comercializado por ello, esta investigación fue de tipo exploratoria. Según los datos recolectados en el barrio san Buenaventura es un sector donde se consume con mucha frecuencia las comidas rápidas. Y además les gusta la materia prima del producto.

El 75% de los informantes manifestaron que comprarían la papachina rellena y se espera que el otro 25% sea atraído por el sabor y los comentarios positivos que se generen a partir de iniciar la comercialización. Por lo tanto se concluye que el producto es Viable para ser vendido.

Referencias

DANE.2020. LA INFORMACIÓN DEL DANE EN LA TOMA DE DECISIONES DE LOS MUNICIPIOS DEL PAÍS. Buenaventura- Valle del cauca. Recuperado en: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-desarrollo-territorial/100320-Info-Alcaldia-Buenaventura.pdf>

Forero, Yeny Marcela. 2016. Creación del valor compartido. Universidad EAN. Recuperado en: [www.iarse.org > uploads](http://www.iarse.org/uploads)