

PLAN DE NEGOCIO DE LA MARCA INSTA BURGER EN EL MUNICIPIO DE LA CEJA.

SERGIO A. BOTERO BERNAL

SEBASTIAN GARCIA RAMIREZ

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO ANTIOQUIA

2021

PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA DE COMIDA INSTABURGER EN EL MUNICIPIO
DE LA CEJA.

Trabajo de grado para optar por el título de:
Administradores de Empresas

Asesora:

NATALIA CRISTINA CORREA GRANADA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
RIONEGRO ANTIOQUIA

2021

Página de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Rionegro, 18 junio 2021

DEDICATORIA

En este proyecto le queremos brindar una dedicatoria muy especial a nuestros padres que han sido un pilar fundamental para llegar hasta este punto de la carrera y sin ellos estos avances que se han tenido en todo este proceso no hubieran sido posibles.

AGRADECIMIENTOS

Queremos manifestar un sentimiento de profundo agradecimiento con la Universidad que nos ha brindado todos los espacios y recursos necesarios para formarnos como seres humanos con un criterio y conocimientos que permiten desarrollarnos en nuestros trabajos, los cuales estamos seguros va a ser de gran ayuda en el resto de nuestra vida laboral.

También tenemos una gran satisfacción con el trabajo realizado por la profesora Natalia Cristina Correa quien ha sido un apoyo enorme, pues con sus conocimientos, experiencia y dedicación nos ha brindado una motivación especial para sacar este proyecto adelante buscando desarrollar nuestra mejor versión.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	10
Descripción del producto.....	10

MODELO DE NEGOCIO

Descripción simbología corporativa.....	11
Nombre.....	11
Logo.....	11
Misión.....	11
Visión.....	11

MODELO CANVAS

Segmento clientes.....	11
Propuesta de valor.....	12
Canales de comercialización.....	12
Relación con los clientes.....	13
Fuentes de ingreso.....	13
Recursos clave.....	13
Actividades clave.....	14
Socios clave.....	14
Estructura de costos.....	15

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del entorno.....	16
Análisis del sector.....	17
Mercado potencial.....	18
Mercado disponible.....	19
Mercado meta.....	19
Investigación de mercado.....	19

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivo general.....	20
Objetivos específicos.....	20

ASPECTOS METODOLÓGICOS..... 20

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA..... 22

ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE MERCADO..... 23

ESTUDIO TECNICO-OPERATIVO

Equipo de trabajo.....	24
Tamaño del proyecto.....	25
Localización del proyecto.....	25
Procesos clave del negocio / Plan de implementación.....	25

ESTUDIO FINANCIERO

Variables macroeconómicas básicas.....	26
Comportamiento de ventas.....	27
Análisis de inversiones.....	28
Costos de producción.....	28
Gastos de administración y ventas.....	28
Análisis de punto de equilibrio.....	28
Estados financieros proyectados.....	29
Criterios de inversión.....	29

CONCLUSIONES.....	30
--------------------------	-----------

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS.....	31
---------------------------------------	-----------

ÍNDICE DE GRAFICAS

GRÁFICA 1: Logo.....	11
GRÁFICA 2: Matriz CANVAS.....	15
GRÁFICA 3: Matriz ANSOFF.....	23
GRÁFICA 4: Procesos clave del negocio / Plan de implementación.....	25
GRÁFICA 5: Costos de producción.....	26
GRÁFICA 6: Estimado de gastos.....	26
GRÁFICA 7: TIR.....	27
GRÁFICA 8: VPN.....	27

RESUMEN EJECUTIVO

Instaburguer es una idea de negocio que nació al momento de comenzar a pensar en nuestro trabajo de grado. Encontramos una muy buena opción de negocio gracias a la fuerza que está tomando la comida vegana en la sociedad y que cada vez las personas se están preocupando más por una sana alimentación, por lo que el diseño de esta proteína nos puede brindar una gran oportunidad de crecimiento y desarrollo en el municipio y más adelante en más lugares del Oriente Antioqueño.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Vamos a comercializar una proteína vegetal 100% natural como alternativa de alimentación más saludable, ofertando una proteína vegetal que sea de fácil preparación y acompañamiento con los demás alimentos que se desea al momento de una comida.

Se podrá obtener un sabor inigualable, fresco y una rapidez única al momento de degustar en una comida. Durante la primera parte de este proyecto la idea es dar a conocer el producto y aperturar un poco más este mercado en el municipio de La Ceja.

Este producto tendrá como característica principal la frescura y naturalidad del mismo, ya que puede usarse dentro de las comidas diarias como complemento proteínico de la mejor calidad brindando nutrientes para las actividades diarias.

Al incluir proteínas vegetales, como las que estaremos ofreciendo, en los panes de alimentación podemos afirmar que la salud de los consumidores va a tener mejoras, ya que este tipo de alimentos contienen aminoácidos esenciales para el organismo, carecen de colesterol (como otras proteínas animales que se encuentran en el mercado), son fáciles de digerir, sobrecargan menos el hígado y los riñones, aportan fibra, tiene baja cantidad de grasas y las pocas que tienen son insaturadas.

Las proteínas que ofreceremos en sus varios sabores serán: quinua, lentejas, soja y garbanzos, estarán acompañadas de ingredientes como cebolla, aceite de oliva extra virgen, especias, sal, entre otros.

MODELO DE NEGOCIO

Plataforma Estratégica

Descripción simbología corporativa¹

Nombre: Instaburger

Logo:



GRÁFICA 1 LOGO INSTABURGER

Misión

Estar posicionado en la región del Oriente Antioqueño como el mejor proveedor de proteínas vegetales, tanto en precio como en calidad.

Visión

Ser el mayor y más reconocido proveedor de proteínas vegetales en el municipio de La Ceja en el año 2023.

MODELO CANVAS

Segmento de clientes

Planteamos comenzar a distribuir el producto en diferentes tiendas y mercados de La Ceja. Las primeras tiendas a las cuales se proyecta llegar a distribuir son 2 comercios de productos vegetarianos ubicadas en este municipio y luego comenzar a expandirnos a algunos mercados por

¹ (nombre, logo, isotipo)

todo el territorio. Las tiendas en las que se comenzará a distribuir las proteínas están ubicadas una en el mall heliconias (tienda Terra) y el mercado vivant. En estos comercios se tiene un alto flujo de visitantes los fines de semana y un poco más reducido en semana durante su horario de operación desde las 10:00am hasta las 18:00pm.

De esta manera podremos comenzar a darnos a conocer para posicionar nuestra marca ante diferentes clientes y distribuidores.

Propuesta de valor

Instaburger ofrecerá productos elaborados con materias primas de la mejor calidad. Apoyando el agro local se van a utilizar productos de primer nivel como lo son, por ejemplo: garbanzos, quinua, lentejas y soja, producidos por los campesinos del oriente antioqueño (La Ceja, Rionegro, etc). Se realizará un proceso de producción limpio, sin aditivos químicos que nos permita ofrecer un mejor sabor en el producto y así mismo sin deteriorar los nutrientes que tienen estos alimentos base.

En el municipio no se tiene referencia de otras empresas productoras de este tipo de productos, por lo que puede ser un punto a favor para la producción y distribución de los mismos. Con la elaboración de esta forma estaremos brindándole al cliente una frescura y naturalidad del producto, las cuales queremos que sean nuestro factor diferenciador y por los cuáles los clientes nos elijan.

Canales de Comercialización

Estas entregas se harán directamente por nosotros a los diferentes clientes en sus locales comerciales; más adelante cuando el producto esté posicionado en el mercado dentro del municipio, prestaremos el servicio de entrega a domicilio a los consumidores finales. Para este comienzo se usará un canal de distribución corto, teniendo una relación directa con el (los) comercio(s) en los cuales se van a comercializar las proteínas. En las tiendas escogidas para comenzar, estaremos

ofreciendo todo un plan de distribución que nos permita estar presentes de manera constante y con la mayor calidad las diferentes opciones de proteína planteadas.

Este proceso de comercialización será directamente manejado por los mismos productores con los clientes de las tiendas de comida vegetariana.

Relación con los clientes

Mediante una ágil atención de los pedidos, se tendrá un stock permanente en las diferentes tiendas en las que se distribuirá el producto. Adicionalmente se desea tener una relación cercana con los comercios y clientes, brindándoles de esta manera una atención pre y post venta de la mejor calidad. Al ser un proyecto que busca fomentar la sana alimentación, facilitaremos en alianza con diferentes nutricionistas del municipio un plan de trabajo conjunto y asesoramiento nutricional.

Fuentes de ingreso

En este proyecto contaremos con diferentes formas para recaudar los ingresos. Estos medios son de fácil acceso para cualquier persona/cliente por lo que nos facilitara la obtención y almacenamiento de los recursos.

Aprovechando las facilidades tecnológicas, tendremos como herramientas las transferencias, el uso de tarjetas, uso de las diferentes plataformas de pago y las tiendas físicas en las que se encontrará los productos.

Recursos clave

Dentro de nuestra empresa se tienen como bases de funcionamiento los inventarios, para tener en todo momento materias primas y productos para cumplir con los pedidos de los clientes, el personal

de ventas, ya que serán las personas encargadas de la relación con los comercios y los promotores de la marca, ya que con este personal estaremos haciendo presencia en los comercios en los que se ofrecerá el producto y de esta forma intentar cautivar más consumidores mostrándoles los beneficios de consumir nuestros productos.

Actividades clave

Dentro de la empresa se tienen tres actividades en las cuales estaremos enfocados para tener en correcto funcionamiento la empresa, dichas actividades son: la cadena de suministros, la producción y el mercadeo.

Socios clave²

Para Instaburger es de vital importancia tener una relación lo más estructurada y cordial posible con grupos clave como lo son los proveedores, los trabajadores y los distribuidores.

Al tener un trabajo de la mano con los proveedores se garantizará un constante abastecimiento de las materias primas necesarias para la elaboración del producto y a unos buenos precios a comparación del resto en el mercado. Así mismo al tener una relación cordial con los trabajadores se podrá tener un mejor y más ágil manera de elaborar los productos que vamos a ofrecer. Se tiene como gran premisa que el activo más valioso son los propios empleados. Ya al tener un buen manejo de las dos anteriores, buscaremos tener unas relaciones comerciales de la mejor calidad con nuestros distribuidores para que de esta manera los productos se muevan en gran manera en las diferentes tiendas.

Dentro de nuestros socios clave tenemos nuestros proveedores los cuales están enfocados en diferentes ramas como lo son: Shangai Rui Mei packing material y plásticos G&C (materiales de

² (Enfatizar en los proveedores y distribuidores clave y en cómo se verá reflejado el beneficio de la alianza con esos socios)

empaque), Litografía Narajamotion (impresión de etiquetas), comercializadora los pájaros (insumos vegetales), entre otros.

Estructura de costos

Dentro de la estructura financiera los costos se tendrán muy presentes, ya que al tenerlos vigilados y correctamente manejados vamos a tener una mejor visión de los recursos disponibles y de este modo podremos enfocar los recursos en la consecución de los objetivos planteados. Dentro de las estructuras de costos de la empresa se tienen tres partes las cuales se les brindará especial atención como lo son: el pago a proveedores, el pago de nómina y los costos de producción y distribución.

MODELO DE NEGOCIO: INSTABURGER				
SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE	SEGMENTO CLIENTES
* Proveedores	* Cadena de suministros	La fresca y naturalidad del producto, su fácil forma de preparación y su precio son nuestras principales bases para que nuestros consumidores estén a gusto con el producto.	* Servicio/Asesoría pre y post venta	Este producto será enfocado para distribuir en varios negocios de comida veggie del municipio de La Ceja. En estas tiendas se ofrecerán las diferentes opciones se desarrollaran como complemento de comida rápida (proteína).
	* Producción		* Ágil atención en los pedidos	
* Trabajadores	* Mercadeo		* Asesorías nutricionales en alianza con nutricionistas del municipio	
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
* Distribuidores	* Personal de ventas		* Puntos de venta en el municipio	
	* Promotores de la marca		* Redes sociales	
	* Inventarios	* Página WEB		
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTES DE INGRESO		
* Pago a proveedores		* Tiendas en las que se vende el producto		
* Nómina		* Recursos propios		
* Costos de distribución // Mercadeo		* Préstamo en entidades bancarias		

GRÁFICA 2 MODELO CANVAS

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis del entorno³

Estamos ubicados en una zona (municipio La Ceja) que ha estado cambiando en los últimos años, uno de esos cambios es la fabricación de la comida a base de vegetales que ha tomado fuerza; ya que han descubierto lo saludable de ésta y los beneficios que trae al cuerpo la ingesta de la misma. La zona geográfica de La Ceja es una zona muy apta para el cultivo de vegetales ya que se encuentran varias empresas dedicadas a la producción de vegetales, lo que facilitará la compra de las materias primas y no habría que esperar para tenerlas disponibles para la elaboración de las proteínas.

Dentro del análisis de los factores que tenemos en el país y la región, encontramos ciertas “problemáticas” que nos podrían traer consecuencias para el negocio tales como: la inflación: ya que se pueden encarecer el precio de los insumos y problemas de orden público tales como paros o bloqueos ya que estos podrían hacer subir drásticamente el precio de las materia prima e incluso estas podrían escasear.

Para realizar un mejor análisis del entorno, se analizarán las siguientes fuerzas:

POLÍTICOS LEGALES: Para este tipo de negocio tenemos presentes las siguientes normas:

Resolución 2674 de 2013: establece los requisitos sanitarios que se deben cumplir para las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos

Resolución 2505 de 2004: Por la cual se reglamentan las condiciones que deben cumplir los vehículos para transportar carne, pescado o alimentos fácilmente corruptibles

³ (PESTEL) (En la dimensión Legal considerar, si los hubiere, los requerimientos legales necesarios para la consolidación de la idea de negocio como licencias, permisos, entre otros.)

Resolución 2184 de 2019: Busca fortalecer el uso racional de las bolsas plásticas en el país, así como la generación del código de colores para el manejo de los residuos sólidos, fomentando la cultura ciudadana en este aspecto

Resolución 5109 de 2005: Resolución establece los requisitos de Rotulado o Etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados o materias primas para consumo humano.

ECONOMICAS: En la parte económica se observa que este sector de mercado viene teniendo una aceptación cada vez mayor, por lo tanto desde nuestro municipio puede ser una muy buena opción de penetración y desarrollo; aunque se viene presentando diversas dificultades debido a la pandemia en la cuál atravesamos; pero los mercados y nuevos hábitos de consumo hace de la reactivación económica una cara positiva para el entorno.

SOCIO CULTURALES: Los hábitos alimenticios están cambiando y la aceptación de nuevas formas de alimentación basado en plantas está en auge; tanto por la nueva consciencia de las nuevas generaciones como todo lo que hemos podido vivir gracias a CIVID 19, donde las personas se replantean sus hábitos de proteína animal debido a un riesgo de contagio de enfermedades. Tener una alimentación consciente, respetando los ciclos de vida de los animales y fomentando la producción, consumo de vegetales es una tendencia en crecimiento.

TECNOLÓGICAS: Los procesos productivos para tener una eficiencia y mayores utilidades cuando se alcance el punto de equilibrio, se basa en la obtención de tecnología, máquinas que aporten a la tecnificación y procesamiento de las proteínas, empaques sostenibles y de producción ágil; son la tendencia en este tipo de negocios.

ECOLÓGICAS: Para el proceso de producción se utilizan insumos que aporten a ser amigables con el medio ambiente usando materiales reciclables ya sea en los empaques o etiquetas; adicionalmente dentro de los procesos se puede hacer un manejo de los residuos para tener una huella de carbono positiva.

Análisis del sector⁴

Podemos observar que en el municipio de La Ceja no hay ninguna empresa dedicada a la producción de este tipo de proteínas o a productos enfocados a las personas veganas o vegetarianas.

Dado esto, se tiene una gran ventaja al no tener una competencia directa, por lo que será un punto muy a favor al momento de comenzar a posicionar la marca y los productos en el pueblo y en las tiendas que se escogieron para comenzar a distribuir.

⁴ (composición del sector / comportamiento del sector mediante el seguimiento de variables macro como aporte al PIB, producción, ventas, exportaciones, importaciones, empleo) / tendencias del sector (cambios en los hábitos y preferencias del consumidor, tendencias)

Comenzar con esta empresa en el municipio es una gran oportunidad debido a que casi todos los productos que se relacionan con este ámbito vegetariano-vegano son traídos de otras ciudades, lo cual puede incrementar sus costos o ralentizar los tiempos de entrega al momento de tener la proteína en todo momento disponible en las tiendas.

Por lo anterior nuestro punto inicio para el proyecto es el municipio de La Ceja en las tiendas anteriormente mencionadas. Adicionalmente encontramos que nuestro tipo de mercado es competitivo perfecto y vemos que no hay una marca que brinde una gran diferencia del resto de productos.

Ya hablando en términos un poco más de economía, encontramos que esta tendencia está teniendo una gran acogida pero en Colombia propiamente no se tiene cifras exactas y claras que muestren el aumento de la población consumidora de comida vegetariana y/o vegana ni existe una medición de la cantidad de establecimientos o tiendas de este tipo. Ya hablando más globalmente encontramos que “En términos de porcentaje del PIB mundial esperado en 2050, estos ahorros ascienden a 2,3% para dietas saludables, 3% para dietas vegetarianas y 3,3% para dietas veganas”, señala el estudio” (Portafolio, sept. 2018).

Se prevé que en un par de meses se pueda tener un reconocimiento amplio en el pueblo y se comience a expandir los productos por mas tiendas del oriente e incluso poder llegar a otras ciudades.

Mercado potencial

En el municipio se encuentran 2 lugares en los cuales se venden diferentes tipos de comida vegetal, nosotros como empresa queremos entrar a competir con precio y calidad al ser nosotros mismos los encargados de producir los productos y como somos de la región generaremos confianza en el mercado.

Mercado disponible

Queremos entrar a tiendas pequeñas y a negocios en los cuales se presta el servicio de venta de comida vegetal lo queremos hacer compitiendo con calidad y precio.

Mercado meta

Nuestro enfoque va a personas que tengan una alimentación sana que sean vegetarianos o veganos y que quieran cuidarse consumiendo un alimento hecho con productos frescos y con altos estándares de calidad. Adicional a lo anterior estaremos abarcando tanto el mercado vegetariano como el vegano, prestando especial atención a los insumos para la producción de las proteínas y de esta forma que todos los consumidores estén a gusto con el producto, apoyando a las tiendas para que se extienda la comunicación al consumidor final.

Investigación del mercado

Reconociendo el territorio y teniendo en cuenta el público al cuál queremos llegar, identificamos estas dos marcas, las cuáles tienen el siguiente concepto de apertura del nuevo producto.

Tienda Terra: “Nos alegra mucho saber que en el municipio se quiera llevar a cabo el desarrollo de nuevos productos y nuevas marcas de proteínas. Consideramos que es un mercado que está en constante movimiento y crecimiento; Con esta nueva marca de proteínas se puede potenciar el mercado comercial local ofreciendo muy buenos precios y opciones de productos.”

Mercado Vivant: “Es una idea muy positiva que puede traer muy buenos resultados en tema de crecimiento de este tipo de mercado en el pueblo. Creemos firmemente que esta idea de creación de una nueva marca de productos vegetarianos y veganos va a dinamizar el movimiento de este tipo de productos en un mercado que viene creciendo y teniendo muy buena aceptación.”

Objetivos de la investigación de mercados

Objetivo General:

Desarrollar un plan de negocio de la empresa de comida insta Burger empresa que en el 2022 se encargará de distribuir proteína vegetal a múltiples tiendas en el municipio de La Ceja.

Objetivos Específicos:

1. Realizar un estudio de mercado en el municipio de La Ceja para ver viabilidad del producto InstaBurger.
2. Analizar todo el proceso de producción de la proteína vegetal para la venta en el municipio de La Ceja.
3. Elaborar un estudio de costos para definir el punto de equilibrio del proyecto
4. Desarrollar un plan de comunicación y promoción para la distribución de la proteína vegetal por diferentes establecimientos comerciales en La Ceja.

Aspectos metodológicos⁵

En este caso de desarrollo de un producto se considera que es más útil la investigación cuantitativa, esto debido a que se desea conocer cifras concretas en cuanto a porcentajes la aceptación o expectativa en los diferentes lugares donde se pondrá a la venta el producto. A su vez estas cifras van a permitir tomar decisiones en cuanto al precio que se desea vender y cuanto serían las

⁵ (técnicas de recolección de información, de la investigación de mercados)

ganancias según una proyección de ventas. Este tipo de investigación va a permitir también estar en un contacto más directo con los clientes potenciales y clientes finales.

Para el estudio de mercado se prevé recorrer las tiendas del municipio de La Ceja, en las cuales se tiene planeado comenzar a vender el producto. De esta manera se pueden buscar y definir los lugares (mercados, tiendas, etc) en los que se comenzará a ofertar dicha hamburguesa. Realizando estos recorridos también se obtendrá información de primera mano de los consumidores y vendedores.

Adicional a conocer los lugares de distribución, se definirá el sitio en el cual se van a elaborar estos productos, la intención es encontrar un sitio acorde en La Ceja que contenga todas las condiciones para elaborar productos alimenticios con estándares de calidad y salubridad. Este municipio se escoge también por cercanía al domicilio de los integrantes.

Para el estudio de costos se pretende conocer cuánto dinero será necesario para comenzar a operar en cuanto a materias primas y de acuerdo a este determinar el costo de venta de cada unidad de hamburguesa. Adicionalmente se quiere determinar el costo para la dotación de todos los elementos necesarios para la preparación del producto. Acto seguido analizaremos cuál es la mejor opción de agencias de marketing en el oriente, esto con el fin de determinar cuáles ofrecen el mejor portafolio en cuanto a la promoción de la empresa y el producto en el Oriente Antioqueño.

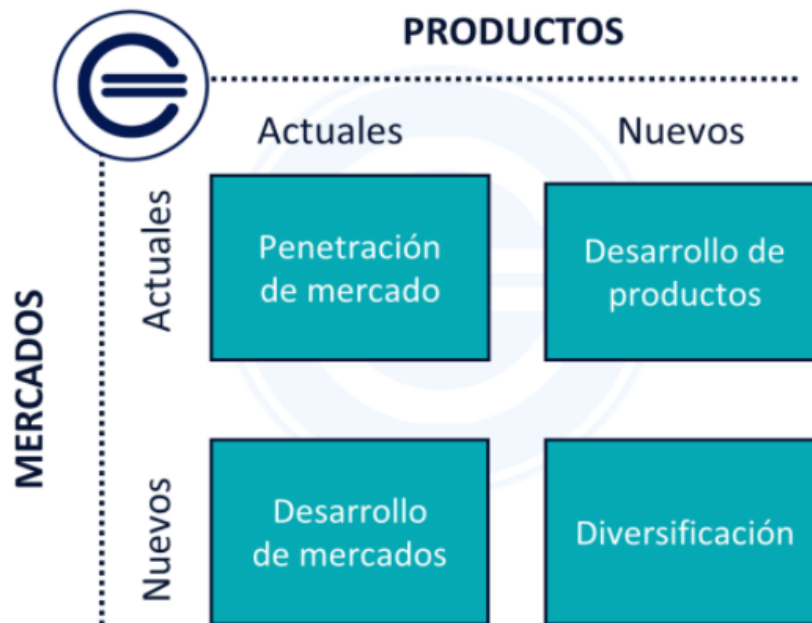
En este proyecto en particular se van a buscar y usar fuentes secundarias y terciarias, esto dado que se buscarán encuestas o algún otro estudio realizado por personas o entidades no solo en el Oriente Antioqueño sino en Colombia. Se espera lograr obtener de estas fuentes la información más fidedigna y formal posible para la correcta implementación del proyecto.

La información que se logre recolectar durante el proceso de implementación del producto, será graficada de la manera más adecuada y ordenada posible en Excel, ya que de esta forma se podrán tener los datos agrupados y mostrados gráficamente para una fácil interpretación y toma de decisiones, adicionalmente las encuestas y demás material que se obtenga en cualquier etapa del proyecto serán almacenadas físicamente en caso de posterior verificación o análisis.

Análisis de la competencia

Para este sector de producción de proteínas vegetales encontramos con que en el municipio de La Ceja seremos los únicos encargados de elaborar estos productos por lo que no encontramos una competencia directa. Ya en el tema de la competencia indirecta nos encontramos con un amplio mercado de marcas que producen otro tipo de carnes (no vegetales) y que tienen un amplio renombre a nivel local y nacional. Estas marcas no se tienen tanto como competencia debido a que por su volumen de producción, tecnología, alcance y músculo financiero no entraríamos a “ganarle mercado” a dichas industrias como lo son Rica, Zenú, Colanta, Pietran, entre otras.

Estrategias de la mezcla de mercadeo⁶



Tomada de: <https://economipedia.com/>

GRÁFICA 3 MATRIZ ANSOFF

Dentro de la matriz de producto, el emprendimiento de InstaBurger está en el cuadrante de un mercado actual, pero con un producto nuevo; por ende estamos desarrollando un producto.

Producto: Se van a ofrecer 4 sabores de proteína; la soja, la lenteja, garbanzo y quinua; que tienen como beneficios: Son menos acidificantes pues van acompañadas de más sales minerales; contienen menos grasas y son insaturadas, volviéndolas más saludables; no contienen colesterol, aportan fibra y son fáciles de digerir.

El empaque será empacado al vacío en un empaque ecológico que una vez utilizado sirve como compostaje.

⁶ (producto, precio, promoción y distribución)

Precio: Se prevé un precio entre los \$10.000 y los \$12.000 COP; el cual estará accesible a los clientes seleccionados como al consumidor final si éste lo deseara adquirir más adelante.

Plaza: Para la distribución en un principio a los dos clientes usaremos un canal directo ya que seremos nosotros mismos (los productores) los que llevaremos los productos hasta los diferentes comercios, en un futuro cercano queremos llegar a tiendas y consumidores finales.

Promoción: En esta parte nos daremos a conocer mediante publicidad en las redes sociales, impulsadoras en los puntos de venta y algunos productos de merchandising que nos ayuden a crear un reconocimiento de marca dentro de los consumidores del municipio.

ESTUDIO TÉCNICO – OPERATIVO

Equipo de trabajo

Sergio A. Botero Bernal:

Estudiante de administración de empresas. Hace 10 años y medio trabaja en Tampa Cargo (hoy Avianca Cargo) en el área de control vuelos, en la cual ejerce un estudio realizado previamente (Oficial en Operaciones Aéreas). Siempre ha sido un aficionado de los viajes y las nuevas experiencias mediante el conocimiento de nuevas culturas y sus componentes.

Sebastián García Ramírez:

Estudiante de administración de empresas, de 8vo semestre; se desempeña actualmente en la empresa Madecentro, en el área comercial. Es una persona muy familiar, que desde pequeño le han inculcado muchos valores dentro de la crianza que ha tenido, le gusta mucho el deporte, compartir con amigos y trabajar en equipo. Es una persona que mantiene buena actitud en los problemas y sabe afrontarlos, me gusta conocer y aprender.

Tamaño del proyecto

Se van a invertir \$9'000.000 entre ambos socios (se detalla más adelante) para realizar todas las compras e inversiones necesarias para tener en marcha el proyecto. Se comenzará en el municipio de La Ceja pero se tiene proyectado en un tiempo estar ofreciendo las proteínas en el municipio de Rionegro, el Oriente cercano y ya en un futuro, ojalá no muy lejano, entrar al mercado de la ciudad en Medellín logrando ser una de las marcas más reconocidas.

Localización del proyecto

Este proyecto va a tener su sede e inicio de operación en el municipio de La Ceja, ya que es donde está el domicilio de los integrantes y donde estarán comenzando a ofrecer las proteínas.

Procesos clave del negocio / Plan de implementación

ACTIVIDAD	2021												2022											
	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dicie.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dicie.	
Búsqueda e inicio de la idea de negocio																								
Integración del equipo																								
Creación de la marca																								
Plan de marketing																								
Desarrollo del producto																								
Tecnificación del producto																								
Lanzamiento de la imagen																								
Análisis del plan financiero																								
Explorar posibles proveedores																								
Relacionamiento con clientes																								
Publicidad en redes y otros medios																								
Gestión de ventas																								
Registro de marca																								
Contratación de promotoras																								
Capacitación de promotoras																								
Plan de expansión																								

GRÁFICA 4 PROCESOS CLAVE DEL NEGOCIO

ESTUDIO FINANCIERO

VARIABLES MACROECONÓMICAS BÁSICAS

Esta variable tiene como objetivo pronosticar las ganancias y/o pérdidas que en el desarrollo del proyecto puedan surgir desde la situación actual y a futuro. Con estas proyecciones se busca tener una toma de decisiones asertiva.

En el siguiente cuadro se presenta los costos de producción necesarios para el desarrollo del proyecto como lo son la propiedad planta y equipo y los insumos respectivos.

COSTOS DE PRODUCCION	AÑO 1	TOTAL
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		\$ 5.600.000
Maquina formadora de carne	\$ 600.000	
Empacadora al vacio	\$ 3.500.000	
Maquina codificadora	\$ 1.000.000	
Impresora etiquetas y codigos	\$ 500.000	
INSUMOS		\$ 782.500
Garbanzo (Bulto x 50 k)	\$ 160.000	
Quinoa(Bulto x 25 k)	\$ 250.000	
Chia (Bulto 25 k)	\$ 212.500	
Lentejas (Bulto-50 k)	\$ 160.000	
MANO DE OBRA		\$ 1.817.052
Sebastian Garcia Ramirez (socio 1)	\$ 908.526	
Sergio A Botero Bernal (socio 2)	\$ 908.526	
TOTAL COSTOS		\$ 8.199.552

GRÁFICA 5 COSTOS DE PRODUCCIÓN

En el siguiente cuadro se relacionan los gastos operativos en los cuales se debe incurrir para el mantenimiento y funcionamiento del proyecto.

GASTOS	AÑO 1
Arriendo local	\$ 800.000
Servicios Publicos	\$ 300.000
Publicidad	\$ 1.000.000
Bolsas y empaques	\$ 700.000
TOTAL GASTOS	\$ 2.800.000

GRÁFICA 6 ESTIMADO DE GASTOS

Adicional a estos montos mostrados tenemos la siguiente proyección:

INGRESOS ANUALES: \$48.000.000

MENSUALES: \$4.000.000

Pago a contador: \$1.200.000

TIR

periodo	flujo de caja
Año 1	48,000,000
Año 2	58,000,000
Año 3	68,000,000
Año 4	78,000,000
Año 5	88,000,000

tir 10,00%

GRAFICA 7 TIR

La tasa de interés retorno es del 10 % anual es, lo que esperamos tener de rentabilidad año tras año es lo que tenemos esperado generar con nuestra empresa.

VPN

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VPN	-9,000,000	10,822,500	12,645,000	14,467,500	16,290,000	18,112,500
	20,25 %					
	1,822,500					

GRÁFICA 8 VPN

Nuestro VPN nos demuestra que año tras año vamos a tener un aumento de 20.25% lo que nos genera unas ganancias de 1.822.500 anuales lo que nos permite librar nuestra inversión inicial a los 5 años.

Comportamiento de ventas

Se prevé un total de ventas de: \$48.000.000 anuales

Mensualmente se prevé una venta de: \$4.000.000.

Este margen es un posible de ventas que se espera realizar al inicio de la venta de nuestro producto.

Análisis de inversiones

Se espera realizar una inversión aproximada de \$9.000.000 los cuales se reparten entre los 2 inversionistas los cuales se reparten en:

Inversionista 1: \$4.500.000

Inversionista 2: \$4.500.000

Costos de producción

Como se planteó en el cuadro anterior, se tienen estipulados los costos iniciales de producción que están divididos en tres partes que son: propiedad, planta y equipo (5'600.000), insumos (782.000) y mano de obra (1'817.052). Con el tiempo estos costos pueden disminuir ya que los equipos necesarios y cierta cantidad de insumos ya se tienen y las inversiones van a ser en menor cuantía.

Gastos de administración y ventas

Nuestros gastos están repartidos entre los 2 socios, los cuales van a recibir mensualmente un salario de \$908.526. Ambos socios se van a encargar directamente de la venta y distribución de nuestros materiales y también la recolección del mismo.

Análisis de punto de equilibrio

El punto de equilibrio se encontrará a partir de generar ventas por: \$3.199.776; este punto de equilibrio lo encontramos con la fórmula de total ventas: \$8.199.552 dividido precio \$2.000.000 menos costo de producción: \$900.000.

Tratamos de lograr nuestro punto de equilibrio al 4 mes.

Estados financieros proyectados

Nuestra proyección financiera la tenemos a 1 año ya que es cuando esperamos empezar a generar ganancias y nuestro punto de equilibrio lo queremos lograr al 4 mes. Queremos también tener en cuenta la necesidad de maquinaria nueva ya que cada año es necesario una renovación de tecnología, lo que la empresa Instaburger tiene proyectado es un crecimiento de un promedio del 15% anual gracias a lo que hemos encontrado con nuestra investigación de campo acerca de los porcentajes en que la comida vegana viene tomando fuerza.

Criterios de inversión⁷

Nuestros criterios están primordialmente enfocados en nuestros 2 socios principales los cuales van a invertir cada uno un monto de \$4.500.000, de los cuales se proyecta recuperar la inversión más o menos en 4 meses.

⁷ (VPN, TIR, Periodo de recuperación de la inversión)

CONCLUSIONES

*Estimamos que se tendrá una muy buena acogida en el mercado local dado que este está teniendo un muy buen desarrollo y por tanto este sería una muy buena opción para el apoyo al comercio local.

*Se tiene una muy buena aceptación a la creación de una empresa que pueda producir este tipo productos en el municipio de La Ceja.

*Podremos tener un mayor alcance del producto teniendo un constante manejo de las diferentes redes sociales.

*Se considera que este proyecto no requiere de una inversión relativamente “alta” y se tendría una pronta recuperación de esta inversión y estabilidad del producto.

*Al momento de tener una estabilidad de la marca se podrá iniciar una expansión por los diferentes municipios del Oriente cercano.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Betancourt, D. F. (01 de septiembre de 2018). *Cómo hacer un Análisis PESTEL*.

www.ingenioempresa.com/analisis-pestel.

Blasco Mercedes (2020-16-11) Proteínas vegetales: beneficios, de dónde obtenerlas y cómo tomarlas. https://www.cuerpomente.com/alimentacion/proteinas-vegetales-salud_7182

Clavijo Camilo (2020-02-11) Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué sirve y cómo se utiliza?

<https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>

Formación en manipulación de alimentos

<https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/>

Gastronomía&cía (2017-29-08) Hamburguesas de lentejas, receta fácil.

<https://gastronomiaycia.republica.com/2017/08/29/hamburguesas-de-lentejas-receta-facil/>

Paula Nicole Roldán (29 de junio, 2017). Matriz de Ansoff

<https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-ansoff.html>

Portafolio (19 septiembre 2018) Los beneficios económicos del vegetarianismo y veganismo

<https://www.portafolio.co/tendencias/vegetarianismo-una-oportunidad-de-negocio-aun-no-se-explora-521227>