



PROYECTO PRODUCTIVO

Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Actividad No 3. ANÁLISIS DEL MERCADO

El análisis de mercado consiste en una recolección de datos sobre clientes, competidores, y el mercado en el que nos queremos desarrollar, en general, que servirá para su posterior estudio.

Del análisis de estos datos se sacan otra información como las tendencias del mercado, el posicionamiento de la empresa, del producto, etc.

DESARROLLO DE ACTIVIDAD:

1. Teniendo en cuenta el enfoque del proyecto, identifique los productos o servicios que desea ofrecer y realice una breve descripción de cada uno de ellos.

Se sugiere que identifique entre 3 o cuatro productos y/o servicios

- **ABORRAJADOS:** producto alimenticio elaborado con 2 tajadas de plátano frito muy maduro en medio de estos tiene un trozo de queso de similar forma y tamaño de las tajadas y que posteriormente se prensan para ser bañados o cubiertos por un rebosado y se sofríe.
- **PASTEL DE YUCA:** amasijo o base de yuca cocida y macerada, que se moldea y se le da forma semi redonda y se coloca en el centro de ella una cantidad considerable de carne desmechada mezclada con guiso u hogo, se envuelve y se prensa con los dedos, dándole forma cilíndrica con extremos puntudos que se sellan, que luego se sofríe.
- **BOLITAS DE CARNE:** Tipo de albóndiga muy bien sazonada que se frit a fuego súper lento y se acompaña con patacón.

2. Teniendo en cuenta el punto anterior, el aprendiz debe diseñar un portafolio de servicios. Para ello utilice la creatividad, de tal forma que sea atractivo para los clientes.

Bocaditos tradicionales nace en el momento que llegamos a la ciudad de Cali, Valle. Mi madre, abuelas, y demás familiares siempre han tenido una excelente sazón y han preparado sus alimentos conservando las técnicas, ingredientes, sabor y presentación tradicional de los productos, y ha sido nuestra consigna, promover estas formas en todos lo que elaboramos. La sazón tradicional se convirtió en la oportunidad de generar ingresos y atraer a muchos clientes que día a día nos recomiendan y comparten la idea de conservar y promover la preparación de los alimentos de la manera tradicional de nuestros

antepasados, utilizando ingredientes de excelente calidad, condimentos naturales, y técnicas tradicionales que tienen como ingrediente principal muchísimo amor.



ABORRAJADO:
Delicioso bocado que combina el sabor del queso y el plátano maduro.



BOLITA DE CARNE
Sensacional bocado que mezcla el sabor de carne molida con finas hiervas.



PASTEL DE YUCA
Bocado delicioso de amasijo de yuca, relleno con carne desmechada

- **Misión:** Bocaditos tradicionales es una microempresa que contribuye a generar hábitos saludables en los consumidores utilizando técnicas tradicionales para la



preparación de productos gastronómicos de la cultura vallecaucana, siguiendo estándares de alta calidad con la incorporación de ingredientes de la región satisfaciendo el paladar del comensal de la ciudad de Cali y su zona de influencia

- **VISION:** Para el año 2025 ser una empresa referente y ejemplo para todos aquellos gremios gastronómicos que promocionan y resaltan los sabores tradiciones y promueven el hábito de consumir alimentos saludables.
- **DIFERENCIA:** el ser diferentes en algo con respecto a la competencia, permite generar en el cliente curiosidad, recordación y atracción.
- ***EXCELENCIA:** esta debe estar implícita en todo el proceso de comienzo a fin, la excelencia es quien permite que un producto o servicio se posicione y se perpetúe
- ***RESPONSABILIDAD:** solo quien incluye este valor en todos los procesos, independiente mente de cual sea, puede garantizar que va a obtener buenos resultados. La responsabilidad parte desde serlo con uno mismo, pues el hacer algo sin ella, significa perder en todo sentido.
- ***EMOCIONALIDAD:** en mi opinión muy personal, este es uno de mis valores principales, pues es a través de este, me identifico con los clientes. Cuando ofrezco un producto elaborado con mis propias manos, de forma artesanal y donde pongo en práctica mis conocimientos sumados a la intención de lograr escuchar del cliente que cada producto que consume tiene un sabor diferente, que lo identifica con los de su hogar y que lo trasladan a momentos específicos.
- ***PASION:** los sabores tradicionales son mi pasión, poder transmitir a través de ellos el orgullo y amor que siento por la cocina tradicional colombiana. Es apasionante poder generar emociones a través de los sabores.

NUESTROS SERVICIOS: Contamos con un punto de venta al detal en la calle 3B número 96-19 Barrio Meléndez y el servicio de domicilio para pedidos al por mayor.

En nuestro menú contamos con variedad de productos como: pasteles de yuca, bolitas de carne, aborrajados, empanadas, masitas de choclo, papas rellenas, papas aborrajadas, agua de panela con limón y champús.



3. Identificar los clientes potenciales:

- **Hombres y mujeres a partir de los 15 años, residentes y transeúntes de la ciudad de Cali y visitantes.**

Frecuencia de sus compras: diario

El volumen de sus compras: de acuerdo al producto, tamaño y precio.

Cantidad de compra: Normalmente de 1 a 3 por persona, 100 unidades diarias.

Su grado de influencia: alto.

- **Instituciones públicas y privadas del municipio de Cali.**

Frecuencia de sus compras: Eventual



El volumen de sus compras: de acuerdo al producto, tamaño y precio.

Cantidad de compra: Normalmente 50 a 150 unidades de cada producto.
Generalmente son elegidos 2 o 3 de los productos.

Su grado de influencia: alto.

- **Familias de la comuna 18 del municipio de Cali**

Frecuencia de sus compras: Semanal

El volumen de sus compras: de acuerdo al producto, tamaño y precio.

Cantidad: Normalmente 10 a 20 unidades

Su grado de influencia: alto.

4. Análisis de la Competencia:

NOMBRE	TIPO DE EMPRESA	MUNICIPIO	FODA
			Fortalezas – Oportunidades – Debilidades - Amenazas
Panadería Semilleros	Panadería	Cali	-Variedad de productos -Precios económicos -Posee un local adecuado y bien posicionado
Panadería Kositas de Hornos	Panadería	Cali	-Variedad de productos -Precios económicos -Ofrece productos similares y a precio inferiores.
Pizzeria Zion	Pizzeria	Cali	- La variedad en sabores. -Reconocimiento por parte de los comensales oriundos -Precios económicos
Restaurante y asadero Las Alas de Makuto	Restaurante y asadero	Cali	- Variedad de platos ofrecidos -Precios económicos -Especialistas en platos a la carta
Piqueteadero Vakaniado	Piqueteadero	Cali	- Variedad de platos ofrecidos -Ubicado en un sitio estratégico -Precios económicos



Variables – Factores de Éxito	Peso	Pizzería Zion		Restaurante y asadero Las Alas de Makuto	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
1. Calidad de los productos	0.20	3	0.6	2	0.4
2. Precios	0.15	3	0.45	3	0.45
3. Experiencia	0.20	2	0.4	3	0.6
4. Gama de productos	0.20	4	0.8	4	0.8
5. Tecnología aplicada	0.15	1	0.15	1	0.15
6. Publicidad	0.10	2	0.2	2	0.2
Total	1.00		2.9		2.9

Calificación: 1 Muy Débil 2: Débil 3: Fuerte 4: Muy fuerte

Análisis: En relación a los resultados podemos concluir que tenemos una competencia fuerte y que se deben plantear estrategias que contribuyan a mejorar nuestro nivel frente a ellas.

5. Desarrolle el análisis DOFA de su proyecto. Con el fin de tener una visión clara sobre su proyecto realice un cuadro donde identifique: Las variables internas de su proyecto (Debilidades y Fortalezas) y las variables externas (Oportunidades y Amenazas).

DEBILIDADES: 1. Carencia de equipos necesarios para la elaboración de productos gastronómicos en cantidad.	FORTALEZAS: 1. Contar con recetas propias.
--	--



<p>2. Carencia de información confiable acerca del proceso productivo de la competencia.</p> <p>3. El Producto de la empresa es de características artesanales</p>	<p>2. Poseer personal capacitado Sena en procesos gastronómicos.</p> <p>3. Productos elaborados con materia prima de calidad.</p> <p>4. Poseer tabla de precios favorables para el segmento de clientes.</p>
<p>OPORTUNIDADES:</p> <p>1. Disponibilidad de diversas fuentes de materia prima en el entorno.</p> <p>2. Presencia de clientes potenciales dentro del municipio y su zona de influencia.</p> <p>3. Los precios del producto ofrecidos por la competencia son altos.</p> <p>4. Auge de redes sociales para promocionar los productos.</p>	<p>AMENAZAS:</p> <p>1. Pandemia por Covid-19 en Colombia.</p> <p>2. Competencia especializada en el entorno.</p> <p>3. Los impuestos.</p> <p>4. Dificultades para la formalización empresarial.</p> <p>5. La influencia de platos y productos gastronómicos en la población colombiana.</p>

Estrategias DO:

1. Implementar servicios novedosos como estrategia publicitaria a través de las diferentes redes sociales y otros medios para llamar la atención de los clientes.
2. Adquirir equipos necesarios para la elaboración de productos gastronómicos en cantidad.

Estrategias FO:

1. Conservar la calidad y precios de los productos tradicionales y desarrollar nuevos que atraigan y fidelicen a nuevos y antiguos clientes.
2. Implementar estrategias de publicidad en redes sociales para promocionar los productos

Estrategias DA:

1. Desarrollar procesos que permitan mediante estudio a la competencia ofrecer productos novedosos para el segmento de clientes



2. Implementar servicio a domicilio, para contrarrestar la situación del covid 19.

Estrategias FA:

1. Realizar planes promocionales que atraigan un mayor número de clientes potenciales dentro del municipio de Cali

2. Elaborar productos nuevos teniendo en cuenta la situación presente por el covid 19.

Nombre Aprendiz: FARIDES MADRID CASTILLO

ID: 55 199 306

Programa: TECNICO EN COCINA

Ficha No.:
1598433

Calificación: A

Líder programa: FABIAN CASTAÑEDA

Instructor emprendimiento: Wilmer González Becerra

Fecha: 17/06/2020