

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Gerencia Estratégica.
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Proyecto Papas Saborizadas.
3	AUTOR(es)	Gil Quintero, José Gregorio.
4	AÑO Y MES	2012-02
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Luis Germán Fracica Naranjo.
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>Esta Tesis desarrolla la implementación de un modelo de negocio a partir de la papa como producto de comida rápida.</p> <p>En la mayoría de establecimientos de comida rápida, la papa se convierte en acompañamiento y complemento de los productos principales (perros, hamburguesas, salchichas, etc.); en este proyecto, la papa, uno de los principales alimentos de consumo en Colombia, se convierte en el protagonista, ofreciéndolo al consumidor en diferentes variaciones, y con acompañamientos especiales para darle al producto un toque diferente. Adicionalmente, alrededor del modelo de negocio se desarrolla un proceso de planificación estratégica que permite direccionar adecuadamente el modelo de negocio en sus primeros dos años de operaciones.</p> <p>Abstract This thesis develops the implementation of a business model based on potato as fast food product.</p> <p>In most fast food businesses, potatoes becomes support and complement the main products (hot dogs, hamburgers, sausages, etc..), In this project, potatoes, one of leading food in Colombia, becomes in the main product, offering it to consumers in different variations and special accompaniments. This business model is complemented with a Strategic Planning Process for the first two (2) years of operations.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Comidas rápidas. Papas fritas precocidas. Saborizantes. Complementos. Negocio.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector económico: comercio y servicios. Actividad económica: CIIU 5529. Otros tipos de expendio ncp de alimentos preparados.
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de Negocios.

10	OBJETIVO GENERAL	El principal objetivo de este plan de negocios es poder establecer, en una combinación de producto diferenciador, como lo son las papas saborizadas, y un proceso metodológico de desarrollo del mismo, un plan estratégico enfocado en un nicho específico del mercado, que permita iniciar y poder consolidar su operación en dicho lapso de tiempo, y con resultados sólidos, de tal forma que su introducción y crecimiento llegue a ser sostenido en el largo plazo.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la conveniencia del uso de la materia prima principal (papa o producto precocido), con el fin de conocer si el proyecto requiere o no integración vertical. • Obtener un procedimiento para la saborización de la papa precocida <i>in situ</i>, de tal suerte que se pueda replicar en los puntos de venta del producto sin mayores variaciones. • Desarrollar un modelo de negocio basado en el proceso de planificación estratégica que permita obtener sostenibilidad del negocio a mediano y largo plazo. • Evaluar económica y financieramente el proyecto, de tal manera que se pueda analizar la conveniencia o no de su implementación.
12	RESUMEN GENERAL	<p>El desarrollo de un plan de negocios enfocado en el sector alimentos, y concretamente en el sector de las comidas rápidas, seguramente no tiene nada de novedoso y especial, sobretodo teniendo en cuenta que dentro de las oportunidades existentes en el país, el montar negocios de este estilo se convierten en la forma más fácil de obtener una fuente de ingresos. Muchos colombianos han optado por su montaje, y con ciertos valores agregados, como por ejemplo ubicación o productos ligeramente especiales, la han convertido en su opción de vida laboral.</p> <p>Ahora bien, son pocos los establecimientos de comidas rápidas que ofrecen valores agregados importantes, diferentes a aquellos ya reconocidos en el mercado, como Hamburguesas el Corral y Presto, entre otros. Establecimientos de comidas rápidas de un nivel y capacidad inferior se diferencian por estar ubicados en lugares claves en sectores de poca atención y alta demanda de producto.</p> <p>El principal objetivo de este plan de negocios es poder establecer, en una combinación de producto diferenciador, como lo son las papas saborizadas, y un proceso metodológico de desarrollo del mismo, un plan estratégico enfocado en un nicho específico del mercado, que permita iniciar y poder consolidar su operación en dicho lapso de tiempo, y con resultados sólidos, de tal forma que su introducción y crecimiento llegue a ser sostenido en el largo plazo.</p> <p>Cabe recordar que el atractivo del producto, la saborización de la papa, se convierte en una opción claramente diferente a lo encontrado en el mercado, y se enfoca en un producto de alta demanda dentro del consumidor colombiano, dándole a este producto el enfoque de comida rápida principal, que se complementará con alternativas de productos que le darán un toque especial en el mercado.</p>

13	CONCLUSIONES.	<p>La viabilidad de este proyecto se basa en la atractividad del producto hacia el mercado, así como la competitividad dentro del sector de comidas rápidas, recordando que el producto permite tener un alto flujo de caja que facilita no sólo la consecución de materias primas e insumos a mejores costos (reducción de costos por pronto pagos), sino también la posibilidad de poder ampliar y hacer crecer el negocio, en la misma medida que las recomendaciones estratégicas planteadas por la matriz McKinsey lo han sugerido.</p> <p>Pero no sólo se trata de ver el proyecto como una oportunidad de inversión y de negocio a mediano y largo plazo: se trata de analizar cómo se llega a atraer al consumidor con una oferta de producto innovadora, que genere interés en el mercado, y que mantenga la expectativa creciente en él.</p> <p>Gran parte de lo realizado dentro de las diferentes fases del proyecto permiten aclarar cuál es la mejor manera de realizar un producto diferente, de la manera más sencilla posible, logrando establecer alianzas con proveedores y creando sinergias interesantes que redundarán en atracción y diferenciación dentro de un sector altamente competido.</p> <p>Una de las fases más interesantes dentro del proyecto se basó en el desarrollo de un proceso de planificación estratégica a dos años, de tal manera que dentro de ese lapso de tiempo se tendrán completamente definidas las acciones a seguir y el direccionamiento que el negocio debe llevar para afianzar su participación en el mercado, y así posteriormente poder desarrollar un nuevo plan en un nuevo horizonte de tiempo que le permita sostener y crecer.</p> <p>Como se pudo observar, el enfoque en un nicho de mercado con alta demanda de este tipo de productos generará el suficiente interés y los ingresos necesarios para cumplir con los objetivos estratégicos planteados en el Cuadro de Mando Integral (CMI), el cual busca lograr un sostenimiento del negocio sin generar para los accionistas una mayor demanda de inversión, teniendo como premisas y pilares fundamentales a los colaboradores y la optimización de las operaciones dentro de las claves para lograr que el negocio mantenga estándares de tipo cadena de comidas rápidas, y que durante ese primer lapso de tiempo comience a generar valor a los accionistas.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>www.mccain.com.co www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm Material de clase Especialización en Gerencia Estratégica. Material de clase Implementación y Evaluación Estratégica, Prof. Ricardo Rivas.</p>

Vo Bo Asesor y Coordinador de Investigación:

CRISANTO QUIROGA OTÁLORA

Plan de Negocios Proyecto de Papas Saborizadas

José Gregorio Gil Quintero

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de:
Especialista en Gerencia Estratégica.

Director:

Luis Germán Fracica Naranjo.

Línea de Investigación:

Plan de Negocios

Universidad De La Sabana
Instituto de Postgrados FORUM
Bogotá D.C., Colombia

2.014