

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Postres Magolita

Trabajo de grado en Emprendimiento

María Alejandra Ibáñez González

Bogotá, D.C.

2023

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Postres Magolita

Trabajo de grado en Emprendimiento

María Alejandra Ibáñez González

Bajo la dirección de:

Centro de emprendimiento | UR Emprende

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2023

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis padres, Mariela González y Alfonso Ibáñez, por apoyarme durante todo mi proceso académico y por darme el ejemplo y las bases necesarias que por años han construido en Postres Magolita con esfuerzo y dedicación, y así, tener la posibilidad de realizar este proyecto emprendedor. A mi hermano, Nicolás Ibáñez, por brindarme siempre su comprensión, apoyo y guía en el transcurso de esta etapa. Y, para finalizar, quiero extender mi agradecimiento a Isabel Flórez porque gracias a su colaboración, consejos y apoyo constante, he tenido la oportunidad de transitar mis estudios universitarios en función de mi bienestar académico, emocional y mental.

María Alejandra Ibáñez González

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento “Postres Magolita”, en la opción de grado de emprendimiento y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

María Alejandra Ibáñez González

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

María Alejandra Ibáñez González

Tabla de Contenido

1	Introducción.....	13
1.1	Justificación	13
1.2	Objetivos de Investigación.....	14
1.3	Objetivo General	14
1.4	Objetivos Específicos	15
2	Identificación de la Oportunidad para Emprender.....	16
2.1	Origen de la Idea	16
2.2	Descripción del Problema.....	19
2.3	Mapa de Competidores	20
3	Selección y Validación del Usuario	25
3.1	Descripción del Buyer Persona	25
3.2	Hallazgos y Validaciones del Problema con el Usuario	26
4	Propuesta de Valor.....	35
4.1	Segmento del Cliente.....	35
4.2	Clientes Ideales	35
4.3	Alternativas de Solución y Criterios de Selección	36
4.4	Características de Producto o Servicio (Lienzo Propuesta de Valor).....	37
5	Prototipo Inicial	41
5.1	Hipótesis	45
5.2	Objetivos.....	46
5.3	Escenarios	47

5.4	Medición	49
5.5	Validación Financiera Piloto.....	50
6	Modelo de Negocio Ampliado.....	52
6.1	Modelo de Negocio Económico	52
6.2	La Verbalización del Modelo.....	53
6.3	Análisis Interno del Modelo de Negocio	54
6.4	Análisis del Mapa del Entorno del Modelo de Negocio	56
7	Validación Comercial.....	61
7.1	Construcción de Marca	61
7.2	Meta de Ventas.....	61
7.3	Pronóstico de Ventas Mensual	62
7.4	Número de Nuevos Clientes y Ticket Promedio Actual.....	63
8	Estrategia de Marketing	64
8.1	Funnel de Ventas y Actividades Comerciales.....	64
8.2	Lanzamiento.....	67
8.3	Presupuesto de Marketing.....	69
9	Aspectos Legales	70
9.1	Riesgos Jurídicos y Tributarios	70
9.2	Planeación Legal	74
10	Rentabilidad.....	77
10.1	Margen de Contribución por Producto o Servicio	77
10.2	Punto de Equilibrio en Unidades y Dinero por Producto	77
11	Referencias Bibliográficas	78

Lista de Tablas

Tabla 1 Margen de contribución por producto o servicio	77
Tabla 2 Margen de contribución por producto o servicio	77

Lista de Figuras

Figura 1 Origen de las ideas	19
Figura 2 Endulza tu paseo	21
Figura 3 Deli repostería	21
Figura 4 Todo rico.....	22
Figura 5 Mapa de competidores.....	23
Figura 6 Tarjeta buyer	25
Figura 7 Preguntas	27
Figura 8 Tarjeta de validación	29
Figura 9 Mapas de empatía.....	31
Figura 10 Lienzo de propuesta de valor	38
Figura 11 Sketch de prototipo.....	42
Figura 12 Viaje del usuario	48
Figura 13 Modelo canvas	52
Figura 14 Mapa del dolor	60

Resumen

Postres Magolita es una empresa productora y comercializadora de postres artesanales, y generadora de empleo a mujeres cabeza de familia. Está constituida hace más de quince años, y fue creada por Mariela González, animada por sus conocimientos culinarios, y en apoyo de Alfonso Ibáñez, que con sus conocimientos administrativos y contables lograron emprender este gran proyecto.

Postres Magolita es un proyecto que se enfoca en brindarle a las personas deliciosos postres artesanales, elaborados con todo el amor y la dedicación para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes, estos productos están elaborados con materia prima de la mejor calidad, frutas naturales y sin ningún tipo de conservante, son postres elaborados día a día para su consumo inmediato, esto permite ofrecer un producto fresco, delicioso y agradable al paladar, lo cual, nos brinda una ventaja competitiva, en comparación a nuestros competidores en el mercado y en la industria de los postres.

Esta empresa cuenta con tres puntos de venta, ubicados en la ciudad de Bogotá, el primer local, inaugurado en el 2003, se sitúa en el barrio Quinta paredes, el segundo, el cual fue abierto en 2013, se ubica en el barrio La soledad, en el cual también se cuenta con el espacio de producción y comercialización y el último de estos, abierto al público en 2015, se encuentra ubicado en la localidad de Chapinero. Creemos que nuestro producto tiene clientes potenciales alrededor de toda la ciudad, sin embargo, consideramos que, por el momento, el enfoque está dado a los barrios en donde nos encontramos ubicados.

Los objetivos generales de la empresa son producir y comercializar postres artesanales de la mejor calidad, con una mano de obra especializada que permita ofrecer el mejor producto del mercado dentro la ciudad, por otro lado, consciente de la brecha laboral y salarial que vivimos en Colombia, Postres Magolita está enfocada en brindar ofertas laborales a todas las personas y principalmente a mujeres y a mujeres trans, con el fin de abrir espacios en donde ellas se puedan sentir laboralmente aceptadas.

En cuanto a los objetivos financieros, y teniendo en cuenta los cambios que se tiene planteado realizar en la empresa y la expansión de esta, Postres Magolita cuenta con ventas mensuales superiores a 15 millones y el enfoque está basado en aumentarlas un 50% para el año 2025.

La proyección general de Postres Magolita está enfocada en su expansión, no solo dentro de la ciudad, sino también a lo largo y ancho del país, por otro lado, en consideración de los nuevos hábitos de consumo adquiridos por los clientes, la inclusión de productos veganos y light en su portafolio de ventas, el cambio o inclusión de un nuevo modelo de negocio y ventas y, por último, pero no menos importante y en consciencia del cambio climático, se encuentra en la necesidad de disminuir la cantidad de plástico y desechos generados por la compañía.

Palabras clave

Postres artesanales, Veganismo, Saludable, Estilo de vida, Consumo sostenible, Expansión, Estrategia, Crecimiento empresarial, Modelo de negocio, Proyecto.

Abstract

Postres Magolita is a producer and marketer of artisan desserts, and a generator of employment for women heads of the family. It has been established more than fifteen years ago, and was created by Mariela González, encouraged by her culinary knowledge, and in support of Alfonso Ibáñez, who with her administrative and accounting knowledge managed to undertake this great project.

Postres Magolita is a project that focuses on providing people with delicious artisan desserts, made with all the love and dedication to satisfy the needs and desires of customers, these products are made with the best quality raw materials, natural fruits and Without any preservative, they are desserts made every day for immediate consumption, this allows us to offer a fresh, delicious and palatable product, which gives us a competitive advantage, compared to our competitors in the market and in the dessert industry.

This company has three points of sale, located in the city of Bogotá, the first store, which opened in 2003, is in the Quinta Paredes neighborhood, the second, which was opened in 2013, is located in the La Soledad neighborhood, which also has the production and marketing space and the last of these, opened to the public in 2015, is located in the town of Chapinero. We believe that our product has potential customers all over the city, however, we consider that, for the moment, the focus is given to the neighborhoods where we are located.

The general objectives of the company are to produce and market artisanal desserts of the best quality, with a specialized workforce that allows offering the best product on the market within the city, on the other hand, aware of the labor and wage gap that we live in Colombia,

Postres Magolita is focused on providing job offers to all people and mainly to women and trans women, in order to open spaces where they can feel accepted in the workplace.

Regarding the financial objectives and considering the changes that are planned to be made in the company and its expansion, Postres Magolita has monthly sales of more than 15 million and the approach is based on increasing them by 50% for the year 2025.

The general projection of Postres Magolita is focused on its expansion, not only within the city, but also throughout the country, on the other hand, in consideration of the new consumption habits acquired by customers, the inclusion of products vegan and light in its sales portfolio, and finally and in awareness of climate change, it is in the need to reduce the amount of plastic and waste generated by the company.

Keywords

Artisan desserts, Veganism, Healthy, Lifestyle, Sustainable consumption, Expansion, Strategy, Business Growth, Business model, Project.

1 Introducción

1.1 Justificación

La idea de realizar la creación de este intraemprendimiento se debe a que encontramos una gran demanda de ciertos productos que hasta el momento no se tenían incluidos en Postres Magolita, de igual forma la posibilidad de que esto ayudara a la empresa a llegar a muchas más personas, ofreciendo una variedad de productos con el fin de tener en cuenta y cubrir las necesidades de todos los estilos de vida y hábitos de los consumidores.

Se puede evidenciar que, en los últimos años, los hábitos de consumo de las personas han cambiado con el fin de cuidar la salud y conservar el medio ambiente. Por lo anterior, Postres Magolita considera que es de suma importancia ofrecer productos con los cuales se pueda satisfacer una demanda que en general, no tiene muchas opciones de consumo, y además realizar un cambio de imagen a la hora de ofrecer los productos que se producen en Postres Magolita y que esto vaya alineado a la sostenibilidad del medio ambiente.

Este proyecto se realiza con el fin de encontrar nuevas formas de innovar dentro de esta empresa que a pesar de llevar tanto tiempo en el mercado y estar muy bien establecida y posicionada, no ha logrado generar un impacto real en la sociedad y la industria de mercado a la que pertenece, se busca llegar a producir y comercializar diferentes opciones para todos los gustos y que esto pueda generar un punto diferencial en comparación con la competencia y que le brinde la oportunidad a Postres Magolita de expandirse y posicionarse en diferentes nichos de

mercado, no solo con un objetivo empresarial y financiero, sino también con un objetivo social y pro del bienestar de los consumidores y el medio ambiente.

1.2 Objetivos de Investigación

Esta investigación se realiza con el objetivo de identificar el estilo de vida y hábitos de consumo de los clientes y posibles consumidores de Postres Magolita, mejorar las estrategias de producción, comercialización y financieras para que la empresa tenga la posibilidad de mejorar su modelo de negocio.

Es necesario realizar un análisis de las tendencias del mercado y la demanda de los consumidores y así poder tener claridad de que tipos de productos se espera que Postres Magolita ofrezca para así poder satisfacer las necesidades de sus potenciales clientes.

Por otro lado, es importante realizar esta investigación para poder darle seguimiento a la forma en la que ha estado funcionando Postres Magolita en los últimos años y en la actualidad con el fin de proponer ideas innovadoras que le brinden a la empresa una mejor forma y nuevas dinámicas para ejecutar cada una de sus funciones.

1.3 Objetivo General

El objetivo general es encontrar las herramientas más adecuadas para producir y comercializar postres artesanales saludables y veganos de la mejor calidad, y que permita ofrecer el mejor producto del mercado dentro de la ciudad, así como encontrar alternativas para generar

menos desechos de plástico y así hacerse más sostenible para aportar a la conservación del medio ambiente y así mismo, generar una expansión de la empresa que le permita llegar a muchas más personas y ampliar su nicho de mercado.

1.4 Objetivos Específicos

- Identificar los diferentes costos y gastos financieros que conlleva sacar al mercado nuevos productos para así generar estrategias financieras que permitan tener mayor control de este intraemprendimiento y con el cual se logre que sea exitoso.
- Mejorar las diferentes áreas de la empresa, con el objetivo de darle mucha más eficiencia a las funciones de la empresa y que estas se adapten de la mejor forma a la inclusión de nuevos productos y la eliminación del uso de plástico.
- Darle implementación a diferentes herramientas que permitan ver un panorama de la empresa de los últimos años, y de como se encuentra en la actualidad, y de igual forma, darle un seguimiento a las diferentes estrategias que se implementen para los cambios que se quieren llevar a cabo.
- Capacitar al personal para que este se adapte a la inclusión de los nuevos productos y la implementación de empaque muchos más sostenibles.
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la posibilidad de éxito del proyecto.

2 Identificación de la Oportunidad para Emprender

2.1 Origen de la Idea

Postres Magolita es una empresa familiar constituida hace más de 15 años, inicialmente con el propósito de generar algunos ingresos económicos que ayudaran a mejorar la estabilidad del hogar, su primer punto de venta fue abierto en el año 2003, en un local pequeño en el barrio Quinta paredes, al principio fue muy difícil generar ingresos, pues las ventas no alcanzaban a cubrir todos los gastos que se estaban teniendo, sin embargo, con constancia, al año y medio se lograron ventas que ayudaron también en la generación de dos empleos.

Tiempo después, en 2013, se vio la necesidad de mejorar la forma en la que se estaba desarrollando la producción, pues ya las ventas eran tantas que el espacio del primer local no alcanzaba para producir y vender, es por esto que se decide abrir una nueva sede cerca de la primera, en el barrio La soledad, este local era mucho más grande y, no solo permitía tener un gran espacio de producción, sino además era un punto estratégico para vender allí también, pues quedaba muy cerca al centro de convenciones llamado Corferias, en donde el flujo de gente era bastante grande.

Debido al éxito de la segunda apertura y en respuesta a las sugerencias de los clientes de llegar a otras partes de la ciudad se decide abrir una nueva sede en la localidad de Chapinero, en el año 2015, y ha sido hasta el momento el local con mayor acogida por parte de los consumidores, el éxito en esta nueva sede ha sido sorprendente e hizo que se pusiera en evidencia el gran potencial que Postres Magolita tenía para expandirse y solidificarse.

Con lo anterior, se decide que la mejor forma de que esta empresa creciera era a partir de la implementación de diferentes cambios, dentro de la empresa y en su entorno. Las áreas de interés que se tuvieron en cuenta para empezar a crear este proyecto de intraemprendimiento, fueron:

- **Redes sociales:** Son una gran oportunidad para dar a conocer un negocio, el alcance que estas pueden llegar a tener facilita la posibilidad de llegar a más personas que estén acordes al nicho de mercado que maneja la empresa. Por otro lado, es una gran alternativa para estar en constante comunicación con los clientes e incluso generar ventas por medio de ellas.
- **Plástico:** Postres Magolita es consciente del cambio climático y de los problemas a los que está expuesto el medio ambiente gracias a la cantidad de desechos que generan las diferentes empresas de la industria de los alimentos, estos desechos tienen un proceso de biodegradación bastante lento, lo cual genera una gran contaminación en el mundo. Desde sus inicios, la empresa ha trabajado con una presentación de producto a base de plástico y en consciencia de lo mencionado anteriormente se ve en la necesidad de cambiar en este aspecto.
- **Empleo:** Una de las grandes satisfacciones de Postres Magolita siempre ha sido poder generar empleo, y es importante que estos sean dados principalmente a mujeres cabeza de familia, pues hay conocimiento y total rechazo a la brecha laboral y salarial que existe en Colombia, se cree que todas las mujeres tienen la capacidad de desempeñarse en laborales en donde puedan desarrollarse, aprender, aportar conocimientos y generar ingresos económicos en función del bienestar y estabilidad de ellas y de toda su familia.

- **Marca:** A pesar de que Postres Magolita es una empresa ya constituida hace varios años, se busca encontrar la forma de que su marca sea posicionada y reconocida por el público en general, esto se puede lograr creando consolidación en torno a la imagen que esta proyecta.
- **Hábitos de alimentación:** Una de las cosas que en estos últimos tiempos ha estado en auge es la implementación del consumo responsable con los animales y con la salud del cuerpo. Postres Magolita ofrece productos deliciosos, pero con un alto nivel de azúcar y productos que provienen de los animales, es por esto que se ve en la necesidad de añadir productos veganos y otros con un nivel de azúcar inferior o light.

Siempre he tenido intereses asociados con la empresa de mi familia, es algo que he visto crecer con el esfuerzo de mis padres y me genera mucha satisfacción estar preparándome para hacer con esta lo mejor posible. Es innegable que el apego emocional que siento con esta empresa me impulsa y me motiva a trabajar en ella, y lograr un crecimiento empresarial que supere cualquier expectativa. Me gusta mucho el mercadeo y la fotografía y tengo amplios conocimientos en estos, lo cual me brinda un extra a la hora de implementar el marketing digital. Por otro lado, siempre he tenido la aptitud de administrar recursos y dirigir personas, lo que me motiva a implementar estas capacidades en Postres Magolita. Creo que es una empresa con mucho potencial y que de ser correctamente puede lograr el éxito.

En cuanto a las tendencias que llamaron mi atención se encuentra, el cuidado de la salud, la protección del medio ambiente, el marketing digital, el e-commerce, la nutrición personalizada y el consumo sostenible.

Para concluir, el desarrollo de este proyecto tiene su origen en el deseo de hacer crecer la empresa familiar, ayudar y aportar a su evolución y posicionarla como una de las mejores

empresas de postres de Colombia con la implementación de estrategias que vayan acorde a las necesidades de los consumidores.

Figura 1

Origen de las ideas



Nota. Elaboración propia (2023).

2.2 Descripción del Problema

El proyecto de intraemprendimiento de Postres Magolita pretende comenzar a incluir en su portafolio de productos, algunos en lo que se ofrezcan opciones veganas y light, esto con el objetivo de cumplir con las sugerencias que se han recibido por parte de los clientes desde que la empresa fue creada y las ganas que se tienen de atender a los hábitos alimenticios de todos los consumidores, pues es de suma importancia entender que el producto de Postres Magolita puede

trascender a nichos de mercado que nunca se han experimentado. Por otro lado, se quiere con esta incorporación realizar la eliminación del uso de plástico y con esto empezar a emplear una razón social que le permita a la empresa ser mucho más sostenible, amigable y responsable con el medio ambiente y así aportar a las soluciones que se han planteado para detener el cambio climático y los demás problemas ocasionado por estos desechos, Postres Magolita es consciente del daño que ha causado, como muchas empresas de alimentos lo ha hecho, pero tiene toda la voluntad, consciencia y acciones a favor de brindar soluciones. Además de esto, es importante mencionar el crecimiento que se quiere tener por medio de redes sociales, y que de esta manera poder llegar a muchas más personas, no solo dentro de Bogotá, sino en general, en todo el país, se conoce la importancia y el gran impacto que en la actualidad tiene este tipo de comunicación con los clientes para que se pueda dar un verdadero crecimiento empresarial y a largo plazo, lograr una expansión exitosa.

2.3 Mapa de Competidores

Después de una investigación del mercado, se pudo encontrar que Postres Magolita tiene tres competidores fuertes, estos son:

Figura 2*Endulza tu paseo*

Nota. Tomado de *Endulza tu Paseo*, por Endulza tu Paseo, 2024 (<https://www.endulzatupaseo.com/>).

Es una empresa de Postres creada por un Santandereano, junto con toda su familia, es una de las empresas más conocidas en la ciudad en el mercado de los postres naturales. Fue creada hace más de 40 años. Vende productos bastante similares a los de Postres Magolita, como lo son, los esponjados, las tortas, los almibares, los merengones y las obleas. Tiene 3 puntos de venta en Bogotá y otros tres en lugares cercanos a la ciudad. Cuenta con más de 2300 seguidores en su Instagram, sin embargo, no tiene gran cantidad de engagement por parte de sus seguidores. Usualmente en Postres Magolita se reciben muchos comentarios en donde somos comparados con esta empresa.

Figura 3*Deli repostería*

Nota. Tomado de *Deli Repostería*, por Deli Repostería, 2024 (<https://www.deli.com.co/Deli-Inicio/>).

Es una empresa creada hace más de 30 años. Cuentan con productos basados en la repostería, galletería y panadería y tienen un estilo de postre tradicional. La imagen de esta

marca es muy agradable a la vista, en la actualidad cuenta con 50 puntos en Bogotá y Medellín y además ofrecen sus productos también por medio de su página web. Sus tiendas están caracterizadas por ser muy agradables y confortables. Es una empresa muy grande y cuenta con más de 100 mil seguidores en su Instagram, esto nos muestra el alcance que puede llegar a tener. Sus redes sociales son el claro ejemplo de lo que es ser una marca consistente, puedes la creación de contenido les permite ser conocidos por muchas más personas.

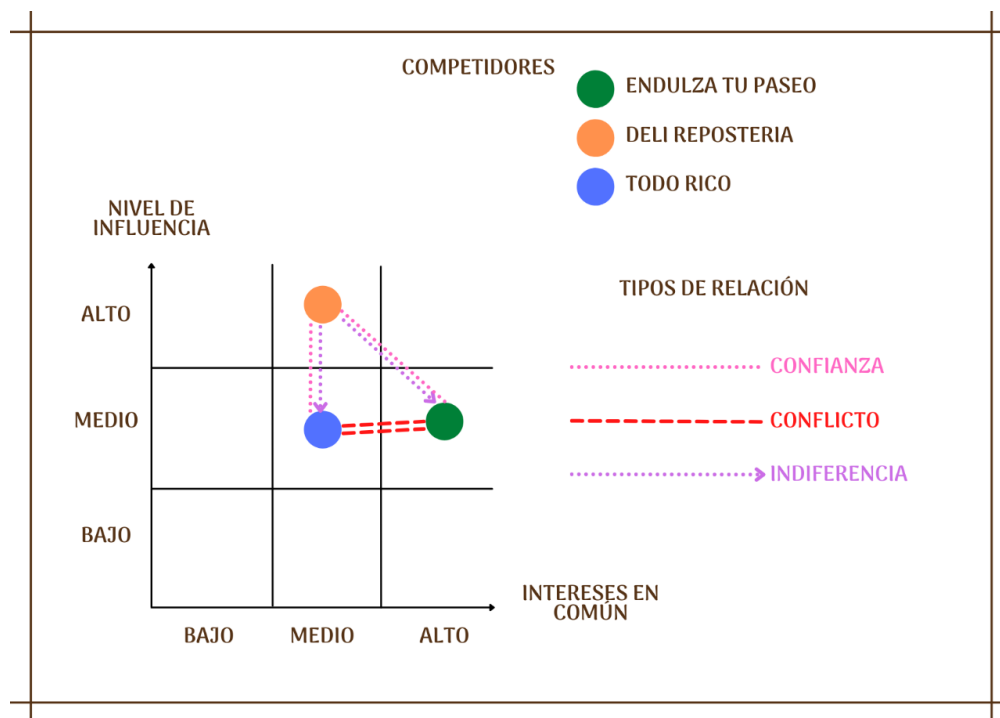
Figura 4

Todo rico



Nota. Tomado de *Todo Rico*, por Todo Rico, 2024 (<https://aquiestodorico.com/>).

Todo rico es una empresa de postres, creada en 1970 por Beatriz Galindo, la cual inicialmente empezó a vendiendo únicamente obleas, muffins, mantecadas y yogures, sin embargo, luego decidió usar sus conocimientos para incluir otro tipo de postres y en el momento ofrecen más de 50 variedades de productos. Tiene 1.100 seguidores en su Instagram y un engagement muy desfavorecedor. Sin embargo, son bastante conocidos en la industria de los postres y los consumidores suelen hacer también algunos comentarios de comparación con nuestra marca.

Figura 5*Mapa de competidores*

Nota. Elaboración propia.

En el mapa de competidores podemos ver la relación que existe entre los tres competidores de Postres Magolita y directamente con la empresa, podemos ver que la empresa que más intereses en común tiene con la nuestra es Endulza tu paseo, y la influencia que esta tiene en el mercado es media, por otro lado, Todo rico es una empresa que cuenta con una influencia media y un interés en común con Postres Magolita medio. Por último, Deli repostería es una empresa un poco más constituida, pues tiene un nivel de influencia mucho más alto que las otras dos, sin embargo, con respecto a nuestra empresa, esta tiene intereses en común medios.

En conclusión, Postres Magolita se podría llegar a sentir un poco más comparada y competida por empresas como Endulza tu paseo y Todo rico, pues tienen un modelo de negocio y un nicho de mercado muy similar al nuestro, somos empresas constituidas, pero no tenemos la

influencia que puede llegar a tener Deli repostería, lo que hace que esta sea un ejemplo para el resto, y al mismo tiempo la amenaza más grande del mercado en esta industria.

3 Selección y Validación del Usuario

3.1 Descripción del Buyer Persona

Figura 6

Tarjeta buyer



Nota. StartFactory – UR Empeñe.

Los usuarios que pueden llegar a beneficiarse y consumir la inclusión de productos veganos y light son mujeres y hombres de todas las edades, que tengan la necesidad de consumir productos dulces y deliciosos, hechos de manera artesanal y que, de igual forma, tengan consciencia de su bienestar, del mundo y de los animales.

Las personas a las cuales se quiere llegar con este intraemprendimiento son aquellas que estén enfocadas en transformar sus hábitos alimenticios, ya sea por salud y bienestar propio,

como por responsabilidad social, así como también sus hábitos de consumo, a unos más sostenibles y amigables con el medio ambiente y el planeta. Se logró analizar que estas personas día a día son más conscientes del impacto que tienen sus propias acciones en el bienestar del mundo.

Por otro lado, las personas que compran nuestros productos lo hacen con el fin de darse un gusto, hemos podido identificar que las personas suelen comprar nuestros productos de forma constante 1 o 2 veces por semana, guiados y motivados por el simple deseo de comer algo dulce, delicioso y a un excelente precio. Además de lo anterior, ofrecemos un producto que suele ser consumido en eventos especiales, y muchos de nuestros clientes deciden hacer la compra de pedidos grandes para acompañar sus reuniones familiares, laborales o sociales.

3.2 Hallazgos y Validaciones del Problema con el Usuario

Para el entendimiento y validación del problema, se tomó inicialmente en cuenta los comentarios que algunos clientes habían realizado con respecto a la falta que hacían algunos productos veganos o productos light, con esta información se decidió unas pequeñas encuestas por medio del Instagram de Postres Magolita, el cual cuenta con 1.576 seguidores, en donde se realizaron preguntas con respecto a los productos que proponemos añadir, pusimos en cuestión la preferencia que estos tenían y los resultados fueron muy satisfactorios.

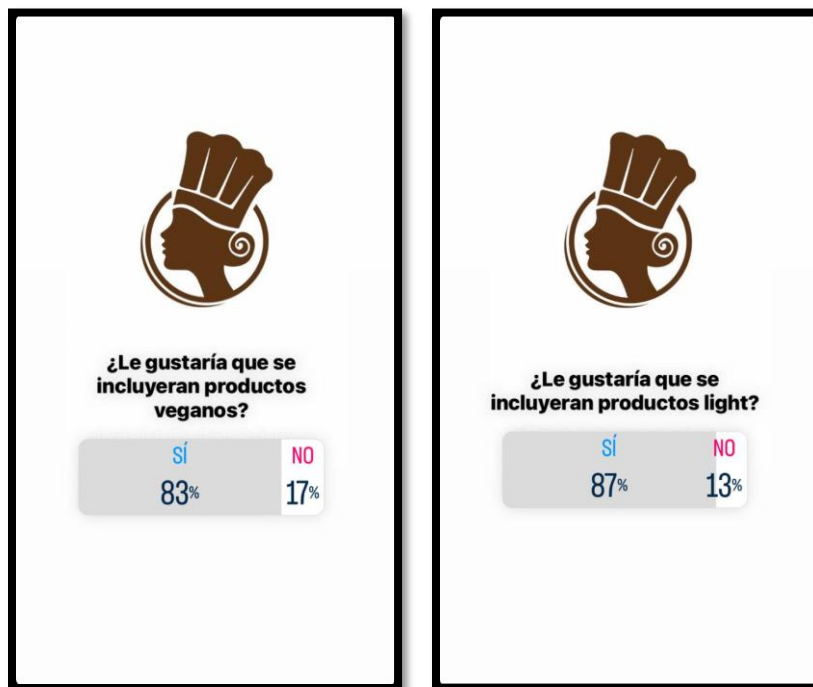
Las preguntas que se realizaron fueron:

¿Le gustaría que se incluyeran productos veganos?

¿Le gustaría que se incluyeran productos light?

Figura 7

Preguntas



Nota. Tomado de *Postres Magolita*, por Postres Magolita [@postres.magolita], 2024, Instagram (<https://www.instagram.com/postres.magolita/?hl=es>).

Con respecto a la problemática del plástico y lo desechos generados por la empresa, se decidió hacer una entrevista por medio de Google forms a 20 personas en la ciudad de Bogotá durante el mes de noviembre, 10 de ellas en una ventana de edad de 18 años a 40 años y las otras 10 entre 40 y 60 años, y de esta manera lograr tener un panorama general de su pensamiento con respecto al problema medioambiental y nuestra propuesta de mejora.

Este análisis nos permitió entender que para nuestros consumidores es también de gran importancia gastar su dinero y comprar en empresas con una responsabilidad social y medioambiental consciente y consistente. Para el consumidor en general, es muy relevante evitar grandes cantidades de desechos de plástico, y actuar en pro del bienestar del planeta y la

sostenibilidad del medio ambiente, cambiando hábitos básicos de la rutina diaria, e invitándonos a nosotros a cambiar la forma en la que usualmente manejamos la presentación de nuestros productos.

Las hipótesis que se usaron para definir este problema fueron:

El plástico genera desechos que tienen un tiempo de biodegradación muy amplio.

Los consumidores prefieren invertir en empresas sostenibles.

Los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por un empaque amigable con el medio ambiente.

Los productos presentados en plástico evitan que la empresa se vea profesional y seria.

En general, las personas no tienen hábitos de reciclaje.

La responsabilidad ética de la empresa es importante para los consumidores.

Algunas de las preguntas que se realizaron en estas encuestas fueron:

¿Es consciente del daño que le hace al mundo todos los desechos de plástico generados por las empresas?

¿Considera que la eliminación del uso de plástico por parte de las empresas es necesario para combatir algunos de los problemas medio ambientales?

¿Usted tiene normalmente hábitos sostenibles y de reciclaje?

¿Es importante para usted invertir en empresas sostenibles por encima de las que no lo son?

¿Estaría dispuesto a pagar un poco más por el uso de materiales mucho más amigables con el medio ambiente en la presentación de los productos?

En conclusión, esta encuesta nos mostró en sus resultados que los clientes y consumidores tienen una gran falta de hábitos diarios sostenibles, sin embargo, también tienen plena consciencia de la problemática generada por el uso de plástico y la importancia de que las empresas hagan algo para enfrentarlo y combatirlo. Por otro lado, también se mostró receptividad con respecto a la importancia que tiene para ellos invertir en empresas sostenibles y en la posibilidad de pagar un poco más para la utilización de materiales mucho más amigables con el planeta.

Figura 8

Tarjeta de validación

VALIDACIÓN DEL PROBLEMA	
¿A CUANTOS ENTREVISTÉ? 20	¿QUÉ LE PREGUNTÉ?
<p>¿QUÉ MÁS APRENDÍ?</p> <p>-Hipotesis: El plástico genera desechos que tienen un tiempo de biodegradación muy amplio. Los consumidores prefieren invertir en empresas sostenibles. Los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por un empaque amigable con el medio ambiente.</p> <p>-Hallazgos: En general, las personas entrevistadas tienen consciencia de el daño generado por las empresas y los desechos de plástico generados por las mismas, y saben que la eliminación del uso de plástico es necesario para combatir los problemas medioambientales.</p> <p>Muchos de ellos tienen conocimiento sobre los modelos de negocio sostenible y saben que sus practicas diarias pueden tener un impacto en los problemas medioambientales del mundo y de Colombia</p>	<p>- ¿Es consciente del daño que le hace al mundo todos los desechos de plástico generados por las empresas?</p> <p>- ¿Considera que la eliminación del uso de plástico por parte de las empresas es necesario para combatir algunos de los problemas medio ambientales?</p> <p>- ¿Tiene consciencia de que su consumo es en muchas veces el responsable de algunos de los desechos de plástico que existen?</p> <p>- ¿Sabe qué es un modelo de negocio sostenible?</p>

VALIDACIÓN DEL USUARIO

¿A CUANTOS ENTREVISTÉ? 20

¿QUÉ LE PREGUNTÉ?

¿QUÉ MÁS APRENDÍ?

- Hipotesis: Los productos presentados en plástico evitan que la empresa se vea profesional y seria. En general, las personas no tienen hábitos de reciclaje. La responsabilidad ética de la empresa es importante para los consumidores.
- Hallazgos: Con estas preguntas pudimos darnos cuenta de que los entrevistados en general, muestran receptividad con respecto a la importancia que tiene para ellos invertir en empresas sostenibles y en la posibilidad de pagar un poco más para la utilización de materiales mucho más amigables con el planeta. Sin embargo, no muestran grandes ni importantes hábitos diarios sostenibles y de reciclaje que ayuden a disminuir el impacto del plástico en el mundo.

- ¿Usted tiene normalmente hábitos sostenibles y de reciclaje?

- ¿Es importante para usted invertir en empresas sostenibles por encima de las que no lo son?

- ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más por el uso de materiales mucho más amigables con el medio ambiente en la presentación de los productos?

- ¿Hace uso de plástico usualmente?

VALIDACIÓN DEL USUARIO

HALLAZGOS

HIPOTESIS

- Los clientes y consumidores tienen una gran falta de hábitos diarios sostenibles

-El plástico genera desechos que tienen un tiempo de biodegradación muy amplio.

- Tienen plena consciencia de la problemática generada por el uso de plástico y la importancia de que las empresas hagan algo para enfrentarlo y combatirlo.

-Los consumidores prefieren invertir en empresas sostenibles.

- Se mostró receptividad con respecto a la importancia que tiene para ellos invertir en empresas sostenibles

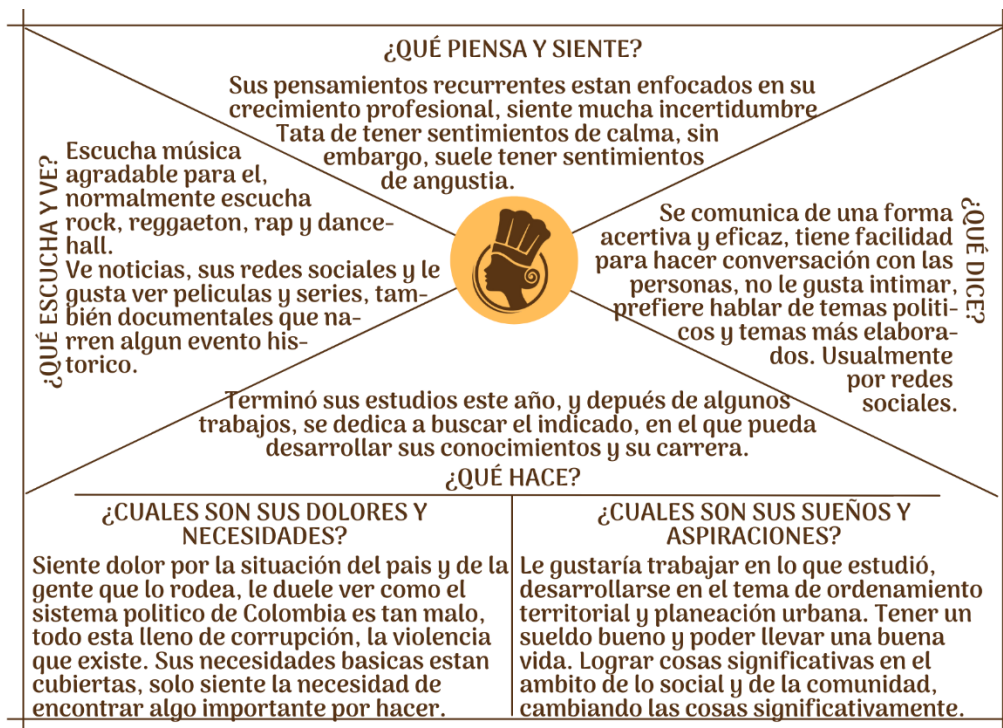
- Los consumidores están dispuestos a pagar un poco más por un empaque amigable con el medio ambiente

- Hay algo de conocimiento de la implementación de negocios sostenibles

-Los productos presentados en plástico evitan que la empresa se vea profesional y seria.

Figura 9

Mapas de empatía



Jaime Opayome - 26 años



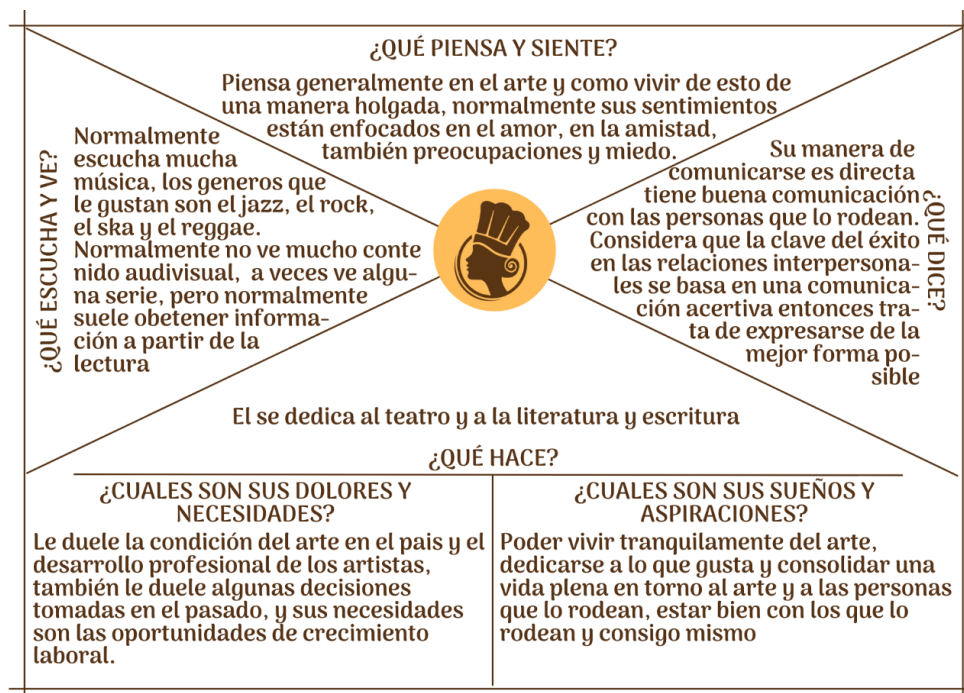
Wassily Rivera – 26 año

<p>¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?</p> <p>Piensa mucho en el otro, y sus sentimientos y trata de llevar eso a justicia social.</p>	
<p>¿QUÉ ESCUCHA Y VE?</p> <p>Escucha mucho al otro, en su ocio y su ambito laboral, le gusta la poesia, le gustan los podcast, obras, televisión, series. y escucha todo tiempo de musica en especial, champeta y salsa.</p>	<p>¿QUÉ DICE?</p> <p>Cree que es necesario hablar siempre con la verdad, así eso pueda generar sentimiento negativos en los demás, es importante evitar tomarse las cosas de manera personal</p>
<p>Hace arte, transmitir y transformar.</p>	
<p>¿QUÉ HACE?</p>	
<p>¿CUALES SON SUS DOLORES Y NECESIDADES?</p> <p>Siente dolor por la injusticias sociales del mundo, y de manera personal se siente mal cuando no encuentra motivación y ganas de hacer las cosas que debe hacer.</p>	<p>¿CUALES SON SUS SUEÑOS Y ASPIRACIONES?</p> <p>Estar tranquilo y feliz</p>

André Torres – 32 años

<p>¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?</p> <p>Normalmente piensa en que ella quisiera trabajar unicamente en lo que le gusta y siet e un poco de angustia por el futuro.</p>	
<p>¿QUÉ ESCUCHA Y VE?</p> <p>Esta rodeada de gente que se mueve en el arte entonces hay mucha cultura audiovisual y teatral cerca de ella. En las redes sociales, hay muchas cosas acorde a sus criterios como el feminismo, el contenido banal y la fiesta.</p>	<p>¿QUÉ DICE?</p> <p>Trata de comunicarse acertivamente con las personas que la rodean y de ser amable y correcta con la forma en la que se expresa con los demás</p>
<p>Realizadora audiovisual, gestora de recursos en la universidad de los andes y actriz en la compañía nacional de las artes.</p>	
<p>¿QUÉ HACE?</p>	
<p>¿CUALES SON SUS DOLORES Y NECESIDADES?</p> <p>Sus dolores y necesidades está enfocados en su sanación personal y mental. Busca ser una mejor personas y equivocarse cuantas veces sea necesario.</p>	<p>¿CUALES SON SUS SUEÑOS Y ASPIRACIONES?</p> <p>Quisiera vivir de hacer peliculas y ese es su más grande sueño.</p>

Connie Contreras – 30 años



Nicolas Ibáñez – 30 años

Nota. Elaboración propia.

Se realizaron cinco mapas de empatía a personas que son consumidoras constantes de Postres Magolita, pudimos llegar a la conclusión de que en general, las personas entrevistadas llevan vidas laborales y académicas, la mayor parte de su tiempo entre semana se evidencia constante actividad en sus respectivos ámbitos, sin embargo, los fines de semana se dedican al disfrute del tiempo. Su comunicación se da normalmente por medio de redes sociales y esto nos muestra una gran posibilidad de empezar a crear una comunicación mucho más directa y constante con nuestros clientes por estos medios, en donde haya interacción diaria y se logre más cercanía. Pudimos ver, que además de ser muy afines al arte y a la cultura, lo que hace que puedan sentirse atraídos por nuestros postres artesanales, son personas empáticas y socialmente responsables, se sienten afectados y adoloridos por la situación del país y por las cosas que

afectan actualmente a la sociedad. Esto nos muestra una bandera verde, con respecto a la posibilidad de que se sientan atraídos a un cambio de presentación en la cual el plástico sea lo menos usado posible, y así mismo a la inclusión de productos que vayan en pro del bienestar y salud de las personas, y el respeto por los animales.

Hallazgos

Después de realizar entrevistas de validación de usuario y de problema, y hacer el respectivo estudio necesario para los mapas de empatía, llegamos a la conclusión de que el problema que queremos resolver está completamente de acuerdo con las posibles necesidades de nuestros clientes.

En la actualidad, y evidenciado en nuestras encuestas, las personas se sienten motivadas y atraídas por las situaciones que impliquen justicia social. Hay una gran consciencia sobre los problemas que afectan el bienestar del mundo, los animales, y la humanidad, y se percibe de igual forma una disposición de invertir y gastar en empresas que pongan estas cuestiones sobre la mesa.

Una oportunidad que no ha sido identificada con anterioridad es que es necesario darse cuenta de que los postres, sin ser una necesidad básica, sí es algo que al público le gusta mucho consumir, considero que se puede sacar provecho de esto con un buen mercadeo digital, que nos permita llegar a muchas más personas y posicionarnos en la mente del consumidor como su primera opción a la hora de permitirse estos ‘caprichos’. Sin embargo, la fricción que no permite explotar esto, es que comerse un postre no deja de ser un lujo, y más aún en un país como Colombia, en donde la pobreza, la desigualdad social y el desempleo son problemas tan latentes.

4 Propuesta de Valor

4.1 Segmento del Cliente

El segmento de clientes al que va dirigido el intraemprendimiento de Postres Magolita son principalmente personas de todas las edades y de cualquier género, que se caracterizan por tener hábitos de alimentación basados en el veganismo, vegetarianismo y la comida saludable. Por otro lado, se busca poder llegar a personas con hábito de consumo mucho más sostenibles y amigables con el medio ambiente, pues con la eliminación del plástico queremos brindar una alerta a las personas y de la misma forma concientizarlas acerca de la importancia de las acciones individuales en los cambios de la sociedad. Por otro lado, Postres Magolita es una empresa dedicada a brindar productos a personas de todos los estratos socioeconómicos, principalmente a personas de estrato medio – alto, pues son productos que pueden llegar a ser un lujo, en lugar de una necesidad básica. El nicho de mercado se enfoca principalmente en la ciudad de Bogotá, pero con la esperanza de llegar a otras ciudades alrededor de Colombia.

4.2 Clientes Ideales

Los clientes ideales para este proyecto de Postres Magolita son personas que prioricen el consumo de comida saludable, con el fin de evitar enfermedades que provengan del excesivo consumo de contenido calórico, así como también, personas que tengan como estilo de vida, la

alimentación vegana o vegetariana, pues somos conscientes de las razones morales que implican esta decisión y queremos apoyarla por medio de nuestros productos.

Es necesario que el cliente ideal priorice la empresa sostenible y decida realizar sus compras con ese modelo de negocio, pues esto permitiría que encuentren fidelidad con nuestros productos y en general, con nuestra marca.

Postres Magolita tiene la necesidad de empezar a fortalecer sus redes sociales, por lo cual, es importante que el cliente haga uso de estas, principalmente Instagram y Facebook, para así lograr una interacción en donde la comunicación sea asertiva y constante, eso nos permitiría tener más alcance y así llegar a muchas más personas que estén de productos similares a los que se ofrecen en la empresa.

4.3 Alternativas de Solución y Criterios de Selección

Las alternativas planteadas para la solución de las problemáticas encontradas son:

Con el fin de brindar todo tipo de opciones a un nicho de mercado que suele ser muy olvidado por las empresas de la industria de los alimentos, se plantea ofrecer productos para todos los hábitos alimenticios, como lo es el veganismo y la alimentación saludable. Es importante conocer las razones por las cuales las personas deciden tomar este estilo de vida, ser empático, y ofrecer nuestros productos adaptados a las necesidades de nuestros clientes, con la plena consciencia de la importancia de la salud de las personas y del bienestar de los animales.

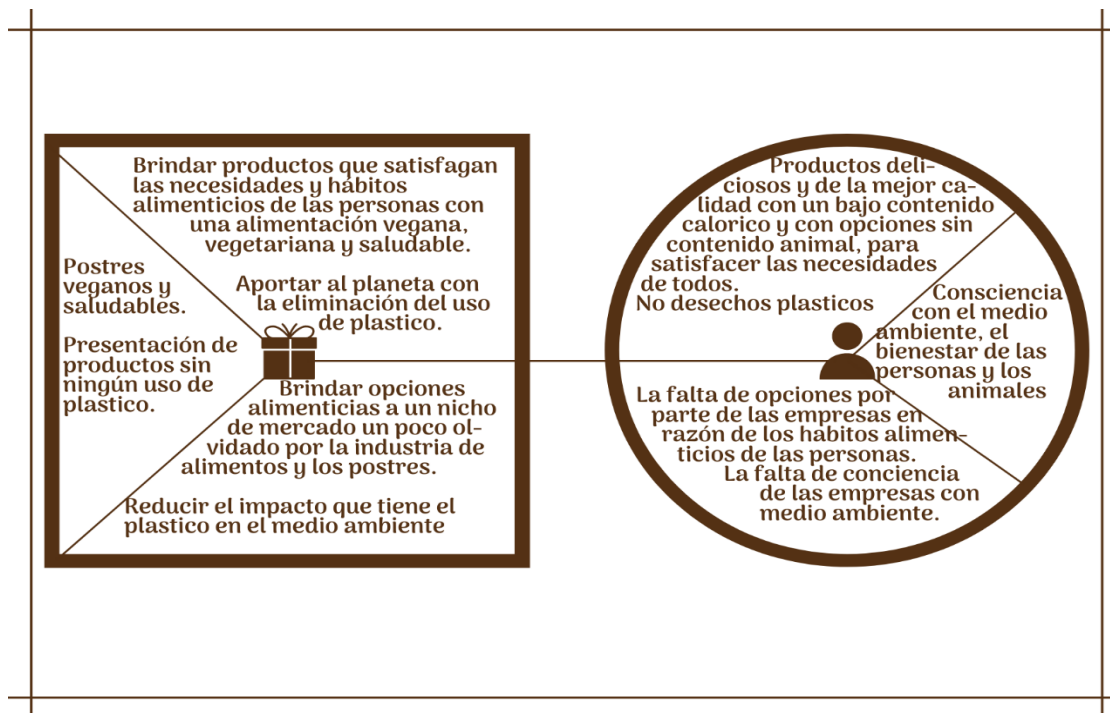
Por otro lado, se plantea disminuir la generación de plástico por parte de nuestra empresa, dado el impacto tan negativo que este tiene en la sostenibilidad del medio ambiente. El plástico

es un desecho que se demora muchísimos años en biodegradar. Queremos utilizar otro tipo de presentación para nuestros productos basados en el cartón, el vidrio y el papel, y realizar campañas de concientización y reciclamiento para poder reincorporar el mínimo uso de plástico en la cadena productiva de nuestra empresa.

Con el fin de llegar a muchas más personas y brindar una comunicación y atención mucha más asertiva con nuestros clientes, queremos realizar cambios en la forma de usar nuestras redes sociales. Esto nos ayudaría a conectar y acercarnos a las necesidades y sugerencias de las personas que consumen los productos de Postres Magolita.

4.4 Características de Producto o Servicio (Lienzo Propuesta de Valor)

Postres Magolita sabe que brinda un producto delicioso y de la mejor calidad, sin embargo, está un poco en contra de hábitos alimenticios más favorables para el bienestar y la salud de las personas, con el fin de que nuestros usuarios puedan consumir nuestros productos más seguido se propone incluir, productos veganos y light. Se pretende ofrecer estos productos a un precio muy similar a los que se manejan actualmente, el cual está muy por debajo que los precios que nuestros competidores ofrecen. La idea es que nuestros productos vayan acorde a las necesidades de absolutamente todos los consumidores, en sabores, precio, tipo de alimento, contenido calórico y contenido animal etc. Ofrecer nuestro producto por medio de puntos físicos y de igual forma, por medio de redes sociales y en general, e-commerce.

Figura 10*Lienzo de propuesta de valor*

Nota. Elaboración propia.

Con el fin de llegar a muchas más personas y brindar una comunicación y atención mucha más asertiva con nuestros clientes, queremos realizar cambios en la forma de usar nuestras redes sociales. Esto nos ayudaría a conectar y acercarnos a las necesidades y sugerencias de las personas que consumen los productos de Postres Magolita.

El diferencial de este proyecto se basa en la oferta de productos veganos y saludables, pues, a pesar de que en el estudio descubrimos que hay varias empresas que ofrecen alimentos basados en el veganismo y en la vida saludable, suelen ser empresas con comida de sal, nuestra propuesta es que a partir de la delicia de los productos azucarados se pueda encontrar un equilibrio en el que se brinde también la posibilidad de consumirlos satisfaciendo las necesidades de las personas con hábitos alimenticios diferentes al promedio de personas.

Por otra parte, nos dimos cuenta en el estudio de mercado que en general, son muchas las empresas de la industria que hacen uso del plástico desde el proceso de producción hasta la presentación, y es algo que en consciencia del daño que le hace al medio ambiente queremos cambiar de forma radical.

Además, encontramos un diferencial en el trato hacia las mujeres que trabajan con nosotros, pues más allá de los compromisos empresariales que se deben tener con nuestros empleados, somos una empresa que siempre está a favor del bienestar emocional y mental de las personas, nunca pasaríamos por encima de nadie por un simple bienestar económico.

En la actualidad, son muchas las personas que, en pro de su bienestar, su salud, y la de los seres vivos que los rodean deciden llevar un estilo de vida saludable y en otras ocasiones vegano o vegetariano, sin embargo, en el mercado no hay suficientes opciones que estén a favor de este tipo de alimentación y esto se da porque el promedio de personas en el mundo suele tener una alimentación 'normal', lo que hace que las empresas del mercado e industria de los alimentos sientan incertidumbre y miedo de perder dinero, con la inclusión de estos productos. Para nosotros es importante ser conscientes de esto, y brindarle la posibilidad a las personas de consumir los productos que consume la media, pero con el factor de que este vaya en consistencia sus hábitos.

Por otra parte, a favor de la reducción del impacto ambiental, es importante para nosotros realizar todos nuestros procesos de producción y comercialización con materia prima que nos permita disminuir los desechos de plástico y de esta manera ser sostenible con el medio ambiente y los ecosistemas de Colombia. Esto nos permite también, educar y concientizar a los consumidores de Postres Magolita sobre la importancia de crear hábitos en el diario vivir, y que generen un impacto positivo desde la individualidad, hasta la sociedad.

En conocimiento de la brecha salarial y laboral que existe entre hombres y mujeres como lo expresa Monterrosa (2021) “En el caso de Colombia, la tasa de participación laboral de las mujeres (56,6%) es muy baja en comparación con la de los hombres (79,9%)” (p. 3). Lo anterior nos ayuda a identificar un problema que queremos solucionar y es por esto que decidimos generar empleo principalmente para mujeres cabeza de familia, para que estas puedan tener un ingreso económico, la capacidad de aprender y desarrollarse como seres humanos y laboralmente.

La propuesta de valor del intraemprendimiento de Postres Magolita se basa en la producción y comercialización de productos veganos y saludables que vayan acorde a las necesidades y hábitos alimenticios de todos nuestros consumidores, ofreciendo así productos de calidad y al mejor precio del mercado, además de la responsabilidad social en razón de la sostenibilidad ambiental del país, intentando disminuir la cantidad de desechos plásticos que genera nuestra empresa.

5 Prototipo Inicial

Proyecto emprendedor: Postres Magolita

Emprendedor líder: María Alejandra Ibáñez González

Objetivo del prototipado: El prototipo de este proyecto tiene como objetivo ver las posibilidades en cuanto a los postres veganos y saludables que pondríamos en venta y dar una perspectiva de la presentación en la cual vamos a comercializar los postres, con el fin de disminuir el uso de plástico.

Materialización de prototipado:

Método:

Postres artesanales y naturales realizados con mano de obra especializada en la elaboración de postres, a base de Stevia y en el caso de los veganos, sin el uso de productos de origen animal.

Productos elaborados a base de cartón y papel por un tercero.

Medio:

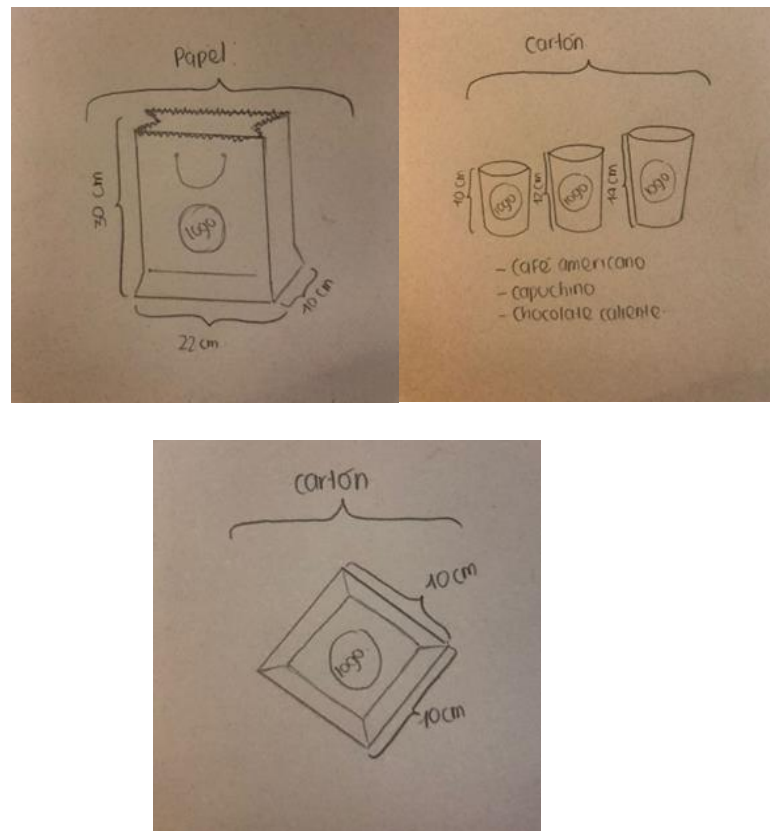
Máquinas y electrodomésticos propios para la elaboración de los postres, ingrediente de calidad y mano de obra especializada

Tercerización en el desarrollo de la materia prima de la presentación de producto.

Sketch de prototipo:

Figura 11

Sketch de prototipo



Nota. Elaboración propia.

Postre vegano: Uso de alimentos no procedentes de origen animal, es decir, se utilizan ingredientes 100% vegetales. No se utilizan ni huevos, ni leche, ni ningún derivado animal.

Torta de red velvet

Torta vegana de oreo

Postre saludable: Compuesto por ingredientes nutritivos, integrales, y lo más naturales posibles, que ofrecen al cuerpo la opción de nutrirse mientras se disfruta de lo que se come.

Cheesecake de nueces

Brownie saludable

Modelo de negocio: El modelo de negocio de Postres Magolita se basa en producir postres artesanales, incluyendo productos veganos y saludables con el fin de satisfacer las necesidades y hábitos alimenticios de los consumidores Comercializándolos por medio de puntos de venta y domicilios a través de la comunicación por medio de redes sociales. inicialmente en Bogotá y a largo plazo, en todo Colombia y con una razón social enfocada en la sostenibilidad ambiental y la generación de empleo.

Propuesta de valor: La propuesta que le añade valor a Postres Magolita es la oferta gastronómica basada en el veganismo y la comida saludable, además de la conciencia ambiental por parte de la empresa, que permite el cuidado de los ecosistemas colombianos y el aprendizaje sobre el tema por parte de los consumidores y, por último, la generación de empleo a mujeres cabeza de familia.

Producto – servicio - sistema:

Postres artesanales veganos - Ofrecer productos de calidad elaborados con el fin de brindar opciones de alimentos dulces y azucarados, que vayan en concordancia con los hábitos alimenticios de alguien que no consume productos animales – Personas veganas.

Postres artesanales saludables - Ofrecer productos de calidad elaborados con el fin de brindar opciones de alimentos dulces y azucarados, que vayan en concordancia con los hábitos alimenticios de alguien que no grandes cantidades de contenido calórico – Personas con enfermedad diabética y personas fit o con un estilo de vida saludable.

Uso de productos de presentación de los postres elaborados en cartón, vidrio o papel – Ofrecer nuestros productos de una manera sostenible y cociente con el medio ambiente con el fin

de evitar los desechos de plástico – Personas con una conciencia ambiental y con hábitos sostenibles.

El desarrollo de este intraemprendimiento se encuentra en una fase inicial, la presentación de nuestros productos es fundamental para la buena imagen de la empresa, y es importante encontrar un proveedor que nos ofrezca un producto lindo, sostenible, útil y con costos posibles de pagar. En cuanto a la elaboración de los postres, ya contamos con recetas adecuadas para personas que no consumen azúcar, ni productos que provengan de los animales, son recetas en las cuales adaptamos los postres ya existentes pero que pudieran ofrecer todo tipo de alimentación.

En general, la viabilidad de mis alternativas de solución a los problemas mencionados anteriormente es media, pues se sabe que va a ser más costoso, pero con un manejo puede llegar a ser muy exitoso.

El proceso de producción y comercialización que se usará en el desarrollo del intraemprendimiento que estamos elaborando en Postres Magolita es:

- Compra de materia prima para la elaboración de los postres: Comprar productos que estén acorde con la alimentación vegana y saludable.
- Pruebas de diferentes empresas productoras de platos, vasos y bolsas sostenibles: La mejor opción será usada en la presentación y comercialización de los productos.
- Proceso de producción: Realizar la producción de los postres basada en una mano de obra especializada y capacitada para su elaboración.
- Porción y empaque: Porcionar los postres producidos y empaquetarlos con los platos, vasos y bolsas sostenibles elaborados con material biodegradable.
- Comercialización y venta: Poner en venta el producto en punto de venta.

- Mercadeo y publicidad: Generar contenido por redes sociales en pro de lograr alcance y ser más conocidos en Bogotá y alrededores.

Después de la elaboración de las encuestas a los posibles consumidores hay una gran viabilidad de que sea un producto que guste al público, dado los términos en los que se está ofreciendo, siempre es una buena idea incluir los gustos de todas las personas, para que el nicho de mercado sea mucho más grande y así generar más ingresos.

Postres Magolita es una empresa que tiene trayectoria y sabemos lo que quieren nuestros clientes, esto nos da un panorama un poco más objetivo de las cosas que debemos hacer para satisfacer a nuestros clientes y a los posibles consumidores de los productos y de la marca.

Cuando el prototipo esté mucho más avanzado, se podría validar el funcionamiento de los empaques, así como también el éxito de los postres en términos de sabor, textura y funcionalidad según sea el caso. Se espera lograr hacer estas pruebas durante el mes de Julio, para avanzar en la segunda fase del proyecto. Sin embargo, somos especialistas en postres y tenemos todos los conocimientos para que los postres, así sean veganos o saludables tengan el mejor sabor y que sean también de la mejor calidad.

5.1 Hipótesis

Hipótesis: Los clientes están dispuestos a realizar compras de productos veganos y saludables.

Esta hipótesis se puede validar con la ayuda de diferentes encuestas y entrevistas a los clientes potenciales y de esta manera poder tener claridad de la disposición de darle una oportunidad a estos productos.

Hipótesis: Los clientes están dispuestos a pagar un precio mayor por el cambio de empaque a uno mucho más sostenible con el medio ambiente.

Es necesario hacer un estudio comparativo de precios entre los empaques actuales y los que los remplazarían, para así poder tener un mejor panorama de cuanto más debe pagar el cliente por este cambio y si este está dispuesto a hacerlo.

Hipótesis: Es necesario un mejor manejo de las redes sociales para crear mayor comunicación con los clientes y los potenciales consumidores.

Se debe validar esta hipótesis, realizando publicaciones y pruebas en las redes sociales que actualmente maneja Postres Magolita, y así poder ver que tanto crecimiento de engagement se empieza a tener con la constante comunicación por medio de estas plataformas.

5.2 Objetivos

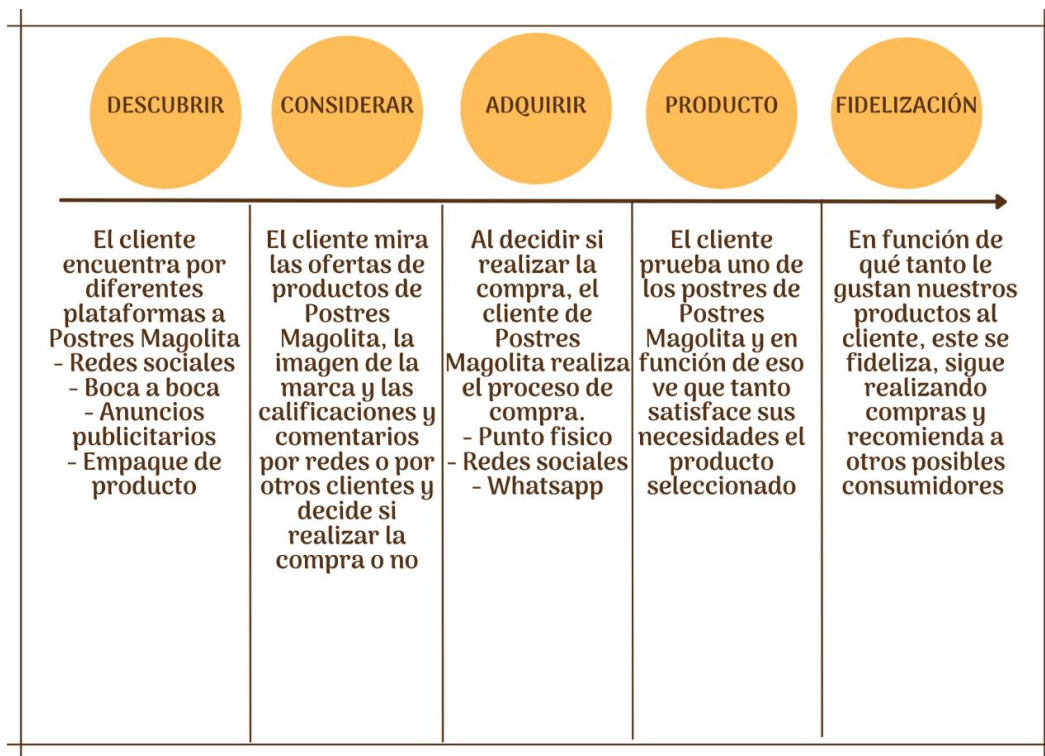
El objetivo de este intraemprendimiento en Postres Magolita es la producción y comercialización de productos veganos y saludables que vayan acorde a las necesidades y hábitos alimenticios de todos sus consumidores, ofreciendo así, productos de calidad y al mejor precio del mercado, además de generar responsabilidad social en razón de la sostenibilidad ambiental del país, intentando disminuir la cantidad de desechos plásticos que genera la empresa.

Ser una de las empresas productoras y comercializadoras de postres más importantes del país, ofreciendo a los colombianos deliciosos postres naturales, al mejor precio, calidad y servicio.

Incluir una nueva línea saludable y vegana que nos posicione en la mente de las personas como la mejor opción de consumo a la hora de darse un gusto alimentación, y de esta manera tener la posibilidad de ampliar el nicho de mercado y atraer nuevos clientes con diferentes necesidades y hábitos de consumo.

Implementar propuestas de crecimiento y desarrollo empresarial y financiero en términos de responsabilidad social e imagen de marca, que nos permitan llegar a posicionarnos en la mente de los colombianos como una empresa importante para el mercado, ofreciendo deliciosos postres al mejor precio, calidad y servicio.

5.3 Escenarios

Figura 12*Viaje del usuario*

Nota. Elaboración propia.

- Con el viaje del usuario, podemos dar un panorama general de lo que vive un posible consumidor, desde el momento en el que conoce la marca, hasta cuando decide fidelizarse y hacerla parte de su vida.
- En el caso de Postres Magolita, este proceso empieza con el descubrimiento, en este paso, el cliente conoce la empresa y se fija en ella dado el interés que este tenga en la industria a la que pertenece, este descubrimiento se puede dar por medio de redes sociales, boca a boca, anuncios publicitarios, llegar por alguna razón a los puntos de venta, conocer la marca por medio de los empaques y la identidad que tenga, etc.

- Luego de esto, el cliente entra en un paso de consideración en donde después de observar las ofertas de productos que tiene Postres Magolita, la imagen que proyecta la marca, los comentarios de los ya clientes y toma la decisión de realizar o no la compra del producto.
- Después, adquiere el producto, esto lo podría hacer por medio de WhatsApp, Redes sociales, como Instagram y Facebook o yendo directamente a los puntos de venta.
- El siguiente paso en este proceso está enfocado en el producto como tal, y se basa en la experiencia del consumidor al probar el postre elegido y en función de que tanto satisface sus gustos, deseos y necesidades lo califica.
- Para finalizar, nos encontramos con la fidelización del cliente con algún producto o con la marca en su totalidad, si esto sucede, este va a seguir realizando compras en Postres Magolita y recomendando la empresa a las personas de su entorno.

5.4 Medición

Algunas de las métricas que serán necesarias para poder medir las estrategias mencionadas anteriormente e identificar que estas son efectivas y están alineadas a la idea de crecimiento de Postres Magolita son:

Métricas en redes sociales: Las métricas que se pueden estudiar en redes sociales están muy relacionadas con segmento de cliente, como lo es género, edad y ciudad o país, y el alcance, es decir, cantidad de seguidores, índice de interacción, reacciones, comentarios y compartidos, clics de enlace y visualizaciones de videos.

Ventas: Esta métrica está vinculada al volumen de ventas que se aumentan después de que se apliquen las estrategias comerciales.

Número de clientes: Para medir esta métrica es necesario tener en cuenta la cantidad promedio de clientes que se tienen al día y realizar el estudio de qué tanto aumento tiene después de la implementación de estrategias.

Relación costo – beneficio: Es importante tener en cuenta que la implementación de las estrategias mencionadas anteriormente puede traer consigo una inversión mayor por parte de Postres Magolita, y lo ideal es que a mayor inversión se pueda ver un mayor beneficio o ingreso, lo que hace de esta métrica una de las más importante para identificar el éxito de las ideas que se propusieron.

Satisfacción del cliente: Con la ayuda del canal de PQRs se podrá tener un panorama mucho más detallado de la satisfacción de cliente, pues podremos ver que tantas opiniones positivas y negativas se evidencian, y así la empresa poder retroalimentar su trabajo, el producto y el servicio que ofrecen y cada vez poder mejorarlo en pro del bienestar del consumidor.

5.5 Validación Financiera Piloto

Para tener el precio real de cada producto, y teniendo en cuenta el precio de los productos ya existentes en Postres Magolita. No se tiene un costo fijo, ya que los precios de la materia prima pueden variar. Por lo que para este ejercicio se tomó como base los costos de los productos ya existentes.

Costos fijos: Publicidad y mercadeo

Gastos fijos: Los gastos fijos no varían en el desarrollo de funciones de la empresa, pues se hace uso exactamente de los mismos recursos.

Tener conocimiento del número de unidades que se deben vender es necesario para poder prevenir algunos posibles inconvenientes financieros y no poner en riesgo el patrimonio de la empresa, ya que al final, el objetivo de este proyecto es poder incrementar los ingresos y ganancias de la empresa y que esta pueda tener un crecimiento exponencial.

6 Modelo de Negocio Ampliado

6.1 Modelo de Negocio Económico

Figura 13

Modelo canvas



Nota. Elaboración propia.

6.2 La Verbalización del Modelo

Postres Magolita es una empresa productora y comercializadora de postres artesanales que lleva en el mercado más de 15 años, sin embargo, en los últimos años se ha notado un estancamiento general a raíz de varios cambios sociales y de impacto mundial, esto hizo que se tuviera la necesidad de crear estrategias que permitan el crecimiento de la empresa llegando a muchas más personas y adaptándose de la mejor manera a los cambios que lleva consigo la evolución de la sociedad.

Por lo anterior, se llegó a la conclusión de que debían haber cambios relacionados con los hábitos alimenticios que en la actualidad están adquiriendo los posibles consumidores, por otro lado, el impacto ambiental de la empresa, pues a lo largo de su historia, el uso de plástico ha sido bastante alto a la hora de presentar y realizar el empaqueo de los productos que se ofrecen, y en consciencia con el cambio climático, el cuidado del planeta y la responsabilidad ambiental se quiere llegar a una disminución casi total de su uso, además de esto, dadas las formas de comunicación que existen en la actualidad Postres Magolita se ha visto en la necesidad de mejorar su imagen por medio de redes sociales y por último, pero no menos importante se desea llegar a generar más empleos en las diferentes áreas (administrativa, productiva y logística), principalmente a mujeres cabeza de familia, con el fin de aportar a la disminución de la brecha laboral que existe actualmente en el país.

6.3 Análisis Interno del Modelo de Negocio

Postres Magolita ofrece postres artesanales, de todo tipo de frutas e ingredientes que satisfacen los gustos de los consumidores, en la actualidad se maneja un catálogo con más de 20 referencias de diferentes postres, así como también se ofrecen otros productos relacionados con el dulce como lo son helados, malteadas, obleas, merengones, almibares, etc. Sin embargo, se ha notado desde la gerencia de la empresa que la presentación de los postres se ha vuelto tradicional y poco llamativa, por otro lado, ha hecho falta la inclusión de productos que han demandado los clientes frecuentes, como lo son postres veganos y postres un poco más saludables, dado que las personas en la actualidad manejan estilos de vida y hábitos alimenticios mucho más conscientes con el ambiente y consigo mismos. Esto ha hecho que a pesar de que el sabor de los postres es delicioso único e incomparable, aún quede mucho por mejorar de su presentación física, la cual debe ser cambiada con el fin de que esta sea más provocativa y llamativa, y la inclusión de productos veganos y saludables con los que podamos llegar a muchas más personas y seguir satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

Por otra parte, desde sus inicios hasta la actualidad el uso de plástico en Postres Magolita ha sido constante, pues es la forma más económica que se encontró para realizar la presentación del producto, es por esto que cuando los postres se van a exhibir en la vitrina, se usa un pequeño plato cuadrado de icopor, así, cuando el producto va a ser vendido para llevar solo es necesario una tapa alta de plástico que se acomoda a la perfección a este plato, de igual manera, aquellos postres que son un poco más líquidos o que requieren de un recipiente mucho más hondo, se hace uso de vasos de plástico convencionales, las bolsas que se usan para que el cliente pueda llevar su producto de una forma cómoda también son las plásticas tradicionales. Se ha

encontrado que este tipo de presentación no solo es poco estética a la hora de brindar un producto de calidad como lo es cada uno de los alimentos que se ofrecen en Postres Magolita, sino que, además de esto, es muy poco amigable con el ambiente y con las problemáticas climáticas que se han estado presentando en la actualidad, es necesario hacer un cambio en este sentido, que ayude a aportar a la responsabilidad ambiental y social que toda empresa debe tener, y que permita una presentación de producto mucho más llamativa para los consumidores.

Es muy importante mencionar la importancia de la forma en la que los productos que ofrece Postres Magolita llegan a ser conocidos por los consumidores o los posibles clientes, esto nos ha mostrado que la empresa está muy poco constituida en este sentido, pues desde que esta empezó ha tenido una divulgación de boca a boca que sin quitarle la relevancia que tiene, no lleva consigo el aprovechamiento de las nuevas tecnologías, las cuales pueden generar un mejor alcance de marca. En la actualidad se cuenta con una página de Instagram con un total de 1.400 seguidores, sin embargo, la última publicación que se ha realizado es de 2020, la inactividad ha generado que sus seguidores bajen y que las personas no se sientan involucradas en el día a día de la empresa, por otro lado, se cuenta con una página de Facebook con un contenido muy parecido al de Instagram, no hay variedad y esto hace que las personas no conecten con este medio de comunicación. Además de lo anterior, se está desaprovechando estos medios virtuales para poder realizar ventas, ya que, no hay constancia en la respuesta a las preguntas que generan los clientes, no hay una persona que se encargue de dar solución a los pedidos, o aquellas cuestiones que pueden generar ventas y un gran impacto en el hecho de que la marca empiece a permanecer en la mente de las personas y que sea su primera su opción a la hora de buscar postres en Bogotá. Hace falta un gran avance en la fotografía de producto, pues no se ha logrado llegar a tener productos audiovisuales que potencien el producto ofertado por Postres Magolita y

que lleguen a mostrar lo delicioso y agradable que este puede ser, lo cual está ligado de alguna forma al punto anterior en el que se mencionaba que hace falta una presentación de producto más llamativa y que genere recordación de marca.

Postres Magolita cuenta con diez (10) empleados, los cuales están divididos en producción y logística. Las personas que trabajan con la empresa son principalmente mujeres, esto va acorde al principio que se tiene de aportar a la disminución de la brecha laboral y que las mujeres tengan oportunidades laborales, sin embargo, las labores administrativas recaen únicamente en los gerentes de la empresa, esto hace que las personas no puedan percibir a Postres Magolita como un lugar en donde se puede generar un crecimiento profesional y en donde se puedan desarrollar laboral y personalmente.

Para finalizar, Postres Magolita tiene abierto hasta el momento tres (3) puntos de venta y en uno de estos se encuentra la sede de producción, estos están localizados en la localidad de Teusaquillo y la localidad de Chapinero, y se ha evidenciado que estos sectores son puntos de venta exitosos, pues están rodeados de universitarios y trabajadores que en sus horas libres buscan darse un pequeño gusto con un delicioso postre para salir de la rutina y satisfacer sus gustos y necesidades.

6.4 Análisis del Mapa del Entorno del Modelo de Negocio

En el desarrollo de este proyecto se encontraron varios problemas que han afectado el crecimiento empresarial de Postres Magolita, y que son el propósito principal por el cual se está desarrollando este intraemprendimiento.

Para empezar, los consumidores de los productos de Postres Magolita han mostrado cierto interés en productos que vayan acorde con sus nuevos hábitos de consumo alimenticio. Cada día son más las personas que deciden tener una alimentación en la que se eviten los productos provenientes de animales, en razón de su salud y de la consciencia ambiental.

Entre las razones para ser vegetariano están las preferencias de los padres, motivos religiosos, u otras creencias, o temas de salud. Mucha gente decide ser vegetariana porque le preocupan los derechos de los animales o el medioambiente. Y mucha gente tiene más de una razón para hacerse vegetariana. (Gavin, 2012, párr. 1)

Sin embargo, en el momento Postres Magolita no ofrece ningún producto de este tipo y son muchas las personas que evitan hacer compra de los productos por este motivo.

Por otro lado, los clientes han mostrado afinidad con un estilo de vida más saludable en donde puedan darse gustos de dulce, y que estos tengan un bajo contenido calórico, es por esto que, por más de que nuestros productos tengan una gran cantidad de azúcar, sea conveniente añadir algunos que puedan consumir estas personas, o aquellas que sufran de enfermedades de azúcar en la sangre.

Otro de los problemas que hemos percibido en Postres Magolita es el uso constante de plástico en la presentación de nuestros productos, es importante que las empresas empiecen a tomar consciencia del impacto que tienen este tipo de desechos en la sostenibilidad del medio ambiente, y reemplazar el uso de estos por materiales mucho más amigables con el planeta.

A pesar de ser un material increíblemente versátil, por todas las posibilidades de uso que tiene para los seres humanos, el plástico también tiene sus problemas. Precisamente, el uso intensivo de éste ha generado residuos difíciles de manejar. Empezando porque no es degradable. Esto quiere decir que, cuando se desecha, no se descompone fácilmente como

sí lo hace, por ejemplo, el papel. Hoy en día, el plástico es responsable en gran parte de los residuos contaminantes que se acumulan en nuestro planeta. El plástico más común, cuando se desecha, permanece en el ambiente por muchos años. También, cuando se bota en la calle, puede terminar tapando alcantarillas y rejillas por donde al agua debe pasar cuando llueve. Cuando llega a ríos y océanos, puede matar animales que queden atrapados en el interior de las bolsas. (Cultura, Recreación y Deporte, s.f., párr. 1)

Por otra parte, existe una cantidad aproximada de 150 millones de toneladas de plástico en los océanos, esto hace que una gran cantidad de playas estén llenas de desechos con una biodegradación de muchos años, y lo cual genera la muerte de muchos mamíferos marinos e impactan de una forma muy importante a miles de especies.

En Colombia la situación del plástico se agrava debido al manejo y la gestión pública que tiene este material. Solo en Bogotá se generan 2.2 millones de toneladas de plástico al año y se sabe que: Cada hogar colombiano genera casi 4.5 kilos de basura al día y, cada 24 horas, solo en Bogotá se eliminan casi 6.300 toneladas de residuos. De ese total de basura que diariamente se genera en Bogotá, el 56 % corresponde a plásticos de distinto tipo. (Uniandes, s.f., párr. 3)

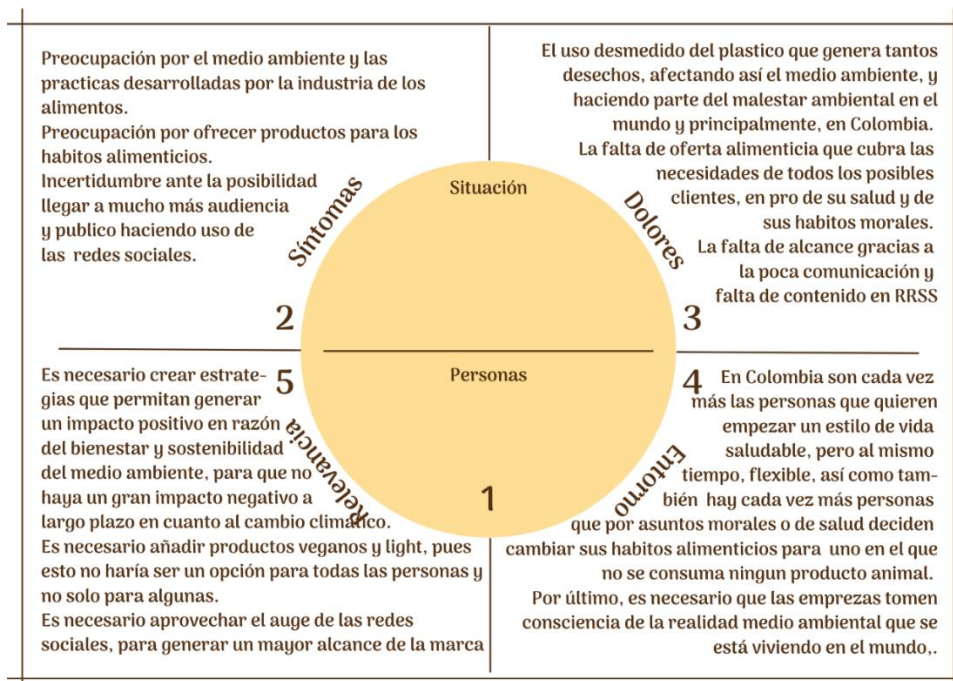
Por otro lado, la falta de implementación de redes sociales ha hecho que haya poca eficiencia en la comunicación entre la empresa y los clientes, podemos ver que no existe mucha interacción que permita que Postres Magolita pueda llegar a una audiencia que esté dentro del nicho de mercado que se maneja. Hace falta generación de contenido y constancia en el mismo. En la actualidad las redes sociales son una herramienta muy útil a la hora de crear empresa, pues están permitiendo que haya un alcance mayor, no solo dentro de la ciudad sino por medio de pagos promocionales llegar incluso a ser conocidos en todo el país.

La creciente interacción con el internet en el último año no solo llevó a que las redes sociales tomaran una gran relevancia en la vida cotidiana de los ciudadanos, sino también que fueran aún más importantes para las marcas. Hoy, los expertos señalan a estos canales virtuales como grandes oficinas digitales que juegan un papel preponderante para que las compañías puedan atender a sus usuarios de una manera más estrecha y dinámica. (Lorduy, 2021, párr. 1)

En conclusión, los problemas presentados anteriormente están enfocados principalmente en tres posibles soluciones, para empezar, atender las necesidades y hábitos de consumo de nuestros clientes, por otro lado, ser una empresa mucho más sostenible y amigable con el medio ambiente y, por último, generar una interacción mucho más importante por medio de las redes sociales, que permita expandir la empresa, y posicionar la marca en la mente de nuestros posibles clientes.

Figura 14

Mapa del dolor



Nota. Elaboración propia.

7 Validación Comercial

7.1 Construcción de Marca

El mensaje que Postres Magolita desea transmitirle a sus consumidores y a la industria se basa en brindar la calidad de cada uno de sus productos que satisfagan las necesidades de cada uno de los consumidores teniendo en cuenta sus hábitos y estilo de vida.

La personalidad de la marca es poder brindarles confiabilidad a los consumidores, para esto busca crear una comunicación con el cliente que sea óptima y en la cual se logre afianzar la confianza en la marca y establecer relaciones que perduren en el tiempo para lograr un reconocimiento y establecerse en la mente de los clientes como una empresa familiar que busca conectar genuinamente desde la gastronomía.

Los elementos que diferencian a Postres Magolita es la autenticidad, su increíble atención al cliente, la tradición familiar, confiabilidad, la constante intención de innovar, la inclusión de minorías y brindar productos y un servicio con los cuales los consumidores se sientan satisfechos y escuchados.

7.2 Meta de Ventas

En la actualidad, Postres Magolita maneja ventas semanales en promedio de 800 unidades de postres, esto en pesos nos daría alrededor de 4'500.000, en el mes se vende

18'000.000 aproximadamente con un promedio de 3.200 unidades. Se espera que para dentro de un año el crecimiento sea del 20%.

Semanal: En cuanto a las ventas semanales de Postres Magolita se proyecta llegar a vender un promedio de 1.200 postres que generen alrededor de 8'400.000, teniendo en cuenta que el valor de los postres va a subir su precio progresivamente.

7.3 Pronóstico de Ventas Mensual

Mensualmente se desea llegar a vender en promedio 4.800 unidades, con el fin de generar ventas de 33'600.000. Con la ayuda de todos los cambios que se están proponiendo estos números podrían superarse fácilmente. Es difícil dar una cifra específica pues hay muchos factores que pueden hacer varias las ventas. Es importante ver cómo se van desarrollando las ventas de los nuevos productos para poder tener un indicio del comportamiento de estas con el tiempo y las mejoras necesarias en calidad y precio para poder generar un número de ventas mayor.

Con las proyecciones realizadas en los ítems anteriores, Postres Magolita lograría unas ventas anuales de 403'200.000 al año en promedio, con alrededor de 57.000 unidades vendidas. Sin embargo, es importante tener en cuenta que hay factores de la sociedad, como los cambios económicos y políticos, e incluso de salud, como ocurrió en el 2020 con la Covid-19, que pueden llegar a poner tropiezos en estas proyecciones que se están realizando, es por esto, que es importante tener una propuesta financiera sólida que pueda ayudarle a Postres Magolita a mitigar y enfrentar cualquier suceso a nivel social que pueda afectar las ventas a lo largo de los años.

7.4 Número de Nuevos Clientes y Ticket Promedio Actual

De acuerdo con lo anterior, hay un promedio de 350 clientes nuevos a la semana, ya que al haber un crecimiento del 20%, la cantidad aproximada de nuevos clientes puede llegar a ser entre 300 y 400, teniendo en cuenta que normalmente, los consumidores hacen la compra de un solo producto por persona. El ticket promedio actual está entre 4.000 y 5.000 pesos y se espera que este llegue a ser de al menos 7.000 pesos por cliente,

8 Estrategia de Marketing

8.1 Funnel de Ventas y Actividades Comerciales

Se puede ver que en general, el consumidor de Postres Magolita, tiene una comunicación y descubrimiento de información basado en las redes sociales, lo cual nos muestra las posibles formas en las cuales una persona puede llegar a conocer la empresa o a interactuar con la misma, nos muestra el gran impacto que podría llegar a tener un buen manejo de redes en el crecimiento empresarial de la compañía.

Por otro lado, para establecer el funnel de ventas es necesario el desarrollo de ciertas actividades, esto hará que los cambios propuestos para Postres Magolita tengan un gran impacto en los clientes que ya están fidelizados y en los posibles consumidores nuevos que lleguen.

- Publicidad digital: Se requiere de un gran impacto en las redes sociales, ya que hasta el momento el manejo de estas es muy débil y no ha generado el *engagement* que se espera.
- Ferias: Es importante buscar otros sectores para dar a conocer los productos de Postres Magolita, es por esto, que se propone empezar a asistir a ferias comerciales en donde se pueda llegar a nuevos posibles clientes.
- Fidelización y servicio: Crear un sistema de PQRS en donde se pueda conocer la opinión de los clientes, esto lo podemos empezar a aplicar desde un WhatsApp destinado a este servicio, y así recibir las quejas, peticiones y reclamos y darle a cada uno de estos una gestión y solución.

- **Voz a voz:** A lo largo de la historia de Postres Magolita, la forma que ha generado que la empresa sea conocida por otras personas es por medio de la voz a voz y casi toda la clientela ha llegado de esta manera, y uno de los objetivos es que siga siendo así.

Para que el funnel de ventas explicado anteriormente tenga un impacto positivo para Postres Magolita, es necesario desarrollar la descripción de las diferentes actividades comerciales, y que sirvan para definir de una forma más clara el presupuesto destinado a esto y los canales que servirán para la comunicación de la empresa con el cliente.

Teniendo en cuenta que el primer ítem de nuestro funnel de ventas es la publicidad digital, es necesario empezar a manejar diferentes medios de comunicación que vayan de la mano con la tecnología, las herramientas digitales y el segmento de clientes a los que se podría llegar por este medio. Algunas de las estrategias que se han pensado son: mantener un alto posicionamiento en los buscadores y realizar publicidad en estos, hacer uso de bases de datos en las cuales se tenga en cuenta quienes son los clientes frecuentes y constantemente enviar publicidad y promociones que permitan que estos estén siempre en contacto con la marca, por otro lado, el impacto que tiene en la actualidad el uso de redes sociales es cada vez más grande, la creación de piezas gráficas o publicitarias que puedan ser presentadas por medio de estas redes le puede dar a Postres Magolita un alcance, incluso internacional, por último, vemos muy importante la creación de canales de comunicación sólidos, para que sea mucho más fácil para los clientes acceder a información sobre la empresa y sus productos.

Por otro lado, en cuanto a asistir a ferias o eventos comerciales, sirve como una herramienta para dar a conocer la marca a públicos específicos, pues se evidencia que estos eventos manejan un flujo de personas bastante grande y en el cual pueden haber posibles consumidores de Postres Magolita, es un gran espacio para hacer networking, es decir, conocer

empresas del mismo sector y dar a conocer la nuestra, se puede conocer también las opiniones del sector, de los consumidores y así poder ampliar bases de datos que nos funcionen posteriormente para la publicidad digital, por otro lado, dan la posibilidad de tener un contacto directo con los clientes y de esta manera se puede adquirir una confianza y cercanía por parte de ellos, además, es también una gran forma de conocer a la competencia e identificar cuáles son las debilidades de estas y de esta manera tener la posibilidad de potenciar las fortalezas que tiene Postres Magolita.

Desde hace un tiempo se ha pensado en la posibilidad de crear un canal de PQRs, en el cual se pueda conocer a profundidad cuales son las opiniones, preguntas, quejas o reclamos que los clientes tienen, esto sirve para aportarle de alguna manera a la empresa y que esta pueda ser mejor, como se mencionaba anteriormente, es muy importante crear este servicio por medio de correo electrónico, página web o WhatsApp, sea cual sea la forma, este canal sería muy efectivo para Postres Magolita, en cuanto a su crecimiento teniendo en cuenta que el bienestar de los clientes es una de las variables más importantes en el desarrollo de una empresa, y para que los clientes tengan también la posibilidad de sentirse escuchados y que perciban interés por parte de la empresa en sus opiniones.

Para que la estrategia del voz a voz sea efectiva se debe tener en cuenta el punto anterior, y es que, entre más clientes estén felices con el producto y el servicio que se ofrece, hay mucha más posibilidad de que este sea recomendado de persona a persona, para esto es también muy importante crear recordación de marca por medio de materiales publicitarios, se puede ejecutar dar muestras de productos que permitan que se conozca el producto y que además sea recomendado, además, se puede utilizar esta herramienta aprovechando el alcance que tienen las redes sociales, pues de muchas formas se incentivar la mención de la marca o incluso hacer

colaboraciones con algunos influenciadores pequeños que puedan ayudar a llegar a más personas.

8.2 Lanzamiento

El intraemprendimiento se ha venido pensando desde hace un par de años, lo que hace que cada vez sea mucho fácil y rápido hacerlo realidad, Postres Magolita es una empresa que ya lleva de 20 años en el mercado y al estar hace tanto tiempo constituida solo hace falta implementar algunas estrategias para que estos nuevos productos puedan salir al mercado y hacerlo con éxito.

En cuanto a las estrategias que se van a utilizar para lanzar los productos son: antes del lanzamiento se puede realizar un sorteo que permita que más gente llegue a nuestras redes sociales para posterior a eso realizar algún tipo de interacción o dinámica, en la cual se pueda dar a conocer la noticia de que habrá nuevas posibilidades y sabores para consumir el producto que los clientes ya conocen, cuando ya el producto esté a punto de ser lanzado crear una pieza gráfica para ponerla tanto en redes sociales como publicidad en los puntos de venta, esto hará que la gente tenga muchas más expectativa de probar el nuevo producto. Para finalizar, el día del lanzamiento será importante optar por brindar pequeñas pruebas gratis, que van a permitir que las personas conozcan el producto sin tener que gastar en él, y esto hace que se pueda dar a conocer la calidad de lo que se ofrece y dar evidencia de que es un producto que puede hacer parte del día a día.

Habrán dos semanas de lanzamiento, para que las personas conozcan los nuevos postres y se espera que con la nueva imagen que se le quiere dar a Postres Magolita en razón de sus

empaques, esto ayude a que se pueda llegar a mucha más gente y que los resultados esperados puedan darse entre uno y tres meses.

Cronograma de actividades

- *Sorteo en redes sociales:* Este sorteo se planea realizar el 1 de julio de 2023, con el fin de brindar resultados de ganador dos semanas después, el 15 de julio de 2023.
- *Interacciones en redes sociales:* Las interacciones con el fin de conseguir *engagement* antes de sacar el producto a lanzamiento se realizarán las siguientes dos semanas, es decir, desde el 16 de julio de 2023 hasta el 30 de julio de 2023.
- *Creación e impresión de pieza gráfica:* Esta pieza gráfica se realizará y debe estar lista tanto para poner en redes sociales como impresa para poder ponerla en los puntos de venta entre el 31 de julio de 2023 al 4 de agosto de 2023.
- *Día de lanzamiento:* El día de lanzamiento será el sábado 5 de agosto de 2023.

Equipo necesario

Postres Magolita ya cuenta con toda la maquinaria de mano de obra para el desarrollo de productos, entonces, en cuanto a equipos y puntos de venta no habría que hacer ningún tipo de inversión, sin embargo, para realizar la inclusión de estos productos nuevos es necesario tener claridad de las recetas que se van a utilizar para la producción de los productos, por otro lado, un equipo humano de fotografía y publicidad que pueda brindarle ayuda a la empresa a emprender de una mejor forma las herramientas digitales y el manejo de redes sociales, y para finalizar, es necesario la implementación de nueva materia prima relacionada con los empaques del producto, se requiere hacer uso de esto en materiales como el cartón o el papel.

El proceso de producción y comercialización que se usará en el desarrollo del intraemprendimiento que estamos elaborando en Postres Magolita es:

- *Compra de materia prima para la elaboración de los postres:* Comprar productos que estén acorde con la alimentación vegana y saludable.
- *Pruebas de diferentes empresas productoras de platos, vasos y bolsas sostenibles:* La mejor opción será usada en la presentación y comercialización de los productos.
- *Proceso de producción:* Realizar la producción de los postres basada en una mano de obra especializada y capacitada para su elaboración.
- *Porción y empaque:* Porcionar los postres producidos y empaquetarlos con los platos, vasos y bolsas sostenibles elaborados con material biodegradable.
- *Comercialización y venta:* Poner en venta el producto en punto de venta.
- *Mercadeo y publicidad:* Generar contenido por redes sociales en pro de lograr alcance y ser más conocidos en Bogotá y alrededores.

8.3 Presupuesto de Marketing

El presupuesto que se necesita para poder empezar a ejecutar las tareas destinadas a el lanzamiento de los nuevos productos es de \$400.000, estos irán destinados principalmente a todo el tema de mercadeo y publicidad, y en especial relacionado con el manejo de redes sociales, diseño de flyers y fotografía de producto, con el fin de brindarle un valor agregado que hasta el momento le hace falta a Postres Magolita. Esta misma inversión se tendrá que hacer de igual forma los primeros meses para tener un panorama mucho más exacto de la funcionalidad que este tenga en los objetivos de la empresa.

9 Aspectos Legales

9.1 Riesgos Jurídicos y Tributarios

En cuanto a los riesgos jurídicos en los que Postres Magolita podría llegar a verse involucrado, encontramos.

- **Imitaciones o copia de la marca o los productos:** En este caso, es muy importante tener presente que el hecho de que la competencia llegara a copiar los productos que ofrece Postres Magolita, se podría generar una caída en las ventas y la marca perdería el prestigio que tiene. Para evitar este tipo de situaciones es necesario crear un registro, no solo de la marca o nombre comercial, en el cual se protege también el logo, sino también aquellos productos que lleguen a ser completamente innovadores.
- **Garantías con los trabajadores:** Aunque para Postres Magolita, una de las partes más importantes son las personas que colaboran en cada una de las áreas de la empresa, existe un riesgo de fallar en alguna de las garantías que estos deben tener. Es por esto que es muy importante que se proteja de la mejor forma posible y de acuerdo a la ley a los empleados, brindando salud y seguridad en el trabajo y no incurrir en el incumplimiento de esto.
- **Manipulación de alimentos:** Según el Decreto 3075 de 1997, la salud es un bien de interés público, esto hace que sea necesario regular todas las actividades que produzcan factores de riesgo debido al consumo de alimentos. Al ser Postres Magolita una empresa productora y comercializadora de alimentos debe cumplir con todos los estándares de

salubridad en cada uno de los procesos que acompañan la cadena productiva de los productos que se ofrecen.

En cuanto al personal, es necesario conocer el estado de salud de cada uno de los trabajadores, por lo tanto, Postres Magolita debe solicitar un reconocimiento médico antes de que estos inicien labores en la empresa y cada vez que se hayan ausentado por razones virales o alguna infección, con el fin de evitar la contaminación de los productos. Por otro lado, es necesario que todas las personas que trabajan en Postres Magolita, en especial aquellas que tienen contacto directo con la materia prima, alimentos o productos sean formadas en temas de educación sanitaria, practicas higiénicas y precaución para evitar contaminación a los productos. Por parte de Postres Magolita se debe garantizar un plan continuo de capacitación desde el ingreso del trabajador hasta la finalización de su contrato.

- Cumplimiento de condiciones sanitarias: La Ley 9 de 1979 nos plantea todas aquellas condiciones sanitarias que deben ser ejecutadas y cumplidas por parte de Postres Magolita, con el fin de cuidar la salud y el bienestar de las personas y darles un mejor uso a los recursos, para ayudar a la preservación del medio ambiente. Es por esto que periódicamente, por lo general cada 6 meses se realiza la visita del ministerio de salud, en donde está en constante revisión de la limpieza y desinfección de los establecimientos, los uniformes de los empleados, las temperaturas de las neveras, las fechas de vencimiento de la materia prima y de los productos, y del cumplimiento de los documentos legales, como lo son, contratos de empleados, cámara de comercio y el RUT.
- De persona natural a persona jurídica: Al ser una empresa familiar, Postres Magolita ha registrado sus puntos de ventas ante la cámara de comercio como persona natural,

esto quiere decir que cada uno de los puntos de venta están a nombre de Mariela González, Alfonso Ibáñez (Helado Magolita) y Nicolás Ibáñez González (Cafetería Magolita), cada uno de estos puntos de venta se especializa en algo, el primero, en postres, el segundo en helados, y el último en café, sin embargo, al buscar el crecimiento de la empresa es necesario la integración de estos puntos de ventas para que sean consistentes y se ofrezcan exactamente los mismos productos, lo anterior quiere decir que es momento de que Postres Magolita se registre como persona jurídica, y empiece a cumplir con todas las condiciones legales que esto implica y que harán que el crecimiento pueda ser mayor.

Este intraemprendimiento se está desarrollando desde mitad de año de 2021, empezó como una lluvia de ideas que llevaron a desarrollar una idea más concisa de lo que se quería y se esperaba del crecimiento de la empresa.

Se realizaron diferentes puntos importantes como lo fue una exploración y desarrollo de ideas, una propuesta de valor, un prototipado de las ideas que se generaron y un modelo de negocio, esto permitió tener más claridad de lo que se necesitaba llevar a cabo para que el desarrollo y crecimiento de Postres Magolita se pueda dar de la mejor manera posible.

En cuanto al plan de trabajo para los próximos meses es necesario tener en cuenta las siguientes actividades claves y las fechas de ejecución.

- Registro de empresa: El registro como persona jurídica de Postres Magolita es lo primero que se debe hacer para que el crecimiento se desarrolle de una mejor manera. Por lo tanto, se tiene estimado realizar esta gestión en agosto de 2022, con el fin de empezar a realizar los cambios propuestos para la empresa durante los meses posteriores del presente año.

- **Búsqueda de proveedores:** Como se ha mencionado anteriormente, gran parte del cambio que se quiere realizar en Postres Magolita es la eliminación del plástico, es por esto que, a partir de septiembre de 2022, se debe empezar una búsqueda exhaustiva de proveedores para empaques que sean a base de papel o cartón, con el fin de encontrar una opción de calidad y al mejor precio.
- **Contratación de personal:** Una de las áreas que tiene más debilidades en Postres Magolita, es la de mercadeo, pues no se cuenta con un equipo que desarrolle ideas de publicidad o que genere contenido digital para dar a conocer la marca por medio de redes sociales y otras plataformas que generen un alcance mayor en la ciudad e incluso en el país. Para esto, es necesario que en octubre de 2022 se haga la contratación de un fotógrafo que maneje fotografía de producto y que pueda sacar el mejor provecho de los productos para hacerlos ver de la mejor calidad. Por otro lado, es necesario la contratación de una persona que pueda encargarse de la creación y publicación diaria en redes sociales para generar un mejor engagement entre la marca y los consumidores.
- **Pruebas en los productos nuevos:** Uno de los factores más importantes es que la inclusión de los productos nuevos sea exitosa, para esto se tienen que hacer varias pruebas de calidad, así como también encuestas en relación a lo que esperan los clientes de esta inclusión, y que permitan ofrecer el mejor producto a los consumidores. Estas pruebas tienen que hacerse durante noviembre, con el fin de tenerlos establecidos para que a comienzos del 2023 se pueda realizar el lanzamiento.

Este panorama general del plan de trabajo puede ir cambiando con el tiempo, pues no se tiene certeza de que se pueda cumplir a cabalidad, sin embargo, por el momento, es lo que se tiene planeado para empezar a darle gestión a estos cambios que se han propuesto.

9.2 Planeación Legal

El marco legal es uno de los factores más importantes para la empresa, pues este puede llegar a ser un gran aliado en relación al crecimiento empresarial que desea desarrollar Postres Magolita, ya que esto ayuda a que las relaciones con los clientes y los proveedores puedan ser satisfactorias y llenas de confianza, y, por otra parte, permite que el crecimiento no solo sea local, sino que también pueda ampliarse a largo de todo el país e incluso por todo el mundo

Para que este marco pueda darse exitosamente es necesario integrar en Postres Magolita tres áreas legislativas, fiscal, mercantil, laborales y contables, en donde se cumpla con todas las exigencias legales. En cuanto al área fiscal, todo lo que tenga que ver con ley de impuestos; área mercantil, códigos de comercio y leyes mercantiles; área laboral, seguridad social y área contable, normas de contabilidad (NIC, NIIF, PCG).

Para empezar con lo mencionado anteriormente, es necesario hacer el registro de Postres Magolita, como empresa, es decir, persona jurídica. Esto nos permite ser capaces de ejercer derechos y contraer ciertas obligaciones para ser representados judicial y extrajudicialmente.

En el caso de Postres Magolita, este sería una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), ya que esta será constituida por dos o más personas, estos son Mariela González, encargada principalmente del área de producción, Alfonso Ibáñez, quien se encarga del área financiera y contable, Nicolas Ibáñez y Alejandra Ibáñez quienes se encargarán del área de

relaciones y mercadeo. Estas serán las responsables de la empresa hasta el monto de sus respectivos aportes.

Los documentos necesarios este registro serían:

1. Documento de identidad original de las personas naturales que constituyen la empresa.
2. Carta de responsabilidades de la persona jurídica (Postres Magolita)
3. Formularios disponibles en la Cámara de Comercio de Bogotá
 - RUES (Formulario de Registro Único Empresarial).

Por otro parte, un de las aristas más importantes en la creación de empresa se basa en las garantías de ventas y post ventas, Postres Magolita considera que es de suma importancia responder por el buen estado del producto y que el cliente se sienta conforme con este, de acuerdo a las condiciones idóneas, de calidad y seguridad que exige la ley.

Ya que Postres Magolita es una empresa de producción y comercialización de alimentos, es necesario que se cree una política de garantías para productos que se encuentren en mal estado o caducados. Es importante que estas situaciones se presenten lo menos posible, ya que ponen en riesgo la imagen de la empresa y la marca. Sin embargo, se plantea que, al ser un alimento, la inconformidad debe ser manifestada al momento del consumo del producto, el cliente debe hacer conocer el estado del producto para que se realice revisión de que efectivamente se encuentra en mal estado, y posterior a esto se pueden ofrecer tres posibles garantías; cambiar el producto, ofrecer un bono de consumo o devolución total del dinero.

Como Postres Magolita desea añadir a su portafolio productos nuevos, veganos y saludables, se puede manejar una garantía de prueba gratuita para dar a conocerlos, es decir, por

un tiempo predeterminado, brindar a los consumidores los productos nuevos sin ningún intercambio monetario, para que estos conozcan el producto, y sepan que tiene todos los estándares de calidad. Esto permite que los posibles clientes se enganchen con el producto y decidan realizar su compra eventualmente.

10 Rentabilidad

10.1 Margen de Contribución por Producto o Servicio

Tabla 1

Margen de contribución por producto o servicio

Margen de contribucion	\$ 3.700	\$ 3.000
Margen de contribucion %	49%	43%
Punto de equilibrio en unidades	65	50
Punto de equilibrio en dinero	\$ 486.486	\$ 350.000

Nota. Elaboración propia.

10.2 Punto de Equilibrio en Unidades y Dinero por Producto

Tabla 2

Margen de contribución por producto o servicio

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL		
	Postre Vegano	Postre Saludable
Precio unitario	\$ 7.500	\$ 7.000
Endulzante	\$ 1.200	\$ 1.200
Harina	\$ 800	\$ 800
Leche	\$ 700	\$ 300
Fruta natural/Frutos secos	\$ 800	\$ 800
Empaque	\$ 300	\$ 300
Huevo	\$ 0	\$ 200
Crema de leche	\$ 0	\$ 400
<i>Costo variable unitario</i>	<i>\$ 3.800</i>	<i>\$ 4.000</i>
Publicidad y mercadeo	\$ 240.000	\$ 150.000
<i>Costo fijo</i>	<i>\$ 240.000</i>	<i>\$ 150.000</i>

Nota. Elaboración propia.

11 Referencias Bibliográficas

- Cultura, Recreación y Deporte. (s.f.). *El plástico, ¿un problema ambiental?*
<https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/biodiverciudad/el-plastico-un-problema-ambiental>
- Deli Repostería. (2024). *Deli Repostería*. <https://www.deli.com.co/Deli-Inicio/>
- Endulza tu Paseo. (2024). *Endulza tu Paseo*. <https://www.endulzatupaseo.com/>
- Gavin, M. (Julio de 2012). *Hacerse vegetariano*. <https://www.rchsd.org/health-articles/hacerse-vegetariano/>
- Lorduy, J. (25 de septiembre de 2021). *Así las empresas usan las redes sociales como ‘vitrinas’ virtuales*. Portafolio: <https://www.portafolio.co/innovacion/empresas-que-usan-redes-sociales-para-fortalecer-su-marca-556637>
- Monterrosa, H. (8 de marzo de 2021). *Brechas salariales entre hombre y mujeres en las economías de la Oede. La república*. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/siguen-las-brechas-salariales-entre-hombres-y-mujeres-en-los-paises-miembros-de-la-ocde-3135745>
- Postres Magolita [@postres.magolita]. (2024). *Postres Magolita*. Instagram:
<https://www.instagram.com/postres.magolita/?hl=es>
- Todo Rico. (2024). *Todo Rico*. <https://aquiestedorico.com/>
- Uniandes. (s.f.). *Situación de los plásticos en Colombia*.
<https://derecho.uniandes.edu.co/es/informe-situacion-actual-de-los-plasticos-en-colombia>