

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS A BASE DE QUINUA, ESPINACA Y MORA “GALLEMÍA”
(Resumen Analítico)**

**BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF PRODUCTS
BASED ON QUINOA, SPINACH AND BLACKBERRY "GALLEMIA".
(Analytical Summary)**

Autores (Authors): ESPINOSA PANTOJA Dorelly Jazmín, CARVAJAL VILLOTA Leidy Tatiana

Facultad (Faculty): Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Programa (Program): Administración de Negocios Internacionales

Asesor (Support): Carlos Andrés Romo Pérez

Fecha de terminación del estudio (End of the research): junio de 2024

Modalidad de Investigación (Kind of research): Trabajo de Grado

PALABRAS CLAVE:

Plan de negocios

Producción

comercialización

KEY WORDS:

Business Plan

Production

Marketing

RESUMEN: El presente proyecto tiene como fin diseñar un plan de negocios para la producción y comercialización de productos a base de quinua, espinaca y mora llamado “Gallemía”, proyecto el cual se encuentra dirigido a todas las personas que deseen consumir un producto con un alto valor nutricional que además de ser rico y económico aporte al organismo lo necesario para su correcto funcionamiento. El mercado objetivo se encuentra entre las edades de los 5 y los 65 años, convirtiendo a Gallemía en un producto para toda la familia, en donde compromete a jóvenes, adultos, trabajadores, ancianos, niños, universitarios entre otros que también cumplen con características importantes como niveles económicos, facilidades de compra, estratos sociales, gustos y preferencias. Así mismo, se establece la significativa existencia de un mercado potencial para la producción y comercialización de los productos de Gallemía y también se constata que no existe ningún contratiempo que tenga que ver con insumos, mano de obra, maquinaria e instalaciones que son necesarias para la transformación de la materia prima en

galletas propias de Gallemía. Es fundamental poder brindarle al cliente un producto saludable, fácil de conseguir y a un precio asequible, galletas elaboradas con la materia prima propia del departamento de Nariño con los más altos estándares de calidad y realizadas con técnicas cien por ciento artesanales que permiten resaltar los sabores innatos de la tierra Nariñense.

ABSTRACT: *The purpose of this project is to design a business plan for the production and commercialization of products based on quinoa, spinach and blackberry called "Gallemía", a project aimed at all people who wish to consume a product with a high nutritional value that in addition to being rich and economical, provides the body with what is necessary for its proper functioning. The target market is between the ages of 5 and 65 years old, making Gallemía a product for the whole family, where it engages young people, adults, workers, the elderly, children, university students, among others, who also meet important characteristics such as economic levels, purchasing facilities, social strata, tastes and preferences. Likewise, it is established the significant existence of a potential market for the production and commercialization of Gallemía's products and it is also confirmed that there is no setback related to inputs, labor, machinery and facilities that are necessary for the transformation of the raw material into Gallemía's own cookies. It is essential to provide the customer with a healthy product, easy to obtain and at an affordable price, cookies made with raw materials from the department of Nariño with the highest quality standards and made with techniques one hundred percent handmade to highlight the innate flavors of the land of Nariño.*

CONCLUSIONES: Conforme al análisis que se realizó del entorno externo (análisis PESTEL), se logró determinar que existen diferentes situaciones que representan unas oportunidades o amenazas para la empresa, con el análisis en los diferentes entornos se evaluó variables importantes como el crecimiento de la población, los cambios a nivel cultural, económico, gubernamental que afectan directa e indirectamente el sector panadero. Así mismo se encontraron situaciones que generan en ciertas ocasiones un grado de incertidumbre para la puesta en marcha de un proyecto, por ejemplo, las tasas de interés, los índices del precio al consumidor, los impuestos como lo son el IVA, el rete ICA, la rete fuente, etc.

CONCLUSIONS: *According to the analysis of the external environment (PESTEL analysis), it was determined that there are different situations that represent opportunities or threats for the company, with the analysis of the different environments, important variables such as population growth, cultural, economic and governmental changes that directly and indirectly affect the bakery sector were evaluated. Likewise, situations were found that sometimes generate a degree of uncertainty for the implementation of a project, for example, interest rates, consumer price indexes, taxes such as VAT, ICA rete, source rete, etc.*

RECOMENDACIONES: Como primera recomendación se propone incursionar en la búsqueda de nuevos proveedores en otras ciudades cercanas al municipio de Pasto para así no generar dependencia de un solo proveedor y generar en el tiempo un suministro permanente de materias primas. Se recomienda fortalecer las estrategias de marketing y realizar estudios constantes acerca de las 4 variables del marketing mix, priorizando los constantes cambios en el mundo digital y realizar un plan estratégico integral que funcione de forma correcta a través del tiempo y que englobe todos los aspectos de la organización incluyendo la gestión de recursos humanos, gestión financiera, operaciones y marketing. Esto dará una dirección concreta al crecimiento sostenible de la empresa.

RECOMMENDATIONS: *As a first recommendation, it is proposed to search for new suppliers in other cities near the municipality of Pasto in order to avoid dependence on a single supplier and generate a permanent supply of raw materials over time. It is recommended to strengthen marketing strategies and carry out constant studies about the 4 variables of the marketing mix, prioritizing the constant changes in the digital world and to carry out a comprehensive strategic plan that works correctly over time and encompasses all aspects of the organization including human resources management, financial management, operations and marketing. This will give a concrete direction to the sustainable growth of the company.*