



Secretaría de Educación del Municipio de Medellín
Institución Educativa Barrio Olaya Herrera

Aprobada por resolución Municipal N° 156 del 23 de septiembre de 2003 y modificada por Resolución 01920 de febrero 14 de 2013 y Resolución 201850065981 de 14 de septiembre de 2018 y Resolución 202250110089 de 24 de octubre de 2022

NIT. 811.042.295-8 DANE: 305001022232 CÓDIGO ICFES: 113431



Alcaldía de Medellín
Secretaría de Educación

Plan de apoyo primer periodo
Asignatura
Tecnología e Informática
Nombre del docente o los docentes
Aris Maribel Ferrer Diaz
Grupo
Clei V
Nombre del estudiante
Estándar
Defino el concepto de plan de negocio y soy capaz de identificar las principales secciones que lo conforman.
Competencia
Gestión de la información y Cultura digital.
Indicadores de desempeño
Describe los conceptos básicos relacionados con el emprendimiento como plan de negocio y su importancia. Asume una actitud responsable en el trabajo individual y en equipo.
Contenidos
Plan de negocio
Descripción de las actividades a desarrollar por el estudiante
1. Debe tener en cuenta que, para hacer el plan de apoyo, el cuaderno debe estar completamente al día con los temas y actividades desarrolladas en clase. 2. A continuación, analiza los siguientes casos y responde las preguntas según corresponda
CASO DE ANÁLISIS: Rappi Cuando Rappi presentó su plan de negocios a inversionistas en 2016, su resumen ejecutivo comunicaba en pocas líneas: "Somos la tienda de todo". Describían el problema (falta de servicios de entrega rápida en Latinoamérica), la solución (app de domicilios 24/7 con red de rappideros), el mercado objetivo (usuarios urbanos de 18 a 35 años) y la meta inicial (50 000 pedidos mensuales)



Secretaría de Educación del Municipio de Medellín Institución Educativa Barrio Olaya Herrera

Aprobada por resolución Municipal N° 156 del 23 de septiembre de 2003 y modificada por Resolución 01920 de febrero 14 de 2013 y Resolución 201850065981 de 14 de septiembre de 2018 y Resolución 202250110089 de 24 de octubre de 2022

NIT. 811.042.295-8 DANE: 305001022232 CÓDIGO ICFES: 113431



Alcaldía de Medellín
Secretaría de Educación

en Bogotá en el primer año). Esta claridad les permitió obtener su primera ronda de inversión de USD 200 000.

1. ¿Cuál es el problema que Rappi identificó en el mercado latinoamericano?
2. ¿A qué tipo de usuario va dirigido el servicio según el resumen ejecutivo?
3. Escribe en una sola oración la propuesta de valor de Rappi con tus propias palabras.
4. ¿Por qué crees que un resumen ejecutivo claro es clave para conseguir financiación?

CASO DE ANÁLISIS: Crepes & Waffles

Crepes & Waffles fue fundada en 1980 en Bogotá por dos estudiantes universitarias. Su descripción de empresa ha sido consistente desde sus inicios: misión de ofrecer comida de calidad con calidez humana, visión de ser un referente gastronómico latinoamericano, y valores centrados en el respeto a la mujer cabeza de hogar (más del 90 % de su planta laboral son mujeres). Opera en 8 países con más de 100 restaurantes. Su forma jurídica es una sociedad anónima (S.A.) con capital colombiano.

1. ¿Cuál es la misión de Crepes & Waffles según el caso?
2. ¿Qué valor social diferencial tiene esta empresa frente a otras cadenas de restaurantes?
3. ¿En cuántos países opera y qué dice eso sobre su visión original?
4. Redacta una misión y visión para un negocio hipotético de reciclaje en tu barrio.

CASO DE ANÁLISIS: Juan Valdez Café

Antes de abrir tiendas en el exterior, la Federación Nacional de Cafeteros realizó un exhaustivo análisis de mercado. Identificaron que el segmento objetivo eran consumidores de 25 a 45 años con ingresos medios-altos, amantes de productos con origen trazable. Analizaron competidores como Starbucks y hallaron su ventaja: el café de origen colombiano certificado. También detectaron la tendencia global hacia el "café de especialidad", que crecía al 8 % anual. Con este análisis, Juan Valdez abrió tiendas en EE. UU., Chile, Ecuador y España.

1. ¿Quién es el segmento objetivo de Juan Valdez y cuáles son sus características?
2. ¿Qué ventaja competitiva tiene Juan Valdez frente a Starbucks?
3. ¿Qué tendencia del mercado aprovechó la empresa para su expansión?
4. Explica con tus palabras por qué es importante analizar a la competencia antes de lanzar un negocio.

CASO DE ANÁLISIS: Tutto

Totto, fundada en Medellín en 1987, estructuró su organización con un presidente ejecutivo, gerencias de diseño, producción, marketing y finanzas, y un área especial de innovación. Cada gerente tiene autonomía en su área pero reporta resultados trimestrales a la junta directiva. Su modelo de gestión horizontal fomenta la participación de los empleados en decisiones de diseño. Hoy la empresa emplea a más de 2 000 personas directas e indirectas y exporta a más de 20 países. El éxito de su estructura radica en combinar creatividad con disciplina financiera

1. ¿Cuáles son las gerencias que menciona el caso de Tutto?



Secretaría de Educación del Municipio de Medellín Institución Educativa Barrio Olaya Herrera

Aprobada por resolución Municipal N° 156 del 23 de septiembre de 2003 y modificada por Resolución 01920 de febrero 14 de 2013 y Resolución 201850065981 de 14 de septiembre de 2018 y Resolución 202250110089 de 24 de octubre de 2022

NIT. 811.042.295-8 DANE: 305001022232 CÓDIGO ICFES: 113431



Alcaldía de Medellín
Secretaría de Educación

2. ¿Qué característica tiene su modelo de gestión y cuál es su beneficio?
3. ¿Por qué crees que existe un área de innovación dentro de la estructura?
4. Dibuja o describe el organigrama que tendría una pequeña tienda de ropa con 5 empleados.

CASO DE ANÁLISIS: Grupo Nutresa

Nutresa es el mayor grupo de alimentos procesados de Colombia. Su línea de productos incluye 6 unidades de negocio: carnes frías (Zenú), galletas (Noel), chocolates (Corona, Jet), café (Colcafé), helados (Crem Helado) y pastas (Doria). Cada línea tiene productos en distintas etapas del ciclo de vida: Jet Menta está en fase de madurez hace décadas, mientras que sus nuevos snacks saludables están en fase de crecimiento. Esta diversificación les permite reducir riesgo: si una línea baja sus ventas, otra la compensa.

1. ¿Cuántas unidades de negocio tiene Nutresa y nombra al menos 3?
2. ¿Qué producto está en fase de madurez y cuál está en crecimiento según el caso?
3. ¿Qué ventaja le da a Nutresa tener un portafolio tan diverso?
4. ¿Qué es el ciclo de vida de un producto? Explica sus 4 fases con un ejemplo.

CASO DE ANÁLISIS: Bimbo Colombia

Bimbo Colombia diseñó su estrategia de marketing en torno a las 4P. Producto: pan de molde suave con larga vida útil. Precio: competitivo frente a las panaderías locales gracias a economías de escala. Plaza: distribución directa en más de 120 000 puntos de venta en todo el país, incluyendo tiendas de barrio, supermercados y colegios. Promoción: campañas televisivas con el Osito Bimbo, descuentos por volumen a distribuidores y marketing digital en redes sociales. Esta estrategia integral les permitió capturar el 35 % del mercado de pan empacado en Colombia.

1. Identifica y explica cada una de las 4P en el caso de Bimbo Colombia.
2. ¿Qué canal de distribución considera el caso y por qué es importante para el acceso masivo?
3. ¿Qué porcentaje del mercado capturó Bimbo y a qué atribuyes ese éxito?
4. Diseña las 4P de un negocio de limonadas frías para el recreo de tu colegio.

CASO DE ANÁLISIS: Postobón

Cuando Postobón lanzó su línea de aguas saborizadas Hit, calculó que necesitaba vender al menos 2 millones de unidades mensuales para cubrir sus costos fijos (producción, logística, nómina) con un precio de venta de \$1 500 pesos la botella de 500 ml y un costo variable de \$800 pesos. Su flujo de caja proyectado mostraba pérdidas los primeros 4 meses y utilidades a partir del quinto. La inversión inicial fue de \$12 000 millones de pesos. En el mes 6, Hit superó su punto de equilibrio y se convirtió en una de las bebidas más vendidas del país.

1. ¿Cuántas unidades mensuales necesitaba vender Hit para llegar al punto de equilibrio?



Secretaría de Educación del Municipio de Medellín
Institución Educativa Barrio Olaya Herrera

Aprobada por resolución Municipal N° 156 del 23 de septiembre de 2003 y modificada por Resolución 01920 de febrero 14 de 2013 y Resolución 201850065981 de 14 de septiembre de 2018 y Resolución 202250110089 de 24 de octubre de 2022



Alcaldía de Medellín
Secretaría de Educación

NIT. 811.042.295-8 DANE: 305001022232 CÓDIGO ICFES: 113431

2. ¿Cuánto fue la inversión inicial de la línea Hit de Postobón?
3. ¿En qué mes la empresa empezó a generar utilidades según el caso?
4. Si vendes empanadas a \$2 000 c/u y cada una te cuesta \$800 producir, ¿cuántas debes vender para cubrir \$60 000 de costos fijos mensuales? Muestra la fórmula y el cálculo.

CASO DE ANÁLISIS: Merqueo

Merqueo es un supermercado digital colombiano fundado en 2017. En su primera solicitud de financiación, pidió USD 3 millones a inversores de riesgo (Venture Capital) para: 40 % en infraestructura de bodegas, 35 % en tecnología y app, 25 % en marketing y captación de usuarios. El retorno de inversión (ROI) prometido era del 300 % en 5 años gracias al modelo de bajo costo operativo sin tiendas físicas. En 2020 recibió una segunda ronda de USD 20 millones, lo que permitió su expansión a México. Hoy Merqueo es valorado en más de USD 100 millones.

1. ¿Cuánto dinero pidió Merqueo en su primera ronda y para qué lo usaría?
2. ¿Qué tipo de financiación buscó Merqueo (crédito, inversionistas, otro)?
3. ¿En cuántos años prometía retornar la inversión y qué porcentaje de ROI ofrecía?
4. ¿Cuáles son las diferencias entre financiarse con un banco y hacerlo con inversores de capital de riesgo?

Indicaciones para la los estudiantes: Forma de entrega y fecha máxima de entrega

Rubrica evaluativa

Criterio	Puntaje máximo
El plan de apoyo se realiza en el cuaderno de tecnología, ordenado, con letra clara y buena ortografía y se entrega máximo hasta la segunda semana de junio EN CLASE	2
Sustentación EN CLASE . Tenga en cuenta que las preguntas pueden incluir cualquier tema visto en clase, por eso se requiere que esté completamente al día en los mismos y que los estudie.	1
Puntaje Total	3

Bajo: Puntaje menor a 3
 Básico: Puntaje Igual a 3