INFORME DE VALIDACIÓN DE IDEA DE NEGOCIO
A'PICAR SAS

OBJETIVO: Realizar el proceso de validación de la idea de negocio A'PICAR SAS en la ciudad de Ibagué, durante el año 2016.

Para realizar el proceso de validación en el mercado, se realizó el proceso de ideación, con el fin de identificar posteriormente el comportamiento de los productos en el mercado.

IDEACIÓN

Para realizar el proceso de ideación, la emprendedora aplico la metodología de lean CANVAS, donde se realizó un lienzo, enfocado en el sector de alimentos rápidos tradicionales:

Problemática:

Las problemáticas que se identificaron fueron:

- Alto consumo de productos con grasas perjudiacales para la salud de los consumidores
- Negocios de comidas rápidas de alimentos tradicionales informales y de poco reconocimiento en la ciudad.
- Unidades de negocios informales que no aplican técnicas de manipulación de alimentos, generando desconfianza en los clientes para adquirir estos productos.
- Lugares callejeros no aptos para el consumo de alimentos, ya que no cuentan con la infraestructura en el área comercial.

Solución

La emprendedora identifica posibles soluciones a las problemáticas identificadas:

- Realizar alimentos tradicionales con poco consumo de grasas o en el caso de usarlas que sean de tipo vegetal y pocos niveles de grasas saturadas.
- Ubicación de un local comercial que permita tener área productiva acorde a las normas sanitarias y área comercial para atención a clientes.
- Presentación adecuada de productos, de fácil consumo y agradables a la vista de los clientes.

Propuesta de valor

Comida rápida tradicional gourmet.

Se propone como idea de negocio montar una empresa de comidas rápidas tradicionales de piqueteadero en la ciudad de Ibagué, donde las personas puedan ir a consumir productos agradables al paladar de manera tranquila con sus familias, mediante un local comercial que en su área operativa cumpla con las normas de manipulación de alimentos en el área comercial

puedan los clientes vivir una experiencia disfrutando una temática tipo colombiana degustando los mejores sabores de nuestra tierra.

Se proponen los siguientes productos:

- Línea de asados: carnes
- Línea de frituras: Empanadas, pasteles y marranitas
- Línea de áreas: rellenos de diferentes sabores
- Línea de bebidas: productos típicos y tradicionales

Segmento de mercado

La empresa desea atender un mercado de familias en la ciudad de Ibagué, razón por la cual el segmento serán los hogares de estratos 3 en adelante ubicados en el área urbana de la ciudad.

Ventajas competitivas

- Productos con bajo nivel de grasas o en el caso de usarlas serán de tipo vegetal con poco contenido de grasas saturadas.
- Presentación de los productos tipo gourmet, en porciones pequeñas de fácil consumo.
- Empaque y embalaje adecuado para productos de comida rápida tradicional.
- Local comercial que cumpla con normas de manipulación de alimentos y área comercial temática para brindar a los clientes comodidad y tranquilidad.

Canal de comercialización

Se tiene establecido un canal de comercialización directo, donde se contara con un local comercial ubicado en la ciudad de Ibagué. De igual manera se brindara servicio a domicilio.

Estructura de costos

Para la fabricación de los productos y la validación de estos en el mercado, la emprendedora realizara un proceso de costeo de materias primas, insumos, mano de obra y otros costos indirectos de tipo administrativo y comercial.

Flujo de ingresos

Para iniciar con la validación de la idea en el mercado la emprendedora utilizara recursos propios y familiares.

El ingreso de flujo a la empresa se realizara a través de la venta directa de los productos que se fabriquen y comercialicen en el local comercial.

Métricas

Para validar la idea en el mercado, la emprendedora establece una metas a alcanzar:

Producto:

- Realizar pruebas de recetas familiares con mínimo 5 rellenos en la línea de arepas, pasteles, empanadas y marranitas.
- Realizar productos cárnicos asados y no fritos, con el fin de conocer las opiniones y percepciones del cliente en el mercado.
- Realizar bebidas tradicionales que convienen con estos productos .

Mercado

- Realizar la imagen corporativa de la empresa
- Realizar por lo menos 2 estrategias de comunicación para dar a conocer el productos en el mercado
- Conseguir por lo menos 5 clientes frecuentes de los productos

Operación

- Operar con herramientas de cocina de la emprendedora, realizando procesos manuales.
- Mobiliario adecuado para sentar a los clientes.

VALIDACIÓN

Para realizar el proceso de validación y puesta en el mercado, la emprendedora con recursos propios hace una inversión pequeña, donde adecua el garaje de la casa de sus padres, ubicada en el barrio la Pola de Ibagué, aprovechando que esta frente a un hotel 5 estrellas (casa Morales) y diagonal a un centro educativa de educación superior (Sede de uniminuto).

El local montado por la emprendedora cuenta con lo siguiente:

- 4 juegos de sillas con mesa en calidad de préstamo de un familiar (tío)
- 5 butacas plásticas
- Nevera en calidad de préstamo de la empresa Coca cola, donde toco hacer un pedido de mínimo $ 250.000.
- Nevera de segunda, la cual era de su casa y se designó solo para alimentos del negocio.
- Inversión en menaje básico para las operaciones en la fabricación de productos.

La emprendedora arranco con su idea de negocio en el mercado, abriendo las puertas al público, vendiendo los siguientes productos:

- Línea asados: Carne de res, carne de cerdo, Morcilla, longaniza y chunchilla. Estos productos acompañados de área de maíz blanca y de aderezo guacamole.

- Línea Crocanticas: Empanadas tradicionales de carne, pasteles de maíz y de yuca y marranitas de carne.
- Línea de arepas: Arepa de queso, arepa de carne y arepa e pollo
- Bebidas tradicionales: Masato y limonada campesina.

Se empezaron a vender los productos, donde se hablaba con el cliente al final de haber consumido los productos, donde se recibían sugerencias que poco a poco se fueron aplicando en el negocio. De igual manera se probaron rellenos especiales con el fin de incluirlos en la carta de la empresa:

- Línea de asados: se incluyeron otras carnes como hígado, cuajo, ubre y la picada. Se incluyeron otros acompañantes como papa pastusa, papa criolla, arepas de yuca realizadas por la emprendedora, plátano y otros aderezos como salsa rosa, tartara, mayonesa, ajo y tomate.
- Línea crocanticas: Se conservaron las empandas traicionales, el pastel de yuca, las marranitas de carne, pollo y mixtas.
- Línea de arepas: se incluyeron nuevos rellenos donde una que dio buenos resultados fue la de lechona y la paisa con ingredientes típicos.
- Línea de bebidas: Se incluyeron otras bebidas como el café y el chocolate.

Con las diferentes pruebas, la emprendedora pueda establecer una carta consolidada de productos tienen en cuanta las sugerencias y solicitudes de los clientes.

En el área de mercado se mandó a elaborar un logo, igualmente la emprendedora mando a realizar delantales para sus colaboradores.

Para la validación de la idea la emprendedora conto con el apoyo de sus padres, donde su mama le colaboraba en la realización de los productos y su papa con el cocimiento de los mismos. La emprendedora se encargó del contacto con los clientes (mesero) y de la caja.

Los resultados que obtuvo la validación a la fecha son:

- Ventas mensuales entre $ 300.000 y $450.000 mensuales.
- La emprendedora realiza el conteo de mínimo 10 clientes constantes que visitan por lo menos la empresa dos veces a la semana.
- Se están generando 4 empleos indirectos de tipo familiar. (Mama, papa, hermana y la emprendedora).
- Se cuanta con la imagen corporativa del negocio.
- Se cuenta con fórmulas probadas por el cliente.

Se anexa registro fotográfico del proceso de validación.