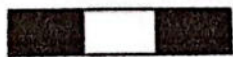




LOS PIONEROS

CARNE DE CERDO SELECTA
DIRECTO A TU MESA



— DESDE 2025 —

CARNICERÍA PREMIUM

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SENA - REGIONAL TOLIMA

CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA

TECNOLOGO PRODUCCIÓN ESPECIES MENORES

FICHA=3140234-B

INSTRUCTORA: PAULA ANDREA ZÚNIGA

APRENDIZES: Andres labano

Laura Ramirez

Yuliana Perez

Damaris Turgelo

*¿Que quiero hacer?

TITULO: Los PIONEROS, carne de Cerdo
selecta directo a tu mesa.

PRESENTACIÓN: "Los PIONEROS" es un negocio dedicado a ofrecer carne de cerdo de la más alta calidad, proviene de granjas locales y sostenibles. Nuestro compromiso es proporcionar a nuestros clientes productos frescos, saludables y con un sabor excepcional, satisfaciendo las necesidades de hogares y negocios en la región.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO:

Este proyecto busca establecer una carnicería especializada en la venta de carne de cerdo, ofreciendo una amplia gama de cortes, productos procesados, y servicios personalizados. Nos enfocaremos en construir una marca reconocida por su calidad, frescura y compromiso con el bienestar animal y el medio ambiente.

EL PROYECTO INCLUYE:

Abastecimiento de carne de cerdo de granjas locales que cumplen con altos estándares de calidad.

VENTA AL POR MENOR Y AL POR MAYOR DE CORTES FRESCOS Y PRODUCTOS PROCESADOS.

SERVICIOS DE CORTE PERSONALIZADO Y
ASESORAMIENTO CULINARIO.

Implementación de prácticas sostenibles
a lo largo de toda la cadena de
suministro, estrategias de marketing y
fedelización de clientes.

PUNTOS CLAVES DEL PROYECTO

- 1 Ofrecer carne de cerdo de la más alta
calidad, seleccionada y procesada con los
más altos estándares.
- 2 Asegurar la frescura de nuestros productos
reduciendo al mínimo el tiempo entre el
sacrificio y la venta.
- 3 Colaborar con proveedores que aplican
prácticas sostenibles y respetuosas con el
medio ambiente.
- 4 Proporcionar un servicio personalizado y
de alta calidad, asesorando a nuestros
clientes en la selección y preparación
de la carne.
- 5 Ofrecer una amplia variedad de cortes y
productos procesados, adaptándonos a las
necesidades de nuestros clientes.

¿POR QUÉ SE QUIERE HACER ESTE PROYECTO?

- **JUSTIFICACIÓN:** la decisión de lanzar la venta de carne de cerdo al mercado se fundamenta en una serie de factores estratégicos y de mercado que prometen viabilidad y éxito, principales justificaciones

Sólida demanda del mercado
Consumo arraigado

La carne de cerdo es un componente esencial en la dieta de muchas culturas lo que garantiza una demanda constante y significativa. Su versatilidad en la cocina la hace atractiva para una amplia gama de consumidores.

TENDENCIAS DE CONSUMO

Existe un creciente interés por productos cárnicos de alta calidad con énfasis en la trazabilidad y la seguridad alimentaria

- **VALOR NUTRICIONAL Y BENEFICIOS PARA LA SALUD**
fuente de proteínas
Aporte de vitaminas y minerales
Diversidad de cortes

OPORTUNIDADES ECONÓMICAS Y GENERACIÓN DE VALOR Potencial de crecimiento

El mercado de la carne de cerdo ofrece oportunidades para el crecimiento y la expansión tanto a nivel local como nacional.

GENERACIÓN DE EMPLEO, rentabilidad con una gestión eficiente y una estrategia de marketing adecuada a la venta de carne de cerdo puede generar una rentabilidad atractiva.

EN RESUMEN, el lanzamiento de la venta de carne de cerdo se justifica por su sólida demanda, su valor nutricional, su potencial económico y su versatilidad culinaria. Al abordar los desafíos relacionados con la sostenibilidad y la seguridad alimentaria se puede construir un negocio exitoso.

REFERENCIA, para fundamentar el lanzamiento de la venta de carne de cerdo al mercado es esencial establecer un marco de referencia que considere los siguientes aspectos clave:

ANÁLISIS EXHAUSTIVO DEL MERCADO DEMANDA Y TENDENCIAS

Evaluar el consumo actual de carne de cerdo y sus proyecciones de crecimiento, identificar las preferencias del consumidor, analizar la competencia: Precios, productos, canales de distribución.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO, definir los segmentos de clientes objetivos: hogares, restaurantes, minoristas, etc. Adaptar la oferta y las estrategias de marketing a cada segmento.

ASPECTOS ECONÓMICOS Y DE SOSTENIBILIDAD

VIABILIDAD ECONÓMICA, realizar un análisis de costos y beneficios para asegurar la rentabilidad del negocio.

SOSTENIBILIDAD Y BIENESTAR ANIMAL, Buscar proveedores que cumplan con la normatividad vigente que tengan buenas prácticas de manejo animal.

MARCO LEGAL Y ÉTICO

Normativas sanitarias y de bienestar animal
Cumplir con todas las normativas locales
nacionales e internacionales.

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Promover prácticas de comercio justo y relaciones
transparentes cubrir el desarrollo de las comunidades
locales.

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

MARCA Y POSICIONAMIENTO, desarrollar una marca
sólida que transmita los valores de calidad
seguridad y sostenibilidad.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Establecer canales eficientes que garanticen la
frescura y calidad

¿ PARA QUÉ PRETENDE REALIZAR EL PROYECTO?

OBJETIVOS GENERALES, Establecer un negocio rentable
de venta de carne de cerdo, que ofrezca
productos de alta calidad y satisfaga las necesidades
del consumidor, contribuyendo al desarrollo económico
local.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Realizar un estudio de mercado
exhaustivo para identificar la demanda, las
tendencias de consumo y la competencia.

- Establecer relaciones con proveedores confiables
- Ofrecer una variedad de cortes, frescos y
procesados.

¿ DONDE SE PUEDE REALIZAR UN PROYECTO DE CARNE ?

Se puede realizar en un establecimiento de expendio y/o almacenamiento de carne.

Estos pueden ser carnicerías o charcuterías. **La charcutería** es un establecimiento que vende productos cárnicos curados, como embutidos, fiambres, tocinos, terinos entre otros.

PARA ABRIR UNA CARNICERÍA, SE DEBE

- * Elegir una buena ubicación
- * Acondicionar el local
- * Ofrecer un producto de calidad
- * Ofrecer al mercado
- * Ofrecer precios competitivos
- * Diferenciarse de la competencia
- * Elegir un buen equipo
- * Definir el mercado
- * Decidir el inventario y contactar con proveedores
- * Contratar personal de confianza y establecer un calendario
- * Experimentar con programas de ventas y fidelización

PARA PROMOCIONAR, la venta de carne se puede conocer al público, objetivo crear una presencia en línea, ofrecer promociones y descuentos de manera creativa.

ACTIVIDADES Y PLAN DE TRABAJO, preparar las piezas de carne para la venta (despleazar, deshuesar, limpiar, cortar, adobar, picar, etc)

Atender a la clientela informándoles, preparar carne según sus preferencias y cerrar la venta, realizar los pedidos.

DF

CRONOGRAMA DEL PLAN DE NEGOCIO

🐷 VENTA DE CARNE DE CERDO 🐷

SEMANA 1

1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO
2. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO
3. BÚSQUEDA DE PROVEEDORES

SEMANA 2

1. ANÁLISIS DE FINANZAS
2. TRÁMITES LEGALES
3. DISEÑO DE MARCA

SEMANA 3

1. SELECCIÓN DEL LOCAL
2. EQUIPAMIENTO
3. DESARROLLO DE CADENA DE SUMINISTROS

SEMANA 4

1. CONTRATACIÓN DEL PERSONAL
2. CAPACITACIÓN
3. PRUEBAS DE CALIDAD

SEMANA 5

1. ACONDICIONAR EL LOCAL
2. RECEPCIÓN DEL PRIMER LOTE DE CARNE
3. APERTURA A LA CLIENTELA

SEMANA 6

1. CAMPAÑA DE LANZAMIENTO
2. OFERTAS ESPECIALES
3. RECOPIACIÓN DEL FEEDBACK

SEMANA 7

1. DESARROLLO DE LA CLIENTELA
2. BUSCAR COLABORACIONES
3. AJUSTE DE PRECIOS

SEMANA 8

1. ANÁLISIS DE RESULTADOS
2. AJUSTE DE ESTRATEGIAS
3. PLANIFICACIÓN DE NUEVAS PROMOCIONES

SEMANA 9

1. AMPLIACIÓN DE LA OFERTA
2. VENTA ONLINE
3. PARTICIPACIÓN DE FERIAS Y EVENTOS

SEMANA 10

1. EXTENSIÓN DEL LOCAL
2. APERTURA DE NUEVAS SUCURSALES
3. DESARROLLAR UNA MARCA PROPIA O PRODUCTO

SEMANA 11

1. IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN
2. CERTIFICADO DE CALIDAD
3. RESPONSABILIDAD SOCIAL

SEMANA 12

1. ANÁLISIS DE CRECIMIENTO
2. PLANIFICACIÓN A LARGO PLAZO
3. INNOVACIÓN CONSTANTE

RECURSOS PARA LA VENTA DE CARNE DE CERDO

Materiales

- * **Infraestructura:** Refrigeradores y puntos de venta
- * **Equipamiento:** Herramientas de procesamiento y transporte
- * **Embalaje:** Envases para mantener la frescura
- * **Suministros:** Condimentos y aditivos
- * **Tecnología:** Sistemas de punto de venta

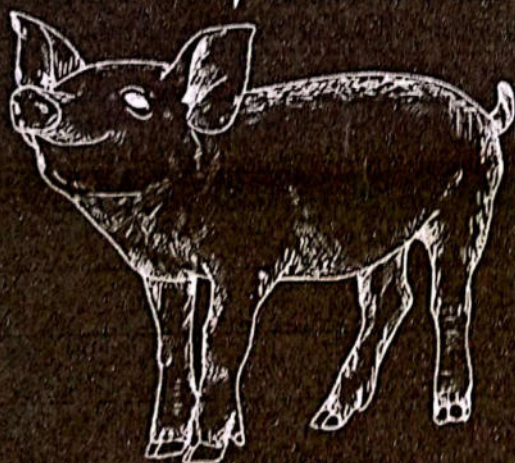
Económicos

- * **Capital inicial:** fondos para iniciar el negocio
- * **Costos operativos:** Gastos mensuales y adquisición de cerdos
- * **Marketing:** Promoción y publicidad
- * **Seguros:** Protección del negocio
- * **Financiamiento:** Préstamos si es necesario
- * **Reservas:** fondos para imprevistos

Los Pioneros



CARNICERIA LOS PIONEROS
LOS INVITAN A DESCUBRIR
LA NUEVA EXPERIENCIA EN
CARNES 100% FRESCAS Y DE
LA MEJOR CALIDAD.



*¡Te esperamos ven y
disfruta de esta
experiencia!*



Taller :

Nombre Instructor: Paula Andrea Zúñiga Sanchez

Integrantes: Andres Yobany, Yuliana Perez, Laura Ramirez
Damaris Tunjuelo.

1. Diagnostico:

- Produccion : Asociarse con proveedores ganaderos locales o montar una pequeña planta de procesamiento. Productos con valor agregado aumentará la margen de ganancia.
- Comercialización :
 - venta directa en punto Físico (carnicería o local propio)
 - Distribución a restaurantes, asaderos, hoteles locales
 - venta online o por domicilio
 - Participación en mercados campesinos o Ferias
- Clientes objetivos : Familias que buscan carne fresca, buen precio y Confianza en el proveedor.
Restaurantes que necesitan un proveedor confiable y constante
- Entorno económico : La industria cárnica es una de las más revelantes en el sector alimentario. Factores como la inflación, el poder adquisitivo y los costos de transporte afectan directamente el precio de la carne
- Entorno legal : La venta de carne está altamente regulada requiere cumplimiento de normativas sanitarias, etiquetado, trazabilidad, etc.
- Recursos humanos : Necesidad de personal capacitado en manejo de carnes, cortes especializados y logística.
- Infraestructura : Local o planta de Faena, cámaras de refrigeración, vehículos refrigerados
- Procesos : Desde la adquisición de los porcinos, hasta la venta de subproductos, huesos, grasa, cuero.
- Propuesta de valor : Carne de alta calidad, trazabilidad garantizada, venta de subproductos a industrias.

2) Datos básicos

Nombre: Venta de carne y subproductos de cerdo

Razon social: Los pioneros S.A.S

Nombre comercial: Los pioneros

Slogan: Carne de cerdo selecta directa a tu mesa



3) Aspectos generales:

Nuestro proyecto nació de una necesidad concreta y una pasión compartida: brindar productos carnicos de calidad, frescos, y a un precio justo, directamente al consumidor.

Vimos una oportunidad clara en el mercado: muchas personas quieren acceder a carne de cerdo confiable sin intermediarias y con la seguridad de saber de donde proviene lo que consumen. A esto se suma nuestra conexión con el campo, el conocimiento del proceso productivo y el compromiso con practicas responsables.

Socios claves.

Productores y Granjas
Granjas locales: proveedores
que crían cerdos

Proveedores de Capital =
inversores que financian
el negocio o instituciones
financieras que otorgan
créditos.

Distribuidores =
Si la empresa no vende direc-
tamente al consumidor
final estos socios se
encargan de llevar la
carne a los puntos de venta

Proveedores de insumos:

Proveedores de empaque
especiales, aditivos.

Actividades Claves Selección y suministro.

Establecer relaciones sólidas
con granjas y proveedores
de confianza que cumplan
estándares de calidad y
bienestar animal asegurando
un suministro de carne fresca

- Control de Calidad
- Logística y distribución
- Marketing y promociones
- Excelente atención al cliente
- Capacitaciones
- Cumplimiento Normativo
- Sostenibilidad

Recursos Claves.

Infraestructura: Refrigeradores
y puntos de venta

Equipo: Herramientas y
procesamiento y transporte

Embalaje: Envases para mante-
ner fresca

Suministros: Condimentos y adi-
tivos

Tecnología: sistema de punto
de venta.

Propuesta de valor

nos destacamos por ofrecer
carne de cerdo y produc-
tos innovadores de alta
calidad, garantizando fres-
cura, sabor y seguridad
alimentaria, esta propuesta
se basa en tres pilares
fundamentales

Calidad Superior.

Se selecciona cuidadosamen-
te nuestros productos de
granja que cumplen con
estrictos estándares de
bienestar animal y sostenibi-
lidad.

Transparencia y Confianza

Creemos que es importante
ser transparentes y emitir
confianza y seguridad al clien-
te que conozcan el origen
de los productos que consumen

Atención personalizada

Nuestro equipo está compo-
nido de un buen servicio al
cliente

Relación con el cliente

- Carne premium y dry aged
- Porcionado individual y empaque al vacío.
- Sustitutos de embutidos tradicionales.
- Mantener una comunicación abierta y honesta, escuchar sus necesidades y proporcionar información revelante

Segmento con el cliente

- Carnicerías caseras
- Restaurantes
- Familias
- Hoteles
- Supermercados y locales
- Distribuidores y mayoristas
- Conocimientos caseros y gourmet

Estructura de costo

- Impuestos
- Carniceros
- Encargado del marketing
- Transporte a la hora de servicio al cliente

Canales:

- Whatsapp
- Facebook
- Instagram
- Medios físicos

Fuentes de ingreso

- ✓ Venta al por mayor
- ✓ Productos gourmet
- ✓ Venta directa
- ✓ Distribución a restaurantes y empresas
- ✓ Embutidos y productos procesados

Taller # 1

Presentado por los aprendices:

Jennifer Lorena Puentes Ojalvaro

Andres Fabian Hilman Herrera

Natalia Torres Trujillo

Carol Natalia Neira Lopez

Lina Fernanda Peña Cortes

Tecnólogo en Producción de Especies Menores

Ficha: 3140234 - B

Presentado al Instructor:

Paula Zúñiga

Gestión de proyectos

Centro Agropecuario La Granja

SENA - Regional Tolima

2025

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SENA - REGIONAL TOLIMA
CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA ESPINAL

1. ¿Qué quiero hacer?

- Título
- Presentación
- Descripción general del proyecto

2. ¿Porque se quiere hacer este Proyecto?

- Fundamento o justificación
- Marco de referencia

3. ¿Para qué pretende realizar el proyecto?

- Objetivos generales
- Objetivos específicos
- Cuantificables y evaluables

4. ¿Donde va a realizar su Proyecto?

- Localización y ámbito
- Temporalización: Calendario o cronograma

5. ¿Como va a realizar el Proyecto?

- Metodología
- Actividades y Plan de trabajo

6. ¿Cuándo va a comenzar?

- Cronograma

7. ¿Para quien se va a realizar el proyecto?

- Beneficiarios

8. ¿Con quien va a realizar el proyecto?

- Recursos humanos (Equipo de trabajo)

9. ¿Con que va a realizar el proyecto?

- Recursos materiales
- Recursos económicos (Presupuesto)

1. Título:

- Arepas locas

Presentación:

- Arepas locas es una empresa apasionada por la creación de deliciosas arepas fusionando la tradición, creatividad y entusiasmo en cada preparación. Nos especializamos en tener variedad en cuanto a sus rellenos de una manera innovadora y cautivante, llevando a nuestros clientes a un espacio que les genere una sensación de estar en un mundo de sabor auténtico y original.

- Descripción general:

Arepas locas (funciona) fusiona tradición, calidad e innovación en cada una de nuestras versiones con ingredientes frescos y de alta calidad.

2. ¿Porque se quiere hacer este proyecto?

- Justificación:

Decidimos realizar este proyecto con el fin de crear una diversidad en la oferta de gustos gastronómicos en nuestra Zona local, con el objetivo de brindar productos de calidad y gran sabor, apoyar a los campesinos convirtiéndolos en nuestros proveedores y generando empleos.

- Marco referencial:

Calidad y satisfacción de nuestros clientes, innovar en la variedad de rellenos de arepas, conocimiento de las necesidades y expectativas, analizar competencias para nuestro producto y posteriormente llevar a cabo el proyecto.

3.º Para que pretende realizar este proyecto?

- Objetivo general: *

Lograr deleitar a nuestros clientes con una experiencia gastronómica única y divertida, ofreciendo deliciosas arepas innovadoras y de alta calidad, como la arepa mixta, arepa pizza y arepa con pollo a la morracya, que fusionan sabores tradicionales y modernos, buscando superar todo tipo de expectativas y lograr posicionarnos como la opción preferida y de mayor elección.

4.º Dónde va a realizar su proyecto?

- Localización y ámbito:

Estará localizado en la ciudad de Ibagué ubicada en el departamento del Tolima Carrera 5ta con 61 cerca a Multi-centro

- Temporización:

Atención al público: Lunes a Sábado 12pm - 8pm Domingos 12pm - 5pm

5. ¿Cómo va a realizar el Proyecto?

- Metodología:

Llevar a cabo un estudio para entender la demanda las arepas en la zona, identificar la competencia y analizar las tendencias de mercado.

* Elaborar una gama de arepas con diferentes presentaciones realizando pruebas para garantizar que sean ricas y atractivas.

* Crear un Presupuesto y un plan financiero para el negocio, que contemple la inversión inicial, los gastos mensuales y las proyecciones de ingresos.

* Diseñar un plan de marketing y publicidad para dar a conocer el negocio y atraer clientes,

- Actividades:

Elaborar un plan de negocios que incluyan la misión, visión, objetivos, estrategias y proyecciones financieras.

* Formalizar el registro de la empresa y obtener los permisos y licencias necesarias para operar.

* Planificar diseño y decoración del local para crear un ambiente atractivo y acogedor.

* Formar el personal en la preparación de las arepas y en la atención al cliente.

OK

CRAZY
LOVE

- Plan de trabajo:

- Semana 1-2 Investigación de mercados y planificación financiera
- Realizar un estudio de mercado para entender la demanda de las arepas locales en la zona.
- Establecer un presupuesto y un Plan financiero para el negocio.
- Crear variedad de arepas con diferentes sabores.
- Elaborar un plan de negocio que incluya misión.

7. ¿Para quien se va a realizar el proyecto?

- Beneficiarios:

Este proyecto está enfocado a personas que buscan probar nuevos sabores y experiencias gastronómicas únicas y de calidad, con niveles de ingresos medios ya que no son productos costosos esperando así que los mismos se deleiten con nuestras arepas y que se sientan cómodos con nuestro negocio.

8- ¿Con quien va a realizar el proyecto?

- Recursos humanos:

Nuestro emprendimiento es conformado por:

- Andres Fabian Hilman
- Lina fernanda Peña cortes
- Carol Natalia Neira Lopez
- Natalia Torres
- Lorena Puentes

9. ¿Con qué va a realizar el proyecto?

- Recursos materiales:

Equipos de cocina especializados, ingredientes de alta calidad, insumos para empaque y mobiliario para el punto de venta.

- Recursos económicos (presupuesto)

Inversión inicial proveniente de capital propio y posibles fuentes de financiamiento externo, destinadas a la adquisición de insumos, marketing y operación inicial de negocio.

- Recursos humanos:

Chef

Personal capacitado

- Recursos físicos

Local comercial

- Recursos tecnológicos:

Sistema de inventario y punto de venta

Plataforma digital de venta

- Recursos de marketing:

Redes sociales y diseño de marca

Publicidad.

- Recursos de logística

Sistema de entrega

Proveedores

Taller # 2

Presentado por los aprendices:
Jenniffer Lorena Puentes Otálvaro
Andrés Fabián Hirman Herrera
Natalia Torres Trujillo
Carol Natalia Neira Irujo
Lina Fernanda Peña Cortes

Tecnología en Producción de Especies Menores
Ficha = 3140234-B

Instructor:
Paula Zúñiga

Gestión de Proyectos
Centro Agropecuario La Granja
SENA - Regional Tolima
2025

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE
SENA-REGIONAL TOLIMA
CENTRO AGROPECUARIO LA GRANJA ESPINAL

1. Diagnostico.

2. Datos básicos.

2.1 - nombre aquí la idea de negocio.

2.2 - Razón social

2.3 - slogan

2.4 - Dibuje el logo de su VP

3. Aspectos generales

- Antecedentes, origen y evolución

* Detallar la motivación de los socios para la creación de la empresa.

4. planeamiento estratégico

4.1. visión del negocio.

4.2. Misión del negocio.

4.3. Objetivo general.

4.4. objetivos específicos.

4.5. Breve descripción del negocio.

5. Mercado y entorno

5.1. Analisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y Oportunidades)

CANVAS

1. Segmentos de clientes:

- Familias que buscan una comida rápida y saludable para sus hijos.
- Jóvenes que buscan una opción de comida rápida.
- Empresas que buscan ofrecer una opción de comida saludable para sus empleados.
- Personas que buscan experiencias gastronómicas deliciosas.
- Turistas que quieren probar nuevos tipos de comidas rápidas.
- Empresas y personas que buscan una opción para eventos y fiestas.
- Restaurantes y cafeterías que buscan ofrecer las arepas rellenas como opción de comida.
- Clientes que buscan ordenar comida en línea.
- Mercados y ferias que buscan ofrecer productos frescos y saludables de comida local y artesanal.
- Clientes de la localidad.
- Clientes que buscan opciones de arepas rellenas sin carne o productos lácteos.
- Deportistas y atletas que buscan opciones de comida saludable y energética.
- Adultos mayores.

2. Propuesta de valor

- Arepas rellenas de alta calidad con sabores auténticos.
- Variedad de rellenos.
- Rellenos especiales para dietas de veganos y/o vegeta-

ricos,

- Arreglos llenos saludables y nutritivos.
- Experiencias únicas con presentaciones atractivas.
- Ambiente acogedor.
- Precios que se acoplan a tu bolsillo.
- Ingredientes frescos y naturales, sin conservantes ni aditivos artificiales.
- Opciones de entrega a domicilio.

3. Canales:

- Venta directa.
- Venta en línea.
- Delivery.
- Plataformas digitales.
- Redes sociales.
- Mercados y ferias gastronómicas.
- Tiendas físicas.
- Restaurantes y cafeterías.
- Distribuidores.
- Eventos y fiestas (catering).

4. Relación con el cliente:

- Promociones y descuentos.
- Atención personalizada.
- Premiación a clientes fieles.
- Interacción en redes sociales.

- Encuestas y retroalimentación.
- Mejora continua del servicio.

3. Fuente de ingresos:

- Venta de crepes rellenos.
- Delivery y envío.
- Eventos y fiestas.
- Pedidos en línea.
- Venta de productos relacionados como salsas, condimentos, etc.
- Publicidad.
- Programas de fidelidad.
- Alianzas.
- Plataformas bancarias y efectivo.
- Patrocinios.

6. Recursos clave:

Recursos humanos;

- Personal capacitado.
- Chef o cocinero.

Recursos físicos;

- Local comercial.
- Equipo de cocina.
- Ingredientes y suministros.

Recursos financieros;

- Capital inicial.

- Financiamiento.

Recursos tecnológicos;

- Sistema de gestión de inventario.
- Sistema de punto de venta
- Plataforma de venta digital

Recursos de marketing;

- Redes sociales.
- Diseño de marca.
- Publicidad.

Recursos de logística;

- Sistema de entrega.
- Proveedores.

7. Actividades clave:

Actividades de producción;

- Preparación de crepas rellenas.
- Gestión de inventario.
- Control de calidad.

Marketing y ventas;

- Gestión de relación con clientes.
- Promoción de productos.
- Estrategias de marketing.

Logística y distribución;

- Gestión de entrega.

- Gestión de proveedores.
 - Optimizar cadena de suministro.
- Gestión y administración;
- Financiera.
 - Recursos humanos.
 - Planificación de estrategias.

Innovación y mejora;

- Desarrollo de nuevos productos y recetas.
- Mejora de procesos.
- Investigación del mercado.

8. Socios clave:

- Proveedores de ingredientes.
- Proveedores de suministros.
- Distribuidores de alimentos.
- Plataformas de entrega.
- Restaurantes y cafeterías.
- Eventos y fiestas.
- Influencers y bloggers.
- Plataformas de comercio electrónico.
- Proveedores de software.
- Inversionistas.
- Bancos y instituciones financieras.
- Tiendas y supermercados.

- Agricultores locales
- Proveedores de ingredientes frescos.

9. Estructura de costos:

Costos fijos;

- Alquiler del local.
- Salarios y beneficios.
- Servicios públicos.
- Seguros.

Costos variables;

- Ingredientes y suministros.
- Combustible y transporte.
- Marketing y publicidad.
- Comisiones y propinas.

Costos directos;

- Costos de ingredientes.
- Costo de mano de obra.

Costos indirectos;

- Costo de administración.
- Costo de infraestructura.

1. Diagnostico:

Se ha realizado una investigación en la zona para identificar las competencias, los gustos mas novedosos, los problemas y desafios, las oportunidades y las recomendaciones para expandir y sostener el negocio.

* Analisis de la competencia:

- Identificar negocios similares en la zona que ofrese productos similares.
- La competencia es moderada

* Tendencias del mercado:

- Los gustos más novedosos en la zona incluyen arepas mixtas con ingredientes frescos y de alta calidad.
- El nicho de mercado se centra en clientes que buscan opciones saludables y deliciosas.

* Desafios:

- La gestión de inventario ya que es necesario mantener una variedad de ingredientes frescos y de calidad.
- La competencia es un desafio, ya que es necesario diferenciarse de otras empresas que ofrecen productos similares.

* Oportunidades:

- Se puede aprovechar la tendencia hacia la comida saludable y deliciosa
- colaboración con proveedores locales para obtener excelente materia prima.

2. Datos básicos

- Nombre aquí la idea de negocio:

Arepas Locas.

- Razón social:

Team max one S.A.S

- Nombre comercial:

Arepas locas

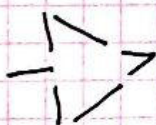
- Slogan:

"Para todo mal, una arepa y Para todo bien, ¡también!"

- Logo:

Logo de
empresa

Arepas
Locas



3. Aspectos Generales:

2.1 Antecedentes, origen y evolución

La idea de negocio surge de la pasión por reinventar la tradicional arepa, fusionándola con sabores innovadores y atractivos. La inspiración principal es ofrecer una propuesta gastronómica que combine la tradición del maíz con ingredientes de alta calidad y combinaciones únicas.

crazy
LOVE

- Los productos estrella incluyen:

* Arepa pizza:

una deliciosa mezcla entre la textura de la arepa y los sabores de una pizza, con queso fundido, salsa de tomate y toppings variados.

* Arepa con pollo a la maracuya:

una fusión de dulce y salado, donde el pollo jugoso se complementa con la acidez y frescura de la maracuyá.

* Arepa mixta:

una opción versátil que combina diferentes ingredientes en un solo bocado, perfecta para quienes buscan variedad y sabor.

- Motivación o Propósito:

El propósito de la empresa es ofrecer una alternativa innovadora en el mercado de las arepas, combinando tradición y creatividad para conquistar paladares exigentes.

4. Planteamiento estratégico:

Planteamiento estratégico

Visión del negocio:

Ser la empresa líder en la creación y distribución de arepas auténticas y deliciosas, innovando constantemente en nuestros sabores y productos para ofrecer una experiencia única a nuestros clientes, manteniendo el compromiso con la calidad, la tradición y la sostenibilidad.

Misión del negocio:

Brindar a nuestros clientes una experiencia culinaria excepcional mediante la elaboración de arepas frescas, sabrosas y de alta calidad, utilizando ingredientes naturales y auténticos. Nos esforzamos por satisfacer los gustos de nuestros consumidores, promoviendo la tradición gastronómica mientras innovamos con nuevas opciones para todos.

Objetivo general:

Ofrecer productos de arepas frescas, sabrosas y de alta calidad logrando la satisfacción de nuestros clientes a través de la innovación constante, el uso de ingredientes naturales y la preservación de la tradición gastronómica, con el fin de consolidarnos como una marca reconocida y preferida en el mercado.

Objetivos específicos:

* Desarrollar y diversificar la oferta de productos:

Crear una variedad de arepas con diferentes combinaciones de ingredientes y opciones saludables, para satisfacer las necesidades y preferencias de todos los clientes.

* Establecer relaciones de fidelidad con los clientes:

Implementar estrategias de atención al cliente excepcionales y programas de fidelización para asegurar la satisfacción y retención de los consumidores.

* Expandir la presencia en el mercado local y regional:

Incrementar la distribución de nuestros productos a través de puntos de venta físicos y en línea, con el objetivo de alcanzar nuevas ubicaciones y aumentar nuestra visibilidad en el mercado.

Breve descripción del negocio:

Arepas Locas es una empresa dedicada a la producción y venta de arepas artesanales, elaboradas con ingredientes frescos y de alta calidad. Ofrecemos una alta variedad de arepas tradicionales, con opciones para todos los gustos, incluidas alternativas saludables y sin gluten. Nuestro objetivo es brindar una experiencia gastronómica auténtica y única, destacándonos por la innovación, el sabor y el compromiso con la satisfacción del cliente. Con un enfoque en la tradición y la calidad, buscamos consolidarnos como una marca líder en el mercado de la comida rápida y saludable.

5. Mercado y Entorno

Internas		Externas	
Debilidades / Fortalezas		Oportunidades	
• Variedad innovadora: La oferta de arepas es única y con sabores diferentes a las tradicionales, esto puede ayudar a traer clientes curiosos. • Producto versátil y popular: Las arepas son un alimento muy consumido en el país y hace parte de la cultura colombiana lo que facilita su aceptación en el mercado. • Posibilidad de ingredientes frescos y artesanales: Si se destaca la calidad y frescura de los ingredientes, puede traer un grupo que valore lo natural.		• Crecimiento del mercado de comida rápida y saludable: Muchas personas buscan opciones de comida rápida pero con ingredientes frescos y de buena calidad. • Presencia de redes sociales. • Alianzas con aplicaciones de delivery. • Tendencia hacia la comida fusión.	
Fortalezas / Debilidades		Amenazas	
• Falta de reconocimiento de marca. • Costos de ingredientes específicos. • Tiempo de preparación vs demanda. • Falta de experiencia: Si eres nuevo en el negocio de la comida, podrías cometer errores al principio.		• Competencia con otras opciones de comida rápida. • Cambio en los costos de insumos. • Preferencias del consumidor. • Dependencia del marketing digital: Si no se invierte en redes sociales y publicidad, el crecimiento puede ser más lento.	

Plan de acción:

DO	FA
D: Falta de reconocimiento de marca. O: (Presencia) en redes sociales. ↓ Presencia	F: Producto versátil y popular. A: Dependencia de marketing digital.
DA	FO
D: Costos de ingredientes específicos. A: Cambio en los costos de insumos.	F: Diferencias por sabores creativos. O: Tendencia hacia la comida fusión.

DO	FA
Realizar publicidad en redes sociales con contenido atractivo, interactuando con los seguidores para dar a conocer nuestro negocio.	Explorar otros canales de marketing además del digital, fortalecer la marca a través de la calidad, fidelizar a los clientes.
DA	FO
Diversificar los proveedores. Sustituir algunos ingredientes. Negociar contratos. Monitorear los mercados.	Desarrollar productos que combinen. Colaborar con chefs y expertos. Monitorear las tendencias.