

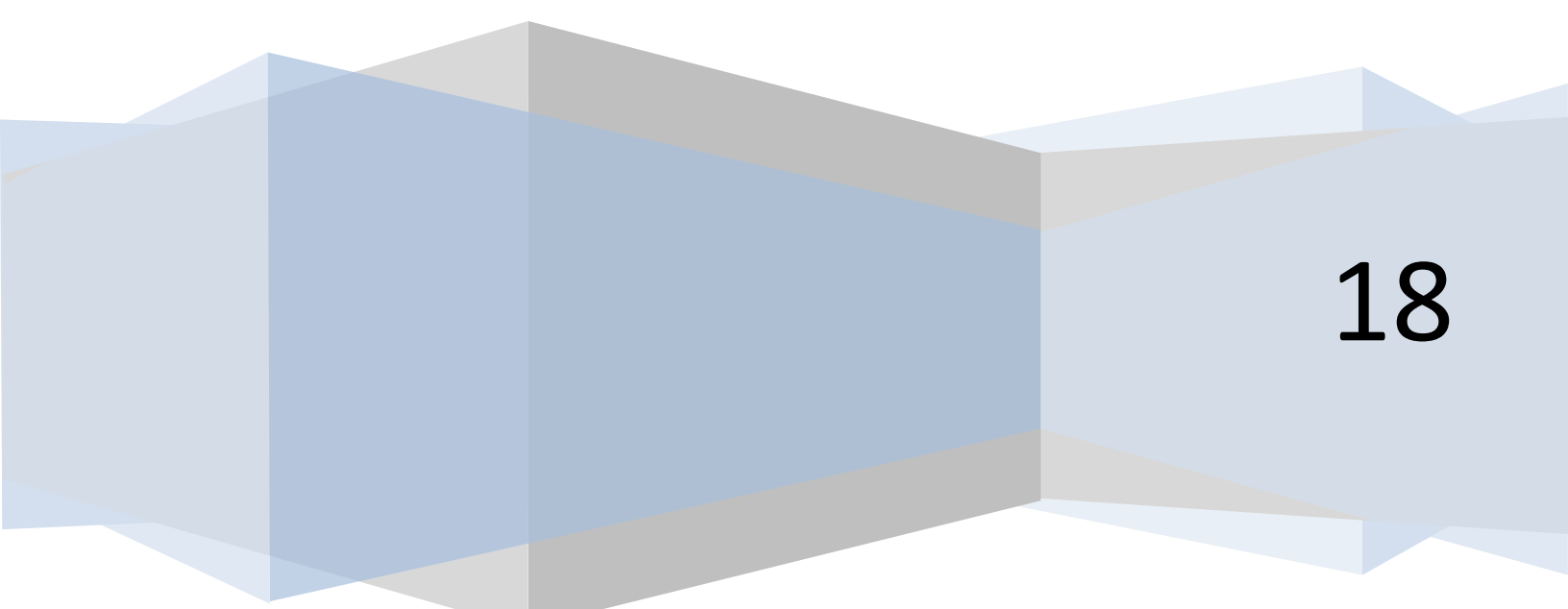
Corporación Unificada de Educación Superior CUN

La carpita gourmet

Presentado por:

Edgar Gómez

Cristian Sáenz



18

Introducción

De acuerdo con la necesidad de desarrollar una idea de negocio en nuestra clase de Opción de grado I, se trabajo sobre la idea de LA CARPITA GOURMET, pero, que es la carpita gourmet?

La Carpita Gourmet es una nueva opción que estamos construyendo a la hora de comer comida rápida, a partir de un estudio de mercado, una serie de entrevistas, unas necesidades identificadas y la posibilidad brindada por la Universidad de desarrollar empresa.

Capitulo 1

La Idea de Negocio

1. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1 Descripción del negocio:

La carpita gourmet es un puesto móvil para venta de comida rápida, la idea nace como una solución a la necesidad de alimentarse de las personas que llegan tarde de estudiar trabajar, las características básicas de la propuesta es dar la oportunidad de acceder a comida rápida de lunes a viernes desde las 17:00 hasta las 23:00 y los fines de semana desde las 12:00 hasta las 23:00, la comida que vamos a vender son sandwiches de pollo y carne, arepas de pollo y carne, acompañadas de gaseosa, jugo o té y papas fritas.

1.2 Problema a Desarrollar:

La carpita Gourmet está desarrollada para suplir la necesidad de encontrar comida recién preparada en un horario nocturno, así como para ampliar la gama de la comida que se puede encontrar en venta en los carritos de comida en la calle.

1.3 Oportunidad de Negocio:

	Area Funcional 1		Area Funcional 2	
Oportunidades	O1	nuevos en el mercado	O5	precios competitivos
	O2	variedad de productos	O6	facil desplazamiento
	O3	comodidad	O7	calidad del producto
	O4	punto de establecimiento	O8	calidad del servicio

1.4 Clase Producto que genera la idea de negocio:

La idea de negocio genera un Bien, que se produce con alimentos frescos, a un precio competitivo y con las medidas higiénicas necesarias

1.5 Sector económico de la idea de negocio:

La idea de negocio pertenece al sector secundario o industrial, donde las materias primas son transformadas para producir otros productos, en nuestra Carpita Gourmet transformamos nuestra materia prima en un alimento delicioso y de fácil adquisición

1.6 Descripción del Producto

Nuestro producto está desarrollado con productos frescos que nos permiten asegurar el buen sabor de nuestra comida y la satisfacción de los clientes, que mejor forma de describir el producto que viendo lo que comercializamos:



Tal como podemos observar todos nuestro productos están desarrollados con base en pan o arepa y con relleno de pollo o carne y verduras.

1.7 Justificación de la idea de negocio:

Tal como se mencionó, la idea de negocio está basada en la necesidad de encontrar comida ya lista para llevar de las personas que estudian o trabajan hasta las 10 u 11 de la noche y que por sus labores no desean llegar a cocinar una cena o para las personas que siendo fin de semana prefieren tomar la opción de pedir un domicilio antes de cocinar en sus casas

1.8 Antecedentes de la idea de negocio

Esta idea de negocio surge de los altos costos que tiene poder comer un sándwich en los lugares reconocidos, haciendo que decidamos llegar con una opción más económica al mercado de la comida rápida. De igual manera al ver que la comida rápida se encuentra saturada de Hamburguesas y Perros Calientes, decidimos optar por otro tipo de comida que cumpla con la condición más importante para pertenecer a este sector: la preparación ágil de la comida y el poder comer en el mismo sitio donde se prepara

1.9 Objetivos de la idea de negocio

1.9.1 Objetivo General: Lograr posicionar a la carpita gourmet como una alternativa confiable en la comercialización de comidas rápidas en el sector de Castilla, logrando alcanzar su estabilidad económica antes de los tres primeros meses, para tener ula posibilidad de un ampliar el negocio a un segundo carro, dentro de los primeros seis meses de haber sido inaugurado el negocio.

1.9.2 Objetivos específicos:

Lograr alcanzar la venta de al menos 110 Sándwiches semanales

Lograr ampliar el menú de arepas y sándwiches a corte del tercer mes

Generar empleo en un segundo carro a los 6 meses de inaugurado el primer carro

Capitulo 2

Customer development

2. Pentágono de Perfilación de Clientes

En el video adjunto en el dvd se encuentra la explicación de cada uno de los diferentes cuadrantes del pentágono desarrollado:



Capitulo 3

Validación del pentágono de Perfilación de clientes

2. La entrevista

Modelo de entrevista

Nombre (opcional): _____

Ocupación (opcional): _____

1. ¿Acostumbra ud consumir comida rápida

- Si
- No

2. ¿En qué tipo de locales acostumbra a comer?

3. ¿Qué tan frecuentemente consume ud comida rápida

- 1 vez por semana
- 2 veces por semana
- 3 veces por semana
- 4 o más veces por semana

3ª. ¿En qué horario acostumbra a ir a comer comida rápida?

4. ¿Qué tipo de comida rápida consume con frecuencia?

5. ¿Acostumbra a pedir esta comida en combo?

- Si
- No

6. ¿Cuánto gasta en promedio?

- 2000 a 5000
- 5000 a 10000
- 10000 a 15000
- _____

- 15000en adelante

6ª ¿Hasta cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por comida rápida?

7. ¿Qué le gusta del sitio donde come?

8. ¿Qué le disgusta?

9. ¿Si pudiera incluir algo en el menú que sería?

10. ¿Le parece que la higiene en estos lugares es óptima?

- Si
- No

11. ¿recomendaría estos lugares por qué?

- Si
- No

- Porqué: _____

12. ¿Qué le motiva a comer en estos lugares?

13. ¿Cree ud que es cómodo o incomodo comer en estos lugares? ¿Por qué?

- Si
- No

- ¿Porqué?: _____

14. ¿Sería importante que la comida que consume tuviese una receta casera o gourmet?
¿Por qué?

- Si
- No

- ¿Por qué?: _____

15. ¿Estaría dispuesto a probar la comida rápida tradicional con una forma diferente de preparación? ¿Por qué?

- Si
- No
- ¿Por qué?: _____

16. el servicio como le parece?

17. ¿Con que bebida acostumbra ud a acompañar su comida rápida?

18. ¿Acostumbra a ir en transporte público o privado, le parece necesario el parqueadero?

19. ¿Pide normalmente domicilio?

20. si el sitio donde habitualmente come está cerrado, ¿Qué opción busca?

2.1 Proceso de recolección de información

Las entrevistas fueron aplicadas a estudiantes y trabajadores del sector ya mencionado de la ciudad de forma presencial.

2.2 Hallazgos de la información:

De las 30 entrevistas realizadas ninguna persona se negó a realizarla y solo el 7% de las personas encuestadas manifestó que no le gustaba la comida rápida

2.3 Análisis de la Información:

En el archivo de Excel adjunto se encuentra el análisis de las encuestas realizadas en el desarrollo del proyecto



ANALISIS DE
PREGUNTAS DE LA ET

Capitulo 3

Prototipo

3.1 Descripción del producto:

En la presentación adjunta se encuentra la descripción del producto



Capitulo 4

Matriz Estratégica

4.1 Identidad Estratégica:

Ofrecer un producto diferente en el menú de comidas rápidas, brindando variedad y alternativas a precios razonables. Nuestro servicio está orientado en la excelente atención a nuestros clientes en cuanto a la agilidad y poco tiempo de espera para degustar de nuestros productos, haciendo esto que nuestros clientes queden satisfechos y fidelizarlos.

4.2 Futuro Preferido:

Darnos a conocer en el mercado nacional como uno de los mejores establecimientos de Sándwiches y arepas rellenas, capacitar a nuestros empleados para contar con estándares de alta calidad y atención al cliente. Expandir nuestra marca a las principales ciudades de Latinoamérica

4.3 Objetivo General

Lograr posicionar a la carpita gourmet como una alternativa confiable en la comercialización de comidas rápidas en el sector de Castilla, logrando alcanzar su estabilidad económica antes de los tres primeros meses, para tener la posibilidad de un ampliar el negocio a un segundo carro, dentro de los primeros seis meses de haber sido inaugurado el negocio.

4.4 Objetivos Específicos:

Lograr alcanzar la venta de al menos 110 Sándwiches semanales

Lograr ampliar el menú de arepas y sándwiches a corte del tercer mes

Generar empleo en un segundo carro a los 6 meses de inaugurado el primer carro

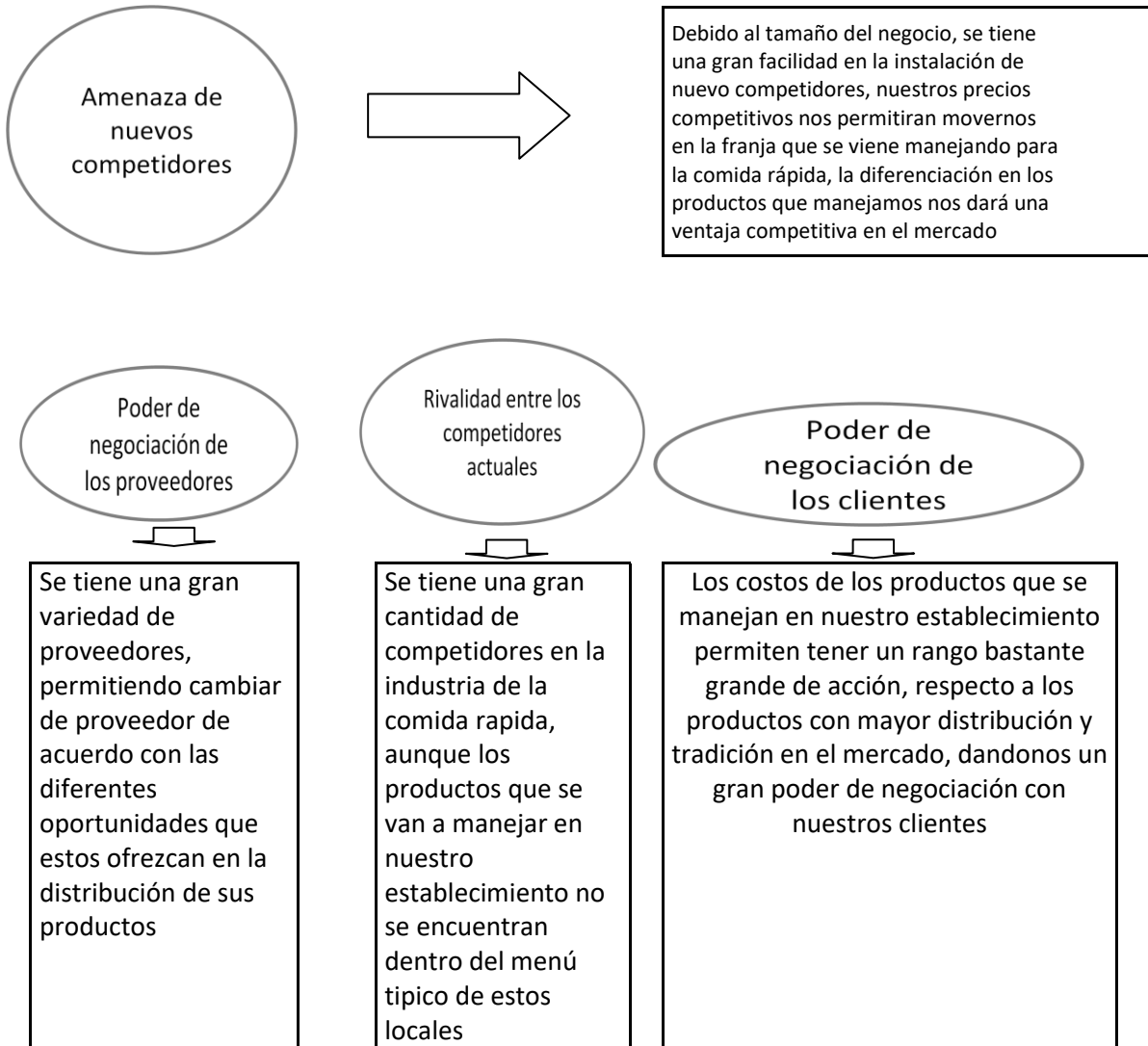
4.5 Valores:

1. Capacitar a nuestros colaboradores con la finalidad de fidelizar a nuestros clientes con nuestros estándares de calidad y excelente servicio.
 2. Incentivar y promover el respeto dentro de nuestra empresa y a nuestros colaboradores, esto con el fin de que haya un excelente trabajo en equipo con tolerancia y compromiso tanto para la empresa como para nuestros clientes.
 3. Contar con los empleados calificados e idóneos para ejercer las funciones a desempeñar dentro de la organización.
 4. Motivar a nuestros colaboradores a tener sentido de compromiso y responsabilidad sobre su puesto de trabajo.
-

4.6 Análisis de PESTEL:



Análisis de las cinco fuerzas - Influencia del Macroentorno



Amenaza de
productos o
servicios
sustitutos



A pesar de contar con una gran cantidad de productos sustitutos en el sector de la comida rápida, se debe tener en cuenta que los productos que se manejan en la carpita gourmet no son productos de preparación estandar o que se encuentren generalmente en todos los puntos de venta de este tipo de alimentos

Anexos

Adjunto en el DVD se encuentran los anexos a este trabajo

Conclusiones

La oportunidad de venta con comida rápida alternativa en un horario más amplio que los demás locales hace posible que la clientela conozca nuestro producto y nos de la oportunidad de fidelizarlos con buen servicio, buena calidad y con la comodidad que se tiene planteado brindar.

Las oportunidades de hacer empresa están allí a la orden del día solo hace falta tener una buena idea o un capital para comenzar con la vida de empresario.

Referencias

- Corporacion unificada de Educacion Superior CUN. (2011). ACUERDO No.002 DE
2.011 DEL CONSEJO DIRECTIVO REGLAMENTO ESTUDIANTIL.
- Corporacion Universitaria de Educacion Superior CUN. (Diciembre de 2013). Acuerdo No 037 del 31 de Diciembre de 2013 el cual corresponde al Reglamento de Opción de Grado. Bogota D.C.
- Dirección de Emprendimiento y liderazgo CUNBRE . (Enero de 2017). SYLLABUS OPCION DE GRADO I. Bogota.
- Dirección de Emprendimiento y liderazgo CUNBRE. (Enero de 2017). Syllabus Opcion de Grado II.
- Dirección de Emprendimiento y Liderazgo CUNBRE. (Febrero de 2016). Syllabus Opcion de Grado III.
- LATORRE, Virgilio. Protección Penal del Derecho de Autor. Ed. Tirant lo Blanch. Valencia.1994. p. 175.
- DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHOS DE AUTOR. Preguntas [en línea]. (2007) [consultado febrero14 de 2008]. Disponible en <http://www.derautor.gov.co/HTM/preguntas.htm>
- UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA, Girón Castro Sonia, Anotaciones sobre Plagio, Julio de 2008. Consultado Febrero de 2012. Disponible en internet en <http://www.usergioarboleda.edu.co/libro%20plagio.pdf>.
- ESTRUCTURA DE PLAN DE TRABAJO DE LA GUIA DE OPCION DE GRADO - CUNBRE
-