

ANEXOS

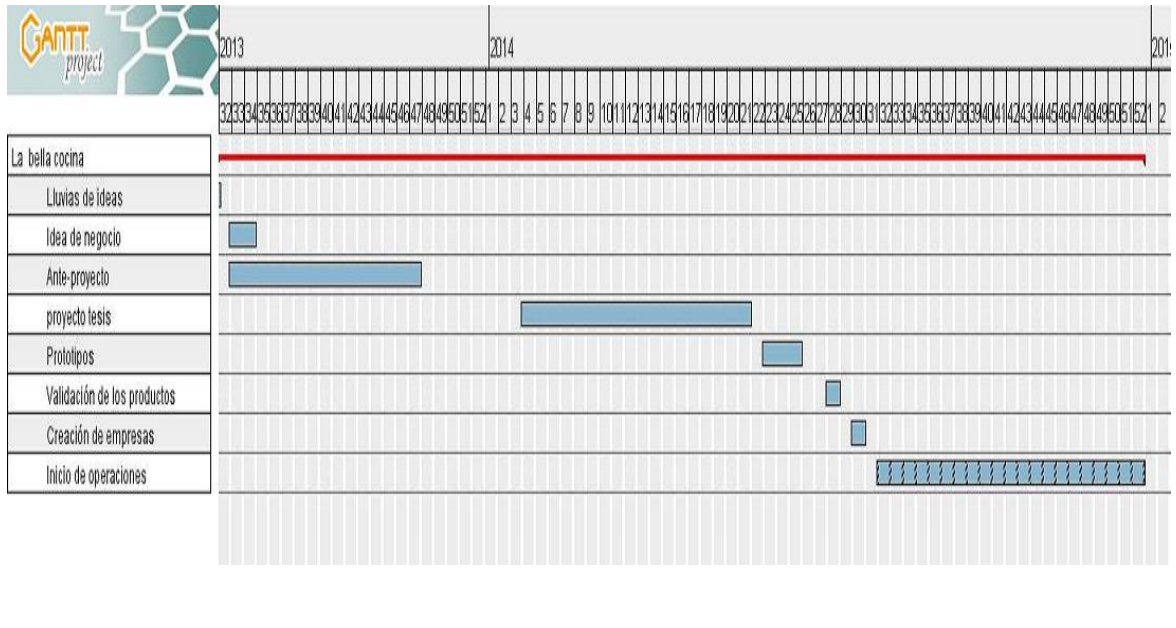


Figura No 1: Cronograma de objetivos cusinova

Fuente: realización propia

Anexo 1

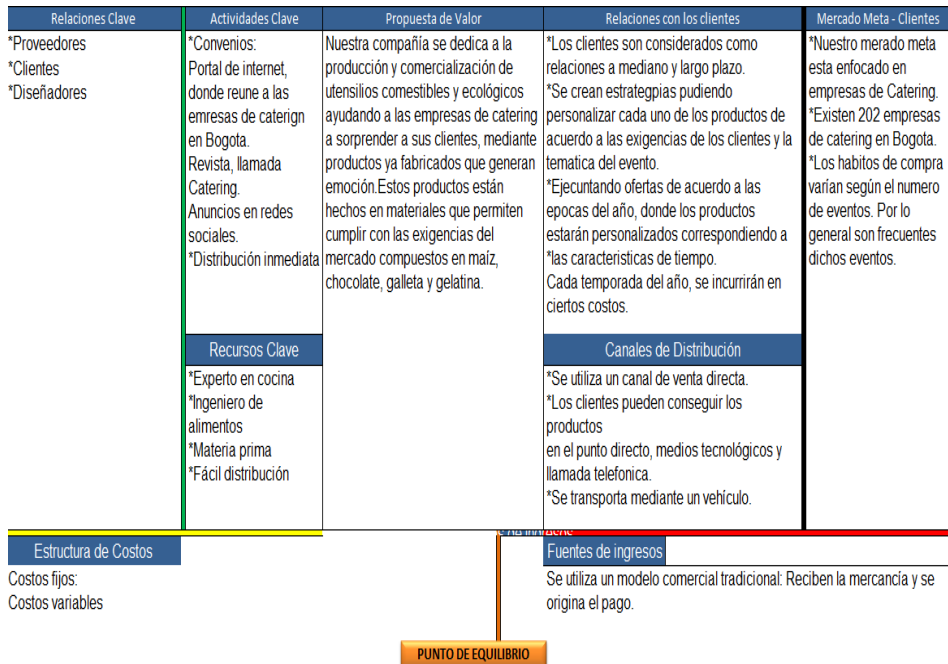


Figura No 2: Modelo Canvas

Fuente: realización propia

Anexo 2

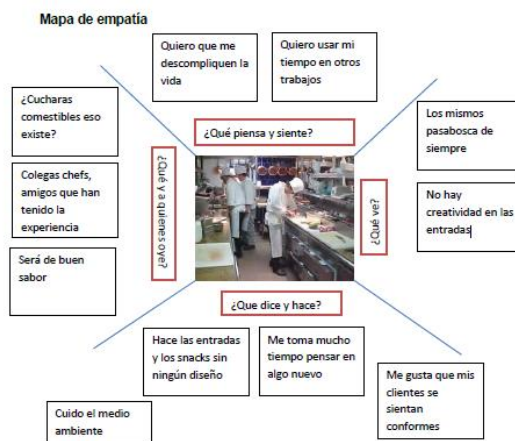


Figura No 3: Mapa de empatía de necesidades

Fuente: realización propia

Anexo No 3

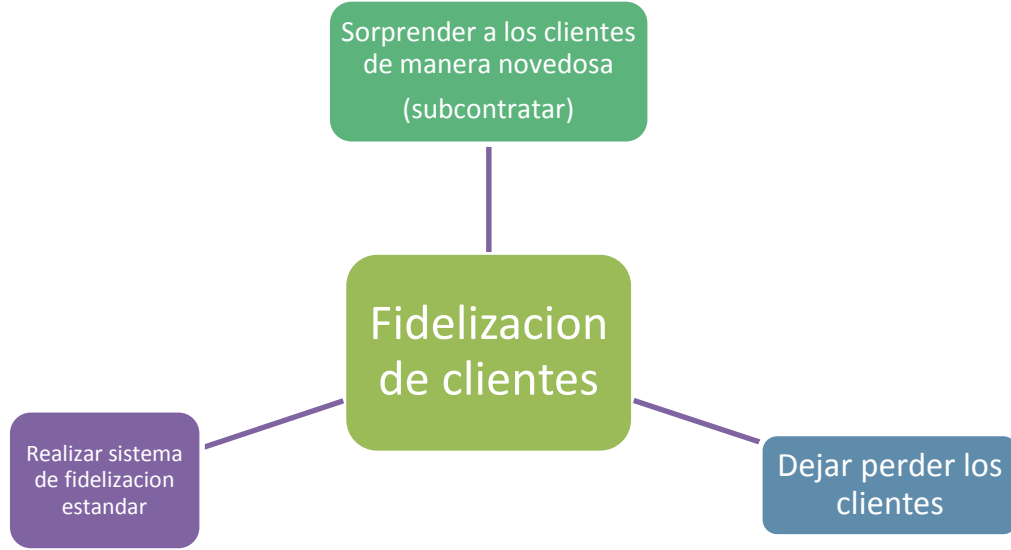


Figura No 4: problema principal encontrado

Fuente: realización propia

Anexo No 4

Fortalezas:

- Nuestro equipo cuenta con herramientas académicas y prácticas para poder implementar el negocio. Así mismo, de crear estrategias que sirvan para aumentar la participación de la empresa en el mercado nacional.

Debilidades:

- El principal problema del negocio es la creación del producto. A pesar de que estos productos ya existen en el mundo, no son producidos en Colombia.
- Es una empresa nueva, por lo que el mercado no tiene un conocimiento de esta misma. Por tal motivo, no se cuenta con una experiencia ni un reconocimiento previo por parte de los clientes.
- No se cuenta con un conocimiento especializado sobre el empaque del producto, lo que puede originar un aumento de costos y caer en la posibilidad de que el producto se dañe si no es el adecuado empaque.

Oportunidades:

- El tamaño del mercado es un factor decisivo para el crecimiento de la empresa.
- Nuestros productos van enfocados hacia los clientes pertenecientes al catering para colectividades. Donde se priorizan las empresas dedicadas al catering para celebraciones, eventos especiales, atención de comida en vuelos y cruceros.
- Esta categoría de clientes comparte características, en las cuales nuestros productos pueden satisfacerlas. Son clientes que buscan constantemente la creatividad, la variedad, impacto emocional y la autenticidad.

Amenazas:

- Es necesario de obtener la certificación del instituto Invima para poder comercializar los productos. Al no haber un producto similar registrado en este instituto es requerido el análisis del proceso de producción y del producto en sí mismo.
- Al obtener un grado de aceptación favorable por parte de los clientes, se puede originar un interés de otras empresas por la fabricación de estos productos creando así una competencia en la ciudad de Bogotá.
- Una de las amenazas del negocio corresponde al tiempo de conservación del producto.

Figura No 5: Modelo DOFA

Fuente: realización propia

Anexo No 5