



Modelo de negocio para crear una comercializadora de carne de cordero en el corredor turístico de Guanentá, departamento de Santander

Luis Fernando Jaimes Porras
Co: Mg. Sergio Iván Ferreira T.

**Maestría en Administración de
Empresas**



Problema

Informalidad en el mercadeo, desconocimiento de la oportunidad de generar valor a partir de la carne de cordero en si misma, lo cual conlleva a **oferta reducida.**



Objetivo general

Diseñar un **Modelo de Negocio** para la **creación** de una comercializadora de carne de cordero en el corredor turístico de Guanentá, departamento de Santander en el año 2017.



Objetivos específicos

- Establecer la **viabilidad administrativa** para la creación de una comercializadora de carne de cordero en los municipios objetivo de la provincia de Guanentá.
- Identificar el **potencial de mercado** de una comercializadora de carne de cordero en los municipios objetivo de la provincia de Guanentá.
- Calcular la **oportunidad financiera** de una comercializadora de carne de cordero en los municipios objetivo de la provincia de Guanentá.
- Determinar el **modelo de negocio** apropiado de acuerdo a las viabilidades obtenidas



Viabilidad
de Mercado

Pronósticos

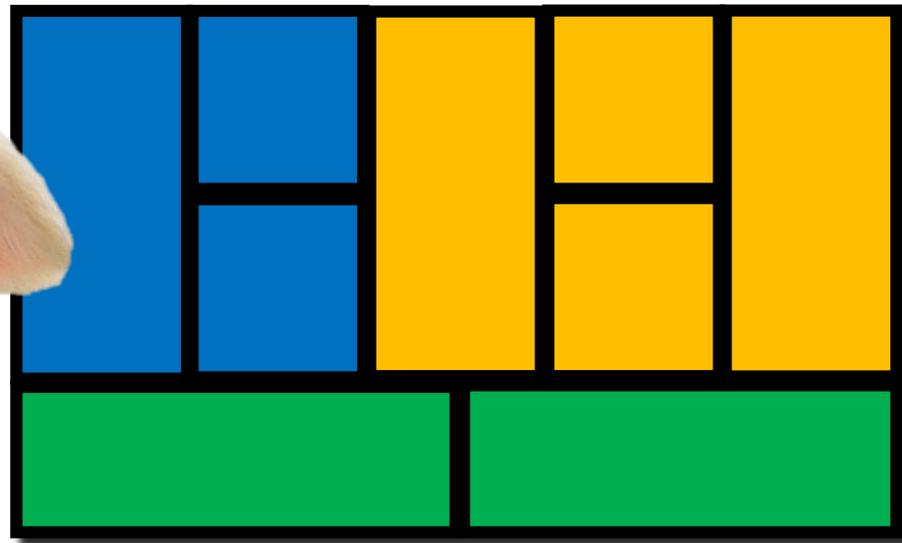
Viabilidad
Financiera

Viabilidad
Técnica

METODOLOGÍA

Cap. Utilizada

TIR – VPN – C/B



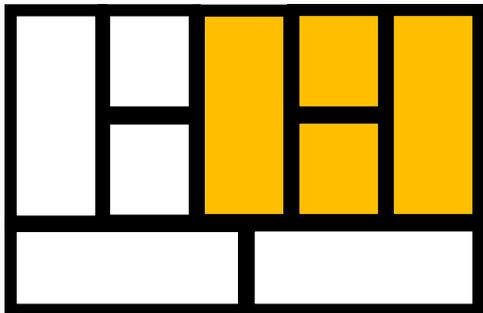
**Viabilidad
de Mercado**

**Viabilidad
Financiera**

**Viabilidad
Técnica**

Viabilidad de Mercado

- **Gustos y preferencias de Habitantes.**
- **Segmento de Mercado.**
- **Análisis de competidores.**
- **Tamaños de Mercado**



90%
ingresos
menores a
\$1.500.000

73% la
consumen el
fin de semana

57% son
Casados
con grupos
familiares
mayores a 3
personas

SI
62%

23% la
consumen
acompañada
de cerveza

63% la
consumen
acompañada
de legumbres

53% la
compran en
Restaurantes

33% la
compran en
carnicerías

73% la
consumen en
celebraciones
familiares





**59% son
Hombres**

**90% Tienen
intención de
consumirla**

NO
38%

**51% no la
consume por
desconocimiento
de la existencia**

**38% no la
consume por
falta de
disponibilidad**



MERCADO

67.831 habitantes

3.392 personas (Población flotante y estacional)

Total Mercado Objetivo: **71.223**
personas

PRONÓSTICO

890 kilogramos / Mes

10.680 kilogramos / 1er año



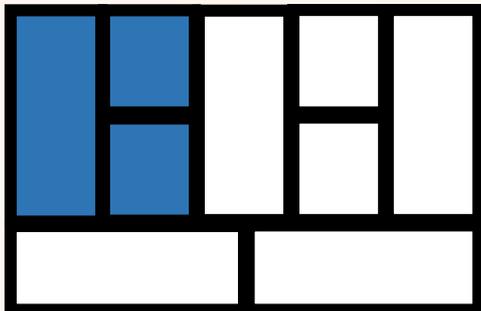
unab

Viabilidad Técnica

- Proceso.
- Análisis de Proveedores.
- Cadena de Valor.
- Capacidad Instalada
- Capacidad Utilizada

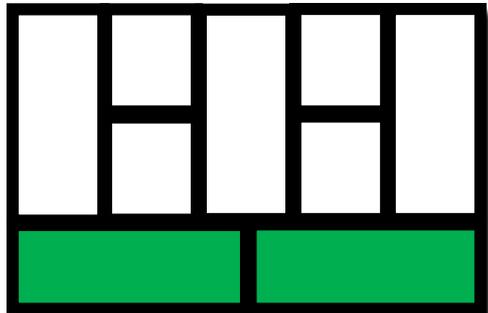
79,5%

APROBADO



Viabilidad Financiera

- **Costos – Gastos.**
- **Flujos de Caja.**
- **TIR.**
- **VPN.**
- **Costo / Beneficio**



TIR:

18,85%

VPN:

\$ 61.414.151

ROI:

17%

APROBADO

MODELO DE NEGOCIO

MEDALLONES



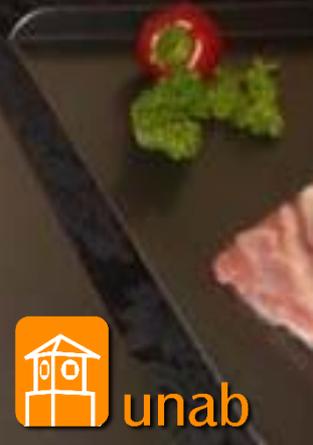
TOURNEDO



FILETE DE PIERNA



CHURRASCO



Socios Clave

SENA,
capacitador
permanente,
para manejo
especializado
del producto.

Actividades Clave

Alianzas
estratégicas,
promoción.
Especialidad en
corte y desposte
de canal de
cordero.

Recursos Clave

Personal
capacitado.
Web, Capital de
trabajo. Local
comercial.
Maquinaria y
equipos.

Propuesta de Valor

Servicio de
acompañamiento
para la
preparación de
alimentos sanos
y nutritivos a
partir de la carne
de cordero.

Relación con los Clientes

Asesoría
especializada en
el punto de
venta.

Canales

COMERCIALIZACIÓN

Punto de venta
directo.

COMUNICACIÓN:

Televisión Local,
Emisoras locales
y Redes
sociales.

Segmento del Cliente

Habitantes y
visitantes de la
Provincia
Guanentina, que
busquen carne
sana y gourmet.
Restaurantes,
carnicerías,
supermercados,
que busquen
ingresos a
través de una
carne especial.

Estructura de Costos

Costos de producción.
costos de comercialización.
Impuestos.
Gastos de Adecuación y Administrativos.

Fuente de Ingresos

Comercialización Retail (al por menor).



CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

CERTIFICADO GENERADO A TRAVÉS DE LAS VENTANILLAS
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: BUCARAMANGA, 2016/06/22 HORA: 9:40:24
7317341

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: Q1230641A9

LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR EL CONTENIDO Y CONFIABILIDAD, INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM OPCIÓN CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN CITADO EN EL ENCABEZADO. ESTE CERTIFICADO, QUE PODRÁ SER VALIDADO POR UNA ÚNICA VEZ, CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.

CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL DE:
JAIMES PORRAS LUIS FERNANDO

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA

MATRICULA: 05-350046-01 DEL 2016/06/22
NOMBRE: JAIMES PORRAS LUIS FERNANDO
CEDULA DE CIUDADANIA : 91261616
NIT: 91261616-7

DIRECCION COMERCIAL: CARRERA 3 C # 20 B - 34 BARRIO MIRADORES DEL BOSQUE
MUNICIPIO: SAN GIL - SANTANDER
TELEFONO1: 3165036651
EMAIL : LUIFERJAIP1@HOTMAIL.COM

NOTIFICACION JUDICIAL
DIRECCION: CARRERA 3 C # 20 B - 34 BARRIO MIRADORES DEL BOSQUE
MUNICIPIO: SAN GIL - SANTANDER
TELEFONO: 3165036651
EMAIL: LUIFERJAIP1@HOTMAIL.COM

CERTIFICA
CIU-CODIFICACION ACTIVIDAD ECONOMICA

PRINCIPAL : 4723 COMERCIO AL POR MENOR DE CARNES (INCLUYE AVES DE PRODUCTOS CÁRNICOS, PESCADOS Y PRODUCTOS DE MAR, EN ESTABLECIMIENTOS...

ARIA : 1011 PROCESAMIENTO Y CONSERVACIÓN DE CARNE Y PRODUCTOS

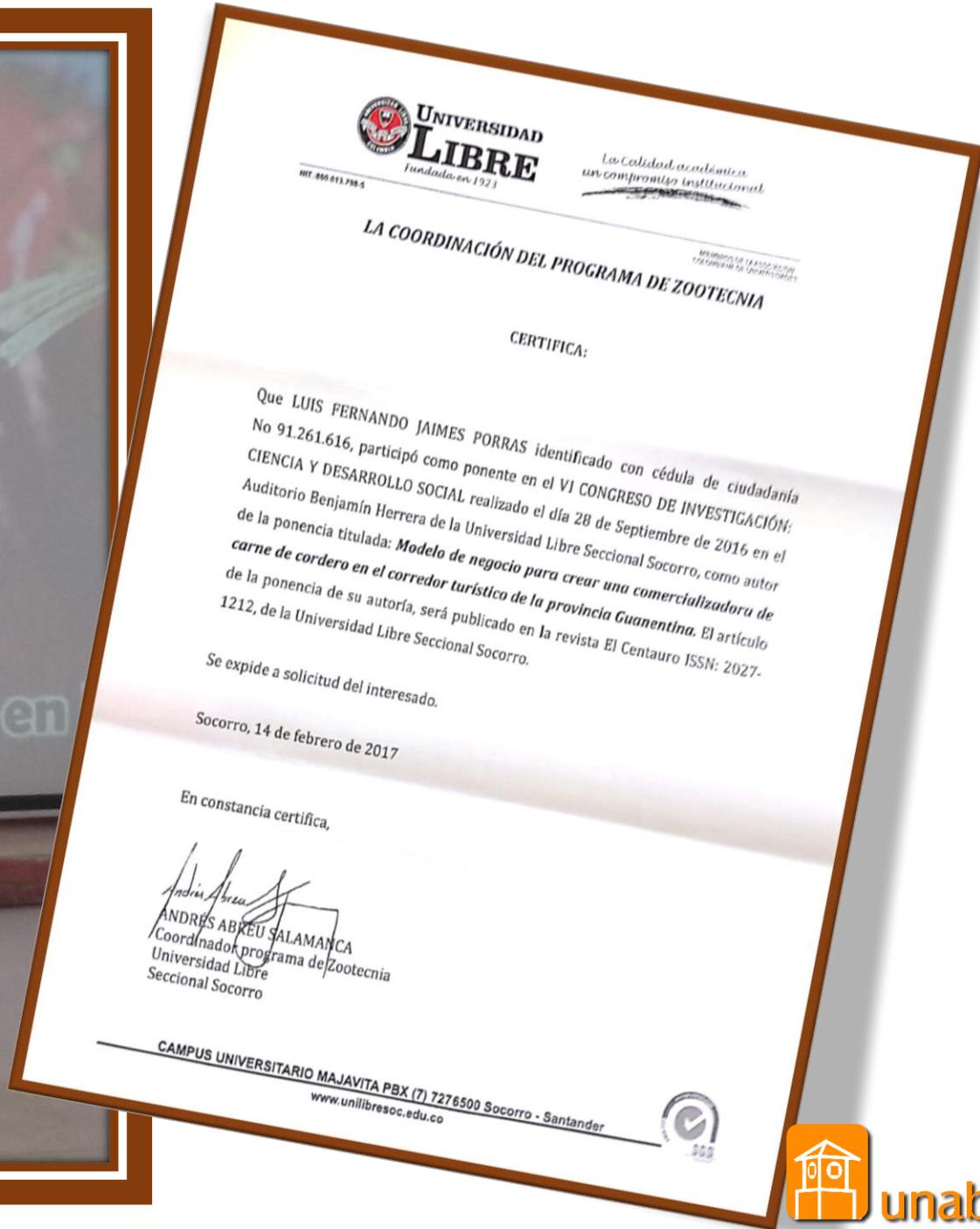
CERTIFICA

MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 350047 DEL 2016/06/22
NOMBRE: LA FAMA DEL CORDERO

INSCRIPCIÓN EN CÁMARA DE COMERCIO

OK





Referencias

- Asoovinos. (2010-2018). *Plan Estratégico Para El Desarrollo Gremial*. Obtenido de http://www.asoovinos.org/archivos/articulos_tecnicos/plan_desarrollo_gremia_asoovinos_10-18.pdf
- Barrios & Macias. (2013). *El Negocio de la Ganadería Ovina está Creciendo en Colombia*. Obtenido de www.larepublica.co/agronegocios/el-negocio-de-la-ganader%C3%ADa-ovina-est%C3%A1-creciendo-en-colombia_45026
- Barrios, C. (2014). Asociación de Criadores de Ganado. *Revista Contexto Ganadero*, 1.
- Blasquez, b. (2012). *II congreso internacional de gerencia en*. Obtenido de http://catering.com.co/BancoConocimiento/C/catering_junio12_congreso/cate%20ring_junio12_congreso.asp
- Campo, Olleta, & Sañudo. (2012). Obtenido de www.google.com.co/search?q=https%3A%2F%2FCampo.+Olleta.+%26+Sañudo.+2012&oq=https%3A%2F%2FCampo.+Olleta.+%26+Sañudo.+2012&aqs=chrome..69i57j69i58.1440j0j9&sourceid=chrome&es_sm=93&ie=UTF-8
- Espinal, Covalada & Amezquita. (2010). *La cadena de Ovinos y Caprinos en Colombia*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural Observatorio Agrocadenas Colombia: http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/jspui/bitstream/11348/3914/1/20078611357_caracterizacion_ovinosycaprinos.pdf
- Estrategias de posicionamiento de marca*. (2012). Obtenido de <http://comunicacionesdemarketing.com/estrategias-de-posicionamiento-de-marca/>
- <https://www.google.com.co/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=consumo%20de%20carne%20de%20cordero%20en%20la%20rep%C3%ABlica%20isl%C3%A1mica>. (24 de enero de 2017). Obtenido de <https://sites.google.com/site/elmundoislamico/consumo-de-carne-en-paises-musulmanes>



GRACIAS

Su aliado en la cocina

