



PLAN DE NEGOCIOS

INDUSTRIAS ALIMENTICIAS LA REINA

Industrias Alimenticias La Reina tiene presencia en los diferentes negocios y canales de distribución, desde donde su mayor participación está en almacenes de grandes superficies, con presencia marcada en la región de Antioquia. En el plan estratégico comercial se tiene proyectado la expansión geográfica nacional y el desarrollo de otros canales de distribución, que permitan un crecimiento exponencial en las ventas.

El crecimiento, ascenso o apertura de mercado está dado para el negocio de consumo masivo, consumo institucional e industrial ya que los productos pueden entrar a participar en cada uno de ellos, adicional a esto tenemos desarrollos de nuevos productos y oportunidades con marcas propias en los Hard discount, teniendo conocimiento que estos formatos son los de mayor crecimiento a nivel nacional lo que permite grandes volúmenes, negociaciones a escala.

Otra forma de acompañar este crecimiento, es por medio de la expansión geográfica, con las marcas actuales, llegando a cada región con el portafolio indicado y realizando un trabajo intensivo de posicionamiento de marca.

Hay un punto importante que nos ayuda con el crecimiento y corresponde a las actividades de mercadeo tales como: degustaciones, impulso, club amas de casa, preparaciones con chef, ofertas, entre otros, así como la participación en los planes comerciales que se manejan durante todo el año para dar impulso a los productos puestos en góndola.

El desarrollo del sitio web para trabajar el e-commerce y generar por este canal unas ventas donde lleguemos al consumidor final generando un impacto en el posicionamiento de la marca.

El plan de negocio de la empresa está sustentado desde diferentes pilares

1. COMERCIAL

El área comercial durante este tiempo siempre hemos encontrado grandes oportunidades de mercado ya que Alimentos Nuovo por estar en el sector de Alimentos con un portafolio diversificado permite que se pueda gestionar una amplia participación en los diferentes canales, generando experiencias de sabores que acompañan los diferentes momentos del día de los consumidores, teniendo en cuenta lo anterior podría mencionar que tanto en el mercado nacional como internacional se pronostica un comportamiento ascendente de la comercialización de cada uno de los portafolios que administramos.

Marca actual bajo la cual comercializamos nuestros productos



PRODUCTOS




BESITOS
SABOR CASERO | HORNEADOS | 25 CALORIAS
18 G (0.63 OZ) | SIN CONSERVANTES




PAPITAS
PAPAS FRITAS SABOR NATURAL
SABOR CASERO | 28 G (10.98 OZ) | 0% GRASAS TRANS.



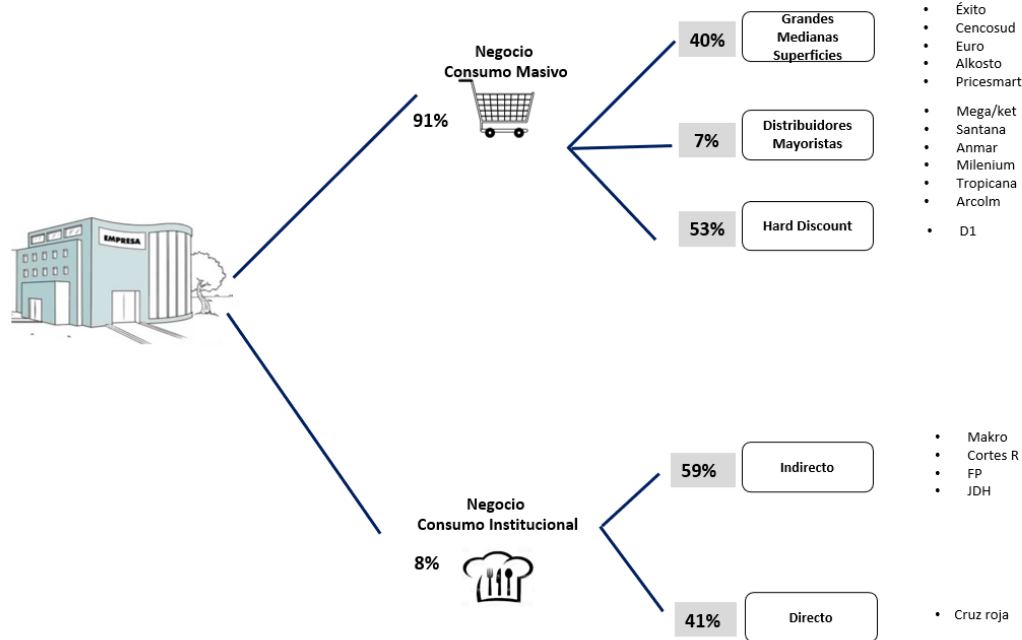

ROSQUITAS
SABOR CASERO | HORNEADAS | 25 CALORIAS
18 G (0.63 OZ) | SIN CONSERVANTES




PAPITAS
PAPAS FRITAS SABOR A LIMÓN
SABOR CASERO | 28 G (10.98 OZ) | 0% GRASAS TRANS.

Cientes actuales

Estructura por negocio, canal y clientes pareto



Actividades proyectadas para 2023

- Codificación de Portafolio
 - Codificación a nivel nacional del portafolio de productos en almacenes ÉXITO. En la actualidad estamos en algunas sucursales
 - Codificación a nivel nacional del portafolio en CENCOSUD
 - Codificación a nivel nacional del portafolio en ALKOSTO
 - Codificación a nivel nacional del portafolio en OLIMPICA
 - Activación de portafolio con supermercados independientes
- Mantenimiento de clientes activos
 - Garantizar la administración de los clientes activos con el objetivo de crecer rentablemente
 - Ampliación con la marca la Reina para la línea de rosquitas en el cliente MAKRO
- Mejorar en dos puntos el porcentaje de devoluciones

Tener acercamiento con las cadenas CENCOSUD, OLIMPICA Y MAKRO para negociar el rubro porcentual de devoluciones
- Desarrollar el negocio institucional de distribuidores

Realizar búsqueda en las principales ciudades de los distribuidores que llegan al canal institucional de alimentos
- Desarrollar en el negocio de consumo masivo distribuidores

Poder desarrollar con nuestros distribuidores el total de las referencias y marcas que se ajusten al tipo de productos que se comercializan en este mercado



6. Desarrollo del sitio WEB
 - Crear la pagina
 - Gestión de redes sociales
 - Diseño de pautas con la agencia CREAMOS
7. Desarrollar canal E-COMMERCE
 - Ventas virtuales y sitio transaccional
 - Trabajo con la agencia CONTEXTUAL
8. Ejecutar ajustes de precio
 - Realizar los incrementos de precio de los productos
 - Gestionar con los clientes la ejecución de precios

2. OPERACIONES

El área de operaciones es el espacio del mercado donde una empresa realiza su actividad, u operaciones. Permite que la empresa mejore su eficiencia, lo que se traducirá en **mayor competitividad y mayor productividad**.

El equipo de operaciones esta alineado con la estrategia comercial, contribuyendo desde los diferentes frentes, como son: desarrollo de nuevos productos, cumplimiento normativo, mejoramiento en el nivel de servicio, certificaciones de internacionales, negociaciones con proveedores de materia prima y material de empaque.

- **Capacidades**

Nuovo Alimentos tiene un potencial de producción o volumen máximos de producción, el cual se encuentra subutilizado lo que representa un mayor costo por unidad de producto. Este elemento es determinante en la competitividad del producto frente a otros competidores del mercado.

Con las proyecciones para 2023 se ocuparía gran porcentaje de la capacidad instalada en la producción de las referencias que estaríamos codificando, nuevas y cubrimiento del mercado nacional. Bajo este panorama la inversión en CAPEX no se requeriría en su totalidad en el mediano plazo.

En el siguiente cuadro se relaciona la capacidad instalada, la ocupación a mayo de 2022. No se realiza el corte a noviembre debido a que actualmente estamos con una ocupación en planta promedio del 8% debido a que hemos venido cerrando líneas de proceso y en algunos casos paro total de las operaciones.



Líneas de Producción	May-2022	Capacidades [kg]				Ventas [COP Millones]	
		Máximo producido	Capacidad instalada	Capacidad utilizada may-22	Capacidad utilizada Máxima	May-22	Potencial Ventas Capacidad Instalada
Snacks La Reina						\$ 1.366	\$ 3.030
Rosquitas y Besitos	26.056	38.426	43.680	60%	88%	\$ 738	\$ 1.114
Papas	32.130	59.570	91.000	35%	65%	\$ 582	\$ 1.484
Fosforitos	4.339	29.830	45.760	9%	65%	\$ 46	\$ 432

Estado de la ocupación actual

Mes	Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre	
	Q inst	Q Disponible	Q inst	Q Disponible	Q inst	Q Disponible	Q inst	Q Disponible	Q inst	Q Disponible
Total Kg producidos 2020										
Total Kg producidos 2021	553.007	71%	553.007	73%	553.007	71%	553.007	71%	553.007	73%
5011 - PAPAS	91.000	79%	91.000	73%	91.000	89%	91.000	94%	91.000	94%
5013 - ROSQUITAS Y BESITOS	43.680	68%	43.689	100%	43.689	100%	43.689	100%	43.689	100%
5012 - FOSFORITOS	45.760	94%	45.760	96%	45.760	97%	45.760	99%	45.760	99%
La Reina	180.440	80%	180.449	85%	180.449	94%	180.449	97%	180.449	97%

- **Control de eficiencias operacionales**

Determinar y controlar eficacia y eficiencia de las líneas de producción

- ✓ Definir las capacidades reales de los equipos por línea
- ✓ Determinar los recursos que se requieren para la ejecución de los procesos
- ✓ Establecer y evaluar la productividad por líneas
- ✓ Implementar el control de las eficiencias con base en el OEE
- ✓ Medir las eficiencias con base en los estándares de proceso
- ✓ Activar herramienta Siesa de planeación

- **Control de eficiencia en gestión de compras**

- ✓ Sostener y disminuir las variaciones del costo asociado a las compras de materias primas, material de empaque e insumos
- ✓ Búsqueda y negociación de materias primas, material de empaque, insumos sustitutos
- ✓ Búsqueda y negociación de proveedores alternos a nivel nacional e internacional

- ✓ Consolidar las negociaciones actuales que garanticen el abastecimiento y el precio en el tiempo

- **Innovación y desarrollo de productos**

La innovación de productos está muy relacionada con el éxito y el crecimiento empresarial. Cuando una empresa logra introducir en el mercado productos innovadores, estos suelen ser un éxito en ventas, lo que genera más beneficios y relaciones comerciales. Más competitiva.

El panorama de alimentos y bebidas está en constante cambio. Las **tendencias** están surgiendo y evolucionando, impulsando la innovación continua en la industria.

Es necesario anticiparse a los nuevos tiempos que presentan nuevos retos y también nuevas oportunidades para seguir respondiendo a la demanda del consumidor ofreciendo productos y servicios para fidelizarlo.

Ahora más que nunca es necesaria la colaboración de todos los miembros de la cadena para asegurar el suministro de productos seguros de calidad desde la producción, al procesado, la comercialización y distribución hasta que el producto llegue finalmente al consumidor.

Desde Nuovo Alimentos tenemos una serie de desarrollos en proceso de ejecución, los cuales están alineados a la necesidad del mercado.

Desarrollos pendientes por ejecución

Línea de snacks



Yuquitas



Snacks de maíz y mixtos



Maduritos con sabor a queso



Papas pimienta limón



Rosquitas integrales



Platanitos saborizados



3. Gestión del talento humano

El talento humano no sólo es la aptitud para realizar un trabajo, sino a una serie de habilidades integradas a capacidades sociales, de comunicación, adaptación o colaboración.

Los empleados son el motor de las empresas y quienes hacen que las cosas sucedan. Ahora bien, como mencionamos antes, la competencia en los negocios es cada vez mayor, entonces ¿no sería ideal que estas personas fueran más allá de cumplir sus funciones y buscaran alcanzar mayores objetivos junto con su empresa?

El talento humano es el que permite que las empresas obtengan mejores resultados y cumplan todas sus metas de una manera más sencilla, he aquí que sean un elemento decisivo para el éxito o el fracaso de las mismas.

Beneficios que brinda contar con talento humano

- Tener empleados más competentes para el puesto se agilizan muchos procesos, incluida la capacitación de recién ingresados, disminuyendo así tiempos y costos.
- Brindar condiciones ideales de crecimiento, un colaborador talentoso estará dispuesto a brindar su máximo rendimiento, porque sabrá que al alcanzarlos objetivos de la empresa estarán cumpliendo también los suyos.
- Tener el personal más cualificado mejorará la calidad en la producción, distribución y entrega de un producto o servicio, y aumentará el nivel de satisfacción por parte de los clientes.
- Obtener mejores resultados y cumplir con las metas, para lograr un crecimiento rápido e integral de las empresas.
- **Actividades proyectadas desde Industrias Alimenticias la Reina**
 - Estructurar y desarrollar el modelo de liderazgo orientado a los resultados**
 - ✓ Definir del modelo de liderazgo
 - ✓ Medir las competencias de los líderes según lo definido en el modelo
 - ✓ Definir competencias para a desarrollar (Diagnóstico)
 - ✓ Definir cronograma de capacitación y formación (Taller liderazgo)
 - ✓ Definir los indicadores estratégicos por áreas
 - ✓ Definir los indicadores complementarios (seguimiento)
 - Implementar modelo de gestión del desempeño**
 - ✓ Definir metodología de evaluación de desempeño y compensación por cumplimiento de objetivos e indicadores.
 - ✓ Realizar la evaluación de desempeño
 - ✓ Implementar reunión de retroalimentación con el equipo.
 - ✓ Ejecutar el programa de reconocimientos (Teniendo en cuenta los indicadores definidos actualmente)
 - ✓ Implementar seguimiento a la gestión de los empleados en SIESA



- **Implementar formación y capacitación E-learning para generar eficiencias en el proceso de inducción y entrenamiento**
 - ✓ Realizar inducción de la empresa bajo la metodología E-learning.
 - ✓ Realizar la inducción de SST bajo la metodología E-learning.
 - ✓ Realizar capacitación de valores corporativos bajo la metodología E-learning.
 - ✓ Realizar inducción de Calidad bajo la metodología E-learning.
 - ✓ Estructurar el material para el entrenamiento de las principales líneas de producción bajo la metodología E-learning.

Resumen del plan de negocios

Sin embargo y pese al panorama actual, especialmente por la falta de capital de trabajo, consideramos grandes oportunidades en el sector de alimentos, en especial para las categorías en las cuales participa Industrias Alimenticias La Reina, entre estas oportunidades contamos con:

1. Expansión geográfica
2. Lanzamiento de nuevos productos, los cuales ya se encuentran desarrollados
3. Incipiente desarrollo de la categoría de snacks, la cual consideramos se desarrollará en los próximos años en los diferentes canales, como ha ocurrido en el resto del mundo
4. Desarrollar alianzas con distribuidores que permitan la entrada al canal tradicional de tiendas (Superetes, minimercados y tiendas)
5. Terminar la consolidación de plantas en Antioquia, donde pasaremos de 5 a 3 plantas, lo que implicará una disminución importante en costos y mejoras en logística
6. Lograr atender la demanda mensual de nuestros productos, que por falta de capital de trabajo no logra despachar a los clientes y por ende provocando una disminución en la recompras.
7. Se ha preparado Industrias Alimenticias La Reina con una estructura adecuada administrativa, comercial y de operaciones que incluye capacidad instalada suficiente para atender el crecimiento para los próximos 3 años, sin tener que incurrir en inversiones cuantiosas.