



UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

CAPY CRUNCH

ETAPA DE POSTULACIÓN TEMPRANA

JUAN ENRIQUE SIERRA OSPINA

DESCRIBE TU IDEA O EMPRENDIMIENTO

Temprana

Capy Crunch es un emprendimiento innovador, creativo y sostenible de galletas grandes y mini artesanales con sabores únicos como Red Velvet, Nutella, oreo y pie de limón, creado para alegrar estudiantes que buscan un snack rico, original y asequible en su día a día. Validamos nuestro producto en la Universidad Santo Tomás seccional Villavicencio con ventas constantes, fidelización y buena acogida en puntos clave del campus y por domicilios recurrentes en la ciudad, adicional algunas pruebas piloto en la seccional Tunja. Operamos con producción bajo demanda y empaques amigables con el medio ambiente, lo que nos permite generar ingresos y aportar al entorno local de la comunidad Tomasina una visión global a través del constante crecimiento y las ganas de salir adelante. Ahora buscamos consolidar la marca y expandir nuestra presencia dentro y fuera del entorno universitario, mejorando desde la parte interior que se verá reflejada en lo exterior.

<https://youtube.com/@jesobusiness?si=t7Wp41ElxiFOUz60>



ALINEACIÓN CON

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

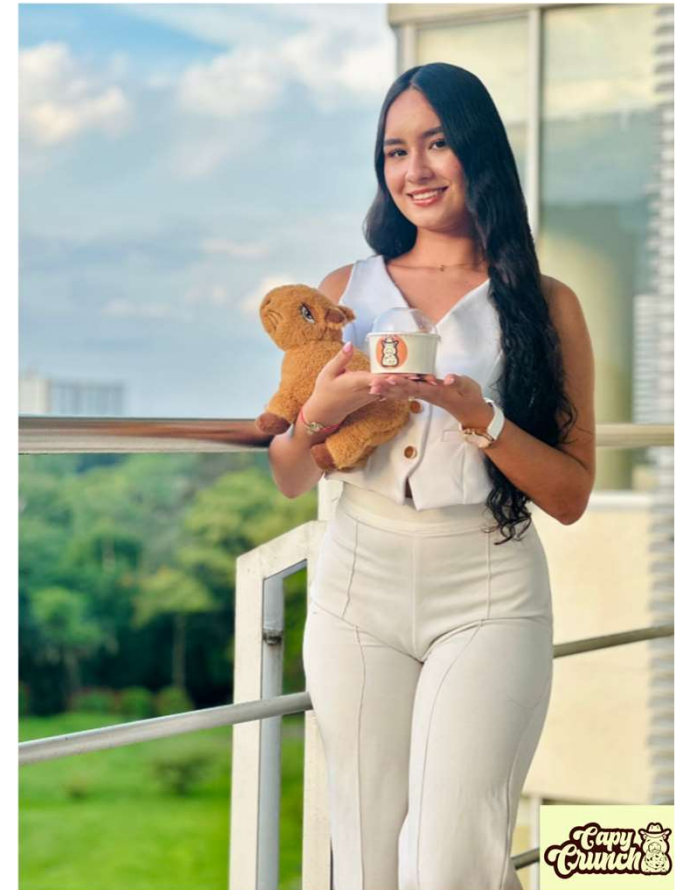
Capy Crunch genera un impacto positivo en la comunidad universitaria al ofrecer un producto artesanal, accesible y fresco que promueve el consumo local y consciente. Usamos empaques reciclables, minimizamos el desperdicio gracias a una producción responsable, es decir bajo pedido, apoyamos la economía joven y estudiantil. Nuestro proyecto se alinea principalmente con los siguientes ODS:

ODS 12: Producción y consumo responsables

ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico

ODS 3: Salud y bienestar, al ofrecer una alternativa más natural y cercana frente a productos ultra procesados del mercado.

Capy Crunch transforma de forma positiva la rutina diaria del estudiante, dándole una opción práctica y emocionalmente reconfortante durante sus intensas y largas jornadas.



Problema o necesidad que solucionamos

En la vida universitaria, los estudiantes buscan snacks rápidos, ricos y asequibles para sobrellevar sus jornadas académicas. Sin embargo, la oferta dentro del campus suele ser limitada, costosa o poco atractiva en sabor, calidad o frescura. Capy Crunch nace para llenar ese vacío con una propuesta artesanal, deliciosa y al alcance del bolsillo estudiantil.

Propuesta de valor y ventaja competitiva

Capy Crunch ofrece mini galletas artesanales en sabores irresistibles: Nutella, Red Velvet, Oreo y Pie de Limón. Destacamos por la frescura del producto, presentaciones prácticas y empaques amigables con el medio ambiente. Nuestras galletas están disponibles en formato individual, ideales para un antojo personal, o en bowls para compartir con amigos, lo que nos permite adaptarnos a diferentes momentos de consumo.

Producto Mínimo Viable (PMV)

Hemos validado nuestro MVP directamente en la Universidad Santo Tomás, con ventas diarias, combos especiales y entregas rápidas en horarios clave. Ya generamos ingresos, ajustamos la producción de acuerdo con la demanda real y recibimos retroalimentación directa de los clientes, lo que nos ha permitido optimizar sabores, formatos y presentaciones.

DESCRIBE:

Nuestra marca, además, genera una conexión emocional auténtica con los estudiantes: Capy Crunch rinde homenaje al Capybara, carpincho, chigüiro o chigüire un animal tradicional de la región Orinoquía, símbolo cultural, que hoy también es tendencia global por su carisma. Esta identidad cercana, divertida y significativa fortalece nuestro vínculo con la comunidad estudiantil.



COMPONENTE

DE MERCADO ETAPA TEMPRANA.

Nuestro mercado objetivo son principalmente los estudiantes universitarios de la Universidad Santo Tomás, quienes buscan opciones de snack rápidas, deliciosas y accesibles en sus jornadas académicas. También hemos identificado una alta afinidad con docentes y personal administrativo, lo cual amplía nuestro alcance dentro del entorno universitario

Utilizamos canales digitales como WhatsApp y redes sociales (especialmente Instagram y TikTok) para promocionar nuestros productos y recibir pedidos de forma directa. Además, realizamos presencia física en puntos estratégicos del campus en horarios pico, lo que permite generar confianza, cercanía y recordación en nuestra audiencia. Nuestro aliado clave en esta etapa del negocio, lo son los proveedores de las galletas, quienes son los pasteleros que nos han acompañado desde el inicio de la marca. Las compras se pueden hacer vía WhatsApp o Instagram, además de la posibilidad de encontrarlas siempre activas en la U. Siempre brindamos una respuesta inmediata y una entrega medida por la disponibilidad de stock y tiempo.





UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

GRACIAS