



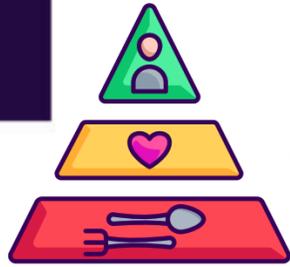
UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

SR. DONUTS EMPRENDIMIENTO

ARLIN DAYANA LOZANO FORERO
CESAR URIBE GOYENECHÉ

SR DONUTS - EMPRENDIMIENTO

NECESIDAD DEL ENTORNO



Responde a la demanda de repostería artesanal local, accesible e innovadora para jóvenes, familias y trabajadores en Villavicencio.

PROPUESTA DE VALOR



Donuts artesanales, sabores únicos, personalización, alianzas locales y experiencia cercana.

INGRESOS RECUERRENTES



Ventas estables durante el último año. Reinversión en productos y expansión.



[Video en YouTube](#)

ESTRATEGIA DE MARKETING



Marketing digital basado en redes sociales (Instagram, WhatsApp, TikTok), promociones por temporada y presencia en eventos comunitarios y deportivos.

IMPACTO POSITIVO



Generación de empleo, fortalecimiento del comercio local y transición a empaques sostenibles.

ALINEACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Sr. Donuts y su impacto en el ODS 8.



Lo que hacemos



Generamos empleo joven y formal.



Apoyamos proveedores locales.



Creamos momentos con sentido.

¿Cómo apoyamos el ODS 8?



8.3: Emprendimiento formal.



8.5: Trabajo decente e inclusivo.



8.6: Empleo juvenil.



8.8: Derechos laborales y seguridad.

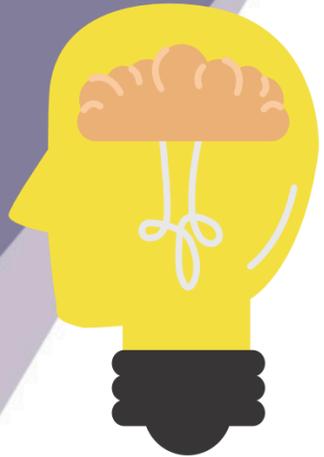
DESCRIBE



Necesidad del mercado.

Ausencia de opciones de donuts sin conexión, que cuente una historia.

¿Qué nos hace únicos?



- Donuts artesanales con sabor, diseño y cercanía.
- Más que donuts: experiencias dulces con identidad.
- Frescura, diseño único y conexión con el cliente.

¿Qué ofrecemos?

- Donuts listas en sabores irresistibles.
- Ventas por redes, empaque atractivo y presencia en eventos.
- Negocio en expansión con alianzas y clientes fieles.



COMPONENTE DE MERCADO

Mercadeo y comercialización.



- Promocionamos por Instagram, TikTok y WhatsApp.
- Lanzamos sabores nuevos en fechas especiales.
- Fidelizamos con cercanía y atención personalizada.

Tiempo de espera.



- Tiempo medio de respuesta: 5 a 8 minutos.
- Entrega: entre 30 y 40 min, dependiendo de la zona y volumen.

Mercado objetivo.

- Jóvenes y familias entre 15 y 35 años en Villavicencio.
- Quienes buscan experiencias dulces, artesanales y personalizadas.



Canales y aliados para promoción y venta.

- Canales: redes sociales, WhatsApp, ferias locales, referidos.
- Aliados: tiendas de productos locales, emprendedores aliados, RAPPI
- Punto fijo en Villavicencio y entregas bajo pedido. DOMICILIO.





UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS

GRACIAS