

Socios Clave

Los socios clave son aquellas entidades o colaboradores externos que permiten que el proyecto funcione de forma eficiente, garantizando calidad, legalidad, logística y acceso al mercado.

1. Proveedores

Los proveedores son fundamentales para asegurar la calidad del producto final, especialmente en un producto gastronómico tradicional. Proveedores de carne: carnicerías o mataderos certificados que suministren carne fresca de calidad (ternera, cerdo o mezcla, según receta).

Proveedores de ingredientes complementarios: pan rallado, huevo, ajo, perejil, especias, aceite, etc.

Proveedores de envases: bandejas, cajas isotérmicas o envases al vacío para la conservación y transporte de los txitxikis.

La relación con los proveedores debe basarse en la regularidad del suministro, trazabilidad y cumplimiento de normas sanitarias.

2. Distribuidores y empresas logísticas

Este socio es clave para llevar el producto desde el lugar de elaboración hasta el cliente final. Empresas de distribución alimentaria: mayoristas que ya trabajen con bares y restaurantes. Logística refrigerada: empresas especializadas en transporte en frío para mantener la cadena de conservación.

Distribución local: reparto propio o acuerdos con distribuidores de proximidad para hostelería local. Una buena logística permite ampliar el mercado sin perder calidad ni seguridad alimentaria.

3. Plataformas de pedido

Facilitan la gestión comercial y aumentan la visibilidad del producto. Plataformas B2B de hostelería: aplicaciones donde bares y restaurantes hacen pedidos a proveedores.

Página web propia: con sistema de pedidos para profesionales o incluso para clientes finales.

Marketplaces gastronómicos: plataformas especializadas en productos artesanales o locales.

Estas plataformas reducen costes administrativos y permiten escalar el negocio.

4. Asesoría contable y legal

Imprescindible para cumplir la normativa y asegurar la viabilidad del proyecto.

Asesoría contable: gestión de impuestos, facturación, costes y márgenes.

Asesoría legal: contratos con proveedores y distribuidores, protección de marca.

Consultoría sanitaria: cumplimiento de normativas alimentarias, registros sanitarios y etiquetado.

En el sector alimentario, una mala gestión legal puede poner en riesgo todo el proyecto.

5. Productores locales

Aportan valor diferencial y refuerzan la identidad del producto. Ganaderos locales que suministren carne de proximidad.

Productores artesanos de ingredientes tradicionales.

Colaboraciones con otras marcas locales para packs o promociones conjuntas.

Refuerza la imagen de producto tradicional, sostenible y de calidad.

6. Asociaciones de gastronomía

Ayudan a ganar visibilidad, prestigio y contactos profesionales. Asociaciones de hostelería y restauración. Asociaciones gastronómicas locales o regionales. Eventos, ferias y concursos gastronómicos.

Permiten networking, promoción del producto y acceso directo a bares y restaurantes.

Los socios clave del proyecto de txitxikis de carne permiten garantizar la calidad del producto, asegurar su correcta distribución, cumplir con la normativa y posicionarlo de forma competitiva en el mercado gastronómico. La colaboración con proveedores, distribuidores, asesores y asociaciones gastronómicas es esencial para el éxito y crecimiento del proyecto.