

PROYECTO DE GRADO

TITULO:

AREQUIPE CON SABOR A GUAYABA

PRESENTADO A:

JHON ALEXANDER GONZALEZ DORADO

INTREGRANTES

MAYERLIS RIVERA LOPEZ

ELIUD DAVID ORTEGA HOYO

NICOLAS STIVEN ORDOÑEZ PARDO

ASIGNATURA:

CREACION DE EMPRESAS II

PROGRAMA ACADEMICO: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Y CONTADURIA PÚBLICA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

“CUN “

TABLA DE CONTENIDO

	PAG
1. COMPROMISO DE LOS AUTORES-----	3
2. INTRODUCCION-----	4
3. OBJETIVOS-----	5
3.1.OBJETIVO GENERAL-----	5
3.2.OBJETIVO ESPECIFICO -----	5
4. LOGO E INFORMACION PUBLICITARIA-----	6
5. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO-----	7.
6. MODELO DE NEGOCIO-----	8
7. PROPUESTA DE VALOR-----	8
8. RECURSOS Y PROCESOS NECESARIOS-----	9
9. FDELIZACION Y ALIANZA-----	10
10. VENTA POR INTERNET-----	11
11. SEGMENTACION DE MERCADO-----	11
12. INNOVACION SOSTENIBLE-----	12
13. ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL-----	16
14. ANALISIS DE POTER-----	17
15. BIBLIOGRAFIA-----	19

1. COMPROMISO DE LOS AUTORES

Nosotros: Nicolás **Stiven Ordoñez Pardo**, cc: **1000329764**, programa: **Contaduría pública.**

Eliud David Ortega Hoyo, cc: **1102233985**, programa: **Administración de Empresa.**

Mayerlis Rivera López, cc: **1007274717**, programa: **Administración de Empresa.**

Declaramos que: el contenido de este proyecto es el reflejo de nuestro trabajo personal y notificamos que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la copia original.

Somos responsables directos legal, económico y administrativo, sin afectar a la universidad y a quienes hayan colaborado en el trabajo. Asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: Nicolás Ordoñez

Eliud Ortega

Mayerlis Rivera

2. INTRODUCCION

El arequipe es considerado uno de los productos de derivados lácteos que se está posicionando firmemente en el mercado nacional e internacional; esto, gracias al delicioso sabor, la gran variedad de presentaciones, utilidades y a los aportes nutritivos que ofrece para el bienestar de las personas, sin importar su edad, género o condición social.

Desde esta perspectiva, decidimos llevar a cabo el estudio para el montaje de una fábrica de Arequipe con a sabor guayaba en Galeras, departamento de Sucre, tomando como centro de acopio una casa de origen familiar ubicada en el centro de este municipio, donde se instalaran la planta física necesaria para el procesamiento de la materia prima para la elaboración del arequipe, por lo que es una oportunidad para crear empresa y de esta manera realizar un aporte al desarrollo de nuestro municipio y propiciar la generación de nuevas fuentes de empleo en el sector.

EL arequipe es un producto de exquisito sabor y contextura, pero actualmente es un alimento que, debido a su costo, no puede ser adquirido por un gran número de habitantes. Nos encontramos ante la necesidad de brindar a nuestra población objeto un producto de calidad que pueda ser adquirirlo periódicamente dentro de la canasta familiar, lo que nos plantea como problema principal la adecuación de una planta para la elaboración de arequipe, adquisición de los insumos, equipos necesarios y planta física apropiada para la elaboración del producto a un costo moderado y de alta calidad; que cubra los imprevistos que se puedan presentar y a la vez que permita al producto entrar al mercado con un precio de venta bajo y conservando siempre una excelente calidad.

La idea es crear una pequeña empresa productora y fabricante de AREQUIPE CON SABOR A GUAYABA, un producto a base de leche, con exquisito sabor; actividad económica perteneciente al sector industrial alimenticio.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

- Crear una empresa de producción y venta de arequipe con sabor a Guayaba brindando su calidad y promoción a los consumidores.

3.2 .Objetivos Específicos

- Ofrecer productos de excelente calidad para la satisfacción del consumidor.
- Aplicar las normas técnicas requeridas en el procesamiento de alimentos.
- Desarrollar estrategias de publicidad
- Desarrollar un estudio económico-financiero que determine las características económicas del proyecto, identificando las necesidades de inversión, los gastos y costos requeridos y hacer la evaluación económica que indique su viabilidad

4. Logo e información publicitaria



“Una nueva forma de ver el ajeque”

Guayaque un producto de ESM

Puedes encontrarnos en nuestra redes sociales como:

arequipesm@gmail.com

instagram-@arequipesm

Facebook - arequipesm

Whatsapp: 3102540593 – 3104623038

Llamada a nivel nacional: 3006803344

5. DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

❖ ¿Cuál es el producto o servicio?

Nuestro producto es un viejo conocido de todos pero con un cambio drástico a su sabor, hablo del arequipe común con un nuevo sabor a guayaba. Y sus diferentes presentaciones.

❖ ¿Quién es el cliente potencial?

Personas que tienen un gusto por los dulces, que quieren algo nuevo, que desean experimentar una nueva forma de consumir un dulce popular en el país, que están cansadas de lo mismo y buscan algo innovador para sus papilas gustativas.

Todas las personas también independientemente de si les gustan o no podría ser para comercializar.

❖ ¿Cuál es la necesidad?

Cambiar de sabor y buscar algo nuevo que no ha sido creado y les otorgue una nueva experiencia de sabor que los saque de la rutina y nos haga único, la necesidad de probar cosas nuevas y diferentes.

❖ ¿Cómo?

Cambiando un sabor que ya todos conocemos y haciendo que tenga nueva presentación más a futuro y también haciendo que la gente que no pueda comer dulce coma este nuevo aperitivo bajo en azúcar y nada hostigaste para el consumidor que se cansa fácil del dulce

❖ ¿Por qué lo preferirán?

Por un precio accesible, un sabor muy peculiar, la baja azúcar que presenta el producto y además su sabor poco hostigaste para estas personas que se cansan del dulce. , por sus diferentes presentaciones, por su calidad, presentación y beneficios.



16. MODELO DE NEGOCIO

¿Quiénes son los clientes?

Nuestros clientes son y serán personas que busquen un sabor nuevo para algo ya conocido, niños y jóvenes más que todo que son los mayores consumidores de dulce serian nuestro objetivo más que todo.

El arequipe es considerado uno de los productos de derivados lácteos que se está posicionando firmemente en el mercado nacional e internacional; esto, gracias al delicioso sabor, la gran variedad de presentaciones, utilidades y a los aportes nutritivos que ofrece para el bienestar de las personas, sin importar su edad, género o condición social.

Bueno nuestro producto será para todas las personas tanto niños, jóvenes o adultos e independientemente de su estado económico.

7. PROPUESTA DE VALOR

Nuestra propuesta de valor en principio es el cambio de sabor y con esto se aplica la del azúcar como tal ya que nuestro producto con el cambio de sabor agrega una ayuda a no llegar a dañar el producto por un inconmensurable dulzor más bien tiene un sabor neutro y agradable que hace que la gente pueda llegar a consumirlo sin miedo a su azúcar y a hostigarse con el mismo

El crecimiento continuo de la productividad en el sector lácteo, por sus mejoras en los procesos de producción y recolección, ha beneficiado a las grandes industrias procesadoras de leche colombianas, que no solo se han encargado de realizarle el proceso industrial a la leche (homogenización, pasteurización y ultra pasteurización), sino que han creado productos lácteos con diferentes valores agregados, dentro de los cuales adicionan vitaminas, suplementos para la digestión y una gran variedad de sabores. Las grandes campañas publicitarias junto con el buen manejo de los canales de comercialización han abierto grandes mercados, para lo que las industrias lácteas colombianas han ampliado sus plantas y han realizado diferentes inversiones para enfocarse en su objeto social, que es el procesamiento y la elaboración de productos lácteos con un alto valor agregado.

8. RECURSOS Y PROCESOS NECESARIOS

Dentro de la planificación que se ha hecho para todo lo que implica la exterioridad del producto, como lo hemos denominado, se han ideado estrategias partiendo de las siguientes consideraciones:

PUBLICIDAD: Se empleara una estrategia publicitaria que sintetice la opinión de los clientes. Dadas las condiciones de operación y el tipo de producto, acudiremos a la emisora que se adapte más a nuestras ciudades o departamentos, para anunciar nuestro producto, pues consideramos que este medio de comunicación e informativo es bastante escuchado por la población urbana y rural; de igual forma se implementaran visitas online con catálogos o portafolios de servicios, así mismo será necesario crear conciencia en la población de que existimos y nos cobija un nombre que imprime en su producto calidad; para lo cual se emplearan volantes y plegables en sitios de amplio acceso al público en las principales ciudades de nuestros departamentos.

ORGANIZACIÓN: Establecer una estructura organizacional sólida, con buena comunicación y participación de todos los integrantes de la empresa y reflejarla en nuestros clientes actuales y potenciales.

RECURSOS: parte importante y esencial de todo lo que implica distribución, son los recursos económicos sobre todo lo que tiene que ver con publicidad y atención al cliente, lo cual se constituye en el primer paso de penetración en el mercado. A sí mismo es necesario contar con tecnología de comunicación tales como el teléfono y la Internet

CRECIMIENTO: Fundamental para quien emprende cualquier plan de negocios y que para nosotros es el motor que nos impulsó a presentar ésta idea. Nuestro esquema de trabajo debe ser consecuente para afrontar, la que pretendemos que sea una demanda creciente, pero así mismo establecer mecanismos de mejora continua para el bien y prestigio de nuestros productos como para el medio en el que nos desarrollamos, lo cual crea ambiente de confianza y optimismo en la empresa.

- **Costos**

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Promoción	Descuento	500	1000	500.000
Comunicación	Catalogo	1000	250	250.000
Publicidad	Radial/mes	1	250.000	250.000
Valor Total				1.000.000

Proyección de Ventas Mensuales en cantidades													
Producto	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Año1
AREQUIPE DE GUAYABA	0	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	55.000
Total	0	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	55.000

Proyección de Ventas Anuales en cantidades					
Producto	Año1	Año2	Año 3	Año 4	Año5
AREQUIPE DE GUAYABA	55.000	66.000	79.200	95.040	114.048
Total	55.000	66.000	79.200	95.040	114.048

9. FIDELIZACIÓN Y ALIANZAS.

Se ofrece al cliente una relación con el producto de tal manera que su salud y ganas de consumir dulce se vean en una balanza hacia su favor algo que normalmente no vemos en los productos del diario es decir la persona que quiera dulce es difícil o imposible que pueda tener la salud que desea ya que nuestro equipo de trabajo y marketing se dieron cuenta de esto tuvimos la idea más grande que es ofrecer un nuevo mundo de sabores y aún más que eso ayudar a nuestra población a poder vivir feliz y sana.

Tanto a las alianzas se podría intentar alianzas con compañías ya formadas para ayuda de nacionalización y globalización de nuestro producto el cual al tener un éxito y furor en nuestros principales departamentos podría causar un nuevo comienzo en los dulces de Colombia y así tener un nuevo mercado a la mano, pero en tanto nos hemos intentando poner en meta tener una alianza con las principales productoras del arequipe normal los cuales pueden verse interesados en nuestro producto.

10. VENTAS POR INTERNET

Nuestra forma de venta por internet es pocas palabras sería a contra entrega donde el cliente paga cuando el producto llega a su puerta.

Por esta forma y medio se sabe que son entre 2-3 días lo que se toma de tiempo la entrega por ende podemos asegurar a ciencia cierta que el producto por más lejos que baje terminara llegando bien para la degustación del cliente, manejaremos tanto nuestra propia página web como también mediante las redes sociales que hoy en día tiene un gran porcentaje de los jóvenes y gente del común para adquirir productos lo que nos conviene entorno a la venta del nuestro.

Entonces en este punto entre nosotros el grupo de trabajo atenderíamos cada solicitud, reclamo y demás del producto, pero no cabe duda en nosotros cuando pretendemos y queremos tener una empresa como mercado libre para ayudarnos a la publicidad y agilizar el envío, acuerdo de la venta y pago ya que con su App de mercado pago nos asegura un poco más para evitar fraudes a nivel Colombia.

11. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El arequipe es considerado uno de los productos de derivados lácteos que se está posicionando firmemente en el mercado nacional e internacional; esto, gracias al delicioso sabor, la gran variedad de presentaciones, utilidades y a los aportes nutritivos que ofrece para el bienestar de las personas, sin importar su edad, género o condición social.

Desde esta perspectiva, decidimos llevar a cabo el estudio para el montaje de una fábrica de Arequipe de guayaba en Galeras, departamento de Sucre, tomando como centro de acopio una casa de origen familiar ubicada en la calle Santander, de este municipio, donde se instalaran la planta física necesaria para el procesamiento de la materia prima para la elaboración del arequipe, por lo que es una oportunidad para crear empresa y de esta manera realizar un aporte al desarrollo de nuestro municipio y propiciar la generación de nuevas fuentes de empleo en el sector.

EL arequipe es un producto de exquisito sabor y contextura, pero actualmente es un alimento que, debido a su costo, no puede ser adquirido por un gran número de habitantes.

Nos encontramos ante la necesidad de brindar a nuestra población objeto un producto de calidad que pueda ser adquirido periódicamente dentro de la canasta familiar, lo que nos plantea como problema principal la adecuación de una planta para la elaboración de arequipe, adquisición de los insumos, equipos necesarios y planta física apropiada para la elaboración del producto a un costo moderado y de alta calidad; que cubra los imprevistos que se puedan presentar y a la vez que permita al producto entrar al mercado con un precio de venta bajo y conservando siempre una excelente calidad.

En la actualidad son limitadas las opciones de oferta que presenta el mercado en cuanto a un producto alimenticio como el arequipe; este se considera un producto con algunas exclusividades a la hora de adquirirlo, generalmente por su alto costo.

El arequipe no es considerado como producto básico para la canasta familiar en el departamento de sucre; sin embargo, debemos considerar que es un alimento con importantes aportes nutritivos tanto para niños en etapa de desarrollo como para adultos que necesite aportes nutricionales adicionales y para los cuales no represente complicaciones en su salud. Igualmente es un producto apetecible para el común de la población solo o acompañado con postres, productos de panadería, helados, etc.

12. INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Eco diseño del producto:

Para garantizar de forma eficiente la protección del medio ambiente, nuestra empresa emplea para la comercialización de los productos utilizando empaques hechos de materiales comestibles y biodegradables:

Envases biodegradables: para su fabricación se utiliza como materia prima el almidón de maíz u otros productos como la papa o la yuca, el cual mediante acción de los microorganismos se transforma en moléculas más pequeñas, las cuales son utilizadas como cadenas poliméricas, que se asocian a otros polímeros para generar productos biodegradables.

Envases o tasas de servido comestibles: están hechas de galletas con diferentes sabores, poseen una cubierta interior de azúcar en polvo que aísla el ariquite de la galleta, la cual permite la obtención de cero residuos derivados de la comercialización de nuestros productos.

Etiqueta comestible: están elaboradas a base de materiales comestibles, tanto la tinta como el papel están hechas de productos como el arroz, azúcar, entre otros.

Marketing:

La empresa a través del uso de envases y etiquetas comestibles realiza una campaña de innovación la cual busca revolucionar en aspectos de producción la obtención de cero residuos, con productos amigables con el ambiente, de manera que muchas más personas se una a esta campaña para contribuir en una disminución sustancial de los residuos generados, prefiriendo este tipo de productos

Las herramientas utilizadas para el marketing de los productos, son las redes sociales, páginas web, papelería, catálogos, webzine.

Uso eficiente del agua:

El diseño de los materiales utilizados para la producción del ariquite permite la generación de una menor cantidad de agua residual, producto del lavado de los materiales como mesas de acero, ollas de acero, estufas, bandejas y coladores; el ahorro de agua se efectúa haciendo control sobre los grifos, los cuales permanecen cerrados cuando se realizan los vados.

Sobre este mismo proceso se realizan controles sobre el uso excesivo de detergentes, para el cual se establecen medidas que permitan asegurar la higiene de los materiales y productos y que al mismo tiempo no generen impactos negativos en el ambiente a través de las aguas residuales.

Reducción en el consumo de energía:

Sobre los equipos que consumen energía se busca que estos cuenten con tecnología innovadora, que permita disminuir los requerimientos de energía, así mismo retirar la conexión del equipo con el fluido eléctrico mientras estos no se encuentran en uso.

Se dispone de instalaciones con un diseño especial, las cuales poseen estructuras como ventanas de vidrios, las cuales permiten la apropiada iluminación, disminuyendo así el uso del servicio de energía eléctrica.

Se utilizan fuentes alternativas de energía renovable como paneles solares y no renovables como el gas natural, el cual se convierte en la principal fuente energética que permite el desarrollo de los procesos de producción de ariquite.

Materias primas:

- **Leche**
- **Azúcar**

Se utiliza leche pasteurizada para reducir procesos, los cuales tienen que ver con la pasteurización; esta pasa directamente al proceso de cocción, homogenización y demás procesos.

Químicos empleados:

- Bicarbonato de sodio
- Citrato de sodio

Empaques:

Para el empaque del producto se utilizan materiales biodegradables y orgánicos:

- Embaces plásticos biodegradables.
- Embaces comestibles.
- Cajas de cartón.

Residuos reciclables:

Hojas de papel.

13. MATRIZ ESTRATEGIA OCÉANO AZUL

ELIMINAR	INCREMENTAR
<p>La Generación de residuos contaminantes.</p> <p>Sobregastos.</p>	<p>El capital de inversión</p> <p>La oferta del producto.</p> <p>Los canales de comercialización.</p> <p>La obtención de materias primas.</p> <p>El número de empleados.</p> <p>El uso de nuevas tecnologías.</p> <p>La participación en los diferentes segmentos del mercado.</p> <p>El valor nutricional del producto.</p> <p>La calidad de la marca.</p>
REDUCIR	CREAR
<p>Tiempo de espera del cliente.</p> <p>Los valores de producción.</p>	<p>Tienda Virtual y un sistema de compra en línea.</p> <p>Servicio a domicilio.</p> <p>Comunidad en redes sociales.</p> <p>Estrategias para fidelizar clientes.</p> <p>Mediante estrategias una mayor demanda.</p> <p>Nuevos productos.</p>

14. ANÁLISIS DE PORTER

Teniendo en cuenta lo expuesto por Porter se desarrolla a continuación el análisis del sector de guayarequipe aplicando el concepto de las cinco fuerzas competitivas teniendo en cuenta el análisis del entorno.

Genera la estrategia para cada uno:

➤ PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.

El producto tiene varios sustitutos pero se diferencia de su sabor y además su costo lo hacen único y asequible, la competencia sería la primera amenazarlos, los clientes siempre tendrán la última palabra y su poder sigue siendo percibible, porque el mercado todavía ofrece diferentes sabores de arequipe. Simplemente, sin arruinar el mercadeo, guayarequipe no va a competir por precio, sino va a competir con calidad y servicio.

Dada la variedad de productos en el mercado, esto se traduce en si que no exista una preferencia o fidelidad por parte del consumidor en un producto en común. Por eso nuestro proyecto o empresa deberá realizar estrategias que permitan captar la mayor parte posible del mercado, porque así la tecnología, la mano de obra y la producción, además de las estrategias de comercio y mercadeo que hagan más llamativo nuestro producto de guayarequipe. Una estrategia también será hacer que el cliente tenga el producto cuando lo quiera y donde lo quiera llevándoselo a la puerta de su casa.

➤ PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.

En cuanto a nuestro producto arequipe con sabor a guayaba tenemos que en los proveedores de leche hay gran cantidad esto quiere decir que se puede escoger con facilidad con que proveedor de leche queremos tener contacto, lo mismo haríamos con los de la guayaba, viéndose reflejado el costo de la materia prima. Por otro lado tenemos el azúcar lo que quiere decir que el poder de negociación lo tienen los proveedores ya que en el sector existe una cantidad limitada de productores.

➤ AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

con el fin de satisfacer los deseos de los consumidores, diferentes innovaciones han permitido el desarrollo de arequipe con sabores naturales de frutas, producto con atributos deseados de sabor, olor y características de cada fruta, pero sin afectar propiedades organolépticas propias del arequipe como su textura suave al paladar y su consistencia para untar suave. De igual manera, para aquellas personas con limitaciones frente al consumo de azúcar, se han desarrollado sustitutos de sacarosa con características parecidas pero menor contenido calórico, lo cual permite seguir disfrutando de este tradicional alimento.

La amenaza para nuestro producto arequipe con sabor a guayaba es bastante alta ya que en el sector de los lácteos se encuentra una variedad de producto desde otros sabores de arequipe con diferentes características, como lo sería la marca o la presentación etc.

➤ AMENAZA DE PRODUCTOS ENTRANTES.

Un mercado es atractivo dependiendo el número de competidores que tenga. En nuestro caso hay diferentes marcas y empresas que distribuyen arequipe pero nuestro producto que es arequipe con sabor a guayaba vapor una parte del mercado para así poder desarrollarlo y poco a poco hacerlo mayor. Podemos decir que el que mejor haga su trabajo en el mercado será el mejor. Lo que hace que las empresas siempre estén alertas y buscando nuevas estrategias para fidelizar y mantener a sus clientes, y su producto su posición en el mercado innovando y siendo cambiante.

➤ RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

Para nuestro proyecto es difícil competir con un mercado donde los competidores están muy bien posicionados en este caso el mayor competidor para nuestro producto sería el arequipe tradicional, el cual están bien posicionado en el mercado que es reconocido a nivel nacional. Pensamos que nuestro producto va a estar firme ante las demás empresas ya que es un producto innovador, y también será un producto con nuevas características, que podrá abrir su paso ante la competencia y convertirse en el preferido de los consumidores.

Bibliografía

<https://prezi.com/xp3fkmyzzhb9/elaboracion-y-comercializacion-de-arequipe>

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/11281/0512903.pdf;jsessionid=6EF8C9DBECAB95D4C2EC33A509F27642?sequence=1>

<https://es.slideshare.net/EdsonCruz24/proyecto-analisis-y-estrategia-de-la-industria>