

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

“CHOCOLATES DELITE”

LIZETH DANIELA PEREZ RODRIGUEZ

GERALDINE GAVIRIA SANDOVAL

LIZETH KARINA SANCHEZ BELTRAN

Estudiantes

DIEGO FERNANDO AVILA TAMAYO

Docente

OPCION DE GRADO I

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

2017

INTRODUCCIÓN

## 1. JUSTIFICACIÓN

El chocolate es considerado un producto líder en el mercado de los dulces, por este motivo aprovechamos su gran venta para crear una idea innovadora en cuanto a un nuevo sabor de chocolates a precios accesibles para nuestros compradores, ya sean niños, adultos o adultos mayores, llegando a sus gustos y preferencias buscando el bienestar de nuestros clientes.

También se aplicaron encuestas a los futuros clientes para identificar la viabilidad que tiene el proyecto como idea de negocio en donde confirmamos las oportunidades que tiene el producto ofrecido.

## 2. DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

### 2.1 Identificación de las necesidades del Stakeholders

Esta empresa nace bajo la necesidad de crear un nuevo producto que satisfaga las necesidades del consumidor por lo que decidimos elaborar un chocolate relleno de feijoa como artículo innovador en el mercado actual. El chocolate y los derivados del cacao constituyen alimentos de origen natural altamente nutritivos con gran cantidad de beneficios para nuestra salud, estos son ricos en grasas hidratos de carbono y proteínas, además de nutrientes que aportan energía al organismo los cuales traen gran variedad de beneficios para nuestra salud. Por otra parte, nuestro producto satisface la necesidad de alimentación, convirtiéndose en un deseo de acuerdo a la situación, personalidad y cultura.

### 2.2 Identificación de beneficios y expectativas

La principal razón por la que queremos suplir esta necesidad es porque el chocolate tiene variedad de beneficios para la salud de los consumidores, además de ayudar especialmente a las personas con rasgos de personalidad depresiva y la feijoa a las personas anémicas.

Los beneficios son:

Chocolate:

- Previene enfermedades del corazón
- Disminuye el riesgo de accidente cerebrovascular
- Aumenta el colesterol bueno

-Disminuye la presión arterial

-Mejora la visión

-Refuerza el estado de ánimo

-Rico en antioxidantes

Feijoa:

-Nos aporta las vitaminas A, B1, B2, B3, B6, B9, C y E. Respecto a los minerales, el feijoa contiene Calcio, Hierro, Magnesio, Fósforo, Potasio, Sodio, y Zinc.

-Ayuda a prevenir y mejorar los síntomas de los estados gripales

-Es rico en antioxidantes

-Mejora el estado de ánimo

-Previene la anemia

-Mejora las funciones renales

Indicadores

1. En un período de 1 año buscamos que nuestro producto tenga mayor reconocimiento y nuevos consumidores.

2. En un tiempo de 3 meses lograr que mi producto lo conozcan mis compañeros y algunos docentes de mi entorno estudiantil.

### 2.3 Identificación de las soluciones actuales

Jumbo: \$1.200 unidad

Snicker: \$2.500 unidad

Hershey's: \$4.500 unidad

MilkyWay: \$3.000 unidad

Ferrero Rocher: \$15.000 unidad

Kinder bueno: 3.800 unidad

Los canales de distribución por el que cual las personas adquieren las soluciones actuales es desplazándose a las tiendas. Se enteran de los productos por medio de la publicidad realizada por la empresa.

La principal por la que escogen estas soluciones es porque las empresas que elaboran estos productos han alcanzado el logro de sus objetivos lo que hace que hoy en día sean compañías reconocidas y exitosas.

#### 2.4 Análisis de inconformidades, frustraciones y limitaciones

Nos resulta frustrante de las soluciones actuales que algunos de los productos son de un alto valor adquisitivo y su cantidad no es la esperada por el cliente.

Las inconformidades que identificamos respecto a la solución o proceso que se lleva a cabo actualmente es que en algunas ocasiones el producto no cumple con las expectativas del consumidor. Por ejemplo, cuando la empresa aplica publicidad engañosa en cuanto a la presentación del producto, es decir, el artículo es distinto tanto en el anuncio como en la realidad lo que genera una discrepancia en el cliente.

Por otra parte, creemos que la solución actual es estrecha porque las pequeñas empresas presentan una capacidad de expansión limitada por la carencia de capital de

inversión en los productos y por la poca esperanza de crecimiento de la organización frente al consumo nacional ya que muchas de éstas se centran en pequeñas regiones y no estudian nuevos mercados lo que hace que las grandes compañías tengan cada vez más ventaja sobre éstas.

Por último, creemos que la solución es exagerada porque existe un exceso de publicidad en muchos productos actuales o publicidad emocional, esto quiere decir que la propaganda está diseñada con el fin de provocar en el receptor una serie de emociones y sentimientos de modo que los consumidores vinculan estas sensaciones a la marca, dejando en muchas ocasiones de lado los productos y haciendo énfasis en el estigma de estos.

## 2.5 Mercado

Este producto se dará a conocer en Colombia en la ciudad de Bogotá a los estudiantes de género masculino y femenino de la universidad CUN que estén en una edad promedio de 15 a 40 años de edad.

## 3. VALIDACIÓN DEL MERCADO

### 3.1 Entrevista

La técnica de investigación que utilizamos es la encuesta, la cual aplicamos a 30 personas de distintas edades.

## **ENCUESTA**

La feijoa es un fruto que está emparentado con la guayaba, ambas tienen un sabor agrisado. Su pulpa es gelatinosa, por lo que se convierte en una fruta ideal para elaborar mermeladas, jaleas y compotas. Este fruto mejora los estados de ánimo, combate eficazmente

los estados de fatiga, irritabilidad y ayuda a prevenir la depresión. Además de aportarnos vitaminas como A, B1, B, C y E, y minerales como Calcio, Hierro, Potasio y Zinc.

1. ¿cada cuánto consume chocolate?
  - A. Frecuentemente
  - B. De vez en cuando
  - C. Nunca
  
2. ¿le gustaría probar el chocolate relleno de freijoa?
  - A. Si
  - B. No
  
3. ¿Cómo te gustaría que sea su sabor?
  - A. Muy dulce
  - B. Dulce
  - C. Amargo
  - D. Semi amargo
  
4. ¿qué precio estaría dispuesto a pagar por un chocolate?
  - A. De 400 a 700
  - B. De 800 a 1.400
  - C. De 1.500 a 2.000
  - D. Más de 2.000

5. ¿En qué lugar le gustaría adquirir nuestro producto?

A. Tienda

B. Supermercado

C. Internet

D. Domicilio

6. ¿Qué características serían importantes para usted en este producto? Establezca un orden de prioridad donde 1 es la característica menos importante y 4 es la más importante:

A. Sabor ( )

B. Economía ( )

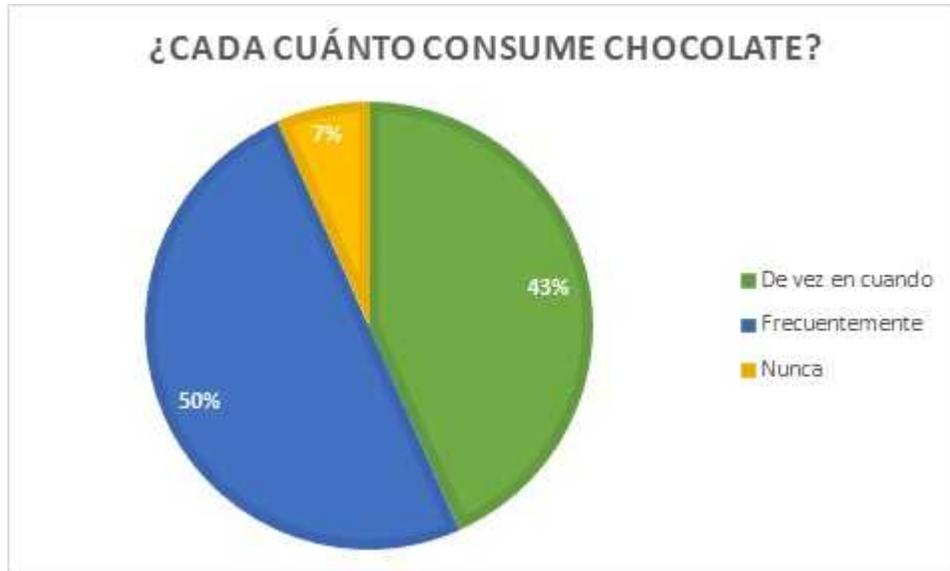
C. Presentación ( )

D. Otros ( )

### 3.2 Análisis de resultados

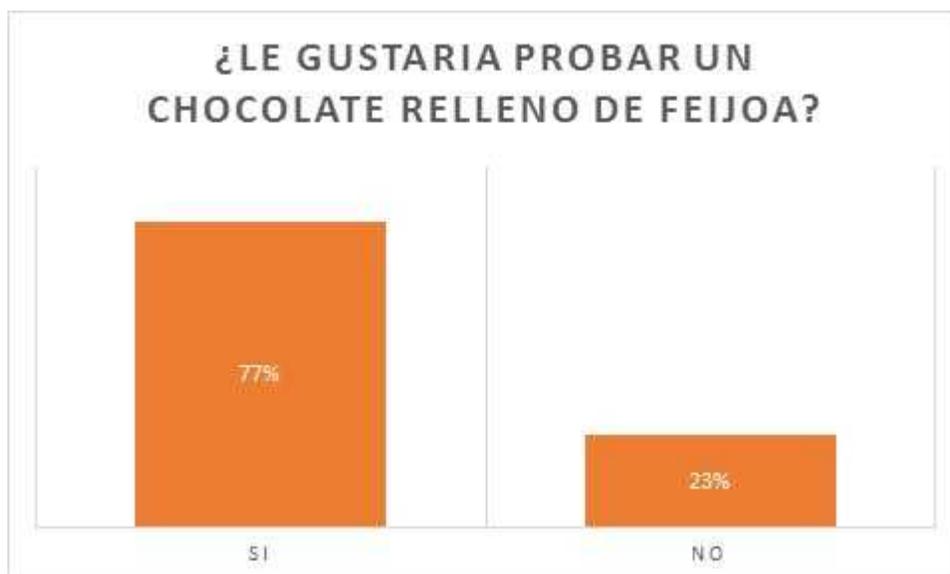
#### Pregunta 1

En esta grafica podemos observar que la mayoría de personas entrevistadas consume frecuentemente y que el 43% de las personas les gusta consumirlo de vez en cuando y el 7% de las personas nunca lo consumen el cual podemos decir que a la mayoría de personas les agrada consumir chocolate.



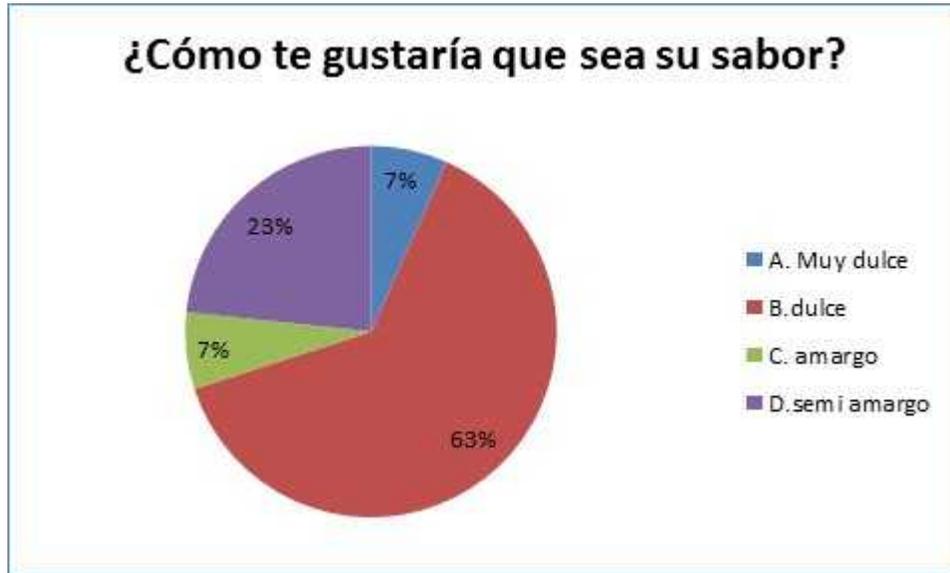
#### Pregunta 2

En esta grafica podemos ver que el 77% de las personas entrevistadas les gustaría probar el chocolate relleno de feijoa y el 23% de las personas no les agrada probar este producto, por tanto se puede decir que nuestro producto tendría una buena efectividad en el mercado.



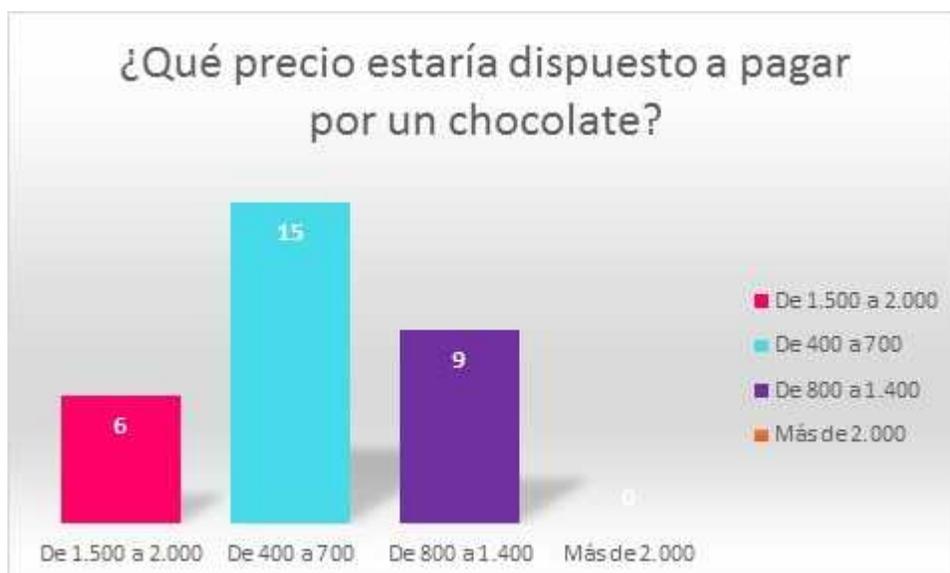
### Pregunta 3

En esta grafica podemos ver que el 63% de las personas les gustaría que su sabor fuera dulce por lo tanto el 7 % les gustaría que fuera muy dulce o mas bien amargo pero aun así el 23% de los entrevistados les gustaría un sabor semi amargo.



### Pregunta 4

En esta grafica se puede ver como la mayoría de las personas pagarían de 400 a 700 por un chocolate y el 6% pagarían de 1.500 A 2.000 y el otro 9% pagarían de 800 a 700 y El 0% no pagarían mas de 2.000 por un chocolate.



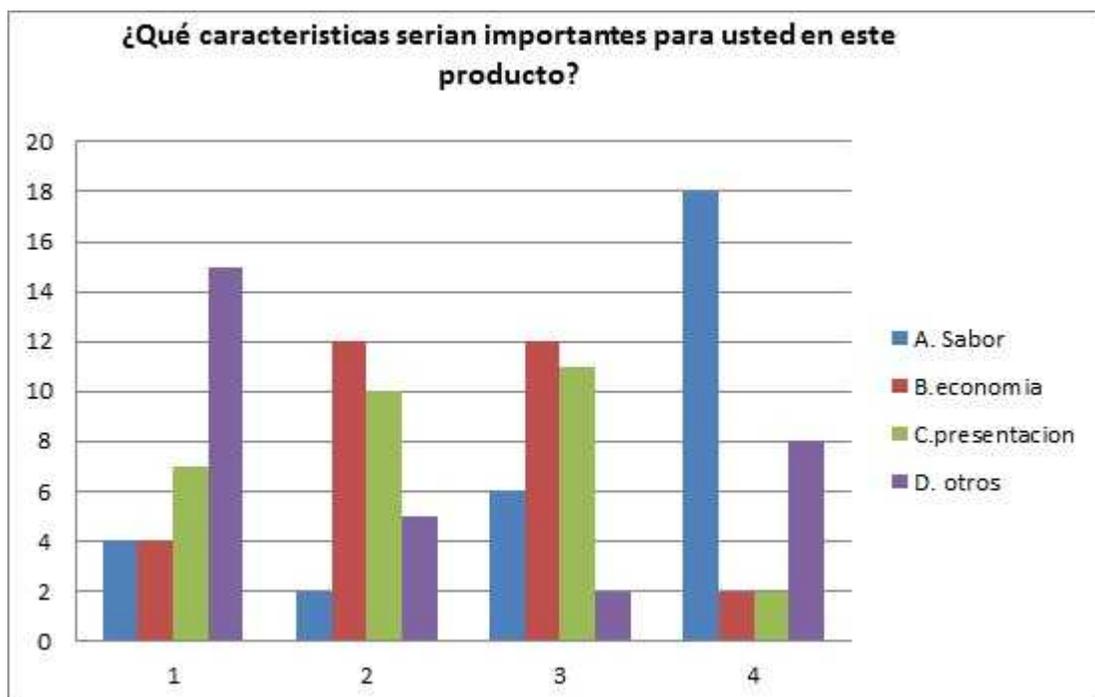
### Pregunta 5

En esta grafica se puede observar el lugar preferido de las personas entrevistadas para adquirir nuestro producto el 70% les gustaría comprarlo en una tienda y el 27% en supermercados y el 3% en internet.



### Pregunta 6

Para esta grafica las personas entrevistadas respondieron de 1 a 4 la importancia que le daban a el sabor,economia,presentacion,otros.



De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas observamos que es factible nuestro proyecto pues la respuesta a implementar este nuevo producto en el mercado es positiva para la organización ya que la mayoría de personas consumen chocolate y les gustaría probar este novedoso e innovador producto. Además, tendremos en cuenta a la hora de elaborarlo y distribuirlo el lugar de más fácil adquisición para el cliente, el precio que está dispuesto a pagar, etc.

#### 4. PROTOTIPO

##### 4.1 Descripción del producto o servicio

Nuestro producto es un chocolate relleno de feijoa que proporciona energía y mejora el estado de ánimo de las personas depresivas, sus características son cobertura negra, con forma redonda y un relleno en el centro. El chocolate está compuesto por cacao, azúcar, leche y feijoa.

Por otro lado, el componente innovador de nuestro producto viene siendo la feijoa que es el relleno de nuestro chocolate.

#### 5. MATRIZ ESTRATEGICA I

##### 5.1 Identidad estratégica

Somos una empresa destinada a la producción y comercialización de chocolates destacada por nuestro innovador y único producto, proporcionando a nuestros clientes un chocolate 100% natural que satisfaga las necesidades y los paladares de los consumidores.

##### 5.2 Futuro preferido

Ser una empresa líder que produce y comercializa chocolates de alta calidad, además

de proporcionar calidad de vida al consumidor con productos que proporcionen beneficios a la salud y satisfagan el placer del cliente.

También se pretende satisfacer las necesidades del consumidor mediante un nivel de servicio caracterizado por la excelencia.

### 5.3 Objetivo General

- Elaborar un producto único e innovador de alta calidad que genere un plan de negocios para nuestra empresa

### 5.4 Objetivos específicos

- Generar que el producto sea conocido y cubrir las necesidades del consumidor o cliente.

-Satisfacer el gusto del cliente y elaborar chocolates de diferentes sabores y presentaciones.

-Tener un reconocimiento de nuestra empresa y productos a nivel nacional y que nuestro producto sea consumido por personas de todas las edades y así mismo sea uno de los favoritos.

### 5.5 Valores

Colaboración: Actuar en equipo por objetivos en común.

Respeto: Comentarios, quejas y opiniones de los clientes y trabajadores.

Compromiso: Con la satisfacción de las necesidades de los clientes y brindando la mejor atención y calidad de los productos.

Calidad: Los procesos de producción de nuestros chocolates son de vital importancia ya que este nos permite ser reconocidos y distinguidos como empresa.

## 6. CONCLUSIONES

Nuestro chocolate de Feijoa tuvo grandes expectativas por los estudiantes de la Universidad CUN, al ser un producto 100% natural e innovador en el mercado actual obteniendo unos resultados positivos a la hora de darlo a conocer.

Los resultados fueron obtenidos mediante encuestas aplicadas a los alumnos en donde tuvo una buena aceptación por parte de éstos.

Por otra parte, se logró conocer los gustos y preferencias de los futuros compradores y algunos aspectos que tienen en cuenta a la hora de adquirir un producto, lo que nos da ventaja en cuanto a la cercanía y facilidad en la compra buscando la comodidad y satisfacción del cliente.

## 7. REFERENCIAS

Periódico el campesino (2015). La feijoa y sus propiedades, ayuda a prevenir la depresión.

Recuperado de <http://www.elcampesino.co/la-feijoa-y-sus-propiedades-ayuda-a-prevenir-la-depresion/>

ABC (2015). 10 beneficios del chocolate para la salud. Recuperado de <http://www.abc.es/local-castilla-leon/20150228/abci-diez-beneficios-para-salud-201502271814.html>