



Exportación de manjar blanco como materia prima a Perú

Leidy Juliette Ortiz Vásquez

Corporación unificada nacional CUN

Negocios internacionales

Creación de empresa II

2020

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo LEIDY JULIETTE ORTIZ VASQUEZ Identificado con C.C 1073163146 estudiante del programa NEGOCIOS INTERNACIONALES declaro que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

A handwritten signature in black ink that reads "LEIDY ORTIZ". The letters are cursive and somewhat stylized, with the first letters being larger and more prominent.

Firma

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto busca la exportación del manjar blanco de marca JCR, el cual por su sabor y calidad agrega un plus y sobre sale en la competencia, el cual el gran problema que presenta hoy en día es que el precio de la competencia es super alto lo cual beneficia al nuestro producto debido a que compite con calidad y precio.

INTRODUCCION

Con la apertura y firmas de nuevos tratados de libre comercio, hace que las empresas quieran ampliar sus mercados y deseen satisfacer las necesidades de nuevos clientes, planeando estrategias que los ayuden a tomar decisiones y pensar de una manera diferente y así adaptarse a nuevas culturas.

Por lo tanto, este proyecto tiene como objetivo lograr que la empresa LACTEOS JCR SAS, a través de la oportunidad de incursionar en nuevos mercados a nivel internacional tomando en que las pequeñas y medianas empresas en Colombia, son consideradas como las que contribuyen con el desarrollo del país gracias a su gran generación de empleo.

OBJETIVOS

Hacer una propuesta viable para que la empresa LACTEOS JCR SAS, tener un enfoque con el fin de expandirse en el mercado internacional e incrementar su rentabilidad.

Identificar posibles barreras que se puedan presentar en el proyecto, y así poder garantizar un mejor proceso de exportación.

CLAVES PARA EL ÉXITO

Nuestra organización cuenta con un excelente equipo de trabajo, buena administración, calidad de recursos humanos, personal con un alto sentido de pertenecía y además un producto de excelente calidad y lo más necesario la experiencia necesaria para asumir retos como el de exportación ya que llevamos en el mercado más de 30 años en el mercado Nacional y la capacidad de poder competir de manera honesta con calidad y precio.

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio

LACTEOS JCR SAS, es una empresa con más de 20 años en el mercado y con la experiencia en fabricación y distribución de manjar blanco para la industria panadera, pastelera, grandes superficies y reposterías, su cobertura es nacional, con un ingreso promedio de ventas mensuales de alrededor de 150 millones de pesos, cubriendo con un promedio del 80% entre las regiones más destacadas del territorio colombiano (Bogotá, Tolima, Boyacá, caldas y Cundinamarca, entre otras).

Pero que, al redor de su trayectoria y experiencia en el campo de productos lácteos manjar blanco, como es normal ha presentado altibajos en los movimientos de algunas de sus referencias codificadas, ya sea por la globalización de la economía, o la competencia que se acrecenta cada vez más; cuenta exclusivamente con la fabricación de manjar blanco. Para ampliar el mercado y darnos a conocer a nivel internacional queremos ejecutar un proyecto donde se identifiquen sus debilidades/restricciones y fortalezas; se puedan evaluar y analizar; aprovechando los recursos actuales fortaleciendo las debilidades y cultivando las fortalezas; para lograr atacar las posibles restricciones que se presenten y proponer una alternativa de desarrollo y proyección para la empresa, en un mercado competitivo y de oportunidades, logrando expansión internacional, comenzando por cubrir los países más cercanos como (Perú), con base en la capacidad actual de la compañía, sin ofrecer más de lo que se tiene, pero que también visualice la necesidad del entorno y sea el inicio de incrementar la capacidad interna para así llegar a la efectividad del negocio.

La empresa LACTEOS JCR SAS. basada en la teoría de restricciones, actualmente cuenta con una gran experiencia y trayectoria en la fabricación y distribución de manjar blanco de consumo masivo en insumos para panadería, pastelerías, grandes superficies y reposterías. Este proyecto nace de la necesidad de incrementar las ventas teniendo en cuenta el crecimiento y cubrimiento actual del mercado nacional, de no solucionarse esta situación a mediano plazo la empresa perdería su participación y fortalecería a sus competidores. Para el incremento de las ventas; la compañía ha contemplado la posibilidad de acrecentar en el área comercial buscando expansión internacional, para incursionar con nuevas culturas; por ende la compañía ha abierto una nueva área en su estructura organizacional, llamada el área de Comercio Exterior lo cual debe responder al requerimiento de la compañía con la apertura de clientes y ventas en otros países, para esto debe fortalecerse con el proceso logístico de exportación, es así que se debe analizar la capacidad actual logística, el entorno (interno, cliente, externo), y los requerimientos necesarios para soportar el proceso.

DEFINICION	ESPECIFICACIONES	APLICACIÓN EN	LÍNEAS DE AREQUIPE ELABORADO POR LA BUGUENA PARA SU APLICACIÓN	MODO DE EMPLEO
Arequipes para repostería, pastelería y decoración (Con o sin adiciones especiales)	Arequipes o Dulces de Leche Empleados para la elaboración de postres, pasteles, brownies, tortas, y otras exquisitas agradables al paladar. También para decorar y aderezar otras delicias gastronómicas. Se recomienda usar el producto apropiado para cada proceso.	Milhojas, repollas y tortas	Arequipe tipo Milhoja Arequipe Tipo Obleas	Usar como repostería y decoración de Milhojas, hojaldres, como cubierta y algunos rellenos posthorneo
		Obleas	Arequipe tipo Obleas	
		Brownies	Arequipe Tipo Brownies	Usar como cubierta o relleno de bizcochos previamente horneados
		Donuts	Arequipe tipo Obleas	Usar como relleno de donuts previamente freidas
		Pancakes, Waffles, Crepes, Ensaladas de Frutas Etc	Arequipe tipo Syrup	Usar como aderezo, acompañamiento y decoración de otras delicias gastronómicas
		Alfajores	Arequipe tipo Milhoja / Obleas	Usar como relleno de donuts previamente freidas
		Galletería	Arequipe tipo Milhoja / Obleas	Usar para repostería y decoración de galletas
		Como Postre	Arequipe tipo Milhoja	Usado para acompañar otros productos alimenticios queso, brevas, galletas, achiras
Arequipes para Horneo y Rellenos (Con o sin Adiciones especiales)	Arequipes o dulces de leche empleados para la elaboración de roscones, Tortas, Churros, Croissant, Pasteles, Pandebonos, etc	Roscones	Arequipe tipo Roscon	Usar como relleno en los productos que requieren ser horneados o altas temperaturas para su cocción
		Tortas	Arequipe tipo Tortas	
		Churros	Arequipe tipo Roscon	
		Croissants		
		Pasteles		
		Pandebonos		
		Peras de Panderia		

MANJAR BLANCO PARA MILHOJA

Producto exquisito, muy agradable al paladar, mantiene su brillo por un mayor periodo de tiempo asegurando una excelente presentación. 10 especial para recubrimientos y decoración de milhojas, ponqués donas, bizcochos y uso en el interior de la torta no horneable, no arrastra, parte o derrama el producto sobre el cual se aplica.

Presentaciones en 1 LB, 1 KL, 4.7 KL, 23 KL

MANJAR BLANCO PARA ROSCON

Especialmente para relleno, utilizado en panaderías se encuentra en presentaciones de 1kl, 4,7 kl y 23 kl el cual es mucho más económico que la pastelería.



1. Modelo de negocio

Segmento

Mis clientes son supermercados, pastelerías y reposterías y panaderías

Lácteos JCR SAS, actualmente cuenta con más de 20 años en el mercado en la fabricación y distribución de arequipe tipo manjar blanco como materia prima para panaderías, pastelerías y distribuidoras de productos lácteos.

Debido a la necesidad de ampliar el negocio y aumentar las ventas se desea expansión internacional, para entrarse en nuevas culturas y aprovechando las facilidades y apoyos del país para los exportadores. La empresa debe fortalecer sus áreas de producción, transporte principalmente, así que debemos analizar la capacidad de producción y de y los requerimientos necesarios para el proceso. Lácteos JCRS podrá incrementar sus ventas y sus clientes mediante exportación, logrando satisfacer las necesidades de sus clientes compitiendo con calidad y precios.

Debido a la ubicación geográfica de la empresa contamos con la ventaja de que la principal materia prima del manjar sea de buena calidad y la podemos adquirir de manera instantánea la leche, producto fundamental y necesario para nuestra fabricación, nuestro proceso va desde la recolección de la leche hasta la distribución final de nuestro producto. Nuestro producto garantiza la confianza al consumidor ya que no cuenta con ningún químico ni fertilizantes. Al probar nuestro producto nuestros clientes han expresado la satisfacción, el gusto y preferencia del mismo.

ENVASES Y EMPAQUES. Manejamos presentaciones desde 500 gr hasta 23 kl cuentan con un solo envase primario, cajas de cartón para el embalaje de las más pequeñas y estibas de las de 4,7 kl y 23kl.

precio de venta en fabrica por unidad de 4,7 kilos de la referencia Arequipe manjar blanco es de USD. 6
Se estima tener un volumen mensual de ventas de 10.000 kilos de arequipe
El precio del mercado de Perú oscila entre USD\$ 14.

Teniendo en cuenta que para el manejo de esta exportación negociaremos un término DDP Delivered Duty Paid, realizaremos la entrega directamente al cliente.

Las exportaciones deben generar un incremento mensual de alrededor de 5% con el fin de mantener el margen de Utilidad esperado del 30% después de un año de ejercicio.
El precio de venta en Perú depende de la negociación pactada sin embargo está acorde con la competencia.

Promover y utilizar medios de transporte sostenibles

Ahorro de papel

Gestionar los residuos

Con buen servicio al cliente

Enfocarnos en sus necesidades

Entregando el producto ofrecido a buen precio y de muy buena calidad.

NEGOCIO DE CONSUMO COLABORATIVO P2P

Creando redes sociales, páginas que llamen la atención de mis clientes

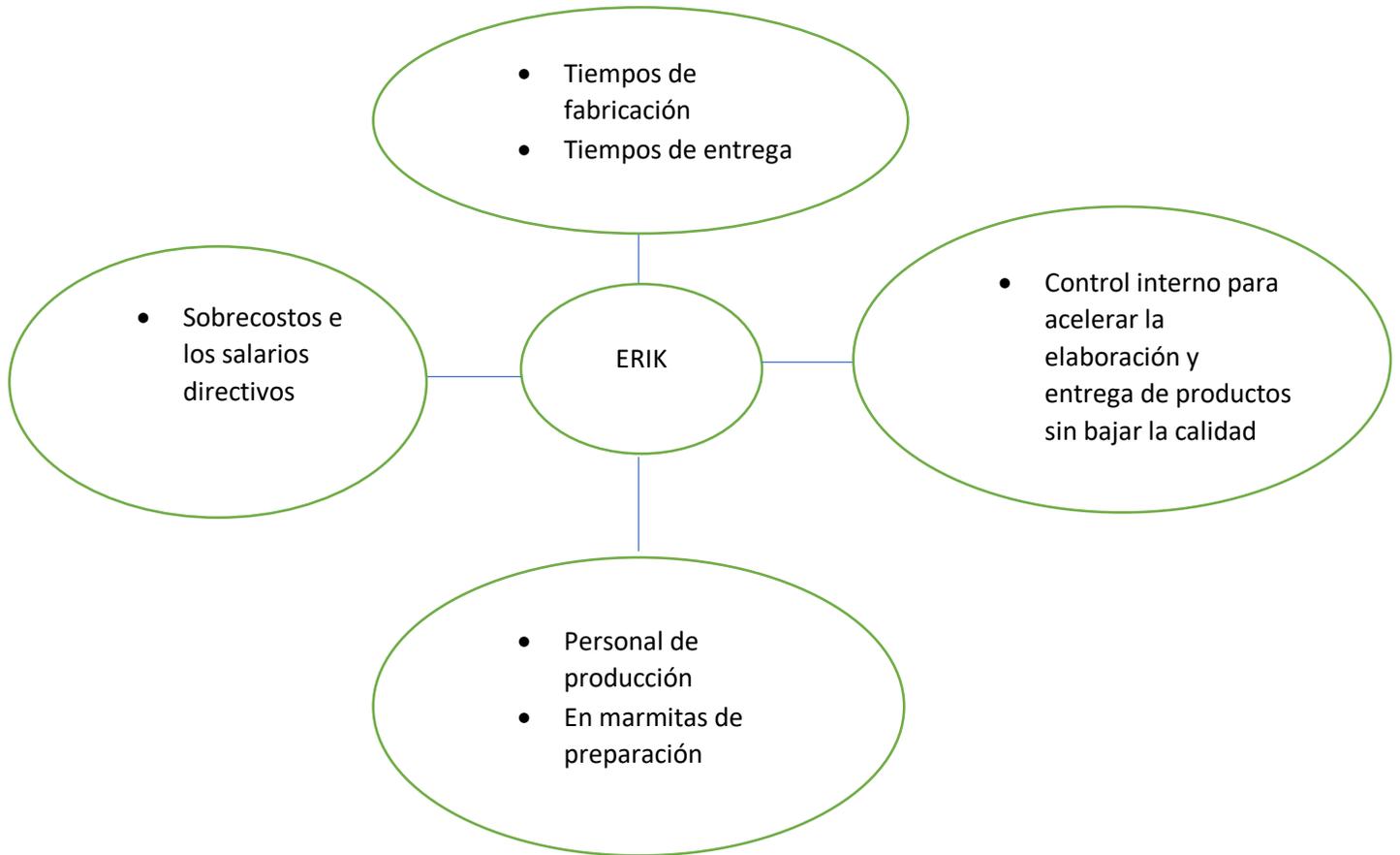
Permitir realizar una función comercial, facilitar los datos de la empresa, hacer que las compras sean directamente con la compañía.

El medio de pago seria con una carta de crédito ya que con esta el banco del importador se compromete a pagar a un exportador por los bienes o servicios prestados siempre que se hayan cumplido con los términos y condiciones de la carta de crédito.

2. Innovación sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o servicio ¿el producto tiene un ecodiseño?	Utilizamos dispositivos ahorradores Se concientiza a la comunidad empleadora sobre el cuidado del agua.	¿reduce el consumo de energía? ¿Cómo? ¿Qué equipos utiliza?	Nuestros insumos necesarios son la leche, azúcar y fécula, los químicos utilizados son bicarbonato, benzoato y sorbato. Nuestro envase esta echo de polietileno que su envase primario y se embala en cajas de cartón recicladas.	NO	Papel, plástico, cajas, bolsas de papel.
Marketing ¿realiza algún tipo de campana que favorezca en medio ambiente?	No, pero se planea empezar con campañas en la compañía con los empleados los clientes y proveedores				

3. Estrategia del océano azul



Análisis sector económico

AMENAZAS NUEVOS COMPETIDORES

- Debido a la posibilidad de exportar de una manera más fácil hacia Perú, podremos encontrar grades competidores sin embargo entregamos un producto seguro para la salud, económico y de calidad.

PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES

- El nivel de negociación con los clientes es alto, debido a la gran variedad que existe de arequipe tipo manjar en Colombia, precios y presentación mayor llamativa para los clientes, otro es debido a la gran cantidad de productos sustitutos los clientes poseen un gran nivel de negociación debido a estos.

AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS

- El mercado del manjar blanco cuenta con muchos sustitutos entre ellos la mermelada, la mantequilla, la miel y el flan entre otras, estos amenazan en cuanto a precio más bajo y mayor variedad de sabores.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

- Se contaría con 4 proveedores para suplir las necesidades del manjar y materias primas, se realiza un sondeo de cuál de los 4 proveedores ofrece la mejor calidad y se da un lapso de tiempo de pago de 15 días, de pendiendo el producto.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

- La amenaza de nuevos competidores es constante debido a marcas extranjeras y nacionales en el país, estos atraen a los clientes por medio de bajos precios y no de calidad y sabor, ya la trayectoria de algunas marcas de manjar tradicional en el mercado facilita su exhibición en pastelerías, reposterías supermercados y almacenes de cadena.

Descripción de la idea de negocio

Idea de negocio

Manjar blanco de marca JCR, es un producto exclusivo y va orientado a la población que disfruta un buen postre y cuenta con los recursos económicos apropiados.

El manjar blanco es un tipo de dulce producido sin la colaboración de algunas sustancias no buenas para el ser humano estas determinadas como químicas artificiales, entre estos se pueden encontrar lo que son aditivos, pesticidas y herbicidas.

Para cualquier estudio proyectivo es importante ceñirse a los planes regionales que ejercen influencia sobre el mercado externo que no puede ser controlado por actores internos.

Variable

Descripción de la innovación

Concepto del negocio

Exportación de manjar blanco con un concepto saludable, de calidad y excelente sabor.

Producto o servicio

Manjar blanco tipo exportación.

Proceso

nuestro proceso va desde la recolección producción y empaque del producto, hasta la distribución final del mismo

Características tangibles

Marca



El manjar blanco, garantiza la confiabilidad al consumidor de dulces 100% natural con 0 aditivos fertilizantes. Al probarlo, se tiene la absoluta certeza de que la textura y sabor ratifican el estado de producto.

ENVASE



La presentación unitaria viene especificada en envases desde 1 libra hasta 23 kilos.

Análisis de la comercialización

Nuestro mercado meta se enfoca especialmente en la población pastelera, panadera y grandes superficies y para consumo de personas de cualquier edad, donde también lograremos alcanzar nuevos clientes quienes, al momento de la compra, se puede encontrar frente a un buen producto, pero nuestra intención será atención del mismo respecto a la innovación de nuestro producto de exportación. Es esta una de las razones por las cuales se opta por enfocar el producto a determinados clientes, ubicados en ciertos específicos sectores sociales económicos. Clientes que no solo estén dispuestos a pagar por un producto amigable con el ambiente.

Análisis de la distribución

Nuestro producto MANJAR BLANCO no presentará canales de intermediación, nuestro producto solo será encontrado en nuestro punto de venta físico o por internet, o por nuestras redes sociales, será presentado de manera directa de la empresa a nuestro cliente.

Análisis de los proveedores

Para la fabricación de nuestro producto tenemos controles desde>

La recolección de nuestra leche

La calidad del azúcar

La fécula

La glucosa

Nuestro envase

Marketing mix

Estrategias del producto

Producto es de consumo, Satisface la necesidad alimentaria del hombre el cual según la pirámide de Maslow son las necesidades Fisiológicas del Hombre.

Público objetivo: población socioeconómica baja-media-alta y alta de todas las edades y que no tengan ningunas restricciones con el dulce o el azúcar.

Objetivos a corto plazo:

- Alcanzar en el primer mes a una población de por lo menos 10 empresas.
- Lograr un total de por lo menos 200 ventas al mes.
- Incursionar en mercado internacional por medio de internet.

Objetivos a largo plazo:

- Contar en un año con la confianza de las empresas y personas que consuman nuestro producto
- Generar voz a voz del producto para ahorrar dinero en publicidad.
- Distribuir la marca en diferentes supermercados del país.

¿Con que productos se va a llegar?: Manjar blanco, con 0 químicos aditivos. Al probarlo directamente o en otros productos se sentirá la certeza de que es un producto de alta calidad y de buen gusto para el paladar. La presentación unitaria viene especificada en materas de un kilo, galones de 4,7 kilos y cuñetes de 23 kilos en el cual se puede disfrutar todo el sabor del manjar colombiano.

Estrategia de precios para nuevos productos: En el primer mes de exportación del producto el producto contara con una estrategia de incursión en el mercado como nuevo producto, normalmente el precio del producto está basado al precio calculado con respecto a la competencia,

pero para incursión del producto va a tener un 15% de descuento sobre ese valor, para generar atracción del cliente, aceptación y fidelización del producto es decir una se utilizara la estrategia de Penetración

¿Tipo de publicidad a quien quiere? Social Media Marketing: por medio de redes sociales como: Instagram, Facebook, con el nombre de Lácteos JCR, manjar blanco, se podrá acceder a mayor información de la empresa, de la mano con Social Commerce Ventas online por redes sociales.

Search Engine Optimization (SEO): Por medio de un buscador especializado se podrá colocar en los primeros lugares de google, el nombre de Lácteos JCR Manjar blanco colombiano y que al buscar las palabras clave MANJAR sea uno de los primeros contenidos en salir, de la mano con Búsquedas por voz de google para que el usuario no tenga que teclear.

Presupuesto: Se destinará de xxxx según el cuadro expuesto en las estrategias de publicidad y promoción

Núcleo y calidad: El producto MANJAR BLANCO ofrece específicamente productos de muy buena calidad, tecnificado bajo ciertos requerimientos que son ofrecidos al cliente como una alternativa distinta de consumo. Al producirse no se utiliza la ayuda de químicos; lo cual es bueno en términos de salud.

Envase y Diseño:



La presentación unitaria viene especificada en envase de 1 libra, 1 kilo, 4,5 kilos y 23 kilos la cual rinde dependiendo del producto el cual se vaya a rellenar y de cómo sea manipulado por el cliente es envasado en polietileno.

Marca: Lácteos JCR, colores rojos, verde y blanco, colores asociativos con la marca.



Esta marca diferencia a nuestro producto ante la competencia, nos permite tener nuestra propia imagen generando confianza y repetición por parte del cliente en la compra.

Servicio:

El valor añadido al producto es la atención especializada y la experiencia en el momento de la compra del manjar al cliente, habrá degustador y una línea telefónica en atención al cliente, además de contar físicamente con orientación sobre en qué puede utilizar el manjar, como postres, helados y recetas.

Justificación:

en una cultura como la colombiana y la peruana, tiene por tradición el consumo en diferentes horas del día o en festejos o celebraciones, comerse un postre con arequipe o en los hogares acompañar el día con un dulce, igualmente en las familias, empresas y reuniones, ahora bien nuestro producto cuenta con diferenciación en cuanto a sabor, calidad y forma de producción siendo una nueva experiencia para los consumidores del manjar, y con los precios de incursión permitirán en esta etapa lograr que crezca en mayor medida y ofreciendo una experiencia totalmente diferente.

Marca del producto



Diferenciación:

La marca refleja elegancia y exclusividad por sus tonos, da al cliente un toque de estatus al adquirirla por su calidad y precio.

Relevancia: Satisface la necesidad alimentaria del hombre el cual según la pirámide de Maslow son las necesidades Fisiológicas del Hombre, además proporciona energía al cuerpo.

Conocimiento: Se le brindará al cliente una tabla de información al respaldo del producto, con ingredientes y opciones de utilización, además se podrá ver imágenes del manjar, van a tener a la mano la información de la marca y origen del mismo.

Estima: La marca revelara que es hecha cuidadosamente y tipo exportación esto dará indicaciones al cliente, el cliente tiene en su mentalidad que todo lo tipo exportación es de alta calidad y buen

sabor, el manjar es un producto con gran trascendencia en el mercado, los consumidores saben los pro y contras de su consumo.

Portafolio de productos y/o servicios

¿Quiénes somos?

- **Misión**

Somos una empresa que trabaja de manera permanente para satisfacer totalmente las necesidades de nuestros clientes, produciendo y comercializando manjar blanco de excelente calidad, con personal calificado en busca de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y colaboradores con responsabilidad social.

- **Visión**

para el 2023 LACTEOS JCR SAS, se consolidará como una empresa exitosa a nivel nacional e internacional por la elaboración y comercialización de manjar blanco, será reconocida en la actividad por los clientes como la mejor alternativa del mercado.

- **Valores:**

Calidad

Respeto

Responsabilidad

Honestidad

Mejora continua

Descripción de las líneas

nuestro producto cuenta con dos texturas diferentes del producto lo cual lo hace mejor a la hora de utilizarlo en diferentes productos y rellenos.

Descripción:

1. Manjar blanco tipo pastelería o milhoja: es ideal para postres como lo dice su nombre ideal para milhojas, obleas o rellenos de textura suave, también es ideal para el consumo directo ya que la presentación de una libra o de un kilo son ideales para los hogares

2. Manjar blanco tipo panadería o roscón: ideal para los rellenos de textura más fuerte y más consistente.

Contacto:

Teléfono: 3507677525

WhatsApp: 3507677525

Fijo: 8255462

Correo: lacteosjcrsas@hotmail.com

Redes sociales: Facebook, Instagram, Twiter. Lacteos jcr sas.

Página web: www.lacteosjcrsas.com

Estrategias de precio

Ya que producir el manjar de forma inicua factores específicos como características de las materias primas en especial la leche nuestra principal materia prima, la producción se limita en su tecnificación a espacios muy reducidos que limitan la cantidad de manjar trimestralmente. Además, como el manjar va enfocado a un público entre sectores económicos de la sociedad bajo-medianos y altos el valor final del producto estimado deber ser lo que consideramos como apto para la justificación de la labor de producirlo. Nos caracterizaremos LACTEOS JCR por ofrecer precios asequibles por libra, kilo, galón y cuñete para estar al alcance de nuestros clientes potenciales y actuales.

Estrategias de distribución

Se maneja un canal directo debido a que no se cuenta con intermediarios; la compañía produce y vende directamente a los consumidores, Contaremos con una distribución y comercialización exclusiva por ahora, puesto a que nuestro producto como se mencionaba es manjar pero agrega estatus a quien lo compre, puesto a que tipo exportación, diferente a los manjares tradicionales, nuestros clientes solo podrán encontrar nuestro producto en la tienda mencionada anteriormente o por nuestras redes sociales.

Lácteos JCR SAS empresa que nace en la ciudad de Madrid, y su leche es de muy buena calidad, recolectada de las fincas de los alrededores de la ciudad, por lo anterior utilizaremos un canal de distribución directo, somos nosotros mismos los que nos encargaremos de traer el producto a la la empresa para su transformación.

El medio de venta que utilizaremos será directamente en la fábrica que está ubicada en Madrid Cundinamarca.

Almacén:

El almacenamiento del producto se realizará en la fábrica, en estibas y se manejará por su fecha de vencimiento y Primeras en entrar, primeras en salir.

Transporte: Se realizará en un furgón, adecuado y con autorización para el transporte de alimentos de forma seca desde.

Estrategias de comunicación

Uno de los factores principales de la promoción en cuanto a nuestro producto es la intermediación asistida por parte del vendedor, se preguntará por datos personales tales como correo electrónico. Por medio del correo electrónico se hará una encuesta virtual que arrojará el nivel de satisfacción del consumidor después del consumo del manjar.

Publicidad:

Descuentos del 10% en nuestros productos quincenalmente, descuento por recomendación.

Ventas personales: Asistencia a exposiciones, ferias gastronómicas, exhibiciones en centros comerciales, logrando abarcar la mayor parte del mercado.

Marketing directo: Folletos, volantes y Cuñas radiales.

Estrategias de Marketing digital a utilizar en Lácteos jcr

Social Media Marketing: por medio de redes sociales como: instagram, Facebook, twitter con el nombre de Manjar blanco lácteos jcr, se podrá acceder a mayor información de la empresa, de la mano con Social Commerce Ventas online por redes sociales.

Search Engine Optimization (SEO): Por medio de un buscador especializado se podrá colocar en los primeros lugares de google, el nombre de manjar blanco lácteos JCR y que al buscar las palabra clave manjar sea uno de los primeros contenidos en salir, de la mano con Búsquedas por voz de google para que el usuario no tenga que teclear desde su smarphone.

ESTUDIO TÉCNICO

Localización del proyecto

Se utilizará Método Brown y Gibson tanto para Macro localización como Micro localización este “Combina factores posibles de cuantificar como mano de obra, insumos, transporte, etc.

con una serie de factores subjetivos relevantes para el proyecto que se emprendería” (Cardona, 2015), ahora bien, se realizará de la siguiente manera:

Macro localización

Con respecto a la ubicación en el territorio internacional lo cual abarca el factor macroeconómico se ha decidido tomar 1 ciudad en comparación. Esta ciudad ha sido tomada con respecto al alcance del proyecto, es decir la ciudad más probable para establecer el proyecto con respecto a la distribución del producto.

MANJAR BLANCO		LIMA	
Factor	Peso	Calificación 1-10	Ponderado
Cultura	0,3	8	2,4
Clima	0,2	6	1,2
Competencia	0,2	8	1,6
Innovación	0,2	7	1,4
Población cantidad	0,3	8	2,4
TOTAL	1	37	9

La **micro localización** del sitio físico ha sido tomada en cuenta con respecto al nicho de mercado el cual enfoca la población y la cantidad de panadería, pastelerías y grandes superficies. De tal modo se ha elegido tanto la ciudad de lima. así como también por la gestión de marketing que se facilitaría al estar situado en un sitio tan concurrido y con más presencia de turistas.

Tamaño del proyecto

Continuando con el proyecto Manjar blanco dirigido a las pastelerías, panaderías y grandes superficies población de cualquier edad de la ciudad de lima Perú se hace necesario hallar el tamaño inicial del proyecto el cual se detalla en la siguiente tabla.

Mediante la operación $TP=Dp*Q*T$ donde DP=Tamaño del proyecto año 1, Dp= Demandantes potenciales, Q=Cantidades demandadas en un periodo tiempo y T periodo de tiempo que será tomado anualmente por lo cual será siempre 1.

Año	Dp	Q	T	TPI
2021	1718	7,2	1	12370
2022	1756	7,6	1	13346
2023	1794	8,1	1	14531
2024	1833	8,5	1	15581
2025	1873	8,9	1	16670

Tamaño real del proyecto para el año 1

El tamaño inicial del proyecto ha sido generalmente pronosticado. Gracias a la muestra utilizada por medio de las encuestas realizadas en internet se ha determinado un porcentaje específico el cual se ha aplicado al nicho de mercado dependiendo no solo de la acogida del producto en la ciudad sino también del tamaño de la ciudad y la proporción de espacio físico en el que el producto será vendido de forma física. Ya que los factores económicos sociales y ambientales limitan el producto en cualquier fase del mismo, la demanda real tiene ciertas limitantes que hasta ahora no habían sido tomados en cuenta. Sin embargo, los limitantes que se tendrán en cuenta a partir de ahora son factores reales que tienen repercusión directa e indirecta sobre la operación que se llevara a cabo a partir del estudio del proyecto.

Por lo cual los factores específicos tendrán un porcentaje de desenvolvimiento sobre la operación el cual se expresa como; Tamaño real del proyecto el cual es igual al tamaño real del año 1 menos el tamaño real del año uno por el porcentaje limitante. De otro modo ya que LACTEOS JCR ha manifestado no solo comercializar el producto sino además producirlo, se tendrán en cuenta factores limitantes no solo en la zona de comercialización sino también en la zona de Producción, la cual está situada MADRID COLOMBIA.

Sector Productivo zona de LIMA para 2021

Factor Limitante	Descripción	Tamaño Real del Proyecto
Situación de Orden Publico	Incluso aunque actualmente el país está en situación de “paz” la cual con el gobierno actual es inconclusa, la probabilidad de guerra en sitios remotos del país es probable.	12184
Clima	El clima es factor fundamental de la distribución del manjar. El calentamiento global ejerce cierta influencia, Por tal razón se asigna un porcentaje del 3%.	11819
Producción Real	La capacidad de producción del manjar ha sido previamente calculada en cantidad de consumidores y capacidad de la infraestructura conforme a la demanda potencial del producto. Sin embargo factores ajenos a la producción, como clima, mano de obra o	

transporte puede limitar la capacidad de producción. 2%

Transporte

El transporte ha sido previamente estipulado. La distancia que existe entre Madrid y lima por carretera son alrededor de 2885 kilómetros los cual promedia alrededor de 200 litros de combustible y un tiempo de casi 35 horas. Los factores viales serían los limitantes en este caso. 1%

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	REQUISITOS TECNICOS
Infraestructura	NA	2	NA	Lácteos JCR cuenta con la infraestructura necesaria para la producción y fabricación del manjar
MAQUINARIA Y EQUIPO	MARMITAS Y CALDERA	4	\$ 200.000.000	Maquinaria necesaria para la producción del manjar blanco
	TANQUE DE ENFRIAMIENTO	2	\$ 50.000	Necesario para el almacenamiento de leche
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACION	COMPUTADOR PORTATIL Y DE MESA	2	\$ 6.000.000	Equipo de oficina necesario para la comunicación y venta de nuestro producto
MUEBLES Y ENSERES	SILLAS, ESCRITORIOS	3	\$ 2.000.000	

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

ITEM	MENSUAL	2021	2022	2023	2024	2025
Energía 10% valor total \$ 250.000	\$ 25.000	\$ 275.000	\$ 300.000	\$ 325.000	\$ 350.000	\$ 375.00
TELEFONIA E INTERNET	\$ 90.000	\$ 1.080.000	\$ 1.112.000	\$ 1.147.000	\$ 1.180.000	\$ 1.220.000
PAPELERIA	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.237.000	\$ 1.275.000	\$ 1.315.000	\$ 1.355.000
TOTAL	\$ 205.000	\$ 2.555.000	\$ 1.649.000	\$ 2.747.000	\$ 2.845.000	\$ 2.950.000

PROCESO

PRODUCCION DEL MANJAR BLANCO

UNIDAD A FRABRICAR 120 GALONES DE 4.7 KILOS

ACTIVIDAD	TIEMPO ESTIMADO	CARGOS QUE PARTICIPAN EN LA ACTIVIDAD	NUMERO DE PERSONAS NECESARIAS	EQUIPOS Y MAQUINAS A UTILIZAR
Actividad 1	30 minutos	Operario	1	Basculas y numero de cantinas de leche para el inicio del proceso. 11 cantinas de leche
Actividad 2	20 minutos	Operario	2	Mescla de materias primas en la olla, leche, azúcar. Fécula, glucosa
Actividad 3	6 horas	Operario	1	Vigilancia y supervisión de las ollas para que al momento de hervir el

				producto no se me riegue
Actividad 4	1 hora	Operario	2	Envasado y tapado del producto
Actividad 5	1 hora	Operario	1	Etiquetado y estivado del producto terminado

PERSONAL REQUERIDO

IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO

PROPIETARIO/ADMINISTRADOR

NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO 1

OBJETIVO GENERAL
funcionamiento de

tiene como finalidad el efectivo
empresa

FUNCIONES

Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.

*Controlar y dirigir cada área de la empresa.

*Guiar y motivar a los colaboradores directos mediante el ejercicio de liderazgo participativo.

*Organizar las actividades y campañas promocionales para la venta y comercialización.

*Dirigir las funciones de sus colaboradores.

*Controlar los recursos económicos y físicos de la empresa.

*Tomar decisiones de inversión y compras.

*Establecer contacto y estrategias para ampliar el número de clientes.

*Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.

*Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo y de personal.

RESPONSABILIDADES

Toma decisiones de inversión y alianzas estratégicas con los proveedores.

*Supervisa el trabajo de los colaboradores.

*Manejo de la información y bienes de la empresa.

REQUISITOS MINIMOS

Estudios: Superior Título: Administrador Financiero

Experiencia: conocimiento en producción y comercialización

Sexo: Mujer/hombre

OPERARIOS

IDENTIFICACION DEL CARGO

OPERARIO DE PRODUCCION

NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO 5

OBJETIVO GENERAL DEL CARGO

Manipulación, vigilancia, producción y de más para la fabricación del manjar

FUNCIONES

- Recolección
- Medición
- Vigilar
- Etiquetar
- Control
- Limpiar
- Otras labores impuestas por el jefe inmediato

REQUISITOS MINIMOS

Estudios: Básicos

Experiencia: Conocimiento en manipulación de alimentos y fabricación de productos lácteos

Sexo: Hombre

La nómina de pagos de sueldos administrativos de Lácteos JCR SAS, está concentrada en la ciudad de Madrid. El administrador que llevara a cabo labores tanto de marketing como administrativas y contables, tendrá a cabo la dirección del funcionamiento de la empresa, y a su vez estará a cargo de la supervisión tanto de las labores del asesor comercial que será el encargado de comercializar el manjar del punto físico, así como del contador que necesitara únicamente la información y revisión mensual de los movimientos de LACTEOS JCR SAS



LACTEOS JCR SAS

1

F-02

15/11/2020

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

A. MANJAR BLANCO



B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE

C. PRESENTACIONES COMERCIALES

- 1. 500 GM
- 2. 1 KILOGRAMO
- 3. 4,7 KILOGRAMOS
- 4. 23 KILOGRAMOS

D. TIPO DE ENVASE

ENVASE PLÁSTICO EN POLIETILENO

E. MATERIAL DE ENVASE

POLIETILENO

F. CONDICIONES DE CONSERVACION

CONSERVAR EN UN LUGAR FRESCO, SIN QUE LE DE EL SOL, BIEN TAPADO, SE DEBE CONSUMIR EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE DESPUES DE DESTAPARLO

G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)

INICIA CON LA RECEPCION DE LA LECHE, LUEGO DE LAS RESPECTIVAS PRUEBAS SE PASA A LAS OLLAS EN EL CUAL SE IRA A PREPARAR, LUEGO DE TENER LA LECHE EN LAS OLLAS SE LE AGRGA EL AZUCAR, LA CANTIDAD DEPENDE DE LA CANTIDAD DE PRODUCTO TERMINADO QUE SE VAYA A SACR, LUEGO LA FECULA, GLUCOSA Y BICARBONATO, TODO SE DEJA REVOLVER MUY BIEN PARA QUE TODOS LOS PRODUCTOS SE INTEGREN Y DE AHI SE DEJA HASTA QUE YA ESTE EL AREQUIPE EN EL PUNTO EXACTO PARA INICIAR EL ENVASADO.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

3 MESES

I. PORCION RECOMENDADA

PREFERENCIA DEL PASTELERO O PANADERO, DEPENDIENDO DEL PRODUCTO AL CUAL LO VAN A UTILIZA

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

EN EL PROCESO DE FABRICACION INTERVIENEN 3 PERSONAS, QUIEN HACE LA RECEPCION Y MEDICION DE LOS INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS, QUIEN HACE LA MEZCLA Y QUIEN VIGILA Y SE ENCARGA DE HACER TODO EL SEGUIMIENTO DEL PROCESO. LAS PERSONAS TIENE UN TURNO DE 8 HORAS Y DEBEN OBLIGATORIAMENTE TENER CURSO DE MANIPULACION DE ALIMENTOS, EXAMENES MEDICO Y CONOCIMIENTO DE BPM

K. GRUPO POBLACIONAL

PERSONAS DE CUALQUIER EDAD, PRECAUCION PARA LAS PERSONAS QUE SUFREN DE DIABETES

Firma del responsable del producto:

Nombre del Responsable del producto

2020

Firma:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. La gestión de costo permite obtener y controlar los costos presupuestados en el proyecto.
2. La rentabilidad que presenta el proyecto está acorde con el desempeño de la empresa y afianzamiento a través del tiempo.
3. En el estudio administrativo, la empresa requiere de una planeación estratégica que permita orientar a todos los miembros hacia el logro de los objetivos organizacionales, evaluando el cumplimiento de los mismos periódicamente.
4. El talento humano es el recurso productivo fundamental, por lo tanto, la empresa debe brindar oportunidades de formación, crecimiento, seguridad y estabilidad laboral; por eso es indispensable desarrollar programas de capacitación de tecnologías, servicio al cliente y otras que se requieran.
5. El reclutamiento de personal es un conjunto de procedimientos orientado a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la empresa LACTEOS JCR. Es en esencia un sistema de información, mediante el cual la empresa divulga y ofrece al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo que pretende llenar. Para ser eficaz, el reclutamiento debe atraer una cantidad de candidatos suficiente para abastecer de modo adecuado el proceso de selección.
6. Entrenamiento: Preparación básica puntual y esencialmente práctica que pretende facilitar al empleado el aprendizaje de nuevos conocimientos o habilidades para el desarrollo de una función o su cargo.

BIBLIOGRAFIA

Precolombina. Perfil logístico de exportación hacia Perú
<https://procolombia.co/herramientas/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-peru>

Exportaciones DHL. Exportar a Perú

Emprende a conciencia. Esquema de las cuatro acciones
<https://www.emprendaconciencia.com/matriz-erac>