

GUÍA METODOLÓGICA Y LINEAMIENTOS DE OPCIÓN DE GRADO

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

AREQUIPE DE FRESA

FICHA 10123

ESTUDIANTES

YENY DANIELA PÉREZ AMADO
LEIDY MARCELA ADAMES REYES
MANUEL GONZALEZ FLORES

DOCENTE:
CHRISTIAN CAMILO CHAVEZ

BOGOTA DC

2017

AREQUIPE DE FRESA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO:

El arequipe de fresa es un proyecto que nace a raíz del consumo masivo de golosinas que hay en el mercado, en donde nos dirigimos a un punto más específico que es el arequipe. Lo que se busca es entregarle al consumidor de fresas una transformación de su fruta preferida o de gusto en una deliciosa golosina.

Las fresas son una fruta de gran cultivo en los sectores agrícolas y cuenta con una gran demanda por los consumidores, ya que esta contiene vitaminas esenciales para el organismo, como también sirve como complemento entre comidas.

1.2. PROBLEMA A DESARROLLAR:

La intención de poder desarrollar esta idea de negocio es dar solución a la preocupación de no tener un empleo fijo, también ayudar a agricultores con la compra de su producto a un precio razonable y justo, generar empleo en la población: Amas de casa y tercera edad. Debido a que en el mercado aún no se cuenta con este producto de manera masiva.

1.3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO:

Poder llevar al mercado un producto de gusto del consumidor
Generar una fuente de empleo a futuro
Impulsar los productos naturales y nacionales.

1.4. CLASE DE PRODUCTO QUE GENERARÁ LA IDEA DE NEGOCIO:

El producto es un bien. Es un producto que busca posicionarse en los consumidores a la hora de consumir una golosina poco saludable o muy artificiales. El arequipe de fresa; está hecho con productos naturales como la leche, endulzantes naturales, colorantes y fresas, los beneficios de la fresa es gracias a la presencia de potasio en la fruta que aumenta la diuresis en el cuerpo, con lo que se desintoxica el cuerpo, regulando la presión arterial, también es baja en calorías, ayuda a la digestión, es poner en circulación un producto que sea lo menos dañino para el consumo.

1.5. SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO:

Sector secundario o industrial: es un sector que en la economía tiene un gran dinamismo para los productos alimenticios, aporta al crecimiento del PIB nacional, la industria hoy en día cuenta con maquinaria especial para la transformación de materias primas en productos terminados.

1.6. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO:

El arequipe de fresa: Es un producto a base de fresas, leche, endulzante natural, su presentación será en envases de 50g de plástico reciclado / 120 g en envase de vidrio. La producción y venta de este producto estará garantizada por el INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos), supervisada por sanidad, el Ministerio de Protección Social y la Superintendencia de Industria y Comercio.

1.7. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO:

Este es un trabajo teórico, práctico y metodológico que quiere hacer una propuesta de cómo se pueden aprovechar los recursos del sector agrícola para esto se aplicarán los modelos en una microempresa con una actividad económica de comercialización.

El proyecto evalúa la situación actual del mercado para proponer un producto del gusto y alcance de los clientes, los cuales encuentran en los estratos del 1 al 4, para todas las comunidades y tendencias culturales, para llegar a ser un producto de gran remarque y posicionamiento.

A través de este trabajo se busca generar beneficios para los productores de fresa, con la venta de su producto. Como beneficios personales, vemos una gran oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos de nuestra carrera. Más específicamente una empresa de amigos y familiares.

1.8. ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO:

Esta idea es tomada de la producción de productos similares hechos en Boyacá con diferentes frutas (guayaba, guanábana, coco), se tomó porque en el mercado masivo no hay un producto de gran escala. Esto debido a que los fabricantes de estos productos son de pequeños pueblos sin una visión global y con tradiciones muy arraigadas.

1.9. OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO:

1.9.1. Lanzar al mercado un arequipe con sabor a fresa usando productos netamente colombianos y del sector de Sibaté. El cual se pretende inicialmente comercializar en la ciudad de Sibaté, Bogotá y sectores aledaños. Con la intención de generar oportunidad de empleo y crecimiento profesional.

1.9.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Analizar la forma como los factores externos influyen en la organización.
2. Evaluar los recursos Financieros con los que se cuenta y se necesitan para llevar a cabo la realización del producto.
3. Identificación del tipo de estrategias que necesitamos implementar para la comercialización del producto.
4. Implementar las herramientas tecnológicas necesarias para la producción del arequipe de fresa.
5. Analizar las condiciones de la competencia y el mercado actual del arequipe.
6. Dar a conocer los productos de Sibaté.
7. Ser reconocidos como una de las mejores empresas dedicadas a la producción, comercialización y distribución de arequipe de fresa.

CAPÍTULO 2

CUSTOMER DEVELOPMENT

2. PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES.

CONSTRUCCIÓN DEL PENTÁGONO

- ¿El producto o servicio que ofrecemos suple Necesidades o supera las soluciones existentes? El producto si suple una necesidad que se tiene por los consumidores de dulces ya que gustan del arequipe, pero no se cuenta con la venta del arequipe de fresa en los establecimientos de compra del arequipe.
- ¿Habrán suficientes personas que compren el producto o servicio que se ofreceré? Si. Porque el arequipe es un dulce que se consume constantemente en toda la ciudad lo que no se cuenta es con el de arequipe de fresa, y hemos preguntado en lugares de trabajo y casa y gustaría por el producto.
- ¿Quién es nuestro cliente y usuario potencial? Innovadores y mayoría temprana, que serían nuestros potenciales clientes segmentados en todos los estratos y sectores de la ciudad en un rango de edad de los 5 a los 60 años.
- ¿Qué necesidades tienen? La necesidad de consumir una golosina en horas de la tarde después de almorzar.
- ¿Qué expectativas tiene ese usuario/cliente cuando usa un producto? Que le brinde la satisfacción de haber comprado un producto de calidad, confiable y saludable.
- ¿Qué espera que ocurra cuando usa el producto? Que no le genere un malestar cuando compre y consuma el producto.
- ¿Qué productos está usando o contratando actualmente para suplir esa necesidad? Los consumidores están consumiendo arequipe alpina, colanta, colombina.

- ¿Qué problemas e inconformidades tiene el usuario con la solución actual? No se tiene un sabor diferente al arequipe tradicional.
- ¿Cuánto invierte en las soluciones actuales? Los consumidores pagan entre 1200 y 1500 por estos productos.
- ¿A través de qué canales las adquiere? Tiendas de barrio, mini supermercados, almacenes de cadena, vendedores informales.
- ¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad? Es un gran grupo de mercado ya que este se conforma por las personas desde muy pequeños (5 años) a mayores de edad (60 años).

IDENTIFICAR SEGMENTO O GRUPO DE CLIENTES

- ¿Quién tiene una necesidad o problema? Las persona o consumidores de arequipe que solo tienen un sabor para consumir.
- ¿Qué grupo de personas tiene una necesidad o problema que yo considero puedo resolver? Niños estudiantes, jóvenes estudiantes, trabajadores, adultos independientes.
- ¿Para cuál de esos grupos considero que la necesidad/problema es más crítica? Para los jóvenes y niños ya que siempre están en búsqueda de productos nuevos que ayuden a complementar sus gustos.

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES

- ¿Cuáles son las necesidades por las cuales sus clientes están comprando sus principales soluciones? De acuerdo a las encuestas identificamos que es la única solución en el mercado y de ahí nace la idea de llevar a cabo el arequipe de fresa para que los consumidores tengan alternativas de consumo.
- ¿Qué verbo representa la acción? Nace.

IDENTIFICAR BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS DE RESULTADO KPIS

- ¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la tarea/necesidad/deseo? La principal razón es poder transformar un producto básico y cotidiano en algunos consumidores en una nueva experiencia de sabor y gusto.
- ¿Qué metas o indicadores debe cumplir al final del ejercicio? Identificar el mercado o nicho potencial, regularidad del consumo del arequipe, precios pagados por el producto, inversión para desarrollar la idea.

IDENTIFICAR LAS SOLUCIONES ACTUALES

- ¿Qué soluciones compran o contratan actualmente? Arequipe alpina, arequipe colanta, de colombina.
- ¿A través de qué canales los adquieren o conocen de la solución? Tiendas de barrio, mini supermercados, almacenes de cadena, vendedores informales.
- ¿Cuál es la solución principal para escoger esta solución? El tiempo en el mercado, la calidad, la marca.
- ¿Qué criterios se han tenido en cuenta para tomar esta solución? Preguntas a familiares y conocidos (empresa, trabajo, universidad).
- ¿Cuánto dinero está invirtiendo en ellos? Se está pagando entre 1200 y 1500.

IDENTIFICAR INCONFORMIDADES Y FRUSTRACIONES

- ¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales? Encontramos que la solución actual carece de variedad de producto, su tamaño debería ser un poco más grande, el alto contenido de azúcar artificial y no cuenta con soluciones para las personas que no pueden consumir azúcar.
- ¿Qué objeciones podría presentar a la hora de conocer mi propuesta de valor? Que es un producto nuevo no hay respaldo de marca y experiencia, no sea de gusto para los consumidores o la presentación no sea la adecuada.

IDENTIFICAR EL MERCADO

- ¿Cuál es el tamaño del mercado para el segmento de clientes principal de mi negocio? De acuerdo a las encuestas realizadas, se evidenció que el tamaño del mercado es del 37% de las personas que consumen golosinas con frecuencia.
- ¿Cuánto es el mercado estimado? Se estima lograr 50% de consumidores dentro de la población.
- ¿Existen aspectos demográficos, socioeconómicos relevantes para calcular el tamaño del segmento de mercado a atender? Si, ya que va dirigido a personas que tengan un ingreso mínimo de un SMMLV que les permita adquirir este producto.
- ¿Existen aspectos de comportamiento o contexto relevantes para calcular el tamaño del segmento? Si, ya que el producto generará un rechazo a las personas que no consuman alimentos altos en glucosa o que se cuiden demasiado en su aspecto físico y de salud.

1.1.1. STAKEHOLDER:

Personas que sean altamente consumidoras de golosinas o alimentos dulces.

1.1.2. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDER:

Este alimento busca suplir la necesidad de consumo para los compradores de este producto brindando calidad precio e innovación.

Brindar un producto de consumo masivo con un nuevo sabor que el mercado actual no lo suministra.

El contexto donde existen personas las cuales no toleran el alto nivel de glucosa que contiene un arequipe mas el que contiene la fresa en este caso.

Las variables que intervienen son las personas que tienen problemas con el azúcar.

En estos casos, podríamos fabricar un arequipe no tradicional con endulzantes naturales o en otros que sean libres de azúcar.

1.1.3. IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS DEL RESULTADO:

Brindamos un producto innovador con calidad y con un precio estándar supliendo las necesidades de ansiedad a la población interesada en el producto

Que logremos posicionarnos en un alto nivel de consumo hacia este producto

Que las personas se motiven a volver a consumir el producto una y otra vez

Que al consumirlo por primera vez se sienta satisfecho y atraído con su sabor, calidad, presentación y precio.

1.1.4. IDENTIFICACIÓN DE LAS SOLUCIONES ACTUALES:

Apuntarle a la satisfacción total del consumidor en el precio calidad innovación y presentación

Arequipe no convencional, precio sugerido al publico, fábrica cliente, porque satisface su paladar siendo innovadora.

Brindar un excelente servicio al cliente , y garantizarle el producto.

1.1.5. ANÁLISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES:

Que el producto no está diseñado para personas que no consumen azúcar, que se cuiden mucho su aspecto físico y de salud, que no estén dispuestos a pagar el precio del producto, que prefieran consumir arequipes convencionales, que no se vean atraídos al consumo, no llegar alcanzar los estimados de consumo.

CAPÍTULO 3

VALIDACIÓN DEL PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

2. LA ENTREVISTA:

Encuesta Arequipe de fresa

Nombre Virginia Cárdenas Edad 23

1. ¿Cree el arequipe que será de agrado al consumidor? (Por qué?)
SÍ TIENE UN SABOR MUY AGRADABLE

2. ¿Le gustan las fresas? (Por qué?)
SÍ PORQUE SON RICAS Y SALUDABLES

3. ¿Le gustaría un producto como el arequipe de fresa? (Por qué?)
SÍ PERO ES UN PRODUCTO NUEVO CON UN SABOR

4. ¿Si el producto fuera con stevia sería apto para su consumo o prefiere que se mantenga tradicionalmente?
CON STEVIA ME GUSTARÍA

5. ¿Cuántas veces al día consumiría usted el producto?
3 VECES

6. ¿Cree que el producto será de agrado para el consumidor? (Por qué?)
SÍ PERO ES UN PRODUCTO NUEVO CON UN SABOR

7. ¿Le gustó el arequipe que le fue entregado al producto?
EN UNO DE VARIOS

8. ¿Le gustaría que el arequipe tuviera gramos de fresa?
NO ME GUSTARÍA

9. ¿Prefiere que el arequipe sea de otro sabor en cuanto a frutas? (Cuál?)
ESTE SABOR PERO CON STEVIA

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto?
MESES DE DÍSCOS

2.1. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN:

El proceso de recolección de la información se realizó en el sector de Sibaté, en la universidad y en nuestros sitios de trabajo, se realizaron 10 entrevistas y una en video la cual podrá observar en los anexos.

2.2. HALLAZGOS DE LA INFORMACIÓN RECOLECTADA:

¿Que le gusta del arequipe? Lo dulce ¿Porque? Tiene un sabor agradable

¿Le gustan las fresa? Sí ¿Porque? Porque son ricas y saludables

¿Le gustaría un producto como el arequipe de fresa? Sí ¿Porque? Porque no existe

¿Si el producto fuera con stevia sería apto para su consumo? Sí

¿Cuántas veces al día consumiría usted el producto? Una vez

¿Cree que el producto será de agrado para el consumidor? Sí ¿Porque? Porque es innovador

¿Le gustaría que el arequipe tuviera trozos de fresa? Sí

¿Prefiere otro sabor de frutas para el arequipe? Si ¿Cual? Durazno

¿De qué forma le gustaría que el producto fuera empacado? Envase de vidrio

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el producto? \$2.000

2.3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES - FRUSTRACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Un producto a base de fresas, dulce y saludable.	Las fresas son un potente antioxidante y previene las infecciones debido a su alto contenido en vitamina C.	Que el arequipe de fresa no guste en el mercado total.	Satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciendo un producto saludable, de calidad y delicioso.
Una transformación de las fresas en un producto novedoso.	Otro de los beneficios de las fresas es su efecto como dentífrico natural	Que las personas que no pueden consumir azúcar decidan no comprarlo por miedo a su salud.	Usar edulcorantes o sustitutos del azúcar como el aspartame, sucralosa, stevia, sacarina, neotame y acesulfame para una forma muy segura de controlar los niveles de azúcar en la sangre.
Un producto nuevo e innovador que genere impacto en el mercado del arequipe.	Al ser ricas en antioxidantes previenen el envejecimiento	Que no estén dispuestos a pagar por el arequipe de fresa	Aparte de ofrecerle a nuestros consumidores un excelente producto darles un precio justo.
Competencia en el mercado de las fresas del	El arequipe de fresa se endulza con stevia para cuidar la salud del	Que el consumidor prefiera seguir consumiendo el	Aprovechar la gran producción de fresa en Sibaté y crear el mejor arequipe para

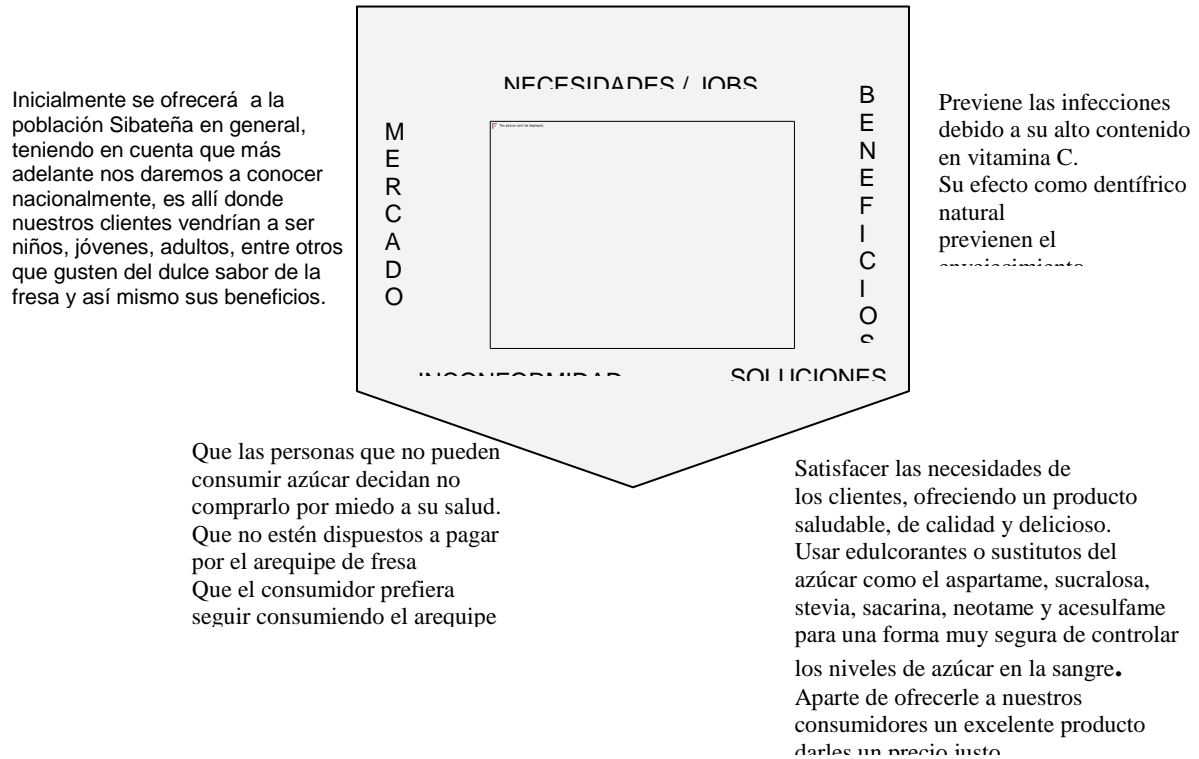
municipio de Sibaté.	consumidor.	arequipe convencional.	impactar el mercado.
----------------------	-------------	------------------------	----------------------

2.4. RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN:

Después de realizar los respectivos estudios y encuestas a nuestro mercado objetivo probable podemos evidenciar que el producto causa innovación e intriga en las personas, quieren algo nuevo, innovador, saludable y de un sabor agradable y la idea de crear un arequipe de fresa gusta.

2.5. PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES FINAL:

Un producto a base de fresas, dulce y saludable.
Una transformación de las fresas en un producto novedoso.
Un producto nuevo e innovador que genere impacto en el mercado del arequipe.



3. CAPÍTULO

3.1. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

Nombre comercial	Arequipe de fresa
Descripción del producto	Arequipe a base de fresa con endulzantes naturales

<p>Requisitos generales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Producto higienizado obtenido por una concentración térmica de una mezcla de leche entera y azúcar. - Ingredientes: Leche entera, azúcares. - Aditivos: Estabilizantes permitidos, conservantes permitidos. No se permite el uso de tartrazina. - El producto debe estar libre de sustancias tóxicas o residuos de drogas o medicamentos. - Textura blanda y pegajosa, sabor dulce con aroma lácteo. - Las características mencionadas deben mantenerse hasta cumplir su fecha de vencimiento. - Estar exento de sustancias tales como grasa de origen vegetal o animal diferente a la Láctea. - Los aditivos adicionados en su preparación deben ser utilizados en las cantidades permitidas en la normatividad sanitaria vigente o en el Codex Alimentarius - El producto debe estar exento de materias extrañas (partículas quemadas, restos de insectos, etc.).
<p>Empaque y rotulado</p>	<p>El arequipe debe ser envasado en condiciones asépticas, el empaque individualmente en sobres tipo sachet que garanticen la impermeabilidad a los gases e impenetrabilidad de la luz y que permitan su cierre hermético. De tal manera que se asegure la inocuidad microbiológica del producto sin alterar de manera esencial ni su valor nutritivo, ni sus características fisicoquímicas y organolépticas.</p> <p>Debe cumplir con los siguientes requisitos:</p> <p>PRIMARIO: Capacidad 20cc</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permeabilidad del oxígeno a temperatura ambiente < 5 cm³/ m²/ d / atm. 2. Transmisión de la luz en un porcentaje máximo: < 2 a 400 nm y < 8 a 500 nm <ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con la Resolución No. 5109 de 2005, por medio de la cual se establecen los parámetros para el rotulado o etiquetado de productos terminados y materia primas. - La fecha de vencimiento debe ubicarse en un lugar visible. <p>SECUNDARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - El empaque debe ser caja de cartón corrugado; que garantice la protección y conservación del producto en los procesos de manipulación, transporte, almacenamiento y distribución del producto
<p>Conservación y almacenamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El almacenamiento de alimentos se debe realizar de manera que se minimice su deterioro y se eviten aquellas condiciones que puedan afectar la inocuidad, funcionalidad e integridad de los mismos. - Deben almacenarse ordenadamente en estibas, con separación de 60 centímetros con respecto a las paredes, y disponerse sobre paletas o tarimas limpias y en buen estado, elevadas del piso 15 centímetros de manera que se permita la inspección, limpieza y fumigación, si es el caso. - El almacenamiento debe hacerse retirado de plaguicidas, detergentes, desinfectantes y otras sustancias peligrosas. Estos productos estarán almacenados en áreas independientes, con separación física y su manipulación sólo podrá hacerla el personal idóneo, evitando la contaminación de otros productos. Estas áreas deben estar debidamente identificadas, organizadas, señalizadas y aireadas.

	- El almacenamiento y conservación de los alimentos deberá cumplir lo establecido en la Resolución 2674 de 2013 y las demás que las sustituyan, modifiquen o adicionen
Vida útil	Mínimo 3 meses de vida útil a partir de la fecha de entrega del producto en el punto de atención.
Presentación	Empaque individual con un contenido neto mínimo de 20 gramos El operador deberá garantizar la presentación requerida del alimento, de acuerdo con lo establecido en la minuta patrón de cada modalidad.

4. CONCLUSIONES

Se propone dentro del municipio de Sibaté - Cundinamarca, crear un plan de negocios de producción y comercialización y distribución del Arequipe de Fresa, el cual permite la generación de empleo y el crecimiento económico de nuestro municipio.

El Arequipe, es un producto que ofrece ventajas tanto para el productor, como para el distribuidor y también para el cliente y consumidor, ya que le sirve como un acompañante de galletas, panes, tortas, chocolates, y otros productos que se encuentran dentro de nuestra región.