



Nombre del alumno:

- Diana Belén López Gómez
- Karla Estrella Rodríguez Acosta.
- José Antonio España Reyes.
- Ángel Mauricio López Ancheita.

Nombre del profesor: Ing. Abel Estrada Dichi.

Nombre del trabajo: Ventaja competitiva y Mercado potencial.

Materia: Taller del Emprendedor.

Grado: 9º cuatrimestre.

Grupo: Arquitectura.

Ocosingo, Chiapas a 15 de junio de 2020.

MERCADO POTENCIAL

Para que el desarrollo de la empresa sea factible desde un inicio, hay que considerar ciertos aspectos para lograr que el producto sea uno de los más consumidos ante las demás marcas.

Por ello, priorizaremos que nuestro queso sea adquirido para cualquier familia, desde los pequeños hasta los adultos, otorgándoles una variedad consistente para cada gusto o criterios del mismo.

Además, con respecto a los usuarios que obtienen este tipo de productos en la región, son familias, que, por lo usual, adquieren distintos tipos de quesos para el acompañamiento de sus comidas, de tal modo que nos centraremos a todo usuario correspondiente, para acaparar a la mayor cantidad de clientes, incrementar la utilidad, la producción y la distribución a otras regiones.

Para la comercialización del queso a otros lugares, es más viable que la distribución se realice a municipios cercanos del lugar de producción original, dado que en un inicio es más favorable, de modo que se ahorra en gastos de transporte para el repartimiento de los quesos, inclusive la distribución sería más rápida por la cercanía de los municipios, además, el sector poblacional es variado pero lo principal es que consumen productos regionales y la competitividad no es tan amplia como otros.

En un principio el queso que nosotros comercializaremos, correspondiente a su producción sería de pequeñas cantidades, pero de sabores y consistencias variadas, dado que primeramente hay que hacer un estudio de los productos que más se consumen o los que prefieran las personas, de ahí se haría una producción mayor, pero centrándonos en los quesos preferidos por los clientes.

De igual manera la comercialización, ahora si se extendería a otros municipios más lejanos, pero esta vez, con productos ya factibles para el mejoramiento de la empresa.

VENTAJA COMPETITIVA

- **Sabor**

Como empresa se buscará brindar a todos los clientes a los que distribuyamos nuestros productos el compromiso del buen sabor que los productos que elaboremos tendrán. Puesto que una ventaja de la cual sacaremos mayor provecho para asegurar lo antes mencionado es la forma de elaboración de los mismos.

La elaboración de queso artesanal tiende a ser compleja y rigurosa, el sabor sigue consistente por cada paso que tiende a realizarse y sobre todo a los ingredientes de calidad. Uno de estos es el uso de la leche 100% entera, asegurándonos de que está presente calidad sin ser rebajada con agua o algún otro líquido que haga que el sabor nuestros productos pierda sabor. Como el caso de la industria, con ingredientes que hacen rendir mayor producción o la disminución de la leche en la elaboración, oh bien el uso de leche polvorizada, haciendo tener un sabor distinto y desabrido al que se obtiene con la elaboración de manera artesanal.

De la misma manera contemplamos los siguientes puntos:

- **Rapidez en el servicio y tiempo de entrega**

Estos dos van de la mano, debido a que en cuanto mayor sea la rapidez en el servicio la entrega será realizada de manera inmediata, minimizando el lapso de duración de tiempo, satisfaciendo así la necesidad de los clientes.

Para ello se necesita el suficiente personal capacitado para cada labor, existiendo experiencia laboral en ellos, delegando actividades al mismo personal para una agilización en cuanto a la producción.

- **Calidad del producto**

Los tenderos, en especial aquellos que administran las más grandes tiendas, tienen, por lo general, una buena idea de lo que sus clientes desean en términos de calidad. Los clientes no dudarán en decirles si no les gusta un producto y algunas veces les pedirán tener inventarios de marcas que ellos han adquirido en otras partes. Hay que preguntar a los tenderos qué piensan de la calidad de los productos que están vendiendo y si hay algún vacío en el rango de variedades que ofrecen que uno pudiera abastecer.

- **Envase y embalaje**

El empaque tiene que proteger y preservar el producto. Aún más, la decisión que uno tome acerca del tipo de empaque que va a usar debe estar basada en la investigación que se haga entre los consumidores, minoristas y mayoristas, así como en la clase de empaque de que se disponga. Conviene tratar de encontrar la razón por la cual se usan tipos especiales de empaques y envases.

Es preciso revisar los diferentes tipos de envase que se usan y comentar con los minoristas sobre las clases de empaque que ellos prefieren y las razones para ello. Por ejemplo, los minoristas pueden desear artículos que puedan ser fácilmente acomodados en sus estantes y por ello pueden preferir bizcochos o pasabocas empacados en cajas y no en bolsas.

El empaque cumple con tres funciones básicas:

- Protege y ayuda a preservar el producto.
- Permite una forma adecuada de manipular y transportar el producto.
- Puede ser usado como medio de promoción y de dar información sobre el producto.

El empaque protege un producto haciendo máxima su vida de estante, en este caso el refrigerador de cada hogar. En síntesis, el empaque puede proteger los productos de las siguientes clases de problemas:

- Contaminación por bacterias.
- Enmohecimiento superficial.
- Contaminación por suciedad e impurezas.
- Daño físico.
- Daño por humedad, aire y, en algunos casos, luz.
- Evaporación.

- **Servicio 24/365**

Se toma en cuenta el hecho de satisfacción de la población en todas las épocas del año, sin hacer a un lado los derechos laborales que nuestros trabajadores tendrías, en épocas vacacionales como son: navidad, semana santa y feriados.

Esto se cumpliría con una amplia elaboración de productos a entregar fechas anticipadas a las que no se laborarían, utilizando productos que ayuden a la conservación del mismo producto, para una larga duración en las tiendas comercializadoras que se encarguen de ofertar nuestros productos.

- **Atención al cliente**

Este apartado se refiere al esmero que les pongamos a nuestros clientes al momento de brindarles el servicio de la venta de productos.

La atención que se pretende brindar a los clientes es la mejor posible, se busca mantener una mejor comunicación entre cliente y empresa, es decir usar los medios de comunicación, por ejemplo, publicar mediante redes sociales o páginas de internet propias de la empresa los productos que se tienen a la venta, colocar sus características, el precio y demás para que los clientes puedan conocer que es lo que se vende y así serviría como medio para mayor atracción de ellos y mantenerlos informados sobre los productos que se venden.

También se pretende el uso de llamadas por teléfono o por medio de whatsApp en el que puedan hacer sus pedidos y apartados de productos.

Otro punto importante es la capacitación del personal en el servicio que se ofrece; esto incluye que comprendan qué nivel satisface y cuál supera las expectativas de los clientes, incluyendo la manera de ofrecerlo.

Otra ventaja que se ofrece es en cuestión de el:

- **Manejo de devoluciones**

En este apartado se pretende que, si en dado caso el producto llegara en malas condiciones a su destino y no contara con las características tal cual como lo ofrece la empresa productora, este producto contara con una garantía, por ejemplo, si el producto esta defectuoso en cuanto a un sabor diferente, o consistencia es decir que no pueda ser consumida, la empresa hará el cambio de producto, es por ello que se procura trabajar con la mejor calidad posible para evitar ese tipo de problemas.

Posteriormente se menciona otro punto importante:

- **Amigable con el medio ambiente**

En cuestión del proceso de producción se ve afectado de alguna manera el medio ambiente, ya que algunos desechos como el lacto suero que es vertido al drenaje, es relevante al constituir una fuente potencial de enfermedades; por lo que, considerar alternativas como la elaboración de bebidas y la deshidratación de estos producto favorecerá mucho a disminuir el impacto que se causa ambientalmente, con este producto que algunos consideran desechos se pretende elaborar bebidas derivadas de lácteos, deshidratarlos antes o bien emplearla para otros productos, o

bien buscar a quien venderle estos residuos que con la tecnología avanzada actualmente existen muchas empresas que les dan un segundo uso a estos productos, por ejemplo los emplean para elaborar cremas u otro tipo de mercancía para la población.

- **Producto orgánico**

Se consideran productos orgánicos, puesto que en su proceso de elaboración no se agrega ningún producto químico, como empresa consideramos que lo primordial en estos tiempos es brindar alimentos más sanos que sin duda implica menores gastos en enfermedad, mejor calidad de vida, disfrutar más intensamente de los sabores y del placer gastronómico que se les ofrece.

- **Precio**

En cuanto al precio se busca mantener un promedio con relación a las demás queserías del municipio de Ocosingo, es decir buscar precios considerados que la población pueda pagar. En cuanto a este rubro consideramos que si manejamos precios menores, será una ventaja, puesto que eso atraerá más clientes y el consumo será más seguido.