



**ESPECIAS ALIMENTICIAS.
PROGRESO DE LA MARCA ARCOÍRIS S.A DESDE SU CREACIÓN A LA ACTUALIDAD
FOOD SPICES.
PROGRESS OF THE ARCOÍRIS S.A. BRAND FROM ITS CREATION TO THE PRESENT
DAY**

Angélica María Martínez Armoa

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
angiemartinezarmoa@gmail.com

Daniela Anahí González Chamorro

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
danielaanah@hotmail.com

Javier Marino Paredes González

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
javierp.1824@gmail.com

Patricia Noemí Rivas Cabañas

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
patorivas95@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación trata sobre la creación de marca, la cual se define como la combinación entre el nombre, colores, frases, figuras, es decir, es la representación única y original de un producto o servicio. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo fue reconocer las principales razones por las cuales muchos servicios de los diferentes rubros que pueden existir, no se formalizan a través de la identificación de una empresa en una marca, la cual podría describirse bajo un nombre que puede durar mucho tiempo. El enfoque utilizado fue cualitativo, la unidad de análisis fue la creación de la marca Arcoíris S.A. Las técnicas de recolección de datos utilizadas se describen para un análisis documental, el instrumento aplicado es la ficha de lectura de la

información obtenida dentro de los datos expuestos por la fuente recurrida. Como resultado significativo se puede mencionar que primero la marca ya estaba registrada desde el inicio de su creación, lo más destacado fue conocer cómo surgió y cómo fue teniendo alcance de marketing a lo largo del tiempo, debido a que la empresa inició sus ventas en un determinado vehículo familiar, sin tener ningún tipo de publicidad extra. Se concluye que este trabajo nos ayudó a comprender la importancia del conocimiento ante los canales a través de los cuales las marcas pueden formalizarse, así como expandirse a nivel competitivo en otras de su misma categoría.

PALABRAS CLAVE: Creación, emprendedores, empresa, marca, marketing

ABSTRACT.

This research is about the creation of brand, which is defined as the combination between the name, colors, phrases, figures, that is, it is the unique and original representation of a product or service. Therefore, the objective of this work was to recognize the main reasons why many services of the different items that may exist, are not formalized through the identification of a company in a brand, which could be described under a name that can last for many times. The approach used was qualitative, the unit of analysis was the creation of the brand Arcoiris S.A. The data collection techniques used are described to a documentary analysis, the instrument applied is the reading sheet for the information obtained within the data exposed by the recurred source. As a significant result it can be mentioned that first the brand was already registered from the beginning in its creation, the most outstanding was to know how it emerged and how it was having marketing reach over time, because the company began its sales in a particular family vehicle, without having some kind of extra advertising. It is concluded that this work helped us to understand the importance of knowledge before the channels through which brands can be formalized, and can also expand at a competitive level in others of the same category.

KEYWORDS: Creation, entrepreneurs, company, brand, marketing

INTRODUCCIÓN

Creación de una marca, desde el punto de vista del marketing una marca significa la combinación entre el nombre, los colores, las frases, las figuras, es decir, es la representación única y original de un producto o servicio. Es por ello que consideramos necesario comprender la importancia de lo que vamos a ofrecer y a qué tipo de consumidor queremos llegar, de esta manera establecer la marca que pueda interesar al público. Hemos elegido este contenido ya que está fuertemente ligado a nuestro camino universitario y laboral.

Existen diversos problemas en la creación de una marca, entre ellos podemos mencionar el desconocimiento de la existencia de empresas dedicadas a este fin, en algunos casos se procede a la creación de manera empírica generando un bajo impacto publicitario, también existen personas que ofrecen sus servicios en forma unipersonal no teniendo la oportunidad de propaganda, finalmente el factor económico de los emprendedores impacta de forma negativa en lo que conlleva invertir en este proceso de estudio del mercado para el posicionamiento de la marca en el territorio nacional.

Nuestro principal objetivo con esta investigación es de poder reconocer los principales motivos por el que muchos servicios de los distintos rubros que puedan existir, no son formalizados por medio de la identificación propia de una empresa en una marca, la cual podría lograr ser descripta bajo un nombre que puede perdurar por muchos tiempos. Además, es probable también la ignorancia por las distintas razones en donde muchos servicios o productos no se encuentran fuertemente en el mercado a causa de los múltiples factores que influyen para no contar con una marca o nombre creado para tal fin.

Optamos por el tema creación de una marca ya que es común el desconocimiento en nuestra sociedad, conjuntamente esta investigación sería de mucha ayuda para nosotros los estudiantes y para muchos ciudadanos emprendedores que por necesidad misma no pueden llevar a cabo un factible desarrollo en el mercado. Analizando las numerosas marcas nacionales hemos seleccionado a Arcoíris S.A como empresa modelo por su historia detrás del éxito de una

compañía familiar, donde apostaron para posicionarse hoy en día como una industria líder en su segmento.

Esta compañía con el pasar del tiempo fue evolucionando acorde a los nuevos hábitos de consumo, superando desafíos en cuanto a la producción y aprovechando la demanda de alimentos a nivel mundial. Una empresa familiar dedicada al embasamiento de productos alimenticios, siendo hoy líder en ventas de hierbas medicinales y especias, encontrándose presente en diversos países del mundo, exportando sus productos. Como resultado de un arduo trabajo durante décadas, Arcoíris S.A ha conseguido reconocimientos a lo largo de su existencia, siendo Top Of Mind (La más importante) a nivel país y buscando conquistar más mercados en el exterior.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para que podamos llevar a cabo esta investigación utilizamos una red wi-fi, una computadora (la cual nos permitió indagar en internet), navegador de Google Chrome en donde encontramos varios artículos periodísticos y biográficos, aparato celular para reunirnos y realizar los aportes al trabajo, un cuaderno y bolígrafos para los apuntes y así poder hacer un resumen de lo leído y resaltar lo más importante de la información encontrada.

El diseño metodológico empleado en la presente investigación sigue el enfoque cualitativo, teniendo en cuenta que nuestra investigación trata de estudios que facilita una descripción explicativa del fenómeno estudiado. El alcance o el nivel de la investigación es descriptivo ya que tiene como objetivo especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado.

El diseño de nuestra investigación es no experimental ya que los datos obtenidos fueron de información ya publicada, pues no fue realizada una entrevista programada o se procedió a realizar una encuesta, sino que se basa en la recopilación de los datos ya existentes. La corte considerada es transversal teniendo en cuenta que no existen comunicados o noticias actuales sobre el proceso en el que se encuentra la marca en el mercado.

Para esta investigación se considera a la unidad de análisis en la creación de la marca Arcoíris S.A manteniéndose como una empresa familiar, puesto que nuestro enfoque va desde el origen en la creación de una marca y su desenlace en el tiempo buscando posicionarse a nivel nacional e internacional como líder en su producción ofreciendo al público productos de consumo general que va desde hiervas medicinales, especias y otras variedades.

La técnica aplicada es la de análisis documental debido a que es una investigación biográfica documental. El instrumento utilizado es la ficha de lectura por la información obtenida dentro de los datos expuestos por la fuente recurrida. El procedimiento a seguir primeramente fue la recolección de los datos de forma virtual en internet, cada integrante aportó una fuente y elegimos las más relevantes. Considerando esto los datos son de fuente secundaria.

Las fuentes que utilizamos fue un artículo periodístico y la página web de la empresa, analizando el artículo del Diario La Nación, donde fue entrevistado al titular y propietario actual de la empresa, haciendo mención de sus inicios con su padre teniendo ya la marca registrada, pero no alcanzaban a un nivel de reconocimiento mayor. Por lo que podemos decir que la fuente aplicada son fuentes secundarias.

RESULTADOS

Ésta indagación presenta un contexto caracterizado por el tema creación de una marca, desarrollado en la ciudad de Luque, teniendo en consideración el posicionamiento que tiene ganado en el mercado como aspecto temporal, además el objetivo principal es indagar a fondo sobre forma en que está empresa fue creciendo bruscamente con el pasar del tiempo y por la cual ya ha recibido reconocimientos que avalan el trabajo de Arcoíris S.A

Los resultados más importantes encontrados durante esta investigación fueron que primeramente la marca ya estuvo registrada desde el principio en su creación, lo más resaltante fue conocer cómo surgió y como fue teniendo alcance de marketing a través del tiempo, debido a que la compañía inicio sus ventas en un vehículo particular familiar, sin tener algún tipo de publicidad extra.

En el aspecto comercial se puede apreciar el arranque que tuvo en este caso el propietario de la compañía al emprender realizando envasados de especias y productos alimenticios teniendo solo como recurso publicitario un cartel hecho a mano escrito por su vehículo particular de los productos que tenía a la venta, haciendo los recorridos y repartos haciendo crecer así su emprendimiento.



Fuente: Imagen ilustrativa extraída de (Diario La Nacion sitio Web, 2021). La familia empezó la empresa con una combi.

Lo más significativo fue el inicio “Arcoíris nació hace 22 años en la casa de mi padre, en aquel tiempo yo estaba des-empleado, y antes de ingresar a la empresa mi último trabajo fue repartidor de pizzas, como delivery. Era un momento propicio, porque mi padre, 15 años antes de empezar la empresa (37 años atrás), ya tenía la marca registrada, pero nunca se animaba a dar el siguiente paso, y nosotros sus hijos le insistimos” (Arcoiris, la historia detrás del éxito de una empresa familiar, 2021)

El presente trabajo que abarcó una breve investigación acerca de lo que sería la empresa Arcoíris S.A, exponiendo sus principios y sus raíces hasta la actualidad. De este modo en este

informe, nos adentramos mejor a lo que es la mencionada empresa familiar, una de la más competitiva a nivel país (Paraguay).

Para concluir, como futura investigación consideramos de alta demanda la empresa Amandau, así como la marca Arcoíris S.A. también sería una cadena nacional con alto crecimiento en los últimos tiempos, dando sus inicios en la década del 60, en el barrio Villa Morra, montándose en un pequeño salón, inicia el sueño de dos hermanos que regresaron al país luego de un exilio económico en el Brasil. (New Express, 2018)

DISCUSIÓN

Esta investigación nos lleva a reflexionar sobre como una empresa que nació en la casa de un padre de familia, con mucho apoyo familiar, esfuerzo y por sobre todo conocimiento pudo alcanzar el potencial que tiene en el mercado actualmente. Considerando que hemos hallado el material necesario y acorde al tipo de información que estábamos buscando, Arcoíris S.A nos resultó una empresa bastante interesante y un ejemplo como emprendimiento nacional, siendo una de las más competitivas a nivel país.

Durante el periodo de realización de la investigación se nos ha presentado las siguientes limitaciones como coincidir todos los integrantes en un mismo horario para revisión de los temas, la comprensión de los conceptos a ser interpretados de acuerdo a las indicaciones recibidas para la redacción de cada parte, las condiciones particulares de cada uno en ciertos momentos influyeron en el tiempo justo para la entrega puntual de los trabajos, lo cual responden a circunstancias como la inversión y dedicación equilibrada de todos para la obtención del material.

La principal fortaleza que como equipo obtuvimos al realizar este trabajo fue la comunicación de cada integrante del grupo para ir plasmando cada uno su pequeño aporte en cuanto a la extensión de párrafos. Mientras que como debilidad fue la intensión de hacer una visita a la empresa, sin embargo, no fue posible por condiciones de disposición de tiempo coordinado de cada integrante, como así también no logramos una reunión grupal por el medio que se sea posible.

Finalmente consideramos que nuestro trabajo se encuentra en la etapa final y estamos satisfechos con las informaciones y los datos recaudados de lo que fue el comienzo de Arcoíris S.A hasta la actualidad. Como estudiantes aprendimos que dicha empresa nacional nos demuestra que con persistencia se puede lograr el objetivo, como señala Oscar Rafael Ortega, CEO de la firma "El camino de mi padre para construir Arcoíris no ha sido fácil, y que incluso fue rechazado en varias oportunidades. Sin embargo, su persistencia y el valor de marcar la diferencia hicieron posible el reconocimiento y gran crecimiento en el mercado alimenticio Nacional" (Diario El Nacional, 2023)

CONCLUSIÓN

En este apartado presentamos los aspectos concluyentes de la investigación realizada sobre la creación de una marca en la cual nos basamos a investigar a la empresa Arcoíris S.A por la comercialización de sus productos de manera nacional e internacional, esta es una marca que genera valor publicitario estable y de esa forma contribuye un mayor estatus en el mercado.

En esta investigación al principio se planteó sobre el tema de Creación de Marcas, donde hemos utilizado de referencia a la empresa mencionada, por contar con diversas etapas en las que se mencionan sus dificultades, sus desafíos, sus logros y éxitos, la cual alcanzó a obtener el reconocimiento de mejor marca del consumidor, y por exponer un reflejo de crecimiento comercial, donde continuamente van presentando nuevas propuestas y productos de intereses para el público en general.

Luego de la investigación realizada, se puede concluir principalmente en lo siguiente:

1. Fue evidenciado que, a consecuencia de no saber las distintas maneras para enriquecer a una marca, evita el crecimiento de una empresa.
2. La importancia de conocer al consumidor al cual se pretende llegar, hace que se puedan innovar en el desarrollo de nuevos productos que puedan generar interés en el mercado local e internacional.

3. Según Kotler y Keller (2012) “El poder de una marca reside en lo que los consumidores han visto, leído, sentido y escuchado a lo largo del tiempo” (La creación de la marca y su incidencia en el posicionamiento de un producto, 2012, pág. 688).

Por último, de manera general consideramos que este trabajo nos ayudó a comprender la importancia del conocimiento ante los canales por las que se pueden formalizar las marcas, y también se puedan expandir a un nivel competitivo en otras del mismo rubro, buscando alcanzar siempre el reconocimiento y atracción de los productos o servicios que se pretenden ofrecer de manera satisfactoria a las distintas necesidades del consumidor.

REFERENCIAS

Arcoiris, la historia detrás del éxito de una empresa familiar. (13 de Diciembre de 2021).

Obtenido de lanacion.com.py:

https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2021/12/13/arcoiris-la-historia-detras-del-exito-de-una-empresa-familiar/

Diario La Nacion sitio Web. (13 de Diciembre de 2021). Obtenido de

https://www.lanacion.com.py/negocios_edicion_impresa/2021/12/13/arcoiris-la-historia-detras-del-exito-de-una-empresa-familiar/

New Express. (5 de Noviembre de 2018). Obtenido de

<https://www.newsexpress.com.py/historias-de-exito/amandau-un-sueno-que-no-se-derrite-sonar-es-gratis-con-pasion-esfuerzo-pensamiento-innovador-humildad-y-sencillez-todo-es-posible/>

Paredes, N. (20 de 03 de 2023). *Diario El Nacional. Arcoiris S.A., una empresa que conquistó el rubro alimenticio en Paraguay.* Obtenido de

<https://www.elnacional.com.py/economia/2023/03/20/arcoiris-s-a-empresa-familiar-que-conquistó-el-rubro-alimenticio-en-paraguay/>

Villarroel Puma, M. F., Carranza Quimi, W. D., & Cardenas Zea, M. P. (2012). La creación de la marca y su incidencia en el posicionamiento de un producto. *Revista Publicando*, 6, 8, 9.