

CREACION FRUTERIA LAS DELICIAS DE SAMY EN LA CIUDAD BOGOTÁ

Elizeloth Hurtado Acosta



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior-CUN

Escuela de Ciencias Administrativas

Programa Tecnología en Gestión Administrativa

Bogotá D.C Noviembre 2018

CREACION FRUTERIA LAS DELICIAS DE SAMY EN LA CIUDAD BOGOTÁ

Elizeloth Hurtado Acosta

Proyecto de grado para optar por el título de Tecnólogo en gestión Administrativa

TUTOR

Henry Martínez Vargas

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior-CUN

Escuela de Ciencias Administrativas

Programa Tecnología en Gestión Administrativa

Bogotá D.C., Noviembre 2018

[Escriba aquí]

Agradecimientos

Dedico este proyecto a mi familia que fue un gran apoyo en esta etapa de mi vida, por trabajar en equipo.

Damos gracias primero que todo a Dios ya que nos dio la oportunidad de vivir este momento, y poder experimentar una nueva experiencia, a mi esposo e hijo por trabajar juntos en equipo y aportar cada uno de su parte. También agradezco a mi tutora por estar allí y guiándome en el camino para lograr alcanzar el objetivo propuesto en este semestre.

[Escriba aquí]

Tabla de Contenido

| | |
|--------------------------------|----|
| Agradecimientos | 3 |
| Introducción. | 6 |
| Objetivo General | 8 |
| Objetivos Específicos – 2018 | 8 |
| Justificación | 9 |
| Clientes específicos..... | 10 |
| Tipo de empresa..... | 10 |
| 1.1. Características: | 11 |
| 1.2. Requisitos | 12 |
| Identidad estratégica | 13 |
| Misión | 14 |
| Visión | 14 |
| Descripción del negocio..... | 15 |
| Valores: | 15 |
| Sugerencias | 16 |
| Pestel | 17 |
| Fuerza de porter | 20 |
| Marco legal | 22 |
| Retos de producto (DOFA)..... | 25 |
| Estructura organizacional..... | 30 |
| Representante Legal | 31 |

[Escriba aquí]

| | |
|--|-----------|
| | 5 |
| Responsable de producción | 31 |
| Representante de ventas | 32 |
| Director de recursos humanos | 32 |
| Jefe de contabilidad | 33 |
| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL FRUTERIA LAS DELICIAS DE SAMY | 33 |
| Representante legal y Socio. | 33 |
| Investigación de mercado | 34 |
| Sugerencias | 40 |
| Conclusiones | 41 |
| Bibliografía | 42 |

Introducción.

A medida que pasa el tiempo la población ha decidido realizar algunos cambios en sus hábitos alimenticios ya sea por mejorar los hábitos ante la sociedad, recomendación médica etc., de allí la incógnita de ¿porque algunas personas deciden tomar este cambio?

Esto se debe a diferentes factores que afectan a un individuo o comunidad, en la mayoría de los casos, la digestión de la población. Por esta razón se está implementando una investigación para evidenciar cuales son aquellas problemáticas que afecta el aparato digestivo.

Sin embargo a acuerdo a estudios realizados se ha evidenciado que en los últimos tiempos el consumo de los alimentos no balanceados y el desorden alimenticio en las personas ha venido aumentando debido a que muchos consumidores no tienen el tiempo por sus muchas actividades

Hoy por hoy las empresas al identificar estos inconvenientes han innovado en sus diferentes clases productos.

Es por ello que la idea de negocio que se pretende implementar va enfocada en un producto natural el cual está libre de conservantes y colorantes, acudiendo a los recursos que la naturaleza nos brinda y todos sus beneficios.

El objetivo de los productos va enfocado a aquellas personas que presentan problemas de colon o digestivos.

[Escriba aquí]

Y adicional cuentan con una dieta rigurosa, se busca que con la comercialización del producto las personas tomen una conciencia de sus hábitos alimenticios y mejoren su calidad de vida a través del consumo de productos 100% naturales.

Por lo anterior se busca que los niños, adolescentes y adultos lleven una vida sana sin problemas digestivos las frutas y verduras cuenta con un alto contenido de proteínas y minerales y vitaminas que ayudan a disminuir el cáncer de colon, es de gran beneficio para las enfermedades de corazón y de la sangre .

Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para determinar cuáles son las condiciones de demanda reales y potenciales, la oferta del producto y la satisfacción generada al consumidor por medio de productos saludables de la frutería “Las Delicias de Samy” en la ciudad de Bogotá en el sector de Engativá Pueblo localidad 10 en el mes de septiembre de 2018.

Objetivos Específicos – 2018

- Analizar y tomar como referente empresas de frutería que se encuentren posicionadas en el mercado que para identificar su funcionamiento organizacional y financiero.
- Estudiar el funcionamiento en el mercado de la frutería Las Delicias de Samy.
- Identificar los posibles clientes a través de encuestas en la frutería Las Delicias de Samy.
- Medir la demanda y la oferta a través de las encuestas a los clientes en la frutería Las Delicias de Samy.
- Analizar e identificar los puntos débiles de la frutería Las Delicias de Samy en los resultados de la encuesta los clientes.
- Sugerir recomendaciones en el funcionamiento de la frutería a partir de los hallazgos del trabajo.

[Escriba aquí]

Justificación

Como consumidores estamos acostumbrados a pensar que todos aquellos productos que nos oferta el mercado son buenos para nuestra salud, y aunque son productos de excelente calidad muchas veces no aportan mucho a nuestro bienestar.

Es el caso de los productos naturales (frutas y hortalizas), encontramos gran variedad de ellos en la agricultura son recomendados por que aportan vitaminas y proteínas, pero en realidad en ocasiones al mezclar la mayoría de las frutas que generan malestares, ya que no todas las personas que los consumen son personas hipoglicemia, diabetes , recordemos que en la elaboración de estos productos (ensaladas de frutas y batidos) la crema de leche en las ensaladas y el dulce adicional como helado salada de mora o miel.

Considerando todos estos problemas digestivos y de sangre originados en el consumo de productos derivados de azúcar natural y artificial, encontré una oportunidad de negocio que va dirigida a todas aquellas personas que presentan estas molestias, ya que son ellas quienes tendrán la posibilidad de encontrar en nuestros productos un sustituto que si sea aceptado por su organismo.

Para este proyecto nuestro producto sustituto estará constituido principalmente por una consulta con una carta de como mezclar las frutas sin hacer daño a su salud, partiendo de una investigación con nutricionista guiándonos y tener mayor conocimiento de sus componentes, propiedades y beneficios para la salud, y de igual manera identificaremos el segmento del mercado al cual será ofertado el producto.

[Escriba aquí]

Clientes específicos

La población que habita el sector de Engativá Pueblo localidad 10 que pertenece a estratos 2 y 3. Estas personas residen en casas o apartamentos. Son personas jóvenes y adultas, los cuales tienen gran participación dentro de la frutería “Las Delicias de Samy”, ya que son ellos quienes poseen mayor preocupación por su salud, y aspecto físico.

Tipo de empresa

La frutería “Las Delicias de Samy” S.A.S es una empresa constituida en una sociedad por acciones simplificada, productora y comercializadora de ensaladas de frutas clasificada dentro de la categoría de las Pymes como una microempresa por que cuenta con menos de 10 empleados.

Así mismo, se encuentra dentro de la Clasificación internacional de actividades económicas (CIIU): Código: 1500 Concepto: “Elaboración de productos alimenticios y bebidas – 1521” Concepto: “Elaboración alimentos compuestos principalmente de frutas, legumbres y hortalizas”.

[Escriba aquí]

Como también hace parte del Registro Sanitario INVIMA: Resolución 15.789 de 1.984 Ministerio de Salud, Registro sanitario de alimentos y bebidas alcohólicas y/o renovación registro sanitario de alimentos y bebidas ALCOHOLICAS.

Dentro de los requisitos para el establecimiento se necesita expedir un permiso para el funcionamiento del servicio de Música y TV, de acuerdo a la ley de Sayco y Acinpro.

Afiliaciones al Sistema General de Seguridad Social: URL mi planilla.

1.1.Características:

- Se crea mediante contrato o acto unilateral que constará en documento privado.
- Se constituyen por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.
- Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
- Su naturaleza siempre será comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social.
- Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.
- Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.
- El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen

en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

- Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

1.2.Requisitos

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Identidad estratégica

La FRUTERIA LAS DELICIAS DE SAMY S.A.S es una empresa dedicada a la comercialización de ensaladas de frutas de excelente calidad con asesoría para poder consumir las ensaladas saludables mezclando frutas propicias sin causar daño en la salud precios razonables contribuyendo con una alimentación sana y balanceada de los consumidores para los residentes del sector de Engativá de la ciudad e Bogotá, brindando un producto nutritivo y saludable, sin olvidar la parte nutricional de las personas.

[Escriba aquí]

Misión

Nuestra misión como empresa “LAS DELICIAS DE SAMY” es complacer a los clientes con nuestros productos de calidad y con un buen servicio.

Somos una empresa que nace de mutuo acuerdo familiar con el fin de poder compartir más tiempo en familia, ofreciendo productos de la mejor calidad, sin causar daño en la salud y con precios competitivos en el mercado buscando generar un impacto positivo en los clientes en el sector de la localidad de Engativá.

Visión

2. En el 2021 seremos líderes en la venta de productos saludables a base de frutas, y así mismo su demanda con grandes beneficios para la salud, tomando siempre como base la calidad y las necesidades del cliente como fuente de inspiración para nuevas líneas de producto.
3. Permitiendo un 40% en la demanda total, contando con un local acorde a las necesidades de los consumidores.

[Escriba aquí]

Descripción del negocio

“**LAS DELICIAS DE SAMY**” es una microempresa constituida como sociedad **SAS** la cual nace de mutuo acuerdo familiar, esto con el fin de poder compartir más tiempo en familia, ofreciendo productos alimenticios manufacturados para brindar ensaladas de frutas, jugos naturales y batidos, con asesoría en como consumir las ensaladas mezclando las frutas sin causar daño en la salud, cremas y quesos de alta calidad con precios competitivos en el mercado que busca impactar y ser reconocidos por la calidad sus preparaciones y promociones mensuales en el sector de la localidad de Engativá.

Valores:

Cercanía y amabilidad: En la Frutería LAS DELICIAS DE SAMY entendemos que el comercio minorista tiene y debe estar al lado de los clientes y vecinos. Unos de los principales aspectos diferenciadores de los demás es nuestro trato con ellos.

Empatía: La Frutería LAS DELICIAS DE SAMY no solo establece una relación vendedor-cliente sino que intentamos ponernos en el lugar del cliente para poder ofrecerle un mejor servicio.

[Escriba aquí]

Transparencia: Lo que se ve al entrar en la Frutería LAS DELICIAS DE SAMY es lo que hay. Buena imagen del local, buena calidad en sus productos y profesionalidad en sus vendedores.

Compromiso: Los dependientes de la Frutería LAS DELICIAS DE SAMY, independientemente de su nivel de responsabilidad tienen un elevado grado de implicación con el negocio colaborando así al éxito del mismo. Excelencia en el servicio: **en la Frutería LAS DELICIAS DE SAMY no nos vale un trato agradable con el cliente. El trato tiene que ser el mejor para que el grado de satisfacción de nuestros clientes sea el máximo.**

Sugerencias

- Establecer el nicho de mercado para el producto garantizando correctos canales de distribución.
- Promover el consumo de productos sustitutos a base frutas y hortalizas, para mejorar la alimentación de la población, siempre teniendo como precepto la calidad de nuestros productos y buscando que nuestros consumidores nos recuerden por tener una ensalada y batidos sanos, deliciosos y así logra posicionar la marca en el mercado.
- Generar conciencia con respecto a las diferentes posibilidades que brinda el mercado para el consumo de productos saludables que ayuden con la digestión.
- Realizar un estudio de mercado para cada uno de nuestros productos de ensaladas de frutas y batidos.
- Crear la empresa de producción y comercialización de ensaladas de la mejor calidad con las mejores materias primas de las frutas.

Pestel

Actualmente existe en el mercado bastantes empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos derivados por de las frutas como pueden ser las fruterías. Dentro de nuestra investigación evidenciamos que ante la Superintendencia de Sociedades existen registradas más de 1000 empresas que se dedican a la elaboración de productos, comercialización de venta de estos productos en Colombia.

Política

Para este tipo de proyecto hay que dirigirse a la Ley 590 del 10 de julio del 2000, la cual fue establecida por el Congreso de Colombia. Esta Ley habla acerca de las disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

El objetivo de esta Ley es la siguiente:

- Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas teniendo en cuenta los beneficios que aportan tanto para sociedad como para el país
- Estimular la formación de mercados, en donde se tenga la posibilidad de una mayor participación.
- Inducir mejores condiciones en cuanto al entorno institucionales trata
- Promover dotación de factores como lo son la materia prima, la capacitación y los préstamos financieros

[Escriba aquí]

- Estimular el sector campesino para que se interese por la PYMES y de este modo pueda progresar.

Económico

- Los tratados de Libre comercio que se han suscrito actualmente con los distintos países a nivel mundial: México, Salvador, Guatemala, Honduras, Chile, Canadá, Estados Unidos, Venezuela y los acuerdos con MERCOSUR, CAN, AELC, CARICOM, son igualmente importantes para el crecimiento económico del país y tienen influencia directa con los índices de productividad en el sector agrícola.
- Debido a las condiciones climáticas del país, existe una gran variedad de frutas y hortalizas, lo que permite ofrecer una amplia gama de productos a nivel nacional.

Social

- Según el cálculo de pro colombina, Colombia es el tercer país de Latinoamérica con mayores hectáreas de frutas, para nivel Bogotá se tiene que más de 200 empresas dedicadas al cultivo de frutas 10 de son multinacionales.
- Según un estudio efectuado por el departamento técnico de la Asociación Hortofrutícola de Colombia, Asohofrucol, el consumo promedio per cápita año de frutas en Colombia llega a los 40 kilos para 2007, cuando la Organización Mundial de la Salud, OMS, recomienda 120 kilos.

- Una de las mejores ventajas de vivir en Colombia es la diversidad de frutas que se encuentran. Hay frutas de las que uno si siquiera ha escuchado hablar y que no se asemejan a nada que se haya visto antes.

Tecnológico

- La Ley 29 de 1990 y los Decretos Ley 393, 585, y 591 de 1991 fortalecen el apoyo científico y tecnológico en Colombia. Además, en la Constitución Política en el Artículo 70 y 71 estableció que...”el estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura en igualdad de condiciones....creará incentivos para personas e instituciones que desarrollen y fomenten la ciencia y la tecnología...”
- CIMMYT, CIAT, CORPOICA y el ICA, son entidades determinantes para el acompañamiento y el aporte en el sector agrícola de nuevas tecnologías y seguimiento en pruebas de campo.

Ecológico

- La adopción de la biotecnología le ha facilitado la vida a los agricultores, pero su misión fundamental la cual es la de aumentar los rendimientos, no ha sido posible pese a lo que anuncian los líderes de este sector, debido a su enfoque sobre aspectos defensivos y no propositivos de los sistemas agrícolas. Los transgénicos evitan las fumigaciones con pesticidas y algunos fertilizantes químicos para la emisión de gases tóxicos al medio ambiente, el uso sostenible de la biodiversidad y la genética, generando alguna influencia positiva para el medio ambiente.

Fuerza de porter

Si realizamos un estudio de las empresas que están mayores posicionadas en el mercado con los productos de ensaladas de frutas y los batidos encontramos que FRUTERIAS PATTY se posiciona en el número uno seguida de JUGOS COSECHAS. FRUTERIAS PATTY es reconocida no solo por sus productos ensaladas de frutas sino por sus combos de desayunos saludables, en el momento llevan 35 años en el mercado y cuentan con 6 puntos de ventas oficiales. JUGOS COSECHAS Éxito de una franquicia que llega a Colombia a finales del 2012 y actualmente se encuentra distribuida por todo el país, teniendo acogida en el país ya que ofrecen Batidos jugos naturales, Smoothies (Granizado de frutas y hortalizas). Hoy ya cuentan con 524 puntos de venta en todo el territorio colombiano, las regiones de mayor cobertura son Antioquia, Cundinamarca – Bogotá y el Valle del Cauca con mayor cobertura.

Hemos observado que las frutas y hortalizas es el producto que más se comercializa en el país por esta razón las empresas grandes del mercado toman su posición en ventajas sobre este dado que utilizan una serie de estrategias de precios y promociones afectando así a los pequeños empresarios.

NUEVAS ENTRADAS

El cambio de los hábitos alimenticios de las personas, hacen que la industria este en un cambio constante para satisfacer las necesidades del consumidor, por ello la frutería tiene mayor entrada a nuevos competidores por ello se debe innovar y realizar mejoras continuas al producto.

PROVEEDORES

La mayoría de los ingredientes necesarios para realizar las ensaladas y los batidos son productos básicos como lo son: las frutas, hortalizas etc. Así que los insumos de estos productos no tienen ningún poder de negociación sobre la fijación de precios por este motivo; los proveedores de esta industria son relativamente débiles.

COMPETENCIA DE MERCADO

La competencia de la industria de las ensaladas de frutas y batidos puede ser clasificada como un Fruterías patty y Jugos cosechas. La cuota de mercado de otros competidores es demasiado grande por la guerra de precios, el las ensaladas y batidos de las delicias de samy, obtiene ventaja por su valor de venta ya que es más bajo y una mayor cantidad de contenido.

CLIENTES

Los clientes de esta industria tienen el poder de negociación, ya que la fuente principal de los ingresos del mercado de las ensaladas, llegan por medio de los puntos fijos que se encuentran en Corabastos, supermercados y expendedores de alimentos etc. Por la gran variedad de frutas y hortalizas en el mercado los clientes tienen el poder adquisitivo de tomar la

SUSTITUTOS

La competencia de las grandes marcas y sus productos han hecho que existan gran variedad, por esta razón la Frutería las delicias de Samy cuenta con sustitutos, pero no son 100% naturales en la producción, para protegerse de las competencias brinda el 100% de frutas hortalizas de calidad y productos lácteos de igual manera.

Marco legal

Para este tipo de proyecto hay que dirigirse a la Ley 590 del 10 de julio del 2000, la cual fue establecida por el Congreso de Colombia. Esta Ley habla acerca de las disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

El objeto de esta Ley es la siguiente:

- Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas teniendo en cuenta los beneficios que aportan tanto para sociedad como para el país
- Estimular la formación de mercados, en donde se tenga la posibilidad de una mayor participación.
- Inducir mejores condiciones en cuanto al entorno institucionales trata.
- Promover dotación de factores como lo son la materia prima, la capacitación y los préstamos financieros
- Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y la competitividad.
- Coayudar a las micro, pequeñas y medianas empresas a crear alianzas estratégicas entre la entidad privada y la entidad pública.
- Estimular el sector campesino para que se interese por la PYMES y de este modo pueda progresar.

Registro Sanitario INVIMA

REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y/O

RENOVACIÓN REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS

(Resolución 15.789 de 1.984 Ministerio de Salud.

Se reglamenta las características organolépticas físico químico y microbiológico de las mermeladas y jaleas de frutas

Artículo 41. OBLIGATORIEDAD DEL REGISTRO SANITARIO. Todo alimento que se expenda directamente al consumidor bajo marca de fábrica y con nombres determinados, deberá obtener registro sanitario expedido conforme a lo establecido en el presente decreto.

Artículo 42. COMPETENCIA PARA EXPEDIR REGISTRO SANITARIO. El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA expedirá los registros sanitarios para los alimentos.

PARÁGRAFO 1. El INVIMA podrá delegar en algunas entidades territoriales, la expedición de los registros sanitarios, conforme al resultado de la demostración que hagan los entes territoriales de salud, sobre la correspondiente capacidad técnica y humana con que cuenten para el ejercicio de la delegación

[Escriba aquí]

Artículo 44. VIGENCIA DEL REGISTRO SANITARIO. El registro sanitario tendrá una vigencia de 10 años, contados a partir de la fecha de su expedición y podrá renovarse por periodos iguales en los términos establecidos en el presente decreto.

Artículo 45. SOLICITUD DEL REGISTRO SANITARIO. Para la obtención del registro sanitario el interesado debe presentar los documentos que se señalan para cada caso.

PARA ALIMENTOS NACIONALES¹. Formulario de solicitud de registro sanitario en el cual se consignará la siguiente información:

- Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre, se solicita el registro sanitario y su domicilio
- Nombre o razón social y ubicación del fabricante
- Nombre y marca(s) del producto.
- Descripción del producto.

1. Certificado de existencia y representación legal del interesado, cuando se trate de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de persona Natural.

2. Certificado de existencia y representación legal o matrícula mercantil del Fabricante, cuando el alimento sea fabricado por persona diferente al

Interesado.

3. Recibo de pago por derechos de registro sanitario establecidos en la ley.

[Escriba aquí]

Retos de producto (DOFA)

La frutería Las Delicias de Samy a partir de las debilidades encontradas en la matriz DOFA identifica los retos que tiene el producto, estos son:

1. Falta de conocimiento de las características nutritivas de las frutas y hortalizas.
2. Recursos insuficientes para la industrialización del producto.
3. Poca maquinaria para la elaboración del producto
4. Muy baja demanda de consumidores del producto a base de fruta y hortalizas.

FUERZAS INDUCTORAS:**OPORTUNIDADES:**

1. Mercado sin explorar.
2. Campañas publicitarias.
3. Crecimiento en el mercado por ser un producto de alto contenido nutricional.

FORTALEZAS:

1. Diversidad de sabores.
2. gran aporte nutricional.
3. Precio más accesible.
4. Producto surtido de la ensalada de fruta y batido tradicional.
5. Producto de origen natural.

FUERZAS OPOSITORAS:**AMENZAS:**

1. Resistencia al cambio entre productos convencionales y nuevas propuestas.
2. Competencia directa de las grandes marcas.
3. Factores climáticos que afectan la producción, algunas de las frutas y las hortalizas.
4. Poca demanda del producto por desconocimiento de alternativas saludables

DEBILIDADES:

1. Falta del conocimiento de las características nutritivas de las frutas y hortalizas.
2. Recursos insuficientes para la industrialización del producto.
3. Poca maquinaria para la elaboración del producto.
4. Muy baja demanda de consumidores de productos a base de frutas y hortalizas.

| No Estrategia | Opositoras | Inductoras | Estrategia |
|---------------|-------------|---|--|
| 1 | | <p>FORTALEZA (F1)</p> <p>OPORTUNIDAD (O2)</p> | <p>Por medio de la variedad de sabores en nuestras ensaladas saludables, podemos darlas a conocer a través de campañas publicitarias</p> |
| 2 | | <p>FORTALEZA (F3)</p> <p>OPORTUNIDAD (O4)</p> | <p>Brindando precios económicos y promociones, genera crecimiento en el mercado por el alto contenido nutricional.</p> |
| 3 | AMENAZA(A2) | FORTALEZA(F1) | <p>Por medio de la variedad de sabores en nuestras ensaladas saludable y</p> |

[Escriba aquí]

| | | | |
|---|----------------|-----------------|---|
| | | | batidos, enfrentamos una competencia directa con grandes marcas |
| 4 | AMENAZA(A4) | FORTALEZA(F4) | La ventaja de nuestro producto tiene variedad de frutas para escoger, lo que hace que los clientes no tengan conocimiento de nuevas mezclas de ingredientes los cuales son muy saludables |
| 5 | DEBILIDAD (D3) | OPORTUNIDAD(O4) | Se presenta una debilidad al no contar con buena maquinaria para mejorar los tiempos de entrega de |

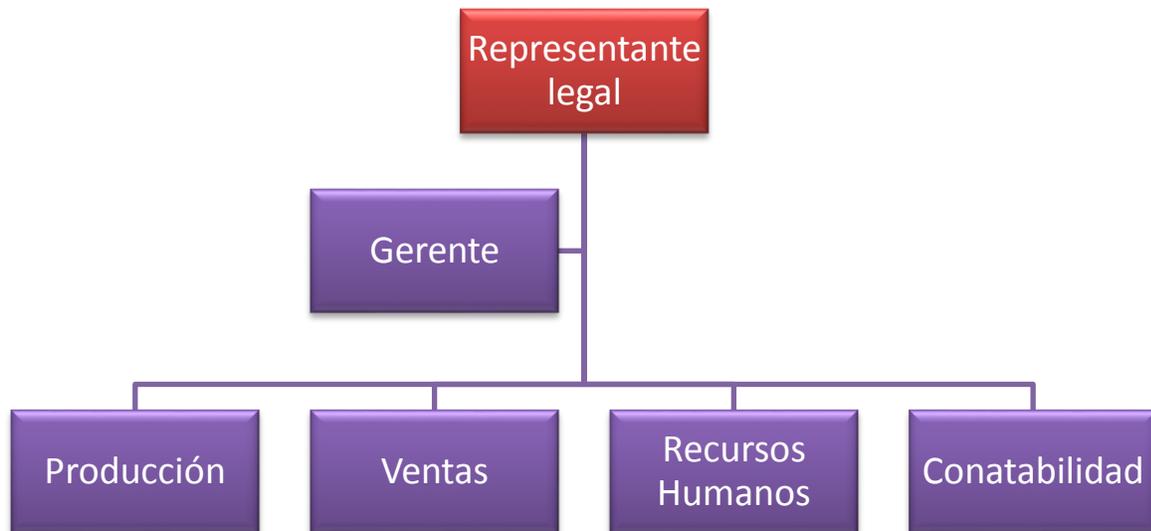
[Escriba aquí]

| | | | |
|---|----------------------------------|------------------|---|
| | | | productos, lo positivo es el crecimiento en el mercado por se un producto saludable |
| 6 | AMENAZA (A1) | OPORTUNIDAD (O2) | Los cambios de productos convencionales y nuevas propuestas , ayudan a generar e impactar el mercado con nuevas campañas |
| 7 | DEBILIDAD (D2) AMENAZA (A2) | | La falta de recursos nos afecta para impactar fuertemente el mercado, también nos golpea la competencia directa de las grandes marcas |
| 8 | DEBILIDAD (D1) AMENAZA (A 4) | | El conocimiento bajo que se tiene de los |

[Escriba aquí]

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | nutrientes que tiene las frutas y las hortalizas, genera poca demanda por el producto y los beneficios saludables que tienen |
|--|--|--|--|

Estructura organizacional



[Escriba aquí]

Representante Legal

Registrar la firma ante notaria mediante escritura pública, para que sea el quien represente a la empresa en aspectos legales y de contratación.

El representante está facultado para celebrar y ejecutar actos y contratos que tenga que ver directamente con el objeto social de la compañía.

El propósito básico del cargo de gerente, consiste en liderar los objetivos y políticas organizacionales, planear las estrategias tanto administrativas como comerciales, controlar la ejecución de procesos administrativos, los recursos físicos y económicos de la empresa, todo esto encaminado a lograr los objetivos de la misma teniendo en cuenta la prestación de un servicio de calidad que satisfaga las necesidades del cliente.

Responsable de producción

Bajo su responsabilidad recaerá todo lo relacionado con el área de producción, entre otras cosas la recepción de insumos, control de los procesos productivos coordinación de las personas que a su cargo tenga, gestión de almacenamiento y salida del producto terminado.

[Escriba aquí]

Representante de ventas

El representante de las ventas exteriores de la compañía tendrá como tareas principales, la identificación de clientes potenciales, los cuales contactara y visitara de manera periódica para ofrecer el producto, de igual manera debe mantener las relaciones entabladas con los clientes.

Indicar precios, condiciones de crédito o de contratos, garantías, fechas de entrega y otras especificaciones de oferta, y preparar contratos de venta para los pedidos recibidos.

Manejar las quejas de clientes y resolver cualquier problema y mantener registros de clientes y ventas.

Director de recursos humanos

Sus funciones principales están encaminadas a anticiparse de forma proactiva a las necesidades de la organización para disponer de las personas adecuadas en tiempo y plazo.

Gestionar los procesos relacionados con la incorporación, mantenimiento y desvinculación de las personas de la compañía así como la Identificar los perfiles que deberán tener estas personas así como determinar cuáles deben ser los sistemas de retribución más competitivos Establecer las características del desempeño y evaluar “el que y el como” mediante las evaluaciones de desempeño.

[Escriba aquí]

Jefe de contabilidad

Elaboración de cuentas anuales y cierre del ejercicio, así como la elaboración de la información que servirá de soporte para la preparación del presupuesto.

Elaboración de informes de la evolución de los estados contables para la Dirección.
Realización de conciliaciones bancarias. Gestión, control y conformación de facturas de proveedores y acreedores. Pagos de seguridad social y nómina de los trabajadores.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL FRUTERIA LAS DELICIAS DE SAMY**Representante legal y Socio.**

De acuerdo con la anterior información se relaciona a continuación la información de la estructura organizacional de la frutería, los socios, el capital aportado por cada uno y así mismo se determina el representante legal.

Socio N° 1 Elizeloth Hurtado Acosta C.C 52.913.358 de Bogotá

Capital inicial aportado \$3.000.000

Socio N° 2 José Alberto Prieto Castiblanco C.C. 80.173.761. de Bogotá

Capital inicial aportado \$5.000.000

Definición del representante legal y Gerente

Elizeloth Hurtado Acosta C.C 52.913.358 de Bogotá

[Escriba aquí]

Investigación de mercado

Sabemos que hoy en día nuestro organismo ha sufrido diversos cambios por los químicos que se utilizan en los alimentos, por esta razón y pensando en las próximas generaciones, deseamos dar a conocer nuestro producto; con las ensaladas de frutas y batidos natural elaborado a base de soya el cual por ser natural y por las propiedades que tiene las frutas y hortalizas, se convierte en un producto amigable con sistema digestivo.

Según los estudios estadísticos realizados por la administración distrital 1.009.527 habitantes y Engativá con 836.124 habitantes.

Tipo de diseño

Se utilizará la investigación descriptiva ya que he estudia las variables de marketing ayudando a determinar las actitudes de los clientes, sus intercepciones y comportamientos, adicional el número de la competencia que se tienen y las estrategias del mercado a manejar.

Fuentes primarias

Ya que por este método se puedo evidenciar las debilidades y fortalezas que tiene el negocio o de las ensaladas de frutas. en la muestra no formal que se obtiene en la población de la localidad de Engativá

[Escriba aquí]

Tipos de recolección de datos

Primarias

Encuestas-cuantitativa

Se utiliza la encuesta e investigación cuantitativa ya que nos brinda resultados del nicho de mercado, porcentajes y obtención de información sobre las preferencias del producto que el cliente le gustaría recibir.

Técnicas de investigación de mercados

La técnica de investigación utilizada para el proyecto es una encuesta On-line <https://www.onlineencuesta.com/s/30f01ea> en donde nuestros encuestados dieron respuesta a nuestras inquietudes para obtener los datos exactos de nuestro nicho de mercado. Además es más accesible para las personas y no es necesaria la utilización de papel lo que ayuda al medio ambiente.

[Escriba aquí]

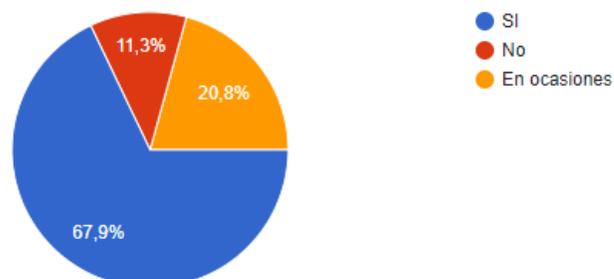
Muestra del mercado

Se realizaron 53 encuestas online a diferentes sectores económicos donde se evidencio la población, los rangos de edades, el sector económico donde fue más contestada la encuesta y además como le gustaría recibir el producto. (<https://www.onlineencuesta.com/s/30f01ea>

| PREGUNTA | RESPUESTA | No Respuestas | Porcentaje | Total porcentaje |
|---|---------------|---------------|------------|------------------|
| ¿ Habitualmente consume frutas? | Si | 12 | | 100% |
| | No. | 41 | 23% | |
| ¿ Le gusta consumir Ensaladas de Frutas? | En ocasiones | 11 | 21% | 100% |
| | No | 6 | 11% | |
| | Si | 36 | 68% | |
| Entre los productos que a continuacion menciono ¿Cuál es su favorito? | Batidos | 5 | 9% | 100% |
| | Ensaladas de | 13 | 25% | |
| | Helados | 7 | 13% | |
| | Jugos Natural | 15 | 28% | |
| | Postres | 6 | 11% | |
| Sabia que no todas las frutas se pueden mezclar simultaneamente en la alimentacion, pues producen reacciones | No | 25 | 47% | 100% |
| | Si | 28 | | |
| Si encuentra una fruteria donde se le informara en la carta el tipo de combinaciones saludables ¿ Tendria para usted un valor agregado? | No | 8 | 15% | 100% |
| | Si | 45 | 85% | |
| ¿ Estaria dispuesto a pagar mas dinero por un producto que no daña su salud ? | No | 12 | 23% | 100% |
| | Si | 41 | 77% | |

53 respuestas

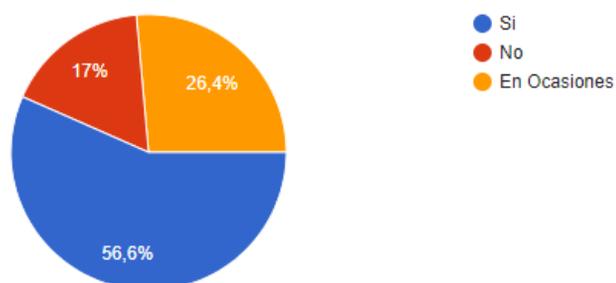
1. ¿Habitualmente consume Frutas?



[Escriba aquí]

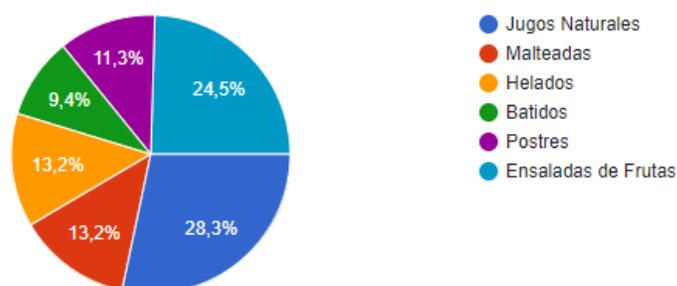
Análisis: De las encuestas realizadas, el 21% de los encuestados indica que en ocasiones consume fruta y el 68% lo consume habitualmente tendiendo así a que el 11% no consuma fruta.

2. ¿Le gusta consumir ensaladas de frutas?



Análisis: en este análisis se tiene una variable del mas de 57 % que las personas consumen ensaladas de frutas y el 44 % en que ocasiones consume y en otros no.

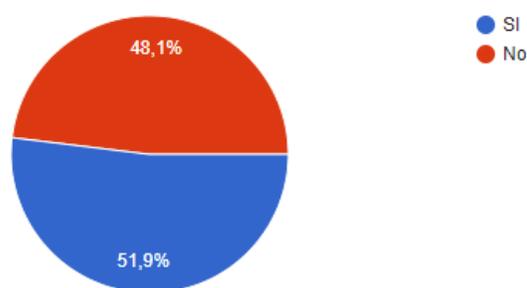
3. Entre los productos que a continuación menciono ¿Cuál es su favorito?



[Escriba aquí]

Análisis: en la encuesta realizada se evidencia que las ensaladas de frutas son las preferidas por los consumidores, seguido de los jugos naturales y las malteadas.

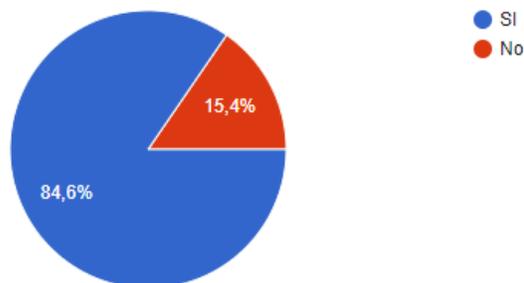
4. ¿Sabía que no todas las frutas se pueden mezclar simultáneamente en la alimentación, pues producen reacciones químicas perjudiciales para el organismo?



Análisis: es una variable de las cuales un 50% indica saber que las frutas mezcladas pueden ser tóxicas para la salud y el 48% no tiene información sobre ello.

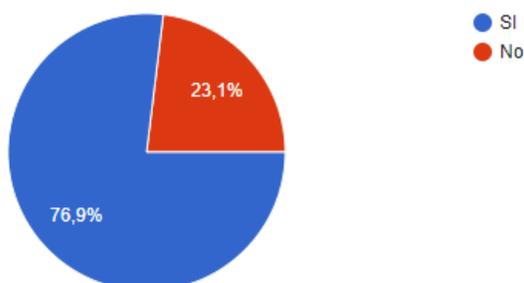
5. Si encuentra una frutería donde se le informará en la carta el tipo de combinaciones saludables ¿Estaría más tranquilo al visitarla?

[Escriba aquí]



Análisis: las personas responden al si un 85% sobre si se él informa la combinación de frutas saludables y el 15% indica que de igual forma lo realizaría.

6. ¿Estaría dispuesto a pagar más dinero por un producto que no daña su salud?



Análisis: de la encuesta realizada las 53 personas informaron que el 77% estarían dispuestos a pagar por un producto saludable para la salud y el 23% indica que no.

[Escriba aquí]

Sugerencias

- Establecer el nicho de mercado para el producto garantizando correctos canales de
-
- distribución.
- Promover el consumo de productos sustitutos a base frutas y hortalizas, para mejorar la alimentación de la población, siempre teniendo como precepto la calidad de nuestros productos y buscando que nuestros consumidores nos recuerden por tener una ensalada y batidos sanos, deliciosos y así logra posicionar la marca en el mercado.
- Generar conciencia con respecto a las diferentes posibilidades que brinda el mercado para el consumo de productos saludables que ayuden con la digestión.
- Realizar un estudio de mercado para cada uno de nuestros productos de ensaladas de frutas y batidos.
- Crear la empresa de producción y comercialización de ensaladas de la mejor calidad con las mejores materias primas de las frutas.

Conclusiones

A partir del presente estudio de mercado se pudo identificar que las debilidades y amenazas, están enfocadas principalmente a los aspectos económicos de capacitación, de competencia por lo que es importante tener en cuenta y aprovechar que hay un mercado sin explorar al que se le puede mostrar diversidad de sabores enfocadas en los buenos hábitos alimenticios, con un precio asequible. Adicionalmente contar con modelos de capacitación constante para los trabajadores permitirá, que el valor agregado que se da al entregar la información nutricional de cada fruta, sea el correcto y motive a los consumidores a regresar al punto.

Por otra parte se debe tener en cuenta la competencia no como amenaza sino como una oportunidad en la que los usuarios pueden comparar, los productos ofrecidos **Las delicias de Samy**, su sabor, precio, factores adicionales que permitirán la fidelización de cada uno de los consumidores.

Para el crecimiento de la frutería es indispensable hace uso de diferentes estrategias de marketing, tanto convencionales (volantes, perifoneo, voz a voz), como digitales para dar conocer los productos sus beneficios y las promociones que se realicen, estas promociones deben ser constantes y variadas para generar dinamismo en las diferentes formas en las que se consumen los productos.

[Escriba aquí]

Bibliografía

Bogotá, C. d. (2017). Herramientas virtuales para tu empresa. Obtenido de Herramienta ficha técnica:

<https://sites.google.com/site/salpifrut/mision-y-vision>