

OPCION DE GRADO 2

NATUFRUITS

DIANA PEDRAZA
JHON PRADA
MIGUEL ANGEL PINEDA





MARCO LEGAL

La empresa Natufruits debe estar constituida por una persona natural e inscribirla ante la cámara de comercio de Bogotá para obtener el registro único tributario

También tenemos que estar regulados por el instituto nacional de vigilancia INVIMA y tenemos que tener un concepto favorable otorgado por la oficina de saneamiento que emite el Hospital centro Oriente de igual manera tener las credenciales de manipulación de alimentos

El registro de la marca Natufruits se debe realizar ante la superintendencia de industria y comercio

En el marco legal para la producción y comercialización de productos alimenticios en Colombia es regulada por el instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA

En el caso de NATUFRUITS manejara un concepto sanitario favorable esta es una orden acerca de la manipulación de alimentos otorgado por la oficina de saneamiento que emite el hospital Centro Oriente entidad encargada de regular los establecimientos en la localidad de Santa fe y Candelaria. De igual manera los operarios que intervienen directamente con el producto deben tener carnet de manipulación de alimentos la cual es exigida por la entidad.

Autorización de Rotulado General y Nutricional: Resolución 5109/2005, Resolución 333/2011 (SEGÚN ÁMBITO DE APLICACIÓN) O NORMA VIGENTE

Expedición de certificados de aceptación de Certificados en Buenas Prácticas de Manufactura de que trata el Decreto 162 de 2004. código 4047 275,782.00

- Solicitar el concepto a bomberos
- Registrar la empresa ante la DIAN
- Ministerio de la protección social
- Cámara y comercio de Bogotá
- Registro sanitario

<https://www.invima.gov.co/listado-de-tramites-invima.html>

<http://www.esecentrooriente.gov.co/>

Estos serían todos los documentos que necesitamos para empezar nuestra empresa de jugos naturales NATUFRUITS para empezar a ejercer nuestras operaciones y mostrar nuestro producto de calidad.

Misión

Natufruits es una empresa que se dedica a la producción de jugos naturales elaborados a base de frutas y hortalizas para satisfacer la necesidad y gusto de los clientes , con el fin de promover los valores e importancia de cuidado de la salud por medio del consumo de alimentos que contienen grandes beneficios, siendo distribuido a través de distintos puntos de venta ubicados estratégicamente y contando con un amplio, innovador y capacitado equipo de trabajo humano y material, brindando así la mejor calidad, precio y sabor de los productos a cada uno de los consumidores

Visión

Para el 2022 la empresa JUGOS Natufruits será la empresa líder en el mercado de bebidas saludables a base de frutas y hortalizas de la ciudad de Bogotá en el procesamiento de bebidas y promoción de un estilo de vida a través de alimentos saludables, siendo una marca diferenciadora por la innovación, el procesamiento, la calidad y por el equipo humano capital y material para así brindar día a día los mejores servicios y productos a cada uno de los consumidores logrando la satisfacción del cliente.

FORTALEZAS

- Experiencia como nuevo emprendedor en Administrar un negocio en la Industria alimenticia.
- Excelente servicio al cliente como Factor diferenciador de muchos Establecimientos de la industria de jugos preparados al instante.
 - Permitir que el negocio Cuenten con detalles innovadores como es la atención variedad de productos
- Un ambiente agradable y acogedor.
 - Servicio rápido.
- Ofrecer un producto 100% natural sin conservantes ni adictivos con bajo contenido en azúcar y grasas para incursionar con la nueva tendencia que es una alimentación saludable
- Tenemos la opción de ofrecer una bebida personalizada
- Capacitación constante para ofrecer un

DEBILIDADES

- No contamos con una fuente de Financiamiento seguro por ser un negocio nuevo que va a salir al mercado competitivo
 - Conocimiento relativamente Escaso de la cultura colombiana porque no sabemos que piensan de la comida saludable
 - Sólo posee una sucursal.
- Desconocimiento inicial de nuestros productos
- Competencia en el mercado de productos similares que brindan casi el mismo beneficio
- Somos una empresa nueva.
- Tenemos niveles de escala muy pequeños
- El mercado de bebidas es muy saturado.

➤ Mejor servicio

- Productos de calidad establecidos desde la compra de materia prima hasta la elaboración
 - Los precios son accesibles
- Proceso de fabricación poco complejo

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El consumo de alimentos ➤ Saludables y que brinde un beneficio a largo plazo, la práctica de Deportes y otros aspectos Relacionados con el cuidado de la Salud está cobrando auge en la Sociedad colombiana ➤ Poca competencia de ese tipo de Negocios. ➤ Existen pocas empresa que Ofrecen jugos que combinen Frutas y hortalizas, y que a la par Ofrezca opciones de alimentos Saludables. ➤ Situación económica estable ➤ Atraer a los clientes tradicionales a cambiar por un producto 100% natural que beneficia su salud y en cual él pueda preparar según sus gustos y necesidades ➤ Captar amplia de clientes potenciales ➤ El producto va dirigido a todo público 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clientes fieles a la competencia. ➤ La competencia directa tiene el Respaldo de ser una franquicia. ➤ Resistencia a probar algo Nuevo. ➤ Surgimiento de empresas Similares. ➤ Ofrecer otro tipo de producto cuando hay crisis en la economía o hallan paros que puedan afectar con nuestro negocio ya que todos los productos son naturales y perecederos y muchas veces se ponen escasos o tienen un costo alto ➤ Es el clima porque es cambiante y muchos productos nunca están en cosechas o el producto sale de mala calidad ➤ Nuevos competidores en el mercado de jugos naturales

- La cultura de consumir productos que cuiden la salud
- Que manejamos frutas que ayudan que son muy importantes en el consumo a diario
- Tenemos variedad de frutas en nuestro país y eso nos ayuda con la fabricación de nuestro producto

- Competencia indirecta sitios donde vendan jugos naturales a menor precio
- Crisis económica a nivel regional y nacional
 - Acceso a créditos bancarios

DEBILIDADES	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> No contamos con una fuente de Financiamiento seguro por ser un negocio nuevo que va a salir al mercado competitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Buscar un método de financiamiento para obtener ingresos y poder tener la materia prima 	<ul style="list-style-type: none"> Encontraremos un centro de financiación en el cual nos presten dinero. Buscar diferentes maneras de generar ingresos a la compañía. 	<p>Año 2017 en el mes de octubre</p>
<ul style="list-style-type: none"> Conocimiento relativamente escaso de la cultura colombiana porque no sabemos que piensan de la comida saludable 	<ul style="list-style-type: none"> Tener resultados de personas que les gusten las bebidas saludables Reconocer todos los parámetros de la alimentación saludable colombiana. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas para las personas Buscar las segmentación de clientes naturistas Obsequiar bebidas gratuitas y explicar lo saludable que son nuestras bebidas para el cual todos lo consuman de acuerdo a la segmentación de clientes. 	<p>Año 2017 en el mes de agosto</p>

DEBILIDADES	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
Sólo posee una sucursal	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliarnos en el mercado con bebidas innovadoras de sabor enfocándonos en lo natural. • Montar una plataforma donde las personas nos identifiquen 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar métodos de establecimientos para nuestro mercado • contratar varias persona que nos colabore con la plataforma 	Año de 2017 en el mes de octubre
Competencia avanzada en herramientas más modernas	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr tener herramienta iguales y mejores que la competencia, 	<ul style="list-style-type: none"> • Planteamiento e investigación de maquinaria moderna • Buscar el dinero para poder realizar la compra de las herramientas adecuadas. 	Año de 2017 en el mes de agosto

<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en el mercado de productos similares que brindan casi el mismo beneficio 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzar productos innovadoras con mejores sabores que la competencia no tenga ya que así aumentaría de la demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar estrategias de mercado para mejorar la demanda competitiva. • Acercarse a un nicho mercado y mostrarle nuestro producto que 	Año de 2017 en el mes de noviembre
--	---	---	------------------------------------

		tan buena calidad tiene.	
FORTALEZAS	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> Experiencia como nuevo emprendedor en Administrar un negocio en la Industria alimenticia. 	<ul style="list-style-type: none"> administradores capacitados para que no afecte los costos y la operación. De la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Capacitación al personal. Seguimiento en la operación para el cual no se vaya a afectar la empresa 	<p>Año 2017 mes de agosto</p>
<ul style="list-style-type: none"> Excelente servicio al cliente como factor diferencial de cantidad de establecimientos de la industria de jugos preparados al instante. 	<ul style="list-style-type: none"> Buen servicio al cliente identificando las necesidades de aquellos. Clientes satisfechos de nuestro servicio destacando opiniones positivas 	<ul style="list-style-type: none"> Atraer clientes Cada día mejorar el servicio para no perder nuestra clientela 	<p>Año 2017 mes de noviembre</p>
<ul style="list-style-type: none"> permitir que la empresa cuente con detalles innovadores como es la atención variedad de productos 	<ul style="list-style-type: none"> Posicionarnos en el ámbito alimenticio como uno de los mejores exponentes por nuestro producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas a la población para conocer las necesidades de los sabores de los productos así mejoraría la demanda 	<p>Año 2017 en el mes de diciembre</p>

FORTALEZAS	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> • Un ambiente agradable y acogedor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer sentir agradable al cliente con nuestros establecimientos como si estuvieran en casa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener ordenado y limpio y desinfectado el establecimiento 	<p>Año de 2017 en el mes de noviembre</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Servicio rápido. 	<ul style="list-style-type: none"> • La orden del cliente tiene que tener unos ,parámetros de tiempo, logrando rápido servicio y efectivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer tiempo a la hora de atender a el cliente • Organización de trabajo 	<p>Año de 2017 en el mes de noviembre</p>
<p>Ofrecer un producto 100% natural sin conservantes ni adictivos con bajo contenido en azúcar y grasas para incursionar con la nueva tendencia que es una alimentación saludable</p>	<p>Organizar un portafolio de las recetas de bebidas y mantener un control de los ejecutores de las bebidas para no afectar la bebida</p> <p>Materia prima saludable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ideas de recetas • Capacitar Personal adecuado para organizar la empresa en tema de operación • Comprar la materia prima natural en buen estado. 	<p>Año de 2017 en el mes de octubre</p>

AMENAZAS	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> • Clientes fieles a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr que aquellos clientes prefieran nuestro producto de acuerdo a nuestros sabores de bebidas. • Los clientes prefieran nuestra bebida en el cual se vuelvan los favoritos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promociones de lanzamientos de bebidas innovadoras. • Realizar diferentes descuentos para atraer los clientes de la competencia. 	Año 2018 en el mes de abril
<ul style="list-style-type: none"> • La competencia directa tiene el Respaldo de ser una franquicia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Volver nuestra empresa una franquicia para aumentar la demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una planeación y un organigrama de cómo se establecerá la franquicia para poder venderla. 	AÑO 2020 en el mes de octubre
<ul style="list-style-type: none"> • Clientes desconfiados a probar algo nuevo diferente a la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que la demanda se mayor con buenas ofertas sin desconfianza de no cambiar nuestro producto por la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofertas, promociones que la competencia no tiene. 	AÑO 2017 en el mes de octubre

AMENAZAS	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
-----------------	------------------	---------------	---------------

<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento de empresas similares 	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación de mercado para mantener buen funcionamiento en la empresa y no dejar que la competencia nos supere. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar la planeación de mercado. • Analizar la competencia tanto en sus productos como su ubicación. 	<p>AÑO 2018 en el mes de enero</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer otro tipo de producto cuando hay crisis en la economía o hallan paros que puedan afectar con nuestro negocio ya que todos los productos son naturales y perecederos y muchas veces se ponen escasos o tienen un costo alto 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos seleccionados por si algún caso de emergencia promocionarlos o observar costos de nuestras bebidas para fijar un precio como tal 	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar el producto. • Hallar costos de la materia primaria fijar un precio de la bebida por si hay algún paro agrario. 	<p>AÑO 2017 octubre de 2017</p>

OPORTUNIDADES	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
La alimentación natural es muy importante para el ser humano	La meta de que consuman bastante nuestra bebida como causa de necesidad alimenticia natural.	Realizar campañas para que las personas tomen bastante nuestras bebidas.	Año de 2018 mes de enero.
<ul style="list-style-type: none"> • Saludables y que brinde un beneficio a largo plazo, la práctica de deportes y otros aspectos relacionados con el cuidado de la salud está cobrando auge en la sociedad colombiana 	Obtener resultados de mejoras alimenticias de los clientes para el cual nuestra demanda aumente, los deportistas y personas light hacer que requieran nuestras bebidas para toda la segmentación de clientes.	<p>Demostrar a los clientes que el producto va a hacer un gran beneficio a largo plazo.</p> <p>Realizar pruebas de mejoras y demostrárselo a los clientes para obtener credibilidad y que aumente la demanda</p>	Año de 2018 mes de marzo.
Poca competencia de bebidas naturales	Posicionarnos como el primer lugar de mejores bebidas naturales con vitaminas y buscar estrategias por si la competencia asimila nuestra operación.	<p>Realizar estrategias por si la competencia aumenta la demanda</p> <p>Estrategias para aumentar la demanda y no que la competencia se nos adelante.</p>	Año de 2018 mes de enero

OPORTUNIDADES	OBJETIVOS	TAREAS	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> Existen pocas empresas que ofrecen jugos que combinen frutas y hortalizas, y que a la par ofrezca opciones de alimentos Saludables. 	<p>La materia prima es muy importante lo cual van a ser nuestras frutas y alimentos naturales es una herramienta saludable para nuestra empresa teniendo en cuenta que hay pocas empresas que ofrecen los mismos productos</p>	<p>Realizar mejoras estrategias de mercado para mantener nuestra demanda alta teniendo en cuenta que hay poca competencia.</p>	<p>Año de 2017 mes de octubre</p>
<ul style="list-style-type: none"> Atraer a los clientes tradicionales a cambiar por un producto 100% natural que beneficia su salud y en cual él pueda preparar según sus gustos y necesidades 	<p>Obtener diferentes tipos de clientes analizando que tipo de consumo natural les gusta más entendiendo que el 100 % es natural y beneficio para la salud</p>	<p>Encuestas para la segmentación de clientes.</p> <p>Demostrarles a las personas que tipo de bebida van a consumir (natural).</p>	<p>Año de 2018 mes de enero</p>

¿CUANTO VALE NUESTRO MERCADO?

En el mercado de los jugos Colombia está compuesto básicamente por los de naranja con el 50%, otros sabores 20%, néctares 15% y refrescos con el 15% los cuales tienen como medio de distribución son los supermercados o grandes plataformas como lo son Éxito, Olímpica ETC... este mercado en este momento se encuentra en aumento ya que llegó al país hace cuatro años una marca Costariquense que ha aumentado cerca del 10% y es el segmento que más se expande en el sector de bebidas saludables con la marca Cosechas. El crecimiento se debe a una tendencia que se ha incrementado y que ha cogido auge en nuestra sociedad y es el consumo de los productos bajos en grasa, los consumidores ahora centran su mirada en productos que contengan poca grasa saturada.

Así las cosas, el mercado de bebidas anual podría ubicarse en 2.100 millones de dólares de los cuales las bebidas saludables están ocupando actualmente un 10% que representa 210 millones de dólares de los cuales nuestro negocio que como por el momento se centrara en el mercado de la ciudad de Bogotá queremos entrar ha abarcar un 0,5% de ese mercado.

SEGMENTACION DEL MERCADO

La segmentación es muy importante para cualquier empresa primordial para una que hasta ahora está ingresando al mercado ya que sus posibilidades de éxito comercial serán mucho mayores en la medida en la que consigan especializarse en un segmento de mercado y ofrecer un valor adicional al que ofrecen empresas de mayor tamaño. Además, las estrategias generalistas, en las que se trata de llegar a todo el mercado de la misma manera, no suelen ser efectivas ni rentables.

Partiendo de esta definición y de la importancia de una segmentación, nuestra empresa Natufruits que se encuentra en el mercado de alimentos especialmente en el de bebidas naturales quiere llevar calidad, sabor e innovación a su público objetivo para poder marcar la diferencia entre la competencia que se tiene actualmente.

Nuestro producto que son jugos o bebidas naturales y saludables se va a enfocar directamente a personas que quieran conservar o mejorar la calidad de vida y de salud.

CRITERIOS

- 1) Edad: entre los 20-50 años
- 2) Sexo: mujeres y hombres

- 3) Socio-económico: los estratos 4-5
- 4) Estilo de vida: dirigido a personas que tienen hábitos saludables y desean mantener una calidad de vida superior.
- 5) Preferencias de consumidor: la empresa fue enfocada a un estilo de vida saludable por lo tanto lo que se busca es que el consumidor tenga una experiencia en cuanto a presentación, sabor y calidad a diferencia del resto de alternativas que tiene en este mercado de las bebidas saludables.
- 6) Lugar de compra: nuestra idea de comercialización de los jugos es en locales situados en la zona de chapinero de Bogotá donde hay mayor afluencia de personas con este tipo de hábitos.

En la ciudad de Bogotá gracias a los datos sacados de la página del DANE podemos evidenciar que la población de hombre y mujeres que se encuentran en las edades de 20 – 50 años son los siguientes:

HOMBRES: 1,798,084

MUJERES: 1,892,614

En la localidad donde podemos evidenciar gran afluencia de personas de estratos 4-5 es en el sector de Chapinero puesto que del estrato cuatro existen 42,379 habitantes y del estrato cinco existen 12,879 habitantes. Por consiguiente se concluye que es un muy buen sector para poder situar nuestra locación de nuestra idea de negocio ya que tiene bastante afluencia de nuestro target.

ANALISIS DE NUESTROS CLIENTES

Después de haber analizado nuestro mercado y saber quiénes serán nuestros posibles clientes queremos saber más sobre su estilo de vida y cuál es su modo de alimentación para así llevar a cabo una encuesta conociendo cuáles son sus preferencias para ello es necesario hacer una investigación para recopilar datos y obtener suficiente información para tomar buenas decisiones

OBJETIVOS

Los objetivos de la investigación son para que cualquier persona que mire la investigación pueda tener claro para los fines que fue realizada y que clase de información se busca obtener

Al momento de preparar la encuesta para la obtención de datos mediante la observación de sujetos se redactaran las preguntas teniendo en cuenta el nivel en vocabulario, comprensión de lectura y familiaridad con la terminología el tamaño de la muestra será de 100 personas con 10 preguntas.

¿Qué queremos saber de nuestro cliente?

¿Que bebidas prefiere tomar si jugos naturales o gaseosas y porque razón las toma?

¿Que estudio tiene?

¿Trabaja actualmente?

¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

¿Qué sector de la ciudad vive?

¿Realiza algún ejercicio?

¿Donde hace sus compras?

¿Que productos para refrescar compra usted?

¿Que bebida consume con más frecuencia?

¿Qué importancia le ve al momento de comprar una bebida el precio el beneficio el sabor o solo un producto que le quite la sed en ese momento?

¿Con que frecuencia le gustaría consumir bebidas naturales?

ENCUESTA DE BEBIDAS DE LA EMPRESA JUGOS NATURALES



La siguiente encuesta permite determinar qué opina la gente sobre cambiar las bebidas carbonatadas y con conservantes por bebidas naturales que le ayuden a mejorar sus hábitos alimenticios ayudando al cuerpo al eliminar toxinas naturalmente.

1 Entre jugos naturales y gaseosas usted prefiere?

A) Gaseosas

B) Jugos Naturales

2) Cree usted en los beneficios saludables que ofrecen las frutas.

A) Si

B) No

3) Porque considera que se toma más gaseosa que jugos naturales.

A) Por su sabor

B) Por el precio

C) Los jugos naturales considera usted que son solo para el hogar.

4) Que tipos de jugos sueles tomar?

A) Con frutas recién hechas al momento de hacer el pedido

B) Envasados

c) No toma jugo frecuentemente

5) Le gustaría que las compañías que ofrecen bebidas con jugos naturales ofrecieran un programa de dieta para mantener una buena salud.

A) Si

B) No

C) No es relevante para mi

6) Alguna vez ha consumido jugos los cuales este combinados con jugos y verduras u hortalizas.

A) Si

B) No

7) Le gustaría cambiar su hábito alimenticio dejando a un lado las bebidas artificiales, reemplazándolas por bebidas naturales y nutritivas.

A) Si

B) No

8) En su canasta familiar reemplazaría las gaseosas por jugos naturales aunque sean de igual precio:

A) Si

B) No

9) Si el precio fuera elevado pero los beneficios a su salud fueran igualmente altos usted los cambiaria de igual manera?

A) Si

B) No.

10) Que opina usted de la calidad de los jugos naturales que comercializan en Colombia.

A) Buenos

B) Malos

C) Regulares.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva: Su principal objetivo es contrastar, entre grupos de estudio y de control, las distintas variables. Además, es la constante proposición de teorías que los intentamos desarrollar o probar a la población a tratar.

TÉCNICAS DE INFORMACIÓN

Es un conjunto organizado de datos, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno. Cuando tenemos que resolver un problema o tenemos que tomar una decisión.

Para nuestra investigación hemos aplicado, con las encuestas se trata de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos.

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Hay varios instrumentos para realizar una investigación. Observación, experimentos, entrevistas, formularios, filmadoras, fichas, grabadoras, etc.

Para nuestro caso, utilizamos los formularios: Conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población, con el fin de conocer hechos específicos. Las encuestas

formales pueden utilizarse para recopilar información estandarizada de una muestra cuidadosamente de personas y hogares.

PROCESAMIENTO DE DATOS

Es la técnica que consiste en la recolección de los datos primarios de entrada, que son evaluados y ordenados, para obtener información útil, que luego serán analizados por el usuario final, para que pueda tomar las decisiones o realizar las acciones que se estime conveniente.

En nuestro caso, realizamos un cuestionario donde se identifica en una parte de la población de la ciudad de Bogotá (sector de chapinero). El habito de consumo de los jugos naturales.

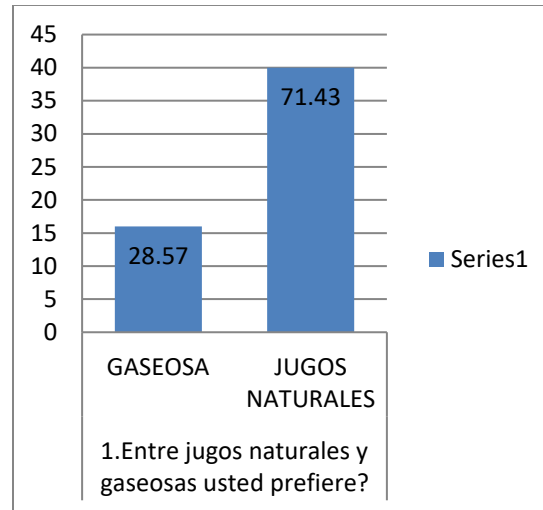
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones recomendaciones serán el paso final de la investigación se emitirá un informe escrito con los respectivos resultados

ANALISIS DE RESULTADOS

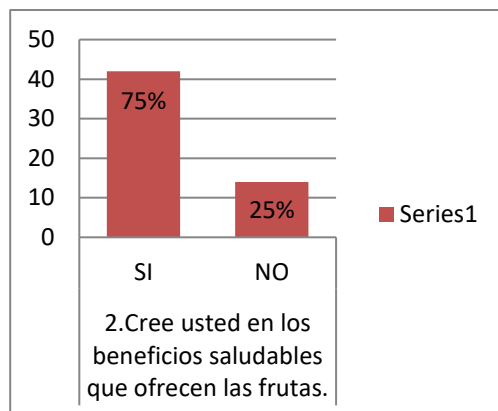
Una vez realizada la encuesta se procede a mostrar los resultados obtenidos de cada pregunta tiene su análisis respectivo

TABULACION



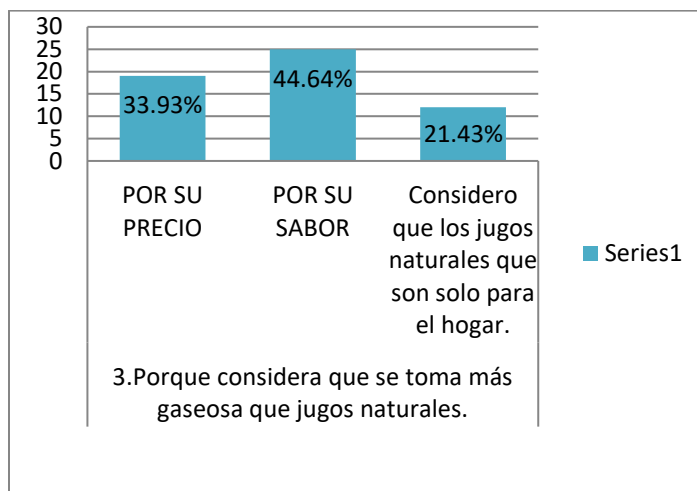
1. podemos deducir que la mayoría de las personas prefieren los productos naturales ya que estos contribuyen al cuerpo con vitaminas que le aportan al organismo nutrientes que lo benefician lo que no sucede con las gaseosas que son a base de endulzantes artificiales y químicos que le dañan el organismo de las personas a corto plazo

2.



Por lo que vemos en esta grafica podemos analizar que el 75 %de las personas creen en los beneficios que ofrecen las frutas que aportan nutrientes que me mejoran la salud tanto física como mental y emocional que se ven los resultados a largo plazo si se consumen continuamente en cambio el 25 % cree que las frutas no ofrecen ningún beneficio que solo se consumen por cumplir con un esquema de nutrición

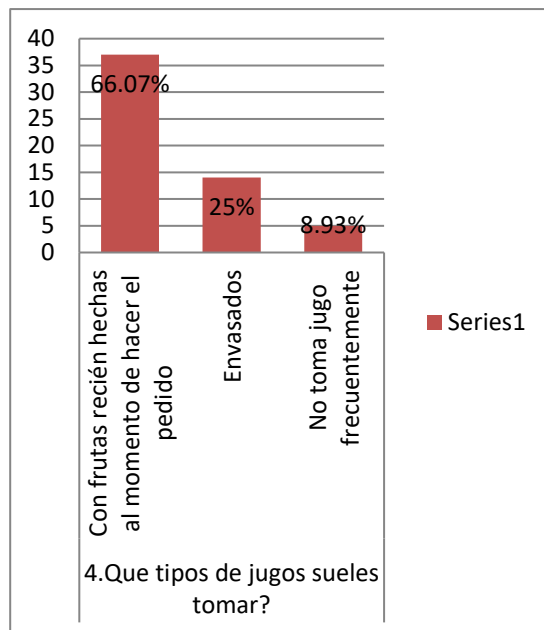
3.



Según la gráfica podemos analizar que el 33.93% de las personas prefieren comprar la gaseosa porque es económica se consigue en cualquier sitio tiene varios sabores fácil de llevar en cuanto al sabor el 44.44% las personas prefieren su sabor que es dulce y refrescante y gracias a su gas carbónico produce sensaciones de satisfacción al tomar las gaseosas, mientras que el 21,43% considera que los jugos naturales se consumen solamente en el hogar preparados allí.

Consideramos que lo primero que tenemos que hacer con nuestros jugos es que se caractericen por en el mercado por su sabor de esta manera lograremos captar cada vez más cliente ya que según la muestra la gente consume bebidas gaseosas por su sabor. Nos puede afectar negativamente el tema del precio ya que según el estudio de mercados nos arrojó que muchas personas consumen bebidas gaseosas por su precio, pues bien tenemos que al igual que con el sabor, lograr que nuestro producto sea fabricado reduciendo costos sin perder la calidad, de tal manera que sea competitiva a las bebidas gaseosas en precio existentes en el mercado.

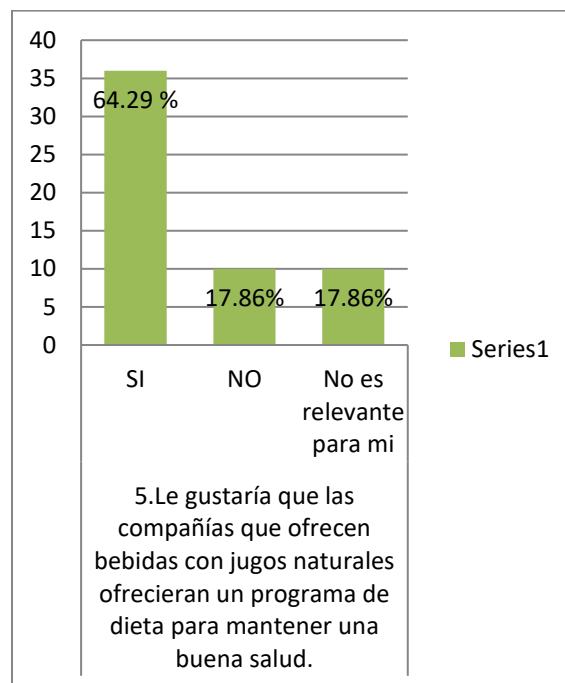
4.



Según la gráfica podemos determinar que el 66,07% prefieren consumir jugos recién preparados al momento de hacer el pedido, el 25% que ya estén envasados y el 8,93% no consume jugos con frecuencia.

Dados los resultados en la encuesta nos favorece mucho en nuestro negocio ya que el fuerte de nosotros van a ser los jugos naturales preparados en el momento esto va a garantizar en nuestros clientes una bebida fresca, de buen sabor y de calidad ya que la mayoría de gente los prefiere de esta manera el voz a voz va a ser un factor determinante a la hora de hacer crecer nuestro negocio. Por otra parte en la encuesta se determinó que gran número de personas prefiere los envasados y otros no consumen frecuentemente, creemos que una buena estrategia para captar la atención de estos clientes potenciales es mediante campañas publicitarias hacer entender la importancia de consumir bebidas frescas no envasadas y que además se consuman frecuentemente por salud que básicamente es la idea esencial de nuestro negocio.

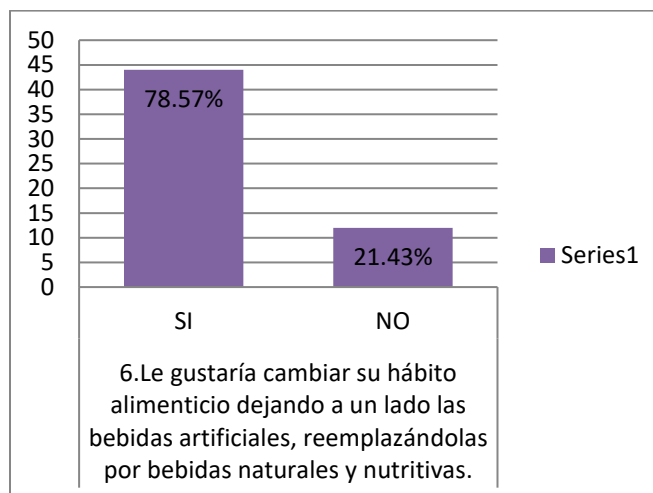
5.



Podemos determinar según la gráfica que el 64,29% les gustaría que las empresas que ofrecen jugos naturales ofrecieran un plan alimenticio o un programa de dietas para mejorar la salud. Estos datos son muy útiles ya que para los procesos de mejora continua podríamos plantear la posibilidad de innovar en la prestación de nuestros servicios con estos planes de dietas.

Por otra parte el 35,72% no les gustaría o no es relevante, realmente no es algo que afecte directamente en el crecimiento o las ganancias de la empresa ya que por el momento no vamos a incursionar en la realización de este tipo de información o planes dietéticos.

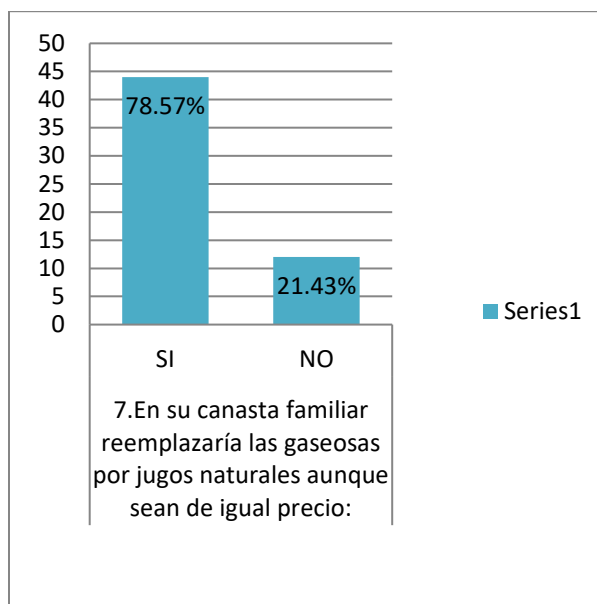
6.



De acuerdo con la gráfica se puede determinar que el 78,57% de las personas cambiarían su preferencia a la hora de comprar sus bebidas reemplazando las gaseosas por jugos naturales, de acuerdo con esa pregunta pudimos observar la oportunidad que tenemos en el mercado si realizamos los procesos correspondientes para obtener unos productos de calidad, realizamos una fuerte gestión de mercadeo e innovamos en frecuentemente en la forma de venta de nuestro producto podemos explotar un amplio mercado en crecimiento.

Por otra parte vemos que el 21,43% de las no reemplazaría las bebidas gaseosas por jugos naturales, el reto que tenemos que proponernos es a llamar la atención de estos clientes ofreciendo un producto que supla las diferentes necesidades que satisfacen esta personas al consumir bebidas gaseosas.

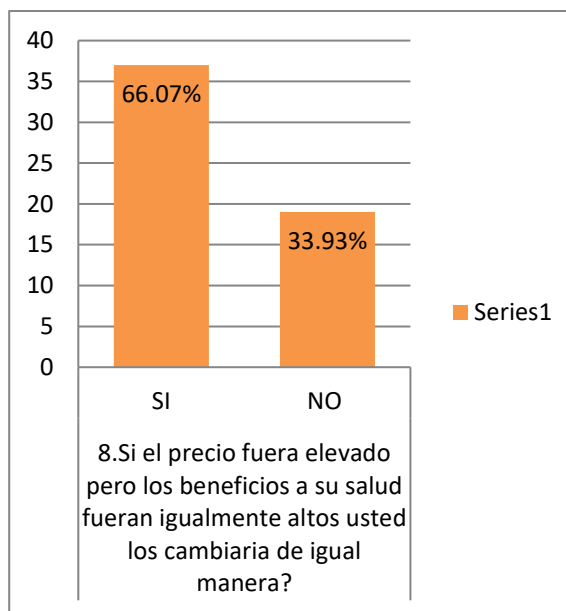
7.



De acuerdo con la gráfica pudimos determinar que el 78,57% opina que no le es relevante el precio para cambiar sus preferencias a la hora de decidir si comprar gaseosas o jugos naturales esto nos confirma aún más que si innovamos en nuestros productos de la mano con la calidad de estos, podemos ir fidelizando una cantidad importante de clientes que a su vez a través del voz a voz nos pueden ir trayendo clientes lo cual nos ayudara al crecimiento de la empresa día a día.

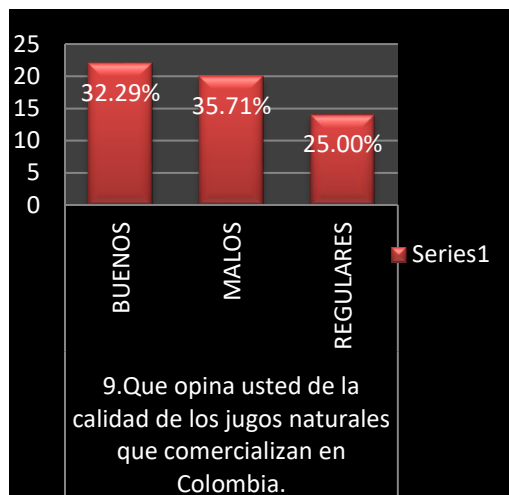
Por otra parte el 21,43% no cambiaría las bebidas gaseosas por jugos naturales, este resultado va muy de la mano con la pregunta anterior ya que la idea es llevar al cliente a cambiar de opinión y que cambie sus preferencias por un producto de calidad como lo dijimos anteriormente que cumpla las expectativas de estos clientes y a su vez satisfaga sus necesidades.

8.



De acuerdo con los resultados de esta pregunta, podemos determinar que las personas no escatiman en gastos a la hora de consumir, el 66,07% indicó que no es relevante el precio a la hora de comprar sus bebidas la idea es fidelizar este tipo de clientes a la hora que se acerquen a algunas de nuestras sucursales, el 33.93% dice que definitivamente no se cambiaría por el precio, tendríamos que pensar en una estrategia para atraer más clientes o hacer una relación de costos de manera tal que satisficéramos las expectativas de la mayor parte posible de las personas.

9.



Según la novena pregunta, el 39.29% de las personas opinan que la calidad de los jugos es buena, por otra parte el 35.71% dice que es malo y el otro 25.00% restante indican que son regulares. Como vemos está muy dividida la opinión con respecto a la calidad de los jugos naturales pues bien nuestro principal reto como empresa es llegar mínimo al 90% de satisfacción con respecto a la calidad de nuestros jugos la idea es cambiar la mentalidad de las personas y posicionarnos en el mercado destacándonos precisamente en este ámbito tan importante como lo es la calidad de lo que ofrecemos a nuestros clientes.

CONCLUSIONES

Los resultados son muy elocuentes .para empezar podemos decir que el 71 % de los encuestados consume bebidas naturales lo que nos muestra un buen panorama para la introducción de nuestro producto en el mercado.

En el momento que se evalúa con qué frecuencia los bogotanos consumen bebidas naturales se deduce que la población ahora busca más productos de origen natural que les ayude a mejorar su estilo de vida y su salud con productos de origen natural y así evitar enfermedades como son la diabetes y el sobrepeso que está afectando a los colombianos.

Se preguntó qué porque se consume más bebidas azucaradas muchos dijeron su precio, su sabor, las facilidades de conseguirlo y para las personas le es más fácil consumir una gaseosa que es fácil de conseguir en cualquier sitio.

Al 64 % de los encuestados les gustaría que las empresas produjeran bebidas naturales y a parte que manejaran un programa de dieta para mejorar la forma de alimentarse.

Luego de identificar los hábitos actuales de los encuestados se puede concluir que la mayoría buscan bebidas que les ayude con la alimentación es así que el 91% está dispuesto a consumir nuestro producto una cifra que denota la preocupación que tiene las personas por consumir productos saludables, bajos en grasas y calorías y que les aporte energía y bienestar para su cuerpo. También se analiza el precio que a las personas les gustaría que el precio fuera de igual a las de las gaseosas con eso lo consumirían más y lo podrían llevar en su canasta familiar.

Para nuestra investigación podemos concluir que la gente encuestada se inclina en un 71 % en las bebidas naturales como preferencia sobre la gaseosa, creen en los beneficios de las frutas, teniendo como gran punto de partida para el proyecto, un programa en el cual, lleven un programa de dieta con el fin de mantener una buena salud, ya que están dispuestas a cambiar su habito de bebidas. Pero, es claro que el producto debe impactar de manera notable ya que también se evidencia que no hay una buena creencia en la calidad de los jugos naturales que se comercializan en Colombia.

IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO

Se quiere desarrollar este proyecto de jugos de frutas y hortalizas, con el fin de generar una bebida alimenticia y nutritiva. Ofreciendo un producto en un mercado con poca trayectoria pero en crecimiento en la ciudad, la idea nace cuando se observa la necesidad de explotar la variedad de frutas y hortalizas con las que cuenta nuestro país.

Gracias al posicionamiento que ha tenido en los últimos cuatro años en el país y en la ciudad de Bogotá el mercado de los jugos naturales podemos evidenciar que el pensamiento de las personas en cuanto a productos naturales versus las gaseosas que hasta hace poco tenía el monopolio de bebidas ha cambiado ya que gracias a los instrumentos de investigación como la encuesta que se realizó las personas ahora prefieren lo natural y saludable.

COMPETENCIA

En el mercado de los jugos Colombia está compuesto básicamente por los de naranja con el 50%, otros sabores 20%, néctares 15% y refrescos con el 15% los cuales tienen como medio de distribución son los supermercados o grandes plataformas como lo son Éxito, Olímpica ETC...

este mercado en este momento se encuentra en aumento ya que llegó al país hace cuatro años una marca Costarricense que ha aumentado cerca del 10% y es el segmento que más se expande en el sector de bebidas saludables con la marca Cosechas.

INFORMACIÓN SECTORIAL

Según estudios de consumo, el crecimiento de este segmento durante el 2016 fue de 10% en todo el país, una cifra que está muy por encima de las demás categorías de alimentos. Así mismo, la oferta de néctares y refrescos a base de productos naturales en los supermercados del país ha crecido cerca de 80%.

Una de las razones de este crecimiento se debe a la entrada de los 'juice bars' como Cosechas y nativos, entre otras, marcas que le han dado un giro al consumo de bebidas a base de frutos naturales.

A la entrada de más tiendas dedicadas a este segmento, hay que sumarle que los consumidores están buscando categorías de sabores exóticos y mezclas que antes no eran fáciles de encontrar en el mercado.

Información de la empresa:

Natufruits

Somos una empresa que se encuentra en el mercado de alimentos especialmente en el de bebidas naturales pensada en el bienestar de nuestros clientes para mantener y promocionar el cuidado de la salud por medio del consumo de alimentación natural contando con perfectas mezclas de frutas creadas para deleitar el paladar de nuestros clientes.

Nuestro producto que son jugos o bebidas naturales y saludables se va a enfocar directamente a personas que quieran conservar o mejorar la calidad de vida y de salud lo que se busca es que el consumidor tenga una experiencia en cuanto a presentación, sabor y calidad a diferencia del resto de alternativas que tiene en este mercado de las bebidas saludables.

Los consumidores de nuestro producto podrán comprar o acceder a los jugos naturales en nuestro punto de venta el local en el cual los encontrara frescos ya que la materia prima se encuentra debidamente refrigerada para mantener su sabor original.

MARKETING MIX

Como NATUFRUIST ofrecerá un concepto en auge, es indispensable que las estrategias de marketing informen a los consumidores del nuevo producto, su calidad y los beneficios que aporta y también incitarlos a comprarlo.

Para ello la empresa puede utilizar el Modelo AIDA, el cual se basa en los factores psicológicos del consumidor al momento de comprar un producto. Este modelo busca en primer lugar llamar la Atención, luego despertar el Interés, suscitar el Deseo y llevar a la Acción de compra.

PRODUCTO

El producto principal de la compañía son los jugos naturales preparados directamente en el momento de servirlos y personalizados según los distintos gustos y necesidades de los clientes. Cuando el cliente entra a la tienda tiene dos alternativas: elegir una opción de la carta o hacer su propia mezcla (hasta tres opciones). Para elaborar un jugo se necesita una base líquida a elegir (jugo de naranja, yogur, leche o agua) y las frutas preferidas (se dispone de más de 15 opciones

diferentes). En NATUFRUITS se pela la fruta del día, luego se troza y se congela para que no pierda sus propiedades. Por eso, al hacer el jugo, siempre es necesaria una base líquida, ya que de otra manera no se podrían batir las frutas.

PLAZA O DISTRIBUCION

En principio, Natufruits ofrecerá sus productos únicamente en el local comercial, utilizando un canal de distribución directo, sin intermediarios. Teniendo como base los locales de jugo conocidos se necesita un local de aproximadamente 50 m². Para seleccionarlo se tendrán en cuenta diversos factores como la cercanía al cliente y a los proveedores, los costos de alquiler y de remodelación, la facilidad de acceso y las condiciones ambientales.

A la hora de ambientar el local se seguirán las mismas consignas que en el logo. Se utilizarán colores fuertes y llamativos pero que no perturben al cliente. Las paredes y los muebles serán de colores vivos que le den alegría al local e inviten al cliente a quedarse a disfrutar de momentos agradables. El local estará dividido en dos sectores: la parte posterior se utilizará para almacenar las materias primas y es donde se lavará, pelará y cortará la fruta del día; en el otro sector se ubicará la barra de recepción y atención al cliente. Detrás de la barra estarán las maquinarias necesarias para producir el jugo.

A continuación, se muestra un ejemplo de cómo sería nuestro local

ENVASE

Por envase se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo. Sirve para proteger a la mercancía y distinguirla de otros artículos.

Para seleccionar el envase más adecuado para los productos de NATUFRUITS se tuvo en cuenta que este permita la manipulación del producto, que sea adecuado a las necesidades del consumidor en términos de tamaño, ergonomía, calidad, facilidad de uso, entre otras, y que se consiga a un precio acorde a la oferta comercial que se quiere hacer del producto. Al tratarse de productos naturales, se utilizarán envases transparentes para que el consumidor pueda apreciar la frescura y la buena calidad de los productos, permitiendo así que el cliente vea en todo momento lo que está consumiendo. A continuación, se muestra un ejemplo de cómo se presentaría el producto.





PROMOCIÓN

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar o inducir su compra o adquisición. En otras palabras, la promoción es la manera por la cual la empresa transmite la información de sus productos

Como herramientas de promoción la compañía brindará descuentos a los usuarios carnet Universitario y en páginas que tengan cupones También ofrecerá descuentos en el local como 2x1 en determinados productos, se le dará también a cada cliente una tarjeta de compra frecuente, con cinco casillas donde se marcará cada vez que se realice una compra y se le

regalará un jugo al presentarlo completo. También en fechas como Navidad o Año Nuevo se le puede dar talonarios con invitaciones a un jugo, agradeciendo la lealtad del cliente.

CONCLUSIONES

En conclusión con este trabajo la empresa Natufruits quiere que el producto ofrecido que es una bebida a base de frutas frescas y hortalizas cubra algunas necesidades básicas de los clientes como lo son la buena nutrición y alimentación sino que también se trata de asociar nuestros productos con nuestra autenticidad y originalidad de nuestra marca al ofrecer un servicio de calidad en cuanto la buena atención y sabor, nuestro envase es transparente para que nuestros clientes puedan ver la frescura, la calidad y el colorido de nuestros productos a parte nuestro local brinda un ambiente acogedor donde el cliente se sienta a gusto.