



**OWN LOVE**

**EDISON JAVIER RAMOS SANABRIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ÁREA CUMBRE**

**GRUPO: 10111**



**BOGOTÁ/2018**

**TABLA DE CONTENIDO**

INTRODUCCIÓN

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

OBJETIVO GENERAL

MARCO LEGAL

Registro Público Mercantil

La matrícula mercantil

Impuesto de industria y comercio:

Matricula industrial y comercio municipal

Certificado de uso de suelos

Adquirir el concepto sanitario

Certificado de seguridad

Control de pesas y medidas

Lista de precios

Inscripción en el Rut

Obligaciones laborales

Solicitud de autorización de numeración de facturación

Matricula, mercantil

Registro mercantil

Solicitud de vertimientos

MISIÓN

VISIÓN

VALORES

OBJETIVO ESPECIFICO

MATRIZ PESTEL

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Amenaza de nuevos competidores

Fuerza inductoras (oportunidades y fortalezas)

Fuerzas opositoras (debilidades y amenazas)

Cadena de valor

ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos del estudio de mercados

Segmentación

Metodología del estudio de mercados

análisis concluyente

PLAN DE MARKETING

Estrategia del producto

Estrategia del precio



[Estrategia de publicidad](#)

[Desarrollo de marca](#)

[LOGO](#)

[SLOGAN](#)

[Ventaja competitiva](#)

[Ventaja comparativa](#)

[Estrategia de promoción](#)

[Estrategia de distribución](#)

[Ejecución comercial](#)

[Habilidades comerciales y administrativas](#)

[Proyección de venta](#)

[Política de cartera](#)

[Presupuesto del plan de mercadeo](#)

[CONCLUSION](#)

[BIBLIOGRAFIA](#)



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado está tomando una evolución a nivel de consumo y adquisición, desarrollo bajo la innovación uno de los pilares con mayor importancia dentro de los estudios realizados,

Por las compañías LÓGICA (<https://www.logyca.com/>) y NILCEN (<https://www.nielsen.com/co/es.html>) se evidencia el gran índice de crecimiento del segmento en gran consumo de productos enfocados cuidado de la salud, natural, orgánico, light, semillas y demás. Esto nos abre una puerta muy importante para desarrollar e innovación, productos que suplan estas necesidades al analizar los datos suministrados por las diferentes fuentes de recolección, nace el desarrollo de snack saludables una línea del mercado que en la actualidad aporta desarrollo y consumo ligero.

La categoría aporta un porcentaje muy importante al macro total de la venta con este desarrollo se quiere llegar a participar con un 5% de las ventas totales a mediano plazo y a largo plazo con un 9% de las ventas.



## **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA**

La planeación estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las **empresas** u **organizaciones**, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

(<https://definicion.de/planeacion-estrategica/>)

## **DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

Tomando como referencia el crecimiento de la categoría de saludables se diseña una nueva línea.

Enfocado a la misma saliendo de lo tradicional y desarrollarlo en una categoría muy diferente que es los snack saliendo del prototipo sólido, a líquido concentrado bajo los componentes de frutas, cereales y semillas se da como investigación a las necesidades actuales del consumo entre comidas de productos que aportan cero nutrientes al organismo y sistema digestivo.

## **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar snack saludables fomentando, bienestar y salud a cada uno de los consumidores, brindando una nueva opción de consumo entre comidas de una forma práctica de llevar frutas a todas partes.

## **MARCO LEGAL**

Dentro de la normativa y parte de legal de la conformación de una empresa, se deben recopilar, diligenciar y obtener certificados, licencias y demás documentación basada en la normativa colombiana delegado a siguientes entidades.

La cámara de comercio entidad en cargada de certificar, patentar e inscribir la razón social, certificados de funcionamiento



Invima entidad reguladora de salud de los consumidores y todas las ramas que la acompañan.

La DIAN, enfocada a la rama tributaria, aduanera y demás áreas de comercio nacional e internacional, las principales funciones son:

- Vigilancia y control de la entrada y salida de mercancías y medios de transporte por las fronteras, aguas territoriales o espacio aéreo.

- Determinar y recaudar las obligaciones tributarias de la entrada y salida de mercancías

La resolución de los reclamos, recursos, peticiones y consultas de los importadores y exportadores.

Impedir las exportaciones e importaciones ilícitas.

- La prevención, persecución y sanción de las infracciones aduaneras

- Realizar seguimiento a solicitud de los contribuyentes y usuarios aduaneros, a los procesos de fiscalización, a fin de asegurar el cumplimiento del debido proceso.

- Participar, si lo considera conveniente, como veedor en las reuniones donde se promuevan correcciones de declaraciones por parte de los contribuyentes y usuarios y velar porque una vez producida la respectiva corrección, las mismas sean respetadas por los funcionarios de la DIAN.

- Participar en las reuniones de la Comisión Nacional Mixta de Gestión Tributaria y Aduanera, y presentar a la misma un informe trimestral sobre el desarrollo de sus actividades, los principales documentos que inspecciona son los siguientes:

### **Registro Público Mercantil**

El Registro Público Mercantil es un sistema de orden legal, dispuesto por el Gobierno Nacional, con el propósito de darle publicidad a ciertos actos, documentos o negocios de relevancia en el comercio, por lo tanto se constituye en un registro público. Los actos y



documentos sujetos por ley a la formalidad del registro sólo producen efectos respecto de terceros a partir de la fecha de su inscripción. (Artículo 29 numeral 4 Código de Comercio).

Es obligación de todo comerciante; persona natural o jurídica, tal como lo dispone el Código de Comercio en su artículo 19, estar matriculado en el Registro Público Mercantil al igual que los establecimientos de comercio, agencias o sucursales que posea. Para el cumplimiento de dicha obligación se establece un plazo de un mes desde que el comerciante empieza a ejercer su actividad para la realización de la matrícula.

### **La matrícula mercantil**

La matrícula mercantil hace pública la calidad de comerciante, protege el nombre de la empresa y da legitimidad al negocio, en la medida que lo visualiza frente a quienes consulten los registros. Allí se consigna la información básica de los comerciantes y de las sociedades legalmente constituidas.<sup>1</sup>

### **Impuesto de industria y comercio:**

Es el impuesto que se genera por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en un determinado municipio y se causa así la persona posea o no establecimiento de comercio. Lo recaudado por este impuesto se destina a atender los servicios públicos y las necesidades de la comunidad pertenecientes al respectivo municipio o distrito.<sup>2</sup>

### **Matricula industrial y comercio municipal**

En Colombia existe una regulación que afecta a los establecimientos de comercio, y que se

---

<sup>1</sup> <https://www.ccoa.org.co/registros-publicos/registro-publico-mercantil#>

<sup>2</sup>

<https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/En-que-consiste-el-impuesto-de-industria-y-comercio>



debe cumplir pues de no hacerse, en caso de una revisión por autoridad competente puede ser sellado o ser objeto de una sanción económica.

#### Inscribirse en el registro mercantil

Todo establecimiento de comercio debe inscribirse en el registro mercantil, entendido ese como el instrumento legal que tiene como objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros y documentos del comerciante. El registro mercantil es tramitado en la Cámara de Comercio.

#### Certificado de uso de suelos

Antes de proceder a la apertura de un establecimiento de comercio, es preciso diligenciar en la oficina de planeación municipal o quien haga sus veces, el certificado de uso de suelos.

El objetivo de este certificado, es que la autoridad competente certifique que la actividad desarrollada por el establecimiento certificado, puede desarrollarse en el lugar.

Esto es importante si se tiene en cuenta que en determinados sectores de una ciudad no se pueden desarrollar ciertas actividades, como es el caso de los bares y expendios de bebidas alcohólicas, los cuales no pueden funcionar en determinadas zonas. Así como tampoco una fábrica no se puede instalar en una zona clasificada como residencial.

#### Adquirir el concepto sanitario

Todo establecimiento de comercio cuyo objeto social sea el expendio de productos alimenticios, debe disponer de su respectivo concepto sanitario.

Igualmente, todos los empleados que manipulen alimentos, deben tener su certificado de manipulación de alimentos.





El concepto sanitario comprende aspectos como la seguridad de las instalaciones y el nivel de sanidad del establecimiento.

Al no contar con este concepto, el establecimiento puede ser objeto de cierre, o las mercancías pueden ser decomisadas, en caso de presentar riesgo para los consumidores.

#### Certificado de seguridad

El certificado de seguridad es expedido por el respectivo departamento de bomberos, y busca que el establecimiento de comercio cumpla con las normas de seguridad en lo concerniente a extintores, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios, y demás mecanismos y herramientas de seguridad que permitan en un momento dado atender una emergencia que se presente dentro del establecimiento.

#### Control de pesas y medidas

Las pesas y medidas que se utilicen en el establecimiento de comercio, debes estar debidamente “calibradas” de manera tal que cumplan con su objetivo de forma exacta, puesto que vender productos con medidas y pesos diferentes a los reales, es sancionable.

#### Lista de precios

El comerciante debe hacer público los precios de sus productos, lo cual puede hacer colocándolos en el empaque o en el envase, o en una lista general visible.

#### Inscripción en Rut

Todo comerciante debe inscribirse en el Rut, y en el caso de ser un comerciante perteneciente al régimen simplificado, deberá exhibir el Rut en un lugar visible del establecimiento de comercio.



En términos muy generales, los anteriores son los requisitos más comunes que debe cumplir un establecimiento de comercio para poder abrir al público.

Es importante tener claridad, que la policía nacional tiene facultad de sellar los establecimientos de comercio que no cumplan con determinados requisitos, por lo que se recomienda tener una carpeta con todos los documentos, para presentarlos a las autoridades que en cualquier momento pueden visitar el establecimiento.

Informar al comandante de la policía sobre la apertura del establecimiento de comercio.

Antes de abrir al público el establecimiento de comercio, debe comunicarse tal hecho al comandante de la estación de policía más cercano al sitio donde funcionará el establecimiento de comercio.

Requisitos para cumplir actividades económicas. Es obligatorio, para el ejercicio de cualquier actividad: comercial, industrial, de servicios, social, cultural, de recreación, de entretenimiento, de diversión; con o sin ánimo de lucro, o que siendo privadas, trasciendan a lo público; que se desarrolle o no a través de establecimientos abiertos o cerrados al público, además de los requisitos previstos en normas especiales, cumplir previamente a la iniciación de la actividad económica los siguientes requisitos:

Las normas referentes al uso del suelo, destinación o finalidad para la que fue construida la edificación y su ubicación.

Mantener vigente la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción donde se desarrolle la actividad.



La comunicación de la apertura del establecimiento, al comandante de estación o subestación de Policía del lugar donde funciona el mismo, por el medio más expedito o idóneo, que para tal efecto establezca la Policía Nacional.

Durante la ejecución de la actividad económica deberá cumplirse con los siguientes requisitos:

Cumplir con los horarios establecidos para la actividad económica desarrollada.

Las condiciones de seguridad, sanitarias y ambientales determinadas en el régimen de Policía.

El objeto registrado en la matrícula mercantil y no desarrollar otra actividad diferente.<sup>3</sup>

### **Obligaciones laborales**

Todos los años en el mes de enero, los emperadores, deben no solo realizar los incrementos salariales establecidos por ley, sino planear la hoja de ruta de la empresa, dentro de la cual es necesario incluir las obligaciones laborales que deberán cumplirse dentro del año calendario.

¿Cuáles incrementos salariales son obligatorios?

Si bien las empresas deberían incrementar todos los años los salarios, esto para que el salario no pierda su poder adquisitivo, solamente es obligatorio el incremento del Salario Mínimo Mensual Legal Vigente (salario mínimo) y el ajuste de aquellos salarios integrales cuyo monto equivale a menos de 13 salarios mínimos del 2018.

¿Qué otros incrementos son obligatorios?

Adicionalmente a los incrementos antes mencionados, es necesario recordar que el subsidio de

---

<sup>3</sup>

<https://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>



transporte

Si bien, el ordenamiento jurídico no establece ningún incremento frente a la dotación, pues dicha obligación se cumple con la entrega de calzado y vestido de labor, nuestra recomendación para las empresas que tienen la obligación de entregar dotación, es incrementar por lo menos el IPC los fondos destinados a la compra de dichos elementos.

¿Cuáles son las obligaciones laborales más relevantes?

Dentro de las primeras obligaciones laborales a las que debe darse cumplimiento, está el pago del interés de la cesantía, el cual debe realizar en el mes de enero de manera directa al trabajador.

Así mismo, y hasta 14 de febrero, los empleadores deben realizar el pago de las cesantías en el respectivo fondo.

Por otro lado, y siendo para este semestre una obligación nueva, las empresas deben dar cumplimiento a la jornada especial de la familia, la cual consiste, tal y como lo establece la Ley 1857 de 2017, en gestionar una jornada semestral en la que sus empleados puedan compartir con su familia en un espacio suministrado o por el empleador o por la caja de compensación familiar. En el evento que el empleador no logre gestionar esta jornada, deberá permitir que los trabajadores tengan este espacio de tiempo con sus familiares sin afectar los días de descanso. Adicionalmente a las obligaciones antes mencionadas debe tenerse en cuenta el pago de la prima de servicios en los meses de junio y diciembre, el reconocimiento de vacaciones, la afiliación y pago de los aportes al sistema de seguridad social, el cumplimiento de la cuota de aprendizaje SENA, el reconocimiento y pago de trabajo suplementario, permitir y facilitar las reuniones



periódicas de los comités de convivencia y de seguridad y salud en el trabajo, entre otras.<sup>4</sup>

### **Solicitud de autorización de numeración de facturación**

A continuación evidenciaremos los pasos a seguir para obtener los

Los obligados a facturar que posean más de un establecimiento, sede, oficina o lugares donde desarrolle su actividad económica, deberán indicar para cada de ellos prefijos numéricos, alfabéticos, alfanuméricos, los cuales no debe exceder más de 4 dígitos.

- Factura de talonario o papel
- Factura pos
- Factura computador
- Factura electrónica

Actividad económica, establecimientos; la entidad limitará la vigencia y la cantidad de numeración de facturación.<sup>5</sup>

---

4

[www.asuntoslegales.com.co/consultorio/obligaciones-laborales-a-tener-en-cuenta-en-2018-2588041](http://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/obligaciones-laborales-a-tener-en-cuenta-en-2018-2588041)

5

[www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/presentacionclientes/Solicitud\\_de\\_Autorizacion\\_de\\_Numeracion\\_de\\_Facturacion.pdf](http://www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/presentacionclientes/Solicitud_de_Autorizacion_de_Numeracion_de_Facturacion.pdf)



## **Matricula, mercantil**

Antes del 31 de marzo de cada año, todos los empresarios matriculados deben renovar su matrícula y la de sus establecimientos de comercio.

Si va a realizar la cancelación de su matrícula mercantil antes del 31 de marzo, no debe renovar el año 2018, así lo establece el numeral 2.1.3.7 de la Circular nro. 002 de 2016 de la Superintendencia de Industria y Comercio.<sup>6</sup>

## **Registro mercantil**

En Colombia todo alimento que se expendia directamente al consumidor deberá obtener, de acuerdo con el riesgo en salud pública, la correspondiente autorización de comercialización (Notificación Sanitaria - NSA, Permiso Sanitario - PSA o Registro Sanitario - RSA), expedida por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima.<sup>7</sup>

## **Solicitud de vertimientos**

Reunir los documentos que se listan a continuación y cumplir con las condiciones requeridas:

- Descargar y diligenciar.
  - Reunir los requisitos que se encuentran en las páginas oficiales
2. Solicitar el recibo de liquidación en los puntos de atención o realizar la descarga por el Auto-liquidador de la Secretaría Distrital de Ambiente y siga las instrucciones para realizar la liquidación del trámite.
  3. Imprimir el recibo generado por el auto-liquidador en impresora láser y dirigirse a cualquier sucursal del Banco de Occidente.
  4. Realizar el pago de la evaluación

---

<sup>6</sup> <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil>  
<sup>7</sup> [www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos](http://www.invima.gov.co/8-pasos-para-obtener-su-registro-sanitario-de-alimentos)



5. Radicar la documentación en los puntos de atención arriba mencionados.
6. Recibir la visita por parte de la SDA, donde se verificará la información aportada por el solicitante. Como respuesta se obtiene la resolución de permiso de vertimientos en 87 días hábiles

Los documentos que anexe deben estar foliados, sin empastar o argolla.<sup>8</sup>

## **MISIÓN**

Brindar una alternativa diferente de consumo basada en productos enfocados en la salud y bienestar de nuestros consumidores a un precio justo.

## **VISIÓN**

Posicionar el producto y la empresa como una de la compañía desarrolladora de snack a base de frutas, semillas y cereales liderado por el departamento de investigación y innovación obteniendo un porcentaje de participación y reconocimiento en el mercado

## **VALORES**

En la constitución de la compañía se regirá sobre los siguientes valores los cuales generaran confianza, prestigio y compromiso con nuestros clientes internos y externos

- honestidad
- coraje
- responsabilidad
- persistencia
- compromiso

Periódicamente con nuestros colaboradores se desarrollaran actividades motivando la

---

<sup>8</sup> [http://portel.bogota.gov.co/tramite\\_entidad/permiso-de-vertimientos/](http://portel.bogota.gov.co/tramite_entidad/permiso-de-vertimientos/)



identificación con cada uno de nuestros valores y de esta forma transmitirlos a nuestro clientes la confianza con cada uno de los proceso encaminado a la certificación de procesos.

### **OBJETIVO ESPECIFICO**

- Conocer y determinar las tendencias de mercado desarrollando productos fomentando salud y bienestar
- Diseñar una nueva línea de mercado saludable
- Incentivar al consumo de productos saludables

### **MATRIZ PESTEL**

La matriz pestel es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de una campaña. Analizando factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en la compañía, al estudiar los distintos factores, es importante tener en cuenta que diversos factores pueden afectar de forma diferente y en diferente grado a mujeres y hombres y niños y niña.

**(<http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>)**

- Político

La empresa dedicada a la industrialización de productos agropecuarios se basada en la norma vigente expuesta, por el ministerio de hacienda y de más entidades adscritas, constante se ve expuesta a adoptar los impuestos tributarios decretados por los gobiernos en turno y sus funcionarios.

- Económico

Uno de los mayores impactos es la variación del dólar ya que los empaque son traídos de Italia y ensamblados en Alemania, se hace este tipo de importación dado que el empaque está





diseñado para conservar el producto sin alterar su composición.

- Cultural

Se brindara a los consumidores productos de alta calidad a un costo asequible ya que se quiere llegar a un sector socio económico medio brindando una solución de consumo responsable.

- Tecnología

Los equipos que se utilizaran en el proceso se encontraran expuestos a mantenimiento y cambios tecnológicos con sus avances.

La maquinaria deberá estar certificada a la hora de la adquisición

- Legal

Dando cumplimiento la norma, se requieren los permisos de Cámara de comercio, Dian, Invima, Alcaldía locales, Planeación, corporaciones Ambientales, Superintendencia de industria y comercio, notariado, etc. hace parte de la documentación necesaria para llevar a cabo el proceso de legalidad y creación de la empresa, todo este proceso se realizara de forma tercer-izada y supervisada

## **ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER**

El análisis de las cinco fuerzas por Porter

, es un modelo estratégico creado por el profesor Michael Porter, de la escuela de negocios en Harvard en el año 1979. Este modelo establece un marco de análisis para el nivel de competencia y rivalidad en las industrias, y para poder desarrollar una buena estrategia de negocio para esa competencia. Este análisis se basa en la respectiva articulación de “las cinco fuerzas” que determinan la intensidad de la competencia y rivalidad en la industria y por ende, en lo atractiva que es una industria en relación a las oportunidades de inversión y su rentabilidad.



(<https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/cuales-las-5-fuerzas-porter>)

### **Amenaza de nuevos competidores**

Se quiere incursionar a un mercado con marcas posicionadas, se evidencia encontraran con obstáculos las cuales serán y estas serán medidas, en el mercado como lo son el factor económico, producción, demanda y distribución la ultima es una de las más importante como llegar a cada uno de los clientes, en la actualidad es una gran ventaja en los clientes ya posicionados, y uno de los más grandes retos al tener unos parámetros de negociación con los proveedores actuales se incursionara de forma estratégica realizando entrevistas y cotizando con cada uno de nuestros potenciales clientes exponiendo nuestro valor agregado en cuanto precio, estrategia de marketing

Por otra parte se verá enfrentado rivalidad entre los competidores actuales

Analizando el estudio de mercado se llega a la conclusión que el precio es competitivo por gramo frente a las demás marcas de la categoría y o competidores se apuesta a un competencia justa y legal mediante campañas de reconocimiento, proyectando una venta anual del 5% dentro de las ventas reales del segmento, con estas cifras poder llegar a negociación con nuevos clientes.

En la actualidad los consumidores son exigentes, para satisfacer las necesidades se entra a analizar las tendencias actuales ofreciendo un producto de alta calidad, salud enfocado en el bienestar a un precio justo y competitivo antes las marcas actuales de la categoría

### **Fuerza inductoras (oportunidades y fortalezas)**

Se está enfrentando a una categoría posicionada desarrollando producto innovador a base de frutas, semillas y cereales es una gran oportunidad de cautivar a los consumidores exigentes que



cada día motiva a crear y desarrollar productos a satisfacer con un precio muy asequible, constante se fortalece el estudio de satisfacción este indicador nos da visual macro del comportamiento del producto en el mercado, estos estudios se verán reflejados en cada una de las reuniones, en las cuales interviene solo las personas de ventas y marketing, departamento de producción, distribución y cartera evaluar cada uno de los factores a mejorar.

### **Fuerzas opositoras (debilidades y amenazas)**

Uno de los factores que de forma directa puede impactar el proceso es el clima, en la actualidad por los índices del cambio climático, calentamiento global pueden llegar a afectar la producción.

La materia prima principal es producida de forma agrícola para esto se optan planes de contingencia para no verse afectada la producción ya que es una amenaza imprevista.

Por otra parte el cambio de gobierno y de año en cuanto al tema tributario al ser micro empresa se verá afectada al no tener la suficiente solvencia económica,

El empaque está desarrollado con una lámina producida en Italia, permitiendo conservar el producto sin importar si está expuesto a refrigeración o medio ambiente la amenaza más impactante es la afectación al cambio de dólar.

### **Cadena de valor**

Con la cadena de valor consiste en examinar y dividir la compañía en sus actividades estratégicas más relevantes a fin de entender cómo funcionan los costos, las fuentes actuales y en que radica la diferenciación.

El origen de este concepto surge en 1985 cuando el profesor Michael E. Porter de la Universidad de Harvard introdujo el análisis de la cadena de valor en su libro Competitive



Advantage. Para ello se sirvió del análisis utilizado previamente por Mckinsey & Co. Porter ahondó más en el análisis con el objetivo de mejorar la rentabilidad de las empresas.

La cadena de valor busca generar **ventajas competitivas**, y su estudio se aplica también a otras actividades como la cadena de suministro y las redes de distribución.

(<https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>)

Inicialmente OWN LOVE contara con los siguientes recursos físicos, tecnológicos y financieros

Dos procesadores, fruta y semillas de campo, empaque, establecimiento de proceso, dos personas una encargada del área operativa y la otra área administrativa con una inversión inicial de doce millones,



Se solicitará a cada uno de los proveedores que nos va a suministrar la materia prima certificado de calidad, combinación de los nutrientes, generando estos controles en cada uno de los procesos llevaremos al mercado un producto inocuo.

Inicialmente la distribución será de forma indirecta mediante una alianza con empresas encargadas de logística, área legal, y el área contable.

Finalmente el producto será lanzado al mercado de la siguiente manera: Pouhs de 90 gm, tres referencias: papaya, zanahoria y quinua, piña, naranja y semilla de chía; y piña, banano y avena bajo una unidad de embalaje de 10 unidades, estudiando los indicadores de días de inventario y generando cargues no altos de esta forma se quiere llegar a los compradores primarios y finalmente se dará a conocer mediante campañas de apoyo físicas (impulso, muestras, pautas publicitarias).

## **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una investigación sistemática basada en la recopilación y análisis de datos relacionados con las características destacadas del mercado al que se dirige una empresa.

(<https://www.gerencie.com/la-importancia-de-hacer-un-estudio-de-mercado.html>)

### **Objetivos del estudio de mercados**

- Detectar, medir y estudiar la aceptación actual de los consumidores
- Cuantificar el número de consumidores, clientes, nivel de producción, nivel de rotación, capacidad de días en almacenamiento, indicadores de servicio, arrojando los indicadores ideales de producción.
- Estimar el precio del snack según la competencia del segmento, teniendo como base el costo total de producción y la margen de utilidad, proyectada.



- Detectar y analizar cuáles serían los canales de distribución más adecuados teniendo como base las empresas operadoras de logística ya que esta actividad se realiza de forma terciada

### **Segmentación**

El producto se desarrolla para suplir las necesidades a los individuos que laboran en jornada continua de 8:00 am a 5:00 pm, el objetivo del estudio es conocer las necesidades para esto, se toma como muestra dos compañías una del sector alimenticio y otra del sector logístico.

La compañía uno: está compuesta por 400 empleados que cumplen con las condiciones del estudio se encuentra ubicada en la regional Bogotá sector monte video

La segunda compañía está conformada de la siguiente manera: compuesta por 700 empleados que cumplen con la condición del estudio se encuentra ubicada en la regional Bogotá.

Basado en el cálculo de la muestra finita se deben realizar 285 encuestas, por instrucción del docente se realizaran 60 encuestas.



### **Metodología del estudio de mercados**

Es una investigación para anticipar la respuesta de los clientes potenciales y la competencia ante un producto o servicio concreto, bien de cara a su lanzamiento y re-posicionamiento en el



mercado.

El objetivo de un estudio de mercado es conocer el perfil y comportamiento del cliente objetivo, que a menudo se divide en distintos segmentos o nichos de mercado, así como determinar el tamaño actual y futuro del mercado, anticipar las reacciones de la competencia y proveedores e identificar posibles elementos que puedan llegar a transformar radicalmente el sector, como por ejemplo la irrupción de una nueva tecnología o legislación.

(<https://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado>

∟)

Mediante esta herramienta, se recolectara la información necesaria a la investigación se quiere indagar el comportamiento, costumbres, gustos, hábitos de los encuestados, Se realizan un total de 60 encuestas las cuales nos determinaran un visual básico de los consumidores



El primer enfoque y apertura a la investigación es determinar el rango de edad, obteniendo los siguientes resultados con un 33% de las personas encuestadas se encuentra entre los 21 y 25 años seguida de un 28.33% entre 25 a 30, más del 50% de la población se encuentran entre los 21 y 30 es nuestra población objetivo



Con esta pregunta se determina que el 76% de los encuestados es de género femenino, es la población que más prima en segmento encuestado,



Vemos a una población prácticamente dividida en dos segmentos unión libre y casados esto nos demuestra que son personas des complicadas, prácticas que no se complican la vida y podemos ofrecer algo caracterizado.



En el mercado nos vemos enfrentados a productos similares enfocados a niños con este producto se quiere familiarizar un segmento es una forma de compartir en un grupo familiar y esto indica que se puede realizar ya que predomina la población con hijos por este lado se puede ingresar al mercado mediante neuro marketing





En la encuesta realizada el 53% pertenecen a un estrato social de 3 a 4 con esto nos ratifica la población que debemos atender, y de esta formas llegar a los otros sectores con la política de precio justo.



Nos encontramos con un alto índice de personas que no practican ningún tipo de deporte, a ellos se puede cautivar con el producto saludable brindando una opción diferente de cuidado y bienestar.



Para complementar el segmento y teniendo en cuenta la tendencia del consumo al auto cuidado nos demuestra que se puede incursionar de forma más practica ya que están conscientes del consumo responsable.



El snack quiere llegar a incursionar y cautivar a el 78% de la población encuestada que consume alimentos entre comidas ya que es el foco principal del estudio y cautivar al porcentaje que no lo hace por diferentes factores y vendiendo la idea de consumo responsable



Esta pregunta se ve distribuida la respuesta en diferentes factores que afectan de forma directa el producto, se activara el consumo de frutas que ya lo hacen algunos consumidores y cautivar el 33 % de la población que consume paquetes con esto se quiere cautivar un 78% de la población.



Esta pregunta nos da un visual general actual esta discriminado casi de las mismas proporciones, nos permite ver el contexto del consumo que les gusta y que incluyen en su dieta.



Como se vio en la gráfica anterior la población investigada consume frutas constantemente y es un producto ideal y activo en el consumo, esto nos abre una gran puerta a potencializar el consumo de frutas.



Un gran porcentaje de la población consume extractos de frutas y plantas, como competencia directa veremos cosecha, con este snack se quiere cautiva a esta población como un complemento de consumo con todas las propiedades que ofrece la competencia pero con más vida útil.



El 95%de las personas encuestadas buscan un producto que les ofrezca una nutrición y adicional que los alimente aportando diferentes vitaminas, antioxidantes al organismo para la



investigación es muy importante este resultado ya que nos abre una puerta muy importante al ingreso de la innovación.



Entrando a analizar esta pregunta tenemos más del 50% que les parece algo curioso que podría incluir en su alimentación, no son negativos a probarlo y comprarlo



Solo el 33% de la población presenta algún tipo patología en el organismo, el producto está encaminado a aportar el organismo maltratado y a fortalecer en 66% que no presenta ningún tipo de patología que a futuro su organismo con cada uno de los ingredientes naturales.

### **Análisis concluyente**

A terminar el estudio se halla una gran favorabilidad con el producto en investigación también se encuentran unas falencias las cuales nos impulsa a seguir investigando y desarrollando cada día para poder potencializar el producto en esta categoría

El estudio nos indica que le gran porcentaje de la muestra son mujeres que poco ejercicio prácticas que incluyen en su alimentación algún tipo de alimento saludable adicional que hay una



brecha muy importante a cautivar a los consumidores que se desvían por alguna otra línea de mercado el análisis general de la investigación nos indica que hay una gran oportunidad que falta más investigar con una gran brecha de oportunidad.

## **PLAN DE MARKETING**



### **Estrategia del producto**

Se quiere incursionar en el mercado de los snack con un una nueva línea tomando como referencia la población que se auto cuida, se enfoca como saludable ya que es un concentrado de fruta, semillas y cereales aportando nutrientes, minerales, antioxidantes, con esta innovación se quiere satisfacer las necesidades a la población que tiene como habito consumir frutas entre comidas o como calmante de ansiedad, el foco principal del producto es satisfacer las necesidades de las personas que trabajan 9 horas diarias con lapsos cortos de descanso siendo



práctico, cálido, nutritivo, cada uno de los componentes del producto son místicamente estudiados y diseñados con un aporte nutricional. Se quiere que cada persona que consuma el producto se sienta bien, a gusto que lo identifique fácilmente, ya que en el mercado en la categoría solo encontramos snack de frutos secos esto nos dará una ventaja muy importante ya que es el primer producto sólido dentro del segmento.

### **Estrategia del precio**

El precio de venta se determinará recolectando la línea de producción y la función de distribución de ventas más la utilidad proyectada como eje central del snack.

El precio de venta no tendrá modificaciones inicialmente lo que sí varía es el margen el cual se verá expuesto, con descuentos de apoyo a rotación y difusión, este tipo de activaciones nos dará un valor muy importante de penetración y aceptación del mercado el precio del snack estará alrededor de 2000 a 2500 pesos con un margen de rentabilidad entre un 45 y 50 %, en el estudio realizado en cuanto a competencia, precio y segmento se proyecta como referencia potencial e innovadora, mejorando el bienestar y salud de los consumidores.

### **Estrategia de publicidad**

Para potencializar la marca mediante la activación comercial infundido en Neuro marketing de la mano con el departamento de mercadeo, desarrollará publicidad virtual, física y de apoyo bajo los parámetros de calidez, salud, bienestar entre otras, el objetivo principal de esta actividad es dar a conocer a nuestros potenciales clientes los beneficios que aportan a su dieta diaria balanceada.

### **Desarrollo de marca**

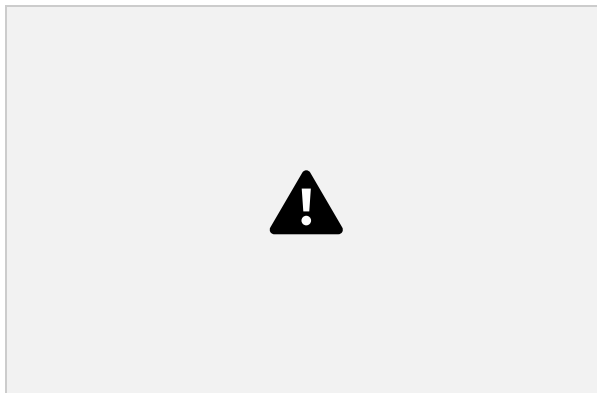
La primera fase a desarrollar es potencializar el producto dando a conocer cada uno de sus



atributos ya que son estos los que nos diferencian de la competencia.

bajo los lineamientos de los beneficios nutricionales y alimenticios con estos factores intervienen en el desarrollo del producto se toma la decisión de adoptar el nombre de OWN LOVE el significado de este nombre es amor propio que es el pilar de la compañía generando conciencia al auto cuidado con nuestros alimentos por el momento se desarrollara la idea con recursos propios buscando a corto plazo patrocinio de marcas posesionadas que busquen impactar de forma diferente en el mercado a futuro se quiere desarrollar la marca con extensiones en líneas que no solo sea una referencia si no que sea una opción diferente de consumo

## **LOGO**



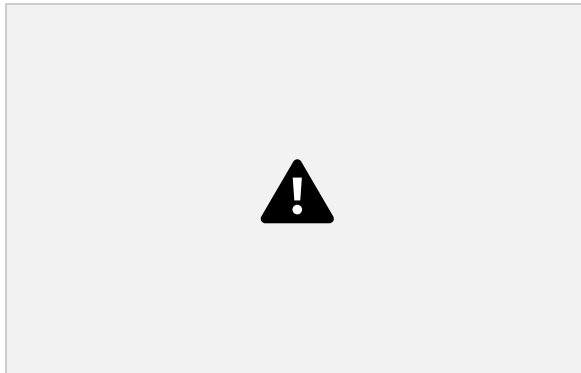
La imagen de la compañía está diseñada incentivando el amor propio, estimulando el auto cuidado de su cuerpo y salud esta es la fuente principal del nombre acompañado de la materia principal

Siendo consecuentes con lo que se quiera se toma el color blanco de fondo y principal a acompañado de un naranja

Los dos colores nos transmiten seguridad, calma, tranquilidad esto es lo que quiere OWN LOVE



## **SLOGAN**



Se toma como referencia bienestar y salud como base principal y dando continuidad al nombre, el producto te brinda bienestar por que Aporta nutrientes adicionales a l organismo y salud por que está bajo los estándares reglamentados en cada uno de los ingredientes sin adicionales que afecten la salud o el metabolismo

### **Ventaja competitiva**

Snack a base de frutas cereales y semillas

Producto enfocado a consumidores que laboran 8 horas diarias

Cautivar y potencializar el mercado con un producto innovador

El snack aporta y brinda beneficios al cuerpo humano

### **Ventaja comparativa**

En el momento nos encontramos con una diferencia grande frente a la competencia, contamos con un producto innovador, nuevo en una categoría poco experimentada en la actualidad innovan sobre sabores o texturas.

Esto nos abre la puerta a ser los primeros en la categoría a participar con el nuevo segmento

### **Estrategia de promoción**

Tomando como base de la globalizan tecnología el producto tendrá cuenta en Facebook e





Instagram, mediante Facebook libre se brindaran charlas con nutricionistas las cuales les indicara a nuestros consumidores los beneficios de incluir en su dieta diaria nuestros productos de igual manera en Instagram, más adelante se desarrollara videos cortos de promoción los cuales serán pautados en redes sociales, en la actualidad son las plataformas más visitadas y con baja inversión.

En los lugares donde estaremos expuestos se diseñaran saltar-in, cenefas y collarines con información del producto

### **Estrategia de distribución**

Se focalizara en una distribución de modo intensiva, selectiva y exclusiva con esta se quiere llegar al mayor número de Market y tiendas posibles, este proceso será supervisara y evaluara frecuente ya que esta en uno de los procesos que se tercer-izaran, las compañías pro ponentes a la licitación se verán enfrentadas a evaluación de estos tres factores. Bajo el control de satisfacción de nuestros clientes y de las personas que acompañara a los clientes constantemente en sus pedidos, escuchando propuestas acompañamiento comercial, para que la penetración del mercado cada día sea más fuerte

### **Ejecución comercial**

Por el momento y como plan piloto se iniciara con dos referencias, estas dos indicaran de que forma el mercado la está aceptando con un precio adecuado

El producto se desarrolló en una presentación de 90 gm pasa ser ubicado en zonas visibles el foco principal de ubicación es snack y como categoría alternas de visibilidad son: segmento de saludables y puestos de pago. La idea principal es que el producto este de contacto directo al cliente destacándolo con el material de apoyo suministrado por marketing.



Dentro del plan de reconocimiento y apoyo a la rotación se programaran actividades enfocadas a desarrollar un reconocimiento, adicional estaremos apoyados con la retroalimentación de nuestros consumidores mediante la línea de atención al cliente expuesta en la parte inferior tracería del producto

### **Habilidades comerciales y administrativas**

La parte administrativa se enfoca en tres tipos de habilidades más importantes las cuales son:  
Habilidad conceptual: se destaca por ser un mediador con las áreas ya que todas presentan punto de vista diferente, que se quiere con esto unir el grupo de forma intelectual y extraer cada uno de los aporte y masificando la idea.

Habilidad humana: ser un receptor y conciliador llevando a fin termino algún tipo discusión o novedad con los colaboradores, generando un ambiente de trabajo cálido

Habilidad técnica: capacitar y diseñar actividades con los recursos de la compañía

Suministrando los instrumentos necesarios para que el desarrollo del trabajo se ha de forma eficaz y ágil

Desde su parte comercial, el principal reto con cada una de las áreas es impulsar el desarrollo comercial de la compañía generando encuentros de motivación personal, económicos y auto reconocimiento.

### **Proyección de venta**

Se tiene estimulado una proyección de 4000 unidades al mes, con una producción de 133 unidades diarias, periódicamente se quiere que los pedidos empiecen a crecer de forma significativa teniendo como meta 4000 unidades a precio venta 2500 con un margen de utilidad de un 25%



## **Política de cartera**

El objetivo principal del departamento de cartera es velar por la estabilidad financiera de la compañía teniendo en cuenta que los canales de distribución que se van a tener en primera instancia son marker, como Oxxo y tiendas de consumo al detal para estas dos se manejan dos tipos de pago diferentes.

Para marker: revisando los tiempos de pagos y acogiendo a las políticas de cada distribuido para estas plataformas el tiempo de pago es de 40 días ya que el periodo de pago de ellos son de 30 días.

Para las tiendas es pago contra entrega

## **Presupuesto del plan de mercadeo**

Para el plan de mercadeo se tiene proyectado un presupuesto de 2000000 millones destinados a todo lo relacionado con el desarrollo de marca

## **CONCLUSION |**

Al final de la investigación cabe anotar que el producto investigado y desarrollado está sometido a cambios según el mercado. El estudio desarrollado da un visual con indicadores muy positivo pero también nos da un margen para mejorar las novedades presentadas o que exponen los resultados de la investigación, nos vemos enfrentados a unos competidores fuertes en la categoría, el snack llegara de forma cautivadora a hacer parte fundamental del segmento implantando el plan de marketing y revisado minuciosamente el desarrollo de la marca y el producto podemos ver un gran alcance más adelante del producto

## **BIBLIOGRAFIA**

hhttps://www.nielsen.com/co/es.



<https://www.logyca.com/>

<https://www.ccoa.org.co/registros-publicos/registro-publico-mercantil#>

<https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Tramites-registrales/En-que-consiste-el->

<https://definicion.de/planeacion-estrategica/impuesto-de-industria-y-comercio>

<https://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>

<https://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>

<https://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>

<https://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>

<http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>

<https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/cuales-las-5-fuerzas-porter>

<https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>

<https://www.gerencie.com/la-importancia-de-hacer-un-estudio-de-mercado.html>

<https://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>