

Salad Fruit

Flor Angélica Alarcón Suárez

Deisy Daniela Granados Becerra

Noviembre 2018

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

CUN, Sede Suba

TABLA DE CONTENIDO

1. <i>Customerdevelopment</i>	7
1.1 Definición de la idea de negocio	7
2. <i>StakeHolders</i>	8
2.1 Identificación del Segmento	8
2.2 Identificación de Necesidades	9
2.3 Necesidades de los StakeHolders	10
2.4 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad	10
2.5 Pasos para generar solución	11
2.6 Identificación de Soluciones	11
2.6.1 Soluciones actuales	12
3. <i>Identificación de Beneficios y Expectativa de Resultados</i>	13
3.1 Identificación De Inconformidades Y Frustraciones	14
4. <i>Identificación del entorno</i>	14
4.1 Factores de entorno general	14
4.1.1 Variables Político – legales.....	14
Decreto 3075 de 1997 (Invima, 1997)	14
4.1.2 Variables Económicas	17
4.1.3 Variables Socioculturales:	19
4.1.4 Variables Tecnológicas.....	20
4.1.5 Variable Entorno/ecológico	21
5. <i>Factores de entorno específico</i>	21
5.1 Identificación de canales:	22

6. Identificación de Mercado.....	23
6.1 IDENTIFICACIÓN TAM.....	23
6.2 IDENTIFICACIÓN SAM.....	23
6.3 IDENTIFICACIÓN SOM.....	24
7 FORMATO ENTREVISTA	24
7.1 ENTREVISTA	24
7.2 ANALISIS DE INFORMACIÓN DE RESULTADOS.	34
8.PROTOTIPO	34
8.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO.	34
8.2 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO	35
9 PLANEACION ESTRATEGICA.....	37
9.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA	37
9.2 FUTURO PREFERIDO	37
9.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES	38
9.3.1 OBJETIVO GENERAL	38
9.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.	38
9.4 VALORES CORPORATIVOS.....	38
CONCLUSIONES.....	41
Bibliografía	41

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. NECESIDADES DE LOS STAKEHOLDERS	10
TABLA 2. CUADRO 1. IPC, VARIACIÓN MENSUAL SEGÚN GRUPOS DE GASTOS ABRIL (2017-2018) DANE	17
TABLA 3. ENTREVISTA 1	25
TABLA 4. ENTREVISTA 2	25
TABLA 5. ENTREVISTA 3	26
TABLA 6. ENTREVISTA 4	27
TABLA 7. ENTREVISTA 5	28
TABLA 8. ENTREVISTA 6	28
TABLA 9. ENTREVISTA 7	29
TABLA 10. ENTREVISTA 8	30
TABLA 11. ENTREVISTA 9	31
TABLA 12. ENTREVISTA 10	31
TABLA 13. ENTREVISTA 11	32
TABLA 14. ENTREVISTA 12	33
TABLA 15 HALLAZGOS	33
TABLA 16 FICHA TÉCNICA	35
TABLA 17. ANÁLISIS DE MACROENTORNO	39

INDICE DE FOTOS

FOTO NO. 1. SOLUCIONES ACTUALES	12
FOTO NO. 2. SOLUCIONES ACTUALES	13

Introducción

Nos encontramos trabajando en nuestro proyecto Salad Fruit que surge para satisfacer las necesidades de las personas que desean tener una alimentación saludable, teniendo en cuenta los índices grandes de obesidad que son ocasionados por una mala alimentación y la carencia de fuentes vegetales como lo son las frutas y verduras.

Actualmente existen establecimientos de comida rápida que ofrecen ensaladas de vegetales y se refleja que han tenido una gran aceptación en el mercado, pero estas solo ofrecen productos vegetales.

Salad Fruit es un lugar cómodo y fresco para que nuestros clientes consuman su ensalada generando un ambiente familiar, es una fuente de ensalada de frutas y vegetales, las cuales se seleccionan, se preparan y se pone a disposición junto con otros ingredientes, para que nuestros clientes puedan elegir a su gusto y la cantidad que desean llevar.

Finalmente, se desarrolla un plan de implementación, que permite establecer el alcance, el tiempo y los costos del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

Salad fruit es una empresa que iniciará su actividad en Julio del 2020 que se dedica a la producción y comercialización de alimentos hecho principalmente a base de frutas y verduras. Durante el primer año el sector será el centro comercial plaza imperial (localidad suba), donde se encuentra nuestro segmento de mercado.

Salad fruit, promete tener un diseño llamativo, donde la calidad de los productos que vendemos concuerda con el espacio en donde se vende; de tal forma que el cliente se siente acogido en este lugar y satisfecho con su compra

1. Customerevelopment

1.1 Definición de la idea de negocio

Salad Fruit es una microempresa, que empezara en la ciudad de Bogotá en la localidad de suba en el centro comercial plaza imperial, esta idea surge a través de un proyecto que se empieza a manejar en la universidad y con la intención de emprender; se crea con la intención de generar empleo y expandirnos a nivel nacional y así obtener ingresos para los socios.

Nuestro producto se basa en ingredientes saludables y adecuados para las personas que sufran de intolerancia a la lactosa, diabetes, alergia a fruta o verdura.

2. Stakeholders

2.1 Identificación del Segmento

A la hora de escoger mi segmento de mercado, identifique que nuestro mercado son las personas entre los 20 y 70 años con un nivel económico bajo-medio-alto, que desean llevar una vida saludable, por lo cual investigue donde podría ser un buen punto para ubicar mi negocio, para así tener una producción demandante, después de analizar este mercado, llegue a la conclusión que en un centro comercial sería un buen punto para iniciar con este proyecto.

Pretendo dar a conocer mi producto de ensalada, en diferentes puntos del centro comercial, cumpliendo con las normas de calidad y normas de alimentación sana, para romper con los esquemas ya propuestos y ampliar horizontes a futuros innovadores.

Pero también quiero dar a conocer como se elaboran las ensaladas, las características y propiedades que tienen sus ingredientes, preparar una de estas y tomar en cuenta los comentarios de los clientes, para así ir mejorando la producción y finalmente que estas se conviertan en las ensaladas preferidas por el público. Por ende, se requiere investigar más a fondo sobre las ensaladas, aunque se escuche vano y sin sentido de donde viene, quien y como se tuvo la idea de prepararla, cuales son las formas más y menos comunes de consumirlas y sobre todo que falta por innovar en el mundo de las ensaladas.

Geográfico

Salad Fruit estará ubicada en el noroccidente de la ciudad de Bogotá D.C (Colombia) en el centro comercial plaza imperial Cra 104 #148-07, en esta parte de la localidad de suba se trasladan personas de nivel económico bajo-medio-alto.

Psicograficos

Salad Fruit desea entregar a nuestros clientes bienestar, salud y una dieta balanceada.

Conductuales

Salad Fruit beneficiara a nuestros clientes y lograra la satisfacci3n, calidad y buen servicio entregado a estos.

2.2 Identificaci3n de Necesidades

Nuestro producto se basa a partir de la necesidad que se ha creado en nuestro entorno actual, como lo es el tema de salud, seg3n los an3lisis los mayores problemas al consumir ensaladas son intolerancia a algunas frutas, l3ctea o vegetal, dado que cada d3a la poblaci3n se enferma por productos que no son saludables y generan malestares.

Actualmente se evidencia los temas de salud que se presentan por no llevar una alimentaci3n balanceada y adecuada de acuerdo a los h3bitos alimenticios que las personas entre 20 y 70 a3os llevan.

Se crean estas ensaladas dando una soluci3n eficiente a la hora de consumir un producto que tenga las caracter3sticas para el cuidado de cada persona, como lo es la leche deslactosada, cambiar un vegetal/ fruta por otro que no le genere malestares, mis ensaladas ser3n uno de los alimentos m3s saludables y consumidos por las personas que lo necesitan, ya sea por enfermedad, por problemas digestivos y personas que les guste comer y vivir bien.

Los ingredientes que utilizare serán totalmente orgánicos, ya que manejare mis propios cultivos y así brindare a mis clientes productos garantizados y saludables, que le ayudarán con su bienestar y salud.

2.3 Necesidades de los StakeHolders

Tabla 1. Necesidades de los StakeHolders

Problema	Oportunidad
Salud	Brindar a los clientes productos con ingredientes saludable para su nutrición
productos para personas intolerantes a la lactosa	Productos a base de ingredientes que no contengan lactosa.
bajo en dulce	Solucionar el problema de las personas que no pueden comer productos altos en azucares

2.4 Identificar la razón por la cual se resuelve la necesidad

Las personas han tomado una tendencia hacia la salud, haciendo ejercicio, rutinas y costumbres, para mantener su objetivo, además que se debe tener una alimentación saludable, y precisamente en un centro comercial o un restaurante de barrio no se acostumbra a tener productos con estas características.

Las personas con intolerancia a la lactosa son muy numerosas ya que se cree que todos somos intolerantes pero un poco número de persona generan esta protección para poder consumir productos con lactosa, nosotros como producto sin leche y leche deslactosada en otros,

atacamos este problema como solución a la hora de escoger una ensalada que no te dañe el rato que estas compartiendo con su familia.

Hemos venido en una tradición que ha llevado al consumo de ensaladas.

No existe reconocimiento del mismo ya que:

- Publicidad
- Volúmenes de comercialización
- Precio
- Entrega del producto

2.5 Pasos para generar solución

Elaborar un producto con las características necesarias para satisfacer las necesidades identificadas en nuestros clientes:

- Identificar los ingredientes que contengan los elementos esenciales para contribuir al objetivo de nuestra empresa, como lo son:

Diseña formas decorativas únicas en el mercado, y que puedan abarcar todo lo que el cliente quiera expresar.

2.6 Identificación de Soluciones

Elaborar un producto con las características necesarias para satisfacer las necesidades identificadas en nuestros clientes.

Identificar que los ingredientes tengan lo esencial para contribuir al objetivo de mi empresa.

Distribuir al cliente mi producto, evitándole desplazamientos innecesarios.

Diseñar formas de creatividad en el momento de la presentación de la carta y platos que marquen la diferencia.

2.6.1 Soluciones actuales

Foto No. 1. Soluciones Actuales



Foto No. 2. Soluciones Actuales



3. Identificación de Beneficios y Expectativa de Resultados

Nuestro producto tiene características que benefician a las personas entre los 20 y 70 años que son intolerantes a algunas frutas, lácteo o vegetal, dado que cada día la población se enferma por productos que no son saludables y generan malestares. Gracias a las siguientes características nutricionales:

- Es ideal para personas que sufren de indigestión, ya que evita la pesadez y por ende permite tener un sistema digestivo sano.
- Es ideal para las personas entre los 20 y 70 años que se encuentren realizando algún tipo de régimen alimenticio, ya que estas ayudan a una dieta blanda.
- Ayudan en el crecimiento y desarrollo de su organismo.
- Las frutas y las verduras son los alimentos que contienen más agua.
- Aportan vitaminas y minerales al ser humano.
- Poseen alto contenido en fibra.
- Son alimentos que carecen de grasas y esto evita que las personas tengan menos colesterol y triglicéridos.
- Se pueden incluir en todas las comidas.

3.1 Identificación De Inconformidades Y Frustraciones

Se crearían talleres de sensibilización donde se traten los siguientes temas:

- Ventajas de tener un cuerpo saludable
- Cualidades de las ensaladas (Tabla nutricional, características, porciones y precios)
- Degustación de la ensalada.

Salad Fruit tendría una producción estable, argumentando en un aumento de ventas significativo, donde se priorice el proceso de elaboración manual de ensaladas con técnicas de bioseguridad y especificaciones de la elaboración de productos con fines alimenticios del consumo humano. El problema en la actualidad se maneja con la publicidad voz a voz, originado por el nivel de satisfacción de los clientes al probar estas ensaladas, llevando a cabo la legalización de la empresa hará que se pueda poner en marcha un plan de negocio donde se priorice la publicidad de mercado que debe tener un producto de este tipo.

4. Identificación del entorno

4.1 Factores de entorno general

4.1.1 Variables Político – legales.

Decreto 3075 de 1997 (Invima, 1997)

Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones.

El presidente de la república de Colombia

En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales y en especial las que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y la Ley 09 de 1979 DECRETA:

TITULO I. DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1o. AMBITO DE APLICACION. La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran:

- a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos.
- b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.
- c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano.
- d. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos.

ARTICULO 3o. ALIMENTOS DE MAYOR RIESGO EN SALUD PUBLICA. Para efectos del presente decreto se consideran alimentos de mayor riesgo en salud pública los siguientes:

- Leche y derivados lácteos.

- Productos de la pesca y sus derivados.
- Productos preparados a base de huevo. - Alimentos de baja acidez empacados en envase sellados herméticamente. (PH> 4.5)
- Alimentos o Comidas preparados de origen animal listos para el consumo.
- Agua envasada.
- Alimentos infantiles.

ARTICULO 6o. OBLIGATORIEDAD DE DAR AVISO A LA AUTORIDAD SANITARIA. Las personas naturales o jurídicas responsables de las actividades reglamentadas en el presente Decreto deberán informar a la autoridad sanitaria competente la existencia y funcionamiento del establecimiento, cualquier cambio de propiedad, razón social, ubicación o cierre temporal o definitivo del mismo para efectos de la vigilancia y control sanitarios.

ARTICULO 7o. BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA. Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñirán a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el título II del presente decreto.

CAPITULO II.

EQUIPOS Y UTENSILIOS ARTICULO 10. CONDICIONES GENERALES. Los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación, preparación, de alimentos dependen del tipo del alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista. Todos ellos deben estar diseñados, contruidos, instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto.

4.1.2 Variables Económicas

IPC GENERAL (Dane, 2017)

Entre mayo de 2017 y abril de 2018 (últimos doce meses), la variación del IPC fue 3,13%, la más baja registrada en el periodo móvil mayo-abril en los últimos cuatro años.

IPC En el grupo de alimentos

La variación del grupo Alimentos en el mismo Entre mayo de 2017 y abril de 2018 (últimos doce meses) periodo fue 1,52%, la más baja registrada en los últimos ocho años.

Tabla 2. Cuadro 1. IPC, Variación Mensual Según Grupos de Gastos Abril (2017-2018) DANE

**Cuadro 1. IPC. Variación mensual
Según grupos de gasto
Abril (2017-2018)**

Grupos de gasto	Peso %	2017		2018	
		Variación %	Contribución Puntos Porcentuales	Variación %	Contribución Puntos Porcentuales
Vivienda	30,10	0,67	0,20	0,79	0,24
Alimentos	28,21	0,13	0,04	0,66	0,19
Total	100,00	0,47	0,47	0,46	0,46
Salud	2,43	0,72	0,02	0,43	0,01
Otros gastos	6,35	0,59	0,04	0,21	0,01
Transporte	15,19	1,00	0,14	0,09	0,01
Educación	5,73	0,01	0,00	0,00	0,00
Vestuario	5,16	0,38	0,02	0,00	0,00
Comunicaciones	3,72	0,27	0,01	0,00	0,00
Diversión	3,10	0,27	0,01	-0,32	-0,01

Fuente: DANE - IPC

Los mayores aportes a la variación mensual del IPC (0,46%), se ubicaron en los grupos de: Vivienda y Alimentos, los cuales aportaron 0,43 puntos porcentuales a la variación total.

(Dane, 2017)

Reforma tributaria (Dinero, 2016)

En cuanto al IVA, se mantendrán exentos los medicamentos del Plan Obligatorio de Salud, los celulares de menos de \$650.000 y los computadores de menos de \$1'000.000, además los estratos 1 y 2 no tendrán IVA en el pago de servicios de internet.

Otros productos que estarán exentos de IVA son los huevos, carnes, cuadernos y libros, viviendas usadas y viviendas nuevas de precios inferiores a \$800 millones.

En los demás productos que ya tienen IVA, este subirá de 16% a 19%. Las viviendas nuevas de más \$800 millones pagarán un impuesto de 5%, las publicaciones periódicas (revistas y periódicos) también tendrán una tarifa de 5%. (Dinero, 2016)

Expansión de sector alimentos procesados en Bogotá (Portafolio, 2017)

según el periódico “portafolio” el aumento en el consumo en los hogares ha impulsado el crecimiento del sector de alimentos procesados en Bogotá y sus municipios vecinos, donde se concentran alrededor de 2.500 empresas dedicadas a esta actividad, por lo que se prevén ventas este año por unos 20.110 millones de dólares.

El ejecutivo destacó que "el crecimiento de este sector ha posicionado a Bogotá como el epicentro de alimentos procesados del país, al concentrar el 44 % de las ventas". El director de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) para Bogotá, Cundinamarca y Boyacá, Camilo Montes, aseguró que el sector de alimentos procesados es una "industria muy madura" en la región capital, con unas 2.500 empresas de las 9.800 de mayor tamaño que funcionan en el país y que generan 190.000 empleos, de los cuales 60.000 se concentran en esta zona. (Portafolio, 2017)

Alimentos encarecieron el costo de vida en enero de 2018 (Dinero, 2018)

El DANE reveló que en el primer mes de 2018 la inflación varió 0,63% estimulada principalmente por el grupo de alimentos que presentó un alza de 1,20%. El dato de los 12 meses, que fue de 3,68%, ya se ubica dentro del rango meta del Banco de la República que es entre 2% y 4%. (Dinero, 2018)

4.1.3 Variables Socioculturales:

Actitudes y opiniones de los clientes Este es un factor en el cual se preocupa por mantener la exaltación y satisfacción del receptor, porque de lo contrario puede afectar en la reputación de la empresa con el simple hecho de presentar desagrado o una mala opinión divulgada por parte del mismo y poniendo en duda la calidad que provee la empresa

Responsabilidad social

Iniciativa social, esta acción es muy viable ya que las acciones sociales se convierten en herramientas de negocios sin dejar a un lado la magnitud de la problemática social y la iniciativa de promover una ayuda.

Derechos humanos

Esta puede llegar a afectar a la empresa en la ocasión en que tal derecho sea vulnerado, sobre pasado o al no haber tomado la medida suficiente para tomar una decisión en relación. Es por este motivo que los derechos humanos son vitales dentro de un proceso en una empresa y sus normativas.

Gustos y preferencias

Esto puede ser un factor importante en torno al producto, impulsando a la empresa a mejorar su competitividad abarcar un poco más estos factores de gustos, preferencias y dando posibilidad a la empresa a aumentar el número de usuarios.

Beneficios del producto

Se promueve la satisfacción del cliente haciéndolo sentir que su inversión en torno al servicio que prevé la empresa fue la mejor para su economía, calidad y beneficio.

4.1.4 Variables Tecnológicas

Máximo aprovechamiento de herramientas informáticas

Hoy en día el internet es una de las herramientas más económicas y viables a la hora de hacer publicidad, tener información al alcance y en todo momento.

Igual que el paquete office que da una gran ventaja a la hora de generar la contabilidad y mantener administrativamente la empresa.

Potencial de innovación

El impacto es positivo ya que en el proceso se utiliza químicos, sería potencial innovador si existiera un químico que su rendimiento fuese más en la utilización del mismo.

Acceso a tecnología

El impacto sería positivo ya que se tomaría como una herramienta de publicidad para la empresa.

Tecnología de información y producción

El impacto sería la supervisión del proceso de las máquinas, dando la coordinación de las acciones a hacer.

Internet

El impacto es positivo, se genera comunicación entre las diferentes áreas.

4.1.5 Variable Entorno/ecológico

Es uno de los más importantes en nuestra empresa dado que nuestro producto es empacado en un material plástico, el cual queremos y buscamos una forma de cambio dado que a nuestro nivel de producción mayor uso de este material, nuestra idea es ayudar al medio ambiente utilizando material biodegradable .

Manejo de residuos

El impacto es positivo ya que SALAD FRUIT implementa un buen manejo de los residuos para tratar de disminuir la contaminación del ambiente.

Consumo de agua

El impacto es positivo, ya que en SALAD FRUIT tratamos el agua para no malgastarla tanto, se recoge el agua lluvia y se le hace su debido proceso.

Reciclaje

El impacto es positivo ya que tenemos una planta de tratamiento para el agua, ya que es esta la que se recicla para evitar el mal manejo de ella.

Consumo de energía

El impacto es negativo, ya que SALAD FRUIT debería pagar por este servicio

5. Factores de entorno específico

La competencia: Nuestros competidores directos serian nuevas empresas que desean generar productos innovadores o parecidos, la diferencia de nuestra empresa es que dejara a sus clientes innovar y desarrollar su propio diseño, escogiendo su toque personal, la atención, precio y

preferencia que tendrá cada cliente en Salad Fruit los hará escogernos una y otra vez como su empresa número 1.

Los productos sustitutos: Hay una gran cantidad de sustitutos abiertos o disponibles en el mercado.

Para protegernos de estas empresas, el valor de nuestro producto se desarrolla donde el cliente puede escoger y expresarse sobre la forma como desea su ensalada, no solo con el sabor, el color sino la innovación directa de nuestro producto.

Los proveedores: Los proveedores en este caso pueden ejercer en poder de negociación, amenazando nuestra empresa con mejores precios, el modo competitivo de nosotros siempre será la mejor calidad y atención hacia nuestros clientes dando una fidelidad directa de ellos hacia nosotros como su empresa número 1, la cual da preferencia a sus clientes brindando productos de excelente calidad.

Los clientes: Los beneficios que cada uno de nuestros productos demuestran notablemente cómo los clientes especiales pagan precios diferentes por nuestra excelente calidad y atención nos hacen ser la empresa número 1 en nuestros clientes, de esta forma mejorando día a día.

5.1 Identificación de canales:

Deseamos ofrecer a nuestros clientes gran variedad de ensaladas de esta manera la forma de reconocimiento del producto sería a través de la WEB, redes sociales como lo son:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Entre otras

Ya que en este momento no contamos con gran presupuesto para financiar otro tipo de publicidad, dándonos a conocer en dos tipos de canales como lo es la WEB y el directo el cual se establece en que la empresa directa es la que fabrica el producto y lo vende al consumidor final.

En este caso SALAD FRUIT cuenta con ciertos tipos de clientes que también ayudan a dar publicidad del mismo, donde nuestro producto se va conociendo poco a poco a través de los mismos consumidores.

Deseamos que el cliente desee nuestros productos no solo con la presentación, sino exaltando por su sabor en cada una de sus reuniones familiares, algo diferente e innovador.

6. Identificación de Mercado

6.1 IDENTIFICACIÓN TAM

Nuestro mercado potencial son las personas entre los 20 y 70 años con un nivel económico bajo-medio-alto.

6.2 IDENTIFICACIÓN SAM

Nuestra capacidad de producción y demás factores, el mercado disponible para nuestra empresa son las personas entre los 20 y 70 años.

6.3 IDENTIFICACIÓN SOM

Se realizó el análisis del segmento y pude definir nuestro dicho de mercado y tipo de servicio es brindar la opción de llevar una vida saludable, ya que gracias a los beneficios de nuestros productos se adaptará perfecto con la alimentación saludable ofrecida.

Después de la investigación del TAM, SAM Y SOM. Se llega la conclusión de que el mercado para nuestra empresa son las personas entre los 20 y 70 años con un nivel económico bajo-medio-alto, que deseen llevar una vida saludable.

7 FORMATO ENTREVISTA

7.1 ENTREVISTA

1. ¿Cuántos años tienes?
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?

La entrevista está enfocada en nuestro segmento de mercado, dando a conocer nuestro producto, beneficios, gustos y la variedad de nuestras ensaladas.

Se aplicaron 6 preguntas en la localidad de suba a diferentes rangos de edades; las cosas positivas que se perciben en las encuestas, es que nuestro producto hace la diferencia en cuanto

a la variedad que ofrecemos en nuestro portafolio de servicio, una ensalada que no es muy común pero que marcará la diferencia, es algo innovador en el mercado.

Es un producto que está hecho para cada gusto, satisface la necesidad de nuestros clientes, ya que no tienen el placer de disfrutar con frecuencia.

Tabla 3. Entrevista 1

Nombre del entrevistado:	Lina Suarez
1. ¿Cuántos años tienes?	46
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	diariamente
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Salud y bienestar
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Claro que si
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Que es un producto con un gran portafolio de servicio y está diseñado para la satisfacción del consumidor.

Tabla 4. Entrevista 2

Nombre del entrevistado:	Camila Galindo
---------------------------------	-----------------------

1. ¿Cuántos años tienes?	22
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	De vez en cuando
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Proteínas
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Sí, claro
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Sí
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Que tiene gran variedad y eso llama la atención.

Tabla 5. Entrevista 3

Nombre del entrevistado:	Diego Candela
1. ¿Cuántos años tienes?	38
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	ocasionalmente
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Obtener salud, bienestar, proteínas y vitaminas.
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Claro que si, seria muy importante brindar también un buen producto de buena calidad a otras personas.

Nombre del entrevistado:	Diego Candela
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si, con la variedad que usted ofrecen, marcan la diferencia.
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Que van a tener una gran explosión en el mercado, ya que salad fruit permite que sus clientes escojan a sus gustos la ensalada que desean consumir y no solo se basan en su portafolio.

Tabla 6. Entrevista 4

Nombre del entrevistado:	Camilo Galvis
1. ¿Cuántos años tienes?	26
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	3 veces a la semana
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Lo saludable que es para la vida y el bienestar de todo.
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Si me gustaría
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si 100%

Nombre del entrevistado:	Camilo Galvis
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Que son muy innovadoras de excelente calidad y todo es muy saludable.

Tabla 7. Entrevista 5

Nombre del entrevistado:	Daniela Cerquera
1. ¿Cuántos años tienes?	20
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	De vez en cuando
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Que me den energía, vitaminas, nutrientes que es lo que necesita mi cuerpo, todos los beneficios que tienen la fruta.
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Tal vez
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Es una buena variedad que ofrecen en sus productos, calidad y una excelente combinacion.

Tabla 8. Entrevista 6

Nombre del entrevistado:	Elisa Soler
---------------------------------	--------------------

1. ¿Cuántos años tienes?	55
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	Siempre
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Que me aporten el valor nutricional que a mi edad necesito.
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Si
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Que es un producto diferente que ofrecen en los restaurantes y demás negocios.

Tabla 9. Entrevista 7

Nombre del entrevistado:	Diana Martinez
1. ¿Cuántos años tienes?	21
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	Rara vez
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Que sea fresca, variedad de frutas y que tenga harto queso.
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	si

-
- | | |
|--|---|
| 5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado? | si |
| 6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos? | Le dan al cliente el beneficio de elegir a su gusto, las diferentes frutas, sin ser que tener las misma en la carta |
-

Tabla 10. Entrevista 8

Nombre del entrevistado:	Nicolas Castillo
1. ¿Cuántos años tienes?	22
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	Diariamente
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Que sean nutritivas, el sabor.
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Si claro
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si, es un producto que aporta beneficio en la salud y bienestar a las demás personas.
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Sería un producto diferente al de la competencia, ya que este le permitir libertad

Nombre del entrevistado:	Nicolas Castillo
	a sus consumidores de elegir lo que desea consumir.

Tabla 11. Entrevista 9

Nombre del entrevistado:	Gustavo Turriago
1. ¿Cuántos años tienes?	58
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	Rara vez
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Que sea bueno para la salud
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	si
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	si
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Excelente variedad, innovador.

Tabla 12. Entrevista 10

Nombre del entrevistado:	Katherine Rodríguez
1. ¿Cuántos años tienes?	22

2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	De lunes a viernes
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Tener buena calidad de salud y vida.
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Si
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Que es atractivo.

Tabla 13. Entrevista 11

Nombre del entrevistado:	Eduardo Caicedo
1. ¿Cuántos años tienes?	23
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	Rara vez
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Calmar el hambre
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	Si

Nombre del entrevistado:	Eduardo Caicedo
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	Si
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Sería bueno aumentar la cantidad de la ensalada.

Tabla 14. Entrevista 12

Nombre del entrevistado:	Alejandro Preciado
1. ¿Cuántos años tienes?	70
2. ¿Con que frecuencia consume ensaladas de frutas y verduras?	Todos los días.
3. ¿A la hora de consumir ensaladas que beneficios le gustaría encontrar?	Que me da mucha vitalidad
4. ¿para sus reuniones familiares le gustaría agregar ensaladas que tengan variedad en sus productos?	si
5. ¿Cree usted que nuestro producto puede ser innovador en el mercado?	si
6. ¿Qué piensas de nuestros productos en cuanto a la variedad que ofrecemos?	Muy novedoso.

HALLAZGOS

Tabla 15 Hallazgos

NECESIDADES	BENEFICIOS	FRUSTRACIONES	SOLUCIONES
Variedad	Bajos en azúcar	Subir de Talla	Cuidar la salud

Dar a conocer nuestras ensaladas	Hecho a base de frutas y verduras.	Lactosa	Uso de productos deslactosados.
Economía	Vitaminas	Preocupación por el precio	Contamos con variedad en nuestros precios para todo tipo de estrato.

7.2 ANALISIS DE INFORMACIÓN DE RESULTADOS.

Después de realizar las entrevistas a diferentes tipos de personas en el centro comercial plaza imperial (localidad de suba) se observa que nuestro producto es poco común en el mercado las personas que han tenido el placer de probarlas han quedado satisfechos con nuestras ensaladas, por ser un producto innovador, además cuenta con una gran variedad, que le permite al consumidor no solo tomar su orden por nuestro portafolio de producto, si no que le permite elegir libremente lo que desea consumir. De igual forma nuestro proyecto está basado en que nuestro producto sea uno de los más reconocidos en el mercado

8.PROTOTIPO

8.1 DESCRIPCION DEL PRODUCTO.

Salad Fruit es un producto (bien) que contribuye a la hidratación, ayuda a una dieta y alimentación balanceada, facilita la digestión y crea una sensación de bienestar y salud, estas características hacen que nuestro producto sea adaptable a las edades entre los 20 y 70 años.


Son excelentes para ancianos que sufran de problemas de diabetes o digestivos, para los deportistas es una fuente rápida de energías y nutrientes.

El valor nutritivo y alimenticio de nuestras ensaladas depende de los componentes que tienen las frutas y verduras, ya que estas son una mezcla de gran variedad que aportan proteínas y vitaminas.

Salad Fruit es un lugar cómodo y fresco para que nuestros clientes consuman su ensalada generando un ambiente familiar, es una fuente de ensalada de frutas y vegetales, las cuales se seleccionan, se preparan y se pone a disposición junto con otros ingredientes, para que nuestros clientes puedan elegir a su gusto y la cantidad que desean llevar.

8.2 FICHA TECNICA DEL PRODUCTO

Tabla 16 Ficha Técnica

FICHA TECNICA	
	
Nombre:	Salad Fruit
Características:	Color: los diferentes colores que trae cada fruta y verdura, ya que cada una contiene

sabor, aroma, textura y calidad en su carne diferentes.

Sabor: la pulpa puede ser dura o blanda pero siempre refrescante y jugosa, y su sabor va desde el muy dulce al más ácido pasando por toda una mezcla de gustos acidulados y azucarados. En cuanto a las verduras un sabor muy intenso, acre, ligeramente amargo y agradable.

Usos Gastronómicos:

Frutas: Las distintas frutas se suelen consumir crudas como fruta de mesa o como ingrediente de ensaladas. Se pueden emplear también en salsas y guisos.

Verduras: Se pueden consumir solas, salteadas con un poco de aceite o incluirlas en ensaladas. Incluso se conoce la existencia de helados elaborados a base de estas.

9 PLANEACION ESTRATEGICA

9.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA

MISIÓN

Suministrar a nuestros clientes, los mejores productos con calidad y precios asequibles, brindar un buen servicio y atención al cliente, capacitando al personal en todas las áreas para alcanzar la excelencia en nuestros servicios.

VISION

Tener un reconocimiento a nivel nacional, realizando una expansión de más sedes en el país, llegar hacer los mejores en brindarle servicio al cliente y cumplir con los estándares altos de calidad.

9.2 FUTURO PREFERIDO

Salad Fruit desea ser una excelente y reconocida empresa a nivel nacional por nuestro gran variedad en nuestros productos, por la dedicación, pasión y compromiso con el cliente, para así satisfacer las necesidades de nuestros consumidores y ser los número uno en ventas de ensalada.

Dar un servicio eficaz en el producto, proceso y calidad para posicionarnos como los mejores a nivel nacional, cuando se realice nuestra expansión de sedes.

9.3 OBJETIVOS EMPRESARIALES

9.3.1 OBJETIVO GENERAL

Producir y comercializar productos directos de Salad Fruit garantizando su calidad, satisfacción y entrega oportuna ofreciendo al cliente la eficacia en nuestros servicios y productos de esta manera posicionarnos como una empresa en el mercado, a través de mejoramiento continuo.

Trabajar en equipo con responsabilidad y dedicación para cumplir con las expectativas de los clientes garantizando la calidad en nuestros productos.

9.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Desarrollar productos innovadores, ricos y de bajo costo.
- Organización y excelentes bases de manipulación de alimentos, de esta forma que nuestros clientes estén tranquilos con los métodos de producción en Salad Fruit.
- Asegurar la calidad de nuestros productos.
- Desarrollar productos con la especificación y deseo que el cliente necesite, dándole la facilidad de crear su ensalada como él lo desee.

9.4 VALORES CORPORATIVOS.

- **Responsabilidad:** nos dedicamos a entregar con responsabilidad y calidad el producto que el cliente desee, con las bases que el cliente requiere, nos esforzamos para satisfacer su necesidad.
- **Respeto:** Manejar una atención adecuada, con base al trato que nuestro cliente merece.

- **Honestidad:** Seremos 100% transparentes, en lo que nuestros productos contengan.
- **Lealtad:** Seremos reales y confiables, de esta forma llegaremos al cliente.
- **Fidelidad:** nuestros clientes van a preferirnos porque nuestro producto es innovador y fue diseñado para crear bienestar y salud, lo cual se crearía y generaría fidelización de estos.
- **Valorar el capital humano:** salad fruit está diseñado para todo tipo de estrato, ya sea bajo, medio o alto.

ANALISIS DE MACROENTORNO

Tabla 17. Análisis de Macro entorno

Político	
Proceso de Paz	El impacto es positivo, ya que genera más servicios con empresas nuevas que ven en el país también generando tranquilidad para la generación de nuevas empresa los cuales serían nuestro nuevos clientes
Guerras y conflictos	El impacto es negativo, ya que al tener un conflicto interno trae consecuencias de una economía donde el desarrollo no existe.
Disposiciones gubernamentales	El impacto es positivo, si el proyecto beneficia nuestro sector de servicios.
Plan de ordenamiento territorial	El impacto puede ser positivo, si esto trae consigo mejoramiento y desarrollo para nuestra empresa.
Banco Mundial	El impacto es positivo, si esta inversión se hace con el fin de mejora el sector de la economía en el país.
DECRETO 3075 DE 1997	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 09 de 1979 y se dictan otras disposiciones.
ARTICULO 1o. DE AMBITO APLICACION.	La salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos

Político	
ARTICULO 3o. ALIMENTOS DE MAYOR RIESGO EN SALUD PUBLICA	Se refiere a la cantidad de productos que tienen un riesgo alto para el consumo de las personas como la leche y derivados.
ARTICULO 6o. OBLIGATORIEDAD DE DAR AVISO A LA AUTORIDAD SANITARIA	Las personas naturales o jurídicas responsables de las actividades reglamentadas en el presente Decreto deben informar a la autoridad sanitaria competente la existencia y funcionamiento del establecimiento, cualquier cambio de propiedad, razón social, ubicación o cierre temporal o definitivo del mismo para efectos de la vigilancia y control sanitarios.
ARTICULO 7o. BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM)	Las actividades de fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos se ceñir n a los principios de las Buenas Prácticas de Manufactura estipuladas en el título II del presente decreto.
CAPITULO II. EQUIPOS Y UTENSILIOS ARTICULO 10. CONDICIONES GENERALES	Los equipos y utensilios utilizados en el procesamiento, fabricación, preparación, de alimentos dependen del tipo del alimento, materia prima o insumo, de la tecnología a emplear y de la máxima capacidad de producción prevista. Todos ellos deben estar diseñados, construidos, instalados y mantenidos de manera que se evite la contaminación del alimento, facilite la limpieza y desinfección de sus superficies y permitan desempeñar adecuadamente el uso previsto.
Tendencias Políticas	El impacto dependería de las políticas nuevas que implemente, ya que en Colombia las elecciones políticas están cerca y nos podrían afectar positivo o negativo

CONCLUSIONES

1. Con este trabajo investigativo podemos concluir que SALAD FRUIT es una idea de ensaladas diferentes, innovadoras, ricas y creativas.
2. Los productos utilizados serán de alta calidad e innovación generando clientes continuamente.
3. Los clientes se muestran muy interesados según nuestras encuestas realizadas por este nuevo tipo de proyectos e innovadores.
4. La creación de SALAD FRUIT muestra un afianzamiento hacia la población bien consiente, su creación, sabor, nutrientes etc.

Bibliografía

- Dane. (2017). IPCogotá:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_abr18.pdf.
- Dinero. (12 de Octubre de 2016). Reforma tributaria.
<https://www.dinero.com/economia/articulo/reforma-tributaria-2016-resumen-y-documento-completo/235166> , pág. 1.
- Dinero. (02 de 05 de 2018). PRECIOS. <https://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-de-enero-2018-en-colombia-segun-el-dane/255052> , pág. 1.
- GUTIERREZ, M. L. (19 de JULIO de 2014).
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8698/1026273604-2014-pdf>
Obtenido de
<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8698/1026273604-2014-pdf> .
- Invima. (1997).
https://www.invima.gov.co/images/stories/aliementos/decreto_3075_1997.pdf.

Portafolio. (18 de diciembre de 2017). Crecimiento del sector alimentos. *Mayor consumo ha impulsado expansión de sector alimentos procesados en Bogotá*, pág. 1.

PREZZI. (31 de AGOSTO de 2018). • <https://prezi.com/b2wzsqakzatic/plan-de-negocio-delifrut-mangoladas-y-ensalada-de-frutas/>.