

FRUTAS AL SOL

Johanna Lucia Garzón Sastre y Claudia Esperanza Prieto Díaz

CUN (CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR)

OPCIÓN DE GRADO

BOGOTÁ D.C.

2019

Maritza Arias Hernández

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	3
2. Justificación	4
3. Descripción de la idea de negocio.	5
4. Componente innovador de la idea de negocio	6
5. Modelo Lean Canvas	7
6. Descripción detallada del cliente	9
7. Validación de la idea.....	10
7.1 Herramientas de recolección.....	10
7.2 Análisis de resultados	13
8. Planeación estratégica.....	21
8.1 Identidad estratégica	21
8.2 Futuro preferido	21
8.3 Objetivos	26
8.4 Valores	30
9. Conclusiones.....	32
10. Bibliografía.....	33

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad encontramos variedad de problemas y preocupaciones y más si hablamos del bienestar del ser humano. Durante las últimas décadas, podemos percibir un cambio de actitud en las personas en cuanto a los cuidados que tienen a la hora de su alimentación, realizar ejercicio y descanso. Pero al mismo tiempo para nadie es un secreto que el ritmo de vida cada vez es más agitado y hay menos tiempo. El mercado ofrece diversidad de soluciones para el consumidor, que aparentan momentáneamente satisfacer las necesidades (píldoras, comidas rápidas, snacks fritos, entre otros).

Pero también podemos encontrar productos naturales, saludables, de consumo práctico, rápido, fácil, para cualquier momento y cualquier lugar. Estas contienen una alta concentración de nutrientes, vitaminas, minerales, libres de grasa y colesterol.

La implementación de este producto en los hábitos alimenticios de las personas, es un gran reto para nosotros, pues nos enfocaremos en cambiar la cultura para una mejor nutrición, aprovechando la gran variedad de frutas que existe en el mercado colombiano.

2. JUSTIFICACIÓN

Colombia es un país de tipo tropical donde el cultivo de frutas es abundante y variado, por la diversidad climática existente a lo largo y ancho de su geografía. Por su alta producción y en muchas ocasiones su desperdicio por ser alimentos perecederos, grandes partes del cultivo de las frutas deben por necesidad ser procesadas para evitar deterioros en su calidad y en la salud humana.

Este trabajo presenta una justificación práctica en el sentido de servir de orientación a la industria del sector de los productos orgánicos que cada día es más diverso, el cual puede producirse y comercializarse, al presentar condiciones climáticas, agrícolas y hasta culturales similares, que puede ser aprovechado no solo de las frutas sino también de sus respectivos coproductos y subproductos.

Por tal razón, es pertinente el desarrollo de esta idea de negocio, al proponer la utilización de las frutas en una forma poco común. Adicional, se fomentarían alternativas de solución a problemas económicos, sociales y ambientales, fomentando el crecimiento de la agroindustria local, nacional, como una empresa generadora de empleo y por ende fuentes de ingresos a los habitantes en sus respectivas localidades y contribuir al mejoramiento de la alimentación.

3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

En Bogotá existen empresas dedicadas actualmente a la producción y comercialización de frutas deshidratadas, lo anterior, ya que su consumo es cada vez más intenso, debido al cuidado de la salud y evitar pasabocas procesados, lo cual incita a las personas a consumir cada vez más productos orgánicos, mostrando esto una oportunidad real de incursionar en el mercado, ya que la ciudad ofrece las condiciones necesarias para el montaje de empresas con estas características.

La deshidratación de frutas es uno de los procesos de conservación de alimentos más antiguos de la humanidad, donde se retira el agua y como resultado da un producto de larga vida, permitiendo la conservación de la fruta, acceso a mercados distantes y dar a los consumidores frutas a precios moderados.

Por esta razón, nuestra empresa quiere incentivar su consumo ofreciendo diversas frutas como: uvas, uchuva, banano, fresas, durazno, melón, mango, manzana, pera, entre otras. Entre las presentaciones se manejarán diversas combinaciones teniendo en cuenta las preferencias que se observen en el consumidor.

4. COMPONENTE INNOVADOR DE LA IDEA DE NEGOCIO

Las frutas, nuestra materia prima, son un producto que realmente no nos permite diferenciarnos mucho de nuestra competencia, por lo tanto, enfocaremos nuestra diferenciación en el precio y en el proceso que realizaremos para la deshidratación de la fruta.

Nos enfocamos más hacia la actividad agrícola, de esta manera nuestro producto ayuda a mantener los nutrientes originales de las frutas y así evitar procesos por químicos y maquinas.

Con nuestro producto queremos agregar valor por medio de algunas características tales como que serán un producto 100% natural con un olor, color y sabor propios de la fruta fresca. Tendrán una vida útil aproximada de hasta un año, no requerirán refrigeración ni congelamiento para su almacenamiento, serán libres de grasa y colesterol, tendrán alta concentración de nutrientes y serán un snack ideal para personas activas con poco tiempo libre.

Finalmente, nuestro punto clave y diferenciador será el precio y su proceso al sol, ya que las frutas deshidratadas son percibidas como un snack con precios altos y que pasan por procesos con estándares altos en químicos. Por lo tanto, queremos entrar al mercado con precios competitivos y buena calidad.

5. MODELO LEAN CANVAS

ASOCIACIÓN CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTO DEL MERCADO
<p>Tendremos la tercerización del transporte de alimentos, el cual tendrá un desplazamiento de la Mesa al centro de la ciudad.</p> <p>También los operadores que se encargaran de las plataformas de la deshidratación de la fruta.</p> <p>Y los proveedores de los empaques de las bolsas en la cual será empaquetado nuestro mix de frutas con cereal.</p>	<p>Nuestra planta estará ubicada en la Mesa, la cual será el punto donde se hará la deshidratación de la fruta y el manejo de la calidad y todo su procedimiento.</p> <p>Nuestro punto de venta estará ubicado en el centro donde se manejará la parte administrativa y se distribuirá el producto.</p> <p>La fruta será recogida de la cosecha, luego será llevada hasta la planta, se mantiene con la temperatura adecuada para la fruta.</p> <p>Llegará al punto donde será almacenada y verificada que no esté en malas condiciones para iniciar con el proceso de pelar la fruta, el corte en trozos y su previa</p>	<p>Nuestra empresa Frutas al Sol, ofrecerá una gran variedad de frutas como: banano, uvas, uchuva, manzana, fresa, que serán en paquetes mixtos en tamaños medianos de 25cm de alto por 15cm de ancho y snacks para cargar a la comodidad del cliente, de 15cm de alto por 10cm de ancho.</p> <p>El producto será orgánico, por lo cual tendrá contacto con los deshidratadores solares.</p>	<p>Nuestros clientes tendrán los beneficios que ayudaran a su alimentación y una vida más saludable.</p> <p>Nuestros clientes obtendrán promociones según el producto, tamaño y cantidad, si llevan uno mediano el segundo tendrá un 10 % de descuento y si llevan más de cuatro un 15 % de descuento. Planeamos concursos para que ganen boletas a cine, parques, teatros, entre otros, para que el cliente tenga mayor conocimiento de nuestro producto y lo disfruten.</p> <p>En la fan page estaremos publicando las promociones y recordatorios de los eventos que tengamos para el cliente.</p> <p>Además ya que los empaque son reciclables por un</p>	<p>En Colombia existen 49.07 millones de personas, de las cuales nos centraremos en la ciudad de Bogotá. Que se encuentran 8.081 millones de ciudadanos, de los cuales muchos practican alguna actividad física. Nos enfocaremos en la localidad de Chapinero donde hay más concentración de movimientos en cuanto al deporte, en promedio hay 116 millones de habitantes, y podemos observar que a los gimnasios van más hombres que</p>

	<p>deshidratación.</p> <p>Continuando con el empaquetado, de forma mixta y transportada al punto de venta para que el consumidor final la adquiera.</p>		<p>número de empaques regresados tendrán un incentivo.</p>	<p>mujeres, en una edad menor de 35 años. Por esta razón nuestra segmentación será entre 18 a 28 años.</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria de la deshidratación de la fruta la cual utilizaremos será: • Deshidratadores solares para la fruta • Proveedor de los cereales el cual es cereales SYM 		<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook/ Fan Page • Página Web • Aplicación móvil 	
<p>ESTRUCTURA DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mano de obra: salario mínimo legal vigente que está en \$828.116 • Infraestructura y marketing: fábrica de producción \$ 2'000.000, marketing la publicidad \$250.000 • Materia prima: \$1'500.000 		<p>FUENTES DE INGRESO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtendremos el dinero de las ventas realizadas del producto • Fidelización de los consumidores 		

6. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL CLIENTE

Frutas al sol va dirigido a personas entre 18 a 28 años ubicadas en la ciudad de Bogotá, inicialmente que tengan actividad física constante. Las cuales podemos encontrar alrededor de los gimnasios, academias de baile, escuelas de artes marciales, academias de yoga, escuelas deportivas, entre otros. Según la tendencia de la ciudad nos enfocaremos en la localidad de Chapinero por el alto flujo de habitantes que practican dichas actividades.

Nuestro segmento se caracteriza por ofrecerle al cliente productos saludables ya que va dirigido a personas jóvenes los cuales se cuidan en su alimentación, elegimos este segmento ya que se preocupan por su salud y se cuidan físicamente, pues tienen algo priorizado, su imagen y que pueden hacer para mejorar.

Además de ello que sea interesante y atractivo para el cliente ya que al analizar nuestro producto hay que adecuarnos a las necesidades de nuestros clientes.

7. VALIDACIÓN DE LA IDEA

7.1. HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN

Vamos a utilizar un enfoque cuantitativo, por medio de un muestreo probabilístico teniendo como herramienta de recolección una encuesta para obtener las muestras necesarias para el desarrollo del proyecto. Por medio de la encuesta, llevaremos a cabo el tema con 13 preguntas para evaluar la veracidad de la cantidad que consumen y así tener resultados óptimos.

OBJETIVOS:

A. Identificar las características que atraerían a los clientes potenciales a comprar fruta deshidratada.

B. Analizar el interés que tiene el cliente al comprar estos productos.

La encuesta realizada fue la siguiente:

1. ¿Realiza algún tipo de actividad física?

SI NO ¿Cuáles?

2. Conoce la fruta deshidratada

SI NO

3. ¿Le gustaría consumir un alimento sano elaborado de frutas?

SI NO

4. Cree usted que una Fruta Deshidratada tiene el mismo valor nutricional que una fruta fresca

SI NO

5. Escoja una o más opciones, ¿de las siguientes frutas cual le gusta más?

Piña

Banano

Uchuva

Uva

Fresa

6.Cuál sería su intención de compra de Fruta Deshidratada

Definitivamente lo compraría

Probablemente lo compraría

No sabe/No responde

Probablemente no lo compraría

Definitivamente no lo compraría

7. ¿Qué características debe tener la Fruta Deshidratada para llamar su atención?

Buen sabor

Color

Textura

Precio bajo

Otros

Especifique

8. ¿Qué beneficios ha escuchado que tiene la Fruta Deshidratada?

Nutritivo

Saludable

Bajo en grasa

Practicidad de consumo

Disponible todo el año

9. ¿Cómo considera el precio de la Fruta Deshidratada?

Precio alto

Precio normal

Precio bajo

10. ¿Cómo preferiría la Fruta Deshidratada?

Sola

Con sorbete

Con yogurt

Con cereal

Con leche

11. ¿Dónde consumes usualmente snacks?

En el hogar

En la universidad

En la oficina

En el gimnasio

Mientras me traslado

12. ¿Qué Red Social utilizas?

Facebook

Instagram

Twitter

YouTube

Ninguno

13. ¿Qué te motiva a consumir snacks generalmente?

Comer saludable | liviano

Por gusto | Sabor

Exigencias médicas

Vegetarianos | Veganos | Higienista | Entre otros

No tengo hábitos de alimentación definidos

14. ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por una porción?

Menos de \$1.000

\$1.000 a \$1.500

\$1.500 a \$2.000

\$2.500 a \$3.000

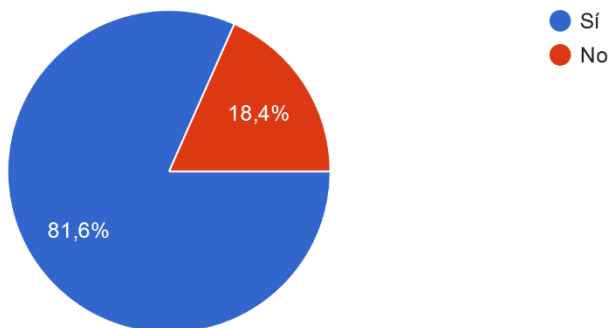
Más de \$3.00

7.2. ANÁLISIS DE RESULTADO

Las personas que van a gimnasios y están en constante movimiento físico los resultados fueron los siguientes:

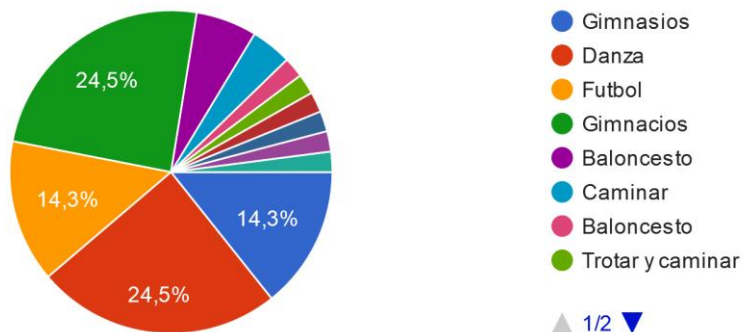
¿Realiza algún tipo de actividad física?

49 respuestas



¿Que actividades físicas realiza?

49 respuestas

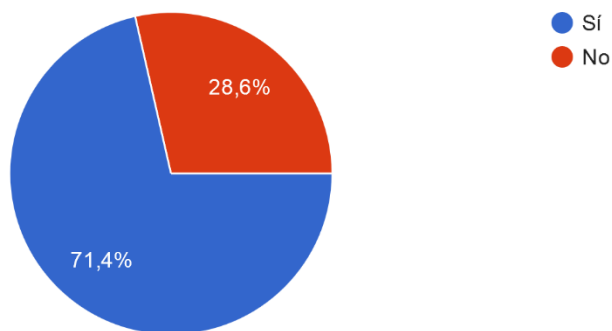


Como pudimos observar en las gráficas anteriores la mayoría de mas personas que hacen ejercicio que son en un 81,6% realizan algún tipo de actividad física, y el 24,5% son bastantes las personas que van a gimnasios practican danza, juegan futbol o están en constante movimiento.

1) El 71,4% de las personas encuestadas conoce las frutas deshidratadas y el 28,6% no las conocen como podemos observar en la gráfica.

¿Conoce la fruta deshidratada?

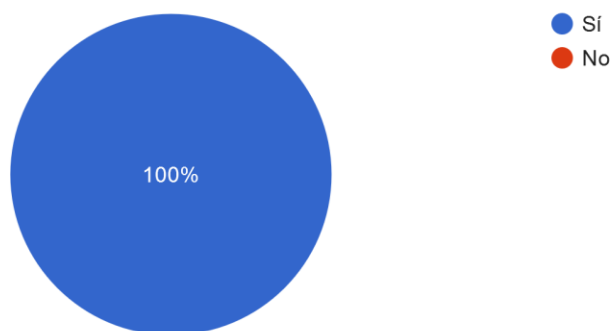
49 respuestas



2) A todas las personas les gustaría consumir un alimento el cual sea bueno para la salud y el organismo, con bases naturales sin químicos ni procesados por alguna maquina en especial.

¿Le gustaria consumir un alimento sano elaborado de frutas?

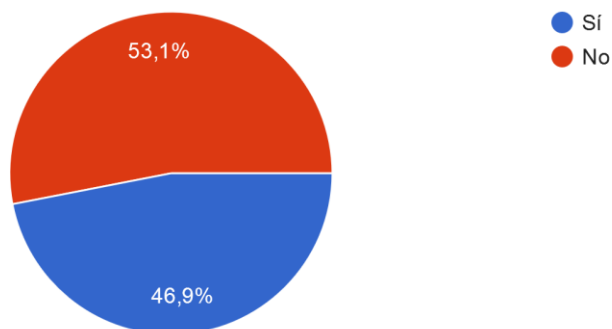
49 respuestas



3) Para un 53,1% de los encuestados dicen que las frutas deshidratadas no tienen los mismos nutrientes que un a fruta fresca; para el 46,9% les parece que comer fruta deshidratada tiene los mismos nutrientes que la fruta fresca.

¿Cree usted que la fruta deshidratada tiene el mismo valor nutricional que la fruta fresca?

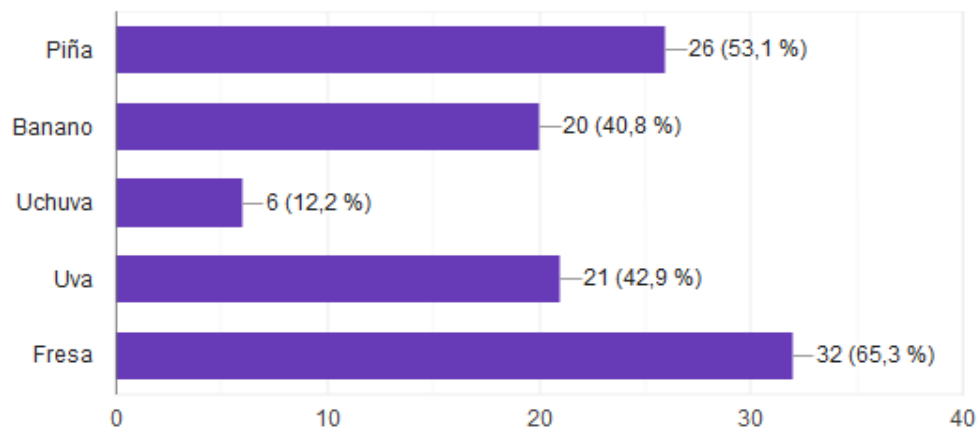
49 respuestas



4) Las personas encuestadas les gustan que los snacks tuvieran frutas como piña, banano, uva y fresa ya que son las frutas que más consumen y mas les atrae llegando a la conclusión de que este tipo de fruta es más deliciosa y mas apetecida por los consumidores.

Escoja una o mas opciones ¿De las siguientes cual fruta le gusta más?

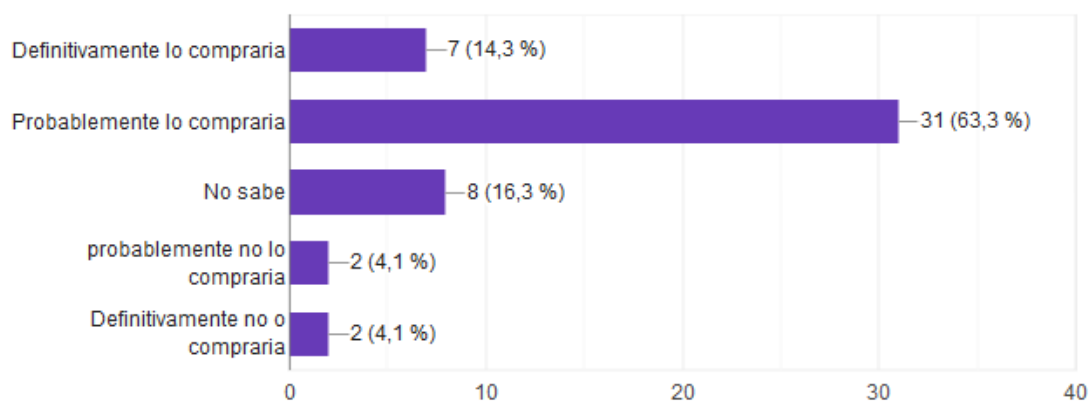
49 respuestas



5) Para el 63,3% de los encuestados están dispuestos a probar la fruta deshidrata algo nuevo, nutritivo y saludable para su alimentación y el 14,3% lo compraría, esto se debe a que como están en un movimiento constante les gusta consumir snacks y así ahorrar un poco de tiempo.

¿Cual seria su intencion de compra de fruta deshidratada?

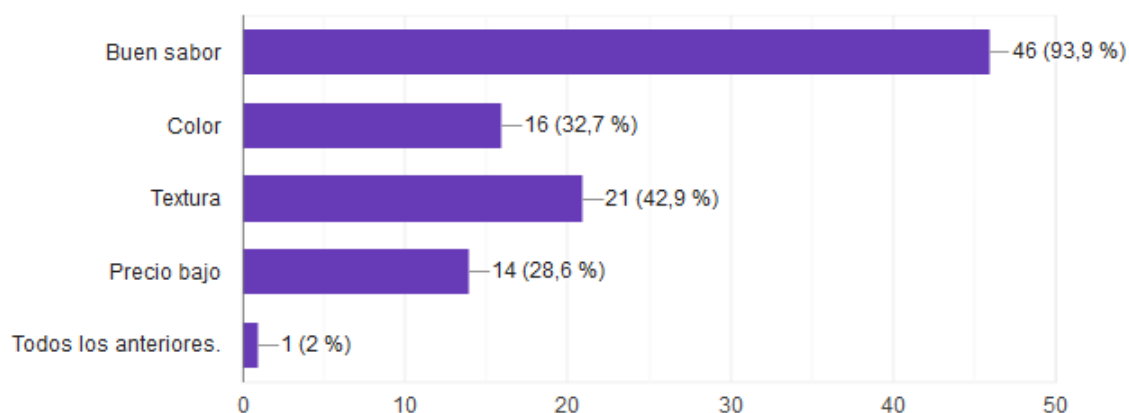
49 respuestas



6) El 93.9% de las personas que realizaron la encuesta están de acuerdo a que estos deben tener un buen sabor es lo que más les gustaría en el snack, teniendo en cuenta el color, textura y precio bajo, en el cual les sea cómodo obtenerlo.

¿que características debe tener la fruta deshidratada para llamar su atención?

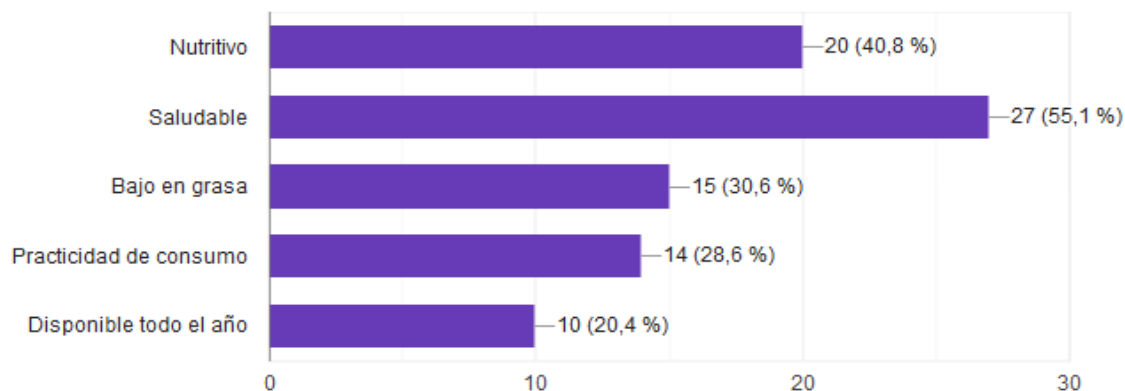
49 respuestas



7) La encuesta realiza nos dice que para el 55,1% tienen una idea de que las frutas deshidratadas tienen beneficios saludables y el 40,8% que son nutritivos por ello estarían dispuestos a comprar y probar algo nuevo.

¿Que beneficios a escuchado que trae la fruta deshidratada?

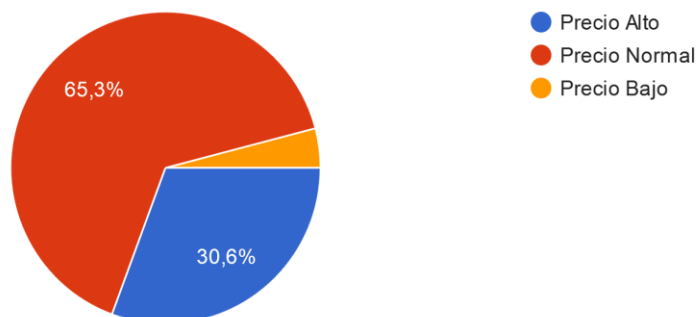
49 respuestas



8) El precio para él 66,7% lo consideran de manera estable que está en un muy buen precio y el 30,6% que el precio de la fruta deshidratada es muy alto.

¿Como considera el precio de la fruta deshidratada?

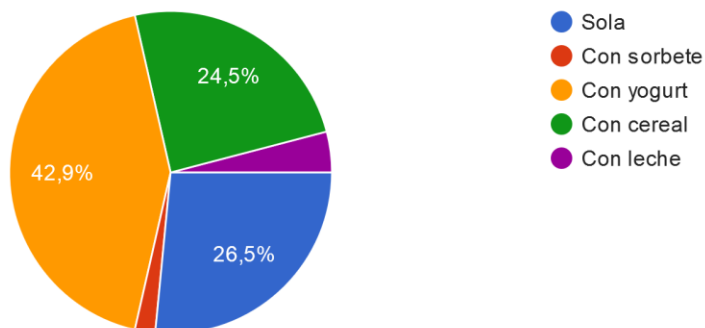
49 respuestas



9) Las maneras en que desean consumir el producto son 42,9% con yogurt, 26,5% consumirla sola, el 24,5% con cereal son las que les parece más apetitivo y delicioso.

¿Como preferiria la fruta deshidratada?

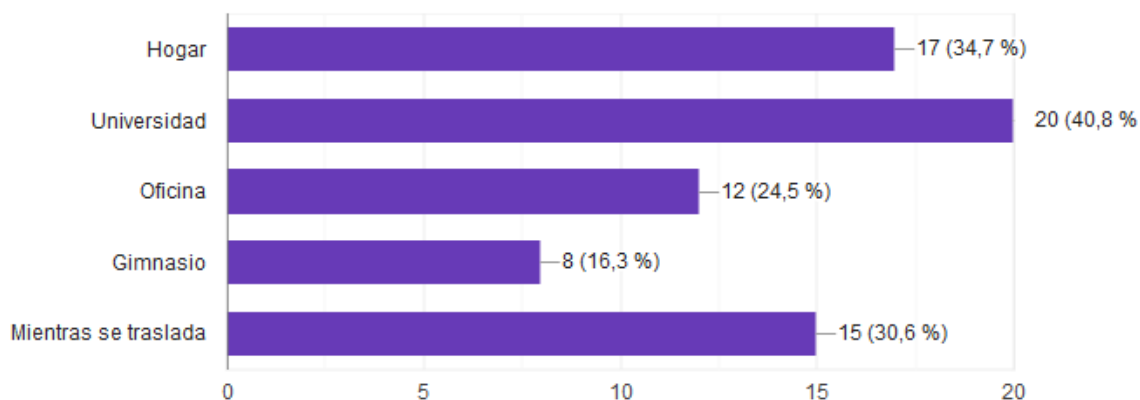
49 respuestas



10) Según la encuesta el 40,8% consumen snacks en la universidad, 34,7% en el hogar y el 30,6% mientras se trasladan de un lugar a otro, teniendo en cuenta que son donde más se consumen estos productos.

¿Donde consumes generalmente snacks?

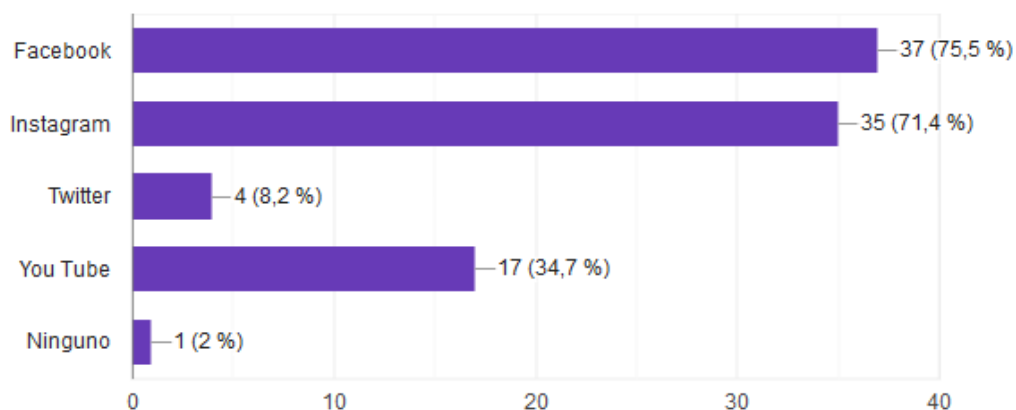
49 respuestas



11) Las redes más utilizadas por los que se mantienen en entrenamiento son Facebook y Instagram que son las más utilizadas por las personas para estar comunicados con los productos y alimentación y con sus propias rutinas.

¿Que red social utilizas?

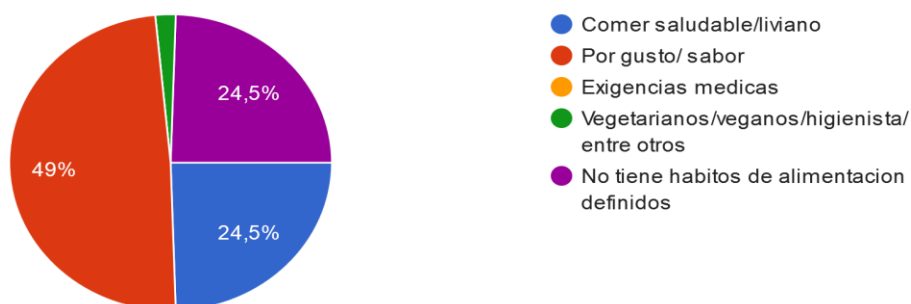
49 respuestas



12) Los encuestados por un 49% lo hacen por gusto y el sabor que este les atrae a la hora de comprar, aunque en un 24,5 le gusta porque es más saludable y el 24,5 por que no tienen hábitos de alimentación definidos.

¿Que te motiva a consumir snacks ?

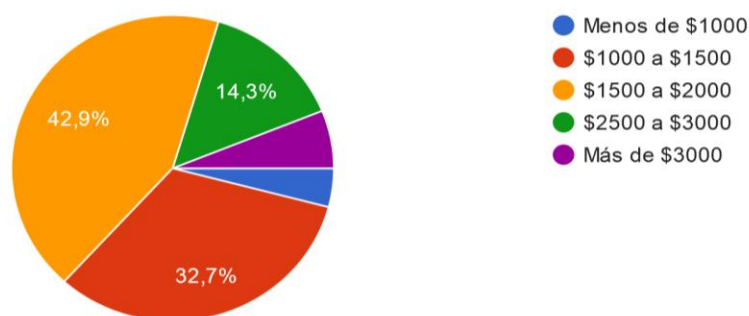
49 respuestas



13) El precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar esta entre el promedio de 42,9% están dispuestos a pagar el costo de \$1500 a \$2000 pesos por snack, aunque el 32,7% les gustaría de \$1000 a \$1500.

¿Cuanto estas dispuesto a pagar por una porcion?

49 respuestas



La conclusión es que las personas si están dispuestas a comprar snacks saludables, ya que son de su agrado y los puedan llevar acomodándose a sus necesidades y preferencias.

8. PLANEACION ESTRATÉGICA

8.1. IDENTIDAD ESTRATÉGICA

Frutas al Sol pretende generar un código genético estratégico con un producto natural y de rápido acceso, de esta manera deseamos construir una organización líder, con sistemas de seguimiento al mercado para detectar tendencias y reforzar los sabores y patrones que puedan existir.

8.2. FUTURO PREFERIDO

8.1.1. VISIÓN.

Frutas al sol en 10 años desea ser una de las mejores productoras y comercializadoras de frutas deshidratadas a nivel nacional.

8.1.2. MISIÓN.

Frutas al sol desea producir y comercializar frutas deshidratadas, acompañados de colaboradores profesionales e íntegros en su labor, haciendo conciencia en la sociedad del alto contenido nutricional de nuestros productos y responsabilidad con el medio ambiente, de esta forma adquirir reconocimiento por la calidad y buen servicio.

8.1.3. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO.

F	<ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador como atractivo cultural • Excelente calidad del producto • Personal capacitado
O	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento garantizado basado en la calidad de la línea. • Herramientas tecnológicas para adquirir el producto • Demanda con nuevas expectativas gastronómicas.
D	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la marca • Preferencia marcas reconocidas en el mercado • Poco rendimiento de la fruta, es decir, mediante el proceso de deshidratación la fruta pierde mucho peso.
A	<ul style="list-style-type: none"> • Fidelidad en las marcas de la competencia. • Crecimiento lento • Productos sustitutos • Rápidas cambio de tendencias

8.1.3.1.PREMISAS.

FOD

- ✓ Contar con el personal capacitado y profesional para todas las áreas de la empresa
- ✓ Apoyo de nuevas tecnologías para solicitar el producto final
- ✓ Distribuir diversos productos, brindando mayor acercamiento a las frutas deshidratadas

nacionales

- ✓ Mostrar una presentación atractiva e interesante para la visualización del consumidor

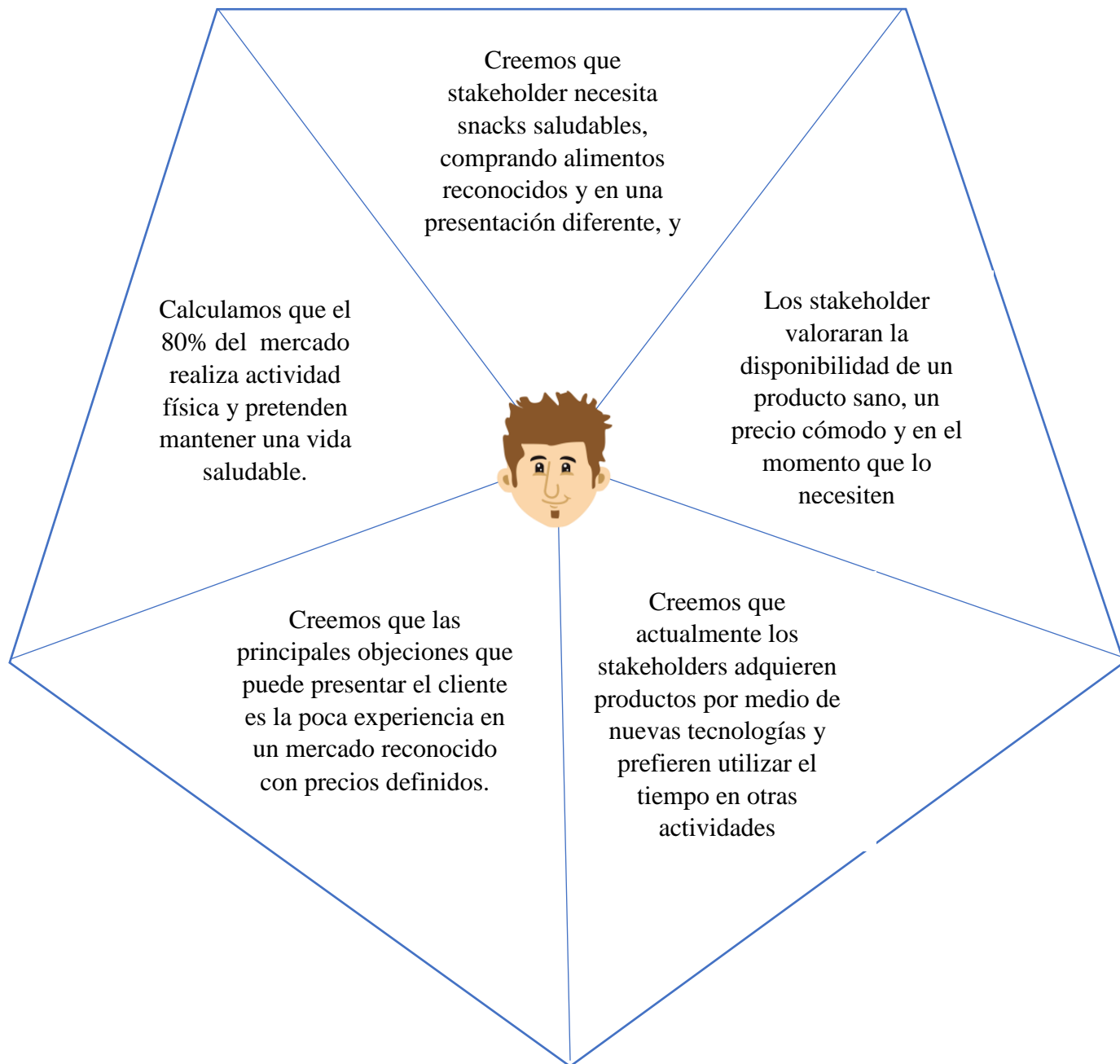
FOA

- ✓ Realizar publicidad mostrando las características del producto
- ✓ Mostrar la alta calidad del producto
- ✓ Apoyar e incentivar la producción nacional y artesanal
- ✓ Segmentar una población con curiosidad por diversos productos frutales

8.1.4. PESTEL.

P	El proyecto de frutas deshidratadas en cuanto a lo político se puede decir que actualmente ofrece más oferta y por ende se obtienen mayores ingresos, y además un producto viable para el mercado.
E	El producto de frutas deshidratadas esta en un alto nivel ya que se consumen mucho los snacks diariamente ya sea por gusto, antojo o para las onces y tiene una buena posibilidad en el mercado
S	En el aspecto social los consumidores no estarán afectados con sus costumbres, ni cultura, ya que el producto es bueno para la salud y les gusta tener buena alimentación.
T	El producto es innovador ya que no se están usando los químicos que alteren los nutrientes originales de la fruta y va a aportar mayores nutrientes para el organismo y la alimentación.
E	El producto tiene una gran ventaja y es que las bolsas que se van a utilizar son reciclables y no contaminaran al medio ambiente y ayudan a protegerlo.
L	Estará regido por las Normas INVIMA –Decreto 3075 de 1997 e internacional (ISO 14001) La norma ISO 22000 que es la que debe cumplir los requisitos de los alimentos para que lleguen en buen estado.

8.1.5. PENTAGONO



8.2.OBJETIVOS

8.2.1. OBJETIVO GENERAL.

Crecer en forma sostenida y rentable para contribuir a la financiación de los sectores sociales del comercio y el medio ambiente de la ciudad, basados en la calidad, confianza y predilección de nuestros productos.

8.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✓ Mantener buenas relaciones con nuestro cliente interno y externo y armonizar las políticas de gobierno.
- ✓ Incrementar el grado de satisfacción de los clientes y consumidores.
- ✓ Contribuir con el desarrollo sostenible de nuestros grupos de influencia.
- ✓ Aportar a la preservación del medio ambiente.
- ✓ Incorporar la ciencia, tecnología e innovación, en los procesos y productos.
- ✓ Brindar estabilidad y crecimiento profesional en la compañía.
- ✓ Fomentar el consumo de productos naturales en la sociedad.
- ✓ Contribuir a la comercialización de productos nacionales.

8.2.3. ESTRATEGIAS DE ACCIÓN.

- ✓ Se llevará a cabo campañas de conocimiento de los beneficios de un producto natural para nuestro cliente interno y externo y así brindar toda la información que solicite.
- ✓ El servicio al cliente que vamos a ofrecer por medio de nuestro personal garantizara la fidelización de nuestros clientes, cubriendo en lo que nos corresponde sus necesidades al momento de compra y venta.

- ✓ Acompañamiento trimestral a los clientes generando encuestas de satisfacción y teniendo en cuenta que se debe mejorar y en que estamos bien.
- ✓ Se aportará al desarrollo de cada uno de los clientes para que, en sus locales o establecimientos, seamos primera opción de compra por medio de implementación de P.O.P alusivo a Frutas al sol (pendones, nombre del establecimiento con nuestro logo, vasos, porta vasos, neveras, etc.)
- ✓ El cartón y plástico para distribuir los productos se reciclará e igual que el de los clientes para que no se valla directo a la basura. Se le obsequiara un incentivo al cliente según el número de cajas y bolsas plásticas que se devuelva.
- ✓ Según el cargo que ejecute en la empresa no será ningún limitante para que el empleador pueda colaborar cuando sea necesario con otras funciones, ya que se llevaran a cabo capacitaciones de cada departamento de la microempresa, todo esto con el fin de llevar acabo cada objetivo y llegar a la meta establecida, con trabajo en equipo.
- ✓ Se brindarán auxilios educativos para el manteniendo un promedio de 4 por cada semestre cursado.
- ✓ Se realizarán tomas de ventas e impulso en los establecimientos de los clientes para generar ventas y resaltando la importancia de una vida saludable.
- ✓ Resaltar la importancia en los menores de edad de iniciar una vida saludable
- ✓ Dar a conocer la realización de productos nacionales con degustaciones y medios publicitarios (redes sociales, radio, pendones, afiches, periódicos)
- ✓ Fidelizar con aporte a nuestros productos nacionales para así generar estabilidad a los empleados y generar nuevos empleos.

8.2.4. POLÍTICAS.

- ✓ Compromiso con el cumplimiento de la normativa legal.
- ✓ La correcta ejecución de las actividades.
- ✓ Código de vestimenta.
- ✓ Desempeñar otro trabajo.

8.2.5. TÁCTICAS.

Frutas al sol por medio del reglamento interno y externo garantiza la funcionalidad de cada una de las reglas establecidas con antelación para cada uno de los empleados dando cumplimiento de manera correcta, teniendo este seguimiento y de tal caso ser incumplidas se lleva a cabo su correspondiente correctivo legal y se tomaran acciones que correspondan.

8.2.6. METAS.

- ✓ Crecer en forma sostenida y rentable para contribuir a la financiación de los sectores sociales del comercio y medio ambiente de la sociedad, basados en la calidad, confianza y predilección de nuestros productos.
- ✓ Ser líder con nuestros productos nacionales, de alta calidad y tenido reconociendo por nuestros excelentes productos, desarrollo comercial y gerencial.

8.2.7. DEPARTAMENTALIZACIÓN FUNCIONAL.

Para empezar con nuestro proyecto necesitaremos el siguiente personal:

- ✓ Gerente general: será quien lidere el proyecto y quien guíe a la gente hacia el cumplimiento de los objetivos planteados. Mientras la empresa está en proceso de posicionarse en el mercado y de fidelizar clientes, el gerente general será el encargado de estar pendiente de la

parte financiera y de recursos humanos, pero en el largo plazo se aspira contratar una persona dedicada al área financiera, otra a la parte de recursos humanos y un abogado.

✓ Jefe de producción: Será la persona encargada de hacer seguimiento y controlar todo el proceso de producción, desde que la fruta llega a la planta hasta que es puesta en los camiones para que llegue al centro de distribución.

✓ 2 personas que se encarguen de la selección y limpieza de las frutas.

✓ 3 personas que se encargan de extraer la cáscara y tajar la fruta.

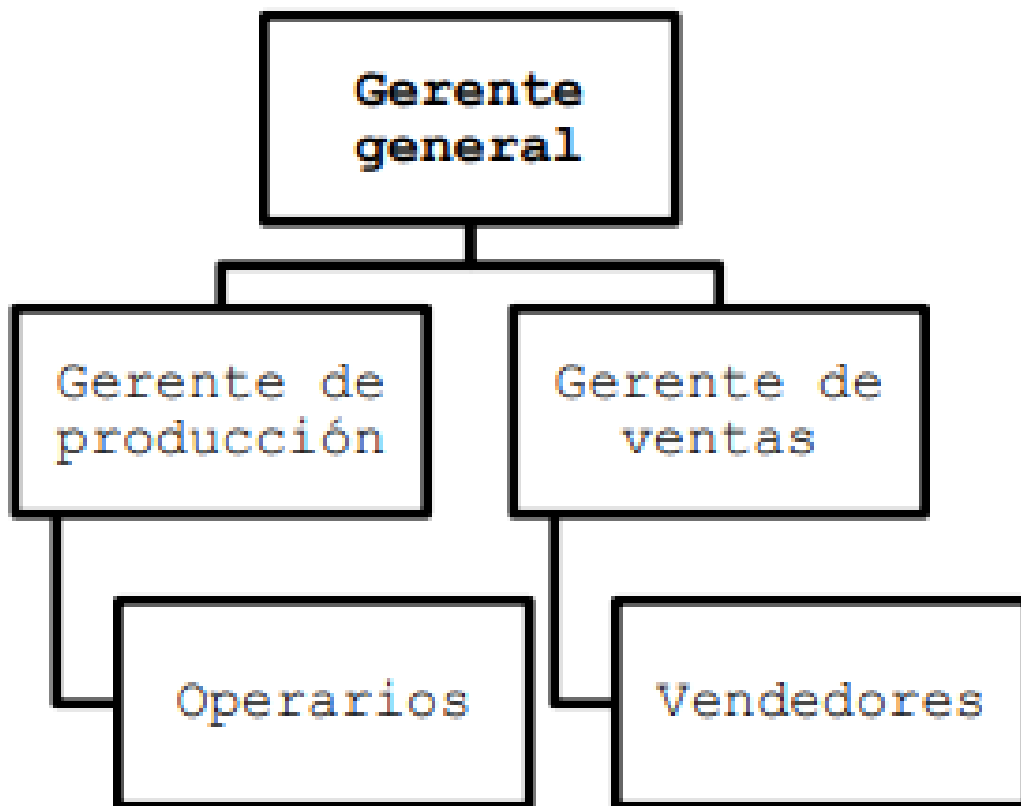
✓ 1 persona encargada de poner la fruta en los deshidratadores solares y de controlar el proceso.

✓ 3 personas encargadas de seleccionar la fruta y empacarla.

✓ Jefe de ventas: Será el encargado de liderar las estrategias de ventas para lograr posicionamiento en el mercado y presencia del producto en almacenes de cadena, tiendas y demás almacenes relacionados.

✓ 2 vendedores.

8.2.7.1. ORGANIGRAMA.



8.3. VALORES

RESPECTO: Respeto hacia nuestros clientes y transportistas de los productos y la maquinaria, entre otros.

CONFIANZA: Que nuestro producto es de calidad y ofrece beneficios para la una buena alimentación.

TOLERANCIA: Comprensión hacia nuestros clientes cuando hay algún inconveniente con el producto o servicio.

PARTICIPACION: La participación de nuestro equipo de trabajo para lograr la mejor atención y calidad para los consumidores

HONESTIDAD: La sinceridad a los consumidores sobre nuestro producto y lo que contiene sus especificaciones.

SERVICIO: La atención que nuestros clientes se merecen para atenderlos de la mejor manera y estén satisfechos con nuestro producto y el servicio prestado.

9. CONCLUSIONES

A) Quisimos realizar este producto con insumos naturales que cumplan las expectativas de los consumidores de acuerdo a la demanda de ellos.

B) Al elaborar este proyecto contamos con bases completamente libres de químicos que no afecten la salud del consumidor.

C) Para la ejecución de este, contaremos con el apoyo del consumidor para poder lanzarlo al mercado lo más pronto para que beneficie su salud y alimentación.

10. BIBLIOGRAFÍA

Alimentos Naranja Verde. (s.f.). Obtenido de Alimentos Naranja Verde:

<https://www.naranjaverde.co/>

EAE Business school harvard dueto. (s.f.). Obtenido de EAE Business school harvard dueto:

<https://retos-directivos.eae.es/valores-corporativos-de-tu-empresa-como-definirlos/>

EL ESPECTADOR. (s.f.). Obtenido de EL ESPECTADOR :

<https://www.elespectador.com/noticias/bogota/las-20-localidades-de-bogota-en-datos-articulo-804728>

EL ESPECTADOR . (s.f.). Obtenido de EL ESPECTADOR :

<https://www.elespectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso90734-negocio-de-curvas-perfectas>

EL HERALDO. (s.f.). Obtenido de EL HERALDO: <https://www.elheraldo.co/tendencias/las-ventajas-de-las-frutas-deshidratadas-199706>

LA OPINION. (s.f.). Obtenido de LA OPINION:

<https://www.laopinion.com.co/economia/frutas-deshidratadas-otra-apuesta-de-exportacion-151304#OP>

SCRIBD. (s.f.). Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/22616542/MAQUINAS-DESHIDRATADORAS4>