



FRUIT DAY
(Empresa de jugos naturales)

LADY JOHANNA OLAYA CUELLAR

CLAUDIA PAOLA PINTO VÁSQUEZ ANGIE

KATERINE PENAGOS BELTRÁN

Unidad de emprendimiento
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Bogotá 16 de Noviembre del 2020.

COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo, Lady Johanna Olaya con célula de identidad 1012350108 de Bogotá y alumno del programa académico Administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

JOHANNA OLAYA.

COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR

Yo, Angie Katerine Penagos Beltrán con célula de identidad 1033795324 de Bogotá y alumno del programa académico Administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: Angie Penagos

COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, Claudia Paola Pinto Vásquez con célula de identidad 1.018.415.738 de Bogotá y alumno del programa académico Administración de Empresas de Salud, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _____



Contenido

FRUIT DAY	1
Firma:.....	2
Firma:.....	3
Firma:.....	4
Lista de tablas	11
Resumen Ejecutivo	13
Producto.....	14
Cliente Potencial.....	14
Necesidad que se identificó	15
Cómo vamos a llegar al cliente.....	15
Porque preferir nuestro producto	14
Modelo de negocio	14
Modelo de negocio de ventas por Internet.....	16
Captación de clientes	17
Alternativas para nuestros clientes	18
Métodos de pago para adquirir nuestros productos.....	18
Eco-innovación.....	20
Tabla 2. Cuadro de Ecoinnovación.....	20
Agua.....	21

Consumo por sectores:.....	22
Energía.....	24
Envase.....	26
Residuos.....	26
Marketing.....	27
Análisis del sector.....	30
Estrategia del océano Azul.	32
Cuadro estratégico	33
Estrategia Eric.....	34
Fuerzas de Porter	37
1. El poder de negociación de los clientes	38
2. Rivalidad entre empresas	38
3. Amenaza de competencia entre empresas.....	38
4. El poder de negociación de los proveedores	39
5. Amenaza de Bienes sustitutos.....	39
Servicios	40
Marketing Mix.....	41
Núcleo.....	42
Calidad.....	42
Envase.....	43
Diseño	43

Servicio.....	44
Portafolio	44
AL DETAL.....	45
Precios de los competidores	48
Estrategia de distribución	50
Canal de marketing Directo	50
Estrategia de Comunicación	50
Objetivos SMART	52
Matriz del Desarrollo de la Marca	53
Estrategia de marketing digital	55
Version movil	57
Métricas claves	60
Sexo	62
Edad	63
Localización del Proyecto	64
Macrolocalizacion / Microlocalizacion	64
Ilustración 10. Mapa de la ubicación de la empresa Fruit Day	64
Requerimientos Técnicos	66
Tabla: 10.....	66
Infraestructura – Adecuaciones	66
Maquinaria y Equipo	66

Equipo de.....	67
Muebles y Enseres.....	69
y otros.....	69
Otros (incluido herramientas).....	71
Gastos pre- operativos	71
Ilustración 11. Plano de la empresa Fruit Day.....	72
Estudio Técnico II	73
Ingeniería del Proyecto	73
Tabla 11. Estudio Técnico II	73
Producto No.1	73
Freijoa.....	73
Tabla 12. Estudio Técnico II	73
Producto No.2.....	73
Kiwi	73
Tabla 13. Estudio Técnico II	74
Producto No.3.....	74
Pitahaya	74
Tabla 14. Estudio Técnico II	74
Producto No.4.....	74
Gulupa	74
Diagrama de Flujo.....	75

Proceso de Producción Fruit - Day	75
Estudio Técnico III (Ficha Técnica)	76
(Producto Mínimo Variable)	77
Ilustración 12. Lanzamiento Producto Mínimo Variable	77
Ilustración 13. Lanzamiento Producto Mínimo Variable	77
Ilustración 14. Lanzamiento Producto Mínimo Variable	78
Ilustración 15. Lanzamiento Producto Mínimo Variable	78
Bibliografía.....	79

Lista de figuras

Ilustración 1. Diseño de jugos con ecoetiqueta.....	30
Ilustración 2. Grafica del cuadro estratégico.....	35
Ilustración 3. Fuerzas de Porter.....	38
Ilustración 4. Diseño de jugo con eco-etiqueta	45
Ilustración 5. Grafica	52
Ilustración 6. Pantallazos landing page	56
Ilustración 7. Redes sociales y su uso	61
Ilustración 8. Red Social Propia.....	62
Ilustración 9. Red Social Propia.....	63
Ilustración 10. Red Social Propia.....	64
Ilustración 11. Red Social Propia.....	65
Ilustración 12. Red Social Propia.....	66
Ilustración 10. Mapa de la ubicación de la empresa Fruit Day	64
Ilustración 11. Plano de la empresa Fruit Day	72
Ilustración 12. Lanzamiento Producto Mínimo Variable.....	77
Ilustración 13. Lanzamiento Producto Mínimo Variable.....	77
Ilustración 14. Lanzamiento Producto Mínimo Variable.....	78
Ilustración 15. Lanzamiento Producto Mínimo Variable	78

Lista de tablas

Tabla 1. Lienzo del modelo de negocio	15
Tabla 2. Cuadro de Ecoinnovación.....	21
Tabla 3. Cuadro estratégico	34
Tabla 4. Cuadro de precios de competidores... ..	48
Tabla 5. Cuadro precios basados en costos	49
Tabla 6. Cuadro de costos variable.....	49
Tabla 7. Cuadro marketing mix.....	53
Tabla 8. Cuadro matriz de marca.....	54
Tabla 9. Cuadro de clasificación por edades y resultados... ..	65
Tabla 10. Cuadro de ubicación.....	66
Tabla 11. Estudio Técnico II.....	73
Tabla 12. Estudio Técnico II.....	73
Tabla 13. Estudio Técnico II.....	74
Tabla 14. Estudio Técnico II.....	74

Introducción

El siguiente trabajo fue realizado después de analizar el mercado e identificar una necesidad general, las personas desean generar cambios hacia una vida más sana, consumir alimentos naturales, y encaminarse a prácticas alimenticias más saludables.

A continuación, encontraran una idea de negocio que lograra satisfacer está necesidad, adaptando un modelo de negocio rentable, amigable con el medio ambiente, con proyección al crecimiento, un modelo que permitirá captar a más clientes y brindarles una mejor calidad de vida.

Se conoce claramente las competencias que se tiene desde las grandes y pequeñas empresas, por lo tanto, se analizó y se presentaron estrategias para buscar ser una de las mejores compañías y lograr posicionar la marca en el mercado.

Deseamos mantenerlos informados a nuestros usuarios de nuestros maravillosos jugos naturales, por eso contamos con noticias actualizadas que podrán encontrar a través de nuestro Facebook y nuestras landing page adicional pueden realizar sus pedidos al mayor y detal donde serán atendidos en el menos tiempo posible, nuestra empresa es consiente que en el país y el mundo se producen gran cantidad de jugos naturales, donde entramos a competir con las grandes industrias y los procesadores domésticos, pero con nosotros encontraran grandes novedades y benéficos con los que quedaran altamente agradecidos y satisfechos.

Resumen Ejecutivo

En vista de la tendencia de los colombianos donde la vida sana, es el consumo de alimentos naturales, el impulso a realizar actividades beneficiosas para el cuerpo humano y el auge que tienen los productos dirigidos a la generación que se preocupa por el bienestar y cuidado de salud, nace la idea de innovar, de crear una empresa dedicada a ofrecer productos que promuevan dichas tendencias.

La mezcla de esta teoría y la empresa de jugos Fruit Day, busca ofrecer jugos 100% naturales (base de frutas) sin conservantes, sin sabores artificiales y sin algún tipo de azúcares; serán cuidadosamente formulados según los estilos de vida de cada consumidor, con el fin de impulsar la tendencia de no bebidas azucaradas ya que ayudan al incremento de la diabetes. También se brinda bienestar, al agregar nutrientes dependiendo de su dieta y/o estilo de vida. Por último, no menos importante, se promueve la tendencia de una vida más sana, y un estilo de vida natural en armonía con el ambiente y el cuerpo humano.

Producto

La empresa Fruit Day ofrecerá jugos de frutas 100% naturales sin preservantes, sin conservantes, sin colorantes, sin azúcares, sin agua añadida y sin sabores artificiales, solo contiene ácido ascórbico (vitamina C), ya que es un nutriente que necesita el cuerpo humano y ayuda a que las frutas conserven sus nutrientes y sabor natural por más tiempo. Deseamos suplir la necesidad de personas que padezcan enfermedades como la diabetes e hipertensión y no encuentran una alternativa de consumo en el mercado, también basados en el mercado en general que quiera mejorar sus hábitos alimenticios. Nuestros sabores iniciales son:

-**Pitaya:** Ayuda en el proceso de digestión, combate enfermedades cardiovasculares y protege las células del organismo.

-**Kiwi:** Es rico en antioxidantes y vitamina C, disminuye el estreñimiento, mejora la circulación de la sangre y combate la anemia.

-**Feijoa:** Mejora las funciones renales, previene la anemia y disminuye los riesgos de padecer enfermedades cardiovasculares.

-**Gulupa:** Ayuda al sistema cardiovascular, evita la obstrucción de las arterias, regula los niveles altos de tensión arterial y mejora las funciones digestivas.120

Cliente Potencial

Nuestro cliente potencial serán las personas de 35 a 55 años con problemas de hipertensión y/o diabetes o que lleven una vida saludable, que vivan y/o trabajen en las localidades de Usaquén o Chapinero estratos 3 y 4, que practiquen deporte y que tenga un buen poder adquisitivo.

Cifras manifestadas por la Organización Panamericana de la Salud (POS), después de un estudio en cuatro países de Sudamérica, (Argentina, Chile, Colombia y Brasil), muestran que apenas el 57.1% de la población adulta que se estima con presión arterial alta sabe que tiene hipertensión, lo que contribuye al bajo nivel de control poblacional: sólo 18.8% de los hipertensos adultos en estos cuatro países tiene la presión arterial controlada. Lo que lleva a concluir que la mayoría de las personas que sufren de esta enfermedad es por desconocimiento de que la padecen y por esto, no llevan un registro y/o manejo adecuado de su alimentación. (Salud, 2019).

Teniendo en cuenta las cifras reveladas la situación de salud de la mayoría de la población está en riesgo de que en cualquier momento padezcan estas enfermedades, pero son enemigos silenciosos; por esto su interés en cuidarse y cambiar sus hábitos alimenticios.

Necesidad que se identificó

Después de un análisis en el mercado se identificó la tendencia de incorporar en las vidas de las personas hábitos para mejorar la salud, buscando las enfermedades más comunes que se ven hoy en día en Bogotá, se encontró que una de las que más afecta este sector son la hipertensión y diabetes, con altos índices de permanencia en los últimos años.

Lo que se busca con este producto es mejorar la calidad de vida para las personas con HTA (hipertensión arterial) diabetes, y todas aquellas que quieran mejorar su salud y no encuentran en el mercado jugos libres de conservantes, de sabores artificiales de azúcares y de fácil acceso; La principal fortaleza del producto es que es 100 % natural y sus componentes fueron cuidadosamente elegidos para aportar el más alto valor nutricional sin perder el delicioso y refrescante sabor.

Cómo vamos a llegar al cliente

El principal modelo de innovación está en el E-commerce, nuestros productos serán ofrecidos en una tienda virtual agradable y fácil de usar, a su vez haciendo uso de herramientas como las redes sociales promoveremos hábitos de vida saludables, concientización de la

importancia de prevenir enfermedades como la hipertensión y la diabetes a tiempo (Uso del Storytelling) y de los beneficios que nuestro jugo traerá a la vida de las personas que lo consuman, deseamos no solo ofrecer un producto si no un estilo de vida.

Se ofrecerá a cada cliente descuentos, la primera compra tendrá un descuento del 10%, por compras mayores de seis unidades y que la forma de pago sea por medio electrónico (tarjeta de crédito, PSE o transferencia electrónica) se dará un 10% de descuento. Para compras menores a seis unidades se manejará un descuento del 5% utilizando medios de pago electrónicos, esto con el fin de promover las compras por internet y el uso de medios de pago electrónicos.

Porque preferir nuestro producto

Somos una empresa de jugos realmente naturales, con frutas exóticas y que pueden ser consumidos por personas con hipertensión y/o diabetes, esto gracias a que para su elaboración se usa un proceso de prensado en frío que aplica alta presión a muy baja velocidad sobre las frutas y verduras, sin perder su valor nutricional. Al realizar esta delicada separación, aseguramos extraer hasta la última gota de jugo sin oxidarlo, preservando intacta la calidad nutricional y entregando la máxima concentración de nutrientes en cada uno de nuestros productos.

Modelo de negocio

A continuación, definiremos el modelo de negocio con ayuda de un lienzo que nos permitirá conocer a nuestros clientes, cuál será la propuesta de valor, que recursos se necesitaran, como ser sostenible, como llegar a los clientes y que alianzas estratégicas se pueden manejar.

Tabla 1. Lienzo del modelo de negocio

RECURSOS

Propios (Aportaciones de los socios)
Préstamos bancarios
Beneficios que ofrece el ecosistema emprendedor a las empresas innovadores.



FIDELIDAD

Se contará con una página web donde se podrá realizar la compra del producto, pero también se agregará contenido de interés (tips para una vida saludable).
Adicionalmente se estarán ofreciendo distintas promociones por compras mayores a 6 jugos.

COSTO Y PRECIO

En una encuesta que se realizó, las respuestas arrojaron que la mayoría de las personas estarían dispuestas a pagar un precio menor de \$8.000 pesos, lo cual favorece a la empresa ya que, después de analizar el costo de producción por botella y el margen de comercialización y ganancias, se estableció un precio de \$7.000 el cual es rentable para la empresa y está por debajo del precio máximo a pagar por el consumidor y de la competencia.



MECANISMOS DE ENTREGA

Con ayuda de la economía colaborativa realizaremos convenio con la empresa Rappi para entrega de los domicilios.
Para los puntos de venta físicos contaremos con alianza con grandes almacenes de cadena.

SEGMENTO

Está dirigido especialmente a personas de 35 a 55 años con problemas de hipertensión y/o diabetes, que vivan en las localidades de Usaquén y Chapinero, se escogieron estos dos lugares dado que, los habitantes tienen capacidad de adquisición económica. Y además a aquellos hombres y mujeres que quieran mejorar sus hábitos alimenticios por bien propio.



PROPUESTA DE VALOR

Jugos 100% naturales que pueden ser consumidos por ¹⁵ personas que padecen de hipertensión y/o diabetes.

CADENA

Se crearán alianzas con las siguientes empresas

Empresas Depulpa (venta de pulpa de fruta.)

Supermercados de cadena.

Rappi

Creadores de contenido que promocionen vida saludable para promoción la del producto.

GANANCIAS ESPERADAS

En los primeros años de vida las utilidades no serán muy altas, para encontrar fuentes de financiación recurriremos a entidades que promuevan el ecosistema emprendedor (INNPULSA, Bancolombia, BBVA).

ARQUITECTURA DEL SERVICIO.

Modelo servicio de ventas por internet.

Fuente: Elaboración propia.

Modelo de negocio de ventas por Internet

Se estima que para el 2021, cerca del 63% de los usuarios de Internet habrán realizado al menos una compra online. Estamos por alcanzar los dos billones de compradores activos en línea, y en tan solo cinco años las ganancias del sector e-commerce retail se han cuadruplicado. Con tales cifras por delante, es fácil asumir que abrir un e-commerce es un excelente negocio. (estadista, 2019).

Nuestra empresa Fruit Day maneja un modelo de negocio e-commerce ofreciendo una tienda virtual sencilla y agradable donde se podrán realizar la compra de nuestros productos utilizando internet como principal medio de intercambio, este modelo nos permitirá llegar a más personas, disminuir costos y tener una escalabilidad mayor.

Según un estudio de google realizado en Colombia a raíz de la pandemia las transacciones relacionadas con e-commerce se incrementaron en más de 50% lo más

importante es que aumentaron las transacciones entre personas de franjas etéreas que no estaban todavía en el comercio electrónico. (Dinero, 2020).

Esto nos indica que tenemos una gran oportunidad de encaminarnos a lo que será el futuro de las organizaciones, en Colombia estamos teniendo un gran avance en la incursión de las compras por internet, pero aún queda mucho camino por recorrer, es por esto que Fruit Day adaptará este modelo de negocio y su principal objetivo será brindar seguridad a nuestros clientes.

Captación de clientes

Para generar una mayor captación de clientes la empresa Fruit Day tendrá como aliados imprescindibles las redes sociales, estar presentes y activos permitirán una mayor difusión de nuestra marca. Mediante estrategias de participación en las publicaciones, respondiendo dudas y quejas lograremos un acercamiento con nuestros clientes esto con el objetivo de virilizar nuestra tienda.

Adicionalmente en nuestra página realizaremos marketing de contenidos subiremos periódicamente contenido de interés (vídeos, podcasts, formación, tips) para que nuestros clientes aprendan a llevar una vida más sana y conozcan más de enfermedades como la diabetes y la hipertensión.

Estas estrategias serán de gran utilidad, pero la mejor estrategia de marketing digital será que los clientes se sientan escuchados, que sientan seguridad al adquirir productos con nuestra marca, es por este que en todas nuestras redes sociales y pagina web crearemos un canal de atención a dudas y sugerencias, donde se le brinden a los clientes garantías y devoluciones de ser necesarias.

Alternativas para nuestros clientes

Además de vender productos nuestro modelo de negocio desea crear valor para el cliente, nuestra página al cumplir con una doble función, tienda virtual y página de contenido brindara la oportunidad a nuestros clientes de concientizarse de la importancia de cambiar patrones de consumo dañino, conocer a fondo las propiedades de nuestro producto, los beneficios que traerán a su vida y nuestra propuesta de valor, para luego adquirirlos de manera rápida y sencilla enamorándose así de la marca.

El marketing de contenidos requiere que la marca se aleje un poco de la oferta de sus productos y se enfoque más en el cliente. El marketing tradicional ha promocionado las características del producto y sus beneficios, pero el marketing de contenido promueve el estilo de vida que tiene al ser parte de la marca, todo esto desde la perspectiva del cliente. (Joseph, 2014) Para brindar una experiencia de compra no nos podemos limitar a brindar un buen producto, debemos ir más allá y generar una relación con el cliente.

Métodos de pago para adquirir nuestros productos.

Según un Estudio E-Commerce 2015 elaborado por IAB Spain afirma que el 22% de los usuarios abandona su compra por no encontrar formas de pago adaptadas a sus necesidades. ("IAB Spain", 2015). Es por eso que fruit Day desea tener la confianza de sus clientes ofreciéndoles una experiencia de compra segura y con alternativas de pago, nuestra empresa brindara las siguientes alternativas de pago:

PayPal: es una empresa estadounidense de alcance mundial que opera un sistema de pagos en línea que soporta transferencias de dinero entre usuarios y sirve como una alternativa electrónica a los métodos de pago tradicionales como cheques y giros. (Pagos en Línea en Colombia, Envíos de Fondos y Más - PayPal CO, 2020).

Tarjeta de crédito: Es el más común de todos, los clientes deben introducir los datos de su tarjeta de crédito. Se puede hacer a través de una pasarela de pago de algún banco, a través de una entidad privada que no sea un banco o con tu propio SSL. (PAGO para tu Tienda Online, 2020).

Pago a contra-reembolso: El cliente paga cuando recibe el producto. Eso da al comprador más seguridad. Como cliente, una de las ventajas más significativas del pago contra-reembolsó es que sólo puedes pagar después de tener el producto en mano. De esa manera, no hay riesgo de perder el dinero. (PAGO para tu Tienda Online, 2020).

Transferencias bancarias: Las transferencias bancarias son un método de pago cómodo y fácil de completar los pedidos ya que es rápido para que los clientes pasen por el proceso de pago. Los clientes no tienen que preocuparse por la seguridad ya que no necesitan introducir ningún detalle financiero para hacer el pago. Esto hace que se centren más en lo que están comprando que en la seguridad de los datos de su tarjeta de crédito. (PAGO para tu Tienda Online, 2020).

Pago con cheques regalo: Sobre todo se usan para fidelizar a los clientes. Éstos, normalmente, solo deberán canjear el código en tu página web para obtener descuentos o regalos. Se deben dar como premio a los clientes habituales o para promocionar tu tienda. (PAGO para tu Tienda Online, 2020).

Nequi: es una app que funciona como cuenta bancaria digital ofrece una cuenta donde permite mantener y manejar el dinero, con la que podrán realizar trasferencias a amigos, familiares y pedir prestado, cobrar, pagar y sacar dinero fácilmente (Nequi, 2019).

En caso de presentar alguna dificultad los clientes podrán acceder a cualquiera de los canales que se dispondrán para cualquier evento no deseado y se dará respuesta lo antes

posible orientándolos y si es el caso brindándoles garantías.

Eco-innovación

La empresa Fruit Day reconoce su responsabilidad con el medio ambiente y está comprometida con minimizar los impactos ambientales que podrían originarse de sus procesos productivos, es por esto que buscamos que nuestros procesos sean lo más amigables posibles con el medio ambiente.

“La contaminación nunca deberá ser el precio de la prosperidad” Al Gore

Tabla 2. Cuadro de Ecoinnovación

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	RESIDUOS
PRODUCTO O SERVICIO	<p>Nuestro producto no contiene agua, pero ayudamos al medio ambiente mediante la reutilización de las aguas grises y de lluvias.</p> <p>Nuestros empleados contarán con un purificador de agua para el consumo.</p>	<p>Se implementarán campañas dentro de la empresa para el ahorro de energía.</p> <p>Se utilizarán todo tipo de métodos ahorrativos de energía uno de ellos es trabajar con la luz del día y disponer de bombillos ahorradores.</p>	<p>Utilizaremos un empaque hecho con materiales 100% renovables, principalmente caña de azúcar y madera.</p>	<p>Desechos orgánicos para los agricultores</p> <p>Concientizar a los empleados para la importancia del reciclaje</p>
MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizarán campañas confundaciones asociadas como pilas con el ambiente y tapitas por patitas • Anuncios en físico y por intranet para el ahorro del agua y energía • llevaremos a cabo una campaña de concientización imprimiendo mensajes en cada uno de nuestros empaques alusivos a la importancia del medio ambiente. 			

Fuente: Elaboración propia

Agua

Colombia se raja por la administración del agua a falta de planificación y consciencia de la ciudadanía para cuidar este recurso, se suma la corrupción en la que se roban miles de millones de pesos que se están dejando de invertir en la administración de este líquido vital.

Las cifras no mienten la mayor huella hídrica en el país –cantidad de agua que se utiliza para generar un bien, producto o servicio– se encuentra en la zona del Magdalena, Cauca y el Caribe, donde se produce casi el 80% del PIB nacional –aproximadamente 302,4 miles de millones USD–, pero solo está el 21% de la oferta hídrica del país, que equivale a 2’011.655 millones de metros cúbicos. Es decir, existe una fuerte demanda que hacen las comunidades sobre los recursos hídricos.

El total de agua que utilizan directamente los diferentes sectores a nivel nacional asciende a 35.987 millones de metros cúbicos, que equivale a llenar 28 veces el volumen del embalse de Betania. Es así como el sector de mayor demanda es el agrícola, con un 46,6%; seguido por el sector energético, con el 21.5%; el pecuario, con el 8.5%; y el doméstico, con el 8.2%.

Los residuos orgánicos (comida, materia fecal, plantas podridas, entre otros) arrojados a los ríos por las comunidades, superan las 756.945 toneladas por año, mientras que la materia orgánica no biodegradable (sustancias químicas como plásticos, cauchos y demás residuos industriales), se estima en 918.670 toneladas al año; siendo Bogotá, Cali, Medellín y Cartagena las principales ciudades que aportan a este nivel de contaminación.

Con relación al desperdicio del agua, según Departamento Nacional de Planeación, en el país se pierde el 43% de este recurso. La causa, las fallas de infraestructura de los acueductos. En promedio por cada 10 litros de agua, se pierden cuatro por rebosamiento o fuga de los tanques, por deterioro de las redes, por conexiones ilegales y errores en la medición. En Bogotá, el desperdicio de este recurso asciende al 38%, uno de los indicadores más altos en todo el país.

Consumo por sectores:

Agropecuario: consume 61.857 millones de metros cúbicos al año. Los cultivos de mayor demanda de este recurso son: Palma de aceite, plátano, caña de azúcar y café.

Pecuario: consume 33,3 millones de metros cúbicos al año. Solo el sector ganadero demanda más de 20 millones de metros cúbico cada año.

Domestico: consume 385,8 millones de metros cúbicos al año. Medellín y Bogotá, las ciudades que más gastan este recurso.

Industrial: Demanda 65,4 millones de metros cúbicos cada año. La mayor huella hídrica está en la cuenca del Río Bogotá, el Río Arroyo hondo en Yumbo, y la refinación de azúcar.

Energético: Demanda 286,7 millones de metros cúbicos cada año. Este sector representa el 86,4% respecto a la huella hídrica de los embalses.

Petróleo: Gasta 6,6 millones de metros cúbicos al año. (Galeano, 2017).

Es preocupante la forma en que se desperdicia el agua, no solo en Colombia si no a nivel mundial, de acuerdo con el artículo anterior nos damos cuenta como en cada sector se utiliza o se desperdicia el agua por alguna circunstancia, para la organización es importante mantener y ayudar a conservar el medio ambiente por eso en Fruit Day nos preocupamos por el ahorro de agua, muestra de ellos queremos contarles que nuestro producto, durante el proceso no usa como aditivo agua; ya que es un producto 100% natural a base de la extracción del jugo de la fruta.

Dentro de la organización es indispensable utilizar agua para la hidratación de los empleados, el lavado de las frutas, la limpieza de las máquinas, para realizar el aseo en general y para mantener los baños en óptimas condiciones de uso, en Fruit Day queremos dejar nuestra huella ecológica asociada al agua, por eso tenemos, dispensadores de agua purificada conectados a la toma, sin bidones pues esto elimina la necesidad de tener que estar solicitándolos, almacenarlos y mantener el agua reposada ya que va conectada directamente del agua que está presente en la empresa.

Es un sistema totalmente ecológico. Evita el consumo de plásticos y la emisión de CO₂ al no necesitar el transporte de envases. Reduce el riesgo de infecciones por la aparición de bacterias y hongos en el lugar donde se insertan las botellas de agua mineral. (La Importancia del Agua en la Empresa, 2019).

Se maneja la reutilización de aguas grises: los reciclajes de estas aguas son desechadas por el lavaplatos, lavavajillas y lavamanos, y son utilizadas para llenar la cisterna de los inodoros y realizar la limpieza de los pisos de la compañía, el agua paso por diferentes tipos

de filtros los cuales eliminan mugre, grasas u otros residuos sólidos.

Adicional recuperamos el agua de lluvia que es depositada en tanques de agua para la utilización del lavado de las maquinas u otros implementos, este procedimiento maneja también un pequeño filtro para la limpieza de contaminante. (González, 2017).

Tenemos instalados dispositivos ahorradores de bajo consumo en el área de lavado y baños donde también tenemos instaladas cisternas de 6 litros, llevamos un control de vigilancia de los flotadores, las válvulas de emisión y sellado y llaves para así darnos cuenta si se está presentando alguna fuga de agua y tomar medidas a tiempo. (11 consejos para ahorrar agua en tu empresa, 2016).

Energía

La idea de nuestra empresa es ser promotores de ahorro de energía, pero por necesidad de nuestra siempre necesitaremos de ella para la producción y conservación del producto, por eso utilizaremos:

- Una maquina extractora de jugo prensado en frio MASTERY para todo tipo de frutas
- Maquina tapadora manual de botellas neumáticas.
- Neveras industriales.

En 1992 Colombia sufrió un racionamiento de energía eléctrica causado por el fenómeno de El Niño, el cual actualmente quiere repetirse; al ver la situación del país, el gobierno está tomando medidas para acabar con el problema después de que prácticamente

estamos en los límites de producción energética, lo anterior gracias a las fallas ocasionadas en dos de las principales productoras de energía eléctrica del país, Guatapé y Termoflores, además de los problemas que dejó el fenómeno de El Niño.

Colombia está pasando por una crisis energética gracias a que el gobierno, teniendo el antecedente de 1992 y sabiendo cuándo llegaría el fenómeno de El Niño, no tomó medidas preventivas para toda la comunidad, que ayudaran a ahorrar la energía eléctrica del país, para así no esparcir rumores de que sufriremos un racionamiento en la energía eléctrica. (Mateus, 2016).

Lo que pasó y está pasando en el país debido a la crisis energética nos hace tomar conciencia y medidas que sean eficiente, no tener que volver a obligar a los usuarios a disminuir energía como paso en el 2016 cuando el gobierno impuso apagar paga, el cual promovía el ahorro de energía en los hogares, comercios e industrias, el cual consistía en premiar a los ahorradores y penalizar a los que malgastaran energía, esta medida genero gran controversia pues obligo a muchos consumidores de energía a reducirla.

Por esta medida tomada y gran parte por el medio ambiente es que pensamos como reducir energía y optamos por:

Utilizar focos ahorradores en todos los espacios de la compañía

Manejar horarios laborales donde se trabaje con la luz del día

Mantener las luces apagadas en lugares donde no haya nadie

Realizar mantenimiento a los sistemas eléctricos de todas las oficinas

al salir de la compañía se dejarán todos los aparatos desenchufados (computadores, horno microondas, máquinas de proceso etc.) (10 consejos para ahorrar energía en tu empresa, 2015).

Envase

En busca de innovación y poder contar con un envase amigable con el medio ambiente Fruit Day busco la tecnología de la empresa Tetra pak quien ofrece soluciones de envasado de cartón y procesamiento para la Industria alimentaria.

Esta empresa desarrollo una nueva tecnología para crear el primer envase del mundo 100% renovable, hecho a partir de plásticos derivados de plantas y cartón (fibra de madera de árbol o plástico biológico de la caña de azúcar), a partir de esto proceso nuestra empresa implementara este diseño en nuestro producto de jugo.

Este empaque permite que los alimentos líquidos mantengan el mismo color, textura, sabor y valores nutricionales hasta 12 meses, está diseñado para mantener los productos en perfectas condiciones en una cadena de distribución en frío.

Residuos

“El reciclaje en empresas es una práctica que se ha vuelto muy popular entre las organizaciones. Ya sea por compromisos socio-ambientales de la empresa, por requerimientos legales y normativos o incluso como una práctica para la reducción de costos”. (Eolivier, 2018).

Cabe destacar que el reciclaje es la separación de los residuos o sobrantes, los cuales obtienen un valor muy importante, pues son utilizados para otros procesos, para nadie es un secreto los problemas que tiene el mundo por culpa de la contaminación que nosotros mismo provocamos, es tiempo de empezar a preocuparnos más ya sea desde los hogares como como

desde las compañías, ya que esto está haciendo que la calidad de vida disminuya y los principales perjudicados somos nosotros. (Eolivier, 2018).

Muchas industrias se han unido a la colaboración del medio ambiente mediante diferentes campañas, es por eso que en Fruit Day no se queda atrás, ya que los desechos orgánicos que deja la extracción de la fruta son almacenados debidamente para ser entregados a los sectores de agricultura que se encuentren interesados, dicho proceso será entregado cada semana ya que los residuos tienden a descomponerse alrededor de una a cuatro semanas.

Dentro de la oficina son pocos los materiales que se podrían reciclar ya que nuestro proceso de venta será por la página web y todo lo referente a papelería será manejado por correo electrónico, en caso de llegar a utilizar papel será totalmente ecológico. Adicional se manejará una pequeña bodega en la cual serán almacenados los materiales para el reciclado, ya se cartón, papel, cartuchos de tinta, tóner, algunos equipos eléctricos; alrededor de la empresa se instalarán canecas para su debido reciclaje de color rojo, gris y azul.

Marketing

Fruit Day se vinculó a la campaña “PILAS CON EL MEDIO AMBIENTE es un programa apoyado por la ANDI, que recoge, transporta y de aprovechamiento a las pilas y/o acumuladores usados, con el propósito de cerrar el ciclo.” (Pilas con el medio ambiente, s.f).

A la entrada de la empresa se encontrarán con un contenedor pequeño donde los empleados podrán depositar las pilas que ya no funcionan, la corporación se encarga de realizar la recolección de las pilas cuando nosotros lo solicitamos, con esta campaña queremos contribuir con el cambio, acostumbrar a los empleados a tener una cultura de recolección y seguir con el apoyo del medio ambiente.

Se informarán mediante la intranet de la empresa y en anuncios visuales consejos sobre el cuidado del agua, el cuidado del medio ambiente y la importancia de no desperdiciar,

- Si ve una llave goteando solo ciérrela
- Es mejor el papel en la cesta y no en el inodoro
- Si esta prendida, apáguelo el bombillo se aburre de estar encendido y solo en la Oficina.

También estaremos vinculados con la fundación TAPITAS POR PATITAS, es organización encargada de la recolección de tapas plásticas, con las cuales ayudan a los animales en situación de vulnerabilidad y que se encuentran en la calle, con la recolección de las tapas lograr entregar alimentos, medicina, realizan brigadas de vacunación, ayudan a las veterinarias que tiene animales protegidos, tiene campañas para la adopción.

Al momento de unirse a la fundación TAPITAS POR PATITAS hacen entrega de un contenedor para el depósito de las tapas, afiche informativo y una pieza digital para enviarla a los empleados, el contenedor estará ubicado en la entrada de la empresa, y coordinadora se hará cargo de recoger las tapas en la empresa sin costo alguno. (Coordinadora, s. f.).

Nuestra empresa fruit Day está comprometida con convertirse en una promotora del mensaje medioambiental, entendiendo que nuestros consumidores son cada vez más responsables y conscientes, llevaremos a cabo una campaña ecofriendly para crear conciencia social y para ayudar al medio ambiente, estamos convencidos que cada acción cuenta.

Nuestros envases son el mayor estandarte de nuestro compromiso para ayudar al

medio ambiente, hechos con materiales 100 % renovables llevarán ecoetiquetas con un mensaje que nos recordará nuestro deber y nuestra responsabilidad con nuestro planeta, diseños atractivos y creativamente diseñados.

Ilustración 1. Diseño de jugos con eco-etiqueta.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis del sector

En los últimos años se ha incrementado la tendencia por llevar una vida más saludable en la cual la alimentación es clave, ha llevado a que hoy más gente consuma más jugos naturales.

Según estudios de consumo, el crecimiento de este segmento durante el 2016 fue de 10% en todo el país, una cifra que está muy por encima de las demás categorías de alimentos. (Acosta, 2017).

Una de las razones de esta tendencia es la llegada de empresas al país como cosechas y bawana las cuales le han dado un giro al consumo de bebidas a base de frutos naturales, esto sumado a que los consumidores están buscando categorías de sabores exóticos y mezclas que antes no eran fáciles de encontrar en el mercado dan un auge al sector. (Acosta, 2017).

Fruit Day conociendo esta tendencia desea ingresar al mercado agregando un valor diferencial y una alta calidad en los productos, para esto es necesario tener claro cómo se encuentra el mercado y las diferentes variables que manejan nuestros competidores, a continuación, relacionaremos las empresas que están siendo las pioneras en este tipo de bebidas.

Cosechas: Cosechas “Expertos en bebidas” nació en Costa Rica en el 2008, para ofrecer a sus clientes bebidas naturales a base de frutas y hortalizas. Fórmulas perfectamente creadas que buscan, no solo deleitar el paladar, sino contribuir a conservar y mejorar la salud de los consumidores. Cosechas Bebidas Naturales. (2020).

Por su alto valor nutricional, sus insumos de primera calidad y su sabor inconfundible, Cosechas se ubica hoy como la mejor opción en bebidas saludables en Panamá, México y

Colombia, con proyectos de iniciar operaciones en más países del continente Americano.

Cosechas Bebidas Naturales. (2020).

Bawana: Es una empresa que ofrece variadas opciones alimenticias para disfrutar auténticas recetas de sándwiches y sopas artesanales de la mejor calidad y jugos 100% naturales.

sus refrescantes y nutritivos Jugos de Frutas y Vegetales hechos con ingredientes 100% naturales, a los cuales les pueden agregar SuperFoods (Semillas de chía, polen de abeja, etc), bases nutricionales como agua de coco o leche de almendras y son endulzados con Stevia cero calorías. Sus originales sabores y combinaciones de ingredientes generan un deleite al paladar. Bawana | Sándwiches - Sopas - Jugos. (2020)

Nativos: Es una empresa que se creó con la idea de satisfacer las necesidades de los clientes de mejorar su cuidado personal. Esta idea de negocio nace porque Colombia es un gran productor y exportador de frutas.

Dentro del portafolio de productos que pueden ofrecer en sus establecimientos están: la línea fitness, una infantil, paletas para mascotas, línea exótica con productos colombianos como el corozo, limonadas con frutas exóticas y parfaits nativos con helado. Además, la marca empezará a incursionar en el segmento institucional con snacks y una línea de alimentos saludables para complementar las bebidas. (Nativos, 2020).

Jugos Hit: En 1997 se lanza Hit al mercado bebida a base de frutas, elaboradas con modernos procesos de producción, pasteurización y envasado. Se obtiene el Sello de Calidad ICONTEC, siendo la primera compañía de bebidas del país en recibir dicha certificación. POSTOBÓN lanzó al mercado los nuevos jugos Hit en los sabores de mora, mango, guayaba, tropical y naranja-piña. Es un refresco de frutas compuesto de agua, azúcar, pulpa de fruta,

ácido cítrico saborizantes artificiales, naranja, que contiene vitaminas A, D, B, B3, B6, B12.
(Hit en pulpa 100% natural | Postobón, 2020).

En los últimos años potenció su línea de pulpa de fruta Hit 100% con otros ingredientes adicionados, un producto saludable, ya preparado y fácil de servir.

Estrategia del océano Azul.

La promesa de la estrategia de Océano Azul es guiar a los gerentes y emprendedores para encontrar nuevos mercados, libres de competidores directos y saber cómo aprovecharlos para obtener un alto rendimiento. (Tapia, 2020).

A continuación, utilizaremos dos valiosas herramientas que nos ofrece la estrategia del océano azul:

Cuadro estratégico: Esta herramienta identificara factores competitivos en la industria para luego construir estrategias en un océano azul.

Matriz Eric: Esta estrategia se apoya del cuadro estratégico permitiéndonos crear una curva de valor diferenciadora.

Para aplicar estas dos estrategias manejaros las siguientes variables (Las variables fueron tomadas en consideración después de experiencia propia de consumo e investigación en las páginas de la empresas y comentarios de sus clientes) manejando una escala de puntuación de 1 a 5 siendo el 1 la expresión de la mínima satisfacción y el cinco de la máxima.

Componentes naturales: En esta variable mediremos la combinación y calidad de frutas usadas y el proceso de extracción de nutrientes de los mismos.

Tipo de empaque: Analizaremos la presentación, la facilidad de portarlos y si usan plástico en sus materiales.

Sabor: Debido a que la mayoría de estos jugos no contienen azúcar mediremos que la combinación de frutas o verduras creen un sabor delicioso y refrescante.

Vida útil del producto: Esta una de las variables más importantes del producto ya que dependiendo de este factor podemos reducir precios y costos y es uno de los diferenciadores que busca nuestra marca.

Cobertura: Mediremos la cantidad de puntos de venta en el territorio nacional y su presencia en las distintas ciudades del país.

Canales de distribución: En esta variable consideraremos que tipos de canales de distribución tiene la marca, cuanto tiempo demora y si tiene servicio de domicilios.

Precio: mediremos que tan asequible es el producto.

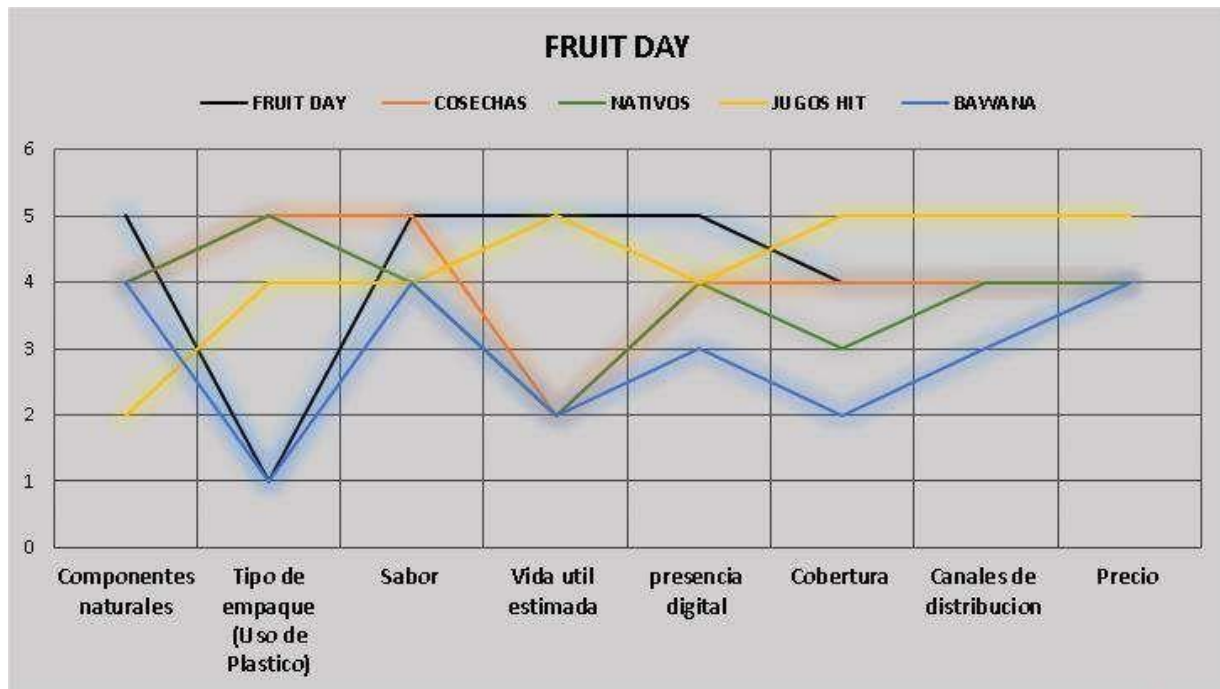
Presencia digital: Conoceremos si tienen presencia digital, si esta presencia genera un valor agregado a los consumidores.

Cuadro estratégico

Tabla 3. Cuadro estratégico.

	Componentes naturales	Tipo de empaque (Uso de Plastico)	Sabor	Vida util estimada	presencia digital	Cobertura	Canales de distribucion	Precio
FRUIT DAY	5	1	5	5	5	4	4	4
COSECHAS	4	5	5	2	4	4	4	4
NATIVOS	4	5	4	2	4	3	4	4
JUGOS HIT	2	4	4	5	4	5	5	5
BAWANA	4	1	4	2	3	2	3	4
ESTRATEGIA	INCREMENTAR	ELIMINAR	CREAR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	INCREMENTAR	REDUCIR

Ilustración 2: Grafica del cuadro estratégico.



Fuente: Elaboración propia

Estrategia Eric

Componentes naturales: (Incrementar) La empresa Fruit day ha evidenciado que el mercado que oferta jugos naturales no son totalmente saludables debido a sus procesos de extracción de los nutrientes de las frutas. Las frutas traen fructosa (un azúcar natural que se encuentra en todas las frutas) en los jugos cuenta como "azúcares libres", un grupo que incluye a la miel y a los azúcares que se les añaden a los alimentos. (Brown, 2019).

El problema de no realizar el adecuado proceso es que, una vez eliminada la fibra, es que la fructosa del jugo se absorbe con mayor rapidez. (Brown, 2019). Por esta razón fruit day adopto el proceso de prensado en frio que es actualmente la mejor técnica para preparar jugos de alto contenido nutricional. Olivetto. (2020).

A diferencia de los extractores tradicionales, que generan calor al extraer el jugo de la fruta con sus cuchillos que giran a gran velocidad, oxidando nutrientes, vitaminas, y destruyen sus enzimas una prensadora en frío, utiliza una prensa hidráulica que saca hasta la última gota, sin aplicar calor, consiguiendo así obtener un alimento de alto contenido nutricional.

Lo genial de todo el proceso, es que además de tener alimentos ricos en nutrientes, las preparaciones se pueden almacenar por más tiempo sin perder sus propiedades

Tipo de empaque: (Eliminar) Nuestra empresa quiere brindar un empaque que además de verse visualmente atractivo sea amigable con el medio ambiente, a diferencia de las otras marcas del mercado que usan plástico, Fruit day usara un empaque con productos 100% renovables eliminando el plástico totalmente.

Sabor: (Crear) Debido a que nuestros jugos son con frutas totalmente exóticas, tendrán un delicioso sabor refrescante y diferente a cualquier otro del mercado.

vida útil del producto: (incrementar) Los jugos que se venden en el mercado son de consumo casi inmediato, su ciclo de vida es muy corto y sus frutas se fermentan rápidamente, debido a que sus empaques generalmente son termo-sellados y no usan conservantes para mantener lo saludable del producto. Fruit day a diferencia de estas empresas maneja un empaque especial con una tecnología nueva que permite que los alimentos líquidos mantengan el mismo color, textura, sabor y valores nutricionales hasta 12 meses, está diseñado para mantener los productos en perfectas condiciones en una cadena de distribución en frío. Adicionalmente con un proceso natural de adición de ácido ascórbico (vitamina C),

ácido benzoico y/o ácido EDTA; los cuales no modifican sus características naturales y permiten que su tiempo de vida sea más largo.

Presencia digital: (Incrementar) La presencia digital será fundamental para llegar a todo el público, como diferencial nuestra página web y redes sociales subirá contenido de interés promoviendo un estilo de vida más sano y mostrando todos los beneficios de consumir nuestros productos. (Información de la mano de profesionales)

Cobertura: (Incrementar) Deseamos tener una cobertura nacional y llegar a todos los rincones del país ayudándonos de las economías colaborativas como Rappi para domicilios en los puntos donde no lleguemos con tiendas presenciales.

Canales de distribución: (Incrementar) Deseamos ofrecer los productos a los consumidores finales en el menor tiempo posible, ya sea en las tiendas físicas o por el servicio de domicilios.

Precio: (Reducir) Debido al alto contenido nutricional que tienen nuestros jugos, la no utilización de dilusores como el agua hacen que nuestros productos usen mayor cantidad de frutas y el proceso logístico para mantener la cadena de frío los precios tienden a aumentar y ser un poco más altos que los de otros jugos, pero con el avance de la empresa y la escalabilidad en el mercado nos ayudaremos de tecnologías cada vez más avanzadas disminuyendo así costos en la producción.

Fuerzas de Porter

(Dirconfidencial, 2020) Es una herramienta que analiza un sector en función de cinco fuerzas existentes a través del análisis y la identificación. Esto permite a la empresa conocer la competencia que tiene el sector en el que opera. Así, se puede realizar un análisis con el objetivo de hacer frente a la situación.

Son un gran concepto de los negocios con el que se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia. Se comienza desarrollando la visión de la empresa. Después se establece la estrategia necesaria para cumplir la visión de la empresa. Hay que tener en cuenta desde los factores cuantitativos y cualitativos hasta el poder y la jerarquía dentro de una empresa.

Ilustración 3. Fuerzas de Porter



Fuente: (Dirconfidencial, 2020)

A continuación, se muestra el modelo de riesgo que representan las 5 fuerzas de Porter que determinan las barreras de entrada en FRUIT-DAY.

1. El poder de negociación de los clientes

Gran cantidad de productos sustitutos en el mercado.

Precio superior al de Salva, competencia con el modelo de negocio más parecido.

Pocas empresas en Bogotá que ofrezcan un producto con las características anteriormente mencionadas. Y con un modelo de negocio a favor de brindar comodidad al cliente.

2. Rivalidad entre empresas

Empresas con productos similares en el mercado en la ciudad de Bogotá: ForYouce, Salva Jugos y Cosechas.

Requerimiento de capital para atacar el mercado planteado.

Proceso de fabricación “Prensado en frío” es utilizado por la competencia.

Ventajas de costos de la competencia, por tener mayor capital sus costos de producción son menores y pueden vender jugos de 3.700 COP, igual al precio de venta de los jugos de Fruit-Day

3. Amenaza de competencia entre empresas

Jugos Naturales: se refiere a los jugos naturales que se comercializan en las principales cadenas de supermercados y que ellos mismos elaboran. También incluye a los establecimientos de comida casera y almuerzos, que ofrecen principalmente jugo de naranja

recién exprimido.

Jugos Pasteurizados: aquellos jugos que se comercializan en las principales cadenas de supermercados e incluso en tiendas de barrio, fabricados por grandes empresas como Postobón S. A y Coca — Cola FEMSA.

Entre la competencia indirecta se encontraron jugos Hit, Alpina y jugos California, dado que, venden jugos similares, pero con aditivos añadidos.

Juice bars: los juice bar son aquellos establecimientos que se encargan de ofrecer productos naturales, en donde venden también jugos de frutas, ensaladas, sándwiches, etc.

Entre la competencia directa se encuentra Cosechas y Nativos, ya que sus productos son naturales, pero con poca conservación después de sacado al mercado.

4. El poder de negociación de los proveedores

Debido a las diferentes épocas del año, los proveedores pueden tener un poder de negociación elevado. En donde encontrarían tener una ganancia mayor a la del negocio. Así mismo, ante otros aspectos como paros extraordinarios por parte de los agricultores del país.

Solo existen 3 proveedores potenciales por lo que el poder de negociación de los proveedores es elevado.

Paros extraordinarios por parte de los agricultores del país.

5. Amenaza de Bienes sustitutos

Gran cantidad de productos sustitutos que pueden ser más baratos que el producto a desarrollar.

Empresas que manejan volúmenes altos y sus costos son menores

Jugos Naturales: se refiere a los jugos naturales que se comercializan en las principales cadenas de supermercados y que ellos mismos elaboran. También incluye a los

establecimientos de comida casera y almuerzos, que ofrecen principalmente jugo de naranja recién exprimido.

Jugos Pasteurizados: aquellos jugos que se comercializan en las principales cadenas de supermercados e incluso en tiendas de barrio, fabricados por grandes empresas como Postobón S. A y Coca — Cola FEMSA.

Entre la competencia indirecta se encontraron jugos Hit, Alpina y jugos California, dado que, venden jugos similares, pero con aditivos añadidos.

Juice bars: los juice bar son aquellos establecimientos que se encargan de ofrecer productos naturales, en donde venden también jugos de frutas, ensaladas, sándwiches, etc.

Entre la competencia directa se encuentra Cosechas y Nativos, ya que sus productos son naturales, pero con poca conservación después de sacado al mercado.

- Concursos vía redes sociales: con el objetivo de captar clientes potenciales.
- Precio fijo: todos los jugos tienen un precio de 3700 COP que incluye el servicio de entrega.
- Canales: vía telefónica. Para la segunda fase del proyecto se tendrán habilitados los canales de compra vía página web y por aplicación móvil, así como también, el canal de personas que se encargan de ofrecer productos alimenticios en las diferentes áreas de una empresa.
- Promociones: jugo del día que permitirá ofrecer un jugo con un precio ligeramente menor y con el objetivo de captar clientes. Sin embargo, actualmente no se han implementado ya que se necesita captar un capital superior para poder generar este tipo de promociones.

Servicios

- **Creación de página web:** se encuentra en desarrollo la creación de una página web para dar información de la empresa y productos. Para la segunda fase los clientes podrán ordenar

desde ese portal el jugo que deseen.

- **Aplicación móvil:** Para la segunda fase del proyecto, una vez hecho un levantamiento de capital con la operación inicial de la compañía se desarrollará una aplicación móvil, con el objetivo de que los clientes puedan consultar la variedad de jugos que se ofrecen, precios, consejos de alimentación, con la funcionalidad de hacer pedidos.

Marketing Mix

El marketing mix tiene como objetivo analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, para generar acciones que busquen retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades, el marketing mix es un concepto que se utiliza para definir todas las herramientas y variables a la disposición del responsable de marketing. En el mundo digital, la estrategia de marketing mix consiste en la adaptación del producto, precio, plaza y promoción al contexto digital, tan cambiante como el consumidor, actualmente el marketing mix tiene un enfoque que replantea preguntas sobre el mercado y el consumidor tales como:

¿Qué necesidades tienen mis clientes?

¿Cuál es el coste de satisfacción de nuestros clientes y qué retorno me dará dicha satisfacción?

¿Qué canales de distribución son más convenientes?

¿Cómo y en qué medios lo comunico?

Ya no es viable fabricar el producto para posteriormente intentar venderlo. Al contrario, es necesario estudiar las necesidades de nuestros clientes y desarrollar el producto para ellos.

El marketing mix está compuesto en su totalidad de estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción (Publicidad), el Marketing Mix se trata de poner el producto adecuado, en el lugar apropiado, en el momento indicado y al precio justo. La parte difícil es hacerlo bien, ya que se necesita conocer todos los aspectos de tu plan de negocios. Por su parte, la mezcla de marketing está predominantemente asociada con las 4P's de marketing, las 7P's de marketing de servicios y los 4 Cs desarrolladas en los años noventa.

Así que el Marketing Mix se compone, básicamente, de cuatro piezas principales que crean la imagen de un negocio exitoso, el precio, la plaza o lugar, la promoción y el producto, conocidos como «4 Ps», constituyen la base de lo que tu empresa se trata, Después de todo, vender el producto adecuado al precio adecuado es cómo se hace en los buenos negocios. (Peralta, 2020).

Núcleo

Fruit day tiene un objetivo claro y es ofrecer un producto 100% natural, sin conservantes, sin colorantes, sin preservantes, sin azúcares y sin sabores artificiales, solo contiene ácido ascórbico (vitamina C), es un jugo que impactara grandemente, ya que va hacer consumido por personas que quieren empezar a tener cambios en sus hábitos alimenticios y lo más importante que es apto y recomendable que sean consumidos por personas con enfermedades de hipertensión y diabetes.

Calidad

La calidad da como resultado el incremento de confianza en que los requisitos se

cumplen, un mayor aseguramiento de que los procesos se encuentran bajo control, la motivación que esto puede dar a aquellos involucrados, además se puede permitir conocer mejor a las oportunidades de mejora. Los planes de calidad se aplican de forma principal en la trayectoria que va desde los requisitos que establece el cliente, mediante la realización del producto y el producto, hasta la satisfacción del cliente. (Toro, 2020). Nuestros resultados se verán reflejados en la calidad de nuestros productos, pues llenará de satisfacción a nuestros consumidores el cual lograra tener una acogida gigante en nuestro nicho del mercado, queremos demostrar que con nuestros jugos naturales no solo abordaremos a una cierta población si no que serán tendencia en muchos lugares del país.

Envase

Nuestra empresa cuenta con la mejor disposición de cuidar y llevar de la mano la protección del medio ambiente es por eso que nuestro envase es 100% renovable hechos a partir de plásticos derivados de plantas y cartón, uno de nuestros proveedores es la empresa Tetra Pak quien nos ofrecen un envase elaborado con fibra de madera de árbol o plástico biológico de la caña de azúcar, con una capacidad de 1.000 ml y 200 ml, con una forma rectangular y enfocado con un diseño atractivo y creativo con una ecoetiqueta llevando un mensaje sobre la responsabilidad de cuidar el medio ambiente, haciendo de nosotras un producto y envase único.

Diseño

Ilustración 4. Diseño de jugo con eco-etiqueta



Fuente: Elaboración propia

Servicio

Prestamos un servicio con amor, pensando en el bienestar de las personas que sufren de hipertensión y diabetes, los que quieren hacer un cambio en su estilo de vida, tenemos un gran producto y son unos jugos 100% natural, nuestro producto es elaborado mediante un proceso de prensado en frío, el cual extrae hasta las últimas gotas de la fruta, utilizamos este método para garantizar lo natural sin utilizar conservantes, colorantes, ni agua así contribuimos a la conservación y cuidado del medio ambiente desde nuestro empaçado hasta la reutilización de los desechos orgánicos, así no solo pensamos en nosotras si no en los agrícolas que pueden llegar a necesitar de este abono tan importante y natural, esperamos tener gran acogida por nuestros clientes, ya que todo este proyecto es pensado en ellos y creamos esta gran compañía Fruit day.

Portafolio

Es un documento que contiene información básica y breve sobre una empresa. Su objetivo principal es brindar al cliente externo datos precisos sobre la organización, tales como el tipo de producto o servicios que ofrece para que el cliente distinga e identifique la compañía de su competencia. También cumple la función publicitaria porque es una forma de promocionar a la empresa. Los datos que se manejan en el portafolio de servicios o brochure deben presentarse de una manera atractiva, que proyecte la identidad corporativa de la organización. (Portafolio de servicios o brochure, s. f.).



AL DETAL



Consiste en la venta diaria de nuestros jugos naturales a nuestros clientes directamente, ya sea para los usuarios con hipertensión, diabetes o para las personas que quieren mantener una vida saludable.



AL MAYOR



Realizaremos ventas en grandes cantidades de nuestros diferentes jugos naturales, a un menor precio del que se comprarían en cantidades unitarias o menores.



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior



CONVENIO



Se realizaran convenios ofreciendo nuestros productos a hospitales y clínicas ya que son ideales para pacientes con algún tipo de enfermedad como diabetes e hipertensión, se manejaran precios asequibles.



Estrategia de precios.

La estrategia de precios de la cartera de productos es uno de los principales secretos para el éxito de una empresa, pero hacerlo de manera incorrecta puede crear problemas financieros irresolubles. (Pecanha, 2020).

Precios de los competidores

Tabla 4. Cuadro de precios de competidores

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio	Tamaño
Jugos Hit	Hit sin azúcar añadida.	\$ 2.500	Sabor a fruta innovador sin azúcar, solo sabor mango, bajo en calorías, práctico, portable, fácil de abrir.	500 Mililitros
Jugos California	California Premium.	\$ 5.800	Sabor a uva y manzana, sin azúcar añadido, 0% Calorías, porción de 500 ML.	500 Mililitros
Cosechas	Línea cuídate	\$ 6.500	Dentro de la línea cuídate, hay varios batidos como proteína, aloe y té verde, que buscan cuidar la salud.	400 Mililitros
Nativos	Línea funcional	\$ 5.700	Jugos naturales y mezclas refrescantes. Variedad en las frutas que manejan.	400 Mililitros
Bawana	Línea reductor, revitalizante y recuperador	\$ 9.500	Jugos y batidos verdes con propiedades diuréticas y alcalinizantes.	400 Mililitros

Fuente: Elaboración propia.

Fijación de precio basado en costos

Tabla 5. Precios basados en costos

COSTOS DE PRODUCCIÓN			
COSTOS FIJOS	MENSUAL	DIARIO	POR BOTELLA (300 DIARIAS)
Mano de obra	\$ 6.000.000	\$ 200.000	\$ 667
Costos indirectos	\$ 2.200.000	\$ 73.333	\$ 244
Gastos de venta	\$ 650.000	\$ 21.667	\$ 72
Gastos administrativos	\$ 1.600.000	\$ 53.333	\$ 178
Total	\$ 10.450.000	\$ 348.333	\$ 1.161

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Costo variable.

COSTO VARIABLE	
Costo pulpa	\$ 1.400
Envase	\$ 1.200
Ácido ascórbico vitamina c	\$ 800
Etiqueta	\$ 70
Total	\$ 3.470

Fuente: Elaboración propia.

La empresa Fruit day fabricara 300 unidades de jugo diario, en relación a la capacidad de su planta y sus operarios.

$$\text{COSTO TOTAL} = \text{COSTO FIJO} + \text{COSTO VARIABLE}$$

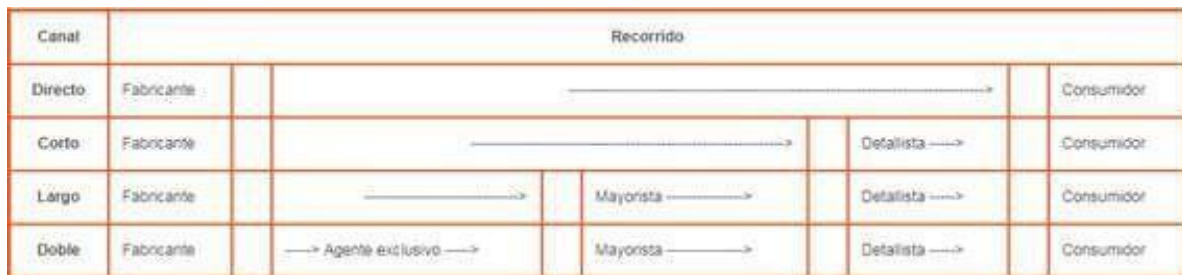
$$\text{COSTO TOTAL} = 1161 + 3470$$

$$\text{COSTO TOTAL} = 4631$$

Estrategia de distribución

Canal de marketing Directo

Los canales de distribución por ser estos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final. Por ello los cambios que se están produciendo en el sector indican la evolución que está experimentando el marketing, ya que junto a la logística serán los que marquen el éxito de toda empresa. El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. (XXI, 2020)



Fuente: (XXI, 2020)

Con la base en nuestros canales de distribución que utilizaremos es Directo; como no tenemos ningún tipo de distribución a mayorista, sino somos productores y vendedores llegando de manera directa al consumidor.

Estrategia de Comunicación

Fruit-Day, Fruta y Vida: Ofreceremos muestras gratis de nuestros diferentes sabores de jugos, en los edificios de Usaquén y Chapinero, con el fin de captar la atención directa de nuestro nicho de mercado, adicionando, un volante con nuestras redes sociales, ya que la idea del negocio es manejarlo de forma virtual. También con la autorización previa de la administración podríamos realizar alguna charla sobre salud y bienestar, enfocándonos en

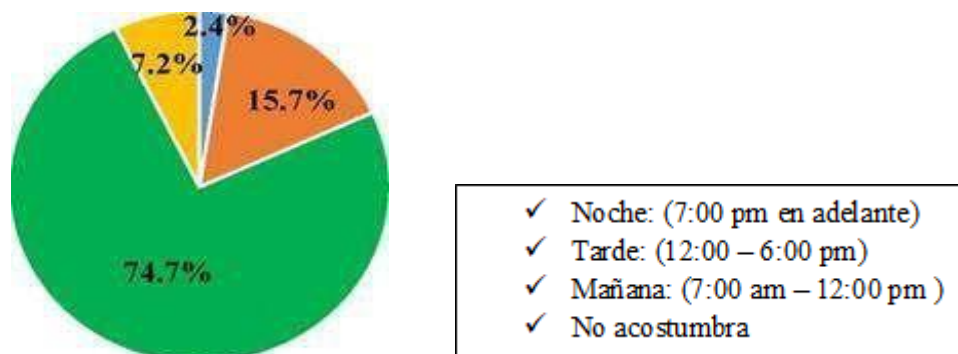
¿por qué consumir nuestro producto? ¿Qué le beneficiaría? Todo esto con una duración máxima de 4 días probablemente intercalados.

En vista de que las muestras representan un costo considerable para la empresa, es necesario que se ofrezcan en mayor cantidad a los clientes potenciales, para garantizar al menos, un porcentaje de nuevos clientes. Así mismo, la estrategia estaría enfocada principalmente a ser implementada en horas de la mañana durante la entrada de los trabajadores a su lugar de trabajo, en vista de que el mismo estudio de mercado arrojó como resultado que el 75% de los encuestados que desean el producto acostumbrarían a tomarlo en la mañana, como se puede observar en el Anexo.

Momento del día en el que acostumbraría tomarse un jugo

¿En qué tiempo del día acostumbraría usted tomarse un jugo?

Ilustración 5. Grafica



Fuente: Elaboración propia.

Concursos vía Redes Sociales: de esta manera se puede propagar la marca entre los clientes potenciales, creando eventos digitales en donde las personas deban subir a la red social una foto con el producto (Ya sea en Instagram o en Facebook) o mencionar la empresa en un tweet (En el caso de twitter) y dependiendo de la cantidad de veces que sea compartido

dicha publicación, ese cliente se llevaría un premio de la empresa.

Imagen pública o de reconocimiento popular: regalarle a las principales actrices y artistas de la ciudad de Bogotá los productos que se comercializan, para que ellos publiquen en sus redes sociales imágenes del producto que consumen y así captar más clientes tanto de ese medio, como otras personas adicionales.

Promoción Fruit-Day de la Semana con el objetivo de dar a conocer los sabores de los jugos del día que permitirá ofrecer lo con un precio ligeramente menor y con el objetivo de captar clientes; así generar variedad en el consumo del producto estrella de la semana. Las dos tácticas anteriores se desarrollarán en la segunda fase del proyecto, ya que para las mismas es necesario una recaudación de capital para poder ofrecer un Fruit-Day a menor precio cada semana, y generar mayor posicionamiento de marca para que las personas de reconocimiento popular sientan deseo de participar en campañas vía redes sociales para la promoción del producto.

Objetivos SMART

Tabla 7. Cuadro marketing mix.

MARKETING MIX						
ESTRATEGIA	OBJETIVO SMART	COMO	QUIEN	CUANDO	DONDE	VALOR
Producto	Aumentar la variedad de sabores creando uno nuevo para el segundo trimestre del 2021	Desarrollando mezclas con frutas exóticas bajas en azúcar	Ingeniero de alimentos Nutricionista	Segundo trimestre del 2021	Laboratorio	\$ 2.500.000
Precio	Aumentar la producción en un 20% para poder disminuir el precio de	Maquinaria con mayor tecnología	Administrador e ingeniero	Primer Semestre del 2021	Planta de producción	\$ 5.000.000

	venta del producto en el primer semestre del 2021					
Promoción y comunicación	Conseguir 2.000 a mi página web en el último semestre del 2020	Campaña en redes sociales	Director de Marketing	Ultimo trimestre del 2020	Redes sociales Facebook Instagram	\$ 1.000.000

Fuente: Elaboración propia.

Matriz del Desarrollo de la Marca

Tabla 8. Cuadro matriz de marca

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADOS
PRIMER PASO Diagnóstico del mercado	A) Identificación de sector	Salud, bienestar, alimentos y bebidas.
	B) Identificar marcas en competencia	Cosechas (Línea cuídate), Bawana (Línea reductor, revitalizante y recuperador), Nativos (Línea funcional), Jugos Hit (Hit sin azúcar añadida), California (Premium).
	C) Soluciones principales y alternativas	Jugos 100 % naturales, a base de frutas exóticas, (Kiwi, Pitaya, Gulupa y Feijoa), sin conservantes, sin sabores artificiales y sin algún tipo de azúcares.
	D) Tendencias del mercado	Jugos pensados en usuarios con problemas de hipertensión y diabetes y de quienes deseen llevar una vida más saludable, en su elaboración se utiliza un proceso de prensado en frío y solo contiene ácido ascórbico (vitamina C).
	E) Arquetipo de la marca	Protector, héroe, explorador, creador y cotidiano.
SEGUNDO PASO Realidad	A) Percepción de las marcas de la competencia	Son saludables, naturales, y económicos.

psicológica de la marca	B) Identificar variables del neuromarketing	Sabores, olores y colores vivos.
TERCER PASO Posicionamiento	A). Identificar el TOP AF MIND	A). La venta de productos o jugos naturales está posicionada en la mente de las personas gracias a la disciplina que este jugo también representa para una vida saludable, recordemos que vendemos a empresarios y también a personas que les gusta realizar ejercicio en cualquier horario.
	B). Identificar el TOP OF HEART	B) Al ser un producto 100% natural y 100% colombiano hemos llegado a posicionarnos en los corazones de las personas, ya que, al ser también asequibles, somos una opción saludable y económica.
CUARTO PASO Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	A). Nuestra materia prima es 100% colombiano, nos aliamos con campesinos cercanos para que así mismo, sea algo de nosotros para nosotros, y al ser productos 100% colombianos serán naturales y a precios asequibles.
		B) Queremos entregar confiabilidad a nuestros clientes, también bienestar y que es posible crear hábitos saludables poco a poco, inclusive contrarrestar ciertas enfermedades, no les vendemos juventud, pero si una mejor adultez
QUINTO PASO	Estrategia de comunicación	Vamos a promover un estilo de vida saludable con ayuda de los medios de comunicación digitales, storytelling de personas con enfermedades como la hipertensión diabetes y marketing de influencers que promocionan nuestra marca.

Fuente: Elaboración propia.

Estrategia de marketing digital

La empresa Fruit day creara una campaña de marketing digital para atraer más público, dar a conocer la marca y lograr enamorarlos de nuestros productos, inicialmente crearemos una landing page como estrategia para convertir a los visitantes digitales en leads.

Uno de los beneficios tal vez más destacables de una landing page es que permite hacer análisis mucho más fiables de nuestras campañas de marketing en general y tener mayor ventaja a la hora de poder segmentar mejor nuestras campañas y obtener unos resultados más reales. Solcre (2019)

Visítanos en <https://angiepenagosbe.wixsite.com/fruitday> donde encontraras un diseño atractivo, colorido y amigable. En esta landing page los clientes podrán dejar sus datos y recibir una excelente promoción, conocerán nuestros principales productos y sus beneficios, el link directo a nuestro Facebook y un chat donde podrán interactuar con nosotros.

Ilustración 6. Pantallazos landing page



Déjanos tus datos ahora y recibe tips de alimentación saludable y descuento del 30% en todas tus compras por seis meses

Nombre	Apellido
Email	Teléfono

Enviar

KIWÍ: Es rico en antioxidantes y vitamina C, disminuye el estreñimiento, mejora la circulación de la sangre y combate la anemia.



YO ME EQUILIBRO Y TIPO

Pitaya: Ayuda en el proceso de digestión, combate enfermedades cardiovasculares y protege las células del organismo.



¡BIENE AL CAMBIO!

GULUPA. Ayuda al sistema cardiovascular, evita la obstrucción de las arterias, regula los niveles altos de tensión arterial y mejora las funciones digestivas.



EMPODERAMIENTO VERDE

Comienza tu Limpieza



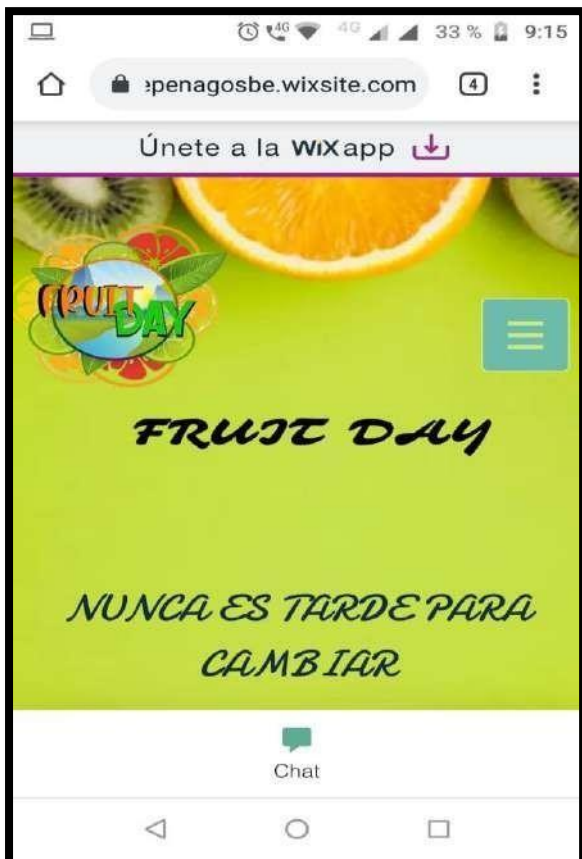
FEJJOA.
 Mejora las funciones renales,
 previene la anemia y disminuye
 los riesgos de padecer
 enfermedades cardiovasculares.

CERO AZUCAR CALIDAD PREMIUM LO ENVIAMOS A LA PUERTA DE TU CASA

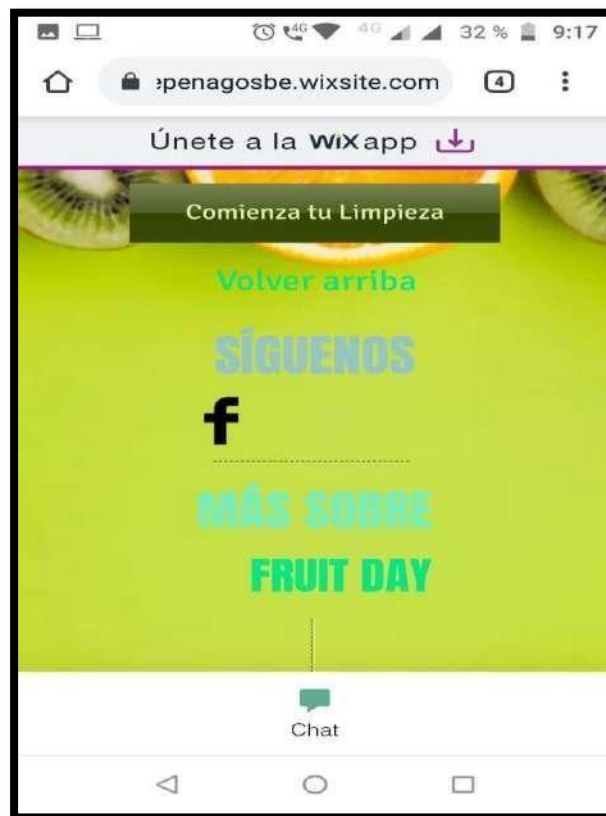
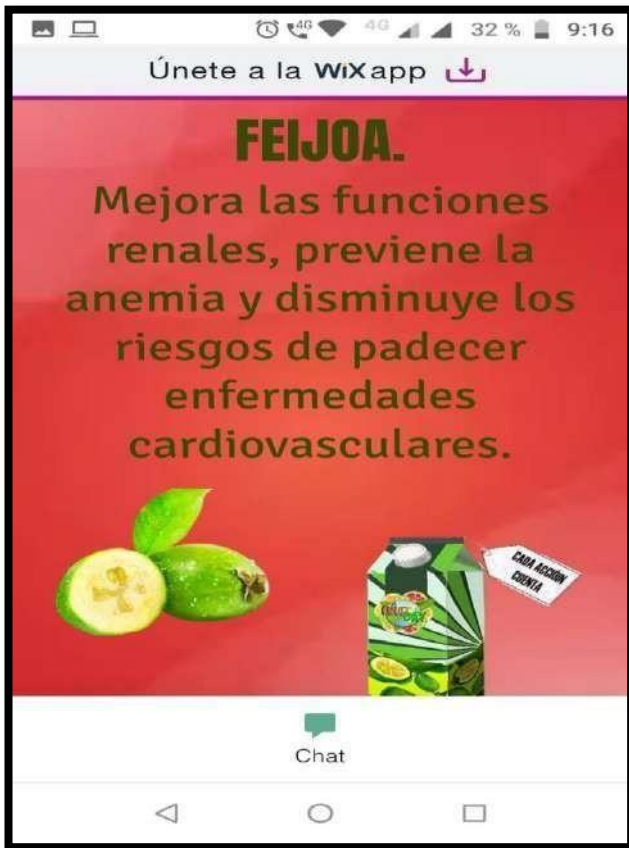
Valver arriba




Version movil







Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 7. Redes sociales y su uso.

	Se usa para...	Y también para...
 Facebook	Promocionar productos/servicios	Incrementar tráfico a la web
 LinkedIn	Generar contactos con clientes potenciales	Captar talento
 Twitter	Incrementar tráfico a la web	Promocionar productos/servicios
 Youtube	Incrementar tráfico a la web	Promocionar productos/servicios
 Foursquare	Recoger opiniones de clientes	Promocionar productos/servicios
 Google+	Mejorar el SEO	Incrementar tráfico a la web
 Instagram	Promocionar productos/servicios	Incrementar tráfico a la web
 Tuenti	Incrementar tráfico a la web	Observar a la competencia
 Pinterest	Incrementar tráfico a la web	Promocionar productos/servicios

Fuente: Informe sobre usos de redes sociales en empresas 2014 Adigital

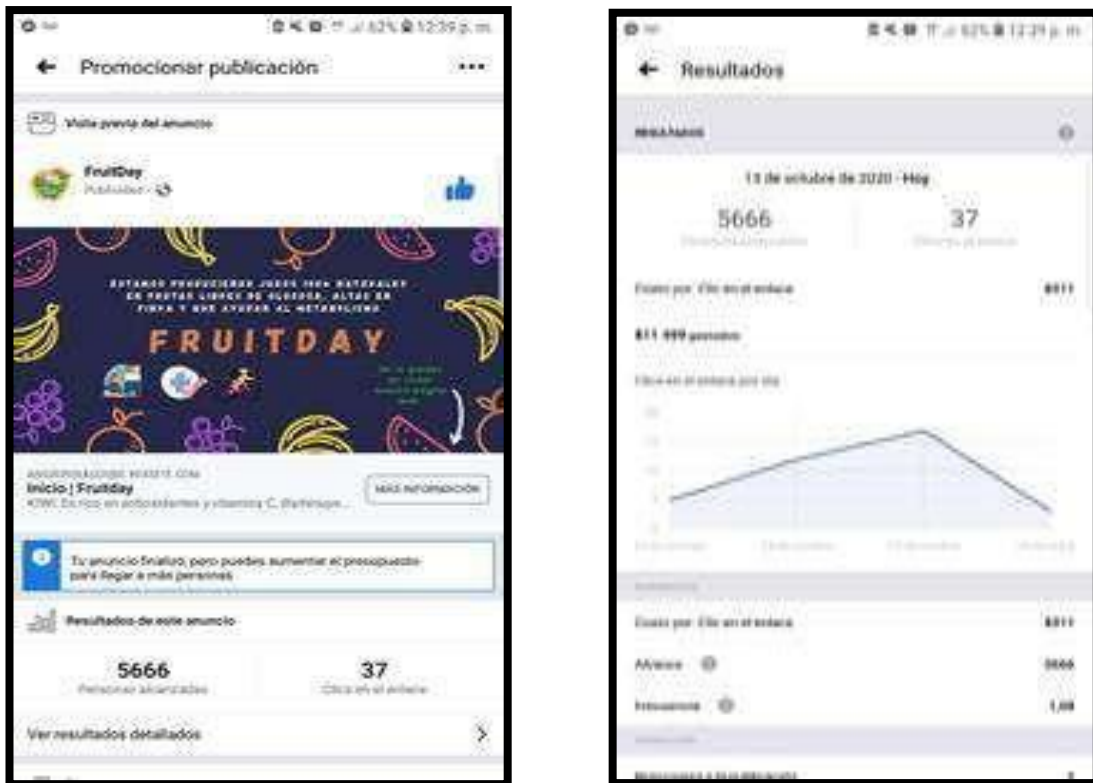
Facebook es un paradigma dentro del conjunto de redes sociales, y también es la red social más popular en el uso empresarial. Su capacidad de alcance es un gran atractivo para las pymes, que buscan negocio y otros objetivos a través de acciones orgánicas y de pago. Ruiz, A. (2020).

Métricas claves

Las métricas claves de la empresa FRUIT-DAY la realizamos en la red social de Facebook, <https://www.facebook.com/FruitDayVida> realizando publicidad y de la cual poder encontrar nuestro posible mercado objetivo y realizar un análisis. La direccionamos hacia personas que vivan en Colombia, en edades entre 18 – años, que tuvieran temas de interés

como vidas saludables, deportes, fitness, salud de la mujer, fuente de alimentación, jugó, ejercicio físico o salud.

Ilustración 8. Red Social Propia



Para dicha publicidad realizamos una inversión de \$11.499 más 19 % de IVA, el cual nos da un valor total de inversión de \$13.683. Se realizó una publicación los días 13 al 16 de octubre de 2020. El cual nos arrojó los siguientes datos:

1. Obtuvimos que 5666 personas vieron la publicación.
2. De las 5666 personas que vieron la publicación 37 visitaran nuestra (landing page).
3. Las 5666 que equivalen al 100% logramos que el 0,65% visitara la página web (landing page).

4. Los clics de la publicidad nos arrojan un costo de \$311 sin IVA incluido.

Ilustración 9. Red Social Propia



1. Según los datos que nos muestra la gráfica anterior quiere decir que el día 13 tuvimos 5 clics, el día 14 más o menos 13 clics, el día 15 fue el día que logramos nuestro mayor número de clics con 17, el día 16 tuvimos una baja 4 clics.
2. El alcance (número de personas que tuvieron el anuncio al menos una vez) tuvo un costo de \$5.674.
3. El alcance tuvo una frecuencia y/o impresión del 1,08%; con esto es el promedio de veces que cada persona vio el anuncio así sea por una sola vez.

La publicidad nos arroja unos datos dividiendo en 4 aspectos (sexo, edad, ubicaciones, ubicación).

Sexo

1. Nuestra publicación tuvo 5666 personas de las cuales 2180 fueron mujeres las que vieron el anuncio. El cual equivale al 38,4%.
2. La publicación tuvo 5666 personas de las cuales 3440 fueron hombres los que vieron la publicación eso equivale al 60,7%.
3. También encontramos que aparecen 46 que visitaron el anuncio pero no define un sexo,

este equivale al 0,8% del total de las visitas.

4. De las mujeres que vieron la publicación el 37,8% le dio clics.
5. De los hombres que vieron la publicación el 59,4% le dio clics.
6. También encontramos un 2,7% se considera de sexo desconocido pero le dieron clics a la publicación.

Edad

Nuestra publicación se envió para personas de 18 a 65 años o más sin importar su sexo, la cual la vamos a dividir en 6 grupos, de los cuales encontramos los datos en la siguiente tabla la cual clasifica por grupos de edad, nos da un valor en alcance, un porcentaje del alcance, clics por enlace, porcentaje por alcance y costo de clics.

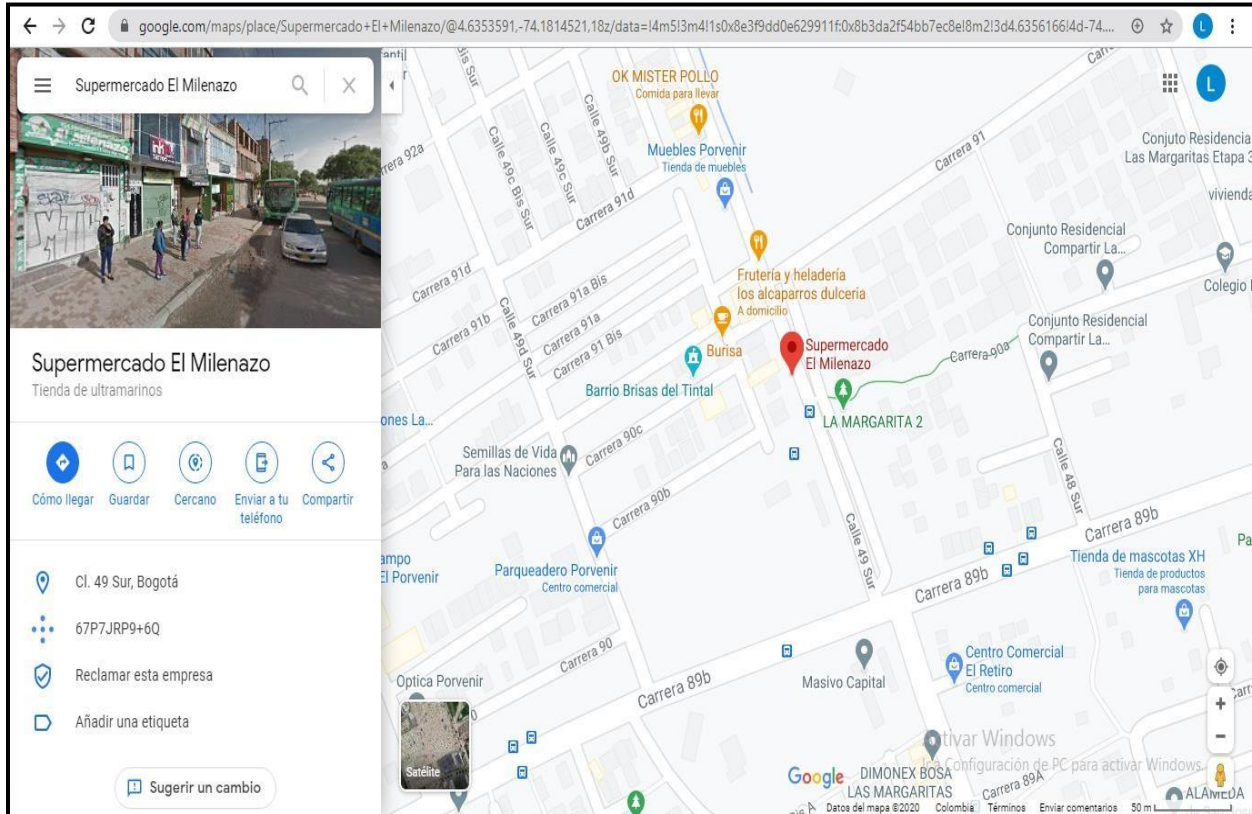
Tabla 9. Clasificación por edades y resultados

Edad	alcance	% alcance/ población total	clics en enlace	% clics / alcance	costo de cada clics
18 – 24	2520	44,47%	16	0,63%	270
25 – 34	1158	20,42%	9	0,77%	270
35 – 44	480	8,47%	4	0,83%	266
45 – 54	428	7,55%	3	0,70%	341
55 – 64	580	10,23%	2	0,34%	685
65 - +	500	8,82%	3	0,6%	428

Localización del Proyecto

Marcrolocalizacion / Microlocalizacion

Ilustración 10. Mapa de la ubicación de la empresa Fruit Day



Fuente: (Google maps, s.f).

Nuestra empresa quedara muy bien ubicada, en la Calle 49 # 89 B - 30 sur, en el barrio Brisas del Tintal, en la localidad de Bosa, es un sector donde encontramos bastante comercio sobre una vía principal, teniendo al lado una de las principales avenidas de Bogotá, como lo es la avenida Tintal, en estos momentos se encuentran en la construcción del megaproyecto de la nueva avenida Alsacia.

Con este megaproyecto se construirá la vía que va a transformar la movilidad del suroccidente de Bogotá. En la actualidad, los habitantes de barrios como Las Margaritas, Bosa Occidental, Brisas del Tintal, El Porvenir, Gran Britalia, Patio Bonito, Tintal Norte y Calandaima se demoran hasta una hora y media desplazándose en transporte público desde el Portal de Las

Américas hasta sus viviendas.

Cuando se culmine la construcción de la avenida Alsacia, los habitantes llegarán en menos de 30 minutos a sus hogares, ya que circularán por tres carriles en ambos sentidos.

Se beneficiarán más de 1,5 millones de ciudadanos de 130 barrios de las localidades de Kennedy y Bosa. Además, la ciudadanía podrá desplazarse por una extensa ciclo ruta que interconectará todo el sector. Se construirán más de 378.000 metros cuadrados de espacio público. (Maldonado, 2019).

Contamos con la oportunidad de estar frente de la urbanización compartir las margaritas de la localidad de Kennedy, donde tendremos gran variedad de usuarios para la compra de nuestros productos, adicional queda cerca al Transmilenio, portal Américas, y a uno de los patios más importantes que tiene Bosa, con varias rutas que le permite dirigirse a diferentes sitios de la ciudad de Bogotá, para llegar a nuestra empresa es muy fácil, y una de las más útiles es el Transmilenio ya que la ruta alimentadora 9-8 lo deja justo al frente.

En un futuro, en el barrio vecino El Provenir, quedara el patio taller y la primera estación del metro de Bogotá es más que un proyecto de transporte. Es un gran proyecto urbanístico, de renovación urbana, que transformará 22,2 kilómetros de corredores viales de la ciudad y aportará a la calidad de vida y la productividad de la ciudad.

La primera estación, ubicada en la intersección de la futura prolongación de la avenida Villavicencio con carrera 94, servirá a las comunidades de los barrios Santa Fe, El Corzo, Cañaveralejo, Parcela El Porvenir y El Porvenir, Brisas Del Tintal, quienes en el ejercicio de participación ciudadana, solicitaron una estación más cercana.

Esta estación también servirá a los habitantes de los barrios del costado norte de la avenida Villavicencio: Los Almendros, Calandaima, Altamar, Ciudad de Cali y Dindalito.

(Maldonado, 2019).

Requerimientos Técnicos

Tabla: 10.

TIPO DE ACTIVO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	REQUISITOS TÉCNICOS
Infraestructura – Adecuaciones	Lote	1	\$ 1.400.000 mensual	Para iniciar se realiza un contrato de arrendamiento hasta llegar a un acuerdo de compra del lote.
	Cuarto de máquina y empacado, oficina principal, cocina y baños	1	A convenir dependiendo de la cotización	Se realiza una contracción de un maestro de construcción y remodelación.
Maquinaria y Equipo	maquina extractora de jugo prensado en frio MASTERY	1	\$ 15.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - Produce: hasta 30 galones/h 110 l/h, - Motor: Brushless, - Capacidad: deposito 3 galones - Dimensiones (largo x ancho x alto): 940 x 735 x 1.700 mm, - Display táctil: 4,3” color, Fabricado en acero - inoxidable: AISI-304 & AISI-316
	Nevecon Industrial de 5 puertas	1	\$ 14.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - Marca: Refrigeración del Sur - Voltaje: 220V - Con freezer: Sí - Con tecnología inverter: No - Con congelador: Sí - Ancho x Profundidad x Altura: 5 m x 1.5 m x 2 m - Cantidad de puertas: 5

	Maquina tapadora manual de botellas neumáticas	1	\$ 1.200.000	<ul style="list-style-type: none"> - Operación Neumática - Capacidad de trabajo 40-60 pcs / min. - Velocidad de rotación: 7000 R.P.M. - Fácil de usar: - capacitación mínima para el operador - Construcción de acero resistente - Trabajo Presión de aire 90 P.S.I. (6 ~ 7 kg / cm3) - Puede colgarse del techo o sujetarse con la mano - Tamaño de la máquina: 4 pulgadas (102 mm) x 4 pulgadas (102 mm) x 14.5 pulgadas (368 mm) - peso de la máquina: 4 lbs (1.8 Kgs)
Equipo de comunicación y computación	Computador de escritorio	3	\$ 1.199.000	<ul style="list-style-type: none"> - Procesador: Intel Celeron J4025 2,0 GHz - Sistema Operativo: Windows 10 home 64 - Memoria RAM: 4 GB - Disco Duro: 500 GB - Pantalla: 19,5" Pulgadas.
	Multifunciona l Láser HP MFP 137fnw Blanca	1	\$ 699.000	<ul style="list-style-type: none"> - Función: Scanea, imprime, fax, amplia y reduce copias - Velocidad de Impresión: 20 Paginas X Minuto - Resolución impresión: 1200 x 1200 dpi - Resolución escáner: 4800 x 4800 - Conectividad: WIFI - Incluye Cable Usb - Es compatible con Mac

Equipo de comunicación y computación	Teléfono inalámbrico	2	\$ 129.900	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema contestador: No - Identificador de llamada: Si - Altavoz: Si - comunicación de 1 vías
	Celular corporativo	1	\$ 119.900	<p>Marca: kalley element 4 plus 8gb</p> <ul style="list-style-type: none"> - El Element 4 Plus 3G Kalley es un smartphone diseñado para esas personas que necesitan toda la funcionalidad de un smartphone en un celular básico y a un excelente precio - Cuenta con Sistema Operativo Android 8.1 Oreo (Go Edition) ha sido especialmente diseñado para ser más eficiente en el uso de datos, batería y memoria disponible; a propósito, cuenta con memoria ROM de 8GB (expandible hasta 32 GB con microsd)
	Escritorio	1	\$ 250.000	<ul style="list-style-type: none"> - Escritorio Para Computador 3 puestos Biblioteca - Marca: Mq - interior y exterior - producto 100% colombiano - Diseño moderno - Estabilidad - Escritorio modular con cajones
	Silla para escritorio con ruedas	3	\$ 210.000	<ul style="list-style-type: none"> - Silla T-Mobili Oficina Neumat - Alto: 89 - 101 - Ancho: 55,0 - Fondo: 52,0

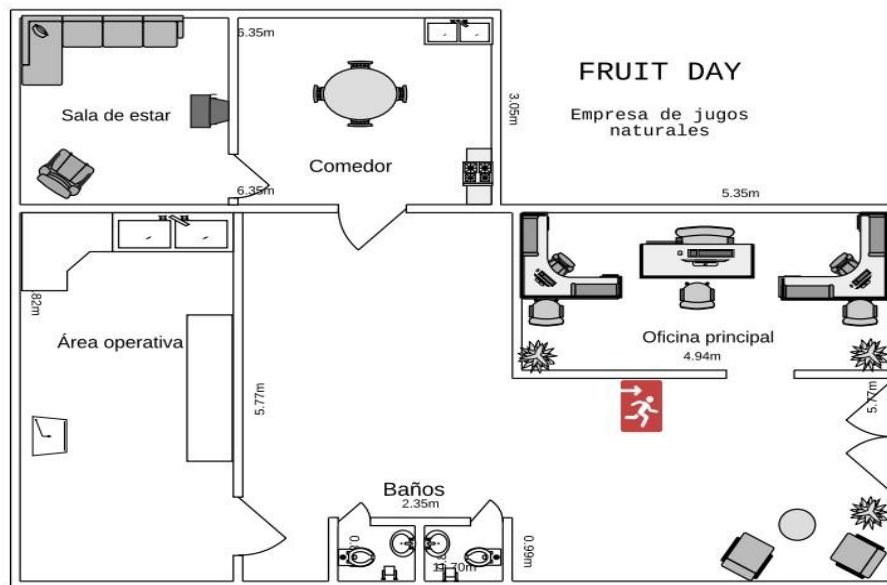
Muebles y Enseres y otros	Silla para escritorio sin ruedas	6	\$ 150.000	<ul style="list-style-type: none"> - Altura hasta asiento: Aprox 44 cm - Alto: 90 cm - Ancho: 45 cm - Fondo: 50 cm - Material: Malla - Material patas: Polipropileno - Color negro - Sillas interlocutoras - Silla en malla con brazos, resistente y cómoda
	Combo De Mesa Freedom Mas 4 Sillas Explorer Marca Colplast	1	\$ 170.000	<ul style="list-style-type: none"> - Material plastico - Alta calidad - Facil de limpiar - Resistente al sol y la humedad - Armado facil - Tamaño alto 73, largo 76 ancho, 76 cm <p>SILLAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dimensiones: 87 / 49,5 / 48 cm - Alto/Ancho/Largo - Peso: 2,24 Kg
	Archivador	1	\$ 284.000	<ul style="list-style-type: none"> - Archivador Metálico Ref. 2x1 38x48x70 Gris - Lamina calibre 22. - Liviano. - Recubierto en pintura electroestática. - Fácil limpieza. - Resistente para tráfico pesado en oficinas.
	Horno Microondas	1	\$ 215.000	<p>Marca: haceb ar hm-0.7</p> <ul style="list-style-type: none"> - Horno microondas de 0,7 pies cúbicos - 800W de potencia - Descongelamiento automático por tiempo

	Juego De Cuchillos	1	\$ 31. 990	<ul style="list-style-type: none"> - contiene 6 diferentes piezas diseñadas para usos en específico - Cuchillo de cocina 7' (17,8 cm) - Cuchillo de carne 8' (20 cm) -Cuchillo de pan 8' (20 cm) - Cuchillo para legumbres 3' (9 cm) - Tijera de cocina - Pelador
	Tanque para el lavado de las frutas	4	\$ 36. 300	<ul style="list-style-type: none"> Peso: 50.43 kg Dimensiones: 51.3 x 44.2 x 55.6 cm Color: Azul Capacidad: 65 L.
	Canastas plásticas industrial	4	\$ 25.000	<ul style="list-style-type: none"> - Paredes y fondo perforadas barras - Dimensiones (largo - ancho - alto): 60 x 40 x 25 cm - Peso: 2.300 g - Capacidad: 25 kg - Apilamiento: x 10 unidades
	Tabla Para Picar Tramontina Original	1	\$ 16.800	<ul style="list-style-type: none"> - Material polietileno - No se desgasta ni suelta partículas - Libre de pva - Material antibacterial - Con medidas de 51 cm x 38 cm x 1,5 cm - Apta para lavaplatos - Para uso hogar / comercial
	Canecas para reciclaje y separación de basuras y residuos	1 gris 1 azul 1 verde	\$ 195.000	<ul style="list-style-type: none"> - Marco resistente en tubo de acero cold rolled con pintura electrostática color negro. - Valla en lámina de acero cold rolled señalizada reglamentariamente, con vinilo en impresión digital - 3 canecas plásticas de 53 litros cada una con tapa vaivén

	Dispensador de agua	1	\$ 250.000	<ul style="list-style-type: none"> - Este dispensador de Kalley incluye una tecnología con 4 filtros desechables, con capacidad de purificar hasta 190 litros de agua por hora. Para el enfriamiento se aprovechan los 80W de potencia del compresor y el gas refrigerante. - Dimensiones: Ancho: 34.5cm Alto: 97cm Fondo: 32.5cm - Capacidad litros: 2 L fría - 5 L cal - Max. Temperatura Frío/Caliente: 5°C/95°C - Voltaje: 120 V
Otros (incluido herramientas)	Mantenimiento	Dependien do del inventario que se realiza	\$ 230.000 trimestral	Se realizaran compras de aseo para el mantenimiento de maquinarias, adicional va también incluido la compra de todos los implementos de aseo para mantener los baños, cocina, oficina y cuarto de producción en perfecto estado.
Gastos pre- operativos	Registro ante la DIAN (Rut)	1	No tiene costos	<p>Documentación: Cédula de ciudadanía del solicitante: Fotocopia del documento de identidad del solicitante y la exhibición del original.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En caso de extravío de la Cédula, Fotocopia y exhibición del documento que expide la Registraduria Nacional del Estado Civil para el efecto. - Si la persona es menor de edad debe presentar la tarjeta de identidad. - Si la solicitud se realiza a través de apoderado - Poder especial: debe contener el sello de presentación personal y reconocimiento de contenido ante notaría. - Poder General: se debe presentar con Certificación original de vigencia del mismo ante notaría cuando este sea mayor a seis (6) meses. <p>En los dos casos se debe adjuntar</p>

				fotocopia de la cédula del poderdante y del apoderado.
	Cámara y comercio	1	\$ 3000	<p>Documentos necesarios para registrarse como establecimiento de comercio ante la CCB:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Original del documento de identidad. - Formulario del Registro Único Tributario (RUT). - Formularios disponibles en las sedes de la CCB. - Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) - Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural).

Ilustración 11. Plano de la empresa Fruit Day



Estudio Técnico II

Ingeniería del Proyecto

Tabla 11. Estudio Técnico II

Producto No.1	Freijoa			
UNIDAD DE PRODUCCION	Una			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Freijoa	Gramos	3	100,00	300
Acido ascorbico	kilo	55	2,00	110
Agua	Centimetros Cubicos	4	120,00	534
Envase				1.200
Etiqueta				70
SUBTOTAL		62	222,00	2.214
TOTAL	0	62	222,00	2.214

Tabla 12. Estudio Técnico II

Producto No.2	Kiwi			
UNIDAD DE PRODUCCION	Una			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Kiwi	Gramo	4	100,00	400
Acido ascorbico	Kilo	55	2,00	110
Agua	Centimetros Cubicos	4	120,00	480
Envase				1.200
Etiqueta				70
SUBTOTAL		63	222,00	2.260
TOTAL		63	222,00	2.260

Tabla 13. Estudio Técnico II

Producto No.3	Pitahaya			
UNIDAD DE PRODUCCION	una			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Pitahaya	Gramos	2	100,00	230
Acido Ascorbico	Kilo	55	2,00	110
Agua	Centimetros Cubicos	4	120,00	480
Envase				1.200
Etiqueta				70
SUBTOTAL		61	222,00	2.090
TOTAL		61	222,00	2.090

Tabla 14. Estudio Técnico II

Producto No.4	Gulupa			
UNIDAD DE PRODUCCION	Una			
MATERIAS PRIMAS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD POR UNIDAD	TOTAL COSTO UNIT.
Gulupa	Gramos	2	100,00	230
Acido Ascorbico	Kilo	55	2,00	110
Agua	Centimetros Cubicos	4	120,00	480
Envase				1.200
Etiqueta				70
SUBTOTAL		61	222,00	2.090
TOTAL		61	222,00	2.090

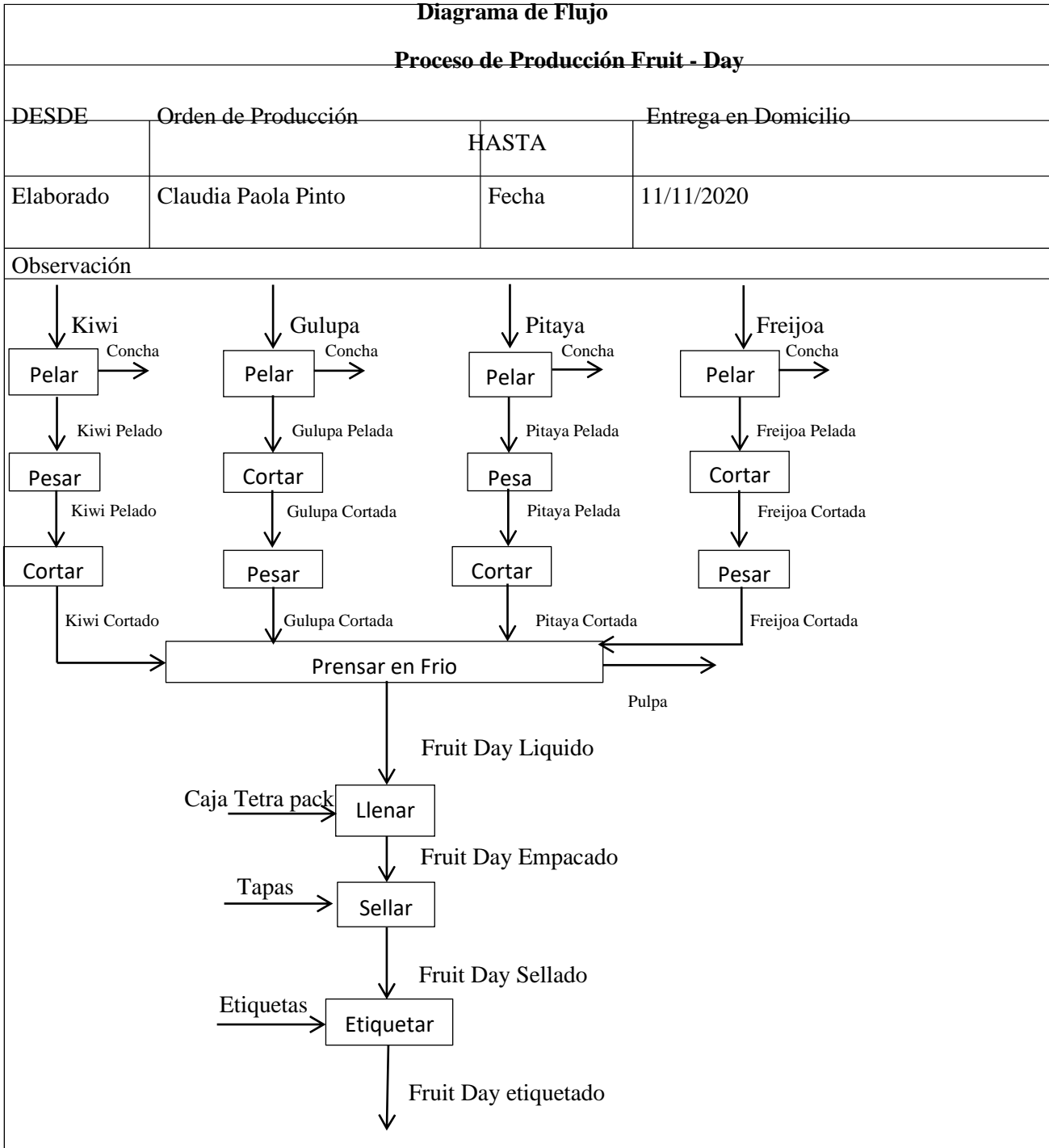



Tabla 14. Diagrama de Flujo

Estudio Técnico III (Ficha Técnica)

		FRUIT DAY	
FT01	1		8/11/2020
FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)			
Jugos de frutas tropicales			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Pulpa de fruta (Pitaya, Kiwi, Frijol, Gulupa), ácido ascórbico (vitamina C)			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
Tamaño personal 300ml Tamaño familiar 1 Litro Tamaño familiar 3 Litros			
D. TIPO DE ENVASE			
Cajado de cartón (tetra vex)			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Materiales de origen vegetal, está fabricado únicamente con una combinación de plásticos derivados de la caña de azúcar y el cartón (fibra de madera de árbol o plástico biológico de la caña de azúcar)			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
En la planta se cuenta con el sistema de refrigeración especial, los jugos deben mantenerse a una temperatura entre 0 y 5°. El transporte debe estar dotado con unidad de enfriamiento y equipos de medición de temperatura, asegurando la conservación del producto. Fechas de consumo Impresas en el envase. Jugo para consumo directo, listo para beber. Una vez abierto el envase debe conservarse en refrigeración.			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			
Los jugos fruit day manejan el proceso conocido como prensado en frío, con el que se obtiene el jugo de la más alta calidad alcanzable por cualquier tipo de exprimidor. El método implica un molinillo de bajas RPM que made las pulpas de las frutas con el fin de romper las fibras, de modo que el jugo puede ser liberado fácilmente. La pulpa, todavía llena de jugo, cae dentro de una bolsa filtrante de tejido fino, y se coloca entre una prensa poderosa y se exprime. Lo importante es que el jugo nunca sufre ninguna condición extrema que pudiera causar que este se dañe. El jugo no se calienta, no pasa por una lámina de alta velocidad, y no hay presencia de aire a través de él. Al final del proceso se le adiciona ácido ascórbico (vitamina C) un ingrediente natural que le permite alargar su tiempo de vida, este es el único aditivo que usamos ya que los jugos son libres de agua, azúcar, endulzantes o colorantes. Una vez obtenido el jugo se procede a pasar por la máquina de empaquetado, la máquina tapadora manual. Se debe realizar una Revisión de calidad de los productos y por último se procede a refrigerar inmediatamente.			
H. VIDA UTIL ESTIMADA			
El tipo de empaque utilizado permite que los alimentos líquidos mantengan el mismo color, textura, sabor y valores nutricionales hasta 12 meses, está diseñado para mantener los productos en perfectas condiciones en una cadena de distribución en frío, después de abierto debe consumirse en un periodo de vida entre 30 y 60 días en refrigeración y de 7 días sin refrigeración. (Se recomienda mantener su refrigeración)			
J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO// depende del desarrollo del punto 11			
OPERARIO/ Funciones: Preparar y operar la maquinaria para procesar y empaquetar los jugos. Revisar productos y empaques para detectar defectos existentes y asegurar que se cumplan los estándares de la empresa, realizar ajustes correctivos. Registrar información de producción como cantidad, peso, tamaño, fecha y tipo de productos empaquetados. Perfil requerido: Técnico Alimentario, conocimiento de Higiene y Seguridad para el manejo de Alimentos, residir en la ciudad de Bogotá o tener disponibilidad para trabajar en dicha zona y tener disponibilidad de horario Dedicación y remuneración: Salario mínimo + auxilio de transporte + horas extras y prestaciones de ley, horario de trabajo rotativo 6:00 a.m. a 02:00 p.m. y 02:00 p.m. a 10:00 p.m. Tipo de contratación: Termino fijo SECRETARIA/ Funciones: Transcribir correspondencia, informes e historias médicas, textos, facturas, minutas, escrituras y otros documentos legales programar y confirmar los compromisos y reuniones de los jefes, organizar y mantener actualizado el archivo manual o computarizado, atender al público y responder llamadas telefónicas. Perfil requerido: Mínimo 2 Años de experiencia, debe tener conocimientos básicos en manejo de sistemas, Excel, Word, correspondencia, atención al cliente interno y externo, archivo, redacción de informes, conocimientos básicos contables. Con disponibilidad para trabajar de lunes a sábados de 8:00 a.m. a 05:00 p.m. Dedicación y remuneración: salario mínimo + auxilio de transporte + horas extras y prestaciones de ley. Tipo de contratación: Termino fijo SUPERVISOR/ Funciones: Supervisar, coordinar y programar las actividades del personal que prepara los jugos, comprar y controlar el almacenamiento y la distribución de suministros y provisiones. Establecer mecanismos para el cumplimiento apropiado de programas de trabajo. Mantener registros de existencias, preparaciones, ventas y sobrantes. Entrenar al personal en el desempeño de sus funciones y hacer que se cumplan las normas de higiene y seguridad. Verificar que los alimentos y el servicio cumplan los requisitos de control de calidad. Perfil requerido: Tecnólogo en alimentos, con 2 a 3 años de experiencia como supervisor de producción en plantas de producción. Dedicación y remuneración: 1.500.000 + Auxilio de alimentación 300.000 + Recargos + Prestaciones de ley Tipo de contratación: Termino fijo JEFE DE PRODUCCION/ Funciones: Planea, organiza, dirige y controla las operaciones del departamento de producción, desarrolla e implementa planes para el uso eficiente de materiales, mano de obra y equipos en el cumplimiento de metas, establecer la programación de producción y mantener el inventario de materias primas y productos terminados. Establecer las programaciones de mantenimiento de equipo y recomendar la reposición de las máquinas. Velar por el entrenamiento de los empleados en el uso de nuevo equipo o técnicas de producción. Perfil requerido: Profesional en ingeniería mecánica o industrial, con experiencia mínima de 2 años como jefe de producción en el sector de alimentos. Debe contar con experiencia en manejo de personal, programación de turnos, indicadores de desempeño, programación de producción, entre otras funciones alineadas al cargo. Con disponibilidad para trabajar de lunes a sábados de 8:00 a.m. a 05:00 p.m. Dedicación y remuneración: 2.000.000 + Prestaciones de ley Tipo de contratación: Termino fijo ADMINISTRADOR Funciones: Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa, establecer, formular y aprobar políticas y programas para la empresa. Establecer controles administrativos y financieros, formular estrategias de ventas, pronósticos, y aprobar presupuestos. Perfil: Profesional en áreas administrativas y contar 2 años de experiencia en el sector financiero en cargos directivos o similares realizando búsqueda de negocios y clientes, manejo de presupuesto y personal, metas comerciales, KPI'S. Contar con disponibilidad completa. Dedicación y remuneración: 2.000.000+ Prestaciones de ley			
K. GRUPO POBLACIONAL			
Nuestro jugo está creado y pensado para personas que sufren de diabetes, las frutas son un alimento muy sano y variado que aporta vitaminas, minerales, fibra, antioxidantes y agua al organismo, por lo tanto, no deben faltar en la dieta de ninguna persona, y menos en la de las que tienen diabetes. Sin embargo, al ser enfermedad crónica, se debe consumirlas de manera controlada, el jugo fruit day tiene una formulación adecuada (Realizada por expertos) para no afectar los niveles de glucosa y ser consumido por personas en esta condición, sin presentar ninguna contradicción. (No puede ser consumido por personas que presenten alergias a la vitamina c, Pitaya, Kiwi, Frijol o Gulupa)			
Firma del responsable del producto:	<div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; margin: 0 auto;"></div> JEFE DE PRODUCCION		
Nombre del responsable del producto	Angie Katherine Penagos Beltrán Firma: <i>Angie Penagos</i>		

(Producto Mínimo Variable)


¿Que problema estas tratando de resolver?



Mejorar la calidad de vida y los hábitos alimenticios de las personas que padecen de hipertensión y diabetes, además de las personas oficinistas que no tienen tiempo para preocuparse por una alimentación sana

Ilustración 12. Lanzamiento Producto Mínimo Variable

¿Quién es tu público objetivo?



Nuestro cliente potencial serán las personas de 35 a 55 años con problemas de hipertensión y/o diabetes o que lleven una vida saludable, que vivan y/o trabajen en las localidades de Usaquén o Chapinero estratos 3 y 4, que practiquen deporte y que tenga un buen poder adquisitivo

Ilustración 13. Lanzamiento Producto Mínimo Variable

¿Cómo resolverás este problema?



ofrecer jugos 100% naturales (base de frutas) sin conservantes, sin sabores artificiales y sin algún tipo de azúcares; serán cuidadosamente formulados según los estilos de vida de cada consumidor, con el fin de impulsar la tendencia de no bebidas azucaradas ya que ayudan al incremento de la diabetes.

Ilustración 14. Lanzamiento Producto Mínimo Variable

Ilustración 15. Lanzamiento Producto Mínimo Variable

Cuál es el primer paso?



Realizamos un estudio de mercado según los hábitos alimenticios y se tomo información de la OMS sobre personas jóvenes padeciendo diabetes e hipertensión, además se realiza un ejercicio publicitario en Facebook para ver cuantas personas del nicho estan potencialmente interesadas

Bibliografía

Acosta, J. (2017, 8 mayo). Así crece el negocio de jugos naturales en Colombia. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/asi-crece-el-negocio-de-jugos-naturales-en-colombia-505649>

Bawana | Sándwiches - Sopas - Jugos. (2020). bawana. <https://www.bawana.com.co/>

Brown, J. (2019, 28 enero). Por qué tomar jugos naturales no es tan bueno para la salud (y cómo hacerlos más saludables). BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/vert-fut-46900997>

Consejos para ahorrar agua en tu empresa. (2016, 22 marzo). Finactiv. Recuperado de: <https://www.finactiv.com.mx/Finactiv/11-consejos-para-ahorrar-agua-en-tu-empresa/#:%7E:text=Impide%20la%20contaminaci%C3%B3n%20de%20r%C3%ADos,recarga%20de%20agua%20al%20subsuelo.>

Consejos para ahorrar energía en tu empresa. (2015, 18 agosto). IoFacturo // facturación electrónica simplificada. Recuperado de: <https://iofacturo.mx/emprendedores/10-consejos-para-ahorrar-energia-en-tu-empresa>

Coordinadora. (s. f.). Tapitasxpatitas . Tapitas por Patitas - Coordinadora.com. Recuperado de: <https://www.coordinadora.com/tapitasxpatitas/>

Cosechas Bebidas Naturales. (2020). archivo. Cosechas.

<https://www.cosechasepress.com/cosechas/>

Dinero. (2020, 22 mayo). Llegó la hora de hacer e-commerce. Llegó la hora de hacer e-commerce. <https://www.dinero.com/tecnologia/articulo/llego-la-hora-de-hacer-e-commerce/286223>

E. (2018, 1 diciembre). Reciclaje en Empresas, una Actividad Que Reduce Costos. Emprendedores y Negocios. Recuperado de: <https://emprendedoresynegocios.com/reciclaje>

Galeano, J. (2017, 23 marzo). Colombia se raja por la administración del agua. El Tiempo. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/administracion-del-agua-en-colombia-70534>

González, R. (2017, 29 noviembre). Reciclaje-del-agua. Ecologiahoy. Recuperado de: <https://www.ecologiahoy.com/>

IAB Spain. (2015). Recuperado 31 agosto 2020, de <https://iabspain.net/>
statista, p. (2019). Statista - El portal de estadísticas. Recuperado 29 agosto 2020 de <https://es.statista.com/>

Inicio - Pilas con el ambiente. (s. f.). Pilas con el medio ambiente. Recuperado de: <https://www.pilascolombia.com/>

Joseph, J. (2014, 10 abril). La importancia del marketing de contenidos. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/266864>

La Importancia del Agua en la Empresa. (2019, 19 agosto). El Rincón del Emprendedor. Recuperado de: <https://rincondelemprendedor.es/la-importancia-del-agua-en-la-empresa/>

Las 8 Mejores Formas de PAGO para tu Tienda Online 【2020】 . (2020, 5 junio). Truust. <https://truust.io/es/blog/formas-de-pago-para-tu-tienda-online/>

Lo mejor de Hit en pulpa 100% natural | Postobón. (2020). Jugos hit. <https://www.postobon.com/sala-prensa/noticias/lo-mejor-hit-en-pulpa-100-natural>

Máquina tapadora manual de botellas neumática - Modelo - CAPPER-MANUAL. (2020, 24 enero). TecnoEmbalaje S.A.S. Recuperado de: <https://tecnoembalaje.com/producto/maquina-tapadora-manual-de-botellas-neumatica-modelo-capper-manual/>

MASTERY EXTRACTOR DE JUGO PRENSADO EN FRÍO | Zumex. (s. f.). Zumex.com. Recuperado de: <https://www.zumexfoodengineering.com/es/producto/extractor-de-jugo-prensado-en-frio>

Nativos. (2020). Nativos. <https://www.colfranquicias.com/afiliados/nativos/>

Nequi. (2019, 8 enero). 5 formas de pagar con Nequi. Nequi Colombia.

<https://nequi.com.co/2017/06/14/5-formas-de-pagar-con-nequi/>

Oliveto. (2020, 9 junio). Prensado en frío frente a otros procesos de extracción de aceite. Olivetto. <https://olivetto.com.co/diferencia-entre-prensado-en-frio-y-tipos-de-extraccion-de-aceite/>

Pagos en Línea en Colombia, Envíos de Fondos y Más - PayPal CO. (2020). PayPal. https://www.paypal.com/co/webapps/mpp/home?gclid=EAiaIQobChMIxsL_uPa6wIVI-eGCh1jkACOEAAAYASAAEgLkQ_D_BwE&gclsrc=aw.ds

Ruiz, A. (2020, 9 julio). *Las 4 mejores redes sociales para empresas: Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram*. Tecnología para los negocios. <https://ticnegocios.camaravalencia.com/servicios/tendencias/las-4-redes-sociales-fundamentales-en-la-empresa-facebook-twitter-linkedin-e-instagram/>

Salud, M. d. (May de 2019). *Ministerio de Salud*. Obtenido de https://www.paho.org/col/index.php?option=com_content&view=article&id=2752:dia-mundial-de-la-hipertension-2017-conoce-tus-numeros&Itemid=487

Solcre (2019). *Usos y beneficios de una Landing Page*. Desarrollo de sitios web y aplicaciones móviles | Solcre. <https://www.solcre.com/espanol/usos-y-beneficios-de-una-landing-page-29?nid=39#:~:text=Uno%20de%20los%20beneficios%20tal,obtener%20unos%20resultados%20m%C3%A1s%20reales.>

Tapia, S. (2020, 14 abril). Estrategia del Océano azul: 8 factores clave para realizarla. Rock Content. <https://rockcontent.com/es/blog/estrategia-del-oceano-azul/>

Valencia, A. C. M. (2016). Crisis energética en Colombia. *Tecnología Investigación y Academia*, 4(2), 74-81. Recuperado de, <file:///C:/Users/ALEJANDRA/Downloads/10411-Texto%20del%20art%C3%ADculo-54530-1-10-20170213.pdf>

XXI, C.-M. (2020). *CEF-Marketing XXI*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

Maldonado, S. (2019, 4 abril). *La Avenida Alsacia beneficiará a más de 1,5 millones de habitantes*. <https://bogota.gov.co/asi-vamos/obras/avenida-alsacia-el-tintal>

Maldonado, S. (2019b, abril 22). *El metro de Bogotá es una realidad*. [https://bogota.gov.co/asi-vamos/primera-linea-del-metro-en-bogota-es-una-realidad#:~:text=La%20primera%20estaci%C3%B3n%20ubicada%20en,con%20carrera%2094%20\(proyecto%20Av.](https://bogota.gov.co/asi-vamos/primera-linea-del-metro-en-bogota-es-una-realidad#:~:text=La%20primera%20estaci%C3%B3n%20ubicada%20en,con%20carrera%2094%20(proyecto%20Av.)