

VIABILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DESPULPADORA DE FRUTA EN
EL MUNICIPIO DE
MONTERIA (CÓRDOBA)

PULPI FRUT



LOGO



PULPIFRUT@GMAIL.COM



@PULPIFRUT

CINDY JULIETH PÉREZ CASTRO
GLORIA MARCELA PEREZ CASERES
LINA MARCELA PAVA PARRA
NOVIEMBRE 2020

CORPORACION UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR CUN
CORDOBA
GESTION DE PROYECTOS

COMPROMISO DE AUTOR

Yo Cindy Julieth Perez Castro identificada con C.C 1067889496

Yo Gloria Marcela Perez Cáceres con C.C 1067899912

Yo Lina Marcela Pava Parra C.C 1067915895

Estudiantes del programa administración de empresas. declaramos que: El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables 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:

CINDY PÉREZ
CC 1067889496


1.067.899.912

Firma _____

Nombre: Lina Marcela Pava Parra

Firma _____

: 1067915895

Tabla de Contenidos

Capítulo 1 Ideación	5
Introducción	5
Objetivos.....	5
Resumen ejecutivo	6
Claves para el éxito	7
Capítulo 2 Investigación del mercado y prototipo	19
Logotipo Pulpifrut S.A.S.	33
DESCRIPCION TECNICA DE LA PULPA DE FRUTA.	37
CANALES DE DISTRIBUCION.	38
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	41
FLUJO GENERAL DEL PROCESO.	44
PROCESO PRODUCTIVO	45
Plan de producción	46
PROCESO PARA EL DESPULPADO DE FRUTA.	46
DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.	47
Recepción de Materia Prima.	47
Selección de Materia Prima.	48
Lavado de Materia Prima.	48
Escaldado.	48
Despulpado.	48
Homogenización.	48
Empaque y Embalaje.	49
Almacenamiento.	49
Costos de empaçado.	51
Gastos de servicios.	51
Costo de equipo y maquinaria.	51
Costo de materiales.	52
Dotación de trabajo y vestido de labor.	53
Costos de dotación.	55
COSTO Y PRECIO DE VENTA.	55
Capítulo 3 Validacion.....	62
FORMULARIO DE ENCUESTA	62
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	72
CONCLUSIONES.	86
RECOMENDACIONES	88
Lista de referencias	89

Lista de tablas

Tabla 1 Análisis PESTEL.....	09
Tabla 2 identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad.....	10
Tabla 3 Descripción idea de negocio	14
Tabla 4 Competidores.....	23
Tabla 5 Ejercicio de buyer.....	27
Tabla 6 Composición nutricional del producto.....	34
Tabla 7 Ficha técnica pulpa de fruta congelada.....	37
Tabla 8 Nivel de calidad permitido.....	38
Tabla 9 Costo Materia Prima.....	50
Tabla 10 Costo bolsas plásticas.....	51
Tabla 11 Costo de servicios públicos.....	51
Tabla 12 Costo de maquinaria.....	52
Tabla 13 Costo de materiales del área de producción.....	53
Tabla 14 Descripción de dotación.....	54
Tabla 15 Costos de dotación.....	55
Tabla 16 Costo de venta y precio de venta.....	56

Capítulo 1

Ideación

Introducción

Con el paso de los años la sociedad ha buscado satisfacer las necesidades humanas, facilitando de una manera cómoda la preparación de alimentos con productos innovadores y de alta calidad que brinden beneficios a los consumidores. La fruta siempre ha sido considerada fuente de alimentación saludable gracias a sus componentes nutricionales. En el mercado actual se encuentra gran variedad de frutas que pueden ser adquiridas en diferentes presentaciones como lo son: pulpas de frutas, fruta en fresco, fruta congelada, entre otras. Con base en lo anterior, se crea una empresa despulpadora de frutas en el Municipio de Montería-Córdoba con el fin de suplir las necesidades de la Región innovando en la forma que se consume

tradicionalmente, fomentando el crecimiento económico y desarrollo empresarial en el Departamento. Por tal razón

Pulpi Frut es una empresa que incursiona en una Región con presencia de solo una competencia, ya que solo existe una empresa despulpadora de frutas en el municipio, buscando generar impactos sociales, económicos y ambientales para beneficio de la comunidad.

Objetivos

- Diseñar y crear una empresa despulpadora de fruta en el Municipio de Montería-Córdoba.
- Analizar necesidades, preferencias e intención de compra del mercado regional por medio de herramientas cuantitativas.
- Establecer lineamientos, requerimientos y costeo para la creación de una empresa Despulpadora de frutas en el Municipio de Montería-Córdoba.
- Desarrollar proyecciones financieras de viabilidad y puesta en marcha de la empresa Despulpadora de frutas en el Municipio de Montería-Córdoba.
- impulsar y fortalecer el sector frutícola de la región del municipio de Montería- Córdoba
- generar espacios de capacitación para los campesinos para el mejoramiento de sus procesos de siembra, cultivos y recolección de alimentos.
- Elaborar políticas que permitan un manejo adecuado de residuos impactando Positivamente el medio ambiente.

Resumen ejecutivo

Con el paso de los años la sociedad ha buscado satisfacer las necesidades humanas, facilitando de una manera cómoda la preparación de alimentos con productos innovadores y de alta calidad que brinden beneficios a los consumidores.

La fruta siempre ha sido considerada fuente de alimentación saludable gracias a sus componentes nutricionales. En el mercado actual se encuentra gran variedad de frutas que pueden ser adquiridas en diferentes presentaciones como lo son: pulpas de frutas, fruta en fresco, fruta congelada, entre otras.

Con base en lo anterior, se crea una empresa despulpadora de frutas en el Municipio de Montería-Córdoba con el fin de suplir las necesidades de la Región innovando en la forma que se consume tradicionalmente, fomentando el crecimiento económico y desarrollo empresarial en el Departamento. Por tal razón Pulpifru S.A.S. es una empresa que incursiona en una Región sin presencia de competencia buscando generar impactos sociales, económicos y ambientales para beneficio de su comunidad. Pulpifrut S.A.S es una empresa que se encuentra localizada en la ciudad de Montería, que se dedica a la producción y venta de pulpa de fruta 100 % natural.

El segmento objetivo de la empresa está conformado por hombres y mujeres entre niños y niñas mayores de 1 año, que residen en la ciudad de Montería y el departamento de Córdoba, que tienen un

Estilo de vida sano. A Pulpifrut S.A.S le dará una ventaja competitiva, sobre el resto de competidores, el contar con frutas de calidad cultivadas en la zona rural del municipio de Montería, desarrollar un sistema eficiente de abastecimiento de las mismas, que le permitan ofrecer a los clientes la combinación de frutas a su elección. Se llevará un sistema de control, que permita garantizar que los clientes

Reciban siempre pulpas de frutas y productos con el mismo sabor y calidad. Por otro lado el mercado potencial de la empresa se ha estimado en 6300 personas, con un crecimiento esperado del 5% al año.

La empresa Pulpifrut S.A.S para su proyección de ventas, estima una participación de mercado de un 8% para el inicio y en los años siguientes de un 10%. Los indicadores de rentabilidad obtenidos como el valor actual neto, producirá una rentabilidad del 15% (tasa de descuento) sobre la inversión inicial. En cuanto a la tasa interna de retorno, la rentabilidad que se obtendrá por hacer la inversión será de un 22,05

Claves para el éxito

1. Cuida a su gente. Toda empresa exitosa sabe que la principal diferencia con la competencia está en su capital humano. Por lo tanto, constantemente ofrece a sus empleados oportunidades de desarrollo, esquemas que los impulsen a colaborar y tener un equilibrio con su vida personal, técnicas para mantenerlos motivados y compensaciones justas.
2. Entrega valor a la cadena de suministro. Las mejores compañías del mundo impulsan a sus proveedores; nunca dejan de pagar ni piden plazos poco realistas. Estas empresas saben que para que el modelo funcione, todos los que forman parte de la cadena deben fortalecerse y crecer. Y no sólo no “abusan” de ellos, sino que los impulsan a mejorar y ser más competitivos.
3. Usa bien sus recursos y protege al medio ambiente. Las empresas exitosas no generan toneladas de desperdicios, sino que utilizan de manera eficiente la energía y los recursos que tienen, procurando el menor impacto posible en el ecosistema.
4. Tiene control de sus procesos. Las mejores empresas saben que es clave reducir costos y aumentar la productividad para ser más competitivos y ofrecer precios justos en el mercado sin

perder la calidad. Debido a esto, tienen indicadores y métodos de los procesos; saben dónde hay áreas de oportunidad y cuáles son sus fortalezas.

5. Ofrece un ambiente seguro y limpio a su gente. Las empresas exitosas reconocen que sus espacios de trabajo son parte clave de su cultura empresarial. Es por esto que sus instalaciones están en buenas condiciones para brindar seguridad y comodidad, y sus maquinarias y equipos tienen mantenimiento constante.

¿Como su idea de negocio puede solucionar un problema social, económico, político o ambiental existente en el entorno?

Pulpi-fruta es una empresa que no busca solo tener las mejores tecnologías y eficiencia comercial, buscamos con la ejecución de este proyecto fomentar el desarrollo empresarial, económico y ambiental de la Región, mediante la creación de una empresa específicamente en el sector de alimentos como son las pulpas de fruta mejorando la calidad de vida de los habitantes. Además poder generar prácticas empresariales por medio de la capacitación a los campesinos para mejoramiento de sus procesos agrícolas; amigable con el medio ambiente en cuanto al manejo adecuado de los residuos de la materia prima conforme lo establece el estado, como también el objetivo de posicionar la empresa en el mercado de una región que brinda todas las oportunidades de negocio y fortalezas por la riqueza de sus tierras; lo cual representa la expansión de la empresa a nivel Regional y posibilidad en un mediano plazo de exportar nuestro producto final a nivel nacional e internacional.

1-Enuncie de manera resumida a cuál(es) de los objetivos de desarrollo sostenible se puede relacionar el problema, reto, necesidad u oportunidad previamente identificados, o que aplica a su idea de negocio.

- Objetivo de desarrollo: Analizar el proceso productivo de pulpas de frutas e identificar las variables incidentes – oportunidad: No se tiene conocimiento solido del proceso productivo.
- Objetivo de desarrollo: Generar empleos en los próximos tres años - oportunidad: No se cuenta con proveedores garantizados.

2-Describe brevemente como desde la teoría del valor compartido, se podría abordar el problema, necesidad, reto u oportunidad pensado o que aplica a su idea de negocio.

Teniendo en cuenta que el valor compartido se basa en una nueva visión empresarial que busca impulsar a las organizaciones que adopten esta teoría hacia un mercado o economía mucho más productiva, teniendo como foco principal atender las necesidades del entorno o sociedad en donde se desempeña. Es decir, en palabras simples: El valor compartido presenta una forma de ganar-ganar, en la que las empresas obtienen beneficios de un sector, pero ésta a su vez da el impulso o incentivos necesarios para que la comunidad que lo rodea crezca y genere riquezas, y que unas de nuestras oportunidades en las cuales debemos trabajar es afianzar el conocimiento del proceso productivo y contar con proveedores garantizados. Incluimos a la población campesina de la región quienes son expertos conocedores de la manera correcta de gestionar un proceso productivo eficiente de las materias primas (frutales) lo cual a su vez nos asegura poder contar con proveedores garantizados con productos de calidad. De esta manera demostramos la aplicación de la teoría y podemos generar un ganar- ganar para el negocio y la sociedad.

Tabla 1. ANALISIS PESTEI

	POLITICO	ECONOMICO	SOCIAL	TECNOLOGICO	ECOLOGICO	LEGAL

VARIABLE	Resoluciones y circulares	Costos de materia prima	Patrones de consumo	Automatización procesos de producción.	Carencia de normas ambientales por el municipio	Normas sanitarias
FACTOR	Oportunidad: alto	Amenaza :alto	Oportunidad: alto	Amenaza : alto	Oportunidad Alta	Oportunidad Alta
JUSTIFICACION	RESOLUCIO N # 001806. Requisitos que deben cumplir los productores, asistentes técnicos, exportadores y compañías de frutas frescas con destino a exportación.	Cuando aumentan los cotos de la materia prima son menores las ganancias y los niveles de ventas; los cuales puede conllevar a despidos por parte de los empresarios o a la quiebra de la empresa.	En la actualidad la tendencia del mercado local es al consumo de pulpas de frutas ya que es más fácil y practica la preparación de los jugos.	El mercado exige constantemente nuevos productos, en mayor cantidad y calidad; por lo tanto las empresas buscan siempre evolucionar, para ir a la vanguardia de las necesidades de los consumidores.	No se cuenta con estas nomas.	Normas sanitarias para el manejo de alimentos, resolución 003929

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.

En el siguiente estudio analizaremos la factibilidad de la empresa pulpi frut sin conservantes, en donde se generará el motivo de producción, comercialización y distribución en el municipio de Montería.

Tabla 2.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Cotos bajos	Competencia	Marketing
Conocimiento o experiencia	4	3	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	1	1	2
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)	3	3	5
Tiempo (posible solución)	3	3	5
Costos (posible solución)	4	2	4
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	2	2	4
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	1	1	5
TOTAL	18	15	29

Una oportunidad que es muy importante y que son pocas las empresas que ofrecen las pulpas sin conservantes. Son 10% natural

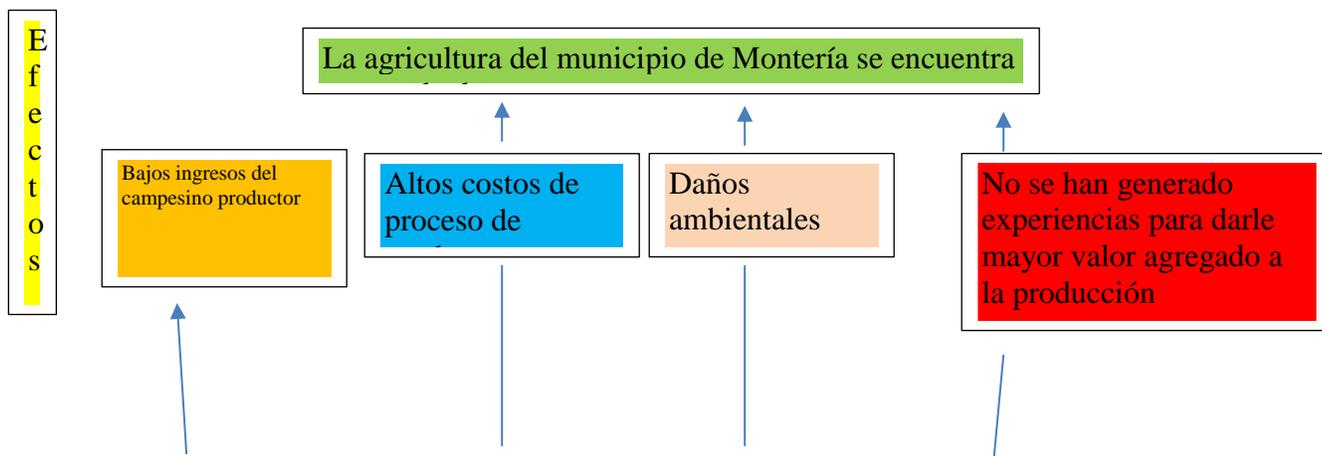
2. La competencia es uno de los retos que se encuentra actualmente en el mercado, ventas de pulpas de frutas.

3. Tenemos una oportunidad los costos bajos que se ofrecerán para todos los distintos estratos.

PLANTEAMIENTO DL PROBLEMA

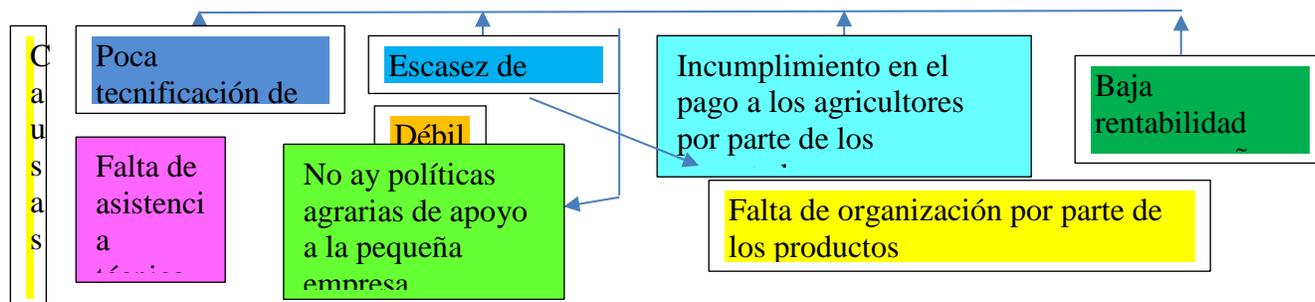
La idea de crear una empresa despulpadora de fruta parte de la necesidad de la Región por dar mejoramiento a sus alcances productivos y comerciales, teniendo en cuenta la inexistencia de solo una despulpadora de fruta en el municipio de Montería, se pretende fomentar el desarrollo empresarial aprovechando la riqueza tanto climática como de sus terrenos, generando impactos positivos que sean de beneficio para sus habitantes. Por consiguiente, encontrar a nuestro proveedor de materia prima donde se manifieste el cultivo o siembra de estos productos. Ya que solo existe una empresa productora de pulpa de frutas congeladas que no cubre la demanda del municipio para satisfacer las exigencias del consumidor, en cuanto a sabor, calidad y presentación.

2) ÁRBOL DE PROBLEMA

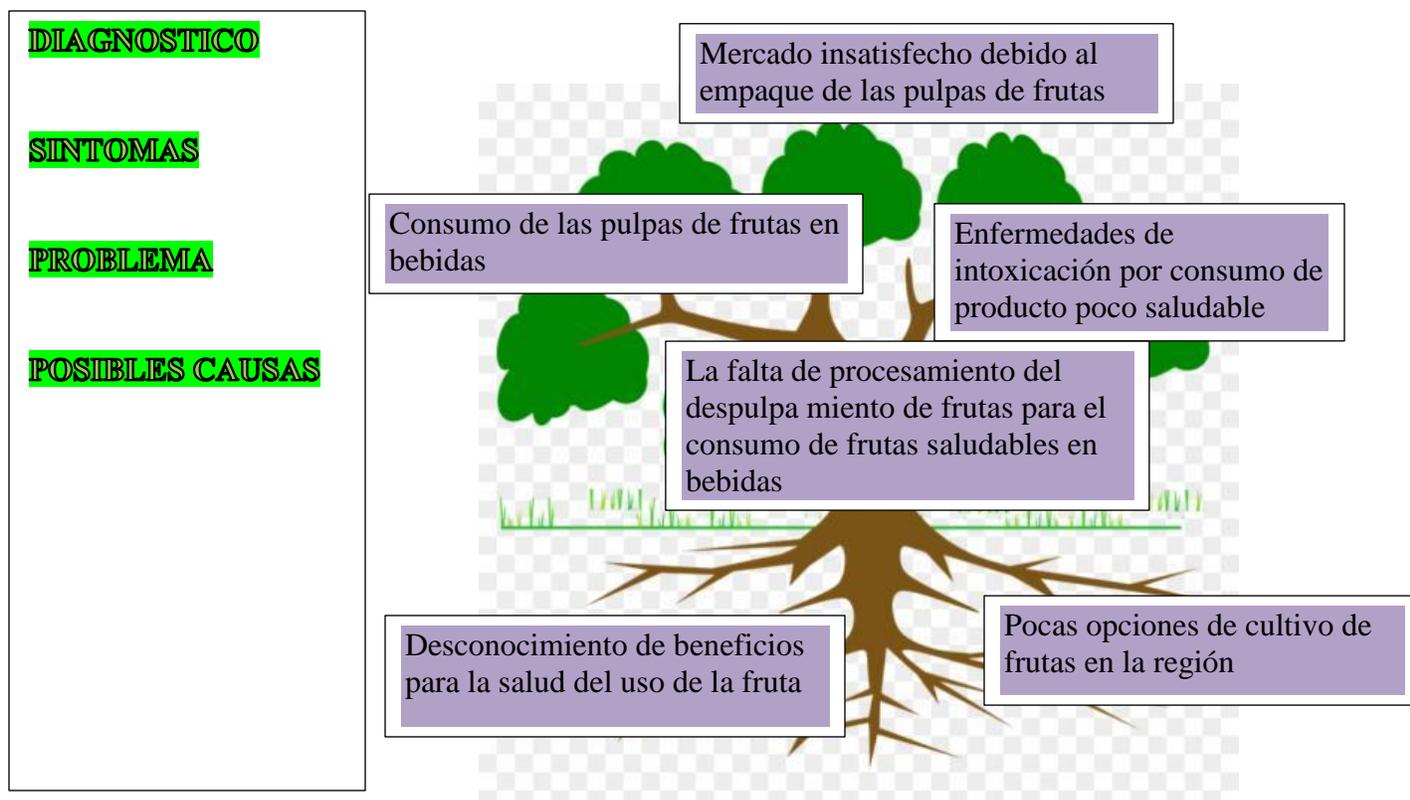


Problema central

➔ **Pequeños productores no se benefician de la comercializadora de los productos de la agro exportación por las condiciones desventajosas de la empresa de proveedor.**



ARBOL



3) Descripción de la idea de negocio.

El Municipio de Montería brinda terrenos aptos para el cultivo de diversas frutas, al igual que se cuenta con mano de obra disponible para la realización de todos los procesos que implique la puesta en marcha de la empresa, así como el cubrimiento a toda la Región. El proceso de pulpa de fruta permitirá la explotación de ese recurso natural de manera que sea aprovechada eficientemente. La ejecución de este proyecto es de gran importancia ya que permite fomentar el desarrollo empresarial, económico y ambiental de la Región, mediante la creación de una empresa específicamente en el sector de alimentos como son las pulpas

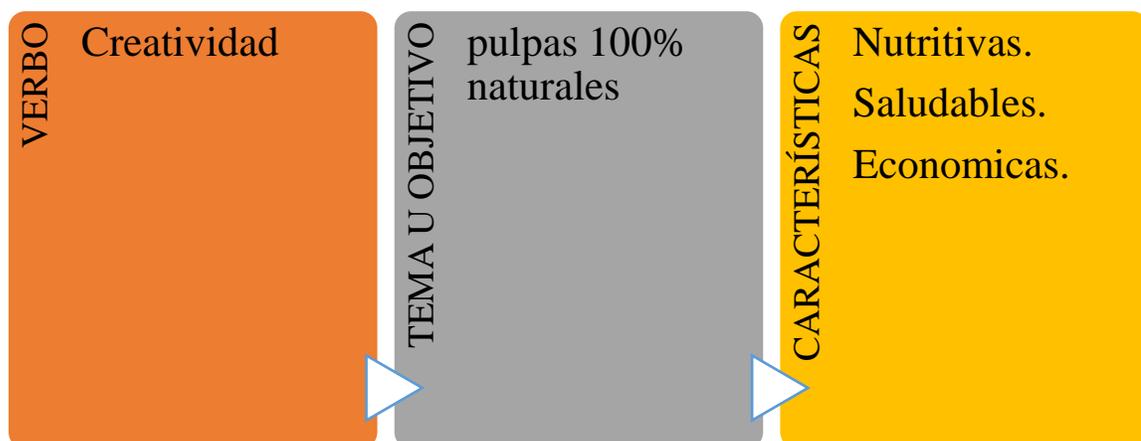
de fruta mejorando la calidad de vida de los habitantes por medio de la generación de prácticas empresariales mediante la capacitación a los campesinos para mejoramiento de sus procesos agrícolas; amigable con el medio ambiente en cuanto al manejo adecuado de los residuos de la materia prima conforme lo establece el estado, como también el objetivo de posicionar la empresa en el mercado de una región que brinda todas las oportunidades de negocio y fortalezas por la riqueza de sus tierras. Éste productos estará disponibles en cualquier establecimiento comercial, desde supermercados hasta tiendas de barrio. Es un producto 100% natural que se orienta a la nueva tendencia mundial enfocada en el cuidado del cuerpo, en donde el aporte de vitaminas y los antioxidantes naturales son fundamentales para mantener un estado de salud adecuado, por lo que se proyecta un amplio mercado.

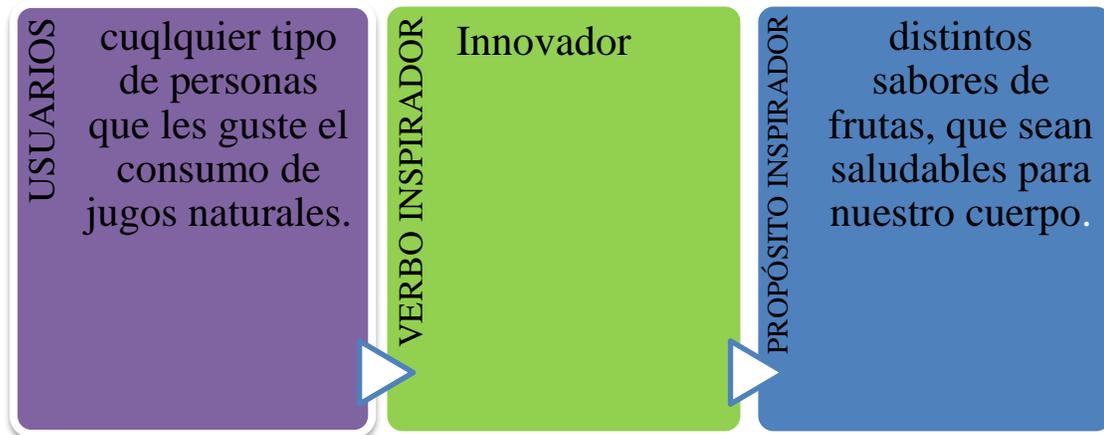
Tabla 3.

<p>¿Cuál es el producto o servicio?</p>	<p>Pulpas de frutas con distintos sabores en toda la región.</p>
<p>¿Quién es el cliente potencial?</p>	<p>Industrial: dentro de este tenemos empresas especialistas en la fabricación de jugos, refrescos, productos lácteos, conservas, helados, pastelería entre otros usos.</p> <p>Institucional: son clientes que utilizan la pulpa de fruta como base para la preparación de postres, pasteles, bebidas; dentro de estos clientes tenemos restaurantes, bares, pastelerías, hoteles, clubes, entre otras empresas del sector alimentario a mediana y pequeña escala, como también empresas</p>

	<p>que subcontratan servicios alimentarios como hospitales, colegios, universidades, empresas privadas y públicas.</p> <p>Consumidor final: dentro de esta categoría tenemos todas y cada una de las personas como las amas de casa que utilizan la pulpa de fruta para uso doméstico o del hogar para la preparación de recetas culinarias, jugos, batidos, postres, pasteles, helados, salsas, entre otros.</p>
<p>¿Cuál es la necesidad?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Disminución de costos de procesos ☐ Tasa de ocupación de la región ☐ Mejora la productividad agrícola de la región. ☐ Mejoramiento del medio ambiente
<p>¿Cómo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Por Medio de la compra directa a los pequeños Productores de fruta de la región ☐ Propender por la capacitación a los agricultores de la región. ☐ Contribuir con prácticas responsables con el medio ambiente con respecto a manejo de materias primas y manejo de residuos orgánicos.

¿Por qué lo preferirán?	Porque encuentras variación de pulpas, además se generarían empleos dignos a la comunidad y la confiabilidad que se le ofrecerá al cliente por un producto de excelente calidad.
--------------------------------	--

GRAFICIO 1



INNOVACIÓN:

1) Explora el material sobre ¿Qué es Innovación? y Estrategias de Innovación

Innovar nos permite crecer en el mercado la innovación es una herramienta fundamental para estar competitivos y nos diferencia de la competencia, además en el mercado actual la competencia aumenta de forma constante y no debemos esperar que nuestra empresa esté en peligro para innovar debemos estar constantemente creando estrategias competitivas a través de la innovación para ganar y fidelizar a nuestros clientes y mejorar la calidad de nuestras decisiones

2) Desarrolla por lo menos 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias

R/ 1- Impulsar un mayor consumo de las diferentes pulpas de frutas, que se producirán.

2- Establecer convenios de productos que sean de buena calidad y de buen precio

3- Publicidad y promociones por redes sociales incluyendo WhatsApp, domicilios gratis por determinada cantidad de compras, recopilación de datos de cada uno de nuestros clientes.

4- Capacitaciones de servicio al cliente y evaluación de desempeño.

3) investiga y documenta (organiza la información en un documento) que otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/ servicios similares (competencia).

R/ En general la mayor debilidad de las empresas productoras de Pulpa de Fruta actual, es la administración de los recursos financieros y la baja planeación de la demanda, lo cual les ha causado incrementos en los costos de producción, disminuyendo su rentabilidad.

la competencia: Entregas Oportunas, facilidad en la utilización.

Los clientes potenciales de la pulpa de fruta natural congelada son aquellos que comparten nuestros valores y propósitos; en este caso son empresas preocupadas por la satisfacción del cliente final y su experiencia sensorial dentro del restaurante.

4) Analiza las 4 alternativas tu idea de negocio (desarrolladas en el numeral 2 de esta actividad), con respecto a la competencia y escribe las conclusiones.

R/ 1- Impulsar un mayor consumo de las diferentes pulpas de frutas, que se producirán.

Se llegará a los puntos de ventas con muestras gratis del producto para que el tendero tenga una primera idea de la pulpa de fruta, del mismo modo se familiarice con el producto y en un corto plaza empezar a generar descuentos, ofertas especiales para impulsar la venta (COMPETENCIA).

2- Establecer convenios de productos que sean de buena calidad y de buen precio

“El reglamento técnico que se establece con la presente resolución, será notificado a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el ámbito de los convenios comerciales en

que sea parte Colombia.” (Ministerios de salud y protección social, 2013) Y el artículo 18 (Vigencia y derogatorias).

3- Publicidad y promociones por redes sociales incluyendo WhatsApp, domicilios gratis por determinada cantidad de compras, recopilación de datos de cada uno de nuestros clientes.

En medianas superficies se colocará un rompetrafico en la sección donde esté ubicada la pulpa de fruta con el fin de impactar directamente el sentido de la vista del consumidor, este rompetrafico o tropezones tiene como objetivo sobresalir y brindar información de la marca y resaltar los beneficios.

4- Capacitaciones de servicio al cliente y evaluación de desempeño.

se buscará geminar excelentes relaciones con el tendero mediante capacitaciones acerca de los beneficios y todo el proceso de vida de la pulpa de fruta, incentivar a los tenderos de pequeñas superficies con concursos donde competirán todos los almacenes

5) Analiza nuevamente tu idea de negocio; Si aún tu idea no se diferencia lo suficiente de lo que ya existe en el mercado, reformúlala con otras estrategias de Innovación, para hacerla más interesante y diferente o combina diferentes estrategias.

R/ Nuestra idea de negocio si es diferente ya que esta idea está dirigida a esas amas de casa que están cansadas de comprar la fruta y tener que botarla por que sufre daños, Con pulpa de fruta sigues disfrutando del sabor y de los nutrientes propios de la fruta sin tener que desecharla por no utilizarla en el tiempo adecuado

Ahora no solo tenemos un mercado activo, sino que también estamos ofreciendo una facilidad a personas con días ocupados, que quizás no pueden invertir su tiempo en hacer un jugo. **Ahora tienes la solución solo debe sacar su pulpa de fruta licuarla y listo.**

6) Selecciona y describe la idea más prometedora e innovadora.

R/ La idea más prometedora e innovadora es distribuir el producto en diferentes regiones del país, Esto con el fin de que nuestro producto sea reconocido en el mercado y nos genere una mayor demanda permitiendo que PULPI FRUT siga creciendo y generados ingresos financieros, con esto podemos distribuir nuestro producto al interior del país.

Capítulo 2

Investigación del mercado y prototipo

FUERZAS DE LA INDUSTRIA

a. Contextualización de la empresa

Presentación de la empresa

PULPI FRUT Es una empresa dedicada al procesamiento de frutas tropicales y exóticas para la producción de pulpas y jugos congelados en presentación institucional de paquete por 1kg, presentación x 250 y 500g ofreciéndoles a sus clientes un producto completamente natural.

Nombre de la empresa y razón social

PULPI FRUT SAS. Es una sociedad por acciones simplificadas dedicada al procesamiento y conservación de frutas,

FUNCIÓN DE LA EMPRESA (PULPA FRUT)

Empresa pequeña

- Pequeña empresa de 20 a 30 operarios se va a desenvolver en el sector secundario y una minima parte en el sector terciario.
- Expectativas de desarrollo en el ámbito nacional
- Se basa en una propiedad privada
- Su forma jurídica es individual haciendo énfasis al comercio y productos de la misma pulpa.

RECURSOS DE LA EMPRESA

- Contando con grandes conocimientos y habilidades para la elaboración de estrategias y desarrollos de marketing
- Impulsados con un capital suficiente y bien administrado para la elaboración producción y distribución de nuestro producto (pulpa).
- Rescatando nuestra área de trabajo y equipos bien tecnificados, donde la excelencia de lo obtenido sea un plus para el mercado.
- Con apoyo a nuestro sistema tecnológico avanzado podemos lograr la producción el manejo y almacenamiento adecuado para cada uno de los ciclos que nuestra empresa tiene como objetivo realizar la salida de nuestro producto.

ACTIVIDAD ECONOMICA

La empresa pertenece al sector agroindustrial (hortofrutícola). Se encarga del proceso de Extracción, producción y comercialización de pulpa de fruta

ESTUDIO DE MERCADO

El mercado es donde se da lugar la oferta y la demanda de productos o servicios a precios determinados. En esta parte del trabajo de investigación se habla de los elementos necesarios y aspectos más importantes del mercado de la pulpa de fruta en el municipio de Montería Córdoba, entendiéndose por esto las variables que rigen la oferta y la demanda de este producto, así como las causas que motivan a los consumidores a usar o no este tipo de productos. Esto nos ayudara de la mejor manera a definir los canales de comercialización, su precio y podemos ver las posibilidades de este proyecto.

Descripción del producto. El producto ofertado es la pulpa de fruta teniendo en cuenta la gran variedad de las mismas, producidas en el piso térmico del municipio de Montería córdoba.

Usos del producto. La pulpa de fruta es generalmente usada en los jugos naturales, pero también tiene uso en cocteles, helados, postres, granizados; la pulpa de fruta es empacada herméticamente para una mayor conservación, presentación y con su respectiva identificación.

Productos sustitutos. Identificamos varios productos sustitutos que existen en el mercado actualmente como los son, principalmente las frutas en su estado natural, los jugos envasados en forma industrial, los refrescos en polvo con diferente sabor a frutas listos para consumir, las bebidas gaseosas de diferentes marcas.

Productos complementarios para el consumidor. Como productos complementarios del producto que vamos a ofrecer en el proyecto tenemos: el azúcar, el agua, endulzantes artificiales. Con estos productos complementarios podemos lograr que la mezcla sea agradable y apto para el consumo y cubra la necesidad o preferencia de las personas a la hora de consumir el producto.

b. Análisis de la demanda

Pulpifrut S.A.S comercializa sus productos, enfocados en los canales institucionales como lo son los restaurantes, cafeterías, colegios, universidades, clínicas, pequeños mercados, gimnasios, hoteles, tiendas entre otros.

El mercado en el que se participa es el de alimentos naturales, produciendo pulpas de frutas, sin perseverantes, ni colorantes, toda nuestra materia prima es procesada de forma natural para conservar todos los nutrientes alimenticios.

Pulpifrut S.A.S ofrece al mercado un producto natural de alta calidad, buen precio y una presentación que supere las expectativas de los clientes, con una disponibilidad inmediata para poder cumplir a satisfacción con todos nuestros clientes.

En Pulpas de la Sabana SAS estaremos en el trabajo diario de la optimización de todos los procesos de producción, para poder obtener beneficio y así mismo proyectar una distribución de nuestro producto a nivel nacional y ser competitivos en el mercado de pulpas de fruta, cumpliendo a cabalidad con todas las normas legales y técnicas tanto en el proceso de producción como de distribución.

PERFIL DEL CLIENTE.

Los clientes potenciales de Pulpifrut SAS a nivel regional y nacional, dentro cuales tenemos los industriales e institucionales como restaurantes y tiendas sin olvidarnos del resto de canales como colegios, universidades, clínicas, entre otros. Este nicho busca satisfacer a sus clientes, los cuales encontraran un producto con una buena consistencia al mejor precio para su beneficio y calidad, siendo competitivos en el mercado. Por lo que se busca una estandarización en nuestra materia

prima haciendo alianzas con los productores, e instituciones públicas del estado para brindarles capacitaciones que ayuden a optimizar la calidad y el nivel de producción de los agricultores.

Dentro de las negociaciones con los productores de la materia prima debemos procurar garantizar volúmenes altos de productos para que el costo sea competitivo ya que si se negocia con muchos productores en mínimas cantidades suele ser mucho más alto el costo de su adquisición.

c. Análisis de la oferta

Para PULPIFRUT S.A.S., es de suma importancia tener conocimiento y realizar un análisis de los principales competidores, canales de distribución, el posicionamiento del producto y su precio.

Para la realización de análisis se determinan algunos competidores potenciales teniendo en cuenta que se focalizan a suministrar producto a hoteles, restaurantes, mercados institucionales y masivos.

Es importante acotar que dichas empresas manejan presentaciones de producto de pulpa de fruta de mínimo 1 kilogramo (km)

Nota 2:

Tabla 4.

NOMBRE	SEDE	MARCA	POSICIONAMIENTO	PRESENTACION	PRECIO	CANAL DE VENTA
ALIMENTOS S.A.S S.A.	Bogotá	SAS	La esencia de las frutas	1 Kg	\$4.500	Internet, Supermercados, Institucional
PULPAS UNIVERSALES LTDA.	Bogotá	PULPAS UNIVERSALES	100% Natural	1 Kg, 2 Kg	\$6.300	Institucional, Internet, Venta Directa
VID FRUIT LTDA	Bogotá	MAXI FRUTOS	100% Pulpa de Fruta	1 Kg, 5 Kg, 10 Kg	\$4.700	Institucional, Internet, Venta Directa
PULPA FRUIT	Bogotá	PULPAFRUIT	Pulpa de Fruta	1 Kg	\$5.500	Internet, Supermercados, Institucional
PURA PULPA HAL	Bogotá	PULPA 100% NATURAL	Pulpa de Fruta 100% Natural	1 Kg, 3 Kg	\$7000	Corabastos, Venta Directa
C.I. AGROFRUT S.A.	Antioquia	CANOA	Pulpa de Fruta	1 Kg, 5 Kg, 55 Gal	\$4.800	Internet, Supermercados, Institucional

A continuación, presentamos alguna información relevante de algunos competidores antes mencionados en la tabla.

Alimentos S.A.S. S.A.

Su actividad basada en la transformación de fruta en pulpa, néctares, refrescos y bases para jugos. Planta de 1200m² ubicada en Bogotá como sede principal en el barrio Puente Aranda, y cuenta con más de 550 clientes a nivel nacional.

Mensualmente procesa más de 150 toneladas de fruta. Tiene a cargo 50 empleados encargados en la administración, planeación, producción y comercialización. (alimentos sas, s.f.)

Pulpas Universales

Empresa dedicada a elaboración de pulpas de fruta, con instalaciones propias diseñadas de acuerdo a los lineamientos de salubridad requeridas y reglamentadas, en la actualidad sus procesos cuentan con calificación ISO 9001 200. (e informa, s.f.)

C.I. Agrofrut S.A.

Es quizás la empresa más grande en la actualidad en Colombia, teniendo en cuenta su experiencia de 15 años en el procesamiento de pulpas de fruta; adicionalmente tiene exportaciones hacia más de 12 países y participación mayoritaria en el mercado con clientes como grandes restaurantes y la empresa Sodexo. (agrofrut, s.f.)

d. ANALISIS COMERCIALIZACION Y PROVEEDORES.

Los proveedores de Pulpifrut S.A.S., serán aquellos pequeños y medianos productores campesinos del municipio de Montería teniendo en cuenta que uno de los objetivos de la empresa es impulsar y fortalecer el sector frutícola de la región, además que se propenderá por generar espacios de capacitación para mejoramiento de sus procesos de siembra, cultivos y recolección de alimentos. Las alianzas con los proveedores son clave, se debe buscar una

relación en la que, tanto proveedor como comprador se favorezcan y actuar en procura de la prolongación de ese vínculo, que se traducirá luego en ventaja competitiva, “Muy pocos modelos de negocio pueden operar sin el soporte de una red de socios clave. Los socios pueden ser divididos en dos grupos: a. Socios directos, con quienes la compañía opera su modelo de negocio central (como los productores, transportadores, proveedores de insumos, etc.) b. Socios indirectos, quienes apoyan o facilitan el desarrollo del modelo de negocio (como las Instituciones financieras, los centros de investigación, las universidades, las ONG, las agencias del sector público, los gobiernos locales, etc.)” (Lundy, 2014)

6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Industrial: dentro de este tenemos empresas especialistas en la fabricación de jugos, refrescos, productos lácteos, conservas, helados, pastelería entre otros usos.

Institucional: son clientes que utilizan la pulpa de fruta como base para la preparación de postres, pasteles, bebidas; dentro de estos clientes tenemos restaurantes, bares, pastelerías, hoteles, clubes, entre otras empresas del sector alimentario a mediana y pequeña escala, como también empresas que subcontratan servicios alimentarios como hospitales, colegios, universidades, empresas privadas y públicas.

Consumidor final: dentro de esta categoría tenemos todas y cada una de las personas como las amas de casa que utilizan la pulpa de fruta para uso doméstico o del hogar para la preparación de recetas culinarias, jugos, batidos, postres, pasteles, helados, salsas, entre otros.

Características del segmento del mercado.

PULPIFRUT S.A.S., inicialmente encuentra su segmentación a nivel local en el municipio de Sahagún, Departamento de Córdoba, teniendo en cuenta las ventajas de ubicación, riqueza de

terrenos y diversidad climática, características óptimas para el cultivo de variedad de frutas, aptas para el desarrollo de la actividad de la empresa despulpadora de fruta, adicionalmente cuenta con vías de acceso para transporte y comercialización de los productos.

1. BONDADES DEL PRODUCTO

- El consumo de frutas en la dieta humana es de vital importancia por el aporte de vitaminas, minerales, fibra, agua, y otros nutrientes, además de la satisfacción de consumir un producto de características sensoriales tan variadas y agradables.
- AHORRO DE TIEMPO. No se tiene que pelar o colar para la preparación de un jugo.
- AHORRO EN MATERIA PRIMA. Se aprovecha el 100% de la pulpa de la fruta.
- DISPONIBILIDAD PERMANENTE. Sin importar la época del año siempre está disponible la pulpa de fruta.
- EVITA DESPERDICIOS. No tendrá que afrontar problemas por fruta desperdiciada por mala manipulación o sobre madurada.
- Al congelar se conserva el aroma, el color y el sabor de la fruta a lo largo de cierto tiempo, mucho mayor que el de la fruta fresca.
- actualmente los procesos de congelación son tan eficientes que no se pierden apenas nutrientes, lo que no se puede decir en otro tipo de proceso de conservación como la cocción para preparar una mermelada o conserva.
- La pulpa es un derivado de la fruta muy versátil, con esto queremos decir que nos permite preparar una gran variedad de productos que tienen como base fruta, entre estos podemos mencionar batidos, cocteles, mermeladas.

- La pulpa es un derivado de la fruta muy versátil, con esto queremos decir que nos permite preparar una gran variedad de productos que tienen como base fruta, entre estos podemos mencionar batidos, cocteles, mermeladas.
- No tengo que estar pendiente de la maduración de las frutas para que estén en su mejor estado para el consumo, ni tengo el riesgo de que se pasen de maduración y tenga que desecharlas. Tampoco tengo que lavar, cortar y pelar antes de usar ni disponer de cáscaras y pepas después de usar.

2. EJERCICIO DE BUYER

Tabla 5.

	<p>-Que la pulpa de fruta tenga conservantes, colorantes y que pierda su valor nutricional.</p> <p>-No encontrar el sabor original de la fruta al preparar jugos o sus derivados con la pulpa de fruta</p> <p>-No encontrar la variedad de sabores</p> <p>-Un producto costoso y de poca calidad</p> <p>-Tener que ir hasta un súper mercado para conseguir el producto</p>	<p>-Un producto de pulpa de fruta natural que tenga buen sabor, olor y consistencia.</p> <p>- Con fuente de vitaminas que contribuya a la sana alimentación de mi familia.</p> <p>-Un producto que se pueda conservar por un largo periodo de tiempo</p> <p>-Conseguir el producto a un buen precio.</p> <p>-Conseguir el producto en la tienda d mi barrio</p> <p>-Encontrar diferente variedad de sabores</p>
---	---	---

<p>Encontrar el producto en la tienda del barrio porque por costos de transporte y tiempo es mucho más rentable para mí como cliente consumidora del producto.</p>	<p>Poner a disposición de nosotros los clientes un producto de pulpa de fruta 100 % natural y asequible en tiendas de barrios y súper mercados Fácil de preparar y con un largo tiempo de conservación</p>	<p>Las barreras son medio de transporte y tiempo para ir hasta el super mercado y costo del producto, estos productos de pulpa de fruta natural en Montería no los venden en las tiendas</p>
<p>Hay que conformarse con los productos con sabor a fruta de las tiendas que son poco saludables vienen en polvo y en sobre</p>		

3. Describa lo siguiente

a. **DONDE SE ENCUENRA PERSONAS SIMILARES AL CLIENTE IDEAL**

Industrial: dentro de este tenemos empresas especialistas en la fabricación de jugos, refrescos, productos lácteos, conservas, helados, pastelería entre otros usos.

Institucional: son clientes que utilizan la pulpa de fruta como base para la preparación de postres, pasteles, bebidas; dentro de estos clientes tenemos restaurantes, bares, pastelerías, hoteles, clubes, entre otras empresas del sector alimentario a mediana y pequeña escala, como también empresas que subcontratan servicios alimentarios como hospitales, colegios, universidades, empresas privadas y públicas.

Consumidor final: dentro de esta categoría tenemos todas y cada una de las personas como las amas de casa que utilizan la pulpa de fruta para uso doméstico o del hogar para la preparación de recetas culinarias, jugos, batidos, postres, pasteles, helados, salsas, entre otros.

b. **VALOR DEL CLIENTE IDEAL**

- Está satisfecho con el producto o servicio que ha resuelto su problema o necesidad.
- No crea inconvenientes con el precio si este es justo y se adecúa al valor que proporciona.
- Recomienda el producto/servicio si el resultado que ha obtenido es el que esperaba.
- Se convierte en comprador recurrente y fiel.

c. **ENTORNO DEL CLIENTE DURANTE LA SEMANA**

Estos están rodeados por su entorno laboral, familiar y social en el cual se mueven y desarrollan las diferentes actividades de su día a día.

d. NECESIDADES MAS URGENTES DEL CLIENTE

La tendencia para el sector de la alimentación en los próximos años se centrará en los denominados “Alimentos Sanos”, esto es, aquellos que aporten una bondad o beneficio a nuestro organismo, dicho con otras palabras, una alimentación sana y balanceada, para lo cual el consumidor busca en el mercado productos naturales y confiables.

Dentro del estudio del análisis de mercado durante la formulación del proyecto, se establecieron los siguientes segmentos de clientes o mercado potencial:

Características del segmento del mercado.

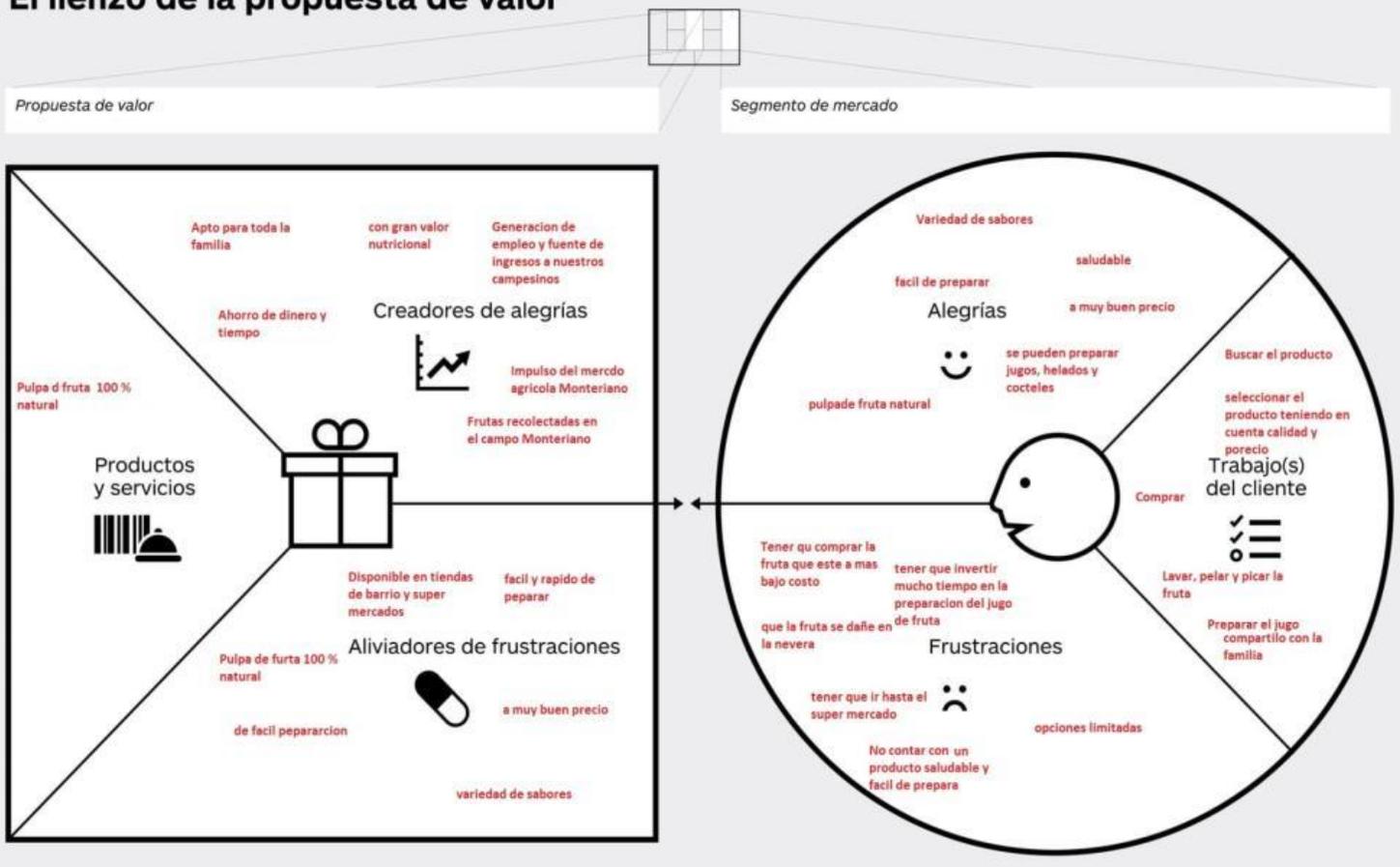
PULPI FRUT S.A.S inicialmente encuentra su segmentación a nivel local en el municipio de Montería, Departamento de Córdoba, teniendo en cuenta las ventajas de ubicación, riqueza de terrenos y diversidad climática, características óptimas para el cultivo de variedad de frutas, aptas para el desarrollo de la actividad de la empresa despulpadora de fruta, adicionalmente cuenta con vías de acceso para transporte y comercialización de los productos.

Matriz de micro segmentación.

LUGAR DE SATISFACCION DE NECESIDADES	QUE NECESIDADES
Principalmente PULPIFRUT S.A.S en el mercado	Disminución de costos de proceso
En el Municipio de Montería Córdoba, teniendo en	Tasa de ocupación de la región
Cuenta ventajas y propiedades de las tierras y clima	Mejora la productividad agrícola
Características óptimas para el cultivo de la fruta y	de la región y el medio ambiente
Obtención de pulpa	
A quien satisface necesidades	COMO SATISFACE NECESIDADES
La comunidad	Por Medio de la compra directa a los pequeños
Empresa	Productores de fruta de la región.
Medio ambiente de la región	propender por la capacitación a los agricultores
	Contribuir con prácticas responsables con el
medio	ambiente con respecto a manejo de materias
primas y	manejo de residuos orgánicos

PROPUESTA DE VALOR

El lienzo de la propuesta de valor



La posibilidad de ofrecer al mercado una pulpa de fruta 100% natural, y al mismo tiempo se convierta en un producto de consumo masivo y con la ventaja de ser una pulpa de fruta obtenida del proceso de despulpado o tamizado de las frutas frescas seleccionadas de acuerdo con los estándares requeridos por la industria.

Posibilidad de hacer la diferencia al ofrecer y comercializar un producto natural a nuestros clientes (Materia Prima para elaboración de jugos, refrescos, productos lácteos, conservas, helados, pastelería entre otros usos y productos naturales que se adaptan a sus necesidades, Industria heladera, elaboración de rellenos coberturas, veteados entre otros).

Brindar a los Proveedores, campesinos del municipio de montería beneficios sociales como programas de capacitación en Cosecha y Postcosecha, Buenas Prácticas de Agricultura entre otros programas para mejorar la calidad de la materia prima que redundará en una mejor calidad del producto final.

Creación de un fondo de apoyo económico a las familias beneficiadas del proyecto que les permita obtener recursos para la educación de los asociados o sus familiares.

De acuerdo al modelo diseñado, la planta Pulpifrut S.A.S fabricará un producto Pulpa de fruta 100% Natural para mercadeo y distribución.

DISEÑO DEL PRODUCTO

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

Información general del producto

Nombre técnico: Pulpa de fruta natural (congelada)

Posibles usos: Elaboración o preparación de jugos, sorbetes, refrescos, granizados y postres

Presentación: 250 gr, 500gr. En fundas de polietileno de baja densidad de 3,5 micras, etiquetadas a “full color”

Vida útil: Hasta seis (6) meses, manteniéndose congelada a una temperatura de mínimo 18°C

Empaque

El producto será empacado en fundas de polietileno de baja densidad de 3,5 micras, etiquetadas a “full color” en presentaciones de 250gr, 500gr y 1000gr. La información que tendrán los empaques obedecerá los siguientes parámetros:

* **Nombre de la Empresa:** El nombre que tendrá la empresa será Pulpifrut S.A.S. teniendo como referencia no solo el producto si no la región en que se va a desarrollar la actividad economía, con miras de representar a la región en el mercado nacional.

***Logo tipo:** Está compuesto por frutas 100% naturales y frescas, producto insignia para la empresa, seguido por un texto en un cálido color naranja que trae a memoria las frutas tropicales.

Logotipo Pulpifrut S.A.S.



***Slogan:** La empresa por medio de su slogan, "Una alianza con la salud y la naturaleza", quiere dejar en la memoria de la población, que está comprometida con el bienestar de nuestros consumidores, al ofrecer un producto 100% natural.

***Ingredientes del producto:** Al ser un producto 100% natural, su contenido está en función de la fruta de la cual procesa la pulpa.

***Composición nutricional del producto:** Todos los alimentos que consumimos aportan a nuestro organismo diferentes cantidades de nutrientes conforme al tamaño de la porción; en general, la mayoría de alimentos aportan a nuestra dieta, calorías, vitaminas, minerales, proteínas entre otras características que ayudan al correcto funcionamiento del organismo.

Es de suma importancia saber la composición nutricional de los alimentos que consumimos porque:

"Cada alimento nos aporta cantidades diferentes de calorías, vitaminas, minerales, grasas, aminoácidos entre otros componentes, de manera que, si controlamos y conocemos su composición, podremos mejorar y completar nuestros hábitos alimentarios, para cubrir los requerimientos nutricionales de nuestro cuerpo y eliminar los que no nos sean beneficiosos."

(Dietas.net, 2015)

A continuación, se aprecia las características que tiene cada 100gr de pulpa de fruta:

Tabla 6.

Composición nutricional del producto

	Mora	Guanábana	Mango	Maracuyá	Fresa
Calorías(kcal)	4 5	66	61,13	54	32,24
Proteína (gr)	1,19	1,00	0,63	2,38	0,81
Hidratos de carbono (gr)	6,24	16,8	12,80	9,54	5,51
Fibra (gr)	3,16	3,3	1,7	1,45	1,68
Grasa total (gr)	1,00	0	0,45	0,40	0,40
Colesterol (mgr)	0,00	0	0,00	0,10	0,00
Agua (gr)	88,40	81,16	84,40	0,10	91,60
Calcio (mgr)	44,00	14	12,00	0,10	21,47
Hierro (mgr)	0,90		0,40	1,00	0,46
Yodo (mgr)	0,40		1,60	2,00	2,70
Magnesio (mgr)	30,00		18,00	0,00	13,32

Zinc (mgr)	0,19		0,12	0,00	0,22
Selenio (ug)	1,00		0,60	86,20	1,30
Sodio (mgr)	2,40		5,00	0,02	1,40
Potasio (mgr)	190,00	278	170,00	0,10	161,00
Fosforo (mgr)	0,00	27	0,00	1,90	16,00
Vitamina B1 (mgr)	0,03		0,05	0,00	0,03
Vitamina B2 (mgr)	0,04		0,05	29,00	0,05
Vitamina B6 (mgr)	0,05		0,13	0,00	0,06
Ácido fólico (ug)	0,00		36,00	24,00	61,57
Vitamina C (mgr)	17,00		37,00	0,00	54,93
Vitamina A (ug)	45,00		207,17	631,00	3,00
Vitamina D (ug)	0,00		0,00	8,83	0,00

Elaboro: CINDY JULIETH PÉREZ CASTRO

Reviso: GLORIA MARCELA PEREZ CASERES

Aprobó: Gloria Perez

A continuación, Pulpifrut S.A.S., presenta las imágenes de los productos que elaborará, dentro de la oferta de pulpas de fruta que tiene la empresa, se tienen sabores de mora, guanábana, mango, maracuyá y fresa.

Como se menciona anteriormente estos cinco sabores serán los productos bandera de la empresa, aunque a medida de afianzamiento en el mercado se incluirán nuevos sabores para el deleite de los clientes.

Imagen



Imagen 1. Presentación Pulpa de Mora.



Imagen 2. Presentación Pulpa de Guanábana.



Imagen 3. Presentación Pulpa de Mango.



Imagen 4. Presentación Pulpa de Maracuyá.



Imagen 5. Presentación Pulpa de Fresa.

DESCRIPCION TECNICA DE LA PULPA DE FRUTA.

Ficha técnica de pulpa de fruta congelada

Características físicoquímicas	Sólidos solubles expresados como BRIX	Acidez expresada como % de ácido cítrico	pH
Fresa	6.5 - 7.0	0.7 - 0.96	3.4 - 3.5
Guanábana	14 - 17	0.9 - 1.2	3.7 - 3.9
Mango	13 - 17	0.32 - 0.40	3.8 - 4.2
Maracuyá	12 - 14	4.0 - 4.7	2.8 - 3.3
Mora	6 - 7	2.5 - 2.8	3.0 - 3.3

Tabla 7. Ficha técnica de pulpa de fruta congelada.**INDICE MÁXIMO PERMISIBLE PARA INDICAR EL NIVEL DE CALIDAD**

Características microbiológicas	Recuento de mesófilos aeróbicos ufc/g	NMP de coliformes totales/g	NMP de coliformes fecales/g	Recuento de hongos y levaduras ufc/g
Fresa	20000	9	<3	1000
Guanábana	20000	9	<3	1000
Mango	20000	9	<3	1000
Maracuyá	20000	9	<3	1000
Mora	20000	9	<3	1000

Tabla 8. Nivel de calidad permitido.**CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO**

al ser una innovación porque el concepto es pulpa de fruta envasada para preparar, este producto se encuentra en etapa de introducción (lanzamiento), lo que exige entonces trabajar mucho en acciones de difusión (publicidad, marketing digital) y de buscar incentivar su consumo en personas que aceptan de buena manera probar o innovar en un hábito de consumo (adoptadores tempranos), a través de los canales a domicilios, Venta en punto de fábrica y tienda a tienda (pedido y envío), con un precio competitivo que convenza al cliente que es una mejor opción frente a la preparación tradicional.

CANALES DE DISTRIBUCION.

El sistema de distribución de Pulpifrut S.A.S., se realizará de tres formas mencionadas a continuación:

- ❑ **Distribución a domicilio:** la empresa ofrece la opción de envío de producto a domicilio para aquellos clientes corporativos e industriales como también a los clientes institucionales, teniendo en cuenta las cantidades solicitadas por los mismos; brindando facilidad y valor agregado para su beneficio.
- ❑ **Venta en punto de fábrica:** la empresa tendrá dispuesto un punto de venta en las instalaciones para la venta al por mayor y detal para los clientes masivos.
- ❑ **Venta tienda a tienda:** se realizara la distribución del producto tienda a tienda.

ESTRATEGIAS.

❑ Estrategias de promoción

Al momento de lanzamiento de nuestro producto, se realizarán promociones para el agrado de los clientes y la buena aceptación. Estas promociones se harán en tiempos variables, es decir, no se realizarán periódicamente para no generar malos hábitos en nuestros clientes.

❑ Estrategia de comunicación

En las estrategias de comunicación a implementar, utilizaremos la radio local para difundir y lograr que el público en general capte la información deseada, así

mismo, la publicidad voz a voz es muy importante teniendo en cuenta que es un municipio donde este método de publicidad es muy efectivo.

☐ Estrategias de servicios

Nuestro producto será vendido en almacenes de cadenas y tiendas de barrio, contando con una oficina de atención al cliente para quejas, reclamos en las instalaciones de nuestra empresa, lo que quiere decir que no contamos con un punto de venta por ende no tenemos servicios a domicilios.

DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

RESOLUCIÓN 3929 DE 2013 (octubre 04) Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional.

RESOLUCION 2155 DE 2012 (agosto 2) por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las hortalizas que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional.

CODEX ALIMENTARIUS: Código alimentario de referencia internacional establecido por la FAO. La finalidad del CODEX ALIMENTARIUS es garantizar alimentos inocuos y de calidad. Estas normas dan lineamientos para las labores de

empaque, transporte e higiene de frutas y hortalizas frescas, Como directriz internacional, contribuye a la inocuidad, calidad y equidad en el comercio internacional de alimentos.

NTC 5400-2012: Buenas prácticas agrícolas para frutas, hierbas aromáticas culinarias y hortalizas frescas. Requisitos generales. Esta norma define los requisitos generales y las recomendaciones de BPA con el fin de orientar a los productores en el mantenimiento de registros, historial de cultivo, manejo del cultivo, salud y seguridad, formación, higiene, riesgos y primeros auxilios, ropa y equipo de protección personal, bienestar del trabajador y la gestión de residuos y agentes contaminantes, reciclaje y reutilización.

DISEÑO DE CONCEPTO

Bancada de acero inoxidable de cemento con azulejos de 2.40 mts. 01 Lavamanos, 03 tablas de corte de poliuretano duro, cuchillas 02 grandes y 02 pequeñas para cortes de limpieza, 02 descorazonadores, 02 des cascadores de cabezal móvil y manual, bandejas de plástico blancas 03 de borda alta 01 borda baja, 01 recipiente esterilizado para cáscaras sanitadas y para almacenar, 01 para residuos, 01 molino común para molienda de frutos duros, zanahorias, remolachas, etc. Área necesaria 03/04 metros². 1 cocinilla semi industrial para calentar agua con olla esmaltada, o acero inoxidable de 15/20 lts, cesto en acero inoxidable. O cromada, para inmersión de los frutos, (menor que la olla), la opción por vapor en baño maría es más aconsejable, 01 recipiente para agua fría con hielo para enfriar los frutos.

Es necesario 02 operadores y una área de 03/04 metros², 01 bancada de trabajo en acero inoxidable. O de cemento con azulejos de 1.20 mts.

1 Despulpadora con capacidad para 50/80 kg hora. Completamente en acero inoxidable, eléctrica con motor e instalación individual, 01 licuadora de 03/05 litros para tareas de homogenización, o de trituración de apoyo a la máquina para algunas frutas, 02 recipientes exclusivos para recepción de pulpa, 01 para el bagacillo, 01 Bancada de apoyo para operaciones, 01 cuchara-espátula de goma alimentar para alimentar la maquina despulpadora, 01 pulverizador manual para desinfección aérea, 01 canilla con extensión y ducha manual o pistón de agua para el lavado de la máquina, 01 armario para los elementos de higiene y desinfección exclusivos de la sección. Área necesaria 3.5 metros². 1 tanque dosificador de 15/20 litros con una canilla y pico dosificador, todo en acero inoxidable, 01 selladora y soldadora eléctrica de bolsas plásticas con temporizador, 30/40 cm. de área de sellado, 01 balanza electrónica para pesaje de 50 grs. 05 kg. 01 marcador de fechas de validez para productos. Área necesaria para 02 operadores de 03/04 metros². En el área de congelamiento, el cual debe alcanzar en un periodo no superior a 6/8 hrs su congelamiento, operación que debe ser a una temperatura de -18/20 grados. (bajo cero), área mínima para instalación de Fábrica de 24/26 mts².

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

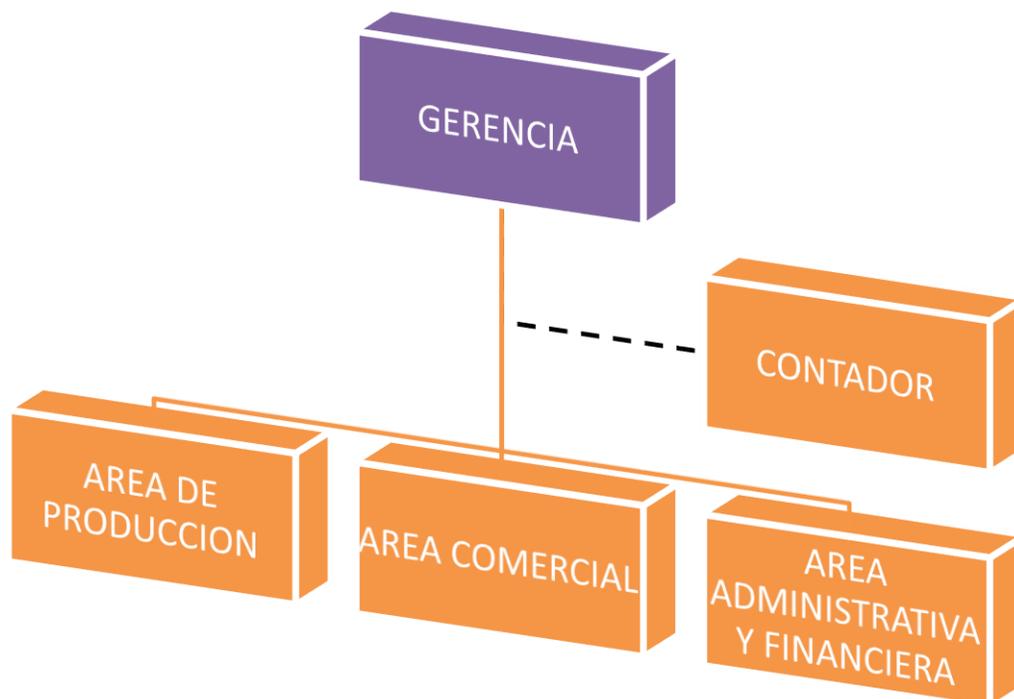


Grafico 2. Organigrama de Pulpífrut S.A.S

EQUIPO E INSTALACIONES.

La ubicación de la empresa PULPIFRUT S.A.S., en el municipio de Montería (Córdoba), se encuentra en la parte noroccidental del casco urbano, específicamente en la calle principal del terminal de Montería , teniendo en cuenta la cercanía a vías principales y centro de acopio de materias primas para la elaboración de los productos.

Para el acondicionamiento de la empresa y la planta de producción se tendrán en cuenta las Disposiciones.

La ubicación de la empresa se da estratégicamente teniendo en cuenta su zona de influencia caracterizada por la presencia de la plaza de mercado donde encontramos pequeños y medianos productores campesinos de frutas siendo aquellos proveedores potenciales, también se caracteriza por varios establecimientos comerciales como

restaurantes, hoteles y Colegiosaledaños ubicados el municipio, siendo estos clientes potenciales para la distribución y venta de las pulpas de fruta.

Distribución física de la planta.

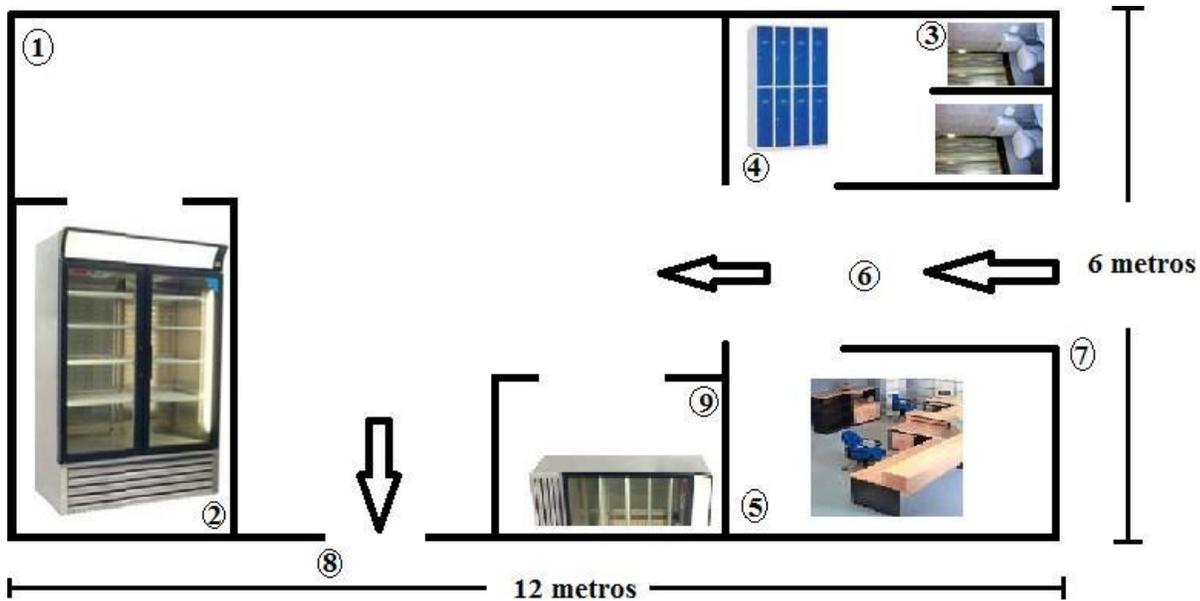


Imagen 3. Plano de la empresa Pulpifrut S.A.S.

1. Área de producción.
2. Bodega de materia prima.
3. Baños y almacén de elementos higiénicos.
4. Casilleros.

5. Oficinas.
6. Recepción.
7. Entrada.
8. Recepción de mercancías.
9. Almacenamiento de producto terminado.

DISEÑO EN DETALLE

FLUJO GENERAL DEL PROCESO.



Grafica 3. Flujo general del proceso de la pulpa de fruta. (Creación propia)

PROCESO PRODUCTIVO

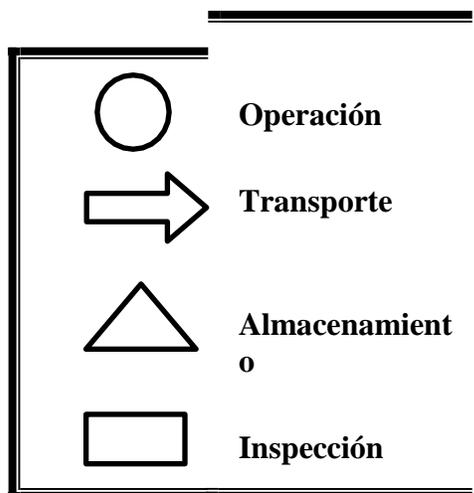
☐ Descripción del proceso

1. Clasificación – Pre-lavado
2. Recepción – Pesaje
3. Lavado – Sanitación- Descartes
4. Enjuagues – Des clorado
5. Cortes – Descascados
6. Tratamientos – Escaldados
7. Despulpado-Refinado
8. Homogenización – Aireación
9. Embalado – Sellado-Etiquetado
10. Congelamiento – Almacenaje

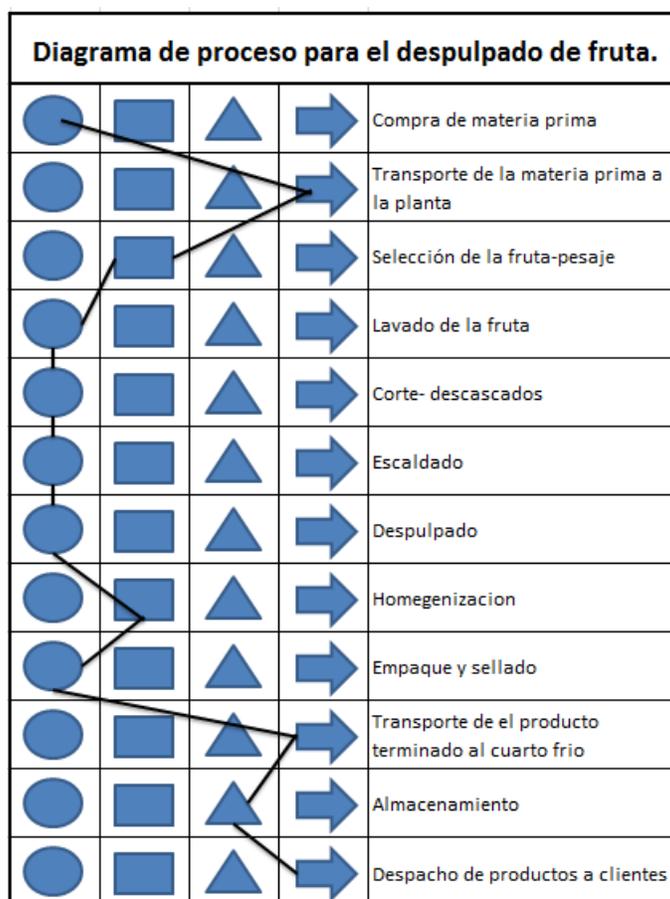
Plan de producción

La producción de nuestro proyecto está en 36500 unidades anualmente, es decir, 100 producidas diariamente abarcando de esta manera la demanda que existe en el mercado, ya que este nivel es muy alto mientras que el de la oferta, su nivel es mínimo.

PROCESO PARA EL DESPULPADO DE FRUTA.



Grafica 4. Fuente: BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. Edición 4. Mac Graw Hill.



Grafica 5. Diagrama de proceso para el despulpado de fruta.

DESCRIPCION DEL PROCESO PRODUCTIVO.

Recepción de Materia Prima.

Se realiza el pesaje de la cantidad de fruta comprada, verificando su grado de maduración y estado físico de la mercancía, la cual debe encontrarse en estado sano, y libre de algún tipo de contaminación, para lo cual se puede realizar un prelavado de la materia prima.

El prelavado se realiza en el tanque previsto para tal fin, donde la fruta al contacto con el agua y el desinfectante facilita los procesos de selección y lavado.

Selección de Materia Prima.

En el proceso de selección se eliminan las frutas que poseen un grado de maduración próximo a desarrollar hongos y microorganismos, como también aquellas que presentan magulladuras, golpes, picadas y cortadas.

La selección detallada ayuda a mitigar riesgos sanitarios que pueden presentar frutas en estado de descomposición.

Lavado de Materia Prima.

La mercancía debe ser lavada en el tanque previsto para tal fin con agua limpia y potable, para así de esta forma proceder con el escaldado y corte de las frutas.

Escaldado.

Es un proceso de tratamiento térmico corto que se aplica a las fruta buscando ablandar los tejidos y aumentar el rendimiento al momento de la obtención de las pulpas, además que reduce la contaminación superficial de la materia prima; de esta forma no afecta características del producto como color, aroma, sabor y apariencia de la fruta despulpada durante la congelación y descongelación.

Despulpado.

Proceso en el que ingresa la fruta entera, en trozos o en masa de pulpa, para realizar la separación de semillas, cascaras y partes no comestibles, para posteriormente realizar el proceso de refinado o homogenización de materia prima.

Homogenización.

En esta fase del proceso se realiza una selección detallada de la pulpa de fruta para hacerla más pura, en otras palabras, libre 100% de cualquier partícula de semillas o cascaras; adicionalmente se

realiza un análisis organoléptico a la pulpa resultante, buscando evaluar condiciones óptimas de calidad del producto como el sabor, olor, textura, acidez, ph, temperatura, para determinar si cumple con estándares y parámetros establecidos para su empaque, embalaje, almacenamiento y congelado.

Empaque y Embalaje.

La totalidad del producto procesado es vertido en un tanque, el cual se encarga por medio de una válvula manual la salida de pulpa de manera dosificada para ser empacada en bolsas de polietileno, las cuales son selladas herméticamente sin entrada de aire, debidamente impresas con sabor, código del producto, fecha de empaado y fecha de vencimiento.

La pulpa se empaca en bolsas plásticas de alta densidad, con capacidad de 1 Kg, teniendo en cuenta las presentaciones ofertadas del producto; el empaado debe estar libre de aire, herméticamente sellado para posteriormente almacenar a -18°C .

Posteriormente del empaado de la pulpa, el producto es embalado en canastillas plásticas con capacidad máxima de 30 kg cada una.

Almacenamiento.

El producto final es embalado en canastillas debidamente marcadas con los sabores, fecha de elaboración, número de lote y código de producto; por último es almacenado en el cuarto frío a una temperatura entre -10°C y -20°C .¹³

1. www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Costo Materia prima frutas

Para la producción de dos toneladas mensuales de pulpa de fruta para cada sabor, en la siguiente tabla encontraremos especificado la cantidad de kilogramos y precios de materia prima requerida por la empresa para su selección y posterior producción.

FRUTA	CANTIDAD EN KILOGRAMOS	VALOR KG	VALOR MENSUAL	VALOR AÑO
Mora	1680	1600	\$ 2.688.000,00	\$ 32.256.000,00
Mango	1680	1800	\$ 3.024.000,00	\$ 36.288.000,00
Fresa	1680	2000	\$ 3.360.000,00	\$ 40.320.000,00
Guanábana	1680	1900	\$ 3.192.000,00	\$ 38.304.000,00
Maracuyá	1680	2300	\$ 3.864.000,00	\$ 46.368.000,00
Total Materia Prima			\$ 16.128.000,00	\$ 193.536.000,00

Tabla 9. Costos de Materia prima - Frutas Pulpifrut S.A.S. (Creación Propia).

Costos de empackado.

Después de realizar cotizaciones con grandes productores de plástico como Lili Plast S.A.S; Imexplas S.A.S y Empaques Transparentes S.A.S, se decide realizar la negociación con Empaques Transparentes S.A.S ya que fue el que ofreció un mejor precio por unidad teniendo en cuenta la cantidad requerida para producción de Pulpifrut S.A.S.

MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Bolsas Plásticas	9.000	\$ 16 7	\$ 1.503.000	\$ 18.036.000

Tabla 10. Costo de bolsas plásticas para empackado de pulpa de fruta. (Creación Propia).

Gastos de servicios.

Para el cálculo de gastos de servicios como lo son agua, energía, gas y telecomunicaciones, en los valores que se ven relegados por consumo en producción, la limpieza de equipos y uso del personal administrativo. Los proveedores de estos servicios serán: Veolia, Surtigas, Electricaribe y Movistar.

SERVICIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
AGUA	\$ 560.000	\$ 6.720.000
ENERGIA	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000
GAS	\$ 110.000	\$ 1.320.000
TELECOMUNICACIONES	\$ 48.000	\$ 576.000
TOTAL	\$ 1.818.000	\$ 21.816.000

Tabla 11. Costo de servicios públicos (Creación Propia).

Costo de equipo y maquinaria.

Para nuestro proceso productivo necesitamos maquinaria de buena calidad que nos permita cumplir con nuestra producción mensual y nos otorgue productos de calidad y nos ayude a aprovechar al máximo la materia prima. Al realizar varias cotizaciones como se muestra en el la tabla 8, se decide realizar compra de maquinaria, equipo y materiales a la empresa COMEK, quien suministra servicio venta y post venta a Pulpifrut S.A.S

MAQUINARIA	CANTIDAD	VALOR
Mesa de trabajo	1	\$ 990.000,00
Set de cuchillos	1	\$ 260.000,00
Banda transportadora y de selección	1	\$ 1.590.000,00
lavadora de Fruta	1	\$ 3.900.000,00
Despulpadora de fruta	1	\$ 4.900.000,00
Marmita eléctrica	1	\$ 7.590.000,00
Tanque frio	1	\$ 6.900.000,00
Envasadora- Selladora	1	\$ 6.200.000,00
Cuarto Frio	1	\$ 20.500.000,00
Total	9	\$52.830.000,00

Tabla 12. Costos de maquinaria y equipo requeridos por Pulpifrut S.A.S (Creación Propia).

Costo de materiales.

Como parte fundamental del proceso de producción, hay tres tipos de materiales que requiere Pulpas de la Sabana S.A.S., para el desarrollo de su actividad; bolsas plásticas de para empacar la pulpa de fruta, canastillas plásticas para el embalaje de la materia prima y el producto final y las estibas plásticas para el alistamiento de mercancía en bloques de 3 x 3 y altura de 5 canastillas, poniendo las pulpas por encima de la superficie del suelo.

La información suministrada en la tabla 8 hace referencia a los costos de materiales para la planta de producción, la cual fue elaborada después de cotizar empresas de suministros plásticos como TUBOPLAST S.A.S. y AVIMPLAST LTDA.

Nota: para el caso de la compra de canastillas y estibas no se modifica el costo en el año, teniendo en cuenta que es una compra única, siendo productos que permanecen en buenas condiciones y solo anualmente son reemplazados si se requiere.

MATERIAL	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Bolsas Plásticas	9.000	\$ 167	\$ 1.503.000	\$ 18.036.000
Canastillas plásticas	300	\$ 8.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Estibas 100.0X120.0X14 cm	10	\$ 10.000	\$ 100.000	\$ 100.000
TOTAL			\$ 4.003.000	\$20.536.000

Tabla 13. Costo de materiales del área de producción (Creación Propia)

Dotación de trabajo y vestido de labor.

Pulpifrut S.A.S siempre piensa en la seguridad y bienestar de los empleados, por lo cual sigue las políticas conforme a la ley y lo establecido en el código sustantivo del trabajo, entrega a cada trabajador una dotación que asegure su integridad física, de higiene; realizando una correcta manipulación de los procesos productivos y operativos.

<p>Bata: Este elemento será utilizado por los operarios encargados de la manipulación de las frutas, conforme la ley del ministerio de salud. Con el fin del adecuado manejo de los productos.</p>	
---	--

<p>Gorro: Mantener la pureza del proceso evitando que caigan cabellos.</p>	
<p>Tapabocas: Este elemento lo entregaremos con el fin de que no se transmitan infecciones respiratorias por medio de los alimentos.</p>	
<p>Guantes: Evitar el contacto de las frutas con la piel, manteniendo los productos libre de agentes que puedan dañar la calidad del producto</p>	
<p>Overol: Esta prenda es utilizada por el personal de apoyo de cargue y descargue de la materia prima, esta prenda los ayuda a proteger todas las extremidades del cuerpo.</p>	
<p>Botas Punta de Acero: Es necesaria la protección de nuestro personal, para evitar lesiones por algún elemento de contacto con los pies.</p>	
<p>Jeans: Mantener un estándar de presentación personal adecuado para el trabajo, y protegiendo la ropa de uso diario de nuestros empleados.</p>	

<p>Camiseta Mantener un estándar de presentación personal adecuado para el trabajo, y protegiendo la ropa de uso diario de nuestros empleados.</p>	
---	--

Tabla 14. Descripción de dotación Pulpifrut S.A.S. (Creación Propia).

Costos de dotación.

Para la protección de nuestros empleados, se realizó cotizaciones de la dotación con tres promovedores que fueron: Manufacturas Angiros SAS, Full Dotaciones y Dotaciones industriales. Siendo la empresa Full Dotaciones quien ofrece un mejor precio de compra en los suministros requeridos por Pulpifrut S.A.S

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gorro protector	300	\$ 180	\$ 54.000	\$ 648.000
Bata	6	\$ 31.500	\$ 189.000	\$ 378.000
Tapabocas	300	\$ 158	\$ 47.400	\$ 568.800
Par de guantes	300	\$ 179	\$ 53.700	\$ 644.400
Overol	8	\$ 44.660	\$ 357.280	\$ 714.560
Botas punta de Acero	4	\$ 45.240	\$ 180.960	\$ 361.920
Jeans	2	\$ 27.840	\$ 55.680	\$ 111.360
Camisa	2	\$ 23.200	\$ 46.400	\$ 92.800
TOTAL			\$ 984.420	\$ 3.519.840

Tabla 15. Costos de dotación Pulpifrut S.A.S. (Creación Propia).

COSTO Y PRECIO DE VENTA.

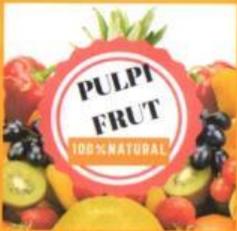
La tabla 14 contempla cuentas para calcular el costo de venta y partiendo de allí se calcula el precio de venta según las proyecciones de Pulpifrut S.A.S., y el margen de utilidad al que se quiere llegar en busca

de recuperar la inversión en el menor tiempo posible. El cálculo del precio de venta corresponde a pulpa de fruta de 1 Kg en cualquiera de los sabores ofertados por la empresa.

COSTOS DE PRODUCCION	TOTAL MES
MATERIA PRIMA	\$ 16.128.000
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 2.922.555
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 2.267.830
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 1.818.000
DEPRECIACION	\$ 981.927
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 6.830.688
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.433.032
COSTO TOTAL DE VENTA	\$ 34.382.032
VALOR UNITARIO	\$ 4.093
MARGEN DE UTILIDAD 22,75%	
PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	\$ 5.299

Tabla 16. Costo de Venta y Precio de Venta de Producto de Pulpifrut S.A.S. (Creación Propia).

Boucher



PRESENTACION DE LAS MUESTRAS




PULPI FRUT Es una empresa dedicada al procesamiento de frutas tropicales y exóticas para la producción de pulpas y jugos congelados en presentación institucional de paquete por 1kg, presentación x 250 y 500g ofreciéndoles a sus clientes un producto completamente natural.

Líneas de servicio:

Industrial: empresas especialistas en la fabricación de jugos, refrescos, productos lácteos, conservas, helados, pastelería entre otros usos.

Institucional: utilizan la pulpa de fruta como base para la preparación de postres, pasteles, bebidas; dentro de estos clientes tenemos restaurantes, bares, pastelerías, hoteles, clubes, entre otras empresas del sector alimentario

Consumidor Final: todas y cada una de las personas como las amas de casa que utilizan la pulpa de fruta para uso doméstico o del hogar

Indicadores de calidad

Cobertura de mercado

La cobertura se define como la cantidad de productos disponibles con relación a la demanda total del mercado.

Eficacia del producto

Este indicador mide si el cliente ha cubierto su necesidad con el producto. Para ello han de implantarse evaluaciones posteriores y obtener *feedback* del cliente.

Nivel de ventas

Las ventas son un indicador obligatorio a la hora de medir la calidad de un producto, por lo que son imprescindibles, además de ser fáciles de medir.

Satisfacción del cliente

Aquí se debería medir qué tan satisfecho ha quedado el cliente tras la compra. Es decir, si ha alcanzado sus expectativas completamente o si, por el contrario, ha quedado decepcionado.

Indicadores de calidad

Cobertura de mercado

La cobertura se define como la cantidad de productos disponibles con relación a la demanda total del mercado.

Eficacia del producto

Este indicador mide si el cliente ha cubierto su necesidad con el producto. Para ello han de implantarse evaluaciones posteriores y obtener *feedback* del cliente.

Nivel de ventas

Las ventas son un indicador obligatorio a la hora de medir la calidad de un producto, por lo que son imprescindibles, además de ser fáciles de medir.

Satisfacción del cliente

Aquí se debería medir qué tan satisfecho ha quedado el cliente tras la compra. Es decir, si ha alcanzado sus expectativas completamente o si, por el contrario, ha quedado decepcionado. (Jauregui, s.f.)

Prototipo del producto - Diseño



Imagen Presentación Pulpifrut S.A.S. (Creación Propia).

Características del prototipo

Producto natural, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, sin conservantes, obtenido por la

Desintegración y tamizado de la fracción comestible de la fruta madura, sana y limpia.

Sin preservantes, naturalmente libre de grasa y colesterol, bajo en sodio, contiene 100% de pulpa de fruta.

COMPOSICION: Pulpa de fruta, ácido ascórbico como antioxidante.

CONDICIONES AL RECIBO DE LA FRUTA

El vehículo (pisos, techos, carpas, entre otros), y los embalajes deben estar limpios y en buen estado garantizando la conservación de las características deseadas de la fruta, de igual forma el personal transportador debe cumplir los requisitos mínimos para manipulación de alimentos como la limpieza, la no utilización de joyas al momento del descargue, dotación requerida, entre otras. La materia prima (frutas) es inspeccionada por control de calidad para su aceptación o rechazo, se aceptan los frutos en su estado de madurez óptimo, sanos, de aspecto fresco y consistencia firme, libres de ataques de insectos y enfermedades que demeriten la calidad interna del fruto, libres de humedad externa anormal y de cualquier olor y/o sabor extraño. Luego pasan a Producción para la limpieza y desinfección de los frutos. El incumplimiento de uno de los aspectos anteriores puede ser causal de devolución de la materia prima.

CARÁCTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS

Aroma: Intenso y característico de la fruta madura y sana.

Color: Intenso y homogéneo, característico de la fruta, puede presentarse un ligero cambio de color, por los procesos naturales de oxidación de la fruta.

Sabor: Característico e intenso de la fruta madura y sana. Libre de cualquier sabor extraño.

Apariencia: Uniforme, libre de materiales extraños, admitiéndose una separación de fases y la Presencia mínima de trozos, partículas propias de la fruta.

<p>necesidad de la Región por dar mejoramiento a sus alcances productivos y comerciales, teniendo en cuenta la existencia de solo una despulpadora de fruta en el municipio de Montería</p>	<p>Solución fomentar el desarrollo empresarial aprovechando la riqueza tanto climática como de sus terrenos, generando impactos positivos que sean de beneficio para sus habitantes. Por consiguiente, encontrar a nuestro proveedor de materia prima donde se manifieste el cultivo o siembra de estos productos para satisfacer las exigencias del consumidor, en cuanto a sabor, calidad y presentación.</p>	<p>Propuesta de Valor única</p>  <p>Propuestas de Valor:</p> <p>Desarrollo productivo y social de la región</p> <p>Modelo de formación y capacitación a campesinos productores de frutas</p> <p>Fortalecimiento agrícola de frutales</p> <p>* Oferta pulpa de frutas natural con bajo preservantes.</p>	<p>Ventaja Especial *Comunicación directa y a través del distribuidor para satisfacer al cliente</p>	<p>Segmento de clientes</p>  <p>*Clientes Industriales: empresas especialistas en la fabricación de jugos, refrescos, productos lácteos, conservas, helados, pastelería entre otros usos</p> <p>*Clientes Institucional: son clientes que utilizan la pulpa de fruta como base para la preparación de postres, pasteles, bebida restaurantes, bares, pastelerías, hoteles, clubes, entre otras empresas del sector alimentario</p> <p>* Consumidor final: todas y cada una de las personas como las amas de casa que utilizan la pulpa de fruta para uso doméstico o del hogar para la preparación de recetas culinarias, jugos, batidos, postres, pasteles, helados, salsas, entre otros.</p>
	<p>Métricas Clave Implementación planta productiva</p> <p>* Gestión administrativa y productiva</p> <p>Recursos clave:</p> <p>*Infraestructura *Maquinaria y Equipos *Mano de Obra *Recursos Financieros</p>		<p>Canales Distribución a domicilio: la empresa ofrece la opción de envío de producto a domicilio para aquellos clientes corporativos e industriales como también a los clientes institucionales</p> <p>Venta en punto de fábrica: la empresa tendrá dispuesto un punto de venta en las instalaciones para la venta al por mayor y detal para los clientes masivos.</p> <p>Venta tienda a tienda</p>	

Estructura de Costes:

- * Costos Materia Prima
- * Costos de Producción (Insumos, Servicios, Mano de Obra, etc)
- * Costos de distribución y venta

**Fuentes de ingresos**

- * Aporte inicial Socios
- * Contrapartida de aliados del proyecto
- * Ventas de producto con valor agregado

**Modelo Running Lean de la empresa PULPIFRUT S.A.S**

OBJETIVOS DE INVESTIGACION

Con el fin de conocer las variables que determinan la decisión de compra del consumidor final para comprar o consumir pulpa de fruta natural se realizó una encuesta con consumidores potenciales, habitantes de la región en busca de recolectar información sobre las preferencias e intención de compra. además de diseñar un modelo de negocios para la empresa Pulpifrut S.A.S, utilizando el modelo CANVAS como modelo referente con el fin de mantener una gestión administrativa y organizacional de la planta despulpadora de frutas que permita el fortalecimiento productivo de la población rural del municipio de Montería ubicada en el departamento de Córdoba

TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación es cuantitativa ya que se aplica el método de encuesta para establecer la decisión de compra del consumidor y dichas respuestas son recogidas y medidas estadísticamente a través de tabulación de gráficas.

Encuesta

Pulpifrut S.A.S., empresa dedicada a la procesamiento, producción y distribución de pulpas de fruta 100% naturales, con domicilio en el municipio de Monteria (Córdoba), desarrolla una herramienta basada en una encuesta a habitantes de la región en busca de recolectar información sobre las preferencias e intención de compra.

Capítulo 3

Validación

FORMULARIO DE ENCUESTA

PULPIFRUT S.A.S

1. Prefiere acompañar sus comidas con
 - Gaseosa
 - Jugos naturales
 - Agua
2. ¿En su alimentación consume fruta?
 - Si
 - No
3. ¿Dónde prefiere adquirir frutas?
 - Tienda
 - Supermercado
 - Vendedor ambulante
4. ¿Qué problemas puede encontrar al momento de comprar fruta y no consumirla prontamente?
 - Fruta en mal estado
 - Tiempo de conservación corto
5. ¿Licua o Muele las frutas para su consumo en jugos?
 - Si
 - No
6. ¿De qué manera Consume su fruta?
 - Jugo

- Dulces
 - Coctel
 - Entera (fruta picada)
7. ¿Es indiferente entre comprar pulpa de fruta y la fruta en su estado natural?
- Si
 - No
8. ¿Ha consumido fruta en forma de pulpa concentrada?
- Si
 - No
9. Si consume pulpa. ¿Por qué razón la compra?
- Comodidad
 - Tiempo
 - Precio
10. ¿De las siguientes frutas cual es la que más le gusta consumir?
- Mango
 - Guayaba
 - Guanábana
 - Tamarindo
 - Níspero
 - Maracuyá
11. ¿Le es fácil adquirir la pulpa de fruta cerca a su lugar de residencia?
- Si
 - No

12. ¿Cree usted que existe una diferencia entre los beneficios que tiene la pulpa y la fruta entera?

- Si
- No

13. Para su beneficio, ¿invertiría en productos innovadores?

- Si
- No

14. ¿Compraría pulpa de fruta para apoyar un producto local?

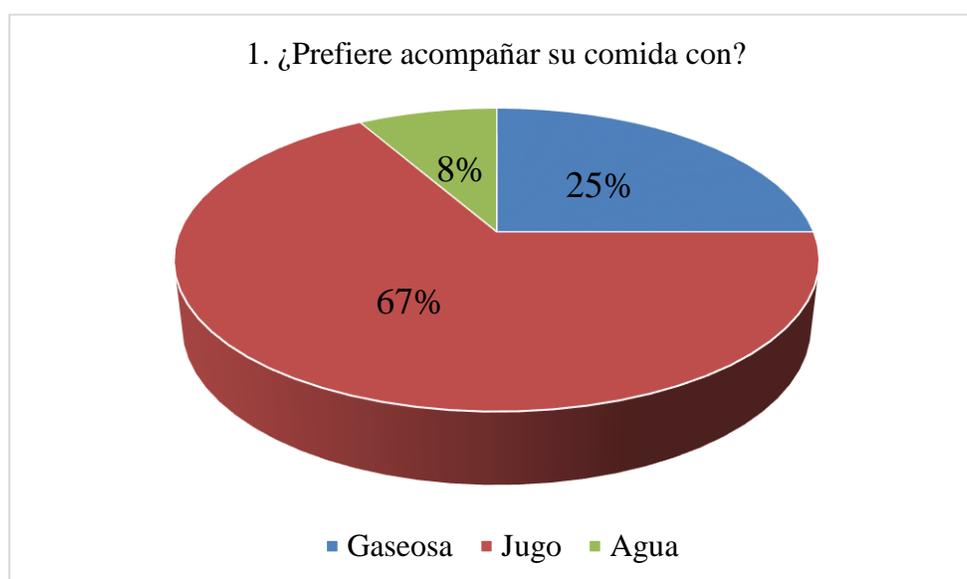
- Si
- No

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La encuesta se aplicó a habitantes del Municipio de Montería (Córdoba), con edades entre los 15 y los 60 años, con el objeto de analizar diferentes factores que permitan focalizar esfuerzos y estrategias, en cuento al mercado objetivo y nicho de mercado potencial, teniendo en cuenta las preferencias e intención de compra de los encuestados.

1. ¿Prefiere acompañar su comida con?

PREGUNTA 1		
A	Gaseosa	15
B	Jugo	40
C	Agua	5

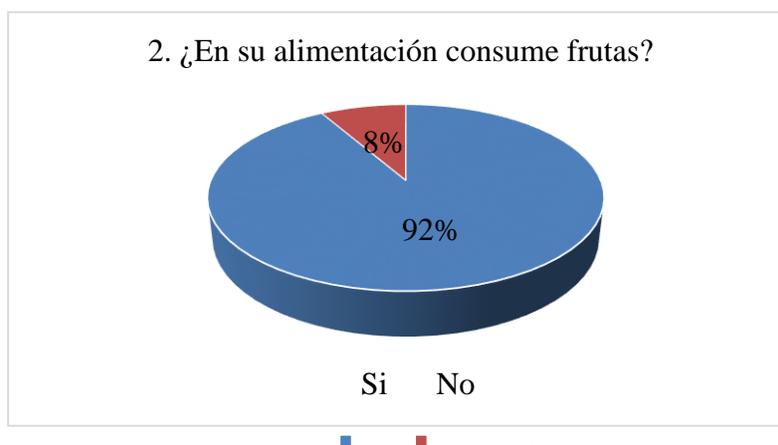


Grafica 6.

De las 60 personas encuestadas 40 manifiestan que prefieren acompañar sus comidas con Jugo ya que es una bebida natural y que aporta grandes beneficios al cuerpo y mejora la salud de quienes lo consumen.

2. ¿En su alimentación consume frutas?

PREGUNT A 2	
Si	55
No	5

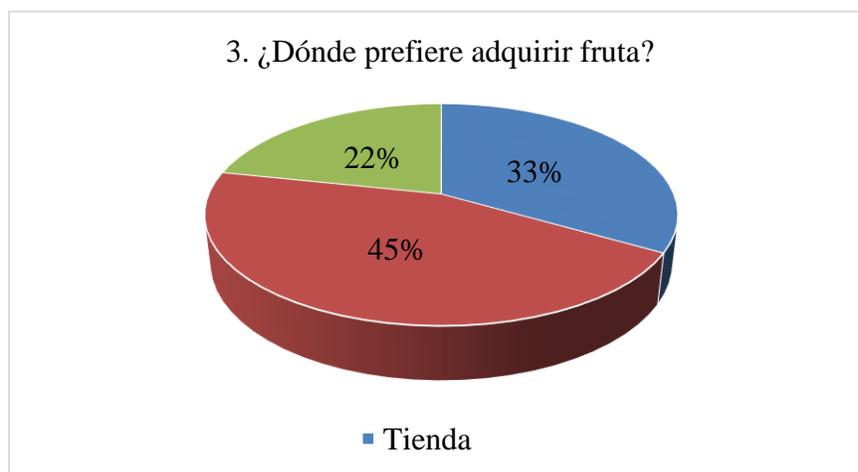


Gráfica 7.

El 92% de las personas encuestadas consume frutas en su alimentación, ya que aportan vitaminas, proteínas, ácidos grasos omega-3 y omega-6, y micronutrientes

3. ¿Dónde prefiere adquirir fruta?

PREGUNT A 3	
Tienda	20
Supermercado	27
Vendedor ambulante	13

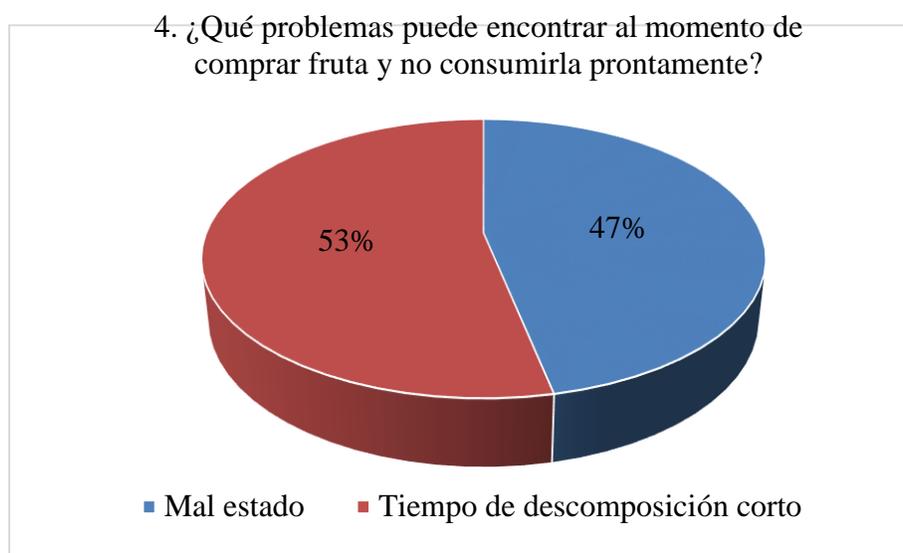


Gráfica 8.

El 33 % de las personas encuestadas prefiere adquirir la fruta en súper mercados, por la calidad e higiene de los productos

1. ¿Qué problemas puede encontrar al momento de comprar fruta y no consumirla prontamente?

PREGUNT A 4	
Mal estado	2 8
Tiempo de descomposición corto	3 2

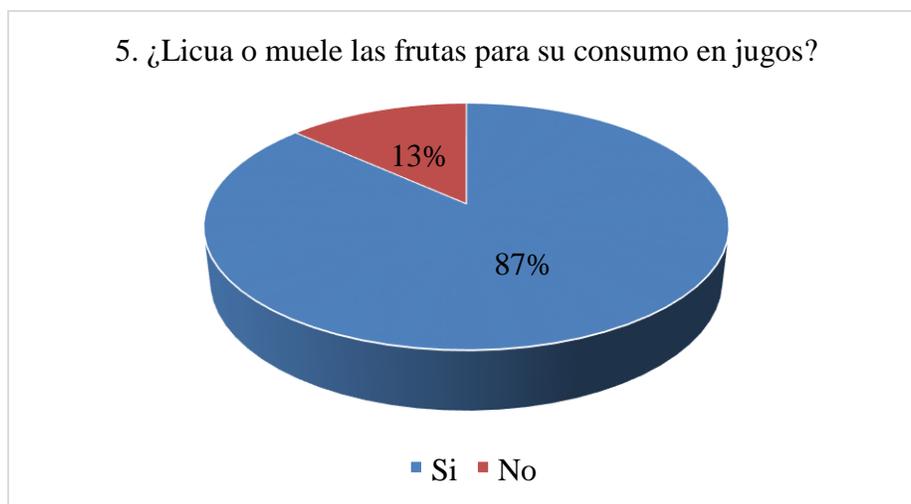


Grafica 9.

El 53% de las personas encuestadas coinciden que el problema que pueden encontrar al comprar fruta y no consumirla prontamente es el tiempo de descomposición corto, ya que dejan la fruta en la nevera y cuando van a consumirla está dañada.

2. ¿Licua o muele las frutas para su consumo en jugos?

PREGUNTA 5	
Si	52
No	8

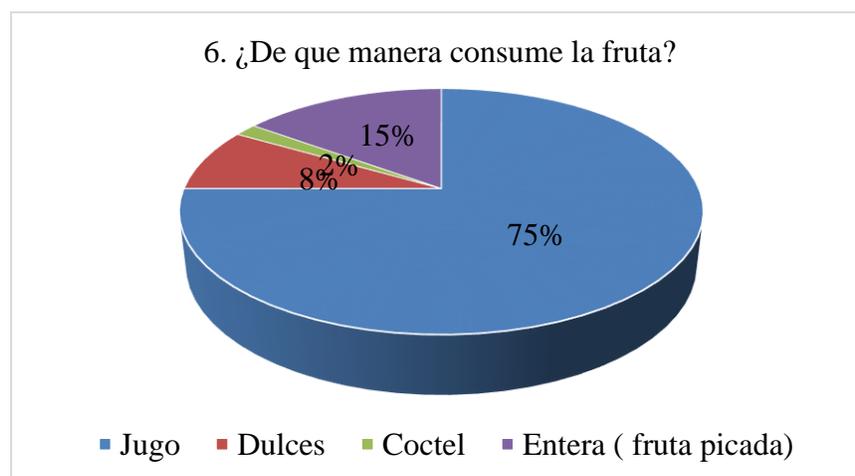


Gráfica 10.

El 87% de los encuestados licuan o muelen la fruta para su consumo en jugos, porque es la mejor manera para separar la pulpa y la piel de la fruta y obtener el jugo.

3. ¿De qué manera consume la fruta?

PREGUNT A 6	
Jugo	45
Dulces	5
Coctel	1
Entera (fruta picada)	9

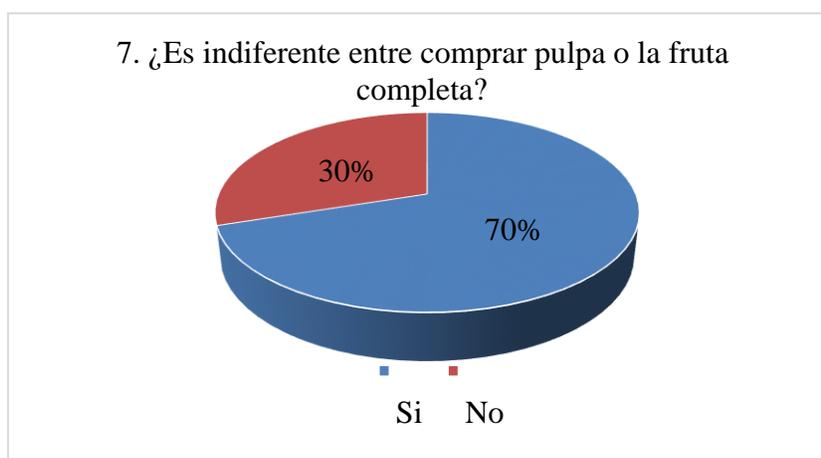


Grafica 11.

El 75% de los encuestados consume la fruta en jugo, porque lo puede disfrutar toda la familia además que sirve para acompañar las comidas y como bebida refrescante por el clima caliente de la ciudad.

4. ¿Es indiferente entre comprar pulpa de fruta y la fruta en su estado natural?

PREGUNTA 7	
Si	42
No	18

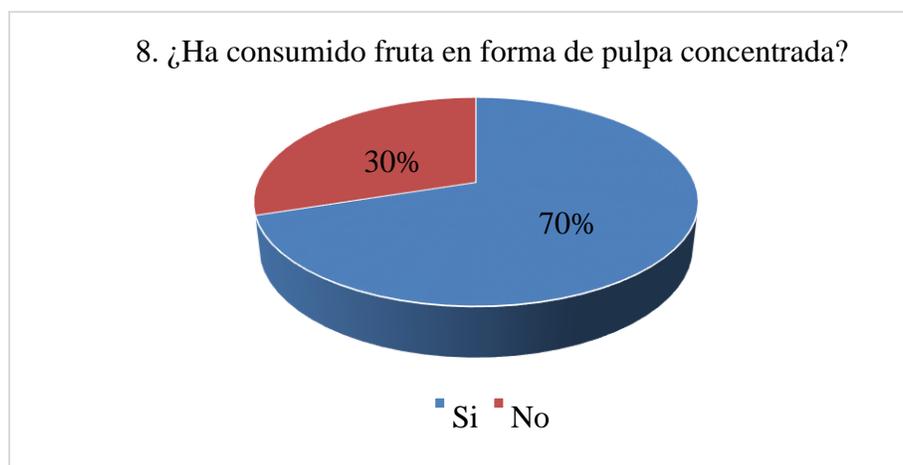


Grafica 12.

El 70% manifiestan ser indiferentes en comprar la fruta en su estado natural o pulpa, ya que no les importa su presentación siempre y cuando obtengan el mismo valor nutricional y fruta cien por ciento natural

5. ¿Ha consumido fruta en forma de pulpa concentrada?

PREGUNTA 8	
Si	42
No	18

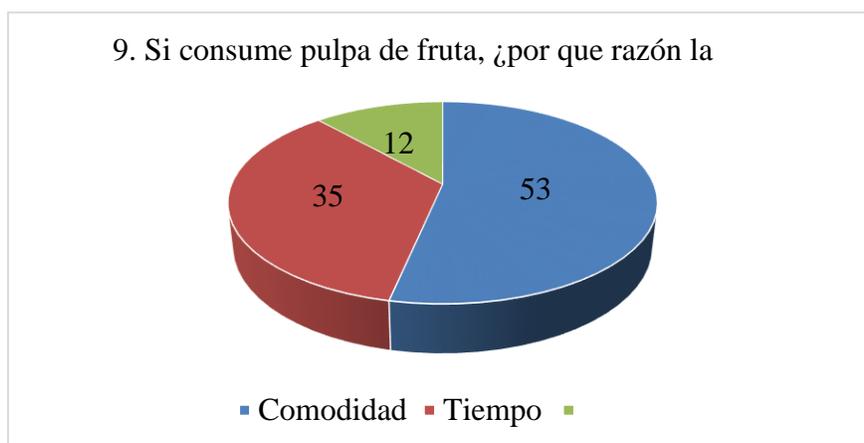


Grafica 13.

El 70 % de los encuestados manifiestan que han consumido fruta en forma de pulpa concentrada, porque les es más útil a la hora de preparar ya que no tiene que lavar, pelar y licuar.

6. Si consume pulpa de fruta, ¿Por qué razón la compra?

PREGUNTA 9	
Comodidad	32
Tiempo	21
Precio	7

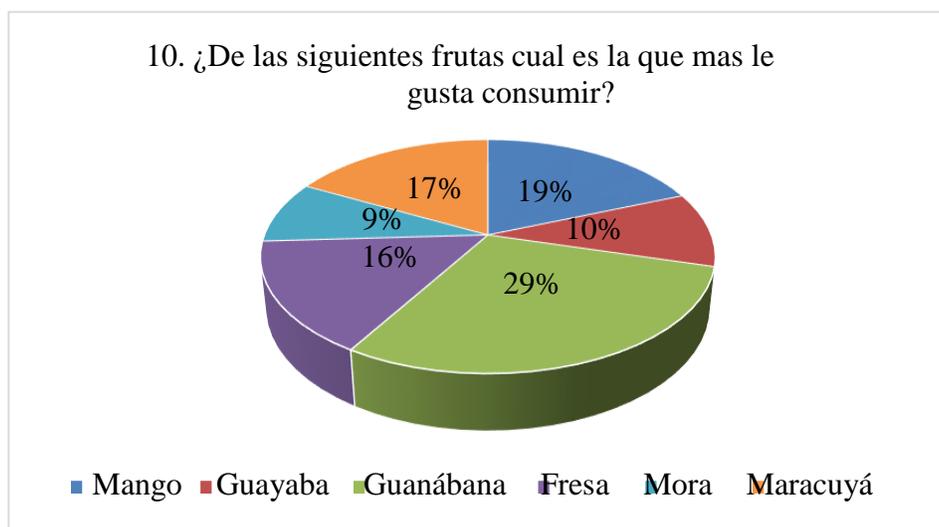


Grafica 14

El 53% de los encuestados consume pulpa de fruta por comodidad a la hora de la preparación por que no tiene que estar licuando.

7. ¿De las siguientes frutas cual es la que más le gusta consumir?.

PREGUNTA 10	
Mango	11
Guayaba	6
Guanábana	17
Fresa	9
Mora	5
Maracuyá	10

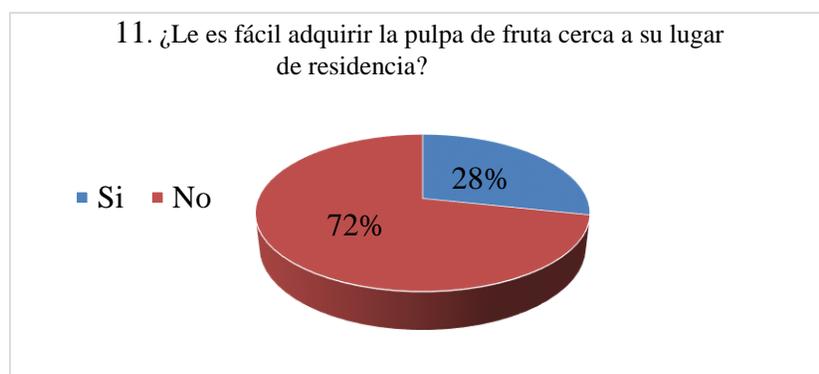


Grafica 15.

17 de las 60 personas encuestadas prefiere consumir guanábana ya que es baja en proteínas, pero igualmente aporta potasio, magnesio, calcio y vitaminas necesarias para el buen funcionamiento de los músculos. Además es una fruta típica de la región. Es baja en proteínas, pero igualmente los deportistas pueden consumirla porque aporta potasio, magnesio, calcio y vitaminas necesarias para el buen funcionamiento de los músculos.

8. ¿Le es fácil adquirir la pulpa de fruta cerca a su lugar de residencia?

PREGUNTA 11	
Si	17
No	43



Grafica 16.

El 72 % de las personas encuestadas manifiestan que no le es fácil adquirir pulpa de fruta cerca de su lugar de residencia ya que solo se encuentra en súper mercados.

9. ¿Cree usted que existe diferencia entre los beneficios que tiene la pulpa y la fruta entera?

PREGUNTA 12	
Si	22
No	38

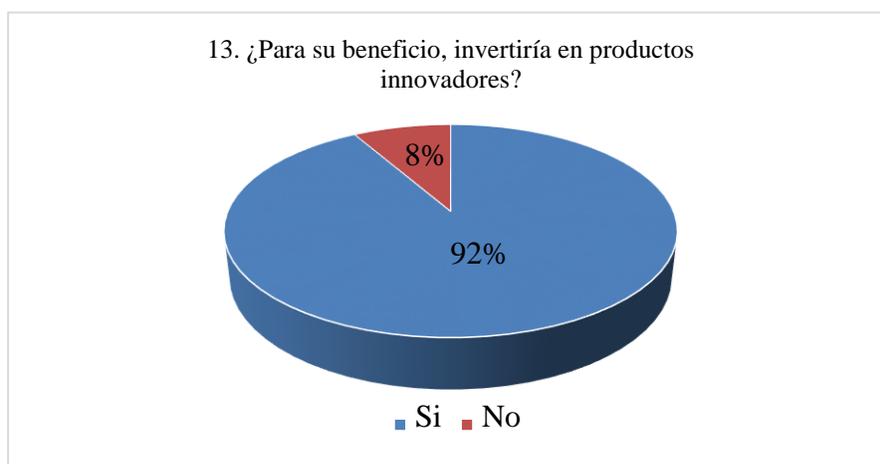


Grafica 17.

El 63% de los encuestados manifiestan no encontrar diferencia entre los beneficios de la pulpa de fruta y la fruta entera ya que la pulpa de fruta tiene el mismo valor nutricional de la fruta entera y es más fácil de preparar.

10. ¿Para su beneficio, invertiría en productos innovadores?

PREGUNTA 13	
Si	55
No	5



Gráfica 18.

El 92% de los encuestados coinciden en que invertirían en productos innovadores que les ayude en diferentes ámbitos como salud, ahorro de dinero y tiempo.

11. ¿Compraría pulpa de fruta para apoyar un producto local?

PREGUNTA 14	
Si	56
No	4



Grafica 19.

El 93% de los encuestados si compraría pulpa de fruta para apoyar el producto local ya que coinciden en que se debe generar fuentes de empleo en el municipio y apoyar a los campesinos.

El consumo aparente según la aplicación de la encuesta, refleja que las personas residentes en la región y zona de influencia de Pulpifrut S.A.S., prefieren y apoyarían el producto local, 100% natural, el hecho de comprar pulpa de fruta facilita su utilización a diferencia de las frutas en su estado normal, su intención de compra basada en precios bajos pero con calidad, ubicación del producto en mercados locales para su compra como punto estratégico a trabajar por parte de la empresa en busca de captar más clientes.

Por otro lado podemos determinar que el mercado regional es un mercado inexplorado por la competencia teniendo en cuenta que las personas manifiestan que no compran pulpa de fruta por cercanía de un mercado que las oferte cerca de su domicilio, lo que hace asegurar que las pulpas de fruta podrían estar solo a la venta en almacenes de grandes superficies.

Para finalizar podemos visualizar la preferencia de los encuestados por frutas como la guanábana, mango y maracuyá como los sabores principales hacia los cuales inclinarían su intención de compra; por tal razón Pulpifrut S.A.S. tiene entre su oferta pulpas de dichos sabores para suplir las necesidades y gusto de los clientes potenciales.

CONCLUSIONES.

El desarrollo de este proyecto nos permitió aplicar todos los conocimientos adquiridos en toda la carrera de Administración de Empresas, fortaleciendo nuestro perfil profesional orientado a nuestra etapa productiva la cual nos ayudara para afrontar nuevos desafíos en la globalización de los mercados.

Otras de las conclusiones a las que podemos llegar son:

☐ Teniendo en cuenta los análisis previos se concluye que para el procesamiento, producción y distribución de pulpas de frutas en la Región Caribe y expansión del mercado a nivel nacional, es necesario cumplir con las normas establecidas por el Gobierno Colombiano, ya que se busca brindar productos de alta calidad donde el consumidor tenga conocimiento de los efectos saludables al consumo.

☐ Concluimos que la zona de influencia donde está ubicada la empresa Pulpifrut S.A.S. cuenta con un mercado potencial teniendo en cuenta la inexistencia de competencia, generando oportunidad de negocio y posicionamiento en el mercado de alimentos, específicamente pulpas de frutas.

☐ Gracias a la encuesta realizada se pudo analizar las preferencias e intención de compra, arrojando resultados reveladores en cuanto al potencial de la oferta que Pulpifrut S.A.S. tiene para este nicho de mercado.

☐ Con el fin de generar responsabilidad con el medio ambiente es importante generar prácticas empresariales amigables caracterizadas por el adecuado manejo de materiales orgánicos mitigando riesgos nocivos para el entorno.

☐ Por medio de los estudios implementados la empresa despulpadora promueve efectividad en la producción de los cultivos, obteniendo niveles bajos de desperdicios de frutas, mejor aprovechamiento del suelo y así evitar una escasez futura.

☐ Por medio del desarrollo del presupuesto se concluye que el proyecto cumple con todos los parámetros para su ejecución, tanto plan de negocio, como recursos financieros, obteniendo proyecciones satisfactorias para beneficio de Pulpifrut S.A.S.

RECOMENDACIONES

☐ Se recomienda para la puesta en marcha de este proyecto, crear una página web donde se suministre información importante para los clientes y consumidores resaltando los beneficios y características de productos ofertados.

☐ Es recomendable para la financiación de este proyecto consultar diferentes fuentes o instituciones que apoyen emprendimientos, brindando oportunidad de pago de dichos recursos con tasas preferenciales y condonables, reduciendo gastos que beneficie a Pulpifrut S.A.S.

☐ Se recomienda tener en cuenta factores externos de mercado, como son los tratados de libre comercio y factores económicos que contribuyan a mejorar la línea de producción, en busca de la expansión nacional e internacional.

☐ Se recomienda a las entidades gubernamentales apoyar emprendimientos que favorezcan el impulso empresarial de la región propendiendo mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

☐ Es recomendable que el Gobierno Nacional apoye semilleros de investigación de las universidades, en cabeza de entidades como Colciencias, SENA, Bancoldex para que los emprendedores tengan conocimiento sobre los beneficios que otorgan.

☐ Es aconsejable, por parte de la corporación unificada de educación superior CUN incentivar a los estudiantes a conocer toda la información respecto a los proyectos y semilleros de investigación y los beneficios que facilita la universidad para la puesta en marcha de estos trabajos de investigación.

Lista de referencias

Fuente: Elaboración propia, con información recuperada de <http://www.dietas.net/tablas-y-calculadoras/tabla-de-composicion-nutricional-de-los-alimentos/frutas/frutas-frescas/>

<http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/bibliografia.html>

<http://www.lamolina.edu.pe/postgrado/pmdas/cursos/dpactl/lecturas/Separata%20Pulpas%20n%C3%A8ctares,%20merm%20desh,%20osmodes%20y%20fruta%20confitada.pdf>

<http://bdigital.unal.edu.co/3138/1/293693.2010.pdf>

<https://www.lifeder.com/indicadores->

<calidad/#:~:text=Los%20indicadores%20de%20calidad%20son%20las%20herramientas%20y,la%20compe titividad%20o%20la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20los%20consumidores.>

<https://tiposdeinvestigacion.org/ejemplos-de-investigacion-cualitativa-y-cuantitativa/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/fruta>

<http://www.pulpas-de-frutas.com/propiedadesfrutas-banano-maracuya-curuba-durazno-feijoa-frambuesa.htm>

(Fullen, 2007) en su libro “Great Business Plan for your small Business in 60 Minutes or Less” señala los propósitos de la creación de un plan de negocios.

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de proyectos. Edición 4. Mac Graw Hill.

www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2006228

Administración de Producción y Operaciones, Octava edición, Norman Gaither y Greg Frazier

Pág.5

Principios de Administración de Operaciones, Séptima edición, Jay Heizer y Barry Render Pág.

<https://www.invima.gov.co/documents/20143/441425/Resolucion-3929-2013.pdf/28252dd6-41eb-a575->

8ec4-c876e6326a5e

