

Snaps de frutas deshidratadas



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
*Educación de calidad al alcance de todos*  
Vigilada MinEducación

Proyecto De Grado

Snaps De Frutas Deshidratadas

Lady Johana Pinilla Ramírez

Lady Mariana Palacios Moreno

Cristopher Alexander Garzón Garnica

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Rectoría Cundinamarca

Centro Regional Zipaquirá

Administración De Empresas

Mayo, 2020

Snaps de frutas deshidratadas



**UNIMINUTO**  
Corporación Universitaria Minuto de Dios  
*Educación de calidad al alcance de todos*  
Vigilada MinEducación

Snaps De Frutas Deshidratadas

Lady Johana Pinilla Ramírez

Lady Mariana Palacios Moreno

Cristopher Alexander Garzón Garnica

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al

título de:

Administrador de Empresas.

Asesor:

Carlos Eduardo Martínez Albarracín

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Rectoría Cundinamarca

Centro Regional Zipaquirá

Administración De Empresas

## Snaps de frutas deshidratadas

Mayo, 2020

### **Dedicatoria**

El presente proyecto lo dedicamos primeramente a Dios quién supo guiarnos en este camino que decidimos emprender, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A nuestras familias quienes han estado presentes en cada paso que damos. Nuestros padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles.

A nuestros profesores por acompañarnos y ser nuestros tutores en este viaje de aprendizaje que estamos emprendiendo.

*“La dicha de la vida consiste en tener siempre algo que hacer, alguien a quien amar y alguna cosa que esperar”. Thomas Chalmers*

## Snaps de frutas deshidratadas

### **Agradecimientos**

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos el grupo de trabajo. A nuestros maestros quienes a lo largo de este tiempo nos han brindado tutoría, apoyo y conocimiento para el desarrollo de este nuevo plan estratégico de negocio.

Finalmente, un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió sus puertas a jóvenes como nosotros, para prepararnos para un futuro competitivo y formarnos como personas de bien.

## Tabla De Contenido

<b>Dedicatoria</b> .....	3
<b>Agradecimientos</b> .....	4
<b>Tabla De Contenido</b> .....	5
<b>Lista De Tablas</b> .....	7
<b>Lista De Figuras</b> .....	8
<b>Lista De Anexos</b> .....	9
<b>Resumen</b> .....	10
<b>Abstract</b> .....	11
<b>Introducción</b> .....	12
<b>1. Definición Del Problema</b> .....	13
<b>2. Justificación</b> .....	18
<b>3. Objetivos</b> .....	19
<b>3.1. General</b> .....	19
<b>3.2. Específicos</b> .....	19
<b>4. Marco Referencial</b> .....	20
<b>4.1. Marco Contextual</b> .....	20
<b>4.2. Marco Institucional</b> .....	21
<b>4.3. Marco Legal</b> .....	22
<b>4.4. Marco Teórico</b> .....	25
<b>4.5. Marco Conceptual</b> .....	30
<b>4.6. Estado Del Arte</b> .....	32
<b>5. Diseño Metodológico</b> .....	34
<b>5.1. Alcance De La Investigación</b> .....	34
<b>5.2. Enfoque De Investigación</b> .....	34
<b>5.3. Variables E Indicadores</b> .....	34
<b>5.4. Universo De Estudio</b> .....	35
<b>5.5. Diseño Comprobatorio</b> .....	36
<b>6. Resultados</b> .....	39

## Snaps de frutas deshidratadas

<b>7. Análisis Y Discusión De Resultados</b> .....	56
<b>8. Conclusiones</b> .....	66
<b>9. Recomendaciones</b> .....	68
<b>10. Referencias</b> .....	69
<b>11. Anexos</b> .....	73

### Lista De Tablas

Tabla 1: Leyes a cumplir.....	22
Tabla 2: Muestreo .....	35
Tabla 3: Tabulación encuesta pregunta 1.....	39
Tabla 4: Tabulación encuesta pregunta 2.....	40
Tabla 5: Tabulación encuesta pregunta 3.....	41
Tabla 6: Tabulación encuesta pregunta 4.....	42
Tabla 7: Tabulación encuesta pregunta 5.....	43
Tabla 8: Tabulación encuesta pregunta 6.....	44
Tabla 9: Tabulación encuesta pregunta 7.....	46
Tabla 10: Tabulación encuesta pregunta 8.....	46
Tabla 11: Tabulación encuesta pregunta 9.....	48
Tabla 12: Tabulación encuesta pregunta 10.....	49
Tabla 13: Tabulación encuesta pregunta 11.....	50
Tabla 14: Tabulación encuesta pregunta 12.....	51
Tabla 15: Tabulación encuesta pregunta 13.....	52
Tabla 16: Tabulación encuesta pregunta 14.....	52
Tabla 17: Tabulación encuesta pregunta 15.....	54
Tabla 18: Ficha Técnica de la encuesta .....	55
Tabla 19: Comercio en comuna 1 .....	56
Tabla 20: Comercio en comuna 2 .....	57
Tabla 21: Comercio en comuna 3 .....	57
Tabla 22: Comercio en comuna 4 .....	59
Tabla 23: Comercio en Comuna 5 .....	59
Tabla 24: Competencia .....	59
Tabla 25: Plan de marketing .....	60

**Lista De Figuras**

Ilustración 1: Ecuación estadística - Muestreo .....	36
Ilustración 2: Gráfica encuesta pregunta 1.....	39
Ilustración 3: Gráfica encuesta pregunta 2.....	41
Ilustración 4: Gráfica encuesta pregunta 3.....	41
Ilustración 5: Gráfica encuesta pregunta 4.....	42
Ilustración 6: Gráfica encuesta pregunta 5.....	44
Ilustración 7: Gráfica encuesta pregunta 6.....	45
Ilustración 8: Gráfica encuesta pregunta 7.....	46
Ilustración 9: Gráfica encuesta pregunta 8.....	47
Ilustración 10: Gráfica encuesta pregunta 9.....	48
Ilustración 11: Gráfica encuesta pregunta 10.....	49
Ilustración 12: Gráfica encuesta pregunta 11.....	50
Ilustración 13: Gráfica encuesta pregunta 12.....	51
Ilustración 14: Gráfica encuesta pregunta 13.....	52
Ilustración 15: Gráfica encuesta pregunta 14.....	53
Ilustración 16: Gráfica encuesta pregunta 15.....	54



**Lista De Anexos**

Anexo 1: Encuesta ..... 73

## Snaps de frutas deshidratadas

### **Resumen**

Este proyecto de investigación se centra en el estudio del mercado para la comercialización de fruta Deshidratada en Zipaquirá Cundinamarca. Se usaron sistemas de recolección de información para conocer las opiniones y gustos de las personas, y por ende analizar el impacto que este producto puede llegar a generar

Analizando los resultados obtenidos, se puede evaluar que es una oportunidad de negocio viable, ya que hoy en día los seres humanos buscan productos saludables y requerimientos nutricionales para el bienestar de estos, y además en el nicho del mercado que queremos abarcar la competencia es reducida.

El proyecto plantea la comercialización de Snaps de frutas deshidratadas que abastecía las 5 comunas del municipio, ofreciendo el producto a los diferentes supermercados. Así mismo va dirigido al público en general ya que es una fuente nutritiva.

### **Palabras Clave**

Análisis, clientes, deshidratación, distribución, empresa, frutas, investigación, plan de mercadeo, población, salud, Snaps.

**Abstract**

This research project focuses on the study of the market for the commercialization of Dehydrated fruit in Zipaquira Cundinamarca. Information collection systems were used to find out people's opinions and tastes, and therefore analyze the impact that this product can generate.

Analyzing the results obtained, it can be evaluated that it is a viable business opportunity, since today humans seek healthy products and nutritional requirements for their well-being, and in the niche of the market that we want to cover the competition is reduced.

The project proposes the commercialization of dehydrated fruit snaps that supplied the 5 communes of the municipality, offering the product to the different supermarkets. It is also aimed at the general public since it is a nutritious source.

**Keywords**

Analysis, clients, dehydration, distribution, company, fruits, research, marketing plan, population, health, Snaps.

## Snaps de frutas deshidratadas

### **Introducción**

La presente investigación se basa en la importancia que tiene crear una empresa dedicada a la comercialización de fruta deshidratada en Zipaquirá Cundinamarca; para esto es necesario realizar un estudio de mercado que satisfaga la necesidad de consumir productos orgánicos, darle un sentido empresarial a este producto cumpliendo con estándares de calidad, nutrición e innovación supliendo así una necesidad identificada que es la vida saludable de los seres humanos.

Los Snaps de Frutas deshidratadas entra supliendo una necesidad, reduciendo tiempos y costos en traslados a otras ciudades para adquirir el producto. Se pretende Iniciar la investigación del mercado con el fin de verificar la posibilidad real de penetración del producto en el mercado.

## Snaps de frutas deshidratadas

### 1. Definición Del Problema

No se conoce de la existencia de una empresa que se dedique a la comercialización de frutas deshidratadas en la ciudad de Zipaquirá, por lo tanto, se desconoce si Zipaquirá es un mercado potencial para comercializar este producto y por medio de esta investigación se quiere conocer la viabilidad de una empresa dedicada a este objetivo.

Se tiene en cuenta para esta investigación los estudios sobre nutrición en Colombia que revelan serios problemas de salud asociados con los hábitos alimentarios, la empresa Snap de Frutas quiere incorporar al mercado sus productos de frutas deshidratadas, dando como una nueva alternativa alimentos saludables, basándose en los estudios estadísticos presentados.

La mala alimentación, el sedentarismo y poca cultura de los buenos hábitos de salud ha generado que “más de la mitad de los adultos colombianos entre 18 y 64 años (56 por ciento) tiene sobrepeso u obesidad. La desnutrición crónica en la primera infancia (0 a 4 años) se ubicó en el 10 por ciento. Y más de la mitad de los hogares no tienen acceso suficiente, adecuado y de calidad a los alimentos necesarios para una vida saludable y activa en todos sus integrantes”<sup>1</sup>. (FERNÁNDEZ, 2020)

El escaso conocimiento sobre la alimentación saludable ha arrojado estudios estadísticos que demuestran que “El 60% de la población adulta de Colombia tiene malas costumbres a la hora de alimentarse, muchos no saben elegir o desconocen las propiedades nutricionales de los diferentes alimentos que consumen a diario”. (Portafolio, 2019)

## Snaps de frutas deshidratadas

En otros datos estadísticos “se preguntó a los colombianos que ingerían, 7 de cada 10 explicó que suele incorporar a su dieta comida comprada en la calle y el 36,6% expresó que consume golosinas todos los días”. (Colombia, 2014)

Para el desarrollo de la investigación se hace necesario conocer los antecedentes que permitieron el desarrollo del modelo de negocio denominado Snap de Fruta deshidratada, esto con el fin de ubicar en un contexto.

Como primer antecedente se conoce el estudio del fortalecimiento de la cadena de valor de los snacks nutritivos con base en fruta deshidratada en El Salvador

Resultados de la discusión sobre el diagnóstico, la CEPAL propuso cinco programas con un total de 14 estrategias que igualmente fueron validadas por medio de un proceso participativo público y privado en otra mesa de diálogo. Los cinco programas propuestos fueron:

- a) Gobernanza de la cadena de fruta deshidratada
- b) Capacitación y entrenamiento del recurso humano
- c) Inclusión de pequeños productores de fruta
- d) Innovación y calidad en frutales y deshidratados
- e) Comercialización para la consolidación del mercado interno y de exportación. Cabe señalar que, al término de la segunda mesa de diálogo, los deshidratadores de fruta se reunieron para acordar la conformación de una asociación, en la que se definieron objetivos y se acordó crear un modelo de negocio funcional y sostenible. De la reunión entre los deshidratadores se

## Snaps de frutas deshidratadas

concluyó que la tarea más urgente es un análisis de la competitividad de sus productos y de los nichos de mercado en los que potencialmente pueden incursionar sus productos (Indira Romero, 2016)

La investigación tiene en cuenta el estudio para implementar una empresa de comercialización de frutas secas o deshidratadas al mercado nacional de la ciudad de Guayaquil a través de una plataforma en línea de comercio electrónico.

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Unicef) indica que la desnutrición infantil es un problema difícil de erradicar. Desde el vientre y hasta los cinco años se da una de las etapas más importantes en la vida de un ser humano, determinante para su desarrollo físico y mental. Es una etapa definitiva, porque lo que allí sucede es irreversible. Al menos 1 de cada 5 niños menores de cinco años tiene baja talla para la edad es decir desnutrición crónica. El 12% de los niños tiene desnutrición global, es decir bajo peso para la edad. El 16% nacen con bajo peso. Seis de cada 10 embarazadas y 7 de cada 10 menores de 1 año sufren de anemia por deficiencia de hierro.

Estas cifras casi se duplican en poblaciones rurales e indígenas. En vista a la desnutrición crónica y anemia que sufren niño y mujer embarazada se recomienda el consumo de frutos secos o deshidratados ya que son alimentos muy energéticos, ricos en grasas, en proteínas, así como en oligoelementos. Según el tipo de fruto seco, también cuentan con buenas cantidades de vitaminas (sobre todo del grupo B) o ácidos grasos omega 3 (poliinsaturados).

Se pueden distinguir dos grandes grupos de frutos secos; Frutos secos que vienen rodeados por una cáscara dura. Ej.: almendra, avellanas, macadamia, nueces, nueces de anacardo, tocte,

## Snaps de frutas deshidratadas

piñones, pistacho, semillas de girasol, cacahuates, entre otros. Los provenientes de frutas desecadas o deshidratadas, tales como las uvas pasas, las ciruelas desecadas, los orejones de albaricoque, dátiles, higos, banano, mango, piña, etc. (Leon, 2016)

Por último, se acoge como referencia el plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de fruta deshidratada

Investigación: Desarrollar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de fruta deshidratada posibilitando la reducción del desperdicio en Colombia. El objetivo es el de aprovechar ciertos factores como las privilegiadas condiciones climáticas en Colombia que permiten la producción de frutas, las condiciones de los suelos y la variedad de frutas exóticas, ya que el sector frutícola representa una importante fuente de crecimiento de la agricultura.

Por otro lado el desperdicio de algunas frutas, principalmente el mango se debe al inadecuado manejo de postcosecha, lo cual representa unas elevadas pérdidas afectando de manera negativa el sector frutícola nacional, de esta problemática surgió la pregunta ¿De qué manera es posible aprovechar el desperdicio de las frutas para la creación de una idea de negocios en la que se reduzca desperdicio de dicha fruta en un porcentaje considerable y así mismo aprovechar sus propiedades durante todo el año generando al mismo tiempo un impacto social en las zonas con bajos índices de empleo y del mismo modo generar utilidades mediante una posterior comercialización? Por esta razón nació la idea de conservar las frutas mediante el proceso de deshidratación para prolongar la vida útil de la fruta mientras se conservan todos sus nutrientes y propiedades. Ya que es un método que responde de mejor manera a las necesidades del sector frutícola para así lograr disminuir las grandes pérdidas y darle un mejor uso al exceso



## Snaps de frutas deshidratadas

de mango que se acumula en algunas regiones del país en las épocas de cosecha. (Juan Sebastián, Bogota 2011)

## 2. Justificación

Esta investigación se realiza con el fin de dar a conocer la importancia que tiene el estudio de mercado en la viabilidad comercial de empresa Snaps, dedicada a la distribución y comercialización de fruta deshidratada en la sabana centro de Cundinamarca; teniendo en cuenta que este producto es necesario para una vida saludable del ser humano.

Según el instituto nacional de salud de Colombia, en un estudio principal realizado para el año 2015 y complementado con otros estudios en años posteriores, el cual fue publicado en julio de 2019, da a conocer que: gran mayoría de la población presenta deficiencias en el consumo de alimentos, los cuales aporten al cuerpo elementos esenciales como: vitaminas A, B, C, D, E o Zinc, hasta en un 43% dependiendo del lugar donde reside. Otra parte fundamental del estudio anuncia que existe malos hábitos alimenticios, específicamente malnutrición en gran parte de las etnias indígenas por la ingesta de productos alimentarios poco saludables. (Colombia I. N., 2020)

En la actualidad se presenta una tendencia en las zonas urbanas buscando el cuidado de la salud a partir de diferentes acciones, y así mismo el obtener una figura saludable respecto al cuidado del cuerpo. El mercado ofrece una variedad de productos y servicios al consumidor, que aparentan de una u otra forma satisfacer las necesidades.

La deshidratación es una técnica para conservar los alimentos; existe un nicho de mercado interesado en consumir frutas y vegetales deshidratados que preferentemente son utilizados por la industria alimenticia como materia prima para elaborar otros alimentos para consumo humano. La fruta deshidratada es una alternativa para que el ama de casa introduzca el consumo de fruta en niños y jóvenes a través de Snaps nutritivos que aporten los requerimientos nutricionales

## Snaps de frutas deshidratadas

adecuados para este grupo de consumidores jóvenes, sin embargo, tiene inconvenientes en cuanto al precio más alto que la fruta fresca y la estacionalidad de la producción de las variedades de fruta.

No obstante, los Snaps de frutas deshidratadas se pueden posicionar como una alternativa saludable a la variedad al mercado de la comida sana.

### **3. Objetivos**

#### **3.1.General**

Elaborar un estudio de mercadeo en Zipaquirá Cundinamarca que determine la viabilidad comercial de la empresa Snaps de frutas Deshidratadas, beneficiando a las personas que buscan un hábito saludable.

#### **3.2.Específicos**

- Establecer el tipo de población destinada a ser el mercado objetivo, conociendo probables tendencias de sus hábitos.
- Identificar la intención de consumo que tienen los habitantes de Zipaquirá frente a un nuevo producto llamado Snaps de frutas deshidratadas.
- Conocer donde se ubica el mayor índice de mercado potencial para los snacks de frutas deshidratadas.
- Analizar la oportunidad de mercado que tienen los snacks de frutas deshidratadas en la ciudad de Zipaquirá a través de instrumentos como sondeos o encuesta.

## 4. Marco Referencial

### 4.1. Marco Contextual

Esta investigación de mercado se realiza en el municipio de Zipaquirá, Cundinamarca; ubicado en el centro del País. Con el fin de determinar la factibilidad de un emprendimiento para el procesamiento y comercialización de snacks de frutas deshidratadas, se busca conocer la viabilidad del proyecto y el impacto tipo “snack”.

Zipaquirá, Cundinamarca, se encuentra conformado por 5 comunas, según el POT 2020, las cuales se conforman por una serie de barrios, los cuales son:

COMUNA UNO: Centro – Terraplén - Urbanización San Antonio – La Concepción- Casablanca – Camino Real – Cataluña – Mirador del Zipa – Villa Catalina – Portachuelo.

COMUNA DOS: La Floresta – Potosí I, II, III, - Primero de Mayo – Los Coclés – San Juanito – Uricia – El Edén – Altamira – Samaria – Tejar – Los Cedrales – San Antonio – Los Cábulos – Bosques del Zipa – La Libertad – Altos de Samaria – El Codito la Gran Cuadra – Bolívar 83 – Zipa vivienda Siglo XXI – El Porvenir del Zipa – Univivir – Altos de Villa María – Nuevo Horizonte Altamirano.

COMUNA TRES: La Esmeralda – Liberia – San Carlos – Reposo – Santa Mónica – Villa María – La Paz – Parcelación Santa Isabel II – Santa Rita I, II, III – San Luis – La Esperanza – La Florida – Los Comuneros I y II Sector – Villa Marina – Estación Salinas – Prados del Mirador – Villa Unión – Altos de San Carlos – Rincón del Zipa – Santa Clara – El Prado – San Rafael – El Rodeo – Santa Isabel.

## Snaps de frutas deshidratadas

COMUNA CUATRO: Algarra I, II, III y IV – San Pablo – Julio Caro – Las Villas – Villa One – Zipalandia – Asprovitez – Villas del Rosario – Los Urapanes – Urbanización Colombia – La Codorniz – Nueva Castilla – Torres del Zipa.

COMUNA CINCO: Rincón de Barandillas, Portal de Barandillas, Camino de Barandillas.

(Alcaldía de Zipaquirá, 2020)

El mercado de consumidores al que se dirige el estudio es a hombres y mujeres de cualquier edad y profesión en Zipaquirá, que gustan de lo natural y saludable y que están dispuestas a incentivar a sus hijos a consumir un snack saludable basado en frutas deshidratadas.

Las empresas dedicadas actualmente a la producción y comercialización de frutas deshidratadas en Zipaquirá – Cundinamarca, son escasas; sin embargo, su consumo es cada vez más penetrante, debido al cuidado de la salud, que incita a las personas a consumir productos orgánicos, mostrando esto una oportunidad real de incursionar en el mercado, ya que la ciudad ofrece las condiciones necesarias para el montaje de empresas con estas características. Además, los frutos secos tienen una importante cantidad de fibra alimentaria que ayuda a combatir problemas de estreñimiento y puede modificar la absorción de ciertas sustancias.

### **4.2.Marco Institucional**

Snacks de frutas deshidratadas es una idea de emprendimiento, que en este momento está elaborando un estudio de viabilidad comercialización de frutas deshidratadas en empaque.

Esta investigación de mercado se va a desarrollar en la ciudad de Zipaquirá en donde se quiere conocer si la producción y comercialización de este producto es viable en esta localidad. Se ha ido construyendo esta investigación hace dos semestres con los aportes de las diferentes clases.

### 4.3. Marco Legal

Este proyecto se encuentra en el marco monografía, por lo cual es de suma importancia mencionar las normas que debe cumplir Snaps de frutas deshidratadas, a continuación, encontraran una tabla con cada una de las normas que se deben cumplir; contiguo a dicha tabla se menciona el listado de registros o inscripciones que debe cumplir la empresa para poder poner en marcha su funcionamiento.

*Tabla 1: Leyes a cumplir*

TIPO DE NORMA	NÚMERO	DISPOSICIONES	FUENTE
MANDATO ARTICULO C.P.	Art 43	Durante el embarazo y después del parto la mujer goza de especial asistencia y protección del Estado, y recibe de éste un subsidio alimentario si se encuentra desempleada o desamparada	(plataformacelac.org, 2020)
MANDATO ARTICULO C.P.	Art 44	Derecho fundamental a la alimentación balanceada de los niños	(plataformacelac.org, 2020)

## Snaps de frutas deshidratadas

MANDATO ARTICULO C.P.	Art 46	el Estado garantiza a las personas de la tercera edad un subsidio alimentario en caso de indigencia	(plataformacelac.org, 2020)
Resolución	2674 de 2013	Requisitos sanitarios y buenas prácticas de manufactura	(foman.com.co/, 2020)
Resolución	2505 de 2004	Reglamenta el transporte de alimentos de manera adecuada	(foman.com.co/, 2020)
Resolución	5109 de 2005	Regula el Etiquetado de alimentos	(foman.com.co/, 2020)
Resolución	719 de 2015	Reglamenta la clasificación de alimentos para consumo humano	(foman.com.co/, 2020)
Norma técnica sectorial	NTS-USNA Sectorial Colombiana 007 del 2017	NORMA SANITARIA DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	( <a href="http://www.mincit.gov.co">http://www.mincit.gov.co</a> , 2020)
MANDATO ARTICULO C.P.	Art. 25	El trabajo es un derecho y una obligación social	(COLOMBIA C. N., 2020)
LEY	100 de 1993	Reglamenta los regímenes de seguridad social	(legislacion.vlex.com.co, 2020)

## Snaps de frutas deshidratadas

LEY	1429 de 2010	Formalización y generación de empleo	(legislacion.vlex.com.co, 2020)
C.S.T.	5/08/1950	La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores	(COLOMBIA S. R., 2020)
LEY	Decreto 624 1989	El cual expide el estatuto tributario de los impuestos administrativos DIAN	(secretariassenado.gov.co, 2020)
LEY	Decreto 390 del 2016	Estatuto de la regulación aduanera	(www.dian.gov.co, 2020)
LEY	1943 DEL 28 de diciembre del 2018	Dictan normas sobre impuesto a las ventas e impuesto al consumo	(www.dian.gov.co, 2020)
Ley	Decreto 1581 del 2012	Por el cual se dictan disposiciones generales para el tratamiento de datos personales	(www.secretariassenado.gov.co, 2020)

*Fuente: Propia*

Por consiguiente, se debe cumplir con unos registros para la puesta en marcha del proyecto ante algunas entidades como lo son:

- Cámara De Comercio



## Snaps de frutas deshidratadas

- Certificado De Sayco & Acinpro
- Concepto Sanitario Dado Por La Secretaria De Salud
- Uso De Suelo
- Registro De Publicidad Exterior Visual
- Concepto Técnico De Seguridad Humana Y Protección Contra Incendios
- Inscripción En El RUT
- Inscripción Ante El RIT
- Certificado De Manipulación De Alimentos
- Depósito De La Enseña Comercial

(Camara de comercio de Bogotá, 2020)

### **4.4.Marco Teórico**

En este estudio se mencionará la metodología que utilizará Snaps de frutas deshidratadas, para poner en marcha su funcionamiento, se agruparan distintas teorías tanto administrativas como de mercadotecnia, a continuación, se hará una breve descripción.

- La teoría principal en la que se basara la compañía es JUST IN TIME – JIT (justo a tiempo), es un sistema de organización empresarial de origen japones, el cual es conocido por el exitoso caso dado en Toyota Motors. Su creador fue Taiichi Ohno, en la década de los 80', puesto que los métodos empleados hasta los 70' para producir comenzaron a ser ineficientes.

Se ha escogido esta metodología puesto que tiene ventajas en la producción industrial alimentaria, como:

## Snaps de frutas deshidratadas

- ✓ Eliminar desperdicios durante el proceso productivo.
- ✓ Tener trabajadores polivalentes los cuales pueden apoyar cualquier proceso.
- ✓ Producción pull, es decir realizar producción del mismo número de unidades solicitadas por pedido.
- ✓ Envolver al talento humano en la estrategia y la táctica que tiene la empresa Snaps de frutas deshidratadas.
- ✓ Busca Ser simple con el fin de que cada integrante del equipo sea lo mayormente eficaz.
- ✓ Disminuir gastos por almacenamiento puesto que un producto final almacenado por un tiempo determinado genera un rubro negativo en la contabilidad de la empresa.
- ✓ Eliminar la sobreproducción lo cual hace que haya almacenamiento innecesario, y lo más importante haya problema con las fechas de vencimiento de los Snaps.
- ✓ Disminuir averías con un correcto proceso de calidad para el producto final o mantenimiento para la maquinaria.
- ✓ Disminuir los defectos del producto final, con el fin que los Snaps de frutas lleguen al cliente y este quede satisfecho o supere sus expectativas.
- ✓ Disminuir el tiempo ocioso buscando que los trabajadores polivalentes puedan apoyar áreas en momentos de poco trabajo.
- ✓ Control de calidad estricto con el fin que no haya requerimientos, quejas o reclamos por parte de los consumidores.
- ✓ Conocer a los proveedores con el fin de ayudar a mejorar siempre la calidad.

## Snaps de frutas deshidratadas

(Geinfor, 2020)

Esta teoría será la más apropiada para la distribución y conocimiento de proveedores en Snaps de frutas deshidratadas.

- El complemento del JIT será la teoría de sistemas (TS), la cual fue creada por el alemán Ludwing von Bertalanffy, esta teoría fue creada entre la década de los 50 y 60 del siglo pasado. Se toma un fragmento como aporte fundamental para desarrollar este proyecto puesto que toca temas tales como:
  - ✓ se integran diversas ciencias naturales o sociales.
  - ✓ involucra sistemas físicos, abstractos, abiertos o cerrados.
  - ✓ Cuenta con elementos importantes que el JIT ya menciona estos son: entradas de productos, salida de productos, procesamiento, retroalimentación y ambiente.
  - ✓ Busca el crecimiento de las empresas
  - ✓ “La organización debe ser visualizada como constituida de muchos subsistemas que están en interacción dinámica unos con otros”.
  - ✓ Incluye cultura y clima organizacional.
  - ✓ Dinámica o movimiento del sistema completo.
  - ✓ Concepto de eficacia.
  - ✓ Busca basarse en roles específicos para cada área dentro del sistema.

(sites.google.com/, 2020)

Esta teoría será la más apropiada para el tema de producción en la planta de Snaps de productos deshidratados.

## Snaps de frutas deshidratadas

- los pensamientos en los cuales se basan este trabajo, en lo concerniente en la mercadotecnia están basados en Philip Kotler, J. Marshall y en E. Jerome McCarthy.
  - ✓ Del padre del Marketing, Philip Kotler se ha tomado los 10 mandamientos que rigen la comercialización de un producto o servicio, estos son:
    - ✓ Ama a tus clientes y respeta a tus competidores.
    - ✓ Sensibilízate ante el cambio y muéstrate dispuesto a la transformación.
    - ✓ Cuida tu nombre y sé claro respecto a quién eres.
    - ✓ Los clientes son diferentes; dirígete primero a aquellos a los que más puedas beneficiar.
    - ✓ Ofrece siempre un buen envase a un precio justo.
    - ✓ Muéstrate siempre localizable y lleva la buena nueva.
    - ✓ Consigue clientes, consérvalos y haz que crezcan.
    - ✓ Sea cual sea tu negocio, es una empresa de servicios.
    - ✓ Perfecciona continuamente tu proceso de negocio en términos de calidad, coste y entrega.
    - ✓ Recaba información relevante, pero utiliza tu sensatez para tomar la decisión final.

([www.reasonwhy.es](http://www.reasonwhy.es), 2020)

- ✓ De J. Marshall tomamos el fragmento: “la teoría económica se basa en la exposición del conocimiento y poder que tiene el consumidor para satisfacer sus necesidades. Sus decisiones de compra y comportamiento de consumo están orientadas hacia la satisfacción máxima de su utilidad y tendrán el poder adquisitivo óptimo para pagar el producto o servicio que más utilidad le

## Snaps de frutas deshidratadas

brinde. Ellos se fijan mucho en la relación de costo – beneficio en cada acción o decisión que tome. La elección del consumidor es racional e independiente del entorno y, se satisface del producto por su función más que por sus atributos”. (www.merkactiva.com, 2020)

- ✓ De E. Jerome McCarthy indica que: “Producto, Precio, Punto de venta y Promoción. Estos son los cuatro elementos básicos con los que el profesor de contabilidad estadounidense definió el concepto de marketing en 1960.”
- ✓ **Producto:** es el elemento sobre el cual converge todo el proceso mercantil. Para este caso los Snaps de frutas deshidratadas.
- ✓ **Precio:** es el valor monetario que debe cancelar el comprador a quien se le otorga el producto (Snaps de frutas deshidratadas).
- ✓ **Punto de venta:** es el lugar donde se va a distribuir los Snaps de frutas deshidratadas y de qué forma se hará dicha distribución.
- ✓ **Promoción:** es la manera como se da a conocer un producto como lo son los Snaps de frutas deshidratadas al momento de incursionar en el mercado.  
  
(www.inboundcycle.com, 2020)

#### **4.5. Marco Conceptual**

Esta investigación se ubica dentro el estudio de mercadeo, en este contexto hacemos una metodología adecuada al objetivo que perseguimos y usamos a lo largo del trabajo un conjunto de conceptos básicos que revisamos a continuación.

Definición de conceptos:

##### **Cuota de mercado**

Es el porcentaje de ventas totales en un mercado o industria aportado por una empresa. Esto se determina normalmente por los ingresos, pero a menudo se calcula sobre la base de las ventas unitarias (Group, 2003).

##### **Estudio de mercadeo**

Un estudio de mercadeo es primordial para realizar un lanzamiento de un producto o servicio, el estudio de mercadeo puede medir si el producto a lanzar es viable o no.

El estudio de mercadeo es la investigación que se realiza para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes de su lanzamiento.

Sirve para hacer mejoras en los aspectos del proceso de ventas (precio, calidad o características del producto, distribución y publicidad) y así aumentar el número de clientes. Medir y analizar el mercado da mejores resultados que basarse en suposiciones subjetivas de los gustos y características de nuestro objetivo.

##### **Marketing Masivo**

Es una disciplina dirigida a la creación de estrategias de marketing dirigidas a un público lo más amplio posible y sin atender a los parámetros propios de la segmentación de mercados. Es el aprovechamiento máximo de una sola estrategia para lograr los objetivos de la empresa u organización que la pone en marcha, dirigiéndose a todo el

## Snaps de frutas deshidratadas

mundo indistintamente de su origen, sus gustos o sus comportamientos en el mercado.  
(Economipedia, 2020)

### **Mercadeo Social**

Es un concepto en el cual la organización debe establecer las necesidades, deseos e intereses de los mercados para que de este modo pueda promocionar un valor superior a sus clientes de tal forma que se mantenga o mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad. (Marketing, 2020)

### **Nichos de mercado**

Son grupos de personas que comparten características similares, a los cuales puede ofrecer su producto o servicio de manera específica porque sabe que tienen exactamente la necesidad que usted o su negocio resuelven. Al atender un mercado de nicho se especializa en una solución a la medida que difícilmente otro competidor estará resolviendo (especialmente los grandes competidores generalistas). (Gomez, 2014)

### **Plaza**

También llamada canal, sitio de entrega, distribución, ubicación o cobertura. Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios los productos y los hacen accesibles a ellos. (Venegas, 2019)

### **Pronostico del mercado**

El objetivo es el de medir el mercado para realizar la medición de la demanda primaria y de la demanda selectiva con el propósito de detectar oportunidades en el mercado. Es estimar las ventas de un producto durante determinado periodo futuro.  
(Manene, 2012)

**Publicidad**

Se define por un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad. (La publicidad, 2020)

**Segmentación de Mercado**

Es un grupo de consumidores, en su mayoría semejante, ya sea por determinadas características o por sus necesidades, los cuales son identificados como un mercado que presenta deseos o hábitos de compra parecidas y que potencialmente responderían similar a la estrategia desarrollada por el Mix de marketing. (Emprendedores, 2019)

**4.6.Estado Del Arte**

Para conocer un poco sobre la historia, evolución o consumidores de las frutas secas o deshidratadas, este estudio mencionara apartes de unos artículos publicados en la web. El primero en relacionar fue escrito desarrollado por parte de Nutsalicante, donde informa que los frutos secos se consumen desde tiempos milenarios, hay registros de hace aproximadamente 780.000 años, en el cual los pobladores recolectaban frutos de las plantas y los consumían. Cerca al año 3.000 antes de cristo comenzó a explotarse los frutos de una manera más apropiada para llamar frutos secos, los cuales eran puestos al sol por un tiempo no determinado para que estos se deshidratasen del todo, consumían este tipo de productos por su alto poder energético y los nutrientes que le aportaban al cuerpo. Así mismo mencionan que una de las culturas que los utilizaban en mayor proporción eran las mediterráneas puesto que su importancia cultural y gastronómica no tiene comparación, ese grupo poblacional utilizaba, por ejemplo: Almendras, nueces, piñones o avellanas.



## Snaps de frutas deshidratadas

Igualmente, el desarrollo de técnicas de conservación y desecado de todo tipo de frutas ha hecho posible el poder consumirlas durante los meses fríos, lo que garantizaba el aporte de nutrientes, vitaminas durante los largos inviernos. ([www.nutsalicante.es](http://www.nutsalicante.es), 2020)

En referente a quien lo creo no está claro, aunque se encuentra en un artículo que dice: “Los Snack provienen de un término inglés que significa alimento ligero, se consume entre comidas y es utilizado para satisfacer temporalmente el hambre proporcionando una mínima cantidad de energía en el cuerpo, snacks dulces o snacks salados, dependiendo del gusto de cada uno son servidos por lo general en reuniones.

Debido a que los snacks generalmente contenían cantidades elevadas de sal y de grasa, y por tanto no contribuían a la salud en general, se les denominaba “comida basura” en los años 90. Pero Más adelante se consiguió rediseñar los alimentos tipo snack con algunos ingredientes nutritivos y sustituyendo las grasas.” ([sappingblog.wordpress.com](http://sappingblog.wordpress.com), 2020)

Es importante consumir frutas secas con el fin de brindarle beneficios al corazón puesto que las mismas le aportan al cuerpo: grasas insaturadas, ácidos grasos omega 3, fibra, vitamina E, esteroides vegetales, L-arginina. ([mayoclinic.org](http://mayoclinic.org), 2020)

En lo referente a los consumidores de snacks se encontró un artículo de una página llamada Proexpansion, el cual afirma que: “contra lo que uno pudiera pensar, no tienen un perfil mayoritario definido. Está creciendo en todos los segmentos de edades.” Puesto que los millennials hacen consumo para preservar una buena imagen en redes sociales, los mayores de 30 años buscan sustituir alguna comida principal puesto que su tiempo no les alcanza, pero tampoco desean ingerir comida chatarra. los de cuarenta en adelante hasta antes de la jubilación

## Snaps de frutas deshidratadas

lo hacen por compartir nuevas alternativas de alimentación con sus colegas. Les siguen los adultos mayores o jubilados que también comen snacks por no preparar su alimento normal. (proexpansion.com, 2020)

### **5. Diseño Metodológico**

#### **5.1. Alcance De La Investigación**

En referencia a donde se quiere llegar con este proyecto se ha tomado como guía para este trabajo un estudio exploratorio, el cual se desarrollará a través de la formulación de una encuesta, buscando conocer más a fondo el comportamiento y la familiaridad que tienen los habitantes de Zipaquirá a cerca de los frutos deshidratados, así mismo tener herramientas para crear un estudio de mercado y estar al tanto de la viabilidad para la creación de una empresa.

#### **5.2. Enfoque De Investigación**

Se busca apuntar esta exploración a que sea una averiguación mixta con el fin de conocer de una mejor manera los hábitos que presentan en la actualidad los habitantes del municipio de Zipaquirá, su posible comportamiento o aceptación al incursionar un nuevo producto alimenticio de características saludables. Esto será posible integrando las metodologías expertas en administración de organizaciones y de mercadotecnia. Concluyendo a que sectores de la población les ha gustado la idea, sus preferencias en cuanto a sabores o el lugar en donde más se les facilitaría adquirir el producto.

#### **5.3. Variables E Indicadores**

Para este trabajo se cuenta con variables e indicadores, los cuales se aplicarán de la siguiente manera:

## Snaps de frutas deshidratadas

- ✓ Variables cuantitativas las cuales darán información estadística reunida en la encuesta realizada. Aportará datos de manera discreta y continua.
- ✓ Variables cualitativas las cuales saldrán al realizar un exhaustivo análisis de la encuesta realizada. Facilitaran información dicotómicas y politómicas.

En la encuesta se medirá a los habitantes de Zipaquirá los siguientes aspectos:

- Rango de edades, genero, ubicación.
- Gustos específicos.
- Hábitos de consumo alimenticio.
- Aceptación de producto.
- Precio promedio de aceptación.
- Conocimiento de competencia.
- Conocimiento de productos suplementarios.

### **5.4. Universo De Estudio**

Para entrar en materia, se realizara una encuesta a través de internet utilizando los formularios de Google, donde se conocerán distintas percepciones de los habitantes de Zipaquirá, se toma la totalidad de la demografía s que tiene esta localidad cundinamarquesa la cual al 11 de mayo del 2020 es de 146.352 personas, cifra encontrada en la página web de la Dirección Nacional De Planeación ([terridata.dnp.gov.co](http://terridata.dnp.gov.co), 2020).

La muestra poblacional es de 100 personas se calculó de la siguiente manera:

*Tabla 2: Muestreo*

## Snaps de frutas deshidratadas

n= muestra	
N= población	146352
z: nivel confianza	95%
valor tabla z para 0.95	1,96
p= probabilidad de éxito	0,93
q= probabilidad fracaso	0,07
E= Margen de error	5%
muestra poblacional	100,0

*Fuente: Elaboración de los autores*

La fórmula estadística empleada para dicho proceso fue:

*Ilustración 1: Ecuación estadística - Muestreo*

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

(www.psymba.com, 2020)

El muestreo implementado para la encuesta es esfera de nieve, ya que por temas de confinamiento las encuestas se aplican de manera cien por ciento digitales, esto hace que se pida el favor a varias personas la diligencien y luego la compartan con más personas.

### 5.5. Diseño Comprobatorio

Se ha implementado en este plan de estudio actividades enfocadas a comprender un poco más el mercado, es por eso por lo que, antes de realizar la encuesta formal se realizó un sondeo inicial o pilotaje, donde se corrobora a través de este, si las preguntas cumplen con el objetivo planteado inicialmente. Este proceso se desarrolló en el mes de septiembre del 2019 durante los tres primeros días, se aplicó una indagación preliminar a 42 personas las cuales se ubicaron en distintos municipios de la sabana centro de Bogotá, ahí se manejó bajo una probabilidad del éxito solo del 50 por ciento del proyecto, puesto que no existen datos estadísticos que nos lleven a

## Snaps de frutas deshidratadas

conocer el comportamiento de las frutas secas en la región y no se tomó el total de la muestra puesto que se encontraron algunas incongruencias. Esto ayudo a corregir más a fondo la encuesta final, a aumentar la probabilidad de éxito para el cálculo de la muestra y a delimitar aún más la zona de impacto, la cual será Zipaquirá definitivamente. Es de aclarar que en la encuesta final serán 100 personas las que deben responderla.

### **5.6. Procesos, Procedimientos E Instrumentos**

La técnica formal desarrollada en el presente trabajo para recolectar la mayor información posible sobre los hábitos, gustos o intención de compra de los habitantes de Zipaquirá será a través de un interrogatorio tipo encuesta el cual se desarrollará por medio de un cuestionario virtual.

En cuanto a los procedimientos evaluados por los ponentes, se enfocarán para este trabajo en un estudio de mercados, adicionalmente informan que poseen otros estudios los cuales ayudan a impulsar esta idea, estos son de:

- ✓ Mercado.
- ✓ Prefactibilidad.
- ✓ Financiero.
- ✓ Competencia.
- ✓ Legal.

El instrumento utilizado será una encuesta la cual nos aporta información valiosa para abundar más a fondo sobre la ciudadanía Zipaquireña.

A fin de tener acceso a la encuesta realizada, la puede encontrar en los anexos o en el enlace es el siguiente:

## Snaps de frutas deshidratadas

*[https://docs.google.com/forms/u/1/d/e/1FAIpQLSfIXETo7THmvk8OHWUVF7NHo-CUy\\_rz\\_D4h-AtEN8bpBO5e0g/closedform](https://docs.google.com/forms/u/1/d/e/1FAIpQLSfIXETo7THmvk8OHWUVF7NHo-CUy_rz_D4h-AtEN8bpBO5e0g/closedform) (Mariana palacios, 2020)*

## 6. Resultados

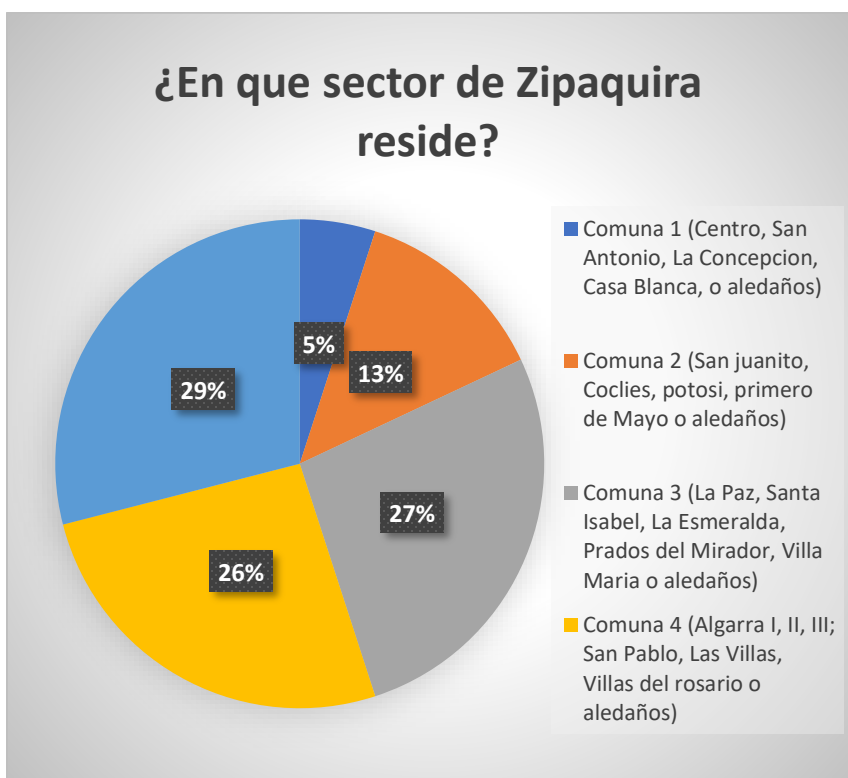
- **Pregunta 1: ¿En qué sector de Zipaquirá reside?**

Tabla 3: Tabulación encuesta pregunta 1

¿En qué sector de Zipaquirá reside?	
Comuna 1 (Centro, San Antonio, La Concepción, Casa Blanca, o aledaños)	5%
Comuna 2 (San Juanito, Coclés, Potosí, primero de mayo o aledaños)	13%
Comuna 3 (La Paz, Santa Isabel, La Esmeralda, Prados del Mirador, Villa María o aledaños)	27%
Comuna 4 (Algarra I, II, III; San Pablo, Las Villas, Villas del rosario o aledaños)	26%
Comuna 5 (Barandillas, La Mariela, las Acacias, El Pinar, o aledaños)	29%

Fuente: elaboración de los autores

Ilustración 2: Gráfica encuesta pregunta 1



Fuente: elaboración de los autores

## Snaps de frutas deshidratadas

La mayor población encuestada reside en la comuna 5 con un total del 29%, siguiéndole la comuna 3 con un 27% y la comuna 4 con un 26%, la primera comuna es favorecida ya que en esta hay un alto volumen comercial y una alta densidad poblacional, en esta comuna se encuentra uno de los barrios más poblados de Zipaquirá el cual es Barandillas, la comuna 4 es acertada para el estudio ya que en esta se encuentra un estrato socioeconómico superior en comparación con las otras comunas, en este estudio se debe tener dos puntos clave los cuales son alta densidad poblacional en las comunas y estrato socioeconómico medio – alto. La comuna 2 tuvo una menor respuesta con un 13% y la comuna con el más bajo impacto fue la 1 con un 5%.

- **Pregunta 2: Rango de Edad**

*Tabla 4: Tabulación encuesta pregunta 2*

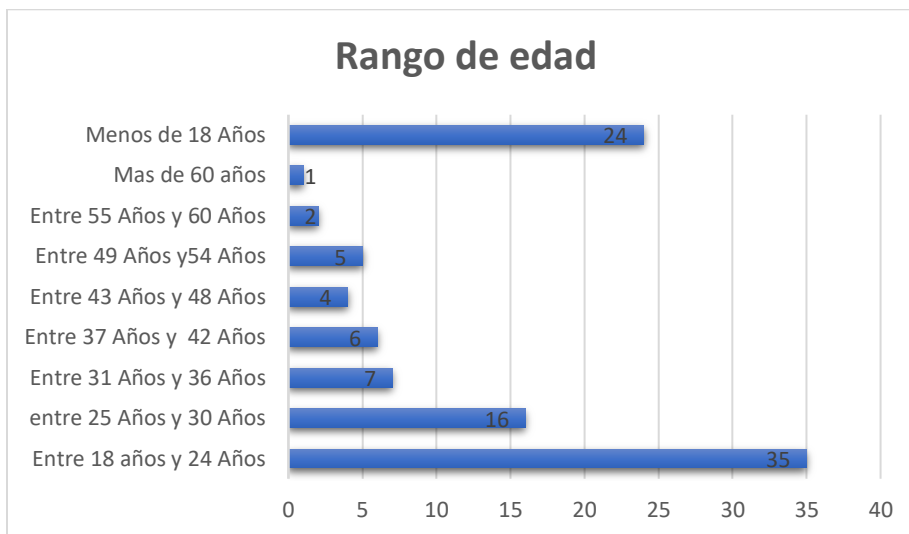
<b>Rango de edad</b>	<b>Cuenta de Rango de edad</b>
Entre 18 años y 24 Años	35%
entre 25 Años y 30 Años	16%
Entre 31 Años y 36 Años	7%
Entre 37 Años y 42 Años	6%
Entre 43 Años y 48 Años	4%
Entre 49 Años y 54 Años	5%
Entre 55 Años y 60 Años	2%
Mas de 60 años	1%
Menos de 18 Años	24%

*Fuente: elaboración de los autores*



## Snaps de frutas deshidratadas

Ilustración 3: Gráfica encuesta pregunta 2



*Fuente: elaboración de los autores*

Las personas encuestadas en su mayoría fueron personas que se encuentran entre los 18 y 24 años y menores de 18 años, con este dato se da a saber que hábitos alimenticios tienen las personas en estos rangos de edades. El snack va dirigido a una población que quiere cuidar de su alimentación y su salud, en esta medida se puede enfocar desde una corta edad promocionando el consumo del producto desde los más jóvenes hasta los más adultos. El restante de los encuestados se encuentra en una edad superior a los 25 años.

- **Pregunta 3: Genero**

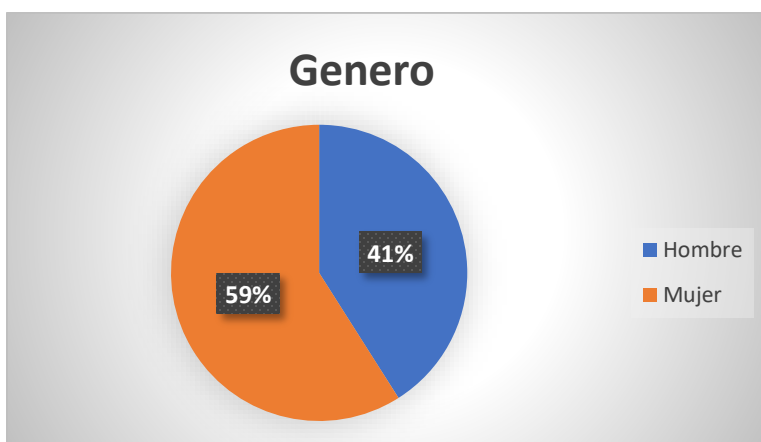
Tabla 5: Tabulación encuesta pregunta 3

Genero	Cuenta de Genero
Hombre	41%
Mujer	59%

*Fuente: elaboración de los autores*

Ilustración 4: Gráfica encuesta pregunta 3

## Snaps de frutas deshidratadas



*Fuente: elaboración de los autores*

La encuesta aplicada tuvo una respuesta de un 59% en mujeres y un 41% por hombres con estos datos proporcionales se puede identificar los hábitos de consumo de cada género. Los datos son equivalentes para cada género, se pueden obtener resultados positivos a la hora de impulsar el producto ya que no se tiene una diferencia por género.

- **Pregunta 4: Estrato socio – económico**

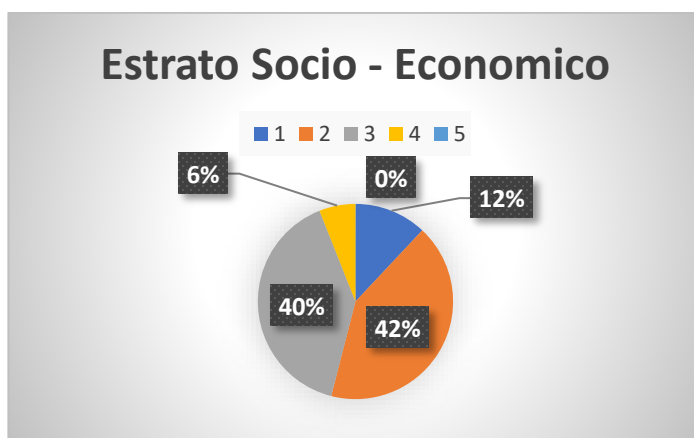
*Tabla 6: Tabulación encuesta pregunta 4*

Estrato Socioeconómico	
1	12%
2	42%
3	40%
4	6%
5	0%

*Fuente: elaboración de los autores*

*Ilustración 5: Gráfica encuesta pregunta 4*

## Snaps de frutas deshidratadas



*Fuente: elaboración de los autores*

Estos datos dan a conocer sobre la estratificación de Zipaquirá, el producto tiene la intención de ir dirigido a consumidores de estrato 3 en adelante, pero con esta información se debe replantear los costos del producto y su segmentación socio económica, ya que un gran porcentaje de la población se encuentra en un estrato inferior a 3. Siendo el estrato 1 con un 12% de respuesta, el 2 con un 42%, el 3 con un 40%, el 4 con un 6% y el 5 en 0%.

- **Pregunta 5: ¿Cuál es el alimento que consume entre comidas principales?**

*Tabla 7: Tabulación encuesta pregunta 5*

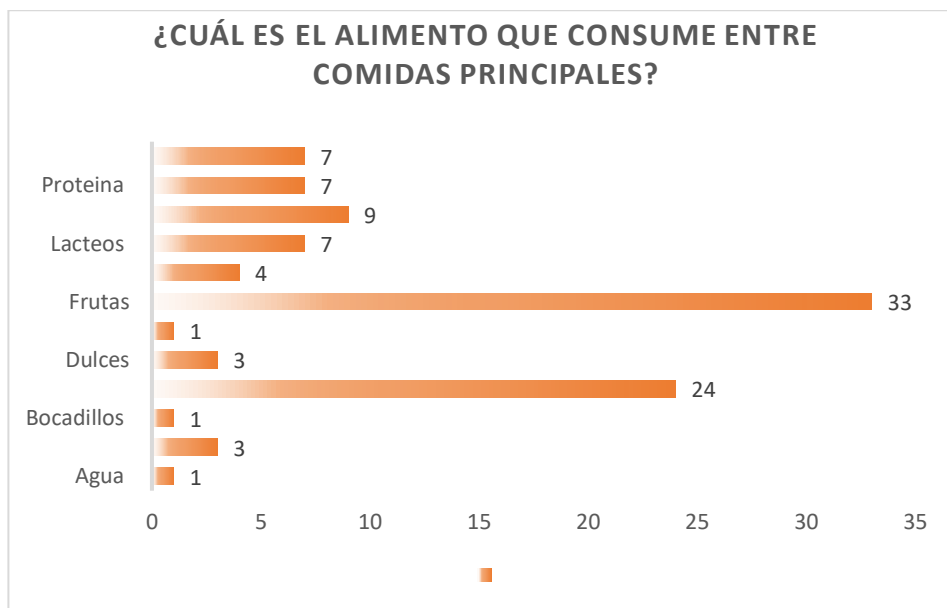
<b>¿Cuál es el alimento que consume entre comidas principales?</b>	
Agua	1%
Bebidas calientes	3%
Bocadillos	1%
Cereales	24%
Dulces	3%
Empanadas	1%
Frutas	33%
Harinas	4%
Lácteos	7%
Paquetes	9%

## Snaps de frutas deshidratadas

Proteína	7%
Verduras	7%

*Fuente: elaboración de los autores*

*Ilustración 6: Gráfica encuesta pregunta 5*



*Fuente: elaboración de los autores*

Con la información recolectada se evidencia que los habitantes de Zipaquirá prefieren comer fruta con un 33% y cereales con 24% entre comidas principales, siendo esto un factor positivo frente a esta investigación.

Estas preferencias alimenticias son un factor clave, los snacks de frutas cuentan con una presentación diferente y manejable de conservar, haciendo que los consumidores de frutas puedan encontrar en este producto una disposición diferente a la hora de consumir fruta. El restante de los encuestados varía por diferentes productos.

- **Pregunta 6: ¿Qué medida adopta usted para obtener una alimentación saludable y balanceada?**

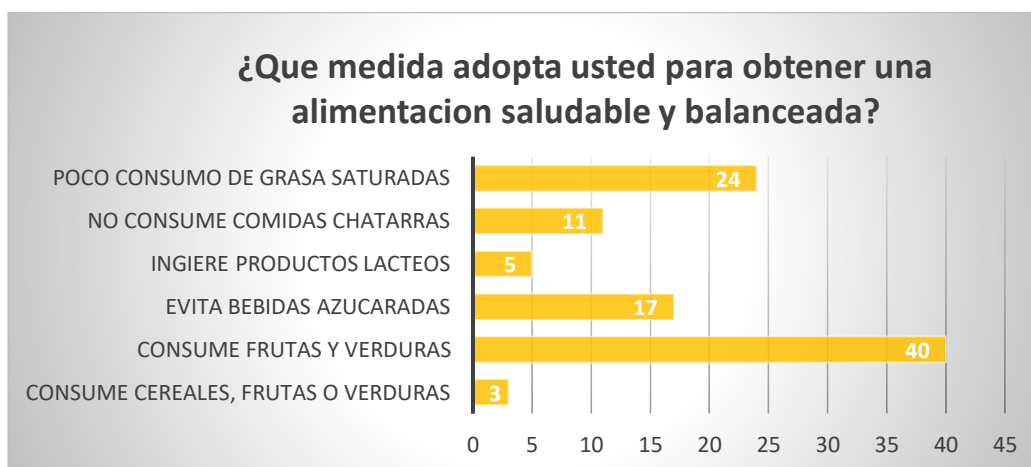
*Tabla 8: Tabulación encuesta pregunta 6*

## Snaps de frutas deshidratadas

¿Qué medida adopta usted para obtener una alimentación saludable y balanceada?	
consume cereales, frutas o verduras	3%
consume frutas y verduras	40%
Evita bebidas azucaradas	17%
ingiere productos lácteos	5%
no consume comidas chatarras	11%
poco consumo de grasa saturadas	24%

*Fuente: elaboración de los autores*

*Ilustración 7: Gráfica encuesta pregunta 6*



*Fuente: elaboración de los autores*

En esta pregunta las personas confirman que quieren consumir frutas para conseguir una alimentación saludable, el 40% afirma que consume frutas y verduras, el restante toman diferentes medidas. Los datos demuestran que las personas están enfocadas en mejorar su alimentación consumiendo alimentos que favorezcan la salud. Los frutos deshidratados pueden entrar a jugar un papel muy importante a la hora de escoger la compra en los alimentos de cada persona.

- **Pregunta 7: ¿Cuándo compra un producto por primera vez el cual acaban de lanzar al mercado, en que se fijan para adquirirlo?**

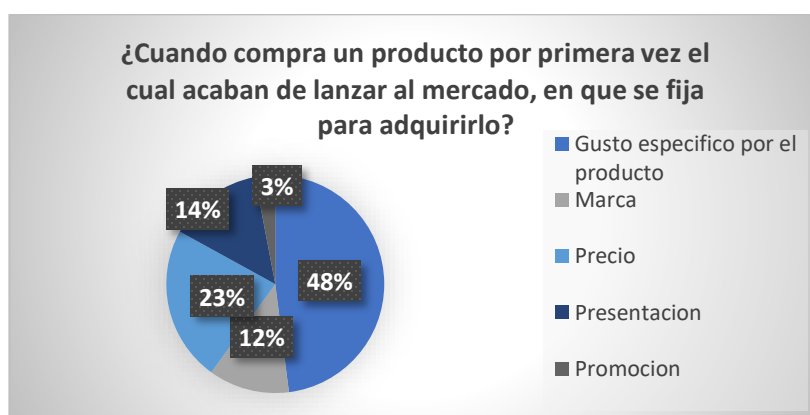
## Snaps de frutas deshidratadas

Tabla 9: Tabulación encuesta pregunta 7

¿Cuándo compra un producto por primera vez el cual acaban de lanzar al mercado, en que se fijan para adquirirlo?	
Gusto específico por el producto	48%
Marca	12%
Precio	23%
Presentación	14%
Promoción	3%

Fuente: elaboración de los autores

Ilustración 8: Gráfica encuesta pregunta 7



Fuente: elaboración de los autores

El 48% de las personas afirman que adquieren un producto por gusto o por necesidad, deben generar o implementar un hábito de consumo frente a los frutos deshidratados, llamar la atención en su facilidad de consumo y de conserva. El restante de la población se enfoca en precio con 23%, presentación con 14%, promoción con un 12%, y marca con un 3%.

- **Pregunta 8: ¿con que frecuencia consume frutas deshidratadas?**

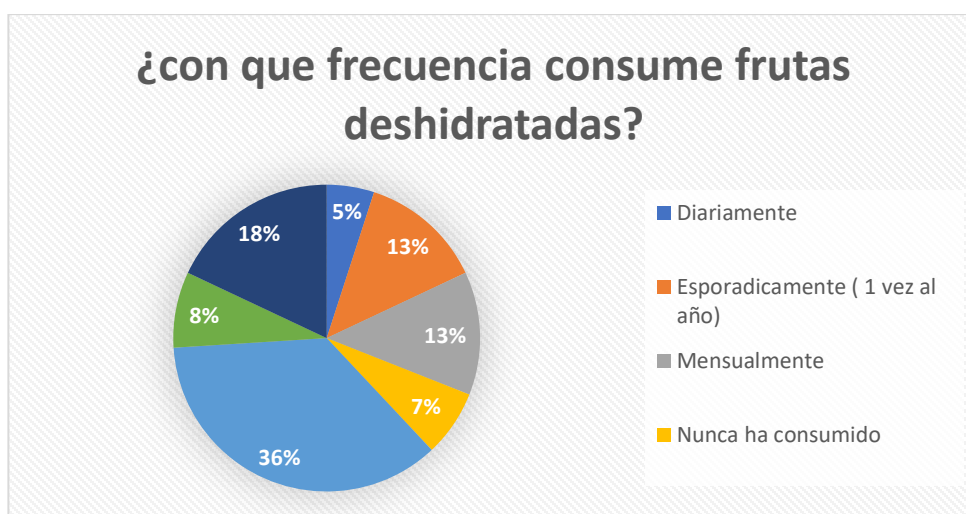
Tabla 10: Tabulación encuesta pregunta 8

## Snaps de frutas deshidratadas

¿Con que frecuencia consume frutas deshidratadas?	
Diariamente	5%
Esporádicamente (1 vez al año)	13%
Mensualmente	13%
Nunca ha consumido	7%
Ocasionalmente (entre 1 a 3 veces en el semestre)	36%
Quincenalmente	8%
Semanalmente	18%

*Fuente: elaboración de los autores*

*Ilustración 9: Gráfica encuesta pregunta 8*



*Fuente: elaboración de los autores*

Con estos datos se hace énfasis ya que las frutas deshidratadas no hacen parte de la alimentación cotidiana entre los encuestados. Es muy rara vez que consuman tal producto, el 36% de la población dijo haber consumido entre 1 a 3 veces en el semestre el producto, por esto se debe trabajar en ello y lograr que el consumo de snack sea más elevado. Crear estrategias de consumo ya que es un producto que sigue siendo muy desconocido para muchas personas, también tiende a ser ocasional ya que la producción de este es muy baja y no se encuentra gran variedad en el mercado.

## Snaps de frutas deshidratadas

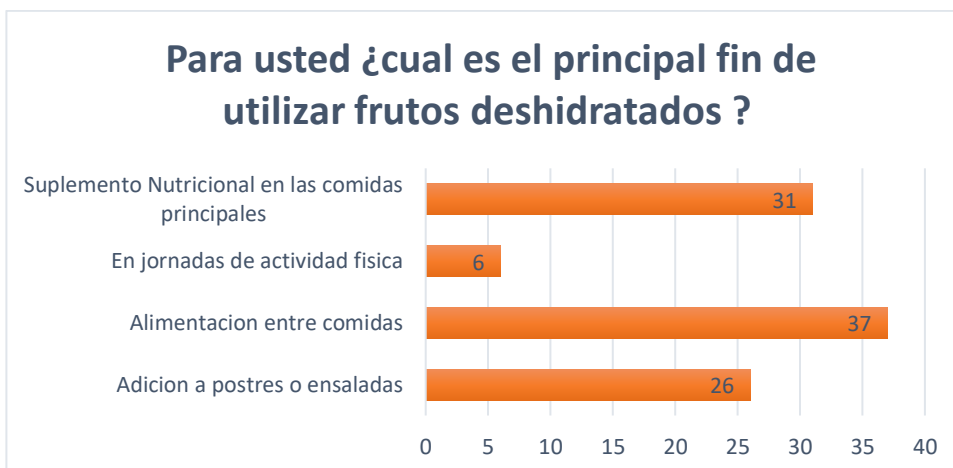
- **Pregunta 9: Para usted ¿Cuál es el principal fin de utilizar frutos deshidratados?**

Tabla 11: Tabulación encuesta pregunta 9

Para usted ¿Cuál es el principal fin de utilizar frutos deshidratados?	
Adición a postres o ensaladas	26%
Alimentación entre comidas	37%
En jornadas de actividad física	6%
Suplemento Nutricional en las comidas principales	31%

Fuente: elaboración de los autores

Ilustración 10: Gráfica encuesta pregunta 9



Fuente: elaboración de los autores

El propósito de los snacks de frutas deshidratadas es ser un alimento entre comidas principales, los snacks de frutas deshidratadas buscan reemplazar la comida rápida (chatarra), por alimentos saludables, respecto a los datos las personas opinan con un 37% que su principal fin es la alimentación entre comidas, esto indica que la gran mayoría de personas fijan el producto con el propósito esperado por la empresa. El 31% dicen que el principal fin es el suplemento nutricional en las comidas principal, este



## Snaps de frutas deshidratadas

puede ser otro eje con el que cual pueda contar la empresa, pero por el momento solo está dirigido solo a alimentación entre comidas.

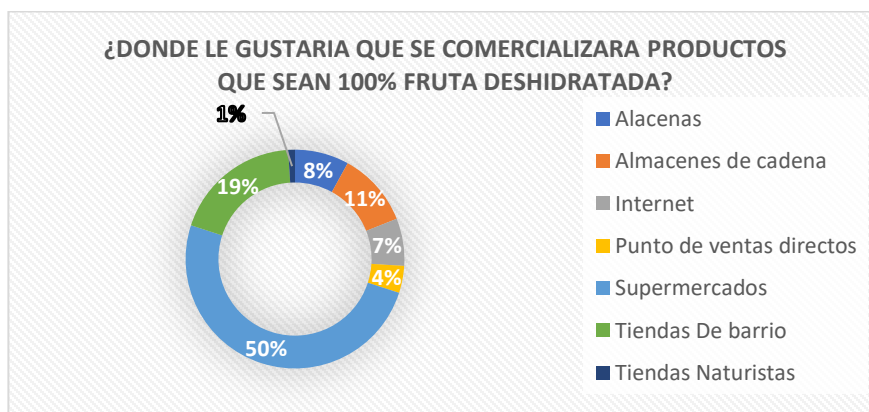
**Pregunta 10: ¿Dónde le gustaría que se comercializara productos que sean 100% fruta deshidratada?**

*Tabla 12: Tabulación encuesta pregunta 10*

<b>¿Dónde le gustaría que se comercializara productos que sean 100% fruta deshidratada?</b>	
Alacenas	8%
Almacenes de cadena	11%
Internet	7%
Punto de ventas directos	4%
Supermercados	50%
Tiendas De barrio	19%
Tiendas Naturistas	1%

*Fuente: elaboración de los autores*

*Ilustración 11: Gráfica encuesta pregunta 10*



*Fuente: elaboración de los autores*

Las personas quieren tener al alcance estos productos, por eso mismo el 50% de la población encuestada indica que quieren encontrar este producto en supermercados y el 19% en tiendas de barrio. Los lugares escogidos por los encuestados son los que se

## Snaps de frutas deshidratadas

encuentran con mayor acceso a sus hogares, teniendo en cuenta esta informacion se hace la recoleccion de datos de tiendas y supermercados mas frecuentados en las diferentes comunas.

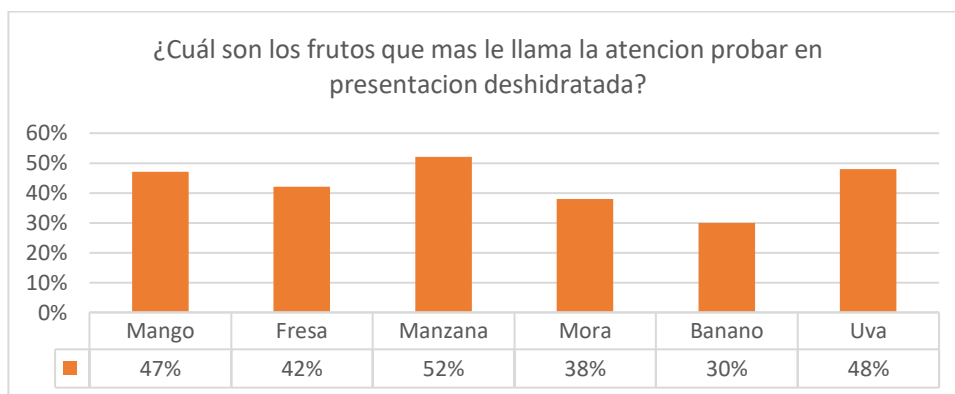
- **Pregunta 11: ¿Cuál son los frutos que mas le llaman la atencion probar en presentacion deshidratada?**

*Tabla 13: Tabulación encuesta pregunta 11*

<b>¿cuál son los frutos que más le llama la atención probar en presentación deshidratada?</b>	
Mango	47%
Fresa	42%
Manzana	52%
Mora	38%
Banano	30%
Uva	48%

*Fuente: elaboración de los autores*

*Ilustración 12: Gráfica encuesta pregunta 11*



*Fuente: elaboración de los autores*

Con un 52% siendo la mas votada por los encuestados se encuentra la manzana, a esta le sigue la uva con un 48% y el mango con un 47%, siendo Las frutas preferidas, con estos datos se descartan las frutas menos votadas.

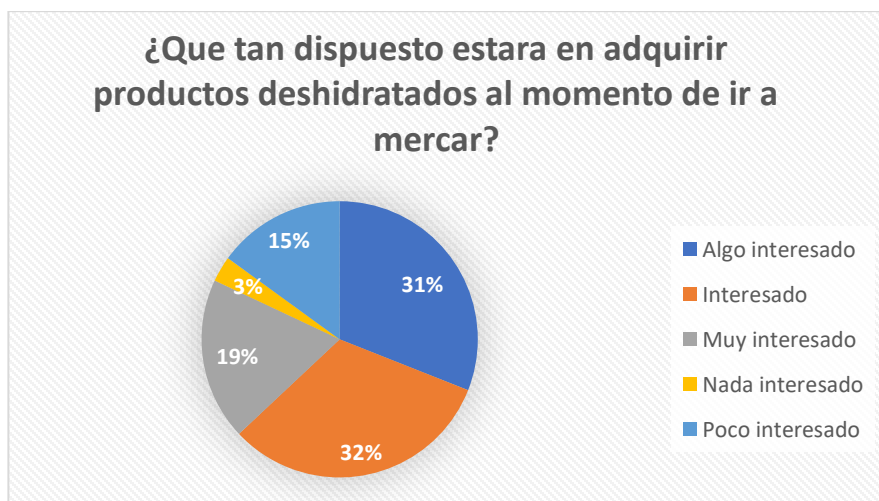
- **Pregunta 12: ¿Qué tan dispuesto estara en adquirir productos deshidratados al momento de ir a mercar?**

Tabla 14: Tabulación encuesta pregunta 12

¿Qué tan dispuesto estará en adquirir productos deshidratados al momento de ir a mercar?	
Algo interesado	31%
Interesado	32%
Muy interesado	19%
Nada interesado	3%
Poco interesado	15%

Fuente: elaboración de los autores

Ilustración 13: Gráfica encuesta pregunta 12



Fuente: elaboración de los autores

Frente a la respuesta de los encuestados, los snacks de frutas es un producto que tiene las puertas abiertas frente a los clientes, es llamativo y genera interés en las personas, con estos datos se obtiene una respuesta positiva. Se obtiene un interés frente al producto y se debe trabajar para llegar a la venta eficaz del producto. El 32% se encuentran interesados y el 31% están algo interesado y el 19% están muy interesados.

## Snaps de frutas deshidratadas

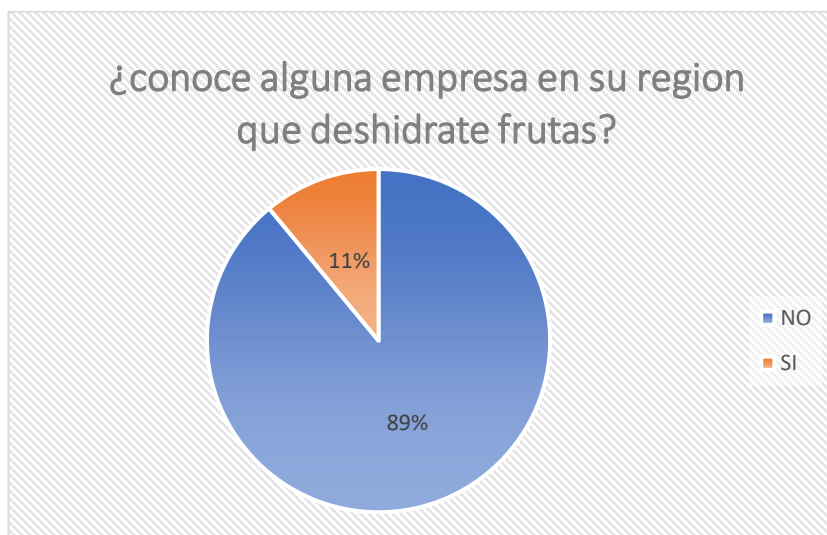
- **Pregunta 13: ¿conoce alguna empresa en su región que deshidrate frutas?**

Tabla 15: Tabulación encuesta pregunta 13

¿Conoce alguna empresa en su región que deshidrate frutas?	
NO	89%
SI	11%

Fuente: elaboración de los autores

Ilustración 14: Gráfica encuesta pregunta 13



Fuente: elaboración de los autores

La competencia en esta localidad es baja ya que en un 89% de las personas encuestadas no conocen una empresa que se dedique a producir y comercializar este producto. Frente a lo anterior la demanda del producto es baja como su variedad y disposición frente a los consumidores.

- **Pregunta 14: Si en la pregunta anterior marco si ¿Cuál? de lo contrario coloque N/A**

Tabla 16: Tabulación encuesta pregunta 14

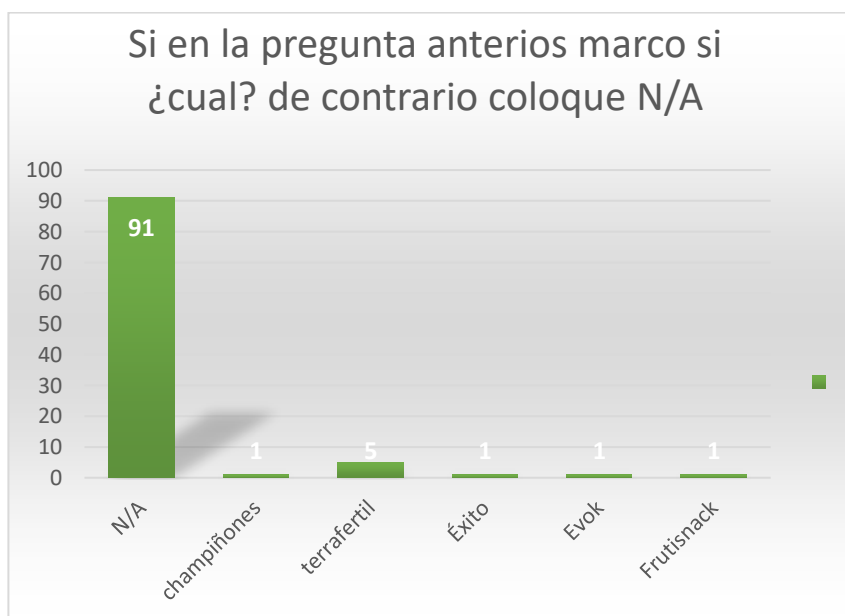
Si en la pregunta anterior marco si ¿cuál? de lo contrario coloque N/A

## Snaps de frutas deshidratadas

N/A	91%
champiñones	1%
Terrafertil	5%
Éxito	1%
Evok	1%
Frutisnack	1%

*Fuente: elaboración de los autores*

*Ilustración 15: Gráfica encuesta pregunta 14*



*Fuente: elaboración de los autores*

La única empresa que se dedica netamente a deshidratar fruta es Terrafertil, pero con un objeto social diferente al de la empresa de Snacks ya que esta es proveedora de materia prima a otras empresas para la fabricación productos diferentes al hablado en este proyecto. Solo el 5% de las personas conocen sobre esta empresa, las otras descritas por los encuestados se dedican solo a comercializar este producto de otras fábricas y con indoles totalmente diferente. Mas del 90% de los encuestados desconocen la existencia de empresas que se dedique a este fin.

- **Pregunta 15: ¿Cuánto está dispuesto a cancelar por 100g de fruta deshidratada?**

## Snaps de frutas deshidratadas

Tabla 17: Tabulación encuesta pregunta 15

<b>¿Cuánto está dispuesto a cancelar por 100g de fruta deshidratada?</b>	
Entre \$4.000 y \$5.999	51%
Entre \$6.000 y \$7.999	8%
Mas de \$8.000	2%
Menos de \$4.000	39%

Fuente: elaboración de los autores

Ilustración 16: Gráfica encuesta pregunta 15



Fuente: elaboración de los autores

El 59% de las personas encuestadas solo están dispuestas a pagar por este producto menos de 6.000 pesos, frente a este dato se debe hacer referencia ya que cuando se costea el producto está por encima de los 10.000 pesos. Como se habla anteriormente se debe replantear los costos del producto o verificar que tan factible puede ser la venta del producto con un precio mayor a 6.000 pesos.

## Snaps de frutas deshidratadas

**Ficha técnica:**

Tabla 18: Ficha Técnica de la encuesta

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Universo:	Hombres y mujeres de todos los rangos de edades, residentes en el municipio de Zipaquirá, que se les solicito responder la encuesta si les era pertinente.
Objetivo del estudio:	Investigación de Mercado
Tipo de Muestra:	Infinita por superar 100000 elementos
Tiempo de Realización:	8 días
Cantidad y tipo de entrevista:	se realizaron 100 encuestas de manera virtual, con la plataforma formularios Google, difundida por redes sociales, con un peso poblacional así: Comuna 1 5% Comuna 2 13% Comuna 3 27% Comuna 4 26% Comuna 5 29%
Nivel de Confianza:	95%
Margen de error +/-	5%
Persona Natural que la realizo	Cristopher Garcia
Persona Jurídica que la encomendó	Corporación Universitaria Minuto de Dios
Fuente de Financiación	N/A
Personas por la que se le indaga	N/A
Preguntas del formulario:	¿En qué sector de Zipaquirá reside? Rango de Edad Genero Estrato socio – económico ¿Cuál es el alimento que consume entre comidas principales? ¿Qué medida adopta usted para obtener una alimentación saludable y balanceada? ¿Cuándo compra un producto por primera vez el cual acaban de lanzar el mercado, en que se fijan para adquirirlo? ¿con que frecuencia consume frutas deshidratadas? Para usted ¿Cuál es el principal fin de utilizar frutos deshidratados? ¿Dónde le gustaría que se comercializara productos que sean 100% fruta deshidratada? ¿Cuál son los frutos que más le llaman la atención probar en presentación deshidratada?

## Snaps de frutas deshidratadas

	¿Qué tan dispuesto estará en adquirir productos deshidratados al momento de ir a mercar? ¿conoce alguna empresa en su región que deshidrate frutas? Si en la pregunta anterior marco si ¿Cuál? de lo contrario coloque N/A ¿Cuánto está dispuesto a cancelar por 100g de fruta deshidratada?
Fecha de trabajo de campo:	27/04/2020 - 04/05/2020

*Fuente: elaboración de los autores*

## 7. Análisis Y Discusión De Resultados

De acuerdo con los estudios realizados, los resultados de la encuesta muestran que se debe enfocar el plan de mercadeo hacía unos sectores de Zipaquirá; así mismo da a conocer el mercado y los posibles compradores.

Para esto se hizo una investigación de los supermercados que existen en cada comuna, determinando que estos pueden ser posibles vendedores de los Snacks al cliente final.

Se realizó una clasificación de supermercados por cada comuna, estos son:

### Comuna Uno

En esta comuna podemos encontrar varios supermercados, como lo son:

*Tabla 19: Comercio en comuna 1*

<b>SUPERMERCADO</b>	<b>DIRECCION</b>
Supertienda Olimpica	Cl. 4 #6-2 El Virrey
Mega Mark	Dg. 4b #27-42
Supermercado Max Market	Cl. 4 #16-13
Supermercado ARA CC Mega 10	Carrera 10 # 5 - 75
Supermercado al día	Cra. 10 #634



## Snaps de frutas deshidratadas

Autoservicio paty	Cl. 4 ##4-67
Supermercado la cuarta	Cl. 4 #n 3 56
<u>Viveres Camiona</u>	Cl. 5 #36

*Fuente: elaboración de los autores con datos publicadas en la Alcaldía de Zipaquirá*

Según la encuesta realizada a 100 personas que viven en Zipaquirá, 5 de ellas habitan en esta comuna

**Comuna Dos**

*Tabla 20: Comercio en comuna 2*

<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>DIRECCION</b>
Tienda D1	Carrera 7 con calle 11
Supermercado ARA	

*Fuente: elaboración de los autores con datos publicadas en la Alcaldía de Zipaquirá*

**Comuna Tres**

*Tabla 21: Comercio en comuna 3*

<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>DIRECCION</b>
Supermercado Uno A	Cra. 10 #5
Surtimayorista Zipaquirá	Cra. 10 #8A-10
Metro	Calle 8 N.º 21 - 154
Cooratiendas Zipaquirá	Cll 26
Supermercado ARA El Reposo	Calle 8 # 20 - 74,
Tienda D1	Cll 26

## Snaps de frutas deshidratadas

Justo Y Bueno Zipaquirá	Cra. 17 ## 17 - 81
Supermercado La Canasta de La 13	Cl. 13 - 48
MiniSuper Villa Maria	carrera 31 # 13 46 Casa B
Supermercado ARA La Esmeralda	Carrera 10 # 10-36
Merkachevere	Cr33 9 - 48
Supermercado Colsubsidio	Cl. 8 ##3-3
Bodega San Francisco	Cra 10 N.11-15
Mercafamy Zipaquirá	Cl. 23 #20
SurtiMax Villa María	CII8
Supermercado Rinde Max	Cra. 16 #57
Minimarket la 16	Cra. 16 #14 04
Tobimania	Cl. 23 #34
Supermercado Solecito	CRA7
RapiCompras	Cl. 23 ##17-65 a 17-1
Viveres Cosave	Cl. 14 #25
Viveres La Libertad	CII25
Vivero La finca	Cl. 25 #16a-11
Tienda D1	Cra. 8 ## 25 - 60/62
Autoservicio La Avenida 16	Cra16

*Fuente: elaboración de los autores con datos publicadas en la Alcaldía de Zipaquirá*

**Comuna Cuatro**

## Snaps de frutas deshidratadas

Tabla 22: Comercio en comuna 4

<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>DIRECCION</b>
Cooratiendas Zipaexpress	Cra. 15 #3a-2
Supermercado ARA Julio Caro	Carrera 22 # 3-89,
Supermercado Janeth	Cra. 15 #3b-54

Fuente: elaboración de los autores con datos publicadas en la Alcaldía de Zipaquirá

**Comuna Cinco**

Tabla 23: Comercio en Comuna 5

<b>SUPERMERCADOS</b>	<b>DIRECCION</b>
Cooratiendas barandillas	Vía principal barandillas
D1 barandillas	Vía principal barandillas
Mini market el santandereano	Cra. 4 con 2g

Lo anterior fue tomado de la alcaldía de Zipaquirá. (Alcaldía de Zipaquirá, 2020)

La investigación va enfocada a toda la parte de cadenas de supermercados

Distribuidores, ya que en estos lugares los productos tienen una gran acogida y una rápida salida al consumo.

Tabla 24: Competencia

	<b>DESCRIPCION</b>	<b>EXPORTACION</b>
<b>TERRAFERTIL</b>	Su propietaria es Nestlé desde el 2018, el mayor exportador	Estados Unidos, Canadá, Alemania,

## Snaps de frutas deshidratadas

	de este producto en el país. En 2017 alcanzará a expender 650 toneladas, de las cuales, el 96% se destina al mercado externo	Reino Unido, Japón, Chile, México y Australia.
--	--	--

(Larepublica.co, 2020)

Según la encuesta realizada se obtiene un dato interesante con respecto a los snaps de frutas deshidratadas, los encuestados es su mayoría fueron personas que se encuentran entre los 18 y 24 años. se evidencia que los habitantes de Zipaquirá prefieren comer fruta con un 33% y cereales con 24% entre comidas principales, siendo esto un factor positivo frente a esta investigación además muestra que prefieren consumir frutas para tener una alimentación saludable. Asi mismo quieren tener al alcance el producto, por eso mismo el 50% de la poblacion encuestada indica que lo quieren encontrar en supermercados

Después de conocer los probables gran parte del entorno, enfocado hacia los aliados estratégicos de Snaps de fritas deshidratadas, a continuación, se presenta para conocimiento público el plan de mercados a desarrollar con el fin de lanzar la marca y posicionar el producto.

### Plan de marketing Snaps de frutas deshidratadas

Uno de los objetivos de este trabajo, es diseñar un plan de Marketing, por lo cual a continuación cumpliremos con la estructuración de dicho método:

*Tabla 25: Plan de marketing*

<b>Entorno general:</b>	Para conocer el entorno general, remitirse al marco referencial.
<b>Entorno sectorial:</b>	Con el fin de conocer cuál será el manejo que se le dará al marco de la empresa en lo referente a su cadena de abastecimiento debe tenerse en cuenta:

## Snaps de frutas deshidratadas

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se contará con 2 proveedores que abastezcan a la empresa de las diferentes frutas a tratar, se tendrá en cuenta, los precios que cada uno y las cosechas de frutas durante el año.</li> <li>2. En el mercado se encuentra diferentes precios de empaque para alimentos, en primera instancia se trabajará con plástico para minimizar costos y en un futuro se tomará la opción de utilizar empaques biodegradables</li> <li>3. El manejo de internet será de gran ayuda con el fin de tener mayor visibilidad, mejorar las ventas, agilizar la comunicación con los clientes. Inclusive, nos abre posibilidades para ofrecer nuevos servicios o productos teniendo en cuenta la retroalimentación de las personas que están del otro lado de la pantalla. (Johana, Luz, Cristopher, &amp; Mariana, 2020)</li> </ol>
<b>Entorno competitivo:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En competencia directa se encuentran empresas tales como Terrafertil o Evok, aprovechando la poca exploración del mercado objetivo da oportunidad de incursionar en el mercado para satisfacer necesidades de los clientes con los productos.</li> <li>• En competencia indirecto se encuentran empresas tales como alpina, ramo, bimbo, Quaker, Quala, Nestlé, Kellogg's, Tosh, y para frutos frescos se encuentran empresas ubicadas en gran parte en el valle del cauca o en el Urabá. Analizando dicha competencia los consumidores optan por alimentarse con productos lácteos, ponqués, galletas o cereales de algunas marcas mencionadas, las cuales tienen gran porción de las ventas en nuestra región.</li> <li>• Enfrentando las debilidades de la competencia directa o indirecta se debe mencionar que Snaps de frutas deshidratadas será una compañía reconocida por otorgar productos naturales, sin aditivos para el consumo de personas, teniendo en cuenta la debilidad que tiene la competencia al entregar productos con preservantes, conservantes o azúcares (Johana, Luz, Cristopher, &amp; Mariana, 2020)</li> </ul>
<b>Público objetivo:</b>	<p>El foco de clientes partirá siendo los Habitantes de Zipaquirá de distintas generaciones, puesto que: para los jóvenes menores de 30 años ahora piensan en una alimentación fundamentada por lo que encuentran en redes sociales o lo que su grupo cercano le infunde; para las personas que van hasta los 60 años lo hacen para complementar su dieta nutricional; seguido de las personas jubiladas a quienes les gusta sentirse vitalizados con productos naturales. La ubicación geográfica de la población con gran aceptación está ubicada en la comuna 5 con un 24%, seguida de la comuna 4 con un</p>

## Snaps de frutas deshidratadas

	21%, continuando la comuna 3 con un 15%, posteriormente la comuna 2 con un 12% y por último la comuna 1 con un 5%.
<b>Mercado:</b>	En la evolución del mercado de Snaps de frutas deshidratadas en Colombia no cuenta con mayor reseña, se puede confrontar más fácil con productos sustitutos.
<b>Fortalezas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Satisface a una población que busca alimentos saludables.</li> <li>✓ Productos con estándares de calidad; que hacen que los clientes ayuden a promocionar el producto con el método voz a voz.</li> <li>✓ Conocimiento total de la distribución política, social o ambiental en el municipio de Zipaquirá.</li> <li>✓ Medios tecnológicos y digitales; precisos para abarcar el mercado.</li> <li>✓ La empresa cuenta con un talento humano capacitado; que hace que esta obtenga un correcto funcionamiento dentro de las áreas.</li> </ul>
<b>Oportunidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La planta de producción está ubicada en un municipio con mercado amplio; que ayuda a la empresa a identificar los canales de distribución.</li> <li>✓ Es un negocio rentable y sostenible para que sea perdurable en el tiempo.</li> <li>✓ El conocimiento total de las necesidades o gustos que tienen los habitantes de Zipaquirá y alrededores</li> <li>✓ La oferta de un producto; en donde la población está en crecimiento la nutrición saludable.</li> </ul>
<b>Debilidades:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de financiación para llevar a feliz término el proyecto poniendo en marcha una planta de producción</li> <li>✓ Retraso en la puesta en marcha por temas relacionados a la Covid-19</li> <li>✓ El poco tiempo de exploración y/o investigación para salir al mercado.</li> <li>✓ El no contar con un área de publicidad que tenga la experiencia en el producto y el mercado.</li> </ul>
<b>Amenazas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La crisis económica a causa de un decrecimiento de la producción interna en Colombia, por factores como catástrofes sociales, naturales o políticas. Es por lo que se asegurará la compañía ante afectaciones naturales y se tendrá establecido un recurso monetario para contrarrestar afectaciones políticas.</li> <li>✓ Creación de normas fiscales las cuales incrementen el pago de tributos adicionales a los existentes, para afrontar dichos</li> </ul>

## Snaps de frutas deshidratadas

	<p>cambios, se sugiere hacer presupuestos para afectar en la menor manera posible la compañía.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Catástrofes naturales como lo pueden ser inundaciones, sismos o incendios</li> <li>✓ Creación de norman que generen alteración en la producción de insumos o materias primas, contrarrestando esta amenaza se sugiere tener distintos proveedores para cada producto</li> <li>✓ Cruzar una Crisis de índole agraria, minera o energética. Se sugiere buscar para esa época proveedores nacionales o internacionales para traer el producto en dicho suceso.</li> </ul>
<b>Fijación de objetivos:</b>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Lanzar al mercado la presentación de Snaps de frutas deshidratadas, el cual llegue a las distintas personas ya sea por edades o clases sociales impactando positivamente.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incursionar con un producto nuevo a base de frutas deshidratadas para la comunidad Zipaquireña,</li> <li>✓ Dar a conocer la marca Snaps de frutas deshidratadas entre el público objetivo en seis meses</li> <li>✓ Atraer la atención del sesenta por ciento de los clientes potenciales ubicados en Zipaquirá con productos de frutos naturales en presentación deshidratada.</li> </ul>
<b>Estrategias:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tener claros los canales de distribución; para poder llegar con facilidad al mercado objetivo.</li> <li>✓ Escuchar sugerencias de clientes interesados en productos de frutas secas.</li> <li>✓ Investigación de mercados conociendo los competidores directos de los Snaps de frutas des hidratadas inicialmente en Zipaquirá, luego en Cundinamarca, y por último en Colombia</li> <li>✓ Tener claro el rol que debe cumplir cada integrante que hace parte del equipo de trabajo.</li> <li>✓ Buscar que el producto sea líder en la plaza donde se encuentra la planta de producción.</li> </ul>
<b>Canales y Tácticas:</b>	<p>Se manejarán los canales directos e indirectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personal directo de la empresa que coloque los Snaps deshidratados en los diferentes canales de distribución.</li> <li>✓ Trabajar con aliados estratégicos tales como: Uber Eats, Rappi, Domicilios.com, entre otros.</li> </ul>

## Snaps de frutas deshidratadas

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hacer promociones para su lanzamiento con dar a conocer el producto y con facilidad posicionarlo en los diferentes canales de distribución</li> <li>✓ Tener publicidad de manera masiva; la cual sea similar a una campaña de expectativa que cree curiosidad en el mercado objetivo y pueda llegar al consumidor final.</li> </ul>
<b>Cartera:</b>	Inicialmente por tema de palanca financiera no se puede brindar crédito a los clientes, puesto que al no presentar un musculo financiero dentro de la empresa, de hacerlo generaría saldos negativos en la contabilidad.
<b>Segmentación:</b>	<p>Por posición geográfica del cliente en Zipaquirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Comuna 1</li> <li>✓ Comuna 2</li> <li>✓ Comuna 3</li> <li>✓ Comuna 4</li> <li>✓ Comuna 5</li> </ul> <p>Por información demográfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Edades: (jóvenes, adulto, adulto mayor)</li> <li>✓ Sexo: (hombres, mujeres, comunidad LGBTI)</li> </ul> <p>Por información que tenga datos conductuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Beneficios saludables</li> <li>✓ Satisfacer deseos</li> <li>✓ Estilo de vida</li> </ul>
<b>Marketing mix:</b>	La intención en este ejercicio es articular las 7 p' del marketing, analizando los resultados de comportamientos para: producto, precio, promoción, distribución, gente, proceso, evidencia física. De manera individual, y de manera colectiva.
<b>Plan de acción:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dar a conocer la marca de manera virtual a través de página propia de la compañía, junto a anuncios publicitarios en las redes mas utilizadas en la actualidad.</li> <li>✓ Dar a conocer el producto de manera virtual de página propia de la compañía, junto a anuncios publicitarios en las redes más utilizadas en la actualidad. Adicionalmente a publicidad en medios locales, como son periódicos y radio</li> <li>✓ Dar a conocer la fecha de lanzamiento con antelación para obtener interés en el público y asimismo captar expectación en la mayor parte de futuros clientes.</li> <li>✓ Realizar degustaciones en los lanzamientos, en puntos específicos y de gran afluencia como son los supermercados más importantes por comuna.</li> </ul>



## Snaps de frutas deshidratadas

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Averiguar al público sobre la percepción del producto luego de brindar la degustación, para saber la acogida que tiene el mismo por, sabor, textura, presentación, entre otros</li> <li>✓ Buscar la financiación del proyecto a través del fondo emprender del SENA, postulándolo para su evaluación</li> <li>✓ Postular el proyecto a entidades no gubernamentales internacionales, para captar más recursos que sirvan como apalancamiento para la compañía.</li> </ul>																
<b>Presupuesto:</b>	<p>Para este ejercicio se ha realizado un costeo por un valor total de \$142.076.513, distribuido de la siguiente manera:</p> <table border="1" data-bbox="467 638 937 1106"> <tr> <td>Gastos de Personal</td> <td>\$ 81.162.864</td> </tr> <tr> <td>Prestaciones</td> <td>\$ 30.431.436</td> </tr> <tr> <td>Servicios Públicos</td> <td>\$ 8.220.000</td> </tr> <tr> <td>Dotaciones</td> <td>\$ 2.238.000</td> </tr> <tr> <td>Seguridad y Vigilancia</td> <td>\$ 908.837</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>\$ 4.200.000</td> </tr> <tr> <td>Arriendos</td> <td>\$ 5.400.000</td> </tr> <tr> <td>Elementos de aseo y cafetería</td> <td>\$ 1.684.956</td> </tr> </table> <p>(Johana, Luz, Christopher, &amp; Mariana, 2020)</p>	Gastos de Personal	\$ 81.162.864	Prestaciones	\$ 30.431.436	Servicios Públicos	\$ 8.220.000	Dotaciones	\$ 2.238.000	Seguridad y Vigilancia	\$ 908.837	Publicidad	\$ 4.200.000	Arriendos	\$ 5.400.000	Elementos de aseo y cafetería	\$ 1.684.956
Gastos de Personal	\$ 81.162.864																
Prestaciones	\$ 30.431.436																
Servicios Públicos	\$ 8.220.000																
Dotaciones	\$ 2.238.000																
Seguridad y Vigilancia	\$ 908.837																
Publicidad	\$ 4.200.000																
Arriendos	\$ 5.400.000																
Elementos de aseo y cafetería	\$ 1.684.956																
<b>Supervisión:</b>	<p>Este plan de marketing debe estar a la supervisión del área comercial de la empresa Snaps de frutas deshidratadas y controlado por el área financiera.</p>																

*Fuente: elaboración de los autores*

## 8. Conclusiones

El proyecto Snaps de frutas deshidratadas ha logrado cumplir con lo planteado en los objetivos por sus editores, puesto que:

1. Se realizó un estudio de mercado, el cual da un paso importante con el fin de lograr el lanzamiento de los Snaps de fruta deshidratada en Zipaquirá, beneficiando a las personas que buscan un hábito saludable.
2. Se estableció un tipo de población la cual busca un beneficio al consumir alimentos, esta se encuentra en una amplia proporción en las comunas 5, 4 y 3. Sin dejar de lado mercado prospecto en las comunas 2 o 1.
3. Se identificó la intención de consumo para productos como los Snaps de frutas deshidratadas, es de resaltar que tuvo una aceptación del 82% del total de la muestra, por lo cual es una gran estrategia de emprendimiento y de mercadeo en el municipio, llegando al consumidor final con un producto innovador.
4. Se definió la ubicación del mayor índice de mercado potencial, siendo estos los supermercados, tiendas de barrio y almacenes de cadena, con una distribución indirecta actuando como intermediarios para llegar al cliente final. Resaltando que para incursionar en grandes superficies deben cumplirse unos protocolos estipulados por cada marca. También se utilizará distribución directa en casos como ventas por internet o a clientes institucionales como son casas de banquetes u hoteles con el fin de abarcar el mayor mercado posible.
5. La oportunidad de mercado en el municipio de Zipaquirá ha dejado como grata sorpresa, gran aceptación que tienen los productos saludables a base de frutas como los Snaps de frutas. Tanto mujeres como hombres, los utilizarían, estarían dispuestos a comprarlos sin

## Snaps de frutas deshidratadas

importar el rango de edad, teniendo en cuenta la aceptación del precio. Lo cual permite incursionar con este producto en las distintas comunas del municipio.

6. Por los resultados recibidos del público encuestado, a través del instrumento como lo es la encuesta, es de grata información saber que los análisis estadísticos brindan una gran favorabilidad de más del 80%, para poder lanzar al mercado este producto como son los Snaps de frutas deshidratadas.

## 9. Recomendaciones

Para los diseñadores de esta propuesta, buscando el mejor evento, generando valor y emprendimiento le sugiere a los desarrolladores de esta:

- Conseguir un musculo financiero apropiado para la puesta en marcha de este trabajo
- En lo posible no realizar negociaciones con intermediarios entre los productores y la compañía productora ya que se incrementan los costos de materias primas.
- Diseñar una presentación del producto llamativa para la vista del consumidor.
- Aprovechar el poco auge de este tipo de productos en el municipio para absorber gran parte del mercado potencial.
- Valorar todas las posibilidades y, finalmente, seleccionar cuál es la mejor forma de llegar a nuestro público objetivo teniendo en cuenta, las diferentes promociones y/o degustaciones para dar a conocer el producto
- Estudiar comparativamente los precios fijados por la competencia para productos iguales o similares.

## 10. Referencias

- Alcaldía de Zipaquirá. (mayo de 2020). Obtenido de [https://doc-14-1k-docs.googleusercontent.com/docs/securesc/24sl5kludcpvr9ivhb67k9uks8lc34ct/rerqq5911golag5qmsud9rt4feco7aid/1589215725000/05346214926591939195/08355666204407281131/1ZQXUwnnxxf2uwJE940loMmNsaA\\_vt-W4?e=download&authuser=0&nonce=iqmtsbc9llk](https://doc-14-1k-docs.googleusercontent.com/docs/securesc/24sl5kludcpvr9ivhb67k9uks8lc34ct/rerqq5911golag5qmsud9rt4feco7aid/1589215725000/05346214926591939195/08355666204407281131/1ZQXUwnnxxf2uwJE940loMmNsaA_vt-W4?e=download&authuser=0&nonce=iqmtsbc9llk)
- Alcaldia de Zipaquirá. (16 de mayo de 2020). *Alcaldia De Zipaquirá - Fan Page Facebook* . Obtenido de <https://www.facebook.com/AlcaldiaDeZipaquirá/posts/3920046114704210>
- Camara de comercio de Bogotá. (02 de marzo de 2020). *www.ccb.org.co*. Obtenido de [www.ccb.org.co](http://www.ccb.org.co): <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril-2016/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>
- cereart.com*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://cereart.com/tienda/fresas-deshidratadas/>
- cereart.com*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://cereart.com/tienda/mango-deshidratado/>
- cereart.com/*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://cereart.com/tienda/mora-deshidratada/>
- COLOMBIA, C. N. (02 de Marzo de 2020). *legislacion.vlex.com.co*. Obtenido de [legislacion.vlex.com.co](http://legislacion.vlex.com.co): <https://legislacion.vlex.com.co/vid/constitucion-politica-colombia-42867930>
- COLOMBIA, S. R. (02 de Marzo de 2020). *www.secretariasenado.gov.co*. Obtenido de [www.secretariasenado.gov.co](http://www.secretariasenado.gov.co): [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo\\_sustantivo\\_trabajo\\_pr017.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo_pr017.html)
- Colombia, U. (11 de 02 de 2014). *Universia*. Obtenido de <https://noticias.universia.net.co/entportada/noticia/2014/02/11/1081115/colombianos-tienen-habitos-alimenticios-preocupan-autoridades.html>
- Cristopher, G., Mariana, P., & Johana, P. (19 de mayo de 2020). Fuente propia - encuesta realizada. *Fuente propia - encuesta realizada*. Zipaquirá, Cundinamarca, Colombia.
- Economipedia. (2020). <https://economipedia.com/definiciones/marketing-masivo.html>.
- Emprendedores, E. (2019). <https://escuela-emprendedores.alegra.com/marketing/que-es-un-segmento-de-mercado-y-por-que-debemos-segmentar/>.

## Snaps de frutas deshidratadas

- FERNÁNDEZ, C. F. (2020). *Eltiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/salud/~:text=Ambas%20condiciones%20las%20padecen%20el,,4%20%20de%20los%20ni%C3%B1os.&text=M%C3%A1s%20de%20la%20mitad%20de,en%20el%2010%20por%20ciento>.
- foman.com.co/. (02 de marzo de 2020). *foman.com.co/*. Obtenido de <https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/>
- Geinfor*. (07 de mayo de 2020). Obtenido de <https://geinfor.com/business/que-es-el-sistema-just-in-time/>
- Gomez, D. (2014). <https://bienpensado.com/que-son-mercados-de-nicho-sus-beneficios-y-ejemplos-practicos/>.
- Group, I. (2003). <https://www.ig.com/es/estrategias-de-trading/que-es-la-cuota-de-mercado-y-como-se-calcula-190226>.
- <http://www.mincit.gov.co>. (02 de marzo de 2020). <http://www.mincit.gov.co>. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co>: <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=5fcb0531-5eab-441b-b41a-ce677f8c553f>
- Johana, P., Luz, G., Christopher, G., & Mariana, P. (16 de mayo de 2020). *Google Drive - trabajo final 3 corte formulación de proyectos 2019*. Obtenido de <https://drive.google.com/open?id=16nzQYBrYUuj6WXYT22roYs9OlzQAwgIk>
- La publicidad*. (marzo de 2020). Obtenido de <https://www.cyberclick.es/publicidad>
- Larepublica.co*. (15 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/la-nueva-era-de-terrafertil-con-nestle-mantiene-los-mismos-directivos-2711949>
- [legislacion.vlex.com.co](http://legislacion.vlex.com.co). (02 de marzo de 2020). *legislacion.vlex.com.co*. Obtenido de [legislacion.vlex.com.co](http://legislacion.vlex.com.co): <https://legislacion.vlex.com.co/vid/ley-sistema-seguridad-integral-dictan-59814950>
- [legislacion.vlex.com.co](http://legislacion.vlex.com.co). (02 de Marzo de 2020). *legislacion.vlex.com.co*. Obtenido de [legislacion.vlex.com.co](http://legislacion.vlex.com.co): <https://legislacion.vlex.com.co/vid/2010-expide-formalizacion-generacion-336265689>
- Mariana palacios, J. p. (mayo de 2020). *formularios google*. Obtenido de , para tener acceso a la encuesta realizada el link es el siguiente: [https://docs.google.com/forms/u/1/d/e/1FAIpQLSfIXETo7THmvk8OHWUVF7NHo-CUy\\_rz\\_D4h-AtEN8bpBO5e0g/closedform](https://docs.google.com/forms/u/1/d/e/1FAIpQLSfIXETo7THmvk8OHWUVF7NHo-CUy_rz_D4h-AtEN8bpBO5e0g/closedform)

## Snaps de frutas deshidratadas

Marketing, G. (2020). <https://www.gureakmarketing.com/es/blog/32-transformacion-digital/275-marketing-social>.

*mayoclinic.org*. (09 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/heart-disease/in-depth/nuts/art-20046635>

*plataformacelac.org*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://plataformacelac.org/es/derecho-alimentacion/col>

Portafolio. (23 de 10 de 2019). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/tendencias/mas-de-la-mitad-de-los-colombianos-posee-malos-habitos-alimenticios-534875>

*proexpansion.com*. (09 de mayo de 2020). Obtenido de [https://proexpansion.com/es/articulos\\_oe/1279-el-perfil-de-consumidores-de-snacks](https://proexpansion.com/es/articulos_oe/1279-el-perfil-de-consumidores-de-snacks)

*sappingblog.wordpress.com*. (09 de mayo de 2020). Obtenido de <https://sappingblog.wordpress.com/2015/01/21/el-origen-de-los-snack/>

*secretariasenado.gov.co*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto\\_tributario.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario.html)

*sites.google.com/*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://sites.google.com/site/empreswaites/teoria-de-sistemas>

*terridata.dnp.gov.co*. (11 de mayo de 2020). Obtenido de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/25899>

*www.dian.gov.co*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/infoconsulta/Paginas/estatutoaduanero.aspx>

*www.dian.gov.co*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de [https://www.dian.gov.co/normatividad/Documents/LEY\\_1943\\_28122018.pdf](https://www.dian.gov.co/normatividad/Documents/LEY_1943_28122018.pdf)

*www.inboundcycle.com*. (09 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

*www.merkactiva.com*. (09 de mayo de 2020). Obtenido de <http://www.merkactiva.com/blog/teorias-del-comportamiento-del-consumidor/>

*www.myfitnesspal.com*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.myfitnesspal.com/es/food/calories/banana-deshidratada-245765072>

## Snaps de frutas deshidratadas

- www.myfitnesspal.com*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.myfitnesspal.com/es/food/calories/manzana-deshidratada-180933975>
- www.nutsalicante.es*. (09 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.nutsalicante.es/origen-y-propiedades/>
- www.psyma.com*. (11 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- www.reasonwhy.es*. (09 de mayo de 2020). Obtenido de <https://www.reasonwhy.es/reportaje/philip-kotler-padre-marketing-moderno>
- www.secretariasenado.gov.co*. (13 de mayo de 2020). Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1581\\_2012.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1581_2012.html)



## Snaps de frutas deshidratadas

## 11. Anexos

## Anexo 1: Encuesta

## Consumo de frutas secas

Los gestores de este trabajo exploratorio analizarán la tendencia que puede presentar el mercado de frutas deshidratadas, donde conoceremos gustos, hábitos o percepciones que tienen los habitantes en el municipio de Zipaquirá, también agradecen su respuesta de manera sincera e informan que el tratamiento de datos personales se utilizará para el fin descrito anteriormente y serán manejados de acuerdo con lo previsto en la ley 1581 de 2012.

## Dirección de correo electrónico

## 1. ¿En qué sector de Zipaquirá reside?

- A). Comuna 1 (Centro, San Antonio, La Concepción, Casa Blanca, o alrededores)  
 B). Comuna 2 (San Juanito, Coclés, potosí, Primero de mayo o alrededores)  
 C). Comuna 3 (La Paz, Santa Isabel, La Esmeralda, Prados del Mirador, Villa María o alrededores)  
 D). Comuna 4 (Algarra I, II, III; San Pablo, Las Villas, Villas del rosario o alrededores)  
 E). Comuna 5 (Barandillas, La Mariela, las Acacias, El Pinar, o alrededores)

## 2. Rango de edad

1. Menos de 18 Años
2. Entre 18 años y 24 Años
- 3.entre 25 Años y 30 Años
- 4.Entre 31 Años y 36 Años
5. Entre 37 Años y 42 Años
- 6.Entre 43 Años y 48 Años
- 7.Entre 49 Años y54 Años
- 8.Entre 55 Años y 60 Años
- 9.Más de 60 años

## 3. Genero

- 1.Mujer
- 2.Hombre

## 4. Estrato Socioeconómico

- A). 1
- B). 2
- C). 3
- D). 4
- E). 5

## 5. ¿cuál es el alimento que consume entre comidas principales?

## 6. ¿Qué medida adopta usted para obtener una alimentación saludable y balanceada?

1. poco consumo de grasa saturadas
2. no consume comidas chatarras
3. Evita bebidas azucaradas
4. consume cereales, frutas o verduras
5. ingiere productos lácteos

## 7. ¿Cuándo compra un producto por primera vez el cual acaban de lanzar al mercado, en que se fija para adquirirlo?

1. Marca
2. Precio
3. Promoción
4. Gusto específico por el producto
5. Presentación

## 8. Con que frecuencia consume frutas deshidratadas

- 1.Diariamente
- 2.Semanalmente
- 3.Quincenalmente
- 4.Mensualmente
- 5.Ocasionalmente (entre 1 a 3 veces en el semestre)
- 6.Esporádicamente (1 vez al año)
- 7.Nunca ha consumido

## 9. Para usted ¿cuál es el principal fin de utilizar frutos deshidratados?

1. Alimentación entre comidas
2. Suplemento Nutricional en las comidas principales
3. Adición a postres o ensaladas
4. En jornadas de actividad física

## 10. ¿Dónde le gustaría que se comercializara productos que sean 100% fruta deshidratada?

1. Internet
2. Supermercados
3. Almacenes de cadena
4. Punto de ventas directos
5. Tiendas Naturistas
6. Alacenas

## 7. Tiendas De barrio

## 11. ¿cuál son los frutos que más le llama la atención probar en presentación deshidratada?

1. Mora
2. Mango
3. Fresa
4. Uva
5. Banano
6. Manzana

## 12. ¿Qué tan dispuesto estaría en adquirir productos deshidratados al momento de ir a mercar?

1. Muy interesado
2. Algo interesado
3. Interesado
4. Poco interesado
5. Nada interesa

## 13. ¿conoce alguna empresa en su región que deshidrate frutas?

- 1.SI
- 2.NO

## 14. Si en la pregunta anterior marco si ¿cuál? de lo contrario coloque N/A

## 15. ¿Cuánto está dispuesto a cancelar por 100 gramos de fruta deshidratada?

1. Menos de \$4.000
2. Entre \$4.000 y \$5.999
3. Entre \$6.000 y \$7.999
4. Mas de \$8.000