

FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROYECTO DE GRADO – EMPRENDIMIENTO

NOMBRE DEL PROYECTO:

ACENDRADO S.A.S

ELABORADO POR:

DERIK JAIR RUEDA MONTAÑO

PRESENTADO A

ANDRES SAMPER

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SEDE BOGOTÁ

AÑO 2020

INDICE

1. MODULO DE MERCADOS

1.1 Investigación de Mercados

1.1 Definición de Objetivos

1.1.1 Justificación y Antecedentes del Proyecto

1.1.2 Análisis del Sector

1.1.3 Análisis de Mercado

1.1.4 Análisis de la Competencia

1.2 Estrategias de Precio

1.2 Estrategias de Comunicación

1.2 Estrategias de Servicio

2. MODULO DE OPERACIÓN

2.1 Operación

2.1.1 Ficha Técnica del Producto ó Servicio

2.1.2 Estado de Desarrollo

2.1.3 Descripción del Proceso

3. MODULO DE ORGANIZACIÓN

3.1 Estrategia Organizacional

3.1.1 Análisis DOFA

3.1.2 Estructura Organizacional

4. RESUMEN EJECUTIVO

4.1 Resumen Ejecutivo

4.1.1 Concepto del Negocio

4.1.2 Potencial del Mercado en Cifras

4.1.3 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor

5. CONCLUSIONES Y AGRADECIMIENTOS

6. BIBLIOGRAFIA

7. ANEXOS

1. MODULO DE MERCADOS

1.1 Definición de Objetivos

Objetivo General

Aumentar el consumo per cápita de frutas en nuestro país y la región, aprovechando la variedad frutal del país; innovando las formas de comercialización, marketing y comercialización.

Objetivos Específicos

Representar la variedad de frutas y verduras colombianas, bajo una marca reconocida en la región.

Reducir el uso de plásticos de un solo uso en la comercialización de frutas y verduras.

Fomentar hábitos de alimentación saludables, incluyendo en el proceso a las empresas y todos los agentes económicos del país.

Reducir el desperdicio de frutas y verduras en las centrales mayoristas y cosechas de productores nacionales. (Conpes 3514)

Aumentar el consumo per cápita de frutas y verduras a nivel Latinoamérica.

Crear nuevos mercados y categorías comerciales con base en las frutas y verduras.

1.1.1 Justificación y Antecedentes del Proyecto

Acendrado tiene la premisa de cambiar la manera en que las personas consumen fruta en Colombia. Ofrecemos una experiencia basada en la variedad de frutas de nuestro país, combinada con la alimentación saludable y el cuidado del medio ambiente a través de nuestros planes de entrega de fruta fresca en las empresas por suscripción. Utilizamos los datos de consumo obtenidos para lograr identificar los productos más solicitados por nuestros usuarios e iniciar procesos productivos más eficaces y que reduzcan desperdicios. Realizamos campañas enfocadas en fomentar el consumo de alimentos saludables y hábitos de alimentación que ayuden al cuidado personal.

Acendrado inicia en abril del año 2016, identificando problemas sanitarios y de presentación en la fruta picada de venta callejera en Bogotá. De ahí se inicia un producto mínimo viable y se comercializa en las principales calles de la ciudad logrando un impacto en el cliente, que percibe la calidad en el tratamiento del alimento y la presentación final. Posteriormente, y viendo el interés del mercado por alimentos saludables de bajo costo y de buena calidad, se inicia el prototipo y prueba del modelo por suscripción quincenal y mensual de fruta picada a domicilio. De allí se decide continuar con este modelo, modificando el cliente final a B2B.

1.1.2 Análisis del Sector

Sector Alimentos Saludables

Para el año 2018 en Colombia se registra un incremento del 12% en las ventas de alimentos saludables y este, representa un 7% de la industria de alimentos y bebidas general en el país

De acuerdo con el reporte Estado Saludable de Nielsen – Colombia; el 90 por ciento de los hogares en Colombia, compran o destinan un dinero para la compra de un alimento saludable

cuyo valor promedio es de \$4.300 pesos y en general, un valor mensual de \$200.000 pesos por hogar y el 40% de los hogares consume en mayor proporción los alimentos saludables que ya ha consumido con anterioridad.

Para el caso de las frutas y verduras, las últimas cifras obtenidas por el DANE, los hogares colombianos gastaron en total un aproximado de 196 mil millones de pesos, promedio mensual por hogar mensual de 23 mil pesos. Sin duda es un porcentaje muy bajo a comparación del sector de alimentos no saludables que también hacen parte de la canasta familiar de los colombianos. Y las frutas, desde hace aproximadamente una década refleje un lento crecimiento pasando de 1.6% a 2.5%

No solo en Colombia se ve un aumento en el consumo de alimentos saludables. Para Latinoamérica se ve un incremento del 30% en el consumo de alimentos saludables, cambiando sus hábitos de consumo y disminuyendo la compra de azúcar y fritos procesados

1.1.3 Análisis de Mercado

En Acendrado se han identificado dos grupos diferentes de clientes. Se distinguen por sus necesidades e intereses con el producto. Los hemos agrupado en clientes Empresariales (Mediana y Grandes Empresas) y Usuarios (personas, empleados, independientes)

Lo que une a estos dos grupos de clientes, es el querer tener una opción saludable en sus actividades diarias, conocer la variedad de frutas en Colombia, sobresalir frente a sus compañeros o competencia reflejando un estilo de vida sano y que aporte al medio ambiente

Clientes: Accenture Sede Ruta N (Medellín), Accenture Sede Bogotá, Laboratorios Farmacéuticos Servier, KM2 Contact Center, Chubb Seguros, Kimberly Clark Colombia, Compensar, Liberty Seguros, Américas BPS entre otros.

1.1.4 Análisis de la Competencia

Hemos identificado la empresa FRUCASA como competencia directa en el modelo de entregad de frutas a oficinas. Establecida en Bogotá con operación en la misma ciudad que ofrece variedad de frutas similar a las de ACENDRADO.

Se realizo un acercamiento a dicha compañía para conocer su recorrido comercial, sin embargo, no fue exitoso al no encontrar respuesta por parte de los encargados.

Página Web FRUCASA: www.frucasa.com

Tipo de Empresa: Sociedad por acciones simplificadas.

Contacto: contacto@frucasa.com

Por otro lado, se encuentran como competidores indirectos a FRUBANA y WARUWA quienes centran su modelo de negocio a servir de proveedores de frutas y hortalizas a restaurantes en diferentes ciudades del país y Latinoamérica.

Página Web FRUBANA: www.frubana.com

Tipo de Empresa: Sociedad por acciones simplificadas.

Página Web WARUWA: www.waruwa.com

Tipo de Empresa: Sociedad por acciones simplificadas.

Este es un modelo que se replicó de la empresa REFRUITING en España, quienes desde el 2016 llevan frutas directamente a empresas en diferentes ciudades de dicho país. Con datos a 2018 en ventas, se aproximan a los 1,8 millones de euros, impactando más de 400 empresas en España.

Una de las ventajas que tiene ACENDRADO frente a su competencia local directa e indirecta es su compromiso con el aumento de consumo de frutas en la población. Empezando por el espacio donde las personas pasan más tiempo en su día, la oficina.

Con los proyectos venideros de Bodegas de distribución a bajo costo por modelo de suscripción nos convertiremos en el aliado estratégico de restaurantes, instituciones y personas interesadas en consumir piezas de frutas frescas en el momento.

Frente a la competencia internacional, contamos con una ventaja comparativa importante y es el hecho que Colombia es un país frutícola en la mayoría de las regiones del territorio nacional, siendo así mucho más fácil predecir temporadas de frutas, precios, escases y proyecciones de alzas.

1.2.1 Estrategias de Precio

Se establece un precio por fruta y por empleado, generando así un proceso fácil para el cliente al adquirir el servicio. Adicional a esto, el cliente recibe una mejor oferta si aumenta la cantidad de fruta por empleado y la frecuencia en su plan.

1.2.2 Estrategias de Comunicación

Se realizan campañas orgánicas en redes sociales, blogs en página web, publicación de fotografías y videos en diferentes espacios digitales para lograr atraer clientes potenciales. Adicionalmente se realizan estrategias de referidos empresariales donde se genera una comisión por contrato cerrado y de acuerdo con la duración de este.

1.2.3 Estrategias de Servicio

Como uno de los valores agregados en el servicio, está la puntualidad en las entregas. Horarios establecidos para cada sede del cliente, elección de la fruta por parte de la persona encargada, realización de eventos saludables con productos de primera calidad, facilidad de pago a 30 días

2 MODULO DE OPERACIÓN

2.1 Operación

El portafolio de servicios de ACENDRADO actual es: “Punto Saludable de Frutas” “Punto Saludable de Frutos Secos” y “Eventos Saludables”.

2.1.1 Ficha Técnica del Producto ó Servicio

Punto Saludable de Frutas

Stand elaborado con especificaciones dadas por el cliente en tamaño para ubicarlo en sus espacios de trabajo.

Por medio de modelo de suscripción las empresas pagan una mensualidad por recarga de frutas con mas de 6 variedades durante el mes, cambio de publicidad mensual y acceso a descuentos con aliados de ACENDRADO en diferentes servicios.



Punto Saludable de Frutas – Tinkko Calle 99

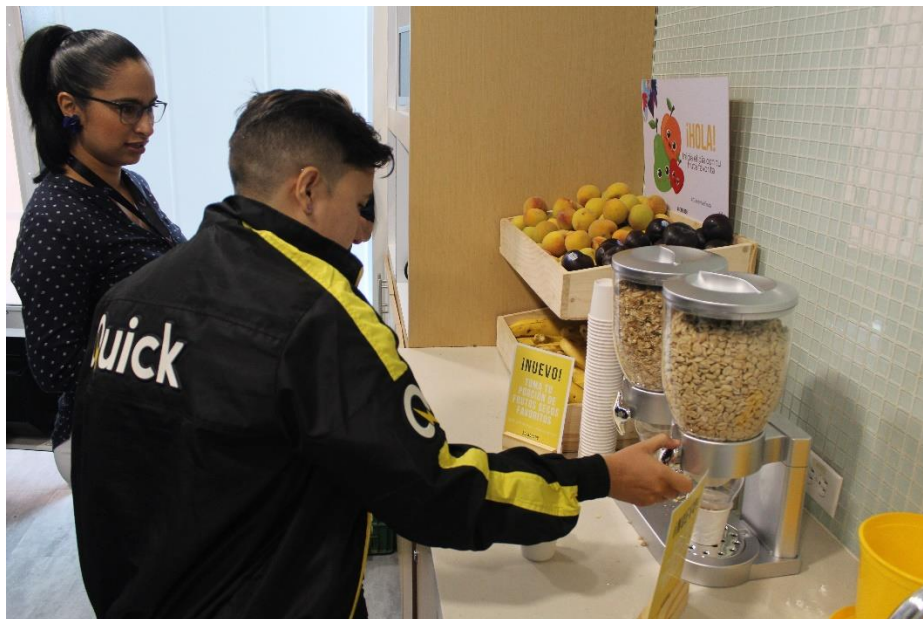


Punto Saludable de Frutas – Accenture Calle 72

Punto Saludable de Frutos Secos:



Punto Saludable de Frutos Secos – Accenture Calle 72



Punto Saludable de Frutos Secos – Accenture Sede Ruta N Medellín

Eventos Saludables:



Evento Saludable - Kimberly Clark



Evento Saludable – Contact Center Américas BPS

Distribución: Realizamos distribuciones una vez al mes hasta de manera diaria.

Precios: Son relativos a la recurrencia de recargas y cantidad de colaboradores. Pueden ir desde \$1,400 pesos promedio

Logística: Compra a mayoristas de frutas, basados en calidad y precio. Búsqueda de ofertas por temporada y cosechas. Recepción en bodega para alistamiento y envío en los días y horarios correspondientes a cada cliente.

2.1.2 Descripción del Proceso

Una vez se realiza el contacto con el cliente interesado en los servicios, se realiza el siguiente proceso:

A continuación, describimos el proceso de compra regular para usuarios nuevos:

1. Reunión presencial o virtual con el equipo de Acendrado
2. Se estipula la frecuencia, cantidad y duración de los puntos saludables dentro de la empresa.
3. Se procede a la elaboración del “Punto Saludable” (aproximadamente 3 días hábiles.)
4. Previo al primer despacho de fruta, se ubica el punto saludable de acuerdo con las indicaciones del cliente
5. 24 horas después se realiza la primera entrega de fruta por parte del equipo de Acendrado, quienes la ubicarán en el “Punto Saludable” respectivo.
6. La fruta estará lavada y desinfectada antes de su ubicación en los puntos.
7. Se ubicará, para el cliente que desee; un producto para desinfectar la fruta por parte de sus colaboradores al momento de elegirlos.
8. Se realiza la segunda entrega conforme al plan elegido por el cliente. Desde una vez al mes, hasta diariamente.
9. Al finalizar el servicio, se realiza una encuesta de satisfacción y un video testimonial para propósitos de mejora y promoción.
10. Se tienen sistemas de pago a máximo 30 días calendario.
11. La franja horaria de entrega es de 6:00am a 10:00am. Si el cliente desea modificarla, se realizará el cambio.



Punto saludable, Codess (corporación para el desarrollo de la seguridad social.)



Punto saludable (Cyglo Indoor Cycling)



Punto saludable (Kimberly-Clark Colombia. Planta Funza)



Punto saludable (Chubb Seguros. Bogotá)



Mercado en la oficina (Americas BPS call center. Sede Carvajal)

3. MODULO DE ORGANIZACIÓN

Acendrado es una Empresa emergente creada en el año 2016 bajo la premisa de cambiar la manera en que las personas consumen fruta en Colombia. Ofrecemos una experiencia basada en la variedad de frutas de nuestro país, combinada con la alimentación saludable y el cuidado del medio ambiente.

Misión: Resaltar la importancia de las frutas y verduras nacionales, ayudando a nuestros usuarios a tener una opción de alimentación sana y económica; que además sea totalmente responsable con el medio ambiente.

Visión: Liderar el comercio minorista de frutas y verduras en el país, resaltando las labores del productor, del tendero local y las madres cabeza de familia. Ser reconocidos como la marca representativa de la fruta en Colombia y Latinoamérica.

Operaciones | Ubicación: Nuestra principal operación comercial se ubica en la ciudad de Bogotá, por la alta concentración de empresas locales y extranjeras, con grandes cantidades de empleados y planes en responsabilidad social, ambiental y laboral dentro de sus instalaciones.

Necesidad del mercado: La principal necesidad o deseo de nuestros usuarios es brindar opciones de alimentación saludable a sus empleados. A través de una fruta al día concientizar a los empleados para que adopten hábitos saludables en su comida diaria, aumentar la productividad de sus colaboradores, mejorar el ambiente de trabajo y reducir la cantidad de snacks procesados que se encuentran en las instalaciones.

Con nuestros planes de entregas por suscripción, logramos que las empresas incentiven cambios saludables alimenticios en sus empleados, generen una cultura de respeto por el compañero, compromiso y sentido de pertenencia, empleados más motivados y productivos.

Nicho del mercado: Como nicho de mercado ubicamos a empresas pequeñas, medianas y grandes con un mínimo de 20 empleados, interesadas por fomentar bienestar dentro de sus instalaciones, hábitos saludables y beneficios no monetarios a sus colaboradores. Aquellas empresas que destinan un presupuesto mensual para su área de bienestar y recursos humanos.

Compañías nacionales e internacionales con programas de cuidado de la salud para sus trabajadores, socios y clientes; programas de alimentación saludable dentro y fuera de la oficina.

Son clientes con exigencias en calidad y precio, dadas las cantidades que ordena y la frecuencia durante el mes. Para este tipo de clientes, se desarrolla un portafolio específicamente enfocado en productos listos para consumir, frescos y preparados el mismo día del pedido. La materia prima pasa por un cuidadoso proceso de selección y se procede a empacar detalladamente cada uno de los productos solicitados. En este nicho de mercado se estima un crecimiento potencial debido al incremento de la cultura sana dentro de los espacios de trabajo, constituyendo un alcance importante en nuestro desarrollo.

A la fecha hemos brindado nuestros productos a más de 7 empresas nacionales y 2 internacionales.

Ventajas de Acendrado

Modelo por suscripciones que asegura la compra y evita la sobre estimación de las ventas. Se reducen costos y desperdicios a través de este sistema y se enfoca todo el servicio en la experiencia del consumidor.

Oportunidades: No existe una marca líder que represente la fruta colombiana en el país. Se tratan como commodities sin aprovechar la alta variedad de productos que derivan de ellas.

El consumo de frutas en el mercado colombiano es bajo, el consumo promedio por persona se calcula en 63kg al año, teniendo un déficit de 26kg adicionales según lo recomienda la OMS.

Producto o Servicio

En Acendrado, damos el protagonismo a la fruta. Por medio de nuestro primer servicio de entregas de frutas frescas por suscripción, logramos brindar a nuestros usuarios un momento saludable en su alimentación. Nuestro servicio básico inicia a partir de 25 empleados con 4 entregas en el mes.

Tendemos a disposición de nuestros usuarios varios tipos de productos, con variedades de frutas para elegir.

3.1.1 Análisis DOFA

F Creación de nuevos productos e innovación en las líneas actuales. Modelo de negocio innovador, con proyección y crecimiento. Equipo multidisciplinario con experiencia en administración y creación de negocios. Capacidad de resiliencia y trabajo en equipo	D Poco conocimiento en la industria. Falta de contactos cercanos para ofrecer los servicios Capital de trabajo necesario para iniciar los proyectos con diferentes clientes. Distribución de tareas y responsabilidades dentro de la empresa.
O Mercado sin explorar en el país. Oportunidades de proyectos con empresas grandes en el país, públicas y privadas. Ingreso a empresas multinacionales en la región. Programas de bienestar para los empleados, con asignaciones de presupuestos anuales. Sociedad más consciente de los hábitos alimenticios de su día a día.	A Pagos a más de 60 días. Incumplimientos de pagos por parte de los clientes. Impuestos. Normativas y leyes locales. Consumo de alimentos saludables en tendencia. Incumplimiento de pedidos con proveedores. Alza de precios en materia prima Factores sociales que afectan transporte en los pedidos de proveedores y con clientes.

Comparación Competitiva:

Nos diferenciamos de nuestra competencia en esencia por utilizar un producto como la fruta para realizar cambios culturales en las empresas. A través de una pieza de fruta diaria se motiva al colaborador a iniciar hábitos de alimentación saludable incluso después de terminar su jornada laboral. Además de eso, generamos cambios culturales enfocados en el respeto por el compañero, dado que al ubicar nuestros “Puntos Saludables” se debe tomar solo una pieza de fruta en el día, sin dejar a los demás compañeros de trabajo sin su respectiva porción.

Proceso logístico.

En Acendrado pasamos por 3 momentos logísticos importantes para la entrega de los productos al consumidor final.

La materia prima

La compra de la materia prima se realiza a proveedor con planta de lavado y desinfectado, donde posteriormente se envían a cada uno de nuestros clientes por parte de nuestro equipo logístico.

Dependiendo la cantidad del pedido, se realiza en motocicletas con espacio para carga de alimentos, debidamente marcadas y diseñadas para el transporte de dichos elementos. Si el pedido es por más unidades, se realiza en camionetas de carga, igualmente aptas para el transporte de alimentos.

Transporte

Se realiza de manera propia para pedidos pequeños y se utiliza servicio tercerizado para pedidos múltiples y de mayor cantidad. Se realizan operaciones en la ciudad de Bogotá y alrededores para clientes específicos.

Entrega

Nuestros colaboradores que realizan el transporte deben ubicar la mercancía en los puntos saludables debidamente ubicados dentro de las empresas (si el cliente desea ubicarlas el mismo, se realiza la entrega en la entrada principal de la empresa o recepción.)

El personal debe ir identificado con gorra, chaleco y carné de manipulación de alimentos para que sea recibido y permitan el ingreso a las instalaciones.

Cada pedido no debe tardar en entregarse más de 25 minutos.

Plan de marketing y ventas

El modelo de negocio actual inició operaciones en el presente año, 2019 y hemos sido recibidos con mucha aceptación en el mercado. Hemos realizado ventas por más de 5 millones de peso y continuamos creciendo en cantidad de clientes y nuevas líneas de negocio.

Nuestra manera de conseguir clientes hasta el momento ha sido por medio de recomendaciones de áreas de recursos humanos y bienestar, además hemos utilizado herramientas como email marketing para lograr entrar directamente a nuevas empresas e iniciar el contacto pertinente.

Canales de Venta

Tenemos dos canales de venta principales en la actualidad, queriendo incluir el canal de venta digital en el 2019

Directo: Nos enfocamos directamente en las empresas y es nuestro principal canal de ventas. Ubicamos los stands para prestar nuestros servicios indoor, es decir el cliente nos indica donde quiere que vaya el “Punto Saludable” y así sus colaboradores puedan verlo y utilizarlo de la manera correcta.

Llegamos al área de recursos humanos o bienestar, ofreciendo mejoras en el bienestar alimenticio de los colaboradores y mejorando el clima laboral por medio de actividades relacionadas con el respeto por el otro y honestidad.

Eventos y Ferias: Acompañamos a nuestros clientes en la realización de campañas de bienestar en sus organizaciones en ferias y eventos. Adicional a esto, fortalecemos nuestra presencia de marca en eventos públicos y privados donde estamos presentes con stands propios y enseñando a los asistentes, nuestro modelo de negocio.



Evento. Feria empresarial Universidad Santo Tomás.

Crecimiento

Acendrado será la marca pionera en el desarrollo de actividades saludables para el año 2020 en el mercado B2B en Colombia, esperando tener presencia nacional en las diferentes capitales donde se ubiquen una cantidad considerable de empresas internacionales o locales.

Para el año 2019 estimamos finalizar con 20 clientes en Bogotá suscritos al programa en sus diferentes tiempos, mensuales, trimestrales o semestrales. y posteriormente iniciar la expansión a nivel nacional en Medellín y Barranquilla.

PLAN FINANCIERO

Se anexa excel al final del documento.

Lenguaje de Marca | Identidad

Desde el nombre Acendrado hasta el concepto tienen un significado importante que queremos resaltar en la marca.

Acendrado, es una palabra en castellano que significa **“Libre de mancha, puro, sin error”** y es precisamente lo que queremos transmitir a nuestros clientes. La perfección en nuestras frutas y procesos.

Los colores utilizados para la concepción de la marca han sido el Blanco y Negro, dado que queremos desligarnos del concepto de color que utilizan la mayoría de las marcas relacionadas con frutas y vegetales.

El logotipo y marca ha sido registrado bajo la categoría mita clase 29, expediente 16 085338, con una duración de 10 años a partir del 06 de junio de 2016 (se adjunta copia)



Página web: www.acendrado.com.co Ha sido realizada para convertirse en un canal de ventas directo donde los encargados de bienestar, gestión humana o recursos humanos de las empresas pueden cotizar nuestros servicios de manera ágil y obtener los precios reales inmediatos.

Redes sociales: Es nuestro canal de comunicación e información para nuestros usuarios, tanto personales como corporativos. Creamos contenido de interés para la comunidad brindando información de beneficios de la fruta, recomendaciones de salud, noticias, fotografías y artículos sobre nuestros eventos y clientes.

Página Web: www.acendrado.com.co



Redes Sociales:



Facebook:



4. RESUMEN EJECUTIVO

4.1 Resumen Ejecutivo

4.1.1 Concepto del Negocio

Marca: Acendrado.

Causa/Cruzada/Objetivo: Aumentar el consumo per cápita de frutas en Colombia y la región. Acercándose al promedio sugerido por la OMS (organización mundial de la salud).

Hitos alcanzados:

Más de 50,000 frutas vendidas en menos de 5 meses.

Mas de 15 empresas impactadas con nuestros Puntos Saludables.

Finalistas entre los 10 mejores emprendimientos universitarios en el 2019 por la organización EO en sus premios GSEA 2019

Start up seleccionada por la Cámara de Comercio de Bogotá para aceleración con acompañamiento de SOCIALAB Colombia.

Líneas de negocio actuales:

- Punto Saludable de Frutas Enteras
- Punto Saludable de Frutos Secos
- Eventos Saludables

Líneas de negocio en proyecciones:

- Merchandising de la marca
- Bodegas de distribución a bajo costo (modelo por suscripción)
- Comercio web
- Big Data de información de consumo de frutas.

Mercado objetivo: Colombia – Bogotá, Medellín, Barranquilla

Clientes potenciales: Empresas medianas y grandes, nacionales e internacionales con programas de bienestar incluidos en presupuestos anuales para sus colaboradores. Con equipos de mas de 25 personas.

Inversión inicial preoperativa: \$560.000 (Quinientos sesenta mil pesos m/c)

Fecha de inicio operativo: Julio 2019

4.1.2 Potencial del Mercado en Cifras

Ventas 2019: 49,844,838

Ventas a la fecha 20 de febrero de 2020: 32,263,852

Ventas proyectadas 31 de diciembre de 2020: 202,800,000

5. CONCLUSIONES

En corto tiempo ACENDRADO ha impactado cientos de colaboradores de empresas en Colombia, por medio de un producto que, en ocasiones, no es lo suficientemente valorado por nosotros. Quienes vivimos en un país frutícola en su mayoría de territorio y estaciones climáticas.

Desde la creación del concepto de fruta picada en el año 2016, pasando por concepto de suscripción a personas naturales hasta llegar al concepto de suscripción con empresas que ha sido el éxito del negocio a hoy, el propósito siempre ha sido aumentar el consumo de fruta por las personas, dar a conocer frutas que casi nunca tenemos la oportunidad de hacer.

Ser una marca referente en el mercado de la venta al detal de frutas en el país y poder agrupar a miles y miles de establecimientos de venta de estos productos indispensables en la canasta familiar.

Todos los miembros del equipo estamos convencidos que vamos a lograr aumentar el porcentaje de consumo interno de frutas en Colombia y a partir de ahí, en la región.

AGRADECIMIENTOS

El resultado de ACENDRADO a la fecha no hubiese sido posible sin el apoyo indispensable de familiares, amigos e inversionistas quienes, con su aporte en dinero, contactos, de trabajo, logístico y apoyo emocional, hacen que cada día nos levantemos con mas ganas de llevar una pieza de fruta a mas espacios de trabajo en nuestro país.

6. BIBLIOGRAFIA

<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/GUIA-BUENAS-PRACTICAS-DE-FORMULACION-FE-2014.pdf>

http://www.asohofrucol.com.co/imagenes/BALANCE_SECTOR_HORTIFRUTICOLA_DICIEMBRE_2017.pdf

<https://www.refruiting.com/es>

<https://www.dinero.com/pais/articulo/consumo-frutas-verduras-colombia/186472>

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/En-Colombia-35-de-las-personas-no-consumen-frutas-y-70-hortalizas-.aspx>

<https://www.agronegocios.co/consumo-de-frutas>

<https://www.alegra.com/colombia/>

7. ANEXOS

7.1 Ventas

- 7.1.1 Estado de resultados**
- 7.1.2 Balance General**
- 7.1.3 Hoja de Vida emprendedor**
- 7.1.4 Formato de cotización**
- 7.1.5 Formato de factura**