



Universidad del Sureste

Medicina Humana

Campus Comitán



Nombre de los integrantes:

- Yari Karina Chacha Hernández
- Rosario Lara Vega
- Ángel Yair Olan Ramos
- Antonia Berenice Vázquez Santiz

Grado y Grupo: 7° “A”

Nombre Del Docente: Dra. Meza López Dulce Melissa

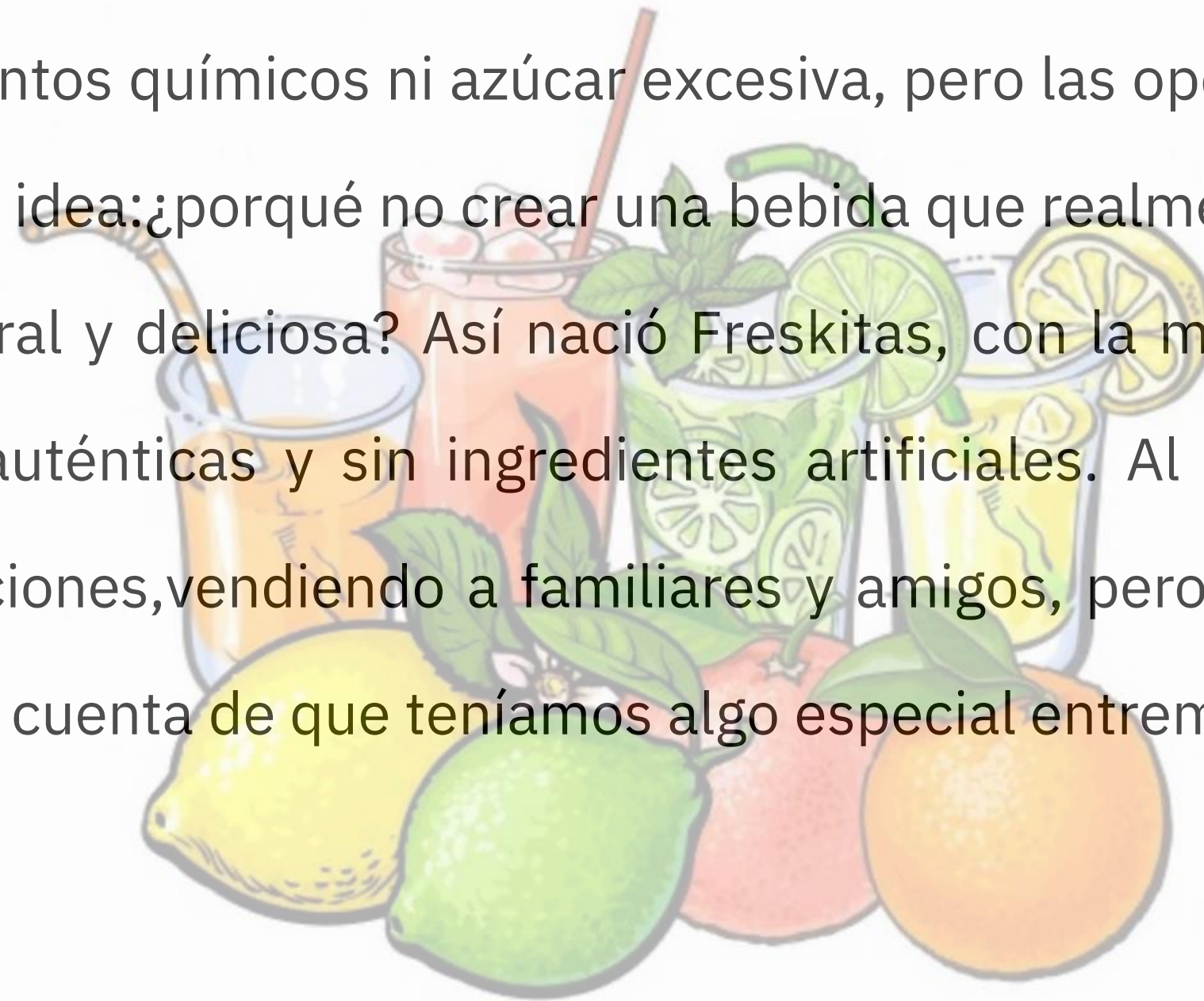
Nombre de la materia: Taller del Emprendedor



"Llena tu vida y disfruta un sorbo de Frekitas"

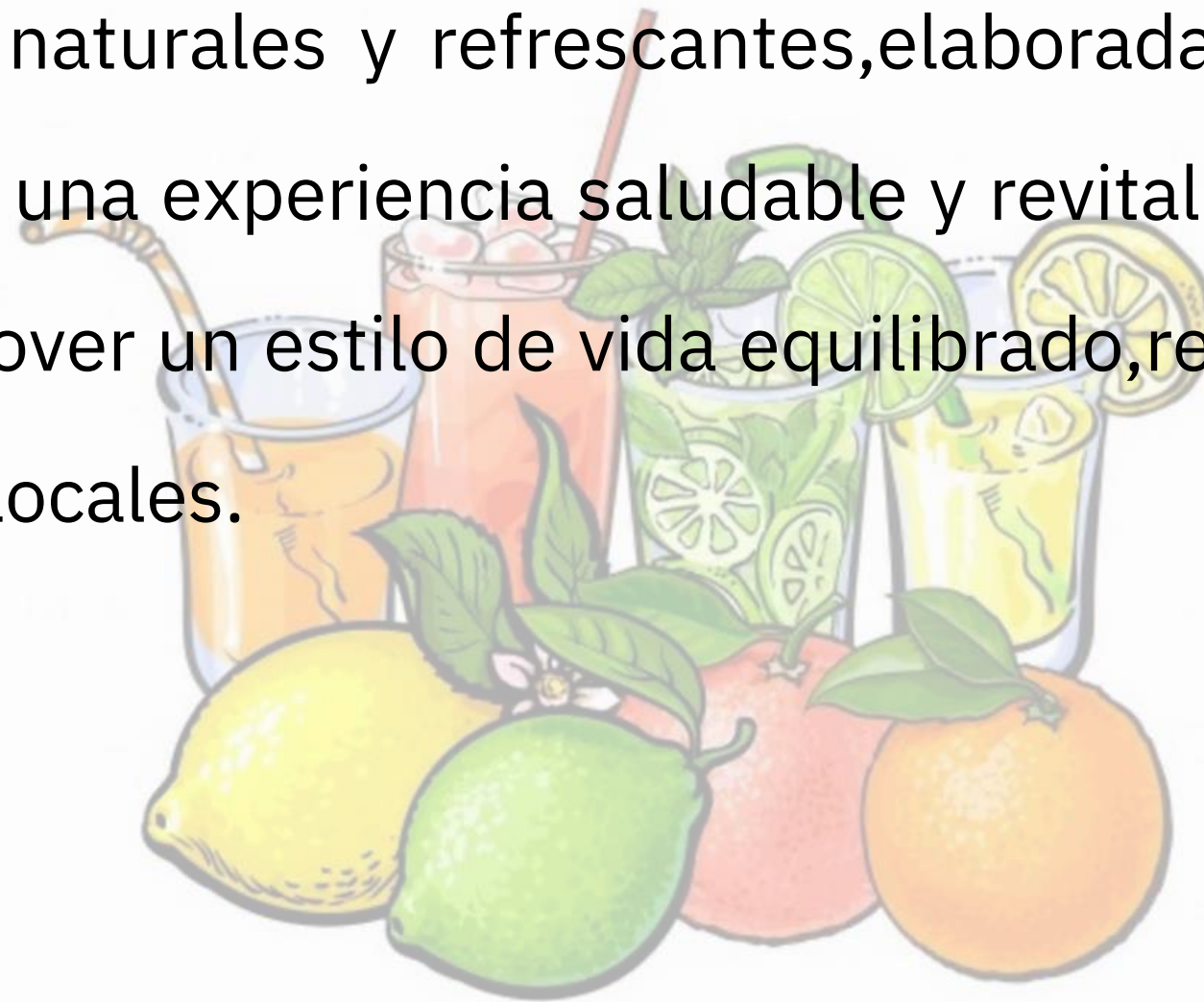
Resumen Ejecutivo

“Todo comenzó en un día caluroso, cuando buscaba algo refrescante para tomar. Quería algo natural, sin tantos químicos ni azúcar excesiva, pero las opciones en el mercado eran pocas. Ahí nació la idea: ¿porqué no crear una bebida que realmente refrescara y al mismo tiempo fuera natural y deliciosa? Así nació Freskitas, con la misión de ofrecer aguas de sabores frescas, auténticas y sin ingredientes artificiales. Al principio, empezamos con pequeñas producciones, vendiendo a familiares y amigos, pero poco a poco la demanda creció y nos dimos cuenta de que teníamos algo especial entre manos.”



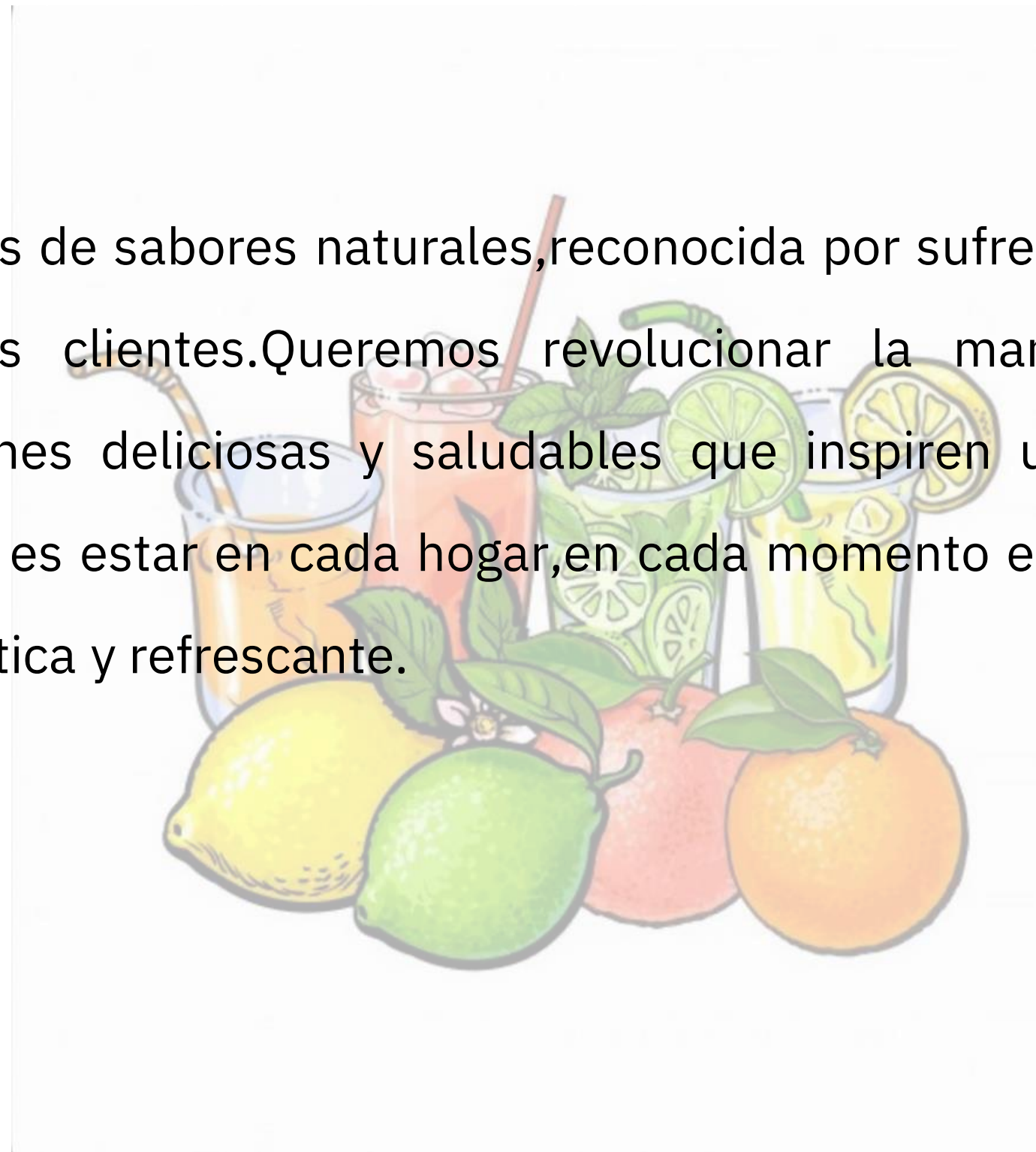
Mision

Ofrecer bebidas cítricas naturales y refrescantes, elaboradas con ingredientes de la más alta calidad, que brinden una experiencia saludable y revitalizante a nuestros clientes. Nos comprometemos a promover un estilo de vida equilibrado, respetando el medio ambiente y apoyando a productores locales.



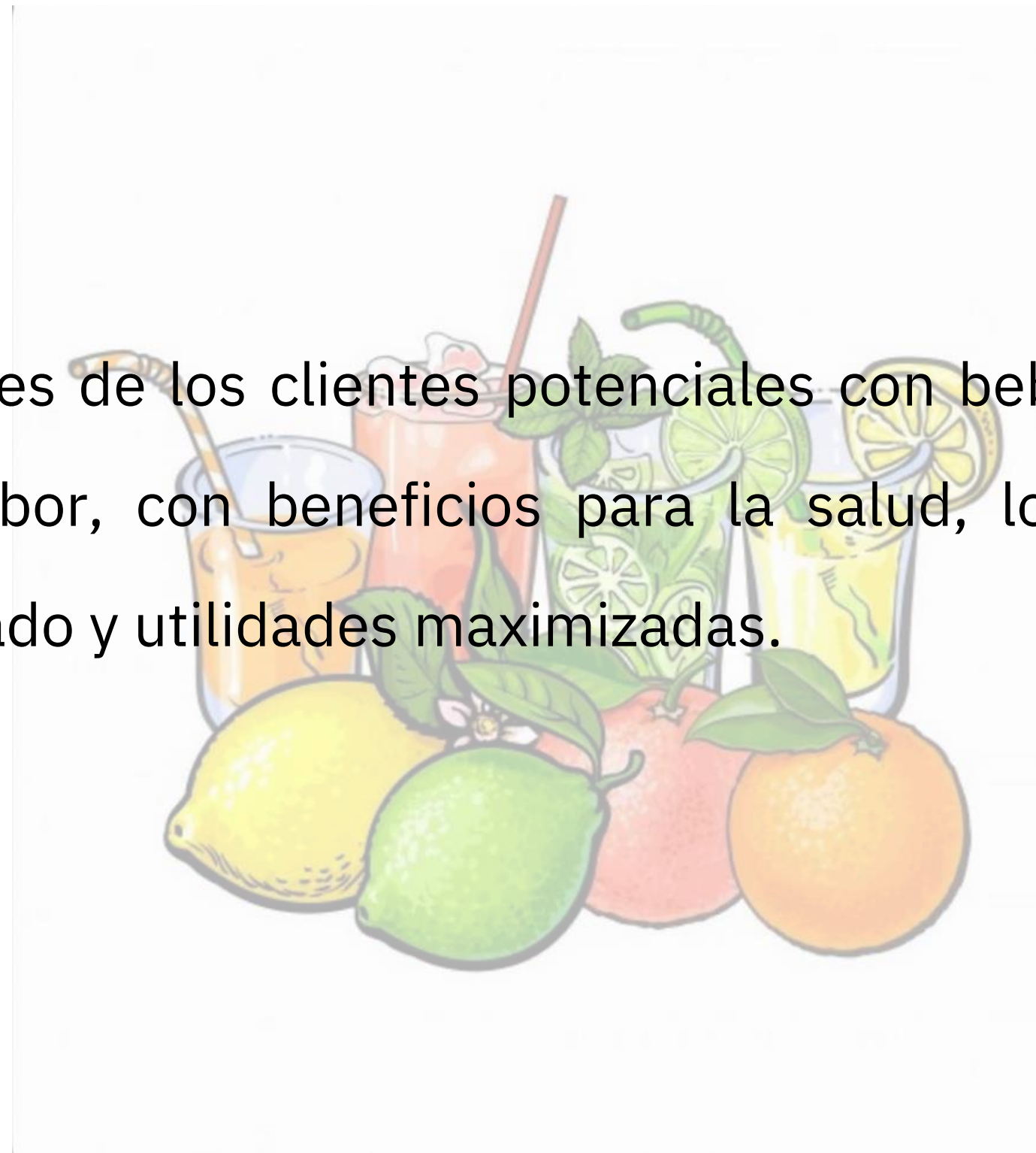
Vision

Ser la marca líder en aguas de sabores naturales, reconocida por su frescura, calidad y compromiso con el bienestar de nuestros clientes. Queremos revolucionar la manera en que las personas se hidratan, ofreciendo opciones deliciosas y saludables que inspiren un estilo de vida más natural y equilibrado. Nuestra meta es estar en cada hogar, en cada momento especial y en cada lugar donde se necesite una bebida auténtica y refrescante.



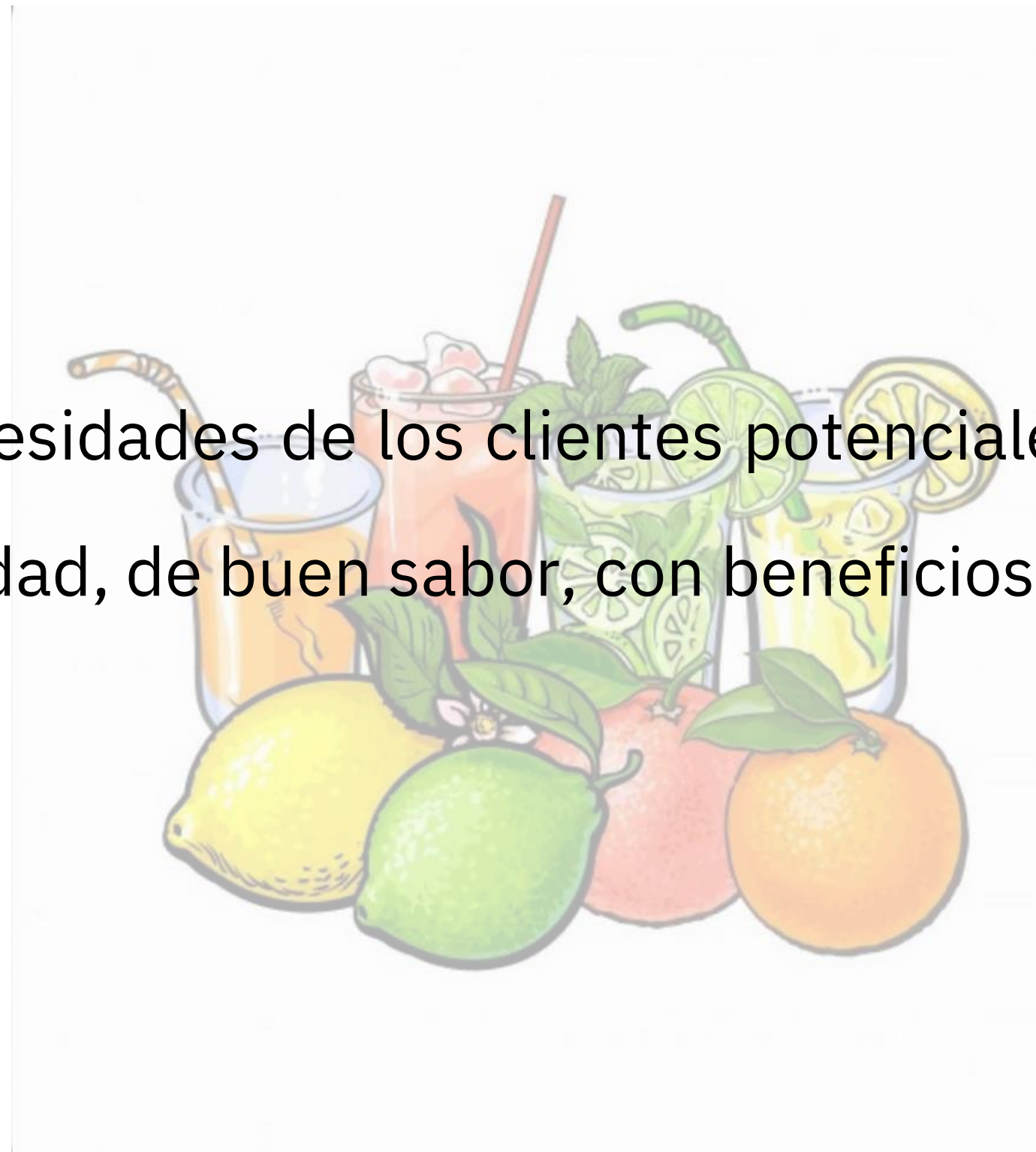
Objetivos Generales

Satisfacer las necesidades de los clientes potenciales con bebidas naturales, orgánicas, de calidad, de buen sabor, con beneficios para la salud, logrando obtener la mayor participación en el mercado y utilidades maximizadas.



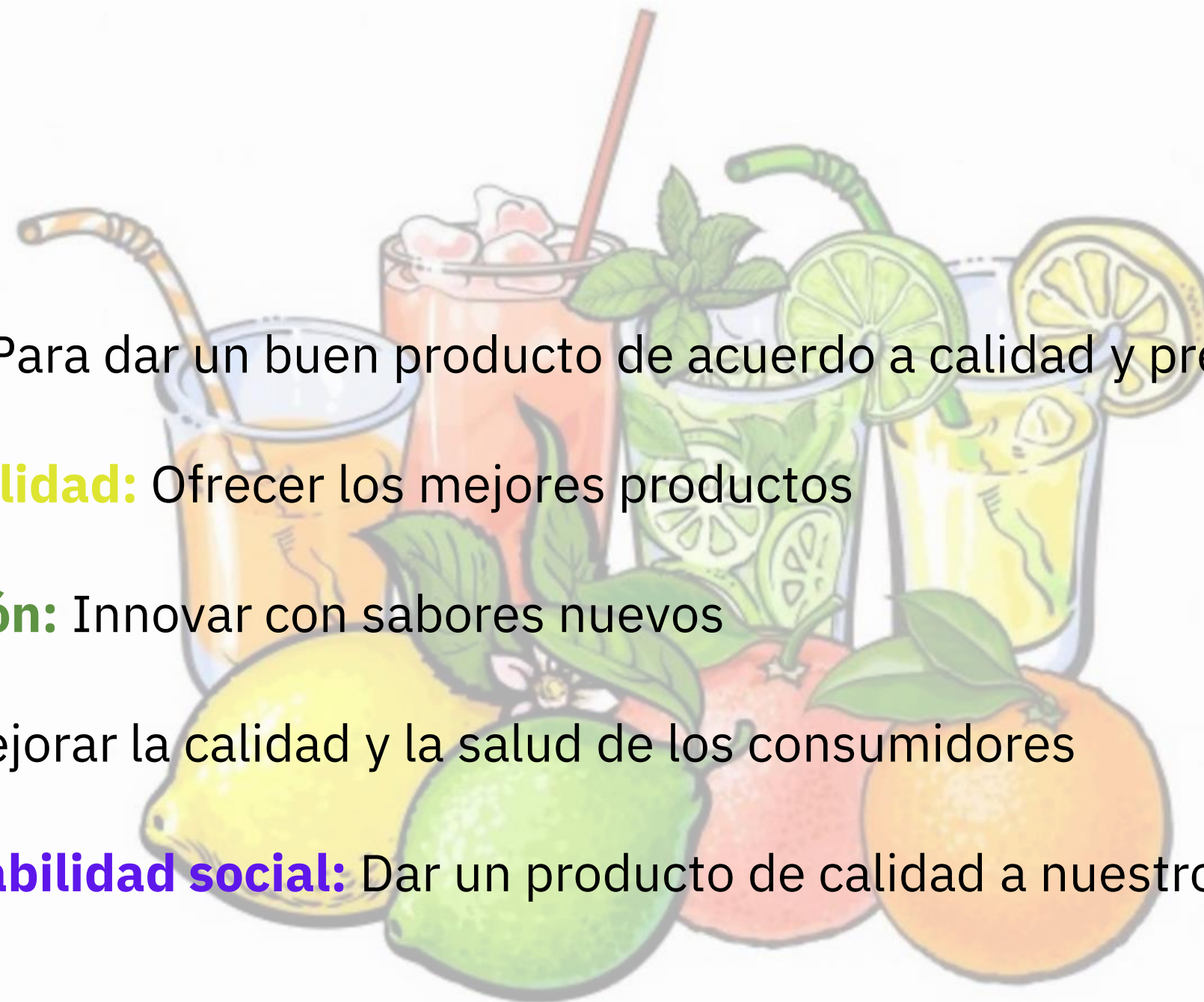
Objetivos Específicos

Satisfacer las necesidades de los clientes potenciales con bebidas naturales, orgánicas, de calidad, de buen sabor, con beneficios para la salud.



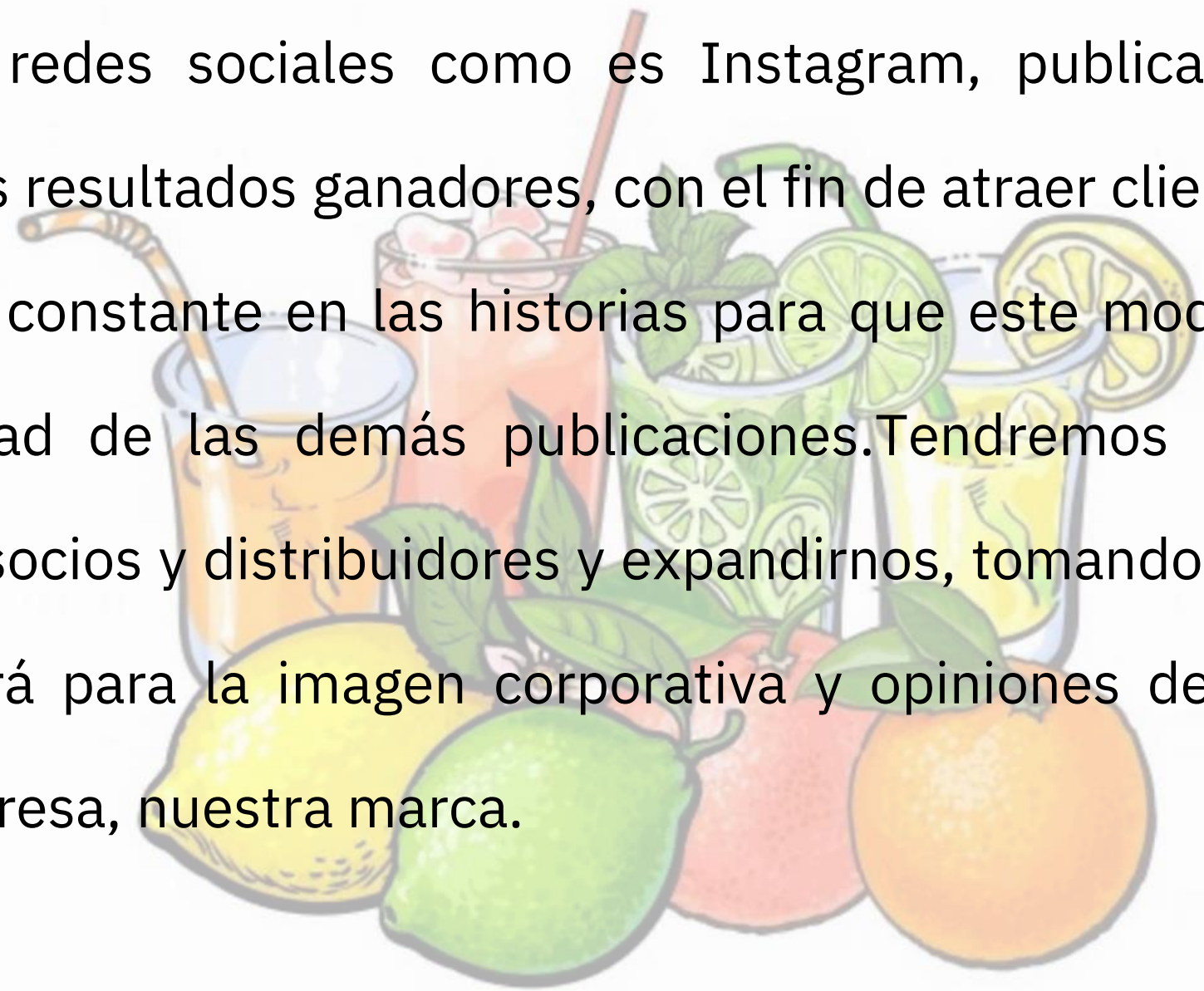
Valores

- **Calidad:** Para dar un buen producto de acuerdo a calidad y precio.
- **Sostenibilidad:** Ofrecer los mejores productos
- **Innovación:** Innovar con sabores nuevos
- **Salud:** Mejorar la calidad y la salud de los consumidores
- **Responsabilidad social:** Dar un producto de calidad a nuestros clientes



Estudio De Mercado

Freskitas va dirigido a toda la población, Freskitas nos hace diferentes a otras empresas porque nosotros nos vamos a englobar en redes sociales como es Instagram, publicaremos anuncios de sorteos y promociones, al igual que los resultados ganadores, con el fin de atraer clientela con la participación de los usuarios y manteniéndonos constante en las historias para que este modo entren los usuarios para ver resultados y con versatilidad de las demás publicaciones. Tendremos un grupo de Whataspps para comunicarnos con posibles socios y distribuidores y expandirnos, tomando en cuenta sugerencias de cada región. Facebook nos servirá para la imagen corporativa y opiniones de usuarios, así mismo como la propagación de nuestra empresa, nuestra marca.



Inversion

- Jamaica \$50
- Garrafon de agua \$25
- Naranja \$50
- Piña \$40
- Limon \$60
- Azucar \$30
- Cucharas \$30
- Exprimidor \$15
- Botellas \$200
- Etiquetas \$100
- Arroz \$25
- Canela \$20
- Lechera \$18

\$663

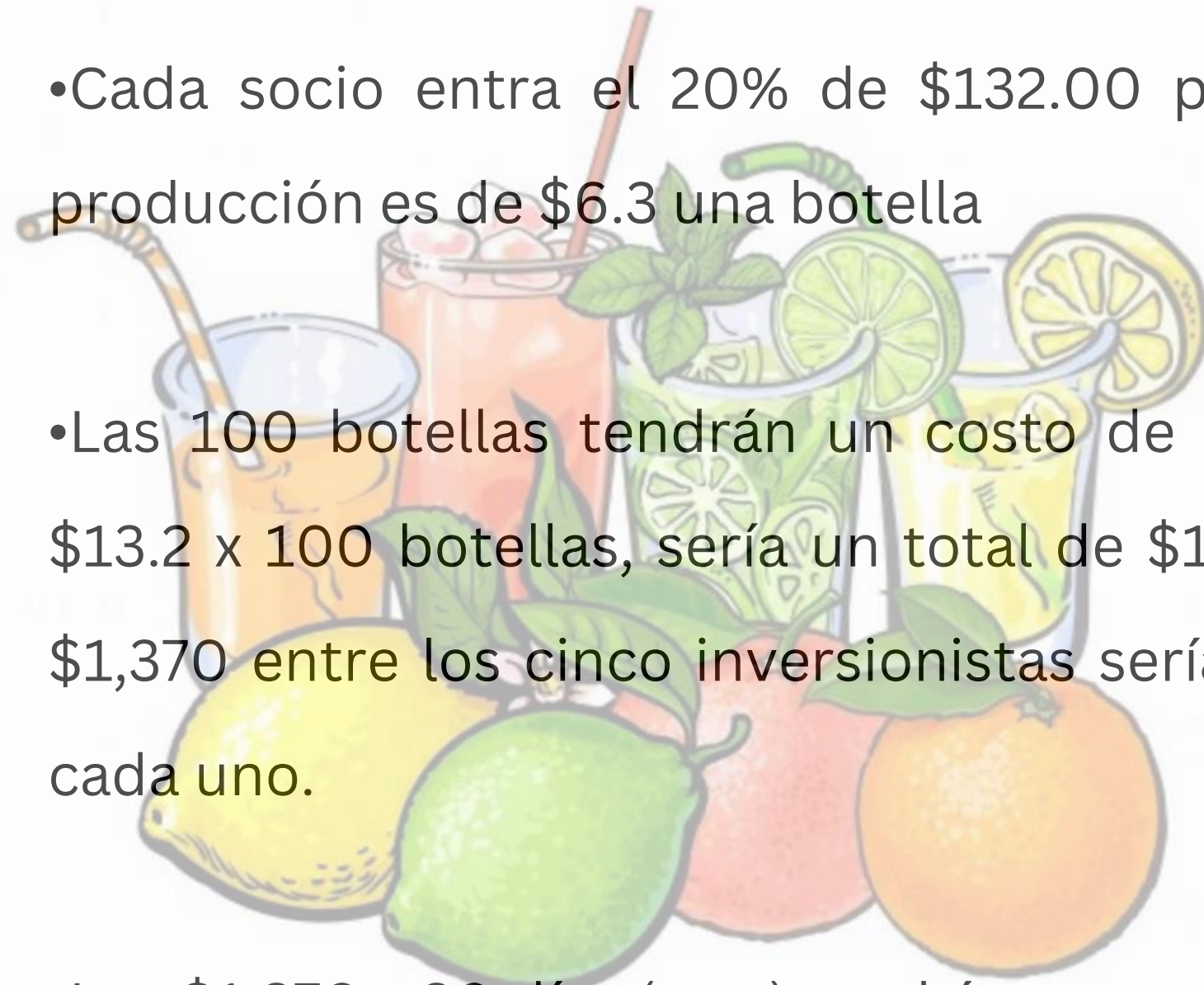
•La inversión será de \$663.00 x 100 botellas

•Cada socio entra el 20% de \$132.00 por cada botella el costo de producción es de \$6.3 una botella

•Las 100 botellas tendrán un costo de \$20.00, las ganancias es de \$13.2 x 100 botellas, sería un total de \$1,370 por 100 botellas al día, \$1,370 entre los cinco inversionistas sería un total de \$270 al día por cada uno.

•Los \$1,370 x 30 días (mes) tendríamos una ganancia de \$41,100 al mes y al año tendríamos una ganancia de un aproximado de \$493,200 entre

los cinco sería \$98 640 de ganancia que tendría cada inversionista



TAMAÑO	PRECIO SUGERIDO	NOTA
Personal (500 ml)	\$20	Ideal para clientes individuales.
Mediano (600 litro)	\$40	Buen balance entre precio y cantidad.
Grande (1 litros)	\$80	Excelente para compartir.



Freskitas

82 Me gusta • 275 seguidores

 Me gusta

 Mensaje



Publicaciones

Información

Fotos

Más ▼

Detalles

 Página · Comida y bebida

★ Aún sin calificación (0 opiniones)

... Ver la información de Freskitas

Publicaciones de Freskitas



Freskitas

22
publicaciones

49
seguidores

109
seguidos

Negocio local

Aguas Frescas 💧
100% NATURALES 🍋🍌🍊🍋🍓

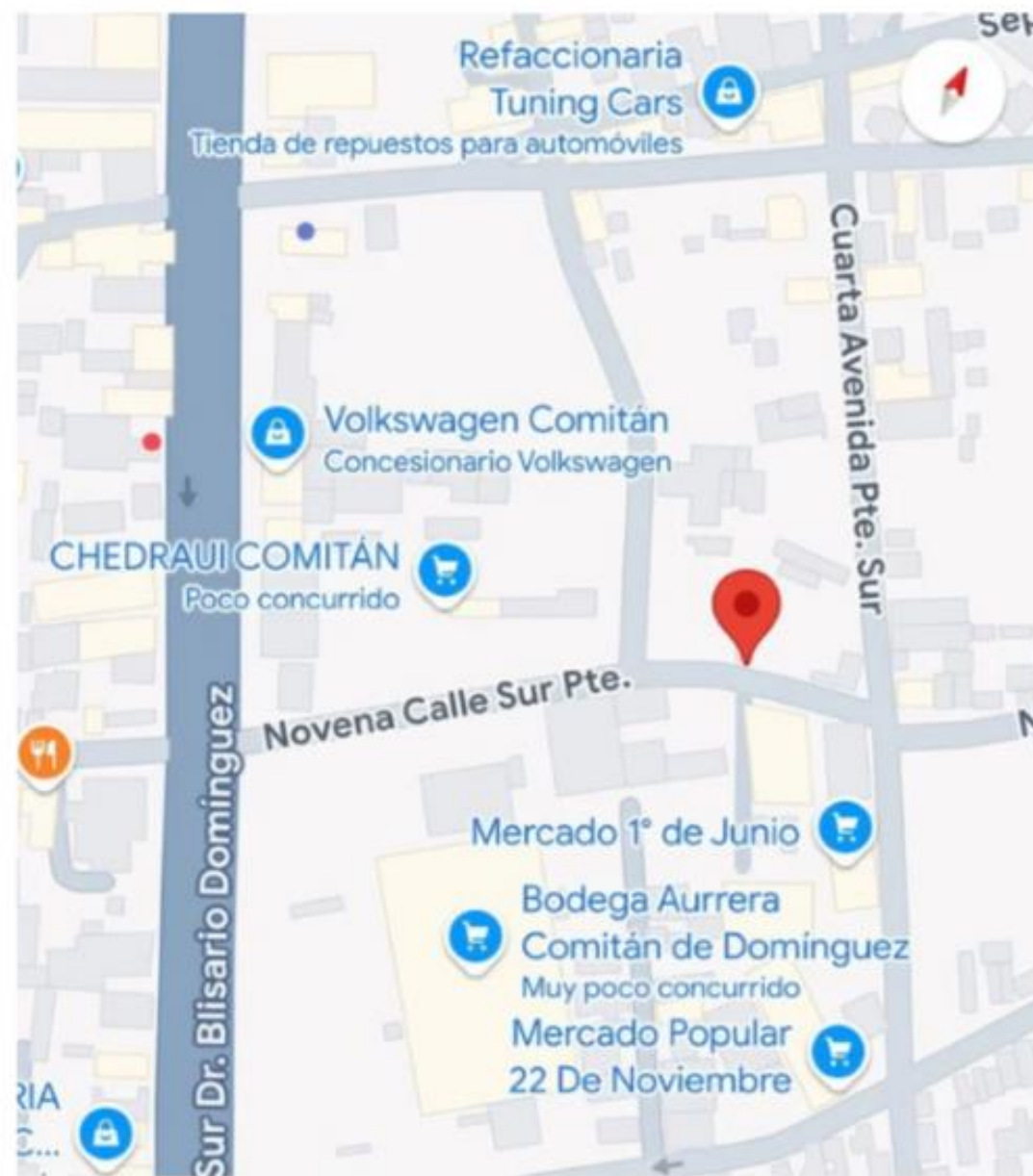


Lima limón



Ubicacion

Novena Calle Sur Pte. LB, La Pileta, 30029 Comitán de Domínguez, Chis.





Variedad de Servicios y Productos

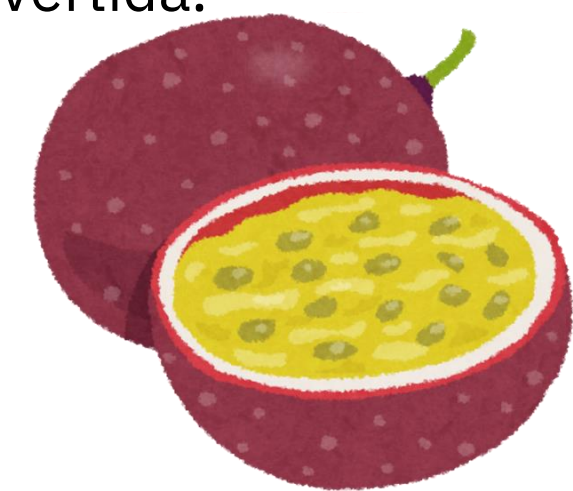
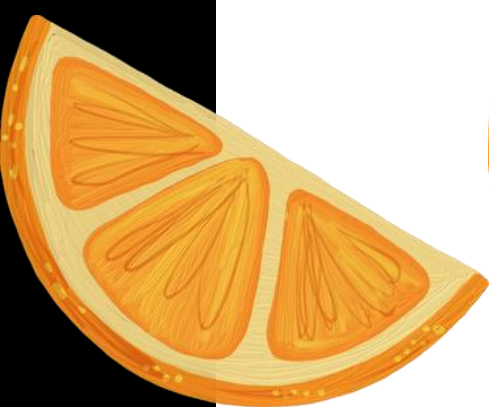
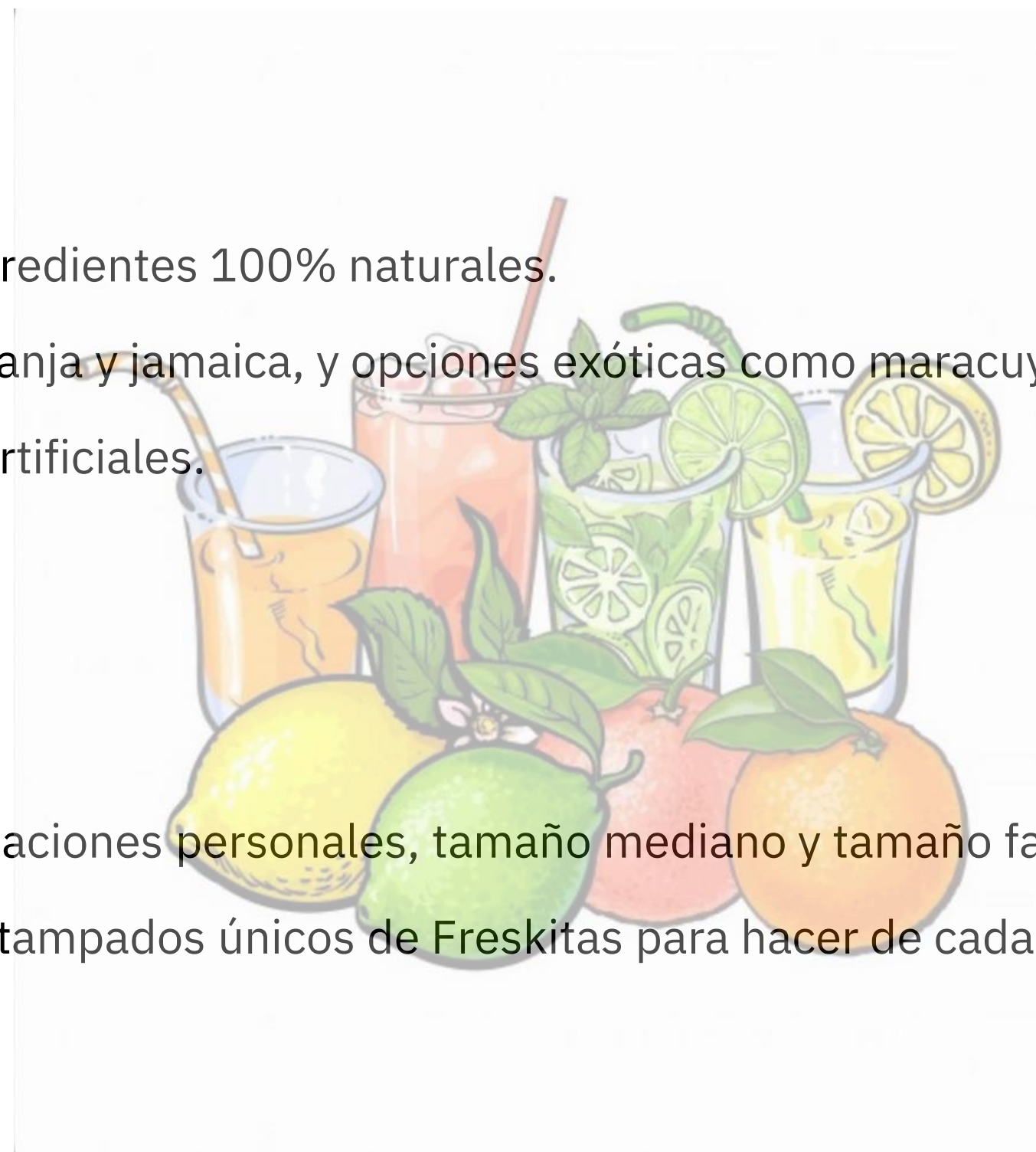


Bebidas de Sabor Natural

- Aguas frescas preparadas con ingredientes 100% naturales.
- Sabores clásicos como limón, naranja y jamaica, y opciones exóticas como maracuyá, frutos rojos y pepino con limón.
- Sin conservadores ni colorantes artificiales.

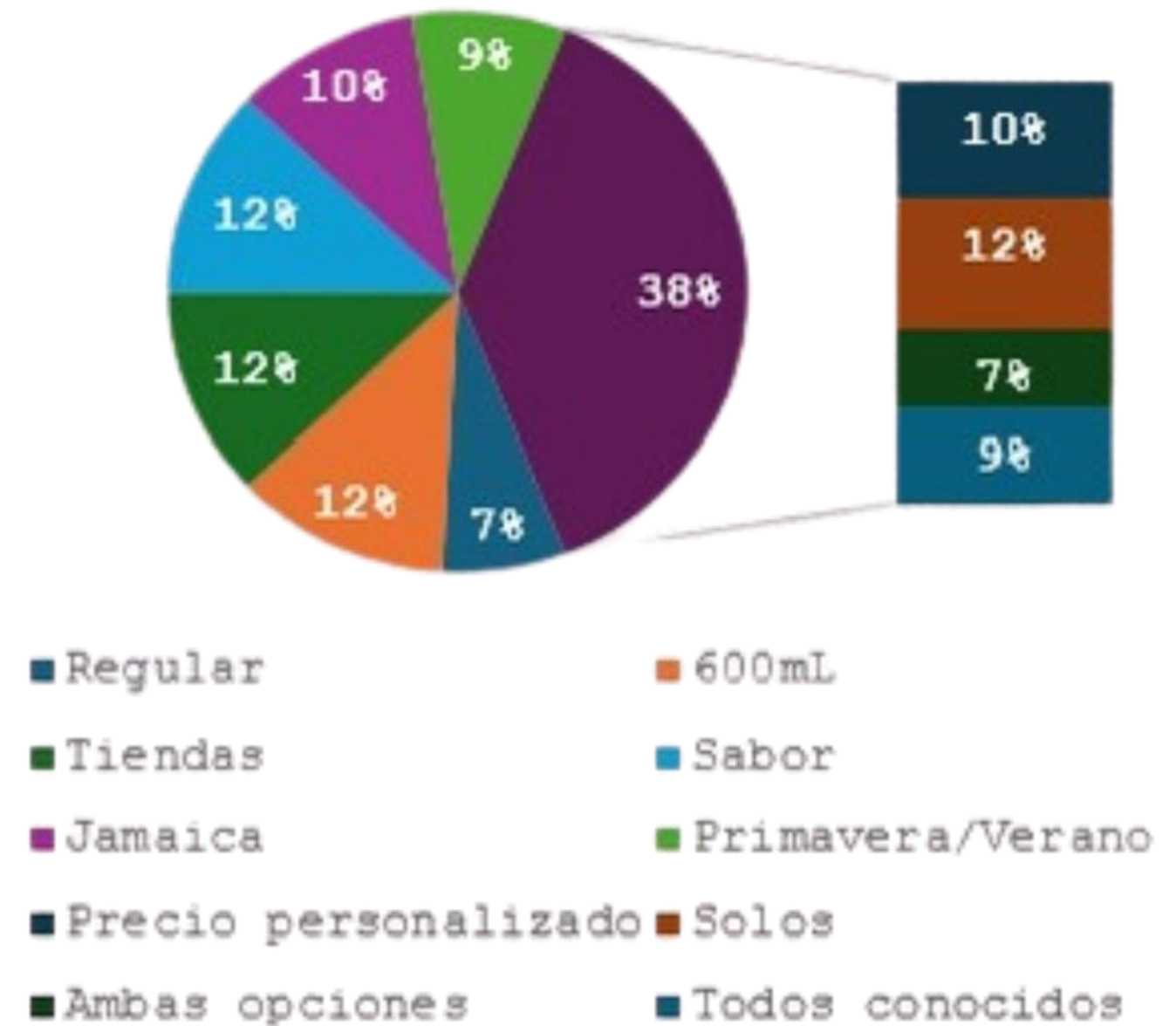
Presentaciones Personalizadas

- **Tamaños:** Disponibles en presentaciones personales, tamaño mediano y tamaño familiar.
- **Diseños temáticos:** Vasos con estampados únicos de Freskitas para hacer de cada bebida una experiencia divertida.



Encuestas

1. 3 de cada 10 consume aguas de sabor
2. 4 de cada 10 regalan
3. 4 de cada 10 consume agua de sabores
4. 2 por semana
5. 7 de cada 10 Nunca
6. 7 de cada 10 consume 50ml diarios
7. 8 de cada 10 compra en tiendas
8. 5 de cada 10 prefieren el sabor
9. 6 de cada 10 consume Jamaica
10. 5 de cada 10 consume en verano
11. 5 de cada 10 consume en primavera
12. 6 de cada 10 prefieren pagar \$25
13. 7 de cada 10 consume aguas frescas por gusto
14. 4 de cada 10 combos
15. 5 de cada 10 recomendaría a todos lo que conoces.



Encuestas

Pregunta	Porcentaje	Respuesta principal
Frecuencia consumo	40%	Regular
Tamaño botella	70%	600mL
Lugar de compra	70%	Tiendas
Factor importante	70%	Sabor
Sabor favorito	60%	Jamaica
Temporada consumo	50%	Primavera/Verano
Precio personalizado	60%	\$25
Consumo sin edulcorantes	70%	Solos
Preferencia azúcar	40%	Ambas opciones
Recomendación	50%	Todos conocidos

ORGANIGRAMA



1. Dirección General

- Responsable: Angel Yahir Olán Ramos.
- Funciones:
 - Supervisión general de la empresa.
 - Planeación estratégica y toma de decisiones.
 - Coordinación entre las áreas operativas y comerciales.



2. Subgerencia

- Encargado: Rosario Lara Vega.
- Equipo:
 - Personal de preparación (jugos, aguas naturales).
 - Responsable de calidad (asegurarse de que los productos cumplan con los estándares).
- Funciones:
 - Elaboración de jugos naturales y personalización de productos.
 - Control de calidad y almacenamiento.



3. Área de Ventas y Marketing

- Encargado: Yari Karina Hernandez Chacha.
- Equipo:
 - Diseñador gráfico (para material promocional, redes sociales y empaque).
 - Vendedores (en puntos físicos o para eventos).
- Funciones:
 - Diseño de estrategias de venta.
 - Publicidad en redes sociales y promociones.
 - Atención al cliente y seguimiento de pedidos.



4. Área de Finanzas y Administración (Recursos Humanos)

- Encargado: Antonina Berenice Vasquez Santiz.
- Funciones:
 - Gestión de ingresos, gastos y pagos.
 - Manejo de inventarios y facturación.
 - Planeación de presupuestos y análisis financiero.

REGLAMENTO INTERNO

1. Jornada laboral:

El horario de trabajo es de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm y Sábados de 8:00 am a 12:00pm. (Se otorgan 10 minutos de tolerancia después de la hora de entrada. Después de este tiempo, se considerará retardo. 3 retardos acumulados en un mes equivalen a 1 falta injustificada. A partir de la segunda falta injustificada en el mismo mes, se aplicará una amonestación por escrito.

Si los retardos o ausencias se vuelven recurrentes (más de 3 veces por mes de forma continua), se evaluará la situación y podrá considerarse como incumplimiento de obligaciones laborales, lo que puede derivar en una suspensión o terminación de la relación laboral, dependiendo de la gravedad.

REGLAMENTO INTERNO

2. Presentación personal:

Se exige uniforme limpio, gorro, guantes y mascarilla en área de producción.

(Estas medidas son esenciales para:

- i. Garantizar la inocuidad del producto y prevenir cualquier tipo de contaminación.
- ii. Cumplir con las normas de higiene y sanidad establecidas por la empresa y por las autoridades sanitarias.
- iii. Proteger la salud de los colaboradores y de los consumidores finales.

Consecuencias por no cumplir:

- i. Primera falta: Amonestación verbal y recordatorio de las normas.
- ii. Segunda falta: Amonestación por escrito y posible suspensión temporal de actividades.
- iii. Faltas recurrentes o negligencia grave: Suspensión formal o incluso terminación de la relación laboral, especialmente si pone en riesgo la calidad del producto o la salud de los clientes.

REGLAMENTO INTERNO

3. Higiene y seguridad:

Obligatorio lavarse las manos antes de Iniciar labores. Prohibido ingerir alimentos en zonas de trabajo.

4. Puntualidad:

Tres retrasos o inasistencias injustificadas será motivo de sanción

5. Uso de equipos:

El equipo de trabado debe utilizarse con responsabilidad, Celulares no permitidos en producción.

6. Conducta:

Se espera respeto entre todos los colaboradores. No se toleran actos ofensivos o discriminatorios.

7. Calidad del producto:

Todo producto debe cumplir con los estándares de Calidad antes de distribuido.

8. Cuidado ambiental:

Se debe promover el reciclaje y el uso eficiente de recursos.

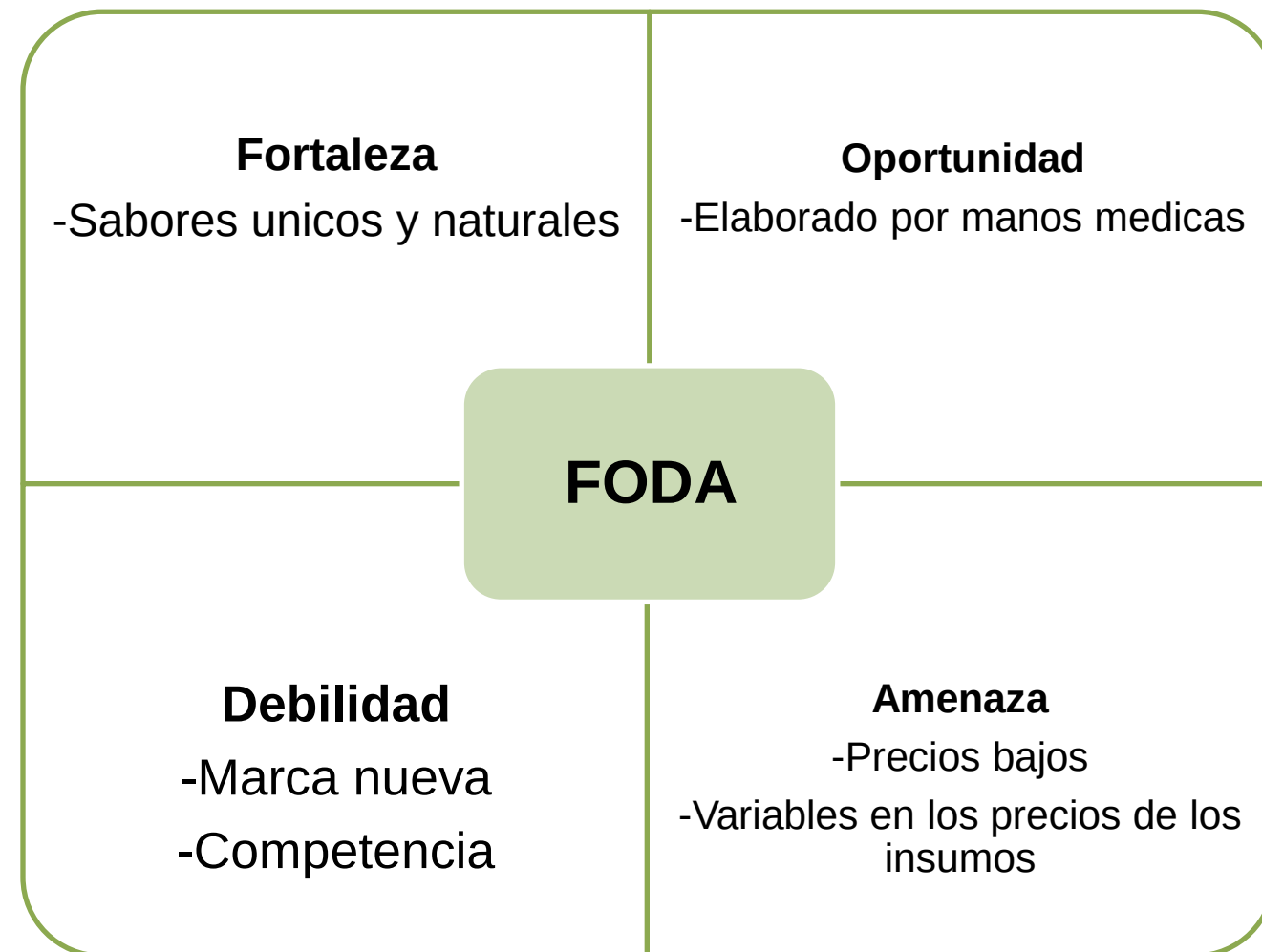
9. Con fidelidad:

Está prohibido divulgar recetas, formulas o procesos de la empresa.

10. Faltas y sanciones:

El incumplimiento del reglamento será evolucionado y sancionado según la gravedad de la falta.

FODA



Fortaleza (sabores únicos y naturales)

Porque nuestra bebida es especialmente elaborada a partir de ingredientes 100% naturales, sin aditivos ni conservantes. Y su sabor es único, auténtico e irrepetible, como una experiencia sensorial que conecta lo orgánico. Cada sorbo es una celebración de lo simple, lo saludable y lo extraordinario que las personas puedan experimentar.

Oportunidad (hecho por personal médico)

Porque como personal médico que nos dedicamos a elaborar bebidas naturales tendremos más oportunidades por varias razones. La credibilidad profesional el hecho de ser médico ya genera confianza en las personas, la gente tiende a creer más en un producto cuando sabe que detrás hay alguien con formación en salud y eso nos da una gran ventaja. Y también porque tenemos conocimientos del cuerpo y la nutrición, un médico entiende cómo funciona el cuerpo humano, qué ingredientes pueden beneficiar o perjudicar la salud, y cómo formular bebidas que realmente aporten valor, más allá de lo "rico" o "de moda"

Debilidad (marca nueva/ competencia)

Porque el mercado de bebidas saludables está creciendo rápido, y eso atrae a muchas marcas (grandes y pequeñas). Esto puede ser una debilidad porque hay muchas opciones para el consumidor. Las grandes marcas ya tienen posicionamiento, distribución y presupuesto para marketing.

Amenaza (precios bajos/ variables en los precios de los insumos)

Como precios bajos esto puede ser una debilidad porque puede presionar a bajar los precios, lo cual puede reducir el margen de ganancia. Algunas marcas grandes producen a gran escala, por lo que pueden vender barato sin perder rentabilidad. Oh muchos consumidores priorizan el precio, especialmente si aún no conocen el valor real de nuestro producto. Puede hacer que nuestro producto parezca “caro” en comparación, aunque sea de mejor calidad. Y como variabilidad en los precios de los insumos esto afecta directamente la operación y los costos. Puede ser una debilidad porque los ingredientes naturales (como frutas, hierbas) están sujetos a temporadas, clima, disponibilidad. Y esto puede generar inestabilidad en la planeación financiera.