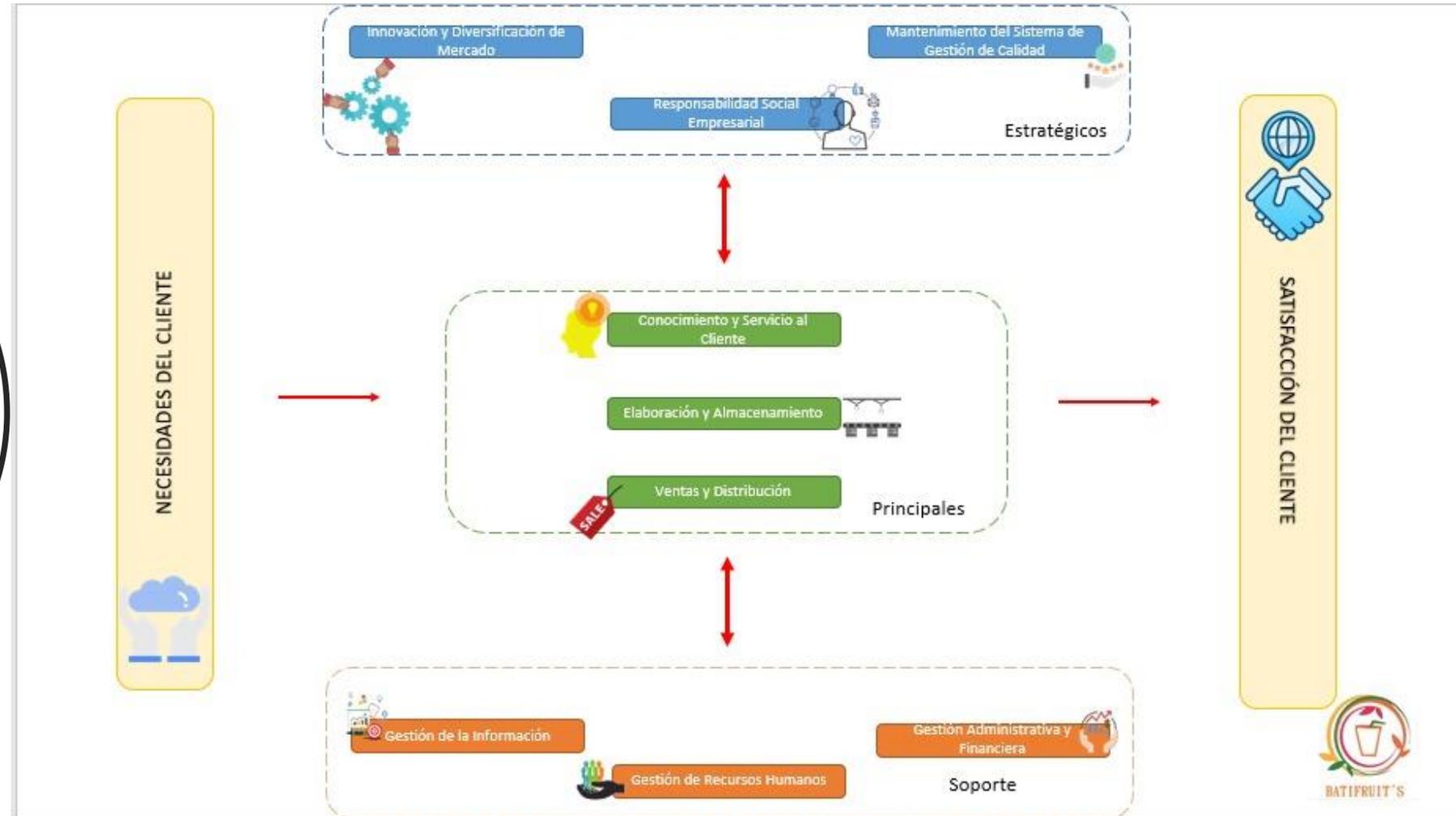




OBJETIVOS DE LOS PROCESOS

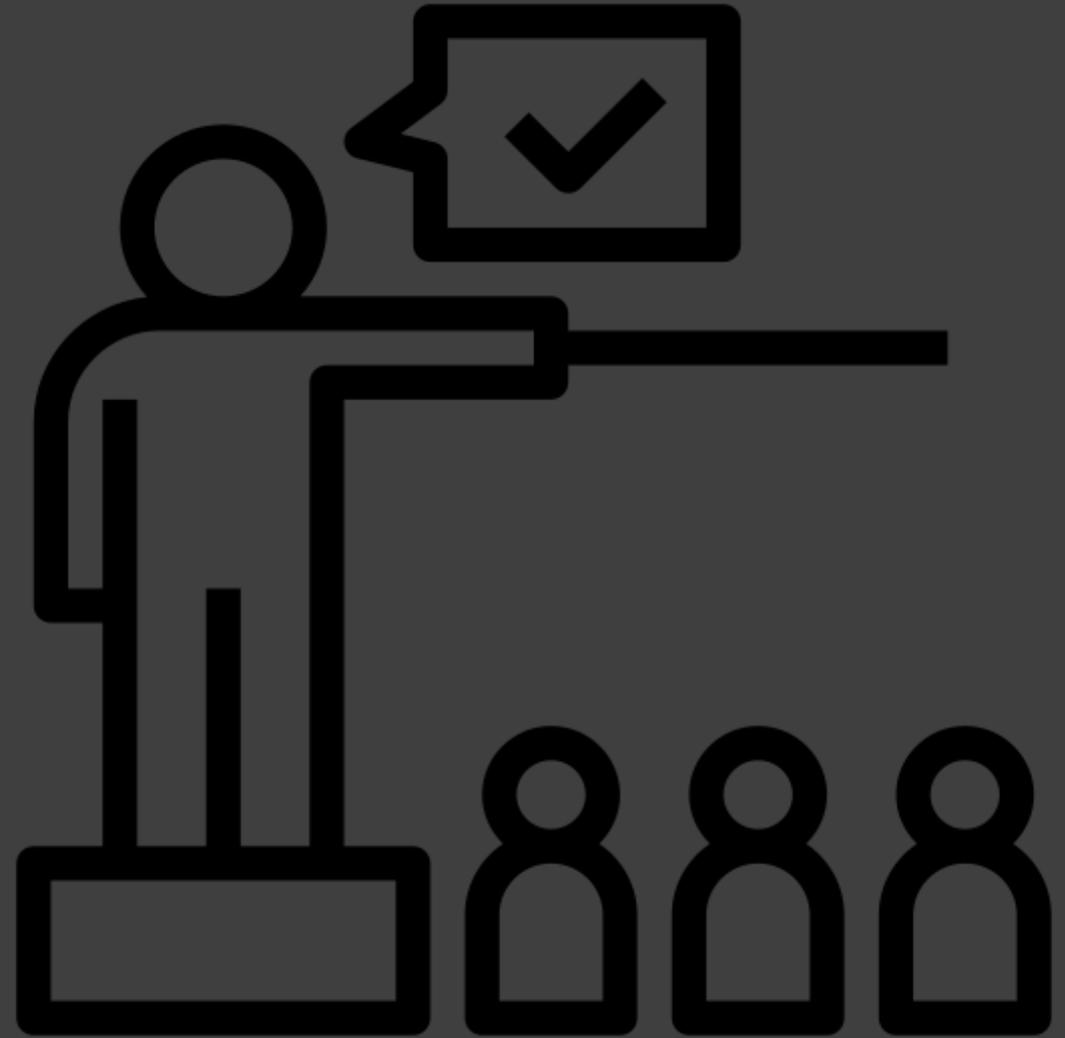
Batifruit's
2019

MAPA DE PROCESOS



PROCESOS ESTRATEGICOS

- Innovación y diversificación del mercado
- Responsabilidad social empresarial
- Gestión de Calidad



Innovación y Diversificación del Mercado

- Ofrecer una mayor gama de productos diferenciadores en el mercado que permitan atraer un mayor número de clientes, atendiendo a sus necesidades y exigencias.
- Definir la razón de ser de Batifruits S.A y como se proyecta a futuro mediante el análisis sistemático de su entorno formulando los objetivos a mediano y largo plazo con sus respectivas estrategias para el logro los objetivos de forma tal que se diferencie de la competencia



Responsabilidad Social Empresarial

- Implementar acciones que favorezcan al planeta mitigando el impacto de nuestras operaciones en el desarrollo social, económico y medio ambiental del entorno.



Gestión de Calidad

- Realizar seguimiento al proceso de elaboración de los productos para garantizar la calidad en el producto terminado

PROCESOS PRINCIPALES



ELABORACIÓN Y
ALMACENAMIENTO



CONOCIMIENTO Y
SERVICIO AL CLIENTE



VENTAS Y
DISTRIBUCIÓN

The image shows three glasses of smoothies on a rustic wooden surface. The left glass contains a purple smoothie, the middle one a pink one, and the right one a white one. Fresh strawberries, blueberries, and a banana are scattered around the glasses. The text 'Elaboración y Almacenamiento' is overlaid on the left side of the image.

Elaboración y Almacenamiento

- Optimizar de manera adecuada los recursos de la compañía para la elaboración de productos de calidad, dando cumplimiento a los requerimientos de los diferentes entes regulatorios.
- Almacenar los productos adecuadamente en las condiciones necesarias para su preservación y control.

The background of the slide is a top-down view of three glasses filled with smoothies, placed on a rustic wooden surface. The smoothies are purple, pink, and white. Scattered around the glasses are fresh fruits: blueberries, strawberries, and a banana. The text is overlaid on the left side of the image.

Conocimiento y Servicio al Cliente

- Llevar a cabo una investigación de mercado en otras ciudades del país que permitan dar a conocer a la compañía el comportamiento del cliente de esta ciudad.
- Otorgar un servicio postventa al cliente que permita crear una fidelización con el mismo.
- Implementar el uso de nuevos sistemas que permitan conocer y distinguir nuevos y potenciales clientes.

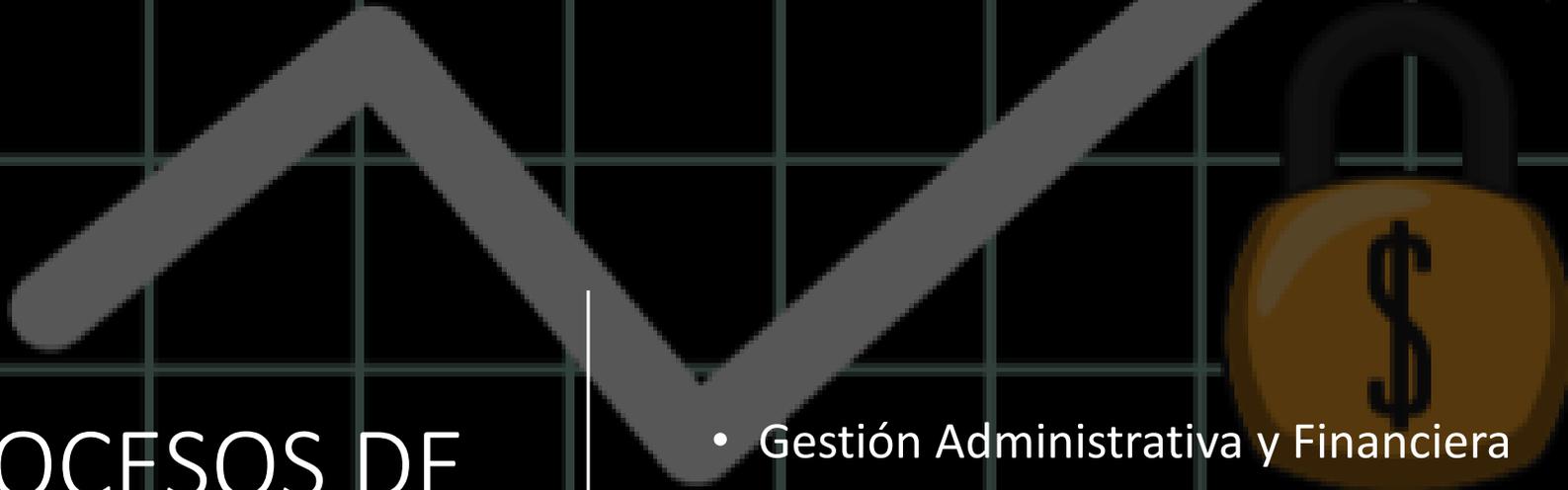
The background of the slide is a top-down view of three glasses filled with smoothies, placed on a rustic wooden surface. The smoothies are purple, pink, and white. Fresh fruits like strawberries, blueberries, and a banana are scattered around the glasses. The text is overlaid on this image.

Ventas y Distribución

- Garantizar una oportuna y correcta entrega de los productos a los clientes
- Contar con información actualizada sobre el estado de los inventarios
- Ubicar y conseguir un posicionamiento para la empresa en el mercado y de esta forma incrementar las ventas y los ingresos.

PROCESOS DE SOPORTE

- Gestión Administrativa y Financiera
- Gestión de Recursos Humanos
- Gestión de la Información





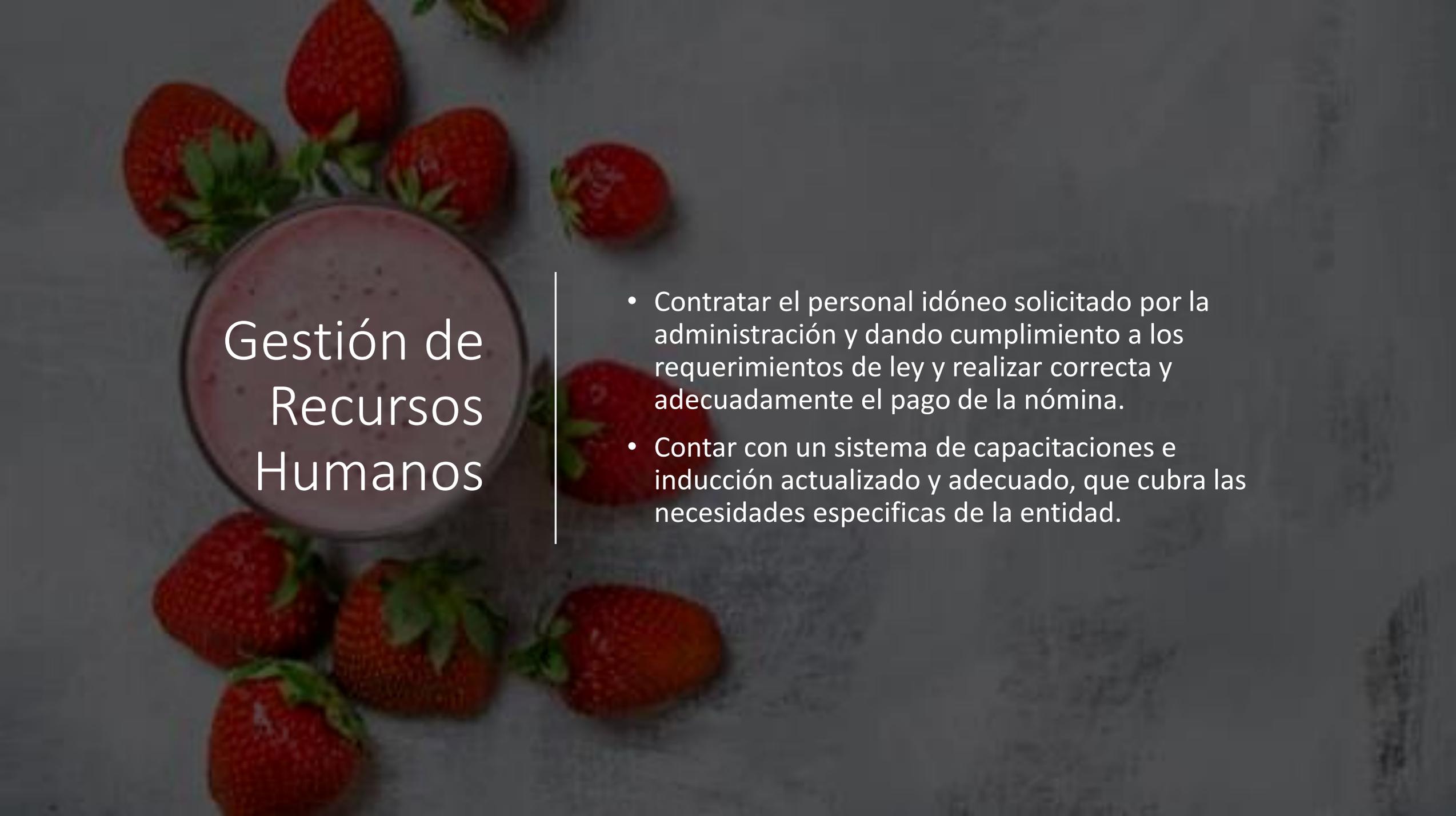
Gestión Administrativa y Financiera

- Administrar correcta y adecuadamente los recursos de la entidad, evitando el lavado de activos
- Mantenerse informado realizando seguimiento sobre el estado de las cuentas por pagar, pagando oportunamente y dando cumplimiento a los parámetros acordados
- Realizar el pago de los impuestos adecuada y oportunamente, cumpliendo los requerimientos de ley
- Otorgar seguridad razonable al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa
- Realizar y presentar informes sobre los estados financieros e indicadores confiable, relevante, Compresible y comparable
- Realizar los procesos de manera adecuada evitando la ocurrencia del fraude y lavado de activos en la entidad



Gestión de la Información

- Almacenar y gestionar la información de la entidad garantizando su integridad, confidencialidad y disponibilidad, como apoyo al desarrollo y ejecución de las operaciones de la compañía.



Gestión de Recursos Humanos

- Contratar el personal idóneo solicitado por la administración y dando cumplimiento a los requerimientos de ley y realizar correcta y adecuadamente el pago de la nómina.
- Contar con un sistema de capacitaciones e inducción actualizado y adecuado, que cubra las necesidades específicas de la entidad.

Relación entre los objetivos



Proceso	Objetivo del Proceso	Objetivo Estratégico
Innovación y Diversificación del Mercado	Ofrecer una mayor gama de productos diferenciadores en el mercado que permitan atraer un mayor número de clientes, atendiendo a sus necesidades y exigencias.	Implementar una nueva línea de productos en los próximos 2 años enfocada a la innovación de presentación de batidos con los estándares de calidad establecidos por la compañía
	Definir la razón de ser de Batifruits S.A y como se proyecta a futuro mediante el análisis sistemático de su entorno formulando los objetivos a mediano y largo plazo con sus respectivas estrategias para el logro los objetivos de forma tal que se diferencie de la competencia	Expandirnos en una segunda ciudad capital de Colombia el próximo año para ampliar nuestra cuota de mercado de 0,09% a 0,12% y dar a conocer nuestros productos de forma eficiente a nivel nacional a través de campañas publicitarias que tienen un costo estimado de 20 millones de pesos.
Responsabilidad Social Empresarial	Implementar acciones que favorezcan al planeta mitigando el impacto de nuestras operaciones en el desarrollo social, económico y medio ambiental del entorno.	Producir y comercializar batidos naturales, ofreciendo productos bajo estándares de calidad, con alto sentido de responsabilidad social (MISIÓN)
Gestión de Calidad	Realizar seguimiento al proceso de elaboración de los productos para garantizar la calidad en el producto terminado	Distribuir y optimizar los costos de producción de manera eficiente mediante la evaluación de costeo tradicional y ABC y disminuir los intermediarios de distribución de los productos (Reducción de costos de 2% a 3%)

Proceso**Objetivo del Proceso****Objetivo Estratégico****Elaboración y Almacenamiento**

Optimizar de manera adecuada los recursos de la compañía para la elaboración de productos de calidad, dando cumplimiento a los requerimientos de los diferentes entes regulatorios.

Implementar una nueva línea de productos en los próximos 2 años enfocada a la innovación de presentación de batidos con los estándares de calidad establecidos por la compañía

Almacenar los productos adecuadamente en las condiciones necesarias para su preservación y control.

Distribuir y optimizar los costos de producción de manera eficiente mediante la evaluación de costeo tradicional y ABC y disminuir los intermediarios de distribución de los productos (Reducción de costos de 2% a 3%).

Llevar a cabo una investigación de mercado en otras ciudades del país que permitan dar a conocer a la compañía el comportamiento del cliente de esta ciudad.

Expandirnos en una segunda ciudad capital de Colombia el próximo año para ampliar nuestra cuota de mercado de 0,09% a 0,12% y dar a conocer nuestros productos de forma eficiente a nivel nacional a través de campañas publicitarias que tienen un costo estimado de 20 millones de pesos.

Conocimiento y Servicio al Cliente

Otorgar un servicio postventa al cliente que permita crear una fidelización con el mismo.

Incrementar ventas entre 4% - 7% mensualmente (2018-II y 2019-I) con los productos fabricados por la empresa mediante la implementación de estrategias de marketing MIX y de precios encaminadas a lograr un mayor posicionamiento.

Implementar el uso de nuevos sistemas que permitan conocer y distinguir nuevos y potenciales clientes.

Proceso**Objetivo del Proceso****Objetivo Estratégico**

Proceso	Objetivo del Proceso	Objetivo Estratégico
Ventas y Distribución	Garantizar una oportuna y correcta entrega de los productos a los clientes	Incrementar ventas entre 4% - 7% mensualmente (2018-II y 2019-I) con los productos fabricados por la empresa mediante la implementación de estrategias de marketing MIX y de precios encaminadas a lograr un mayor posicionamiento.
	Contar con información actualizada sobre el estado de los inventarios	Distribuir y optimizar los costos de producción de manera eficiente mediante la evaluación de costeo tradicional y ABC y disminuir los intermediarios de distribución de los productos (Reducción de costos de 2% a 3%).
	Ubicar y conseguir un posicionamiento para la empresa en el mercado y de esta forma incrementar las ventas y los ingresos.	Expandirnos en una segunda ciudad capital de Colombia el próximo año para ampliar nuestra cuota de mercado de 0,09% a 0,12% y dar a conocer nuestros productos de forma eficiente a nivel nacional a través de campañas publicitarias que tienen un costo estimado de 20 millones de pesos.
Gestión de Información	Almacenar y gestionar la información de la entidad garantizando su integridad, confidencialidad y disponibilidad, como apoyo al desarrollo y ejecución de las operaciones de la compañía.	Implementar el sistema de control interno mediante el modelo COSO III para el año 2018 evaluando la fase inicial de identificación de riesgos y actividades de control aplicables a la compañía

Proceso	Objetivo del Proceso	Objetivo Estratégico
Gestión Administrativa y Financiera	Administrar correcta y adecuadamente los recursos de la entidad, evitando el lavado de activos	Implementar una nueva línea de productos en los próximos 2 años enfocada a la innovación de presentación de batidos con los estándares de calidad establecidos por la compañía
	Mantenerse informado realizando seguimiento sobre el estado de las cuentas por pagar, pagando oportunamente y dando cumplimiento a los parámetros acordados	Distribuir y optimizar los costos de producción de manera eficiente mediante la evaluación de costeo tradicional y ABC y disminuir los intermediarios de distribución de los productos (Reducción de costos de 2% a 3%).
	Realizar el pago de los impuestos adecuada y oportunamente, cumpliendo los requerimientos de ley	Incrementar ventas entre 4% - 7% mensualmente (2018-II y 2019-I) con los productos fabricados por la empresa mediante la implementación de estrategias de marketing MIX y de precios encaminadas a lograr un mayor posicionamiento.
	Otorgar seguridad razonable al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa	Implementar el sistema de control interno mediante el modelo COSO III para el año 2018 evaluando la fase inicial de identificación de riesgos y actividades de control aplicables a la compañía.
	Realizar y presentar informes sobre los estados financieros e indicadores confiable, relevante, Compresible y comparable	
	Realizar los procesos de manera adecuada evitando la ocurrencia del fraude y lavado de activos en la entidad	

Proceso	Objetivo del Proceso	Objetivo Estratégico
Gestión de Recursos Humanos	Contratar el personal idóneo solicitado por la administración y dando cumplimiento a los requerimientos de ley y realizar correcta y adecuadamente el pago de la nómina.	Implementar una nueva línea de productos en los próximos 2 años enfocada a la innovación de presentación de batidos con los estándares de calidad establecidos por la compañía
	Contar con un sistema de capacitaciones e inducción actualizado y adecuado, que cubra las necesidades específicas de la entidad.	Expandirnos en una segunda ciudad capital de Colombia el próximo año para ampliar nuestra cuota de mercado de 0,09% a 0,12% y dar a conocer nuestros productos de forma eficiente a nivel nacional a través de campañas publicitarias que tienen un costo estimado de 20 millones de pesos.