

FRUT&VIDA

Julieta Fernanda Triana Lis
Claudia Patricia Vega Campuzano

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (Cun)
Administración de Empresas
Opción de Grado I
Bogotá D.C. - Mayo 2018

FRUT&VIDA

Julieta Fernanda Triana Lis
Claudia Patricia Vega Campuzano

Cristian Camilo Chavez Montes
Docente

10111
Grupo

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (Cun)
Administración de Empresas
Opción de Grado I
Bogotá D.C. - Mayo 2018

Tabla de contenido

INTRODUCCION	5
CAPITULO I: IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO	6
1.1. DESCRIPCION DEL NEGOCIO.....	6
1.2. PROBLEMA A DESARROLLAR.....	6
1.3. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	7
1.4. CLASES DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO.....	7
1.5. SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO.....	7
1.6. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	7
1.7. JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO	8
1.8. ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO	8-9
1.9. OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	9
1.9.1. OBJETIVOS GENERALES.....	9-10
1.9.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	10
CAPITULO II: COUSTOMER DEVELOPMENT	10
2. PENTAGONO PERFILACION CLIENTES.....	10
2.1. HIPOTESIS	10
2.1.1. STAKEHOLDERS	11
2.1.2. IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES DEL STAKEHOLDERS	11
2.1.3. IDENTIFICACION DE BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS DEL RESULTADO.....	11
2.1.4. IDENTIFICACION DE SOLUCIONES ACTUALES	11
2.1.5. ANALISIS DE INCONFORMIDADES, FRUSTRACIONES Y LIMITACIONES	11
2.1.6. MERCADO	12-13
CAPITULO III: VALIDACION DEL PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES	13
3. LA ENTREVISTA	13
3.1. RECOLECCION DE LA IIFORMACION.....	13
3.2. HALLAZGOS DE LA INFORMACION RECOLECTADA.....	13-14
3.3. ANALISIS DE LA INFORMACION	14
3.4. RESULTADOS DE LA INFORMACION	15
3.5. PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES FINAL.....	15
CAPITULO IV: PROTOTIPO	16
4. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	16
4.1. FICHA TECNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO	16-17
4.1.1. PLANOS	17-18
CAPITULO V	19
5. MATRIZ ESTRATEGICA	19
5.1. IDENTIDAD ESTRATEGICA.....	19
5.2. FUTURO PREFERIDO	19

5.3. OBJETIVO GENERAL	19
5.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS	19-20
5.5. VALORES	20
5.6. ANALISIS DE PESTEL.....	20-21
5.7. ANALISIS DE PORTER	21-22
6. ANEXOS.....	23-27
7. CONCLUSIONES	27
8. REFERENCIAS	27

Introducción

Este proyecto es realizado para presentar una propuesta de negocio que tiene como fin la producción de jugos 100% naturales y multifuncionales, los cuales han tenido una gran acogida en Bogotá, por lo cual queremos innovar en el mercado, elaborando productos con el fin de mejorar la calidad de vida, ofreciendo una gran variedad de sabores. Nuestra empresa desea generar confianza y fidelización a los consumidores para así ser reconocidos brindando a los clientes medios para el fácil acceso de los productos.

CAPITULO 1

1. IDENTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.1.DESCRIPCION DEL NEGOCIO:

FRUT&VIDA nace cuando observamos que en los últimos años el consumo de bebidas con alto contenido de azúcar ha aumentado, viendo así que la calidad de vida no era la mejor; para ellos deseamos crear un mercado el cual brinda jugos saludables teniendo como objetivo mejorar la salud de los consumidores y seducir el paladar.

1.2.PROBLEMA A DESARROLLAR:

En los últimos años ha aumentado el sobrepeso llamado también “la enfermedad silenciosa”, notamos que más del 60% de los colombianos sufren dicha enfermedad, teniendo en cuenta que de esa cifra el 20% son mujeres. Lo que queremos con nuestra idea de negocio de bebidas naturales y multifuncionales es disminuir la tasas de obesidad, brindando innovación, incentivos para el cuidado de la salud, confianza en el producto y ser parte de la mejora de calidad de vida en cada cliente.

1.3.OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

- Se utilizara materia prima natural u orgánica
- Es un incentivo para mejorar la calidad de vida
- Manejaremos endulzantes naturales tales como la miel, estevia etc.
- Nuevas combinaciones en cada bebida
- Los clientes conocerán los beneficios que aportan cada fruta y hortalizas.
- Nos ubicaremos en el centro de Bogotá
- Aceptación del producto por los ingredientes naturales y orgánicos.

1.4.CLASE DE PRODUCTO QUE GENERARA LA IDEA DE NEGOCIO:

Generaremos un producto saludable y agradable al paladar, serán jugos y batidos multifuncionales a base de productos 100% naturales y hortalizas.

1.5.SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO

Nuestro sector de negocio será secundario o industrial, ya que manejaremos bebidas saludables por lo cual se realizara un manejo de los productos que utilizaremos en los mismos.

1.6.DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Frut&Vida es una empresa la cual maneja bebidas y batidos multifuncionales a base de frutas naturales, frutas orgánicas y hortalizas, nos enfocaremos en ser uno de los motivadores para el cuidado de la salud en este caso para las personas que sufren obesidad.

1.7.JUSTIFICACION DE LA IDEA DE NEGOCIO

La idea principal de negocio es enfocarnos en la salud de la población, dado que en los últimos años el consumo de bebidas con alto consumo de azúcar ha aumentado. El beneficio de Frut&Vida será brindar e incentivar al consumo de productos naturales en este caso bebidas y batidos multifuncionales, lo que queremos lograr es ser reconocidos por enfocarnos en la parte saludable y calidad de vida. Con ellos nos dirigiremos a la población que sufre la enfermedad llamada obesidad.

1.8.ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO

En un “informe mundial” del 2002, la OMS (Organización Mundial de la Salud), confirmó que 1.200 millones de personas a nivel mundial sufre de sobrepeso y obesidad, los estudios Epidemiológicos muestran que el 55% de la población adulta, presenta sobrepeso y el 22% sufre obesidad. Esto a causa del bajo nivel de consumo de frutas y productos naturales teniendo en cuenta que consumen o prefieren consumir comidas rápidas o no tan saludables.

Lo que alerta la situación es que hasta el momento no existe quien maneje específicamente esta enfermedad. Si no nos concentramos en esta padecimiento se puede propagar rápidamente en el resto de personas, y con ellos surgirá otras enfermedades tales como la diabetes crónica, teniendo en cuenta que la diabetes puede ser hereditaria y permanente, por lo cual los azúcares y almidones no son apropiadamente absorbidos adecuadamente por el organismo. Por ello hay menos calidad de vida, a esto se le puede sumar el sedentarismo, ya que las personas sedentarias no quema adecuadamente las grasas consumidas y son almacenadas en el cuerpo lo cual lo lleva

A la obesidad, debilitamiento óseo, cansancio, almacenamiento de colesterol trastornos de digestión.

Las empresas especializadas en la producción y comercialización de bebidas no alcohólicas como gaseosas, jugos y té, se está tomando en el país. Según Euromotor, aunque las gaseosas son los productos que más compran los colombianos, con 70% de participación sobre las ventas, otros tipos de bebidas han venido conquistando el paladar.

Se observa que en el 2008 los jugos hechos en casa ocupan el 32% de mercado de bebidas no alcohólicas, el 17% corresponde a bebidas gaseosas de todos los colores, el 16% agua de la llave, el 11% al café y 24% a otro tipo de bebidas.

Evidenciamos que las personas por el movimiento tan alto en Bogotá aún siguen prefiriendo las bebidas con alto contenido de azúcar, porque lo tienen a la mano, es rápido y tiene un precio accesible a ellos. Aunque también es cierto que hay gran parte de la población que si desea un cambio de calidad de vida, mejorar su salud y alimentarse adecuadamente.

1.9.OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.9.1. Objetivo General:

Crear una empresa, dedicada a producir y vender jugos y batidos multifuncionales con frutas 100% naturales, con productos orgánicos y hortalizas, que sea agradable al paladar de la

población, que genere rentabilidad y que se encuentre ubicada en la ciudad de Bogotá zona centro.

1.9.2. Objetivos Específicos:

- Realizar un estudio de mercado validando el consumo de bebidas de la población.

- Definir estrategia de mercado de acuerdo a precios, promoción publicidad, etc.

- Estandarizar el método de productividad.

- Poner en marcha el proyecto de jugos y batidos multifuncionales.

CAPITULO II

COUSTOMER DEVELOPMENT

2. PENTAGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

2.1.HIPOTESIS

En los últimos años el sobrepeso y la obesidad han aumentado por el gran consumo de bebidas tales como las gaseosas, refrescos y jugos con endulzantes artificiales.

2.1.1. Stakeholders

2.1.2. Identificación de las Necesidades del Stakeholders

2.1.3. Identificación de Beneficios y Expectativas del Resultado:

Deseamos aportar a la calidad de vida de las personas, resaltando los beneficios de los productos naturales con frutas y hortalizas, buscamos que las personas que sufran de obesidad sientan satisfacción del producto y que les genere más confiabilidad, teniendo en cuenta que seremos parte de la motivación para el cuidado de su cuerpo.

2.1.4. Identificación de Soluciones Actuales:

En el mercado existen demasiadas soluciones, uno de ellos y el más reconocido es Cosechas, ellos fueron los fundadores de jugos naturales en Bogotá se ha dado a conocer por sus bebidas y buen servicio, otro y no menos importante es Nativos empresa que se dedica a realizar bebidas saludables, en el momento ellos se han dedicado a ofrecer bebidas a las personas 100% naturales con la idea de mejorar la calidad de vida.

2.1.5. Análisis de Inconformidades, frustraciones y limitaciones:

Las Frustraciones más comunes son las largas filas, la inconformidad es en los altos precios por cada bebida y una limitación más destacada es el tiempo de cada persona.

2.1.6. Mercado:

Nuestro enfoque inicial del producto es para las personas que sufren de sobrepeso u obesidad, aunque cualquier tipo de persona puede adquirir nuestro producto.

- Segmentación Geográfica:
 - País: Colombia
 - Ciudad: Bogotá
 - Localidad: Santa fe

- Segmentación Demográfica:
 - Sexo: Unisex
 - Edad: Entre los 20 a los 60
 - Nacionalidad: Sin preferencia
 - Ocupación: Trabajadores, estudiantes, amas de casa.

- Segmentación Cultural:
 - Estrato Social: 1 a 5
 - Estilo de Vida: Saludable o que esté dispuesto a cambiar la calidad de salud.

- Segmentación Comportamental:
 - Compra: Frecuentemente
 - Expectativas esperadas: Aporte para la mejora saludable, que sea agradable.

CAPITULO III

VALIDACION DEL PENTÁGONO DE PERFILACION DE CLIENTES

3. LA ENTREVISTA:

Se aplicó entrevista de tipo cuantitativo, esto con el fin de validar la viabilidad del producto en el sector.

3.1.PROCESO DE RECOLECCION DE INFORMACION:

Aplicamos 30 entrevistas eligiendo personas al azar específicamente en la localidad de Santa fe generalmente la población que se entrevisto estaba en sus labores o estudios diarios. Fue un poco complicado ya que las personas no tenían tiempo o no querían participar, aunque las personas que aceptaron responder fueron muy activas y dispuestas.

3.2.HALLAZGO DE LA INFORMACION RECOLECTADA:

NOMBRE ENTREVISTADO	ENTREVISTA
Víctor Lemus	Yo creo que es más de la conciencia que viene desde el hogar, porque tu comes lo que sea y ya, falta más, como tu decías como cosechas que se dediquen hacer bebidas saludables comidas naturales, tal vez como no es tan acogida la idea ahorita entonces no hay como mucho movimiento en el tema.

Carolina Aroca	Yo si consumo bastante gaseosa casi todos los días.
----------------	---

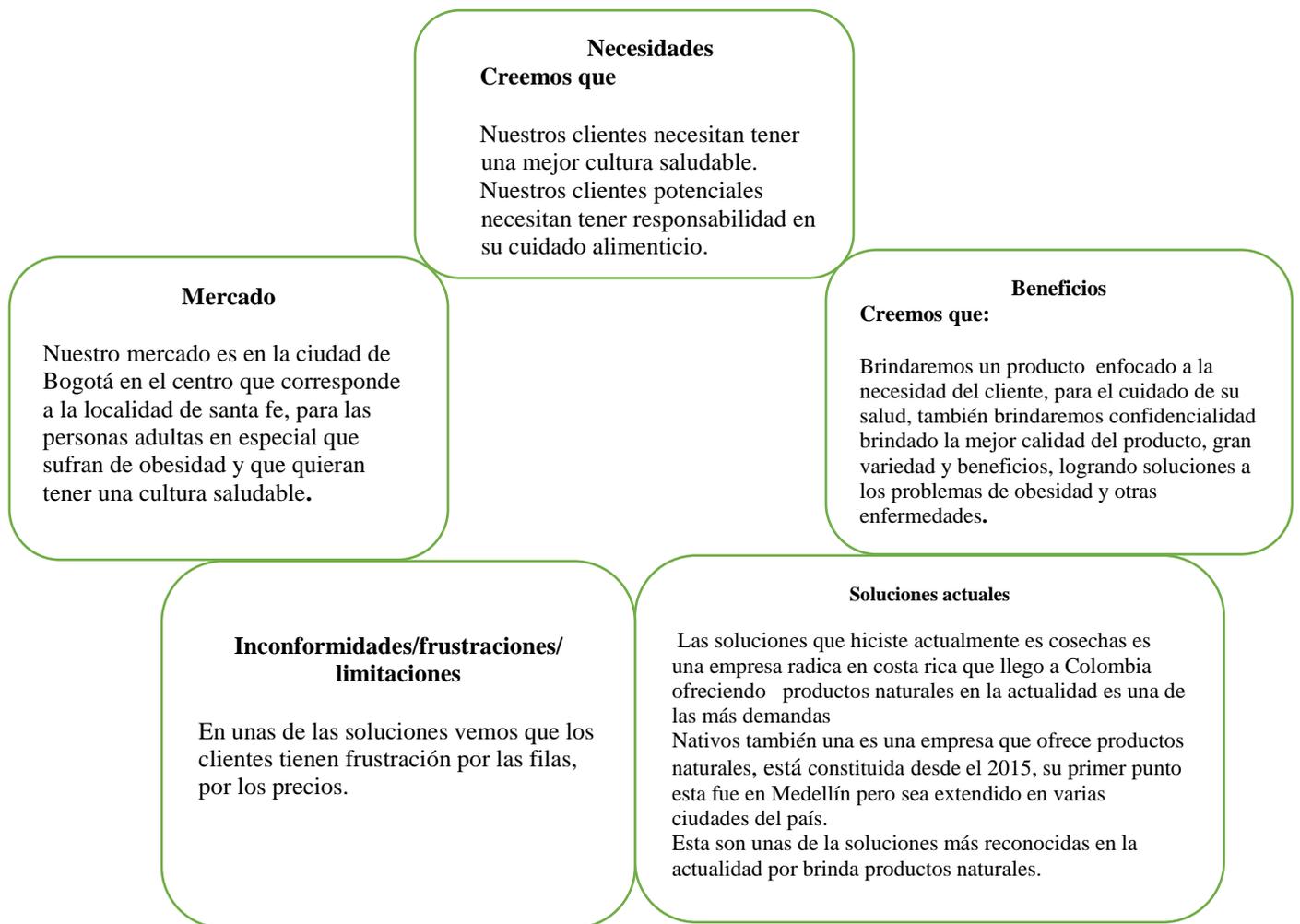
3.3.ANALISIS DE LA INFORMACION:

HALLAZGOS			
NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES - INCONFORMIDADES - FRUSTRACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Sea de fácil acceso	Rico para el paladar	Falta de tiempo	Cosechas
Económico	Buen Servicio	Falta de dinero	Nativos
Saludable	Domicilios	Falta de información	Jugos Naturales Montoya
Efectivo		No saben la efectividad	Jugos hechos en casa

3.4.RESULTADOS DE LA INFORMACION:

Después de realizar la entrevista concluimos que las personas de la localidad de Santa fe entre las edades de 20 a 60 años, requieren jugos saludables, rápidos de fácil acceso, que tengan buen servicio, que sean agradables y al gusto de cada uno, lo más importante estar enterados de los beneficios de cada bebida y que sea efectivo.

3.5.PENTAGONO PERFILACION DE CLIENTES FINAL:



PROTOTIPO

4. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO:

Los jugos naturales y multifuncionales, están hechos en un 100% de frutas, hortalizas y frutas orgánicas, el producto estará dirigido a personas que sufren obesidad o sobrepeso e indirectamente también estará dirigido a cualquier persona que desee adquirir el producto.

FRUT&VIDA desea ser parte del cambio de estilo de vida, quiere crear productos agradables a su paladar, brindarles un buen servicio, entregar el producto a la mano y estar a su alcance con nuestro servicio de domicilio y lo más importante hacer conciencia de lo importante que es cuidar su salud explicando así en que consiste los beneficios de cada fruta, hortaliza o fruta orgánica que contenga la bebida escogida.

4.1.FICHA TECNICA:

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO
NOMBRE: JUGOS NATURALES Y MULTIFUNCIONALES
MARCA: COMERCIAL: FRUT&VIDA
REGISTRO SANITARIO : Número: RSA-XXXXXX-XXXX Vigente hasta: Mayo 28/2023 Modalidad: Fabricar y Vender Titular y Fabricante: FRUT&VIDA
DESCRIPCION: Producto liquido a base de frutas y hortalizas 100% naturales, sin conservantes, con adiccion de agua y endulzado con estevia y miel.
NOMBRE ESPECIFICO DE LOS INGREDIENTES: Frutas naturales - organicas y hortalizas, endulzado con estevia y miel organica, agua, leche.
CARACTERISTICA DEL EMPAQUE: Vaso plastico de 16 onzas con su respectiva tapa con mensajes saludables, pitillo y servilletas cada uno tendra el logo de FRUT&VIDA.
PROCESO DE LA ELABORACION: Aproximadamente entre 10 y 15 minutos para su preparacion.
VIDA UTIL - FECHA DE VENCIMIENTO: Consumir antes de cumplir las 24 horas
CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO Y CONSERVACION: Refigerar despues de abrir.

4.1.1. PLANOS:



Figura 1. 02 de mayo de 2018, CV y JT



Figura 2. 02 de mayo de 2018, CV y JT



Figura 3. 02 de mayo de 2018, CV y JT

CAPITULO V

5. MATRIZ ESTRATEGICA

5.1. Identidad Estratégica:

Crear, desarrollar e innovar en el mercado de jugos y bebidas multifuncionales, ofreciendo un producto 100% natural, con productos enfocados en mejorar la calidad de vida para nuestros consumidores especialmente para las personas que sufren obesidad o sobrepeso, ofreciendo una buena calidad de servicio y siempre estar a la mano del usuario.

5.2.Futuro Preferido:

Para el 2021 ser una de las empresas reconocidas y líderes en el mercado de los jugos naturales y bebidas multifuncionales, por brindar calidad de vida y mejora en la salud de los consumidores, ser distinguida por el fácil y rápido acceso y por la innovación saludable.

5.3.Objetivo General:

Posicionarnos en el mercado como Frut&Vida innovando e incentivando a las personas de la localidad de Santa fe para mejorar la calidad de vida y consumo de productos 100% naturales.

5.4.Objetivos Específicos:

- Fidelizar clientes.
- Innovar en el mercado saludable.

- Desarrollar estrategias para atraer clientes (publicidad).
- Establecer el menú de variedad en jugos y bebidas multifuncionales explicando el beneficio de cada uno.
- Incentivar al consumo de productos naturales.

5.5.Valores:

- Compromiso
- Responsabilidad
- Buen servicio
- Excelencia
- Respeto
- Transparencia
- La creatividad e innovación

5.6.Análisis PESTEL:

- Factores Políticos: En nuestro caso depende del presidente que esté a cargo en este caso por motivo de movimientos en la parte de impuestos, incremento en la tasa de crecimiento económico de desempleo.
- Factores Económicos: Nos afecta es el costo de los materiales, mano de obra, los tipos de interés, indicador económico, los aumentos de salarios mínimos, el tamaño del mercado.

- Factores Socio-culturales: Nos afecta ya que según la cultura de las personas así mismo decide si consumir o no el producto, falta de información del cuidado saludable, el tiempo de cada persona, con ello se genera disminución en el consumo, que sea menos rentable y menor inversión.
- Factor Tecnológico: No se encuentra afectado por maquinarias ya que en el país se encuentra fácilmente y el producto que ofrecemos no requiere de tanto manejo especial.
- Factor Ecológico o Medio Ambiente: Este factor nos puede favorecer en cantidades y así mismo nos puede afectar, nos beneficia ya que manejamos frutas y hortalizas cultivadas y bien tratadas pero nos impacta de manera negativa el cambio ambiental por demasiadas lluvias o demasiado sol y por la contaminación ambiental.
- Factor Legal: Cámara de comercio, Rut, Autoridad Sanitaria, manipulación de alimentos, garantía de los productos, publicidad verdadera.

5.7. Análisis de Porter:

- Amenaza de nuevos Competidores: Al haber varios negocios en el mercado de jugos en Bogotá, al momento de que algunas personas vean el éxito y la fuerza que está tomando este sector pueden generar uno más y los indicadores económicos podrían disminuir.

- Poder de negociación de los proveedores: La negociación con los proveedores no es tan alta, ya que lo inicial que requerimos son las frutas naturales y frutas orgánicas, hortalizas (materia prima), leche y endulzantes naturales y los demás materiales como lo son los vasos, pitillos y servilletas. En cuanto a la parte tecnológica lo que inicialmente se requiere son las licuadoras y extractores de jugo lo cual en Bogotá son productos fáciles de conseguir.

- Rivalidad entre los competidores actuales: Si bien nuestra empresa tiene muchos competidores tales como cosechas o nativos, al momento de ellos saber que llegó una empresa nueva ofreciendo productos similares a ellos no dudan en ponerse en alerta y comienzan a mejorar el servicio, a implementar nuevas estrategias de mercado tal como la publicidad y promociones.

- Poder de negociación de los clientes: En el mercado de jugos los consumidores de este producto es alto pero un poco dispendioso para llegar a ellos, teniendo en cuenta que hay 2 clases de consumidores, uno de ellos son los tradicionales es decir, los que ya tienen el lugar específico donde comprar su bebida o batido multifuncional y no desea cambiar de lugar, es muy fiel a la empresa, y el segundo los que desean probar productos nuevos para lo cual a ellos es muy fácil llegar teniendo en cuenta la publicidad y estudiando el mercado.

- Amenaza de productos o servicios sustitutos: Para Frut&Vida los principales sustitutos son jugos Hit, Frutto, jugos California, mucha gente lo compra para más facilidad y por tiempo aun sabiendo que no son 100% naturales o efectivos.

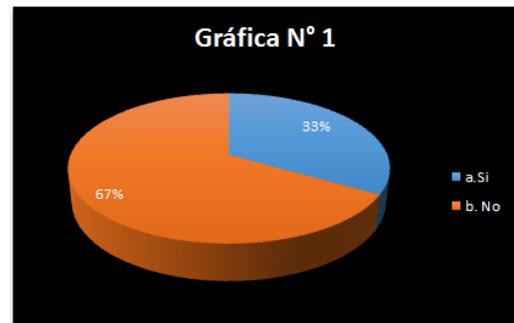
6. ANEXOS:

TABULACION PREGUNTA No. 1:
 1. ¿Padece o ha padecido enfermedades como la obesidad o diabetes?

A) Descriptor: a. Si
 b. No

B) Tabulacion: a. IIIII IIIII
 b. IIIII IIIII IIIII IIIII

C) Frecuencia: a. 10
 b. 20



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

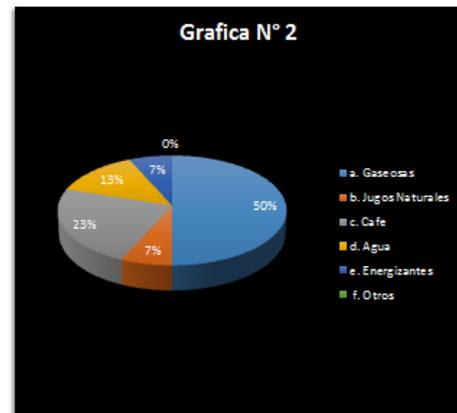
XI	fi
a. Si	10
b. No	20
TOTAL	30

TABULACION PREGUNTA No. 2:
 2. ¿Qué bebidas consume habitualmente?

A) Descriptor: a. Gaseosas
 b. Jugos Naturales
 c. Cafe
 d. Agua
 e. Energizantes
 f. Otros, cual:

B) Tabulacion: a. IIIII IIIII IIIII
 b. II
 c. IIIII II
 d. IIII
 e. II
 f.

C) Frecuencia: a. 15
 b. 2
 c. 7
 d. 4
 e. 2
 f. 0



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

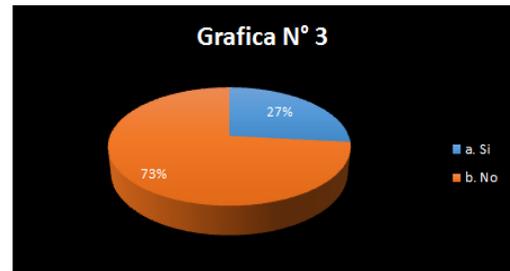
XI	fi
a. Gaseosas	15
b. Jugos Naturales	2
c. Cafe	7
d. Agua	4
e. Energizantes	2
f. Otros	0
TOTAL	30

TABULACION PREGUNTA No. 3:
 3. ¿Practica algún tipo de actividad física?

A) Descriptor: a. Si
 b. No

B) Tabulacion: a. IIIII III
 b. IIIII IIIII IIIII III

C) Frecuencia: a. 8
 b. 22



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

Tabla No. 3

XI	fi
a. Si	8
b. No	22
TOTAL	30

TABULACION PREGUNTA No. 4:
 4. ¿Se considera una persona sedentaria o activa?

A) Descriptor: a. Activa
 b. Sedentaria

B) Tabulacion: a. IIIII IIIII IIIII II
 b. IIIII IIIII III

C) Frecuencia: a. 17
 b. 13



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

Tabla No. 4

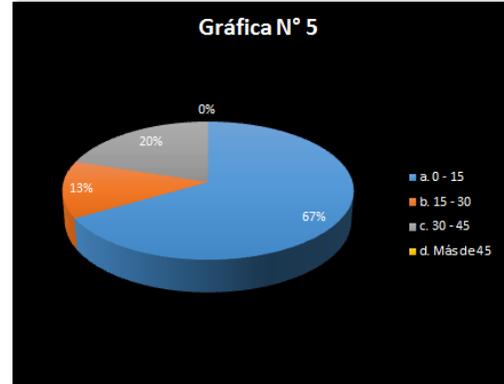
XI	fi
a. Sedentaria	17
b. Activa	13
TOTAL	30

TABULACION PREGUNTA No. 5:
5. ¿Cuántos minutos por día le dedica a la actividad física?

A) Descriptor: a. 0 - 15
b. 15 - 30
c. 30 - 45
d. Más de 45

B) Tabulacion: a. ||||| ||||| ||||| |||||
b. ||||
c. ||||| |
d.

C) Frecuencia: a. 20
b. 4
c. 6
d. 0



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

Tabla No. 5	
XI	fi
a. 0 - 15	20
b. 15 - 30	4
c. 30 - 45	6
d. Más de 45	0
TOTAL	30

TABULACION PREGUNTA No. 6:
6. ¿Mantiene un horario regular para sus comidas?

A) Descriptor: a. Si
b. No

B) Tabulacion: a. ||||
b. ||||| ||||| ||||| ||||| |||||
||

C) Frecuencia: a. 3
b. 27



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

Tabla No. 6	
XI	fi
a. Si	3
b. No	27
TOTAL	30

1. TABULACION PREGUNTA No. 7:
7. ¿Tiene alguna condición física que lo obligue a llevar una dieta específica?

A) Descriptor: a. Si
b. No
Cual:

B) Tabulacion: a. ||||| |||||
b. ||||| ||||| ||||| |||||

C) Frecuencia: a. 10
b. 20



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

Tabla No. 7	
XI	fi
a. Si	10
b. No	20
TOTAL	30

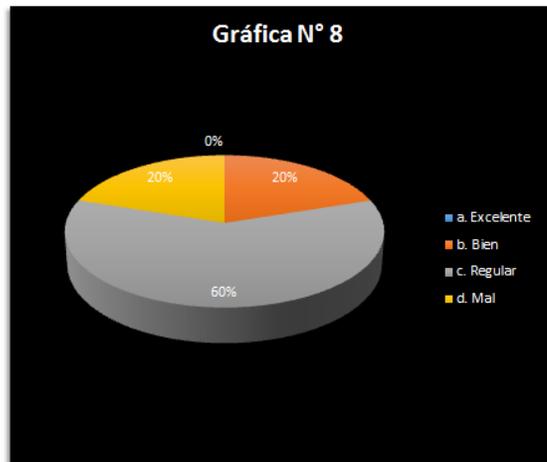
1. TABULACION PREGUNTA No. 8:

8. ¿Como visualiza su estado físico dentro de 5 años?

A) Descriptor: a. Excelente
b. Bien
c. Regular
d. Mal
Por que?

B) Tabulacion: a.
b. ||||| I
c. ||||| ||||| |||||
|||
d. ||||| I

C) Frecuencia: a. 0
b. 6
c. 18
d. 6



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

Tabla No. 8

XI	fi
a. Excelente	0
b. Bien	6
c. Regular	18
d. Mal	6
TOTAL	30

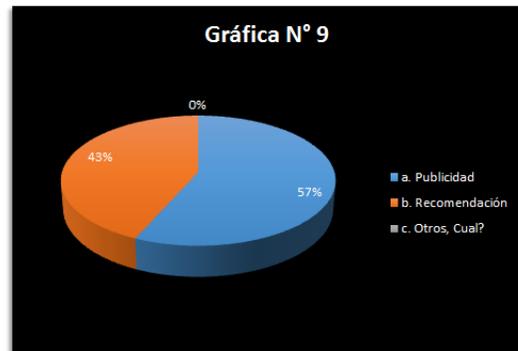
1. TABULACION PREGUNTA No. 9:

9. ¿Qué le motivaría a probar un nuevo producto?

A) Descriptor: a. Publicidad
b. Recomendación
c. Otros, Cual?

B) Tabulacion: a. ||||| ||||| ||||| II
b. ||||| ||||| III
c.

C) Frecuencia: a. 17
b. 13
c. 0



2. TABLA DE FRECUENCIAS:

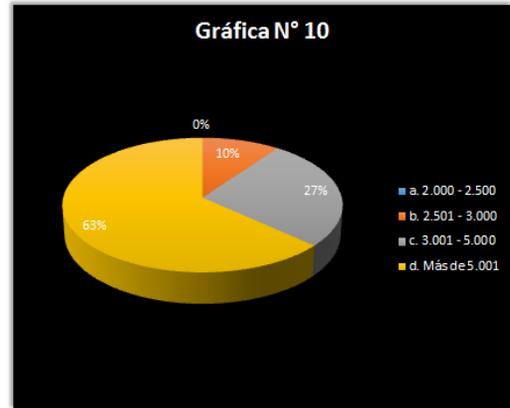
Tabla No. 9

XI	fi
a. Publicidad	17
b. Recomendación	13
c. Otros, Cual?	0
TOTAL	30

1. TABULACION PREGUNTA No. 10:
 10. ¿Cuánto invertiría en una bebida multifuncional / jugo natural?
 A) Descriptor: a. 2.000 - 2.500
 b. 2.501 - 3.000
 c. 3.001 - 5.000
 d. Más de 5.001
 B) Tabulacion: a.
 b. III
 c. IIIII III
 d. IIIII IIIII IIIII
 C) Frecuencia: a. 0
 b. 3
 c. 8
 d. 19

2. TABLA DE FRECUENCIAS:

Tabla No. 10	
Xi	fi
a. 2.000 - 2.500	0
b. 2.501 - 3.000	3
c. 3.001 - 5.000	8
d. Más de 5.001	19
TOTAL	30



7. CONCLUSIONES:

Lo que evidenciamos con nuestro producto, es que en general una gran parte de la población ubicada en la localidad de Santa fe desea probar nuevos productos y al igual que sean agradables y saludables. Con estos jugos y batidos deseamos concientizar a comunidad de comer sanamente y productos 100% naturales.

8. REFERENCIAS:

<http://www.obesidad.net/spanish2002/default.htm>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Sedentarismo_\(estilo_de_vida\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Sedentarismo_(estilo_de_vida))

<http://www.portafolio.co/negocios/empresas/colombianos-toman-12-billones-gaseosas-jugos-55860>

<https://www.elspectador.com/impreso/articuloimpreso-se-agita-el-mercado-de-jugos>

<http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/obesidad-en-colombia-municipios-con-mas-casos-80980>

