

EDEN HALL

“Lo importante es cuidar tu salud “

Johana Lizeth Moreno Moreno

Julieth Tatiana Rodríguez Rojas

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN

Administración de Empresas

BOGOTÁ D.C

2017

Idea de Negocio Nivel Técnico

EDEN HALL

“Lo importante es cuidar tu salud “

Johana Lizeth Moreno Moreno

Julieth Tatiana Rodríguez Rojas

Tutor

Ervin Verlaine Rodriguez Rincón

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN

Administración de Empresas

Proyecto de Opción de Grado I

Grupo No. 10127

BOGOTÁ D.C

2017

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	5
ABSTRACT.....	6
INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO I IDEA DE NEGOCIO.....	8
Descripción General.....	8
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
JUSTIFICACIÓN	11
DESCRIPCIÓN PRODUCTO.....	12
OBJETIVOS	13
Objetivo General	13
Objetivos específicos.....	13
CAPITULO II PERFILACIÓN DE CLIENTES	14
Pentágono Inicial.....	14
Hipótesis pentágona Perfilación de clientes inicial.....	15
CAPITULO III LA ENTREVISTA.....	16
Formato entrevista Cocteles Eden Hall (RECOLECCIÓN)	16
Hallazgos de la información.....	17
Análisis de la información.....	23
Pentágono Definitivo.....	24
CAPITULO IV PROTOTIPO.....	25
Ficha técnica: Tipos de cocteles, su preparación e ingredientes.	25
Presentaciones	27
CAPITULO V PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA	29
Análisis del entorno.....	29
Análisis interno	31
Análisis Matriz DOFA	33
Identidad Estratégica (MISIÓN)	34
Futuro referido (VISION)	34
Valores	34
Ventajas competitivas	34

Factores	35
ANEXOS	36
CONCLUSIONES	37
BIBLIOGRAFÍA	38

RESUMEN EJECUTIVO

La presente idea de negocio, demuestra que es factible y debemos aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado, para generar ventajas competitivas que permitan que sea sostenible este modelo de negocio y orientado a satisfacer la demanda del consumidor que hoy por hoy tiene un ritmo de vida agitado y que busca consumir alimentos que aporten a su salud.

ABSTRACT

The present business idea shows that it is feasible and we must take advantage of the opportunities that arise in the market, to generate competitive advantages that allow this business model to be sustainable and oriented to satisfy the demand of the consumer that today has a rhythm of hectic life and that seeks to consume foods that contribute to their health.

INTRODUCCIÓN

En muchas partes del mundo el consumo de bebidas alcohólicas es una característica común de reuniones sociales, abusar en el consumo de estas puede ocasionar diferentes tipos de enfermedades y además de esto reducir notablemente la esperanza de vida de las personas que lo consuman, es por esto que nuestro proyecto se trata de la elaboración y comercialización de cocteles a base de esencias y productos naturales con 0% de alcohol.

Queremos que la personas que les gusta irse de fiesta pero que no lo hacen por evitar el consumo de alcohol, tengan más confianza de saber que nuestro producto no contiene alcohol a la hora de un festejo teniendo, la oportunidad de beber y probar alguno de nuestros cocteles.

Lo que se puede encontrar en este proyecto es desde sus inicios con el surgimiento de una idea de nuevas propuestas que nacen de la identificación del problema, la justificación que da respuesta a la pregunta desde la parte global hasta nuestra propia comunidad, los objetivos que se pretenden con el proyecto, marco teórico que contiene la información necesaria sobre los elementos y la elaboración de nuestro producto, los antecedentes hablan desde la parte histórica hasta los avances en la actualidad, en el marco legal se podrá observar los procedimientos legales que se requieren para la constitución de una empresa y las funciones de cada una de las personas que integran el grupo de trabajo más adelante se encuentra la hipótesis esto es lo que se puede apreciar en la primera parte del proyecto. Segunda parte metodología corresponde a la parte del las encuentras población estadística, resultados. Mientras que en la tercera parte se pueden ver gráficas de cada una de las preguntas de la entrevista y el análisis. La cuarta parte está basada en la discusión y la bibliografía del trabajo, en la parte de anexos se encuentra pautas que fueron de gran apoyo para la elaboración del proyecto.

CAPITULO I IDEA DE NEGOCIO

Descripción General.

La idea de negocio nace de que evidenciamos que en las reuniones o eventos sociales, muchas personas no beben alcohol por distintos motivos, uno de ellos y el más importante es por salud teniendo claro lo mencionado, encontramos a necesidad de crear cocteles sin alcohol que aporten a la salud elaborados a base de frutas, verduras, semillas y esencias.

La idea es brindar una alternativa distinta a las bebidas como la gaseosa que no aporta ningún beneficio para la salud y que por todo lo contrario les afecta en gran nivel, la principal bebida es evitar e incentivar al poco consumo de bebidas alcohólicas ya que esta también afecta en gran parte la salud de las personas y produce numerosas enfermedades.

Por medio de nuestras primeras ventas queremos crear fidelización de con nuestros clientes, por medio de constantes beneficios por la compra de nuestro producto.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Se identifica que son más las personas que quieren encontrar una bebida saludable y que además de esto les sirva para compartir en reuniones, festejos o celebraciones; es por esto que creamos un Coctel Medicinal, en el que aprovechamos todos los nutrientes de las frutas, verduras y semillas; realizamos un mezcla de estos productos junto con esencias que nos darán un sabor fuerte pero que estaremos tranquilos porque no poseen ningún tipo de alcohol y que además ayudan al mejoramiento de pequeñas dificultades de salud y así mismo a cuidarla.

Se encuentra que las personas cada vez más quieren cuidarse en términos de salud es por ello que decidimos no usar alcohol y mucho menos medicamentos, hoy en día las personas son más propensas a enfermarse mucho más fácil y buscan medicamentos que les ayude a mejorar los conflictos menores de salud que se les presentan por varias razones como lo son el estrés, la mala alimentación o simplemente la falta de cuidado hacia ellos mismos así como también contraer complicaciones por el consumo de bebidas alcohólicas y evitan consumirlas o perder una buena celebración.

Personas que son conscientes de que los medicamentos químicos traen varias contraindicaciones, pero que necesitan la ayuda de estos para eliminar molestias; buscan productos que los ayuden en términos de salud y que además de esto su cuerpo y organismo no sufra rechazo y les provoque a largo plazo otra molestia.

En la sociedad actual tendemos a medicarnos más de la cuenta porque no se conocen bien las múltiples propiedades de ciertos productos naturales como lo son las verduras, frutas semillas o esencias, Sin embargo, algunos productos naturales pueden llegar a ser muy eficaces para nuestras aquejas.

El estudio de mercado realizado en la ciudad de Bogotá en la localidad de Chapinero mediante fuentes primarias (entrevistas) y fuentes secundarias, hemos determinado que el

consumidor objetivo del proyecto está conformado por el segmento de hombres y mujeres con poder adquisitivo de 25 a 50 años de edad, sin embargo, se desglosan numerosos tipos de personas en esta población, pero nos centramos en las que les gusta beber, pero por algún motivo no lo pueden hacer. Nuestro portafolio de productos se divide en tipos de cocteles, los cuales están hechos con insumos naturales y de excelente calidad que garantizan el bienestar de quien los consume. Para esta idea de negocio no se necesitan más que un grupo de personas para su elaboración e ingredientes necesarios que darán la producción perfecta, el valor de los cócteles está estimado entre los \$15.000 y \$25.000 mil según corresponda la preparación o qué clase de coctel desea el consumidor, toda la confianza está puesta sobre este proyecto, esperamos que llegue a un punto de equilibrio en dos años o menos, siendo el líder en el mercado y obteniendo el 15% de la utilidad; esta idea tendrá éxito primeramente porque es una idea innovadora, sabemos que hay muchas personas que desean beber o festejar con sus amigos tranquilamente pero no lo pueden hacer, la motivación de ellos van ser nuestros cocteles, tendrán la oportunidad de disfrutar de nuestros deliciosos sabores y satisfacer su paladar al momento de probarlos y teniendo la oportunidad de empezar con nuevos establecimientos.

JUSTIFICACIÓN

Con este proyecto se pretende desarrollar y plantear la idea de negocio, que nace de la necesidad que encontramos en las personas que por alguna razón no beben alcohol, teniendo en cuenta que Colombia es un país de celebraciones y las bebidas sustitutas del alcohol como lo es la gaseosa no son nada saludables.

Este trabajo va encaminado a proponer bebidas cocteleras que aporten a la salud de los ciudadanos Bogotanos que por alguna razón deciden no beber alcohol.

De manera global desde la perspectiva del impacto de una bebida de frutas que más tarde se convertiría en un coctel, ya que se han creado otras cosas para diferenciarlo de una simple bebida, a nivel nacional se observa que este tipo de bebida se ve mucho en los eventos sociales, por ello se ofrece también para esos eventos y expandir mejor este proyecto como un plan a futuro, a nivel local (localidad chapinero) se observa que el coctel es una bebida exigida en eventos sociales, bastante en bares de buena categoría, al nivel institucional se ve como un proyecto para que los pongamos en práctica los conocimientos adquiridos en clase y los empleemos en la creación de empresa teniendo una alternativa para generar un desarrollo empresarial.

El coctel llegó como una alternativa para la creación de esta empresa ya que se prospecta como un buen negocio, dado que la industria de las comidas es siempre muy provechosa y las bebidas son necesarias en muchos momentos del día, por lo que pareció buena idea crear una idea de negocio a partir de esto

DESCRIPCIÓN PRODUCTO

Cocteles a base de ingredientes naturales como lo son frutas, verduras, frutos secos, esencias y vitamina, de manera que aporten a la salud de nuestros clientes, servidos de forma llamativa con un toque de elegancia.

Nuestros cocteles son clasificados de acuerdo a los tipos de ingredientes que lleve, su preparación, sus beneficios con las diferentes frutas o verduras que contenga, serán ofrecidos en envases cocteleras que mostraran la dedicación de nuestros preparadores, serán elaborados con productos 100% naturales y con 0% de alcohol, así también tendrán un proceso de producción fácil y rápido, más adelante se explicará con detenimiento la composición de cada uno de los cócteles que ofreceremos.

OBJETIVOS

Objetivo General

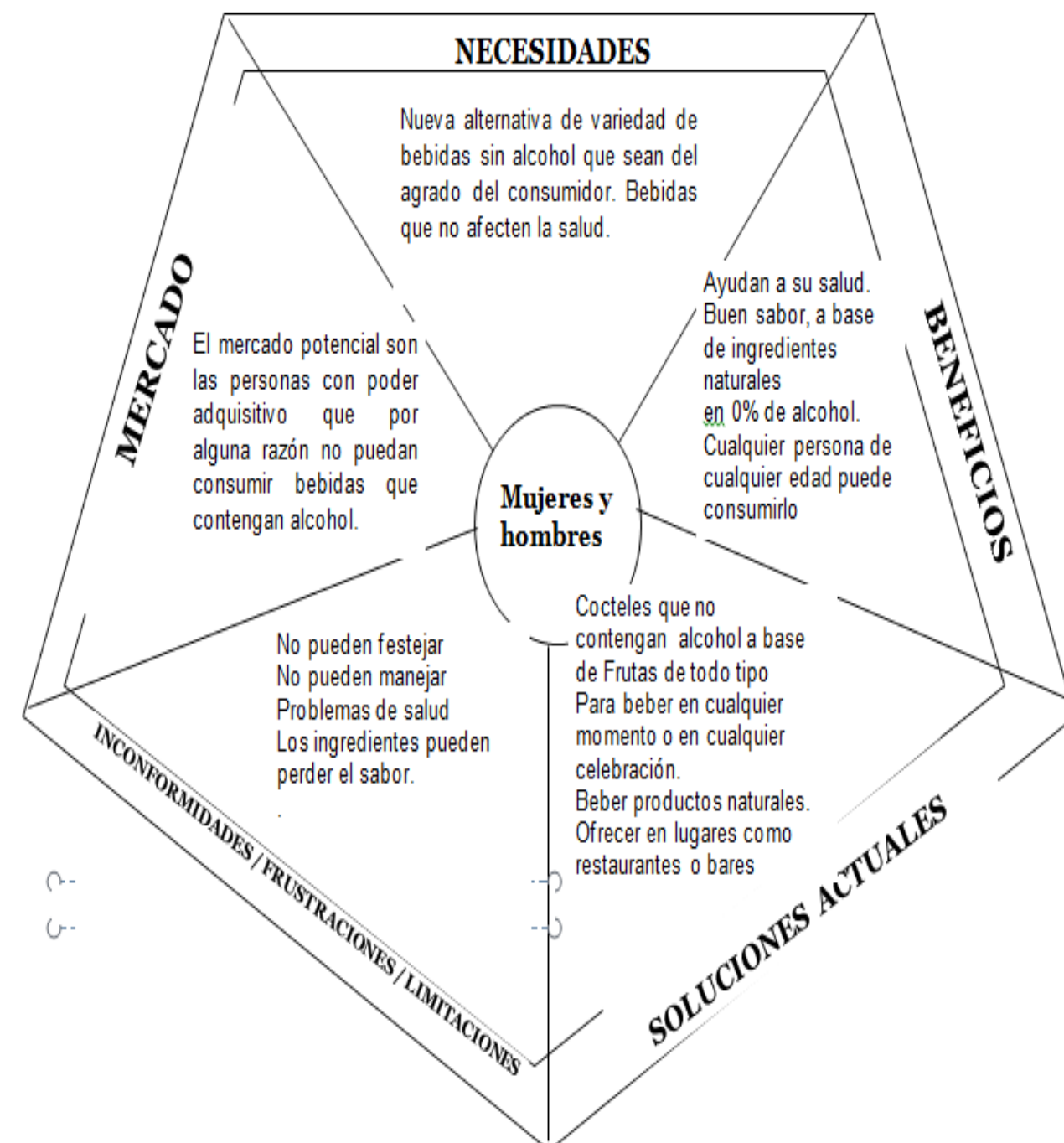
Satisfacer nuestros clientes de manera que seamos su primera opción a la hora de consumir una bebida saludable.

Objetivos específicos

- ✓ Identificar los principales gustos, preferencias, costumbres y hábitos de nuestros clientes respecto a que beben en su día a día.
- ✓ Conocer la reacción de los consumidores ante la prueba de nuestro Coctel.
- ✓ Identificar el tamaño de nuestro mercado y nuestros posibles clientes potenciales.

CAPITULO II PERFILACIÓN DE CLIENTES

Pentágono Inicial



Anexo A. Pentágono Perfilación de Clientes Inicial

Hipótesis pentágona Perfilación de clientes inicial

Clientes: Nuestros clientes potenciales son las mujeres y los hombres entre los 25 y 50 años de edad.

Necesidades: La principal necesidad de nuestro mercado se centra en las personas que desean tener más alternativas de bebidas a la hora de celebrar.

Beneficios: Los beneficios propuestos para los consumidores es que tendrán la oportunidad de beber algo que favorezca su salud ya que no contiene alcohol y serán usados todos los beneficios de los ingredientes naturales teniendo la favorabilidad de comprarlos en cualquier momento siendo una alternativa más.

Soluciones: Las soluciones actuales por las que optan nuestros posibles consumidores son beber gaseosas u otras bebidas que no favorecen a su salud.

Inconformidades: Nuestros posibles clientes, tienen muchos impedimentos a la hora de beber, es por esto que les creamos el mismo producto con el mismo saber, pero con 0 alcohol.

CAPITULO III LA ENTREVISTA

Formato entrevista Cocteles Eden Hall (RECOLECCIÓN)

- ✓ ¿Qué tipos de frutas prefiere
- ✓ ¿Qué tipos de fruta cree usted que podría servir para un coctel?
- ✓ ¿Le gustan las combinaciones frutales en cocteles o bebidas?
- ✓ ¿Con qué frecuencia sale usted a celebraciones y toma bebidas alcohólicas?
- ✓ ¿Cree usted que un coctel necesita de alcohol?
- ✓ ¿Para usted la presentación del cóctel es importante?
- ✓ ¿Qué tipos de cocteles conoce?
- ✓ ¿Cree usted que los cocteles podrían contribuir a su salud?
- ✓ ¿Qué tipo de música le gustaría escuchar a la hora de beber un coctel?
- ✓ ¿le gustaría beber un cóctel que contribuya a su salud?
- ✓ ¿Dónde le gustaría encontrar nuestros cocteles?
- ✓ ¿Cuánto pagaría usted por uno de nuestros cocteles?
- ✓ ¿Le gustaría probar algunos de nuestros cocteles?

Hallazgos de la información

N-°	NOMBRE	RESPUESTAS
1	MAURICIO LOPEZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fresa, maracuyá, mango. 2. La maracuyá, lulo. 3. Si, bastante. 4. Una vez al mes, si me queda plata de la quincena, 5. NO necesariamente, no todas las veces puedo tomar 6. Si, una buena presentación llama la atención. 7. Tropicales y no más. 8. si desde que no tengan alcohol. 9. Música relajante, como pop. 10. Claro, sería interesante 11. En un Café- Bar. 12. Sin alcohol 10.000 pesos, con alcohol 12.000. 13. Si
2	BRAYAN PEREZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Naranja, banano, melón 2. Naranja, cítricos, 3. No, sabe raro 4. Cada ocho días 5. Claro que sí. 6. No mucho 7. Cocteles Fizz, ósea gaseosos. 8. Pues no. 9. Dance Hall 10. Si, de pronto. 11. En una discoteca 12. 15.000 pesos 13. Sí.
3	RUTH ALVAREZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mango, Banano. 2. Maracuyá, Limón, Kiwi. 3. Si 4. Ocasionalmente. 5. Lógicamente. 6. Sí, mucho. 7. De maracuyá, de limón. 8. Si ayudaría, si alcohol. 9. Rancheras. 10. Si me gustaría. 11. En un bar 12. 20.000 Pesos 13. Si

4	JAIRO RODRIGUEZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manzana, mango, piña. 2. Papaya, Maracuyá. 3. Si para una fiesta o reunión. 4. Cada ocho días. 5. Sí. 6. Si claro llama la atención. 7. El de maracuyá. 8. sin alcohol Si claro. 9. Rancheras, románticas. 10. Si me gustaría mucho. 11. En un bar, taberna. 12. 10.000 pesos 13. Si me gustaría.
5	GILBERTO RESTREPO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uvas, Mamoncillo. 2. Fresa, granadilla. 3. Muy pocas 4. Reuniones cada 15 días con mis compañeros del trabajo. 5. No necesariamente, no estamos para emborracharnos a cada rato. 6. Es lógico. 7. El mojito y de mandarina 8. Si no tienen alcohol sí. 9. Rock suave 10. Si me gustaría por probar 11. En un bingo o bares. 12. 25.000 pesos 13. Si me gustaría.
6	YOLANDA VELANDIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cerezas, mango, piña. 2. Mandarina, limón, lima. 3. Si me gustan, pero a veces tienen mucho alcohol. 4. De vez en cuando, no puedo beber mucho. 5. personalmente no, me hace daño el alcohol. 6. Si tienen que verse provocativos. 7. Margarita, Coco loco. 8. Si siempre y cuando no contengan alcohol. 9. Pop o rock suave. 10. Si claro me llama mucho la atención. 11. en un bar o de pronto en empaques. 12. no más de 20.000 pesos. 13. Si me gustaría saber si son tal y como me lo cuentas.

7	LORENA RODRIGUEZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banano, manzana, mango. 2. Manzana y naranja. 3. Si 4. Cada ocho días 5. No siempre 6. Si un poco 7. Maracuyá. 8. No creo. 9. Popular 10. Si claro 11. Licoreras 12. 5.000 pesos 13. Si me gustaría.
8	OSCAR TRIANA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciruela, Kiwi, coco. 2. maracuyá, mandarina, pera. 3. Si son muy ricas. 4. cada 15 días. 5. No necesariamente. 6. Si es primordial. 7. Mojito, de coco, con gaseosa. 8. Siempre y cuando no contengan mucho alcohol. 9. Románica. 10. Si me parece interesante, creo que ayudaría mucho. 11. E un bar, o una coctelera. 12. 20.000 pesos 13. Si me gustaría.
10	FABIAN BERNAL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banano, Ciruela, mora. 2. melón, mango. 3. No he probado, pero si me gustaría probar. 4. una vez al mes 5. Pues depende la ocasión. 6. Si muy importante. 7. No muchos conozco únicamente el margarita. 8. Según sus ingredientes. 9. Música suave. 10. Si me gustaría mucho, suena interesante. 11. en un bar. o cocteleras. 12. 15.000 pesos. 13. Si sería interesante.
11	LEONARDO GONZÁLEZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cítricos y dulces 2. Manzana, uvas, pera, limón, maracuyá 3. No he probado no sé si sea una buena combinación, pero me gustaría probar.

		<ol style="list-style-type: none"> 4. Nunca bebo alcohol porque conduzco. 5. No 6. Si, colores llamativos y aromas 7. Margarita y mojito he escuchado hablar de estos 8. Si 9. Jazz, clásica, rock clásico. 10. Si 11. Bar, restaurante, café, sitio agradable 12. De \$15.000 a \$25.000 13. Si
12	GONZALO AGUDELO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Durazno, melón, banano, mandarina, maracuyá, naranja y uvas. 2. Lulo, maracuyá, piña y naranja. 3. Sí. 4. De vez en cuando. 5. No. 6. Sí. 7. Piña colada. 8. Sí. 9. Romántica. 10. Sí. 11. Bar 12. \$25.000 13. Sí.
13	GLORIA AGUDELO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dulces. 2. Maracuyá, naranja, uvas, fresa. 3. No, tal vez se pierda el sabor. 4. Pocas veces. 5. No. 6. Claro. 7. Ninguno. 8. Sí. 9. planchar. 10. Claro. 11. Supermercado. 12. Hasta \$12.000. 13. Sí.
14	MANUELA LAYTON	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rojos, maracuyá naranja, y mandarina 2. Naranja y maracuyá 3. Si. 4. Cada 8 días 5. Si 6. Si

		<ol style="list-style-type: none"> 7. Mojito 8. Si 9. Suave y clásica o instrumental que conmueva. 10. Si. 11. A mi alcance. 12. \$18.000 13. Si
15	YESIKA MORENO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cítricos. 2. Mandarina y Limón 3. Si. 4. Muy de vez en cuando 5. Si 6. Si 7. Margarita 8. Si 9. Rock suave 10. Si 11. Restaurante o bar. 12. \$20.000 13. Si
16	DIANA JIMÉNEZ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dulces 2. Fresa, Sandía, uva, manzana 3. Si 4. Cada mes más o menos 5. Si 6. Si 7. Gin and Tonic, Margarita y Martini seco 8. Si 9. Romántica 10. Si. 11. Centros Comerciales 12. \$25.000 13. Si
17	NELSON MORENO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cítricos 2. Limón, piña, Lulo 3. Si. 4. Cada quincena 5. Si 6. Si 7. Mojito y piña colada 8. Si 9. Instrumental y electrónica. 10. Si

		<p>11. En el Centro comercial o en Bares y restaurantes 12. \$20.000 13. Si</p>
18	CLAUDIA MALAGON	<p>1. Dulces. 2. Mango y fresas. 3. Si. 4. Muy pocas veces. 5. Si. 6. Si. 7. Piña Colada. 8. Si. 9. Romántica. 10. Si. 11. En Plazas principales de la ciudad. 12. \$20.000. 13. Si.</p>
19	JULIÁN GONZÁLEZ	<p>1. Durazno, fresa, naranja y limón. 2. Durazno, fresa, naranja y limón. 3. No, ocuparían el sabor de las frutas. 4. Muy Baja. 5. No, no creo. 6. Si. 7. No he probado muchos, pero conozco por la publicidad de piña y de naranja. 8. Si. 9. Baladas. 10. Si. 11. En el Centro de la ciudad. 12. \$16.000. 13. Si.</p>
20	JUAN FARFÁN	<p>1. Dulces. 2. Uvas y melón. 3. Si. 4. Cada 8 días. 5. Si. 6. Margarita. 7. Si. 8. Rock. 9. Centros comerciales y bares. 10. \$18.000. 11. Si.</p>

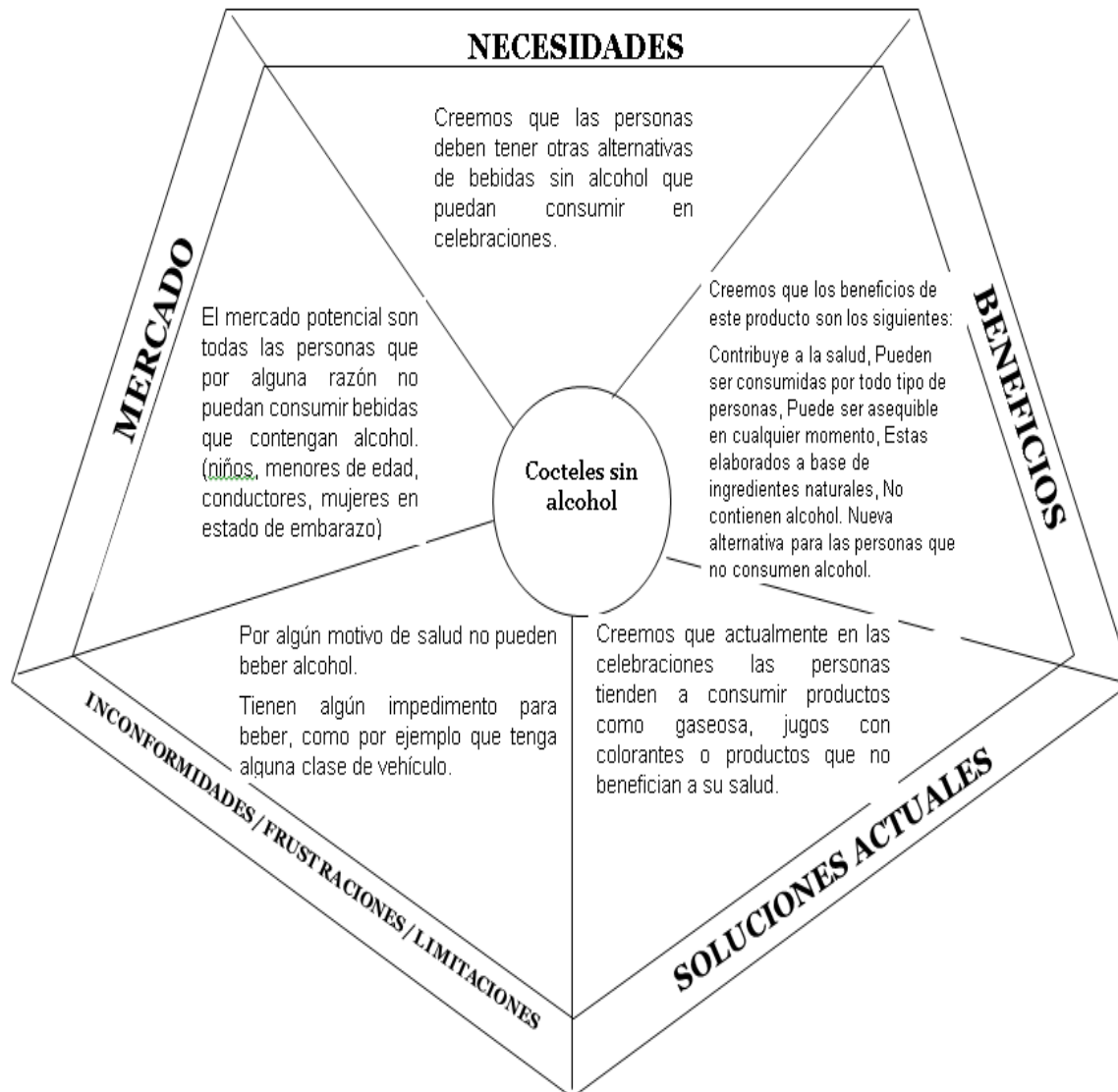
Anexo B. Tabla Hallazgos de la información

Análisis de la información

NECESIDADES	BENEFICIOS	SOLUCIONES	INCONFORMIDADES
<p>Nueva alternativa de variedad de bebidas sin alcohol que sean del agrado del consumidor. Bebidas que no afecten la salud.</p>	<p>Ayudan a su salud.</p> <p>Buen sabor, a base de ingredientes naturales</p> <p>en 0% de alcohol.</p> <p>Cualquier persona de cualquier edad puede consumirlo.</p>	<p>Cocteles que no contengan alcohol a base de Frutas de todo tipo</p> <p>Para beber en cualquier momento o en cualquier celebración.</p> <p>Beber productos naturales.</p> <p>Ofrecer en lugares como restaurantes, bares, lugares de categoría.</p>	<p>No pueden festejar</p> <p>No pueden manejar</p> <p>Problemas de salud</p> <p>los ingredientes pueden perder el sabor.</p>

Anexo C. Tabla análisis de la información

Pentágono Definitivo



Anexo D. Pentágono Perfilación de Clientes definitivo

CAPITULO IV PROTOTIPO

Ficha técnica: Tipos de cocteles, su preparación e ingredientes.

NOMBRE COCTEL	Preparación e ingredientes
1. Gelatina al Limón	Dos cucharadas de gelatina de limón, el zumo de dos limones, tres vasos de soda, cuatro guindas de marrasquino escurridas y unas rodajitas de limón para la decoración. Depositamos la gelatina en un cazo, y en una jarra medidora el zumo de limón y agua hirviendo hasta que se complete un total de dos decilitros. Añadimos esta mezcla a la gelatina y removemos a fuego muy lento hasta que la gelatina se ha disuelto completamente. Dejamos enfriar en una jarra y cuando la mezcla esté semi líquida agregamos muy poco a poco la gaseosa, removiendo todo el conjunto. Servimos con una guinda en un palillo y decoramos.
2. Cartagena	Necesitamos dos centilitros de zumo de naranja, dos centilitros de zumo de limón, un centilitro de zumo de piña, un centilitro de zumo de melocotón y un chorrito de granadina. Se agitan los ingredientes en la coctelera, vertemos en el vaso de tubo y terminamos de llenar con soda. Se puede decorar con rodajas de naranja, limón y unas guindas en la pajita y antes de servir en los vasos se moja el borde con granadina y se pone boca abajo sobre azúcar.
3. Mojito light sin alcohol	Necesitamos dos centilitros de zumo de lima, tres centilitros de helado de limón, hojas de menta, azúcar líquido, hielo picado. Colocamos en el vaso de la batidora el helado, el zumo de lima, el stevia y las hojas de menta. Añadimos hielo picado y trituramos todo. En el vaso añadimos un poco de hielo picado.
4. Piña loca	Necesitamos un centilitro de crema de leche, un centilitro de crema de coco y tres centilitros de zumo de piña. Agitamos y vertemos en el vaso de tubo lleno de hielo. Se puede decorar con una rodaja de piña o coco rallado.
5. La Huerta	Mezclamos zumos de frutas y hortalizas naturales. Bate un centilitro de zumo de zanahoria, dos centilitros de zumo de naranja, hielos y una tónica. Se puede decorar con unos trocitos de naranja.
6. Very Good	Que en su versión con alcohol lleva ginebra. Nosotros pondremos dos centilitros de zumo de naranja, dos centilitros de zumo de limón, un centilitro de zumo de piña y un chorrito de granadina.

	<p>Agitar en la coctelera y servir en copas de capa larga que lleven el borde impregnado en azúcar (se moja antes en zumo de naranja para que se pegue). Servimos con unas guindas y rodajitas de naranja y limón.</p>
7. Destornillador	<p>Eliminamos el vodka original y colocamos en un vaso ancho cubitos de hielo, dos partes de zumo de naranja y tres de refresco de naranja, a lo que añadimos unas gotas de granadina para darle un toque de color.</p>
9. Atomic Freeze	<p>Necesitamos 20 cl de zumo de piña, 12 cl de zumo de manzana, 0,5 cl de jarabe de horchata de almendras y cinco o seis fresas. Colocamos en la batidora todos los ingredientes y algunos cubitos de hielo para mezclar bien. Se sirve en copa de vino, adornada con una fresa helada o una rodaja de piña y se toma muy frío.</p>
10. Troitis	<p>A base de sirope de melón, pulpa de plátano, kiwis y zumo de piña. 20 cl de sirope de melón, 20 cl de pulpa de plátano 2/10, 30 cl de kiwi y 30 cl de zumo de piña. Todos los ingredientes se agitan y se sirve en una copa larga con hielo.</p>
11. Cóctel de té verde	<p>El té verde es el tipo menos transformado de té y proporciona los beneficios de salud de la mayoría. Se carga con antioxidantes debido de los polifenoles del té verde en las hojas. No es sólo el componente de antioxidantes en un cóctel de té verde que contribuye a la pérdida de peso. Beber té verde aumenta la excreción de grasa y disminuye la absorción de grasa, así como suprime el apetito. Disfrute de un cóctel de té verde de calor o frío. Para no calorías sabor, agregar el jengibre o limón.</p>
12. Santa Ana	<p>Necesitamos zumo de papaya y naranja, sirope de mango y maracuyá. Zumo de papaya 30 cl, zumo de naranja 30, sirope de mango 20 cl, maracuyá 20 cl. Una papaya y con un poco de agua la ponemos en la batidora para hacer zumo. Añadimos maracuyá, sirope de mango y zumo de naranja, añadiendo el zumo de papaya. Se agita y sirve en un vaso largo con hielos.</p>

Presentaciones



Anexo E. Figura 1. Coctel piña colada



Anexo F. Figura 2. Coctel San Francisco



Anexo G. Figura 3. Coctel Very Well



Anexo H. Figura 4. Coctel Mojito

CAPITULO V PLANEACION ESTRATEGICA GENERATIVA

Análisis del entorno

✓ Análisis PESTA

POLITICO	<p>Es importante tener en cuenta la normatividad colombiana a la hora de fabricar o producir alimentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Resolución 2674 de 2013 – Ministerio de Salud y protección Social cuyo objeto es establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas. · Decreto 3075 de 1997. · Normas de regulación alimentaria como la ISO 22000. · La política de emprendimiento en Colombia.
ECONOMICO	<p>Sabemos que los cambios climáticos bruscos afectan al sector agrario, ya que se ven afectados los cultivos y esto genera que los alimentos cada vez sean más costosos.</p> <p>Actualmente se ve crecimiento económico lento para el país, Bogotá es una ciudad que acoge personas de todas partes del país, genera empleo y oportunidades de crecimiento.</p>
SOCIAL	<p>El consumidor colombiano se fija mucho en las marcas y es muy fiel a la marca de su preferencia. De igual forma busca comodidad y que todo esté a su alcance. Las personas que poseen un empleo buscan mantenerse y crecer para mejorar su estilo de vida. Las reuniones sociales son tendencia en todas partes del país La sociedad Colombia.</p>
TECNOLOGICO	<p>Implementaremos una página web con el fin de que nuestros consumidores puedan observar nuestros productos.</p> <p>La implementación de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones con la finalidad de hacer la publicidad que permita el posicionamiento de nuestros productos.</p>
AMBIENTAL	<p>A nivel ambiental sabemos que el uso de recipientes desechables y pitillos afecta el medio ambiente, sin embargo, proponemos en no uso de pitillos y que los recipientes en los que se envase el cóctel sea biodegradable.</p> <p>Siguiendo los parámetros que establece la ley para desechos y cuidado de medio ambiente a la hora de producción.</p> <p>Según leyes como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Decreto 1299 de 2008, para empresas. ● Decreto 1608 de 1978 Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.

✓ **Análisis Industrial (5 FUERZAS DE PORTER)**



Anexo I. Gráfico 1- 5 fuerzas de Porter

Análisis interno

✓ Recursos tangibles

Utensilios de Coctelera

- Destapador
- medidor
- Cuchara de bar
- Shott o vaso para mezclas
- Exprimidor
- Hielera con pinzas
- Licuadora
- Mezcladora
- Nevera
- Coctelera
- Sacacorchos
- rayador.
- Refrescos

Productos

- Frutas de todo tipo
- Verduras
- Semillas
- Esencias
- vitaminas
- Refrescos
- Agua

✓ Recursos Intangibles

- Buen servicio
- Recordación
- Alegría
- Cliente satisfecho
- Capacidad de adaptación
- Calidad
- Recurso Humano
- Valores
- Recetas

✓ Competencias

A continuación, se presenta una descripción de nuestras dos empresas competidoras en el mercado que nos desenvolvemos, teniendo en cuenta que cuentan con un concepto de negocio parecido al del cual es de bebidas saludables:



Nombre de la empresa:	Tropical Cocktails
dirección:	Centro comercial Atlantis piso 3
Teléfono:	3621396
Productos:	Diferentes clases de cocteles naturales con y sin alcohol con temática de música electrónica.
Precios:	Entre los 20.000 y 30.000
Trayectoria:	14 años en trayectoria comercial.
Horario de servicio:	Todos los días de 3pm – 3am
Promociones	Hay lady's night los jueves.



Nombre de la empresa:	Tropical Breeze
direccion:	Carrera 70 # 43-42 CC. San Juan 70 Local 217
Teléfono:	444 5096 /310 501 3168
Productos:	Bebidas mezcladas con alcohol y sin alcohol, acompañantes como postres.
Precios:	Entre los 15.000 y 30.000
Trayectoria:	15 años en trayectoria comercial.
Horario de servicio:	Todos los días de 8:00 a 3:00
Promociones	valor agregado, venta por línea.

Análisis Matriz DOFA

<p>MATRIZ DOFA</p>	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Implementos adecuados. ● Personas especializadas para la elaboración. ● Buena localización de venta de nuestro coctel. ● Posibilidad de bajar costos. ● Calidad y buen servicio al clientes. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Falta de publicidad. ● Poca experiencia en el mercado. ● Falta de puntos de venta. ● Falta de compromiso a la hora de producción.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Servicio web para consultar nuestros cocteles ● Nuevas propuestas en el mercado. ● Buen desarrollo logístico. ● Nuevos inversionistas. ● Crear línea de locales. ● Apoyo de las personas que lo necesitaran 	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Permitir nuevos conocimientos. ● Buen equipo de trabajo. ● Buena atención al cliente. ● Logística en todos los campos. ● inversiones nuevas, bajar costos de producción y aumentar la utilidad. 	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Establecer puntos de venta. ● Contratar especialistas de logística y expertos en el mercado. ● Creación de publicidad tecnológica. ● mejorar cada vez nuestros procesos de producción.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● El clima ● No se cuenta con el apoyo de alguien con experiencia en el mercado. ● Perdidas. ● Falta de interés de los posibles consumidores. ● Inconformidades de los clientes. 	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecer nuestros procesos para mantener nuestros clientes y evitar pérdidas ● Incentivar nuestros clientes con precios justos. ● Generar cambios. continuamente para atraer más clientes. ● Tener diferentes tipos de cocteles. 	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Generar buena utilidad y así expandirnos. ● Crear publicidad virtual y fuera de casa. ● Incentivar a los clientes para el consumo de nuestros cócteles en especial. ● Emprendimiento elaboración de cocteles.

Identidad Estratégica (MISIÓN)

Generar nuevas opciones de bebidas cocteleras frescas y de calidad para deleitar los paladares y contribuir con la salud de nuestros consumidores a través de bebidas saludables, con 0% de alcohol a base de frutas, hortalizas y esencia

Futuro referido (VISION)

En el 2022 ser líderes en el mercado de bebidas naturales diferenciándose por la preparación, atención y sabor, siendo la mejor opción a la hora de elegir una bebida para brindar. de forma que nuestros consumidores conozcan nuestra marca.

Valores

- ✓ Calidad: Nuestros cócteles serán elaborados y presentados con calidad que nos permitirá atraer más clientes voz a voz.
- ✓ Responsabilidad: Creemos que la responsabilidad es el compromiso y la solidaridad para un mejor esfuerzo por conseguir los objetivos empresariales y un buen manejo eficiente de los recursos.
- ✓ Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.
- ✓ Trabajo en Equipo: Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos de la elaboración buscamos el logro de los objetivos organizacionales.

Ventajas competitivas

Contamos con un producto innovador aunque no difícil de imitar, aun así ofrecemos cocteles, no como cualquier cóctel, el de nosotros es a base de esencias y con 0% alcohol, tenemos un paso más allá de cualquier compañía coctelera, ya que pensamos en las personas que no pueden beber, es un mercado grande, ahora hay diferentes razones por las que una persona no

consume bebidas alcohólicas, Edén Hall aprovecha ese mercado no atendido y nos da una ventaja más, ventaja que no tiene ningún otro producto.

Tratamos de que los costos de producción se reduzcan cada vez más para bajar al costo de venta, encontraremos con el pasar del tiempo otro tipo de ventajas como lo son la presentación y la venta.

Factores

- ✓ Buen servicio: Prestando un mejor y óptimo servicio a nuestros clientes
- ✓ Calidad: Siguiendo los estándares establecidos para lograr un objetivo.
- ✓ Personal: Contratado así personas experimentadas en la elaboración de cocteles generando buenos ingresos para incentivar su sentido de pertenencia para con el proyecto.

ANEXOS

Anexo A. Gráfico 1 - Pentágono Perfilación de Clientes Inicial (Capítulo III)

Anexo B Tabla 1 - Hallazgos de la Información (Capítulo III)

Anexo C Tabla 2 - Análisis de la información (Capítulo III)

Anexo D Gráfico 2 - Pentágono Perfilación de Clientes Definitivo (Capítulo III)

Anexo E Figura 1 - Coctel piña colada (Capítulo IV)

Anexo F Figura 2 - Coctel San Francisco (Capítulo IV)

Anexo G Figura 3 - Coctel Very Well (Capítulo IV)

Anexo H Figura 4 - Coctel Mojito (Capítulo IV)

Anexo I Gráfico 3 - 5 Fuerzas de Porter (Capítulo V)

Anexo J Gráfico 4 - Matriz DOFA (Capítulo V)

CONCLUSIONES

Con esta idea de negocio, se pretende generar nuevas alternativas de bebidas, que aporten a la salud de los consumidores en cualquier momento del día, tomando en cuenta lo que encontramos en las entrevistas realizadas.

Evidenciamos que las personas generan aceptación al escuchar sobre nuestro producto, confirmamos que las frustraciones que ellos manifiestan las podemos combatir con nuestro producto.

Pudimos establecer que los cocteles sin alcohol con nutrientes y beneficios para la salud, no solo serían aceptados por las personas que por alguna razón no pueden beber alcohol como lo son los niños y las mujeres embarazadas, si no que son más aceptados por las personas con poder adquisitivo lo que resulta más factible y lucrativo.

BIBLIOGRAFÍA

https://www.google.com.co/search?q=cocteles+sin+alcohol&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj1xevsk5fXAhVHfiYKHaNoAwkQ_AUICigB&biw=1093&bih=530&dpr=1.25#imgrc=8uuYuZJJsZhIgM

repositorio.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8698/1026273604-2014-pdf

<http://tropicalbreeze.com.co/>

<http://tropicalcocktails.com.co/website/acerca-de/empresa.html>

<https://es.wikihow.com/elaborar-un-resumen-ejecutivo>

<http://cagtrabajofindegrado.blogspot.com.co/p/conclusionbibliografia-y-anexos.html>

<http://normasapa.com/formato-apa-presentacion-trabajos-escritos/>