



MALTEVERD

Julieth Katherine Rico Guzmán

Nicholls Maibeth Rey Caicedo

Presentado a:

Cristian Camilo Chávez

Universidad CUN

Carreras:

Administración de empresas

Negocios internacionales

**Opción de Grado I
Bogotá DC**

09-Noviembre-2017

Tabla de contenido

Introducción.....	3
Misión y visión	4
Justificación y descripción del negocio	5
Problema a desarrollar y oportunidad de negocio	6
Sector económico.....	7
Antecedentes	8
Objetivo general y objetivo específico.....	9
Hipótesis.....	10
Recolección e información de la entrevista y análisis de mercadeo.....	11 12 13 y 14
Resultados.....	15
Microambiente.....	16
Cinco fuerzas de Michael Poter.....	17
Matriz Pestel.....	18
Factores sociales.....	19
Conclusiones.....	20
Bibliografía.....	21

INTRODUCCION

En este proyecto queremos abordar una solución a algunas enfermedades y para ello desarrollaremos la creación de una malteada, la cual estará desarrollada a base de productos que son 100% saludables, principalmente aunque queremos beneficiar a nuestros consumidores no queremos excluir al resto de la población, por ello desarrollaremos la venta de más bebidas que sean consumidas por niños y demás personas sin algún riesgo de que estos posean futuros problemas.



MISION

Cumplir con nuestros objetivos con cada uno de los clientes, de forma optimista para que el producto logre posicionarse en el mercado y que tenga confiabilidad.

VISION

Para el año 2019 queremos ser una empresa reconocida a nivel nacional explorando nuevos mercados y ser exitosos para convertirnos en futuros proveedores.

JUSTIFICACION

Es un proyecto con el cual queremos dar a conocer productos saludables, como lo son las malteadas y los jugos naturales, ya que actualmente se cuenta con muy pocas bebidas que cumplan las expectativas de las personas con diferentes enfermedades como lo son colesterol, diabetes y demás

DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Esta idea de negocio se crea un día pensando que beneficios pueden traer tomar bebidas saludables que no alteren el metabolismo de una persona, nos centramos en las malteadas y jugos verdes con estos queremos que las personas conozcan y den la aprobación del mismo para la comercialización y venta de nuestra malteada, que se basa en diferentes sabores como los son de vainilla, melocotón, tomate de árbol y maracuyá y los jugos verdes elaborados con manzana verde apio, pepino cohombro y se le agrega espinaca o acelga para completar el producto.

PROBLEMA A DESARROLLAR

Identificar en el mercado los productos que no son saludables para las personas con enfermedades y no pueden degustar de estos, por sus complicaciones de salud.

OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Generar empleo a mujeres y hombre cabeza de hogar para así expandir nuestros locales y generar más franquicias para tener confiabilidad y el futuro patrocinio de grandes empresas entre esos nuestros proveedores, de esta forma podremos desarrollar posibles ventas de más productos y desarrollo de estos, estableciendo futuros locales en otras ciudades y que sea algo más conocido nacionalmente.

SECTOR ECONOMICO

Sector secundario o industrial: Principalmente realizaremos bebidas a base de productos naturales que ya tienen alguna transformación manual, lo que queremos desarrollar son malteadas que puedan ser consumidas por todo tipo de personas sin que se abstengan de no probarlos por no tener azúcar, para ello utilizaremos productos que sean más saludables y que tengan sabores llamativos para el consumidor para ello utilizaremos productos como lo son el pepino cohombro, tomate de árbol, granola, frutos ácidos como la maracuyá y demás.

ANTECEDENTES

La diabetes es una enfermedad la cual causa alteraciones en el ser humano es por eso que no pueden consumir comidas altas en colesterol, las cifras de esta causa está en un 85% esto es por no tener una buena alimentación y no tener una actividad física sana, la cual ayude a reducir el riesgo de contraer dicha alteración. Es por ello que surge Malteverd para que los consumidores puedan tener una mejor calidad de vida pero no solo lo puede obtener las personas con diabetes si no también los niños y los jóvenes entre los 25 a 30 años.

OBJETIVO GENERAL

Lograr que nuestros productos sean lo suficientemente saludables para los diferentes consumidores, en especial los clientes con problemas de salud.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Definir los diferentes factores de riesgo que afectan la salud de nuestros clientes.
- ❖ Buscar mercados que no solo propaguen nuestros productos sino que nos sirvan de proveedores.
- ❖ Cumplir con las necesidades de nuestros clientes, para que realmente sean bebidas que puedan tomar.

HIPOTESIS

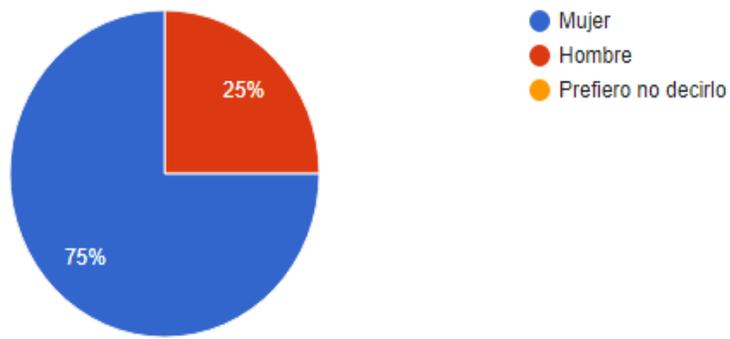
Las personas con problemas de salud han aumentado en un 95% mundialmente, principalmente por la falta de compromiso con una buena alimentación y se ha notado que un 40% ha mejorado su salud con diferentes productos naturales entre estas las bebidas.

Con ello podemos deducir que nuestro principal stakeholder son las mujeres entre los 19 y 30 años de edad, ya que la tasa de mujeres con sobrepeso y demás enfermedades se ha identificado en esta población y como principal componente de ello se debe a las comidas y bebidas chatarras, entre estas las gaseosas y jugos de tiendas sin contar los té fríos y con gas, por ello queremos desarrollar malteverdad, para que nuestros clientes se sientan seguros de que es un alimento que no solo les ayudara con su metabolismo sino que obtendrá facilidades de adquisición de estos.

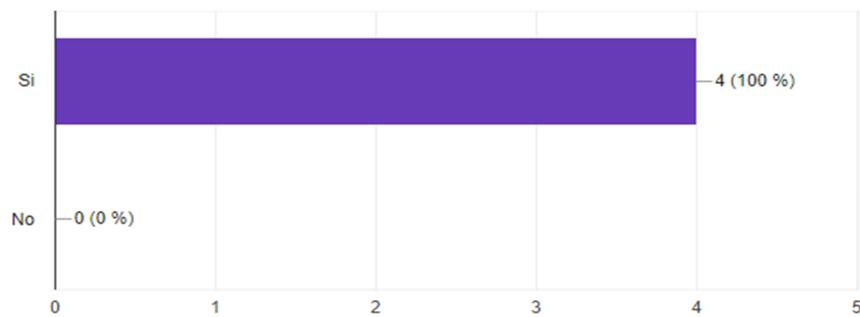
RECOLECCION DE INFORMACION DE LA ENTREVISTA

Sexo

4 respuestas

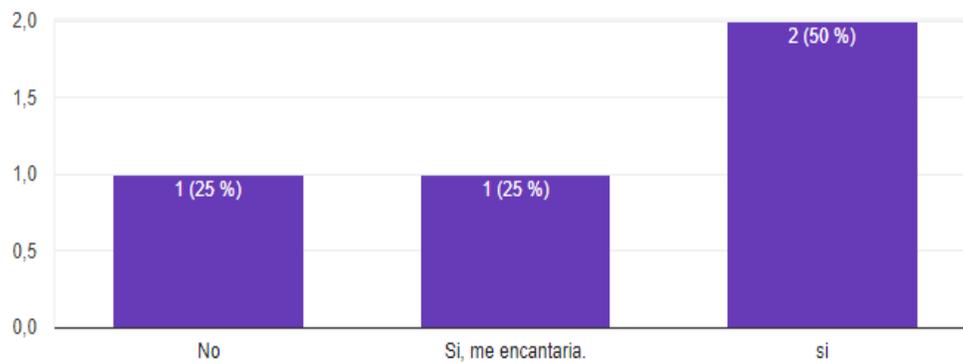


4 respuestas



Seria satisfactorio para usted contar con domicilios de bebidas y que el pago de este sea electronico

4 respuestas



¿Que ingredientes le gustaría adicionar o quitar de una malteada para que sea saludable para usted?

4 respuestas

Banano

Tanta azúcar

dulce

quitar azucar

Como espera que sea ofrecido el servicio a la hora de ordenar sus pedidos

4 respuestas

De la manera mas servicial posible

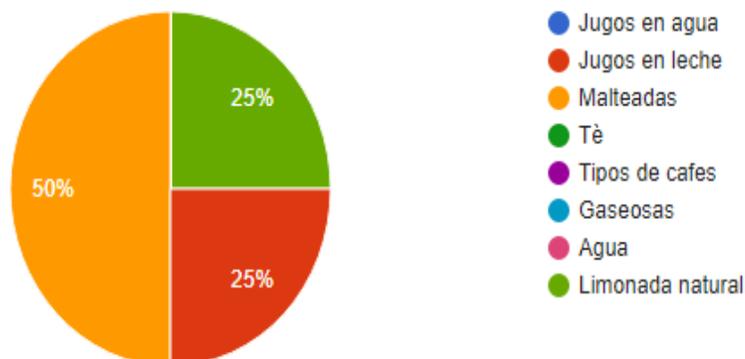
Virtualmente, con anuncios.

con calidad

con calidad

Que bebidas son de su preferencia

4 respuestas



ANALISIS DE MERCADEO

NECESIDADES	BENEFICIOS	LIMITACIONES-FRUSTRACIONES	SOLUCIONES ACTUALES
Bebidas saludables	Mejoras de metabolismo	Enfermedades como diabetes y colesterol	Bebidas como cosechas
Bebidas sin exceso de azúcar	Pocas posibilidades de sufrir de azúcar en la sangre	Todas las bebidas de los centro comerciales son muy poco estáticas	Bebidas lighth
Bebidas refrescantes	Pueden quitar la sed a personas que practican algún deporte	Bebidas con exceso de lácteos que además no son deslactosados.	Bebidas con gas
Facilidad de obtención	Pago con tarjeta de crédito y facilidad en las reservaciones con Android o I phone	Pocas app para la compra de bebidas.	Páginas web

RESULTADOS

Con esto podemos determinar que nuestro producto podría llegar a cumplir con las necesidades de todas las personas tanto mujeres como hombres, actualmente nadie se encuentra exento de padecer este tipo de enfermedades y problemas de salud, adicional a ello notamos que en los barrios del sur de Bogotá no se encuentran este tipo de tiendas o por lo menos no cuentan las tiendas con cobertura de app a los diferentes sectores.

Adicional a ello logramos identificar que casi todas las personas prefieren tener mejoras en su salud de la forma más fácil, ya que poseen vidas sedentarias, la idea de nuestras malteadas es que ayuden a este tipo de personas y su salud mejore cada vez de forma mas notoria.

MICROAMBIENTE

Nuestras principales amenazas macro ambientales serían todas aquellas con la naturaleza principalmente ya que si en Bogotá hay un día lluvioso no solo serán difícil cumplir con los domicilios sino que también nuestras bebidas básicamente son frías y a pesar de que los bogotanos están acostumbrados a este tipo de cosas al meno más del 50% de la población prefieren comprar bebidas calientes, otros serías los políticos y que nuestros gastos públicos serian notorios a gran escala en vista de que los últimos años los impuestos han ido creciendo a gran escala .

En cuanto a aquellas que nos ofrecen oportunidades de estabilidad y sostenibilidad podremos encontrar aquellas relacionadas con demografía y económicas ya que lo primordial seria ubicarnos en los lugares más frecuentados por mujeres que padecen este tipo de enfermedades sin excepción alguna de los hombres, adicional a ello el movimiento de divisas a pesar de que o manejaremos un producto para importar nuestros productos a utilizar si provienen de otros proveedores lo que nos ahorraría muchos gastos

CINCO FUERZAS DE MICHAEL POTER

1. Rivalidad entre competidores: al tener un producto como las malteadas y los jugos verdes de Malteverd se puede crear competencia en el mercado. Ya que nuestro producto es original y la diferencia es porque lleva endulzantes a base de estevia y componentes naturales como lo son la granola y frutos ácidos.

2. Amenaza de nuevos competidores: en la industria del mercado hay diferentes factores que pueden poner en riesgo la estabilidad de un negocio ya que los nuevos competidores tienden a tener mejores ideas para que los clientes tengan más alternativas de comprar un mejor producto. Esto quiere decir que hay más posibilidades de que el riesgo de la venta de la malteada sea mayor.

3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos: esto quiere decir que los nuevos productos que entren al mercado pueden poner en riesgo la venta y comercialización de marca Malteverd, ya que la proyección puede ser mejor y sacarnos del mercado para que los consumidores no tengan recordación de este.

4. Poder de negociación de los proveedores: al estar en el mercado los proveedores nos pueden dar precios fáciles para los clientes y puedan tener mejor accesibilidad al producto, ya que si se tiene un precio muy elevado cabe el riesgo de que los consumidores no le pongan el mejor interés de comprar los productos de Malteverd.

5. Poder de negociación de los consumidores: para los clientes tener un producto de calidad implica mejorar cada día, pero en ocasiones los consumidores al ver precios bajos atrae la idea de tener una venta favorable del mercado

MATRIZ PESTEL

FACTORES POLITICOS

- ❖ Aumentos de tasas de interés, con ello tendríamos altas y bajas monetarias por pago a nuestros proveedores.
- ❖ Aumento de costos en servicios públicos.
- ❖ Cambios constantes de impuestos.

FACTORES ECONOMICOS

- ❖ El mayor consumo de jugos de frutas se dio por parte de las mujeres entre los 20 y los 39 años de edad y la mayor demanda de los mismos está ligada a los países de mayores ingresos.
- ❖ En este caso, en cuanto a países, el primer lugar lo ocupa Nueva Zelanda con un promedio de 0,83 porciones por día. Le sigue Colombia con 0,80 y en tercer puesto se ubica Gabón, al sur del Sahara.
- ❖ Otro de los jugadores fuertes en este mercado es Cosechas, que en la actualidad cuenta con más de 500 tiendas en todo el territorio nacional, en las que ofrece cerca de 40 productos saludables, y con las que aspira llegar a facturar \$100.000 millones al finalizar este año.

FACTORES SOCIALES

- ❖ En una muestra que abarcó el consumo de bebidas entre hombres y mujeres en diferentes rangos de edad, en un total de 187 países, Colombia figura en el puesto número dos en la ingesta de jugos de frutas naturales.
- ❖ La investigación se concentró en el consumo de bebidas gaseosas, jugos de frutas y leche. Para tal efecto se tomó como parámetro la ingesta promedio diaria, en porciones de ocho onzas, por día, para los tres grupos de bebidas.

FACTORES TECNOLOGICOS

- ❖ Actualizaciones de software.
- ❖ Bajas posibilidades de adquisición de las aplicaciones utilizadas para las ubicaciones que no cubren las localidades del sur.
- ❖ Retrasos en las órdenes por problemas de red.

FACTORES ECOLOGICOS

- ❖ Problemas al controlar el lugar en el que se desechan los empaques alimenticios.
- ❖ Falta de productos reciclables.

CONCLUSIONES

- ❖ Logramos con este proyecto conocer la oportunidad de mejorar la vida de algunas personas ya que nuestro producto llamado Malteverd produce productos como Maltadas y jugos verdes lo cuales pueden producir en las personas un mejor metabolismo, es por eso que las estadísticas arrojan que la mayoría de las personas son sedentarias y tienden a padecer enfermedades que les pueden causar daño en su organismo
- ❖ Desarrollamos nuestra idea de negocio y notamos que seria factible en varios campos de mercado tanto para mujeres, hombres, niños y ancianos.

BIBLIOGRAFIA

- ❖ **GUIA %20METODOLOGICA %20Y %20LINEAMIENTO %20DE %20OPCION %20DE %20GRADO %20(Recuperado).pdf**
- ❖ <https://javiermegias.com/blog/2014/03/calcular-tamano-mercado-tam-sam-som/>
- ❖ <https://www.cerembs.co/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- ❖ <https://www.elespectador.com/publicaciones/especial/quien-michael-porter-articulo-428299>
- ❖ <http://www.5fuerzasdeporter.com/>
- ❖ <http://www.vanguardia.com/entretenimiento/salud/377593-ocho-millones-de-colombianos-tienen-niveles-altos-de-colesterol-malo>
- ❖ <http://www.dinero.com/empresas/articulo/cosechas-preve-inaugurar-su-primera-tienda-de-bebidas-naturales-en-estados-unidos/223945>