

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACION SUPERIOR – CUN

SPORT DRINKS

PRESENTADO POR:

EDISON RIAÑO ARCINIEGAS

PRESENTADO A:

ADRIANA ANGÉLICA TUSO

MATERIA:

OPCION DE GRADO 2

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA D.C.

2018

CONTENIDO

INTRODUCCION	5
ANÁLISIS INTERNO.....	5
Sport Drinks.....	5
Ubicación	6
Demografía	6
Psicografía	7
Conductual	8
DISEÑO DEL INSTRUMENTO.	8
Resultados investigación.....	10
PLAN DE MARKETING.....	15
Objetivos Estratégicos	15
Misión	15
Visión.....	15
Valores	15
Perfil del consumidor.....	16
Objetivo general.....	16

Objetivos específicos	16
ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	17
Político:	17
PROYECTO DE LEY 23 DE 2016 SENADO.....	17
Económico	19
Social	19
Tecnológico	19
Ecológico / ambiental	19
Legal	20
LAS 5 FUERZAS DE PORTER	20
La amenaza de nuevos competidores.....	20
Poder de negociación de proveedores.....	21
Amenazas de productos sustitutos	21
PODER DE NEGOCIACION CON LOS CLIENTES	22
RIVALIDAD DE LA COMPETENCIA ACTUAL	22
ANÁLISIS DEL ENTORNO	22
Análisis de la Competencia.....	22
Competencia indirecta	22

competencia directa	23
MARKETING MIX.....	24
Producto	24
Precio	24
Promoción	24
Distribución	25
Marca	25
Logo	25
Eslogan.....	26

INTRODUCCION

En el siguiente Trabajo se realizó un plan para lanzar al mercado una línea de bebida hidratante llamada Sport Drinks, a través de un análisis de la situación del mercado de bebidas.

Se detectaron bastantes oportunidades, que se plasmaron en los objetivos y estrategias propuestas, dicha investigación se realizó de manera orgánica con la colaboración de los diferentes deportistas que asisten al parque Simón Bolívar, donde se reconocieron diferentes necesidades del sector del deporte, resaltando la de consumir una bebida efectivamente hidratante que cumpla con los estándares exigidos por el mismo consumidor en el que se destaca el precio, el sabor y la cantidad, en este documento se desarrolla la propuesta de valor y la investigación del mercado en el sector de bebidas hidratantes.

ANÁLISIS INTERNO

Sport Drinks

La actividad principal de **SPORT DRINKS** consiste en la comercialización al por detal de bebidas hidratantes, es una microempresa que busca posicionar la marca en los deportistas, el principal depósito de almacenamiento de los productos de Sport Drinks se encontrará ubicada en la localidad de Fontibón en la Calle 23 a n 75- 13, donde se distribuirá a los diferentes puntos de venta.

Ubicación

El proyecto se realizará en Colombia



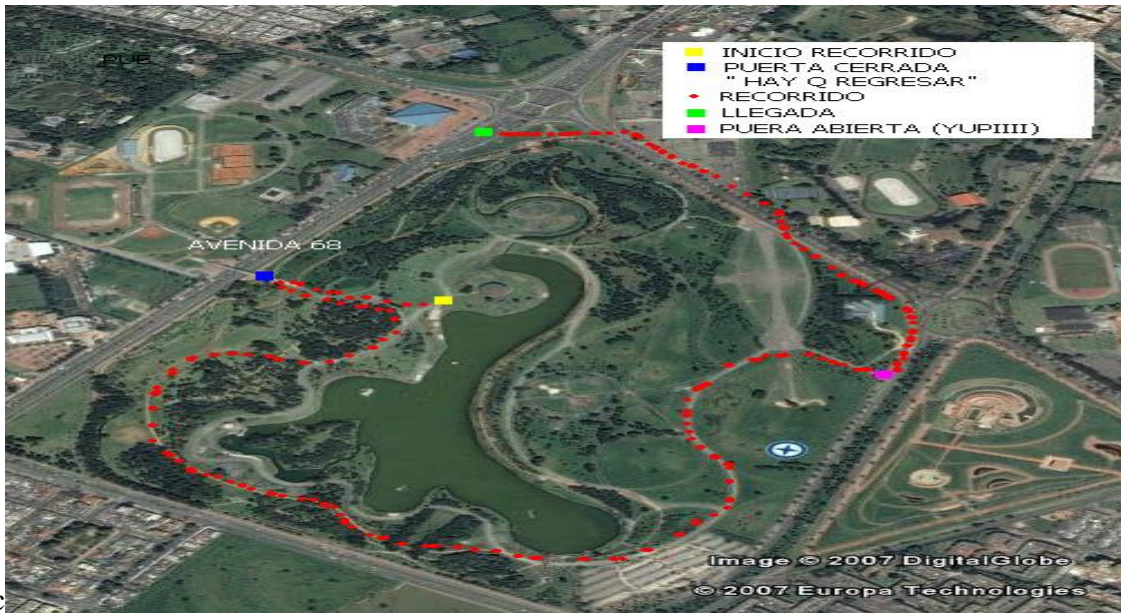
(Imagen tomada de <https://www.google.com/search?q=mapa+colombia&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab>)

Demografía

En el parque Simón Bolívar, Bogotá D.C. Colombia



(Imagen tomada de https://www.google.com/search?client=firefox-ab&ei=5JfXW_OfCu7R5gL_sluICg&q=mapa+bogota&oq=mapa+bogota&gs_l=psy)



(Imagen tomada de https://www.google.com/search?client=firefox-ab&ei=5JfXW_OfCu7R5gL_sluICg&q=mapa+bogota&oq=mapa+bogota&gs_l=psy)

Psicografía

Teniendo en cuenta que nuestro producto es una bebida hidratante especialmente hecha

para deportistas.

Conductual

Nuestros clientes son deportistas aficionados y profesionales que habitualmente buscan entrenar en el Parque Metropolitano Simón Bolívar.

DISEÑO DEL INSTRUMENTO.

Para la investigación de nuestro mercado meta hemos diseñado una encuesta con 8 preguntas claves para llegar a determinar la edad, precio y preferencias en los sabores de las bebidas hidratantes, además podremos determinar la frecuencia con la que visitan el parque para su sesión de ejercicios así:

1. ¿GENERO?

HOMBRE _____

MUJER _____

2. ¿QUÈ EDAD TIENE?

3. ¿CON QUE FRECUENCIA REALIZA DEPORTE EN EL PARQUE SIMON BOLIVAR?

UN DIA A LA SEMANA ____

DOS DIAS A LA SEMANA ____

CUATRO DIAS A LA SEMANA ____

TODA LA SEMANA ____

4. ¿HA CONSUMIDO BEBIDAS HIDRATANTES?

SI ____

NO ____

5. ¿CUAL DE LAS SIGUIENTES BEBIDAS HIDRATANTES HA PROBADO?

GATORADE ____

POWERADE ____

SPORADE ____

SQUASH ____

¿OTRA? ¿CUAL?

**6. ¿QUE SABOR ES DE SU PREFERENCIA A LA HORA DE COMPRAR UNA
BEBIDA HIDRATANTE?**

UVA ____

FRESA ____

MARACUYA ____

MANDARINA ____

¿OTRA? ¿CUAL?

**7. ¿CONSUMIRIA UNA BEBIDA DIFERENTE A LA QUE ACTUALMENTE
TOMA?**

SI ____

NO ____

TAL VEZ ____

8. ¿CUAL ES EL PRECIO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR?

ENTRE 1.000 Y 2.000 ____

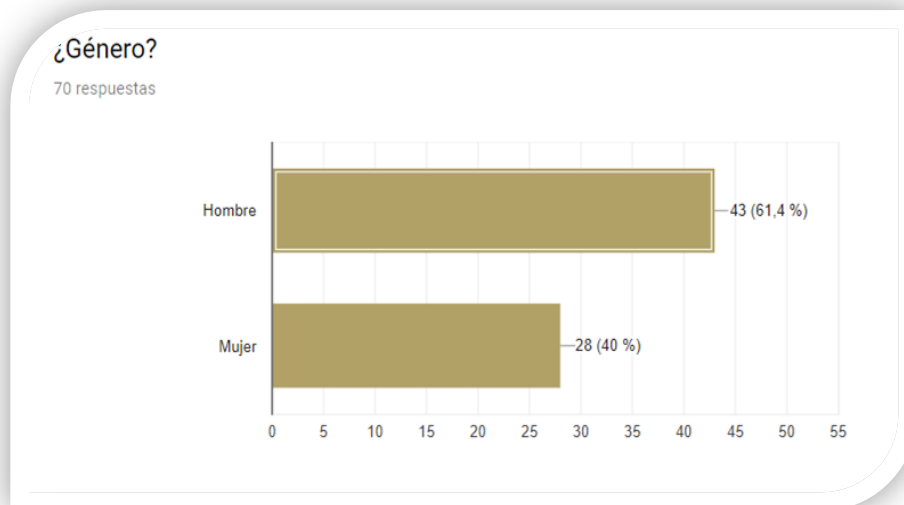
ENTRE 2.000 Y 3.000 ____

ENTRE 3.000 Y 5.000 ____

MAS DE 5.000 ____

Resultados investigación

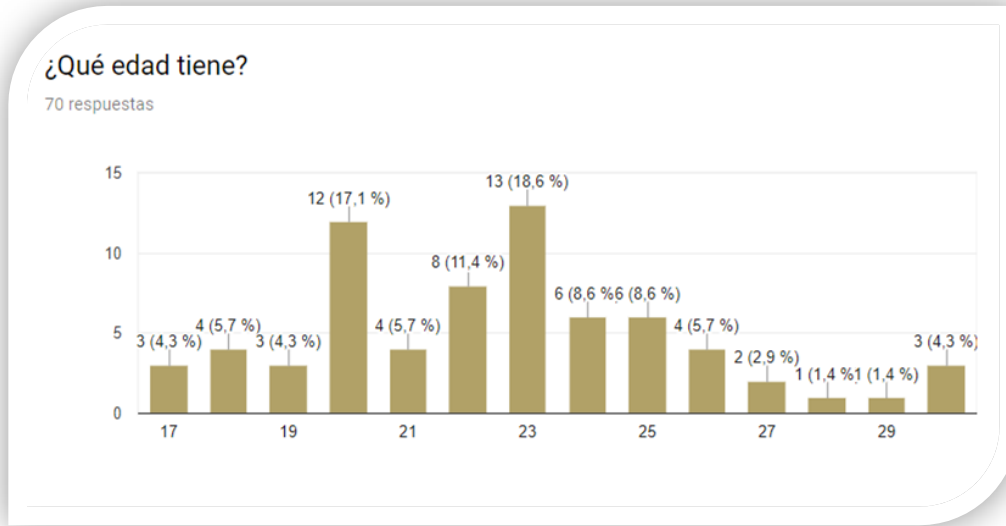
Se realizó la encuesta a 70 deportistas del parque Simón Bolívar de manera personal, arrojando los siguientes resultados.



Logramos determinar que el 60% de los deportistas que van al parque son hombres y el

40% son mujeres.

La



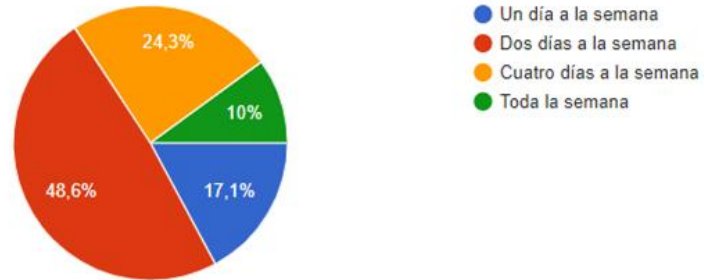
mayoría

de

los deportistas que habitualmente hacen ejercicio en el parque están entre los 17 y 30 años.

¿Con qué frecuencia realiza deporte en el Parque Simón Bolívar?

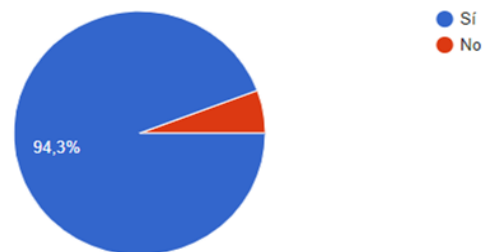
70 respuestas



El 48.6% de las personas habitualmente hacen deporte 2 días a la semana.

¿Ha consumido bebidas hidratantes?

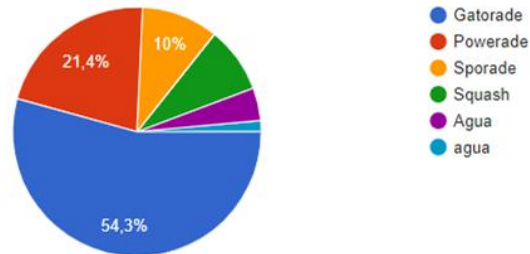
70 respuestas



El 94,3% de los deportistas consume bebidas hidratantes.

¿Cuál de las siguientes bebidas ha probado en algún momento?

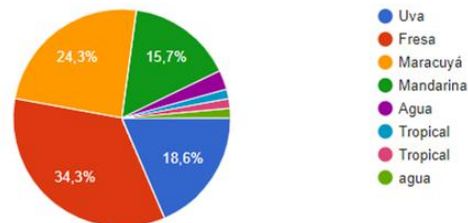
70 respuestas



El 54,3% de los encuestados habitualmente toman Gatorade.

¿Qué sabor es de su preferencia a la hora de comprar una bebida hidratante?

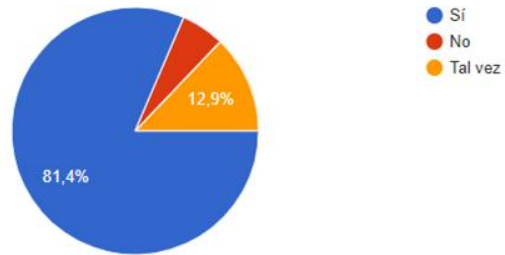
70 respuestas



El sabor de preferencia de los encuestados es fresa con un 34,3% seguido de maracuyá con un 24,3% y tropical con un 18,6%

¿Consumiría una bebida diferente a la que actualmente toma?

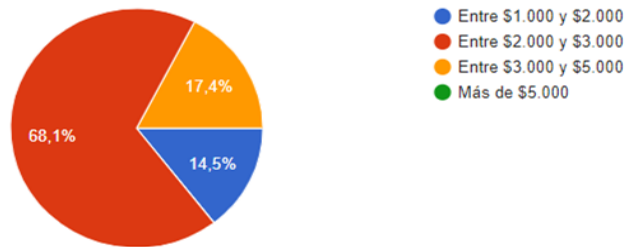
70 respuestas



El 81,4% de los deportistas está dispuesto a probar otra bebida hidratante.

¿Cual es el precio que esta dispuesto a pagar?

69 respuestas



El 68% de los deportistas están dispuestos a pagar entre 2.000 y 3.000 mil pesos.

PLAN DE MARKETING

Objetivos Estratégicos

- Penetrar el mercado en todos los parques y complejos deportivos en Bogotá.
- Ser una marca reconocida por los deportistas en Bogotá.

Misión

Ofrecer una bebida hidratante que permita la recuperación de electrolitos y carbohidratos después de una dura sesión de entrenamiento a demás transmitir un instante de refrescante placer a los deportistas.

Visión

Ser ampliamente reconocidos a nivel nacional como una empresa líder en el mercado ofreciendo un producto de alta calidad en los ambientes deportivos. Satisfaciendo a nuestros clientes y contribuyendo en el desarrollo del más alto nivel deportivo del país.

Valores

- ✓ **Calidad:** Ofrecer una bebida hidratante con los más altos estándares de calidad y sanidad.
- ✓ **Servicio:** Satisfacer la necesidad deseado por nuestros clientes externos e internos.

Perfil del consumidor

Los clientes son la base fundamental de cualquier negocio la empresa **Sport Drinks** quiere llevar a cabo un marketing relacional basado en el cliente. conocerlos, saberquiénes son y lo que buscan.

Las personas que comprarían habitualmente en Sport Drinksson personas jóvenes,se centra a un grupo de hombres y mujeres que le gusta el ejercicio. La edad comprendida sería entre 17 y 30 años, la situación laboral varía según cada consumidor, ya que vamos dirigidos a personas con ingresos medios o elevados y un nivel de formación media logrando llegar a diferentes tipos de perfiles de consumidores.

Objetivo general

Desarrollar una idea innovadora, partiendo de la creación de una bebida que se diferenciará por tener un sabor delicioso y con las características hidratantes que un deportista de alto rendimiento debe tener, resaltando que es un producto 100% nacional y motiva el hábito de hacer deporte por salud y diversión.

Objetivos específicos

- ✓ Realizar el estudio para la constitución legal
- ✓ Identificar estratégicamente el sector donde estará ubicado.

- ✓ Realizar el estudio de segmentación.
- ✓ Realizar la evaluación financiera del proyecto.

ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

Político:

Proyecto de ley 23 de 2016 Senado.

Por medio del cual se implementa los carros comida o Foodtrucks en Colombia.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

Artículo 1°. Objetivo. La presente ley de carros comida regula la participación de los colombianos o extranjeros que deseen dedicarse a dicha actividad económica.

Artículo 2°. Definición. Carro comida es el aquel vehículo acondicionado para elaborar y vender comida, helados, jugos y demás sustento para la alimentación del ser humano conforme a las especificaciones determinadas en la presente ley y en su decreto reglamentario.

Artículo 3°. Campo de Aplicación. La presente ley se aplicará a toda persona natural o jurídica dedicada a la preparación y venta de alimentos para el consumo humano en las vías públicas de todo el territorio nacional, quienes se sujetarán a la presente ley y a sus decretos reglamentarios.

Artículo 4°. Manipulación de alimentos. Todas y cada una de las personas que deseen trabajar con carros de comida deberán presentar, realizar un curso de manipulación de comida y su certificado deberá ser enseñado a la autoridad competente cuando esta lo solicite.

Todo manipulador de comida deberá vestir ropa adecuada consistente en blusa o delantal y

gorro que cubra completamente el cabello.

Artículo 5°. Requisitos mínimos de carros comida por tracción mecánica. Cada uno de los carros que desee prestar el servicio conforme lo establece el artículo 1° de la presente ley deberá contener como mínimo lo siguientes requisitos:

- a) Forraje interior de acero inoxidable;
- b) Superficies de materiales impermeables, lisas y de fácil limpieza;
- c) Tanque con agua potable para la elaboración de alimentos;
- d) Tanque de desagüe;
- e) Tanque de aceites vegetales utilizados para la elaboración de los alimentos;
- f) Congelador para el almacenamiento y conservación de los alimentos y bebidas;
- g) Equipo de cocina;
- h) Pileta con desagüe para el lavado de alimentos y utensilios;
- i) Los demás que considere la autoridad sanitaria competente.

Artículo 6°. Vehículos de tracción humana. Cuando se trate de vehículos de tracción humana los mismos deberán ser construidos en material sólido, resistente, con superficies en material sanitario y en buen estado de conservación y limpieza.

Artículo 7°. Bahías y espacios públicos. Será la autoridad local competente la encargada de habilitar espacios públicos y bahías para el debido funcionamiento de la presente modalidad de trabajo.

Artículo 8°. Permisos de funcionamiento. Para el correcto funcionamiento y con las mejores calidades sanitarias, será la autoridad local competente la encargada de emitir los permisos de funcionamiento y salubridad.

Los anteriores permisos deberán ser verificados cada seis meses y sin ellos ningún vehículo podrá prestar el servicio.

Artículo 9°. Derogatoria. La presente ley rige a partir de su publicación y deroga todas aquellas disposiciones que le sean contrarias.

Económico

Las bebidas hidratantes son el producto más adquirido por los deportistas ya que la hidratación es una necesidad básica para el deportista y el ser humano en general y siempre se está en busca de nuevos productos deliciosos que brinden satisfacción al ser consumidos. La distribución comercial es fuente empleo y contribuirá con la economía de este lugar, brindando promociones, descuentos y premios por compras de los diferentes productos.

Social

En los últimos años se han venido adquiriendo diferentes hábitos en torno a la salud de los seres humanos, indudablemente uno de estos es el deporte ya que científicamente se ha demostrado que genera fuertes beneficios en la salud, como valor agregado es fuente de disciplina y alta competitividad.

Tecnológico

Se contará con proveedores que cumplan con la norma 14001 en sus productos con un empaque moderno y atractivo.

Ecológico / ambiental

SPORT DRINKS fomentará el cuidado del medio ambiente utilizando publicidad en la etiqueta que incite al cuidado de la limpieza de las calles y si empaque será 100% reciclable reduciendo los índices de contaminación en el medio ambiente.

Legal

Para la creación y apertura de los puntos de hidratación de **SPORT DRINKS** en el Parque Metropolitano Simón Bolívar se debe realizar una carta dirigida a la alcaldía mayor de Bogotá y a la Administración del parque solicitando el espacio, en pro de la generación de empleo y el fomento del deporte en el parque, los documentos de permisos si ya se cuentan con ellos expedidos por la Cámara de Comercio, Rut Sanidad, Invima. Estos son datos de generación de empleo y el lanzamiento de un producto que contribuye con el desarrollo integral de los deportistas que asisten al parque Metropolitano Simón Bolívar.

LAS 5 FUERZAS DE PORTER

La amenaza de nuevos competidores

En el caso de Sport Drinks hace referencia a la entrada de nuevos competidores que venden el mismo producto los cuales son:

Bebidas hidratantes instantáneas de la empresa Quala con el producto Activade.



Poder de negociación de proveedores

Los proveedores de Sport Drinks tienen un alto poder de negociación ya que la demanda de botellas plásticas es alta en todo el mundo además de que la producción de estas se da en todos los terrenos.

Amenazas de productos sustitutos

en el caso de sport drinks los productos sustitutos son: jugos, gaseosas y agua ya que compiten en el mismo mercado y satisfacen la misma necesidad.



Poder de negociación con los clientes

En el caso de los clientes de Sport Drinks no pueden negociar el precio ya que estos ya están establecidos, sin embargo, hay muchas ofertas

La marca Sport Drinks está bien entrando al mercado esto nos da bajo poder de negociación con los clientes.

Rivalidad de la competencia actual

La amenaza de competidores para Sport Drinks como ya los habíamos nombrado son: Gatorade, Squash, Powerade. La amenaza de nuevos competidores es baja ya que el mercado tiene muchas empresas que se dedica a vender lo mismo

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Análisis de la Competencia

Competencia indirecta

La competencia indirecta de **Sport Drinks** son las empresas de productos de agua mineral de marca CRISTAL y MANTIAL, agua saborizadas marca H2OH, estas son opciones que los consumidores tienen para refrescarse.



Competencia directa

Las competencias directas son aquellas que al igual que **Sport Drinks** tienen una bebida hidratante especializadas en la reposición de sales minerales en el cuerpo, la principal competencia son SQUASH y la marca POWERADE



MARKETING MIX

Producto

La siguiente es la estrategia que se analizó basándose en el estudio interno y externo, se puede aplicar con respecto al producto.

Distribución de los productos: Se realizará la distribución del producto inicialmente en el parque Simón Bolívar

Se realizó la investigación con las personas que actualmente asisten y realizan deporte en el punto donde se va a distribuir inicialmente, se indicó que las personas que consumen bebidas hidratantes están dispuestas a probar nuevas marcas, buscaban otras opciones para recuperar la pérdida de electrolitos durante sus sesiones deportivas.

Entre lo que más se destacó que solicitaban precios asequibles y un sabor refrescante.

Teniendo como base esta investigación se plantea incluir estas sugerencias, que no se salen del proyecto actual, como parte de la variedad de sabores que se tiene actualmente, para que las personas que vayan a compartir encuentren variedad en los sabores del producto.

Además es una gran oportunidad para que **Sports Drinks** genere valor agregado a su modelo de negocios.

Precio

En cuanto al precio **Sports Drinks** maneja un precio competitivo con respecto a las diferentes bebidas hidratantes, esa es una estrategia para lograr penetrar el mercado y se hará más atractivo para los consumidores.

Promoción

Para el tema de promoción y comunicación se utilizarán las siguientes estrategias:

- Muestras Gratis en vasos de menor tamaño para que los deportistas conozcan el producto.
- Medios Digitales: Se creará una fan page del producto impulsando su consumo.
- Los sábados y domingos que es cuando más deportistas asisten al parque se darán tres bebidas hidratantes por el precio de dos, para esta campaña se hará

una pancarta motivándolos a compartir nuestra bebida entre ellos.

Distribución

En cuanto a las estrategias desde el punto de vista de distribución se creó la siguiente:

- 15 neveras móviles de **Spots Drinks** distribuidas estratégicamente en el interior del parque Simón Bolívar

Marca



Logo



Eslogan.

“Si quieres Tener Ventaja, Toma Sports Drinks e hidrata tu cuerpo”