

MIXED TÉE

SOPHIA RABA CHAVES

JULIAN DAVID ORTIZ GARCIA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN

EMPRENDIMIENTO- CREACIÓN DE EMPRESA I

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

BOGOTÁ

2020

## Tabla de contenido

Integrantes:	4
Redes Sociales:	4
Compromisos de Autor:	4
Resumen ejecutivo	6
Introducción	6
Objetivos	7
Claves para el éxito	8
Análisis del entorno	8
Objetivo de desarrollo sostenible	9
Teoría del valor compartido	10
<b>Tecnologías disruptivas</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Análisis del sector económico	10
Gráfico 1: PESTEL	11
Identificación del problema, reto o necesidad	13
Gráfico 2: problema	13
Árbol de problemas	14
Gráfico 3: árbol de problemas	14
Árbol de problemas y objetivos	15
Gráfico 4: árbol de problemas y objetivos negativos	15
Gráfico 5: árbol de problemas y objetivos positivo	15
Descripción de la idea de negocio.	17
Gráfico 6: Descripción Idea De Negocio	17
Gráfico 7: Descripción de la idea de negocio	18
Innovación	18
Gráfico 8: innovación	18
Fuerzas de la industria	20

<i>Contextualización de la empresa</i>	20
<i>Análisis de la demanda</i>	20
<i>Análisis de la oferta</i>	21
Análisis de la comercialización	24
<i>Competidor # 1</i>	24
<i>Competidor #2</i>	25
<i>Competidor #3</i>	26
<i>Competidor #4</i>	27
ANÁLISIS DE PROVEEDORES	28
Segmentación	29
Propuesta de valor	32
<i>Mapa de valor</i>	32
Diseño del Producto	33
<b>Ciclo de Vida del Producto</b>	33
<b>Precio de Venta</b>	35

# Mixed tèe



## Mixed Té

**“Té con variedad de ingredientes para mejorar tu salud”**

### Integrantes:

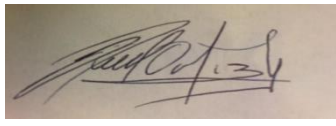
- Sophia Raba Chaves
- Julian David Ortiz Garcia

### Redes Sociales:

- Facebook: MixedTée
- Instagram: @mixedte

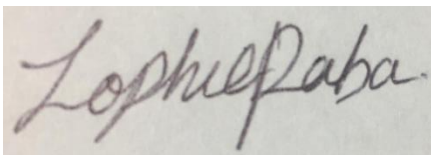
### Compromisos de Autor:

1. Yo Julian David Ortiz Garcia identificado con C.C 1001282264 estudiante el programa Administración Turística y Hotelera declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Firma.

1. Yo Sophia Raba Chaves identificado con C.C 1001298816 estudiante el programa Administración Turística y Hotelera declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



Firma.

## Resumen ejecutivo

Somos una empresa que busca ofrecerle a sus clientes bebidas hechas a base de infusiones naturales, con propiedades antioxidantes e hidratantes, con el objetivo de permitirles descubrir a nuestros consumidores los beneficios que puede tener un buen té y por medio de nuestras mezclas cuidadosamente seleccionadas encuentren sabores sutiles perfectos para relajarse con una buena taza de té y deleitar su paladar.

Nos proponemos sobresalir y ser reconocidos por nuestro excelente servicio al cliente, por los sabores únicos que podemos ofrecerles a nuestros consumidores gracias a nuestras mezclas de frutas frescas, hierbas naturales y otros ingredientes que son claves para nuestras numerosas preparaciones. Simultáneo a esto queremos ofrecer la experiencia al cliente de crear su propio té, con los ingredientes que más les gusten así obtengan su propia bebida personalizada 100% natural, orgánica y sin gluten.

## Introducción

Somos un par de personas que vivimos en un entorno económico regido por las bebidas azucaradas con grandes y altos márgenes tanto de venta como de consumo, las cuales rigen el comercio de bebidas dando a sus consumidores un alto índice de sacarosa e ingredientes muchas veces perjudiciales para su salud, por esto hemos decidido empezar con la idea/estrategia de una bebida ya establecida pero a su vez modificarla para hacerla más receptiva a la población consumidora, esta idea consta de generar un Té natural, sin ingredientes químicos y más bien

darle a la población una perspectiva diferente ya que podrá implementar en un Té sea frío o caliente varias alternativas de adiciones para alterar su sabor al gusto propio claro todos estas adiciones con material natural.

Nos identificamos con nuestro logo el cual dictamina una serie de naturalidad de nuestros futuros productos.

## Objetivo general

- Ubicar a Mixed Téé como una empresa reconocida en el mercado por tener productos de calidad, que no solo cumplan con los estándares de higiene y salubridad, sino que, sean agradables al gusto del cliente y por esta razón, los consumidores nos prefieran sobre otras compañías que ofrecen lo mismo o bebidas similares

## Objetivos específicos

- Establecer alianzas con entidades ya constituidas para recibir la materia prima de la mejor calidad para que así se vea reflejado en nuestros productos, dando al cliente una mayor fiabilidad de nuestras bebidas y garantía de lo que se está consumiendo.
- Considerar la posibilidad de ubicarnos en puntos físicos de comercio o por medio de plataformas digitales para que los clientes vean nuestro amplio catálogo de tés e infusiones y así mismo decidan compartir y recomendar nuestro producto.

## Claves para el éxito

- Le ofrecemos a nuestros clientes la oportunidad de crear su propio té que se acomode a sus gustos y necesidades para que de esta manera consigan tener su propia bebida natural personalizada. ¡Diseña tu propio té ;
- Nos enfocamos en utilizar materia prima 100% natural, orgánica y sin gluten. Además nos preocupamos por ser socialmente responsables, es por esta razón, que en nuestra empresa se fomenta el uso de papel reciclado, etiquetas y tintas ecológicas.
- Estamos dispuestos a proporcionar el mejor servicio al cliente, para hacer para el cliente una experiencia agradable e inolvidable visitarnos.
- Garantizamos a nuestros clientes que nuestros productos siempre habrán sido elaborados con ingredientes 100 % naturales.

## Análisis del entorno

Mixed Té es una empresa que ofrece un producto para todas las personas, sin embargo, beneficia a ciertos grupos en específicos: personas con sobrepeso, personas con obesidad y el estrés que las situaciones anteriores pueden causar.

según la organización mundial de la salud cuando IMC es igual o superior del 20% se cataloga como sobrepeso, pero si el IMC es de 30% en adelante es obesidad y se llega a la conclusión que se puede evitar; esto porque los índices de masa corporal aumentan por ingerir más calorías de



las que quema el cuerpo, lo que convierte el restante en grasa. Según los profesionales de la salud vivir con sobrepeso u obesidad puede desencadenar en enfermedades como la diabetes, sin embargo, estas dos problemáticas no solo afectan físicamente a la persona, sino que mentalmente también, lo que nos lleva a una tercera problemática, la depresión, el estrés, entre otras, estas circunstancias de índole psicológicas están muy ligadas a la obesidad al sobrepeso, ya que constantemente se asocia al rechazo social baja autoestima.

como empresa nuestro entorno es muy competido por lo que nos surge la necesidad de ubicarnos adecuadamente en él, ya que, existen ya varias empresas que ofrecen bebidas para las personas con problemas de sobrepeso u obesidad, sin embargo, Mixed Té ofrece un producto natural como factor diferencial de las otras empresas.

## Tecnologías disruptivas

Mixed té se une a la ola de innovación que hoy en día se presenta en el mundo, y apoya principalmente en las tecnologías disruptivas, ya que estas, serán el canal de comunicación entre los clientes y la empresa, no solo para que nuestros consumidores encuentren la variedad de productos que la empresa ofrece, sino como un buzón de comentarios donde los clientes puedan contar sus experiencias, también serán el medio de difusión y promoción del producto, no solo como publicidad de la empresa, sino por parte de los clientes como recomendación de nuestro producto.

## Objetivo de desarrollo sostenible

1. Ofrecer al público una bebida de calidad, que tiene como factor principal: la naturalidad, ya que son tés e infusiones que están hechas a base de productos 100% naturales, para que de esta manera se promueva la mejora de la nutrición y la agricultura sostenible.

2. Garantizar el bienestar de las personas, ya que el origen de nuestros productos es natural y no llevan endulzantes artificiales, lo que beneficia y promueve el cuidado de la salud por medio de una buena alimentación para todo tipo de personas en todas las edades.
3. Ofrecer productos a precio accesibles, para que todas las personas de cualquier estrato puedan adquirir una buena taza de té o infusión a base 100% natural.

## Teoría del valor compartido

Desde nuestra empresa enfocamos nuestras actividades y procedimientos al bienestar y la salud de nuestros clientes, creando una cultura de conciencia para mejorar sus estilos de vida, cambiando sus hábitos de alimentación poco saludables por una bebida que se puede endulzar con entes naturales y es 100% orgánica; de esta manera mejorar (dentro de nuestro campo de labor) la vida de las personas y disminuyendo sus preocupaciones y aumentando sus disposición para aportar cosas positivas a nuestra sociedad. promovemos el consumo de productos naturales, esto no solo ayuda a la salud de las personas, sino que fomenta y apoya el trabajo en el mercado agropecuario, siendo este el mayor y principal proveedores de Mixed Tée.

## Análisis del sector económico

Mixed Tée ofrece al consumidor su productos conocidos como el té, es una bebida muy común en el extranjero y en muchos lugares es la segunda bebida más ingerida después del agua, sin embargo, en Colombia un país tropical, estamos acostumbrados a los sabores dulzones y maduros, por lo que normalmente no se consumen bebidas muy amargas o ácidas, sin embargo, en los últimos años se ha incorporado el té en la dieta de los jóvenes colombianos, por los

múltiples beneficios que éste trae consigo, ya que contiene muchos antioxidante que principal ayudan a demorar el envejecimiento del cuerpo, entre otras propiedades que esta bebida posee.

aunque es una bebida muy beneficiosa para la salud las personas no son muy popular en Colombia o en Bogotá, son más conocidas los jugos de frutas o las bebidas artificiales como las gaseosas, sin embargo, con el creciente número de sobrepeso y obesidad no solo en Colombia sino en todo el mundo, las personas han empezado a buscar alternativas que sean naturales y beneficiosa para la salud. Es por esta razón que en la actualidad el té ha ido tomando fuerza en Colombia no solo porque sus habitantes lo consuman, sino que también se produce, como es el caso de Hatsu, una empresa antioqueña que comercializa en Colombia y exporta tés, infusiones y aperitivos a base natura

Gráfico 1: PESTEL

P	E	S
<p>en colombia todos los alimentos que sean producidos, comercializados o importados debe contar un el certificado de sanidad, o notificación sanitaria que expide el Invima, todos los alimentos entran en esta</p>	<p>En Colombia existen cuatro compañías que se mueven en la industria, Jaibol, hindú, Tisanas orquídea y Termoaromas, gracias al patrocinio de estas empresas la industria ha ido tomando fuerza y se ha llenado de innovación, siendo esta</p>	<p>Estudios comprueban que el consumo del té se concentra principalmente en la población joven menor de treinta años, en muchos países es la bebida más consumida después del agua, en Colombia el té se consume solo 11, 3 tazas de té por cabeza.</p> <p>Un artículo de la revista American Fitness afirmó que las personas que consumen té pueden llegar a quemar</p>

<p>situación, sean producidos, vendidos o importados.</p>	<p>una industria perteneciente al sector secundario.</p>	<p>70 calorías por día frente a los que no consumen, convirtiéndolo en una bebida perfecta para las personas que sufren de sobrepeso.</p>
---	--	---

T	E	L
<p>La producción del té en Colombia inició con una máquina de empacado manual que lograba producir dos bolsas de té por minuto, sin embargo, gracias al patrocinio de cuatro compañías</p>	<p>El árbol de té es necesario para la producción de esta bebida, este solo crece en lugares tropicales con precipitación de lluvia, este árbol puede llegar a crecer hasta 18 metros, a pesar de esto, es podado eventualmente para mantenerlo en un tamaño de aproximadamente un metro lo que facilita la recolección de la hojas, y tarda más o menos 9 años en crecer y ser productivo.</p>	<p>Uno de los nichos con mayor dinamismo legal y económico ha sido el del té listo para tomar, que pasó en los últimos cinco años de 13,2 millones de litros a 70,2 millones de litros, según Euromonitor. Este salto significó que entre 2008 y 2013, el volumen de este producto consumido por los colombianos aumentó 431% reportadas. Las cifras también son significativas si</p>

<p>importantes para la industria este proceso se ha llenado de innovación generando una participación de miles de millones de pesos en la industria.</p>		<p>se observa el mercado por su facturación, comercialización y legalización. Mientras el total de este negocio movió US\$24,7 millones en 2008, la misma suma a finales del año pasado US\$156,4 millones, es decir, un incremento de 533,19%.</p>
--	--	---

## Identificación del problema, reto o necesidad

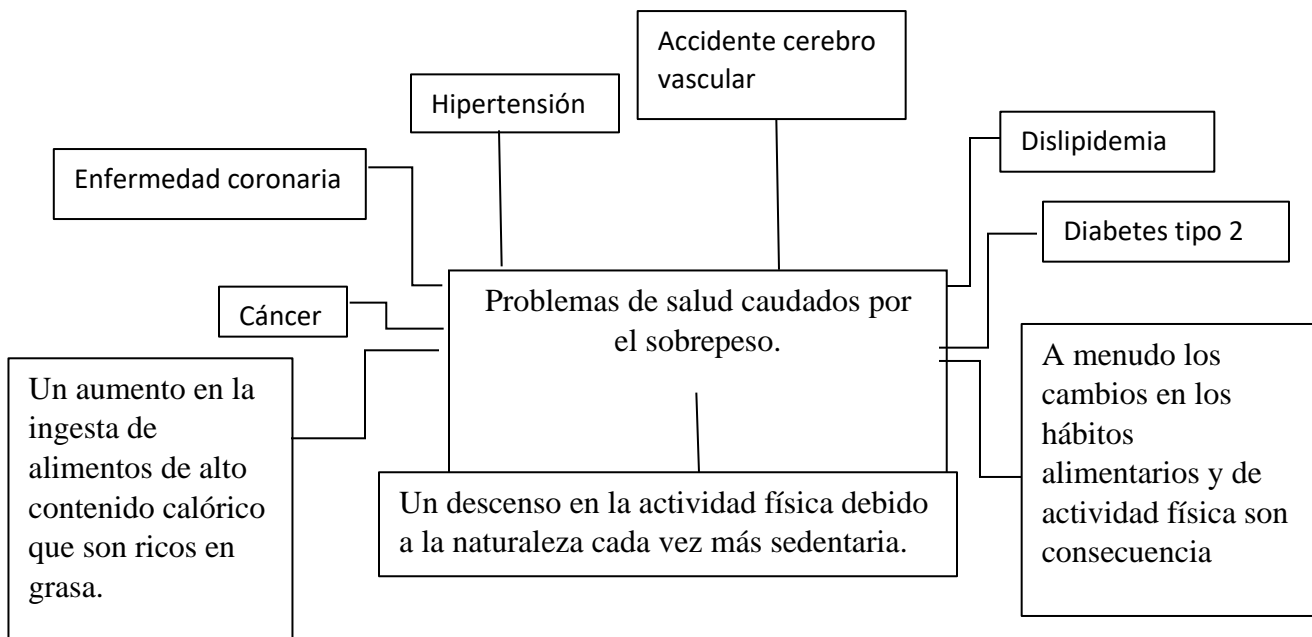
Gráfico 2: problema

criterios	Problema: Sobre peso por bebidas azucaradas.
Conocimiento o experiencia	3
Asesoramiento de un experto si se requiere ¿lo tenemos?	5
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el	5

problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿Puedo darle una solución?	
Tiempo (posible solución)	4
Costos (posible solución)	4
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	4
TOTAL	30

## Árbol de problemas

Gráfico 3: árbol de problemas



## Árbol de problemas y objetivos

Gráfico 4: árbol de problemas y objetivos negativos

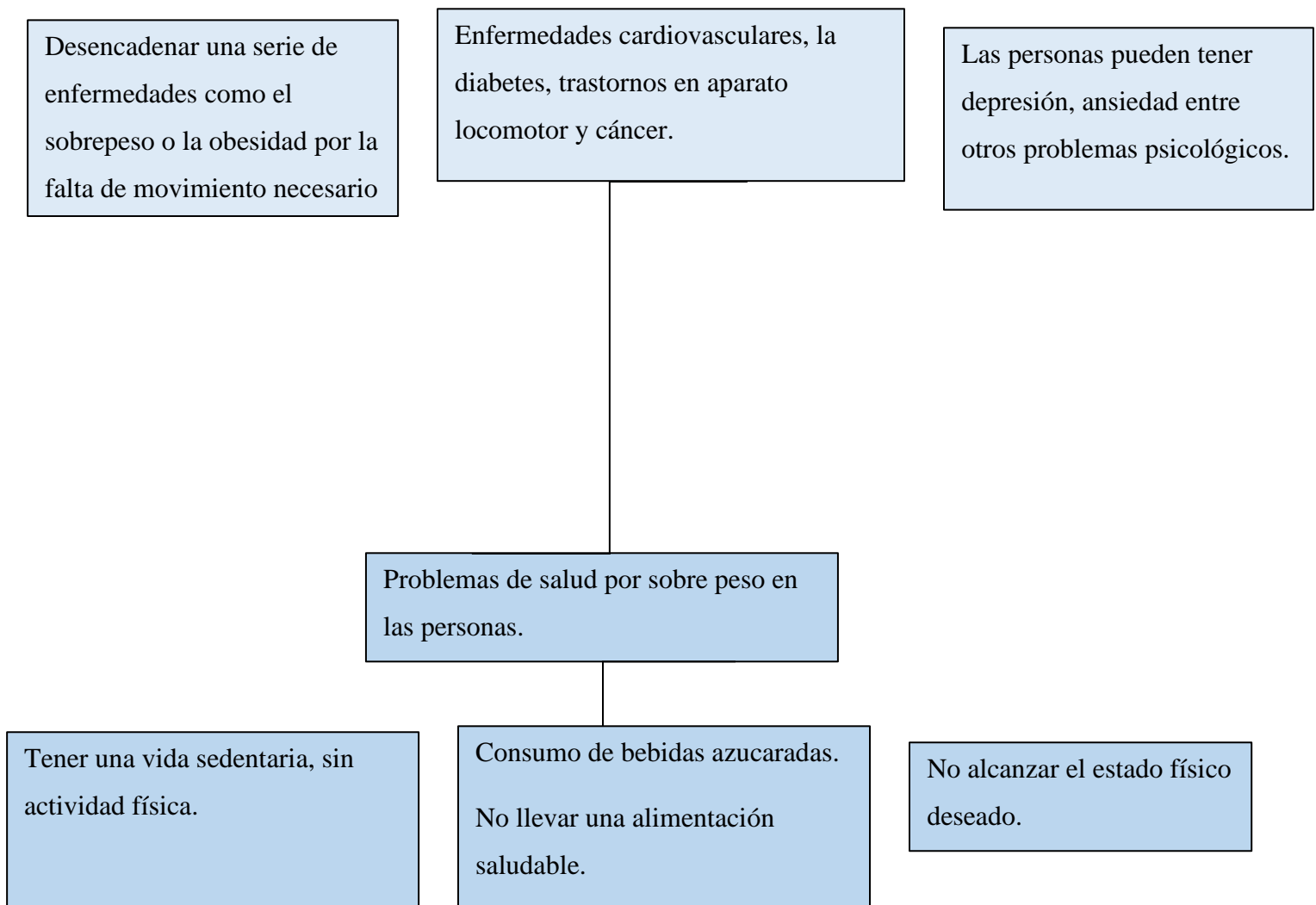
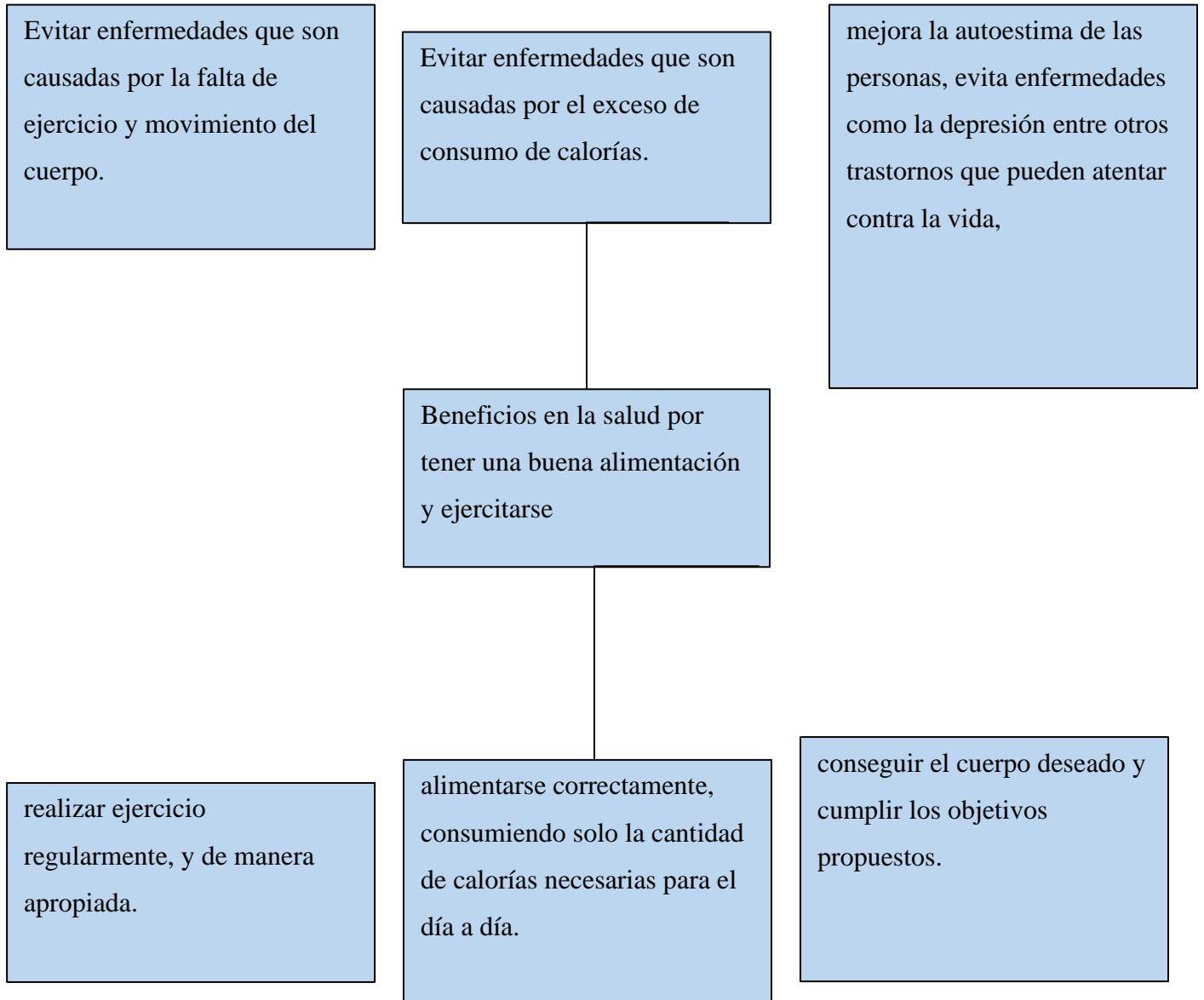


Gráfico 5: árbol de problemas y objetivos negativos



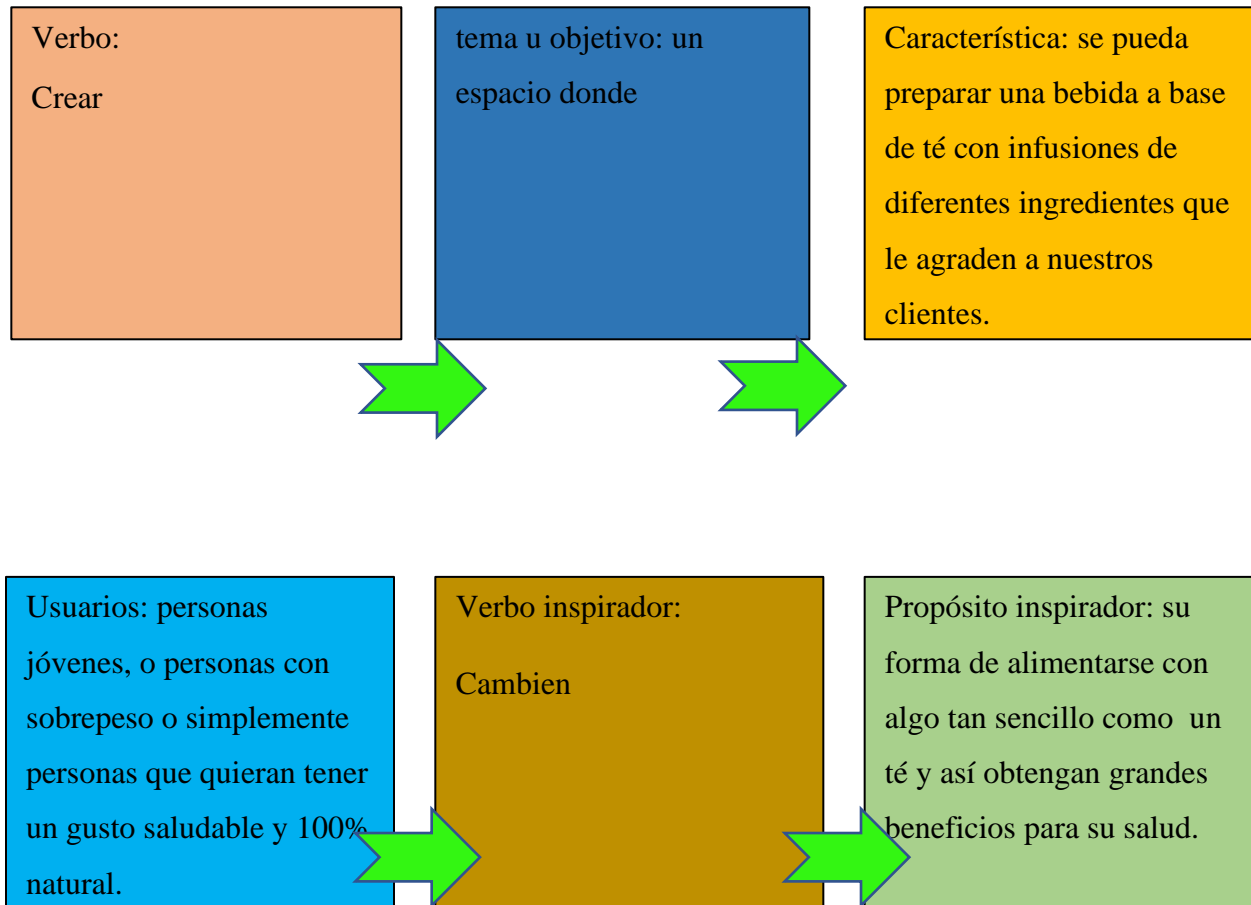


## Descripción de la idea de negocio.

Gráfico 6: Descripción Idea De Negocio

<b>¿Cuál es el producto o servicio?</b>	<b>Una bebida a base de infusiones de té que beneficie la salud de las personas, con ingredientes 100% naturales.</b>
<b>¿Quién es el cliente potencial?</b>	Personas que quieren evitar, disminuir o mantener el nivel de azúcar en su cuerpo que puede provocar sobrepeso desencadenando en consecuencias dañinas para la salud.
<b>¿Cuál es la necesidad?</b>	Controlar los porcentajes de sobrepeso en las personas creando un hábito fácil, saludable y agradable para las personas.
<b>¿Cómo?</b>	Ofreciendo un producto bajo en calorías y con ingredientes saludables y naturales, creando así una manera agradable de controlar el peso y los niveles de azúcar.
<b>¿Por qué lo preferirían?</b>	Porque se ofrece la posibilidad de que el cliente cree un té personalizado con los ingredientes que más le gusten bajo la asesoría de los colaboradores.

Gráfico 7: Descripción de la idea de negocio



## Innovación

Gráfico 8: innovación

<p>Producto o Servicio</p>	<p>Nuestro producto contiene una forma innovadora de sabores ya que sus condiciones y mezclas no son comunes o normales en el mercado de bebidas ya que implementa sabores de gusto propio y son mezclas especiales no vistas y artesanales, además de esto nuestros empaques serán amigables</p> <p>Con el medio ambiente por ello tendrán un aspecto más liviano y con unas características coloridas para ser más llamativa esto nos ayudará a implementar costos y así mismo los precios que se proponen, esto para hacer un comercio más justo es decir el producto estará más balanceado a precio calidad y tendrá una descripción nutricional muy leve en nuestros establecimientos de cada sabor que desee implementar, para hacerse una idea de lo que usted se está consumiendo.</p>
<p>Mercadeo</p>	<p>El mercadeo posible que podremos implementar será con las tecnologías innovadoras, adecuar nuestros productos a una app que genere pedidos desde la comodidad de los hogares que nos soliciten dando así una facilidad de producto puerta a puerta y una rentabilidad de ampliar nuestras visiones con estos métodos tecnológicos.</p>
<p>Proceso</p>	<p>Su proceso de preparación ya de por sí tiene su complejidad de mezcla para que su sabor sea bastante agradable y hacerle un proceso diferente tanto al envasado como a los insumos que a este se le agregan dañaría bastante su calidad y su procesamiento por lo tanto el proceso de hacer estas bebidas</p>

	y darle su correcta entrega no nos permite hacerle un procedimiento diferente al ya estipulado
--	--

## Fuerzas de la industria

### *Contextualización de la empresa*

Mixed Té es una microempresa con actividad económica ser una empresa industrial, esto porque pertenece al sector secundario donde transforma la materia prima con el objetivo de generar un alimento

### *Análisis de la demanda*

Mixed té es una empresa que pretende ofrecer un producto innovador, un té que se acoja a tu personalidad, básicamente consiste en que el cliente pueda elegir los ingredientes de origen natural que más le agraden para crear un té “personalizado”. Y está principalmente pensado para aquellas personas que quieran cambiar el estilo que de alimentación que llevan a lo largo de su vida por una alimentación sana que no deje de lado los sabores exquisitos, aunque es un producto dirigido a todos los géneros y edades, principalmente se ofrece a personas que tengan problema con su peso, ya que en los últimos 5 años en Colombia el 56% de la población presenta exceso de peso, 22% en mujeres y 14% en hombres, es decir 1 de cada 3 jóvenes adultos en Colombia presentan sobrepeso y 1 de cada cinco presentan obesidad, aunque comúnmente se pensaría que los adultos tienden a presentar esta condición, los estudios han demostrado que los menores de edad presentan un 17% de obesidad.

Aunque el sobrepeso u obesidad puede tener muchas causas existe una que es la más común, cuando el cuerpo ingiere más calorías de las ingiere diariamente, debido a esto el cuerpo ingiere este exceso de calorías en forma de grasa. Por esta razón los profesionales de la salud

recomiendan mínimo 70 minutos de movimiento día para cada persona acompañado de una dieta balanceada, pero es ahí donde se encuentra el error, en la actualidad en mercado se encuentran demasiadas bebidas que buscan refrescar al consumidor mediante bebidas azucaradas, con colorantes, conservantes, entre otros componentes artificiales, que incrementan el porcentaje de calorías en el cuerpo humano al momento de consumirlos, sin embargo, las personas las consumen por su sabor, y porque necesitan saciar la sed, este es el motivo porque nosotros como empresa ofrecemos un producto 100% natural,, un té compuesto por hierbas, especias y endulzantes naturales, que sean lo suficientemente rico para llamar la atención del consumidor pero que no atente contra la salud del mismo.

En la sociedad actual, influyen mucho las modas, las tendencias, y la opinión pública, entre otras. y una de esas modas es ir a “lo natural”, es decir, evitar ser consumidores de productos artificiales y enfocarnos en los que podemos consumir de la naturaleza sin atentar contra la integridad de la misma, es por esto que nuestro producto se basa es ser 100% natural, que apoye al mercado agropecuario nacional y que, sobre todo, sea beneficioso y rico para nuestros clientes.

### *Análisis de la oferta*

Mixed Té es una empresa que quiere ofrecerle al público un producto que se adapte a sus necesidades nutricionales, buscan ser elegidos por encima de productos que están hecho con endulzantes artificiales, ya que nuestros productos son 100% naturales. Aunque está claro que no somos la única empresa que ofrece este producto o semejantes al público, es por esto que tenemos presentes cuales son nuestros principales competidores, en la siguiente tabla se especifica nuestro competidor y que productos son semejantes a los nuestros:

Nombre del competidor	producto	precio	Servicio = Ventaja competitiva	ubicación
COSECHAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wraps</li> <li>• Línea cúdate</li> <li>• Línea prémiate</li> <li>• Lina refréscate</li> <li>• Línea deléitate</li> <li>• complementos</li> </ul>	<p>Oscila entre \$3.000 y \$7.000</p>	<p>Aunque realmente no ofrece ninguna clase de té, realmente si trabaja con una bebida en gran parte natural, aparte de esto tiene una línea de productos que se enfoca en cuidar la salud del consumidor. Su nombre es reconocido.</p>	<p>Tiene puntos de venta en las principales ciudades de Colombia.</p>
POSTOBON	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mr. Tea</li> <li>• Colombiana gaseosa</li> </ul>	<p>Oscilan en el precio de</p>	<p>Tienen un sabor artificial dulce, y en algunos</p>	<p>Toda Colombia.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Jugos hit</li> <li>● Bretaña</li> <li>● Oasis</li> <li>● Canadá doy</li> </ul>	\$1.500 y \$5.000	productos como las gaseosas incluyen el gas como factor característico.	
HATSU	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bebidas vegetales</li> <li>● Té</li> <li>● Soda</li> <li>● snacks</li> </ul>	Desde \$4.000 en adelante	Ofrecen productos innovadores con muy buen sabor a base natural.	Marca colombiana que exporta a nueve países entre ellos Chile, Bolivia y Australia.
BAUM TEA SHOP	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Té verde</li> <li>● Té negro</li> <li>● Té chai</li> </ul>	Precios alrededor de \$25.000 de la materia prima para hacer la infusión.	Aunque no ofrece el té preparado básicamente, se enfoca en ofrecer un producto natural beneficioso para la salud	Bogotá, Colombia.

## Análisis de la comercialización

### Competidor # 1

#### Cosechas.

Wraps	Línea prémiate	Línea cuidate	Línea refréscate	Línea deléitate	complementos
Wrap hawaino.	Tentación. Sabor caribe.	Colágeno. Ginger cool.	Explosión amarilla.	Fusión Mango,	Galleta maní chips de
Wrap salami. nuez	Limonada de coco.	Maxfibra. Vitamina sol.	Tropical. Sandía fresa	banano, papaya.	chocolate. Galleta avena
espinaca.	Colibrí	Té verde.	limón.	Fresa	arándanos.
Wrap salami con queso.	morado Blueberries,	Aloe. Enermax.	Piña naranja papaya	guanábana. Avena plus.	Galleta linaza chía.
Wrap pollo manzana.	fresas, crema de coco.	Proteína. Verde fit.	Mango fresa piña.	Lulo, fresa. Maracuyá,	Ensalada de frutas.
Wrap pollo. arándano.	Mariposa naranja. Piña colada. Sandia, banano, crema de coco.		Mojito. Mandarina. Fresa. Banano, papaya, naranja.	banano. Banano chocolate. Café mocca. Café vainilla.	Ensalada de frutas Premium. Mis frutos. Rojos, cereal. Frutos rojos. Granola kumis.



					Cereal frutos amarillos.
--	--	--	--	--	--------------------------

En cosechas se pueden encontrar diferentes productos que están segmentados en líneas, como lo son la línea refréscate cuyos productos tienen un valor \$5.100, la línea prémiate que se vende por un precio más elevado \$7.500, continúan con la línea cuídate con precios de \$4.900 y la línea deléitate con precios de \$6.500, adicionalmente ofrecen acompañamientos que no van más allá de los \$5.000.

### *Competidor #2*

#### **Postobón**

Bebidas de fruta	gaseosas	Aguas postobón	Bebidas de nueva generación
Tuttifrutí.	Postobón acqua.	Cristal.	Mr tea.
Hit.	Postobón tamarindo.	Oasis.	Speed max.
Biofrut.	Castalia.	Sierra fría.	H2OH.
	Gresh kola.		Peak.
	Postobón manzana.		Active.
	Colombiana.		Gatorade.
	Postobón uva.		Squash.
	Postobón naranja.		Soda Hatsu.
	Postobón piña.		Lipton.

	Pepsi. 7up. Kola postobón. Canada dry. Hipinto. Sr. Toronjo. Popular. Postobón limón		
--	---	--	--

Postobón es una empresa que principalmente ofrece bebidas azucaradas con el objetivo de refrescar al consumidor con precios a todos los tamaños que se pueden encontrar en el mercado de sus productos.

### *Competidor #3*

#### **Hatsu**

Soda	Té	Aperitivos	Veggie Drink
Soda espumosa e uva blanca y romero	Té blanco y mangostán	Barra de semillas de chia y mango.	Almendra original veggie drink
Soda espumosa de sandía y albahaca	Starfruit amarillo y té de flor de loto	Mordeduras de mango y chíá.	Avellana veggie drink
Soda espuma de frambuesa y rosas	Yuzu verde y té de manzanilla	Pop de quinua cubierto con yogurt.	Veggie Drink de almendras sin azúcar

Té de granada azul	Cape gooseberry	Veggie Drink de coco
Té de flor de cerezo lila	cubierto de yogurt.	
Té de rosas y leche	Caramelo, cacahuete,	
Té pu-erh y bayas rojas	arándanos y almendras.	
Té blanco con mango, anacardos y grosella espinosa	Mezcla de nueces con fruta cubierta con yogurt.	
Bebida de té negro y zumo de limón	Maní con sal de Himalaya.	
Té chai		
Manzanilla y regaliz		
Hibiscus y rooibos.		

Hatsu es una empresa colombiana reconocida internacionalmente que ofrece diferentes clases de productos como el té, y aunque este último es el más reconocido, también ofrecen infusiones, aperitivos y sodas, todos a base natural. Con precios que oscilan entre los \$3.000 y \$20.000 pesos colombianos

#### *Competidor #4*

#### **BAUM TEA SHOP**

Es una empresa que funciona principalmente de manera virtual, ofrece al público diferentes infusiones para preparación en casa de té negro, té verde, té chai, blends y rooibos, pero no se quedan con las bebidas, sino que venden la utilería para la preparación correcta del té como los infusores con precios desde hasta \$30.000

## ANÁLISIS DE PROVEEDORES

Mixed Tée ofrecer productos a base 100% natural, en nuestros inicios empezaremos con cuatro infusiones para ofrecer a nuestros clientes, con el objetivo de crecer progresivamente. Es por esto que buscamos los mejores costos de producción, conservando los estándares de calidad de la materia prima y alcanzando una mayor accesibilidad del precio final para los clientes. A continuación se muestra una tabla con los productos, costos y los posibles proveedores para la producción de nuestro producto:



producto	Tea market	Biosuna	Supermercados euro	Frutos y especias de causal SAS
Té verde 250g	118.300	\$16.200		
Te negro 250g	118.300	\$21.250		
Rooibos 250g	130.800			
Canela 250g			\$8.630	
Jengibre 250g				\$12.500
Sandia libra			\$1.263	

Panela en polvo 500g			\$5.100	
Limonas libra			\$1.625	

Mixed té busca ofrecerle al público, calidad, sabor, bienestar y economía, es por esto decidimos tener en cuenta los siguientes factores para aceptar a los proveedores:

- Que sean proveedores nacionales, como empresa queremos apoyar el mercado nacional.
- que sean económicos, incluso al comprar por cantidades pequeñas, esto nos ayudará a ofrecer la mejor calidad al consumidor.
- que sean reconocidos y tengan buenas referencias por sus servicios con otras empresas.
- Que sean confiables, honestos, puntuales y responsables; ya que ellos radica el buen servicio ya que desde el proveedor empezará la producción.

## Segmentación

	Los niños con sobrepeso sufren de estigma social, acoso escolar o depresión.	Aceptación social, buena autoestima, aceptarse a ellos mismos. Cuidar su salud
	Los adultos con sobrepeso sufren de estigma social, baja autoestima, depresión,	Alcanzar un peso ideal, sentirse cómodos con ellos mismos sin dejar de

	rechazo, problemas de salud consecuentes al sobrepeso	disfrutar los buenos sabores de la comida
--	--	--

Niños y adultos con sobrepeso	Tratan de llegar a un peso saludable, sentirse bien consigo mismos sin tener que dejar de lado la comida, es importante para ellos por su bienestar y su autoestima	Generalmente estas personas empiezan a tratar su problema mejorando su alimentación, haciendo ejercicio, pero siempre hay barreras en el camino, como tener que someterse a una dieta en la que no le guste todos los alimentos, ya que tienen que evitar consumir calorías en exceso.
Frases que describen sus experiencias	La salud es como el dinero nunca tenemos de lo importante que es hasta que lo perdemos	Sin bienestar la vida no es vida solo es un estado de languidez y sufrimiento.
Factores a tener en cuenta	Gustos de nuestros clientes	Autoestima del cliente

Nuestro cliente ideal se puede encontrar en cualquier lugar, ya que estamos dirigidos a cada persona que goce de una buena taza de té, sin embargo, nuestro producto beneficia a personas con sobrepeso ya que ayuda a consumir el mínimo de calorías por taza de té.

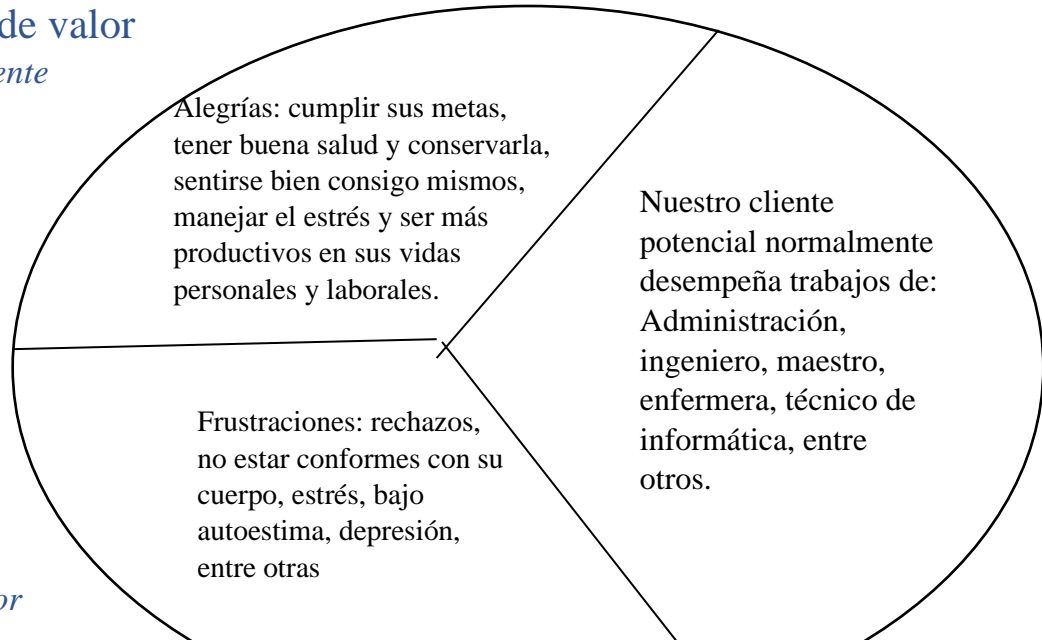
Nuestro cliente son personas que se cuidan, se preocupan por su bienestar, y quieren cumplir metas, aparte son personas a las que les gusta probar cosas nuevas y alimentarse con cosas naturales. El entorno de nuestro cliente puede llegar a ser estresante por lo que una taza de té le puede caer de maravilla para calmar los nervios aparte de los múltiples beneficios que esta ofrece. Las necesidades más urgentes de nuestro cliente es no exceder el consumo de calorías, ya que esto puede atentar contra su salud o contra el cumplimiento de sus metas en cuanto a la pérdida de peso.

Las bondades de nuestro productos son muchas, ya que, están hechos con materia prima 100% natural que permite traer múltiples beneficios no solo para la salud física de nuestro clientes, sino que, también beneficia notablemente la salud mental del consumidor, es por esto que nuestro producto se adapta a nuestro cliente, ya que, nuestro cliente potencial tiene problemas con su peso, debido al consumo excesivo de calorías, Mixed Tée ofrece productos 100%, lo cual no permite un consumo mayor de calorías, aparte nuestro producto se caracteriza por tener un sabor agradable y refrescante para que nuestro cliente no se sienta castigado al tener que cambiar un vaso de gaseosa por una de té, finalmente añadimos que los problemas de obesidad y sobrepeso la mayoría de las veces traen consigo problemas de autoestimas, estrés y rechazo social, situación a la una taza de té puede ayudar, ya que, el té en general se caracteriza por tener propiedades relajantes.

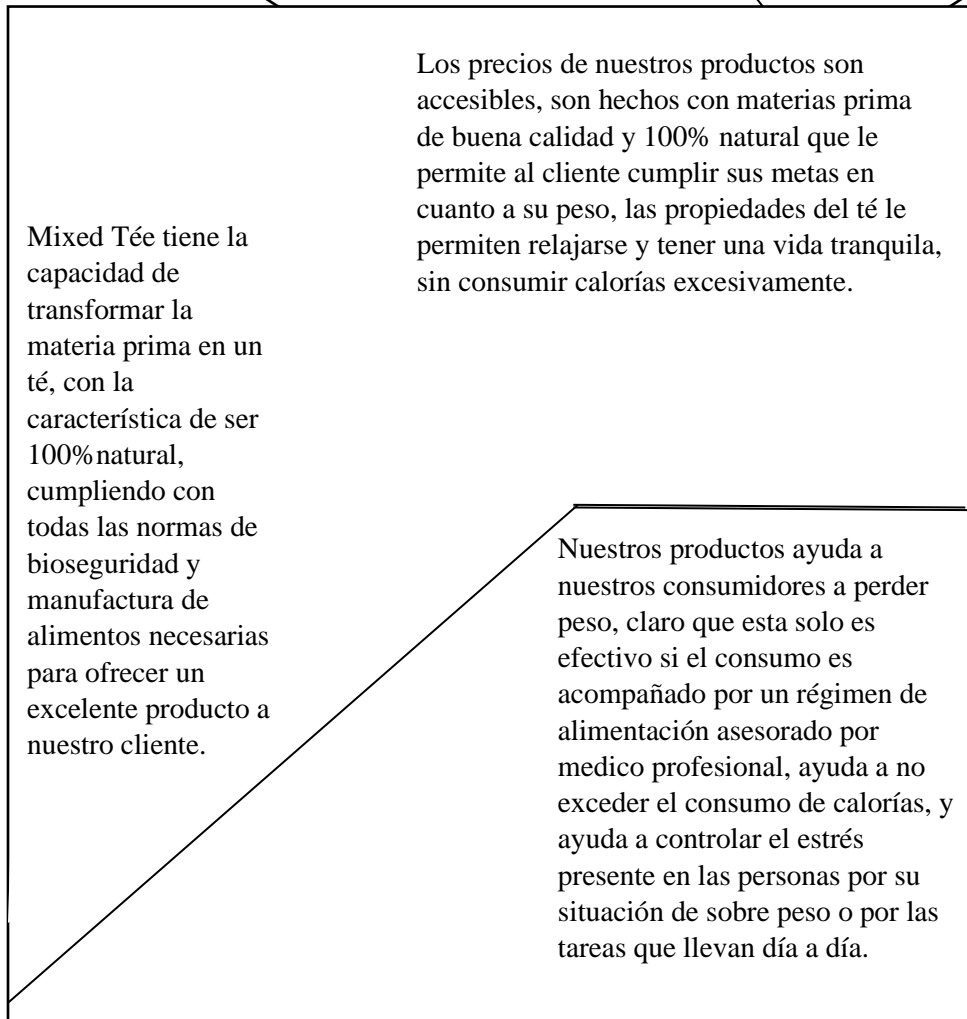
“NATURAL, CONFIABLE, DELICIOSO Y SALUDABLE, LAS PALABRAS QUE MEJOR ACOMPAÑAN UNA TAZA DE TÉ MIXED TÉE”

## Propuesta de valor

*Perfil del cliente*



## Mapa de valor





Mixed Té ofrece la oportunidad de refrescarte, relajarte y cuidarte, reemplazando el consumo de bebidas con endulzantes artificiales por productos naturales que cuidaran de ti y de tu salud.

## Diseño del Producto

<b>FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO</b>
A. Mixed Té
B. Su materia prima es la hoja de Té y frutas alternando en gran variedad cada una de ellas /maneja unas líneas de servicio para mejorar la salud del consumidor
C. Resolución 683-2012 y 1575 -2007
D. Contendrá 350 <b>ml</b> (12 onzas), un Grande 470 <b>ml</b> (16 onzas) y 600 <b>ml</b> (20 onzas).
E. Tendrá un empaque Biodegradable de 14 cm de alto con un diámetro en su abertura de 26 cm
F. Sus condiciones de conservación no deben superar los 5°C y tampoco atenuarse a -15°C
G. La vida útil de nuestras bebidas se recomienda no más de 48hrs de producida y empacada.
H. La porción recomendada está en no más de 1800 <b>ml</b> por día y en niños no más de 1050 <b>ml</b> por día para no desarrollar ningún efecto adverso de nuestro producto

## Ciclo de Vida del Producto

### INTRODUCCIÓN

En esta etapa encontramos que el producto luego de elaborar un plan de marketing se verá lanzado por primera vez al mercado para ver qué receptividad encontraremos en los consumidores esto nos identifica una etapa de riesgo la cual es donde nos dará la principal idea del ciclo de vida del producto y don a su vez lleva un mayor coste, ya que se produce el primer acercamiento del producto al consumidor en el que se contempla tanto los estudios de mercado previos y el desarrollo del propio producto, como la inversión de campañas de comunicación y acciones de marketing promocional.

En esta etapa, la demanda será inferior a la oferta ya que el mayor porcentaje de las ventas provendrán de los consumidores más innovadores que son los que aceptan un mayor riesgo ante la compra.

La clave para esta etapa es definir y trabajar el posicionamiento e investigar la respuesta del mercado hacia el producto, para que si fuera necesario reaccionar con agilidad en caso de una respuesta negativa y organizar estrategias

## **CRECIMIENTO**

En la fase de crecimiento de nuestro producto esperamos que tenga su segmento definido y comience a ser aceptado por los consumidores esto provocará que las ventas y los beneficios vayan teniendo un crecimiento continuo.

Normalmente el aumento de los beneficios se produce debido a que los costes de fabricación se reducen bien por las economías de escala o bien por la adquisición de experiencia en la fabricación del mismo.

Para todo esto la competencia está alerta al posible crecimiento del producto, y tendría que prever una alerta de los grandes competidores que están ya posicionados y posibles nuevos competidores que están por darse un posicionamiento con sus productos.

## **MADUREZ**

La etapa de madurez de Mixed Té se producirá cuando el producto ha alcanzado la cima en cuanto a cuota de mercado esta etapa se espera tenga una duración más amplia al resto ya que las ventas seguirán aumentando, pero a un ritmo más lento y decreciente, hasta que llegue al punto que se estabilizan y posteriormente comienzan a detenerse.

Aquí la competencia ya es considerable, por lo que no se ha de competir únicamente en precios, sino que además se deben identificar y trabajar otros factores relevantes para los consumidores para conseguir que realmente el producto tenga una propuesta de valor diferenciada

Una posible estrategia sería anticiparse a la caída de las ventas buscando nuevas propuestas e innovaciones que vuelvan a hacer que el producto atractivo logre sostener ventas

## **DECLIVE**

La estrategia inicial sería innovar en todos los procesos y detalles del producto para evitar un declive del mismo puesto que trata del ciclo final del producto, pero en este caso si las ventas comienzan a disminuir gradualmente debido a que el producto ha sido sustituido por otras opciones más atractivas para los consumidores. Los beneficios pueden convertirse en pérdidas y por tanto el producto deje de ser rentable, para esto se podría intentar una estrategia que consiste en minimizar la inversión y planificar acciones donde se tenga en cuenta diferentes vertientes: reemplazar el producto o modificarlo para enfocarse nuevamente en una creciente del mercado

## *DEFINICIÓN ESTRATÉGICA*

Leyes que vigilan la posible idea de negocio

- Ley Estatutaria 1581 de 2012: por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
- LEY 590 DE 2000: con el fin de promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas
- LEY 87 DE 1993: Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones
- LEY 527 DE 1999: Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.

### *DISEÑO DE CONCEPTO*

Los vasos biodegradables se fabrican con componentes naturales; materia prima como -los ya mencionados- almidón, celulosa, caucho natural, proteínas, pero también:

- Plátano.
- Yuca.
- Celulosa.
- Legumbres.
- Polisacáridos.
- Poliactidos.
- Aceite de soja.
- Fécula de patata.

En este caso, necesitará la termo formadora, una máquina que usará la materia prima para dar forma a los productos, rollos de polipropileno, que es la materia prima utilizada.

### **Precio de Venta**

Para desarrollar el producto se necesitará por taza 4 gramos del té que se elija como base y de 10 a 15 gramos de el resto de ingredientes (sandía, jengibre, limón, canela, etc.). y para terminar la infusión se utilizan 250g gramos de agua por taza. lo que nos lleva a tener los siguientes costos para la producción del producto y ofrecerlo al cliente.

### **COSTO DE PRODUCCIÓN**

+ Costo unitario de materiales	\$ 680,00
+ Costo unitario de mano de obra	\$ 1.050,00
+ Costo unitario de CIF	\$ 875,00
= COSTO TOTAL UNITARIO	\$ 2.605,00

11.

<p><i>problema:</i></p> <p><i>sobrepeso en las personas por las bebidas azucaradas y altas en calorías.</i></p>	<p><i>solución:</i></p> <p><i>producir bebidas hipocalóricas que reduzcan el porcentaje de sobrepeso en la población, con el uso de insumos naturales y saludables.</i></p>	<p><i>propuesta de valor única:</i></p> <p><i>Mixed Tée es una empresa que ofrece al cliente una variedad de tés e infusiones a base 100% natural, sin conservantes ni endulzantes artificiales, lo que es completamente beneficioso para la salud, es por esto que nuestro producto está principalmente dirigido a las personas con</i></p>	<p><i>ventaja injusta:</i></p> <p><i>nuestra bebida tiene como factor principal su naturalidad y lo beneficioso que puede ser para nuestros clientes, esto apoyándose del creciente auge en el que está la cultural “fitness and health” de la mano con bebidas que llevan endulzantes naturales con grandes aportes positivos.</i></p>	<p><i>segmentación de cliente:</i></p> <p><i>Mixed tée quiere llegar a todos los tipos de clientes, ya que es un producto que no discrimina i por edad, es un producto saludable que se ofrece a todas las personas que quieran cambiar su estilo de vida o asi mismo empezar con un mejor hábito, tales como, niños, jóvenes o adultos, personas con obesidad, personas que lleven una vida activa, o simplemente personas que quieras disfrutar de una bebida deliciosa sin</i></p>
	<p><i>métricas claves:</i></p>		<p><i>canales:</i></p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● asegurarnos que nuestro producto es saludable y no genera consecuencias en la salud de los consumidores.</li> <li>● Nuestros productos son bebidas que no están dirigidas a un público específico, ya que son de origen natural y beneficiosas para todos.</li> </ul>	<p><i>sobrepeso, obesidad, o simplemente personas que gocen de una taza de té natural. ya que nuestro producto eleva al mínimo los niveles de calorías consumidas por persona, evitando el acumulo de las mismas y como consecuencia del aumento de peso, pero también tiene un delicioso sabor y es refrescante, lo que lo hace para todo tipo de personas.</i></p>	<p>Mixed tée tiene como propósito llegar a nuestros clientes por medio de plataformas digitales, teniendo en cuenta el auge de las mismas durante la situación actual en el mundo, con el objetivo de llegar a ubicarse en un punto físico que satisfaga las necesidades de los clientes.</p>	<p><i>gas que no les genera consecuencia a futuro en su salud.</i></p>
<p><i>estructuras de costos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Materia prima necesaria</i> para la producción del producto (ingredientes necesarios para la elaboración de los diferentes sabores que se ofrecen de té)</li> <li>● productos de embalaje (desechables para envasar el producto)</li> <li>● publicidad (por medio del mundo digital, redes sociales, etc.)</li> <li>● gastos administrativos. (recursos humanos, compras, personas)</li> </ul>		<p><i>fuentes de ingresos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● venta del producto (diferentes tipos de té que se ofrecen al mercado)</li> <li>● socios inversionistas. (aportes económicos)</li> <li>● c</li> </ul>		

## Prototipo



Té negro con canela  
jengibre, limón y panela y  
limón.



Ingredientes básicos para  
desarrollar el té y las  
infusiones.



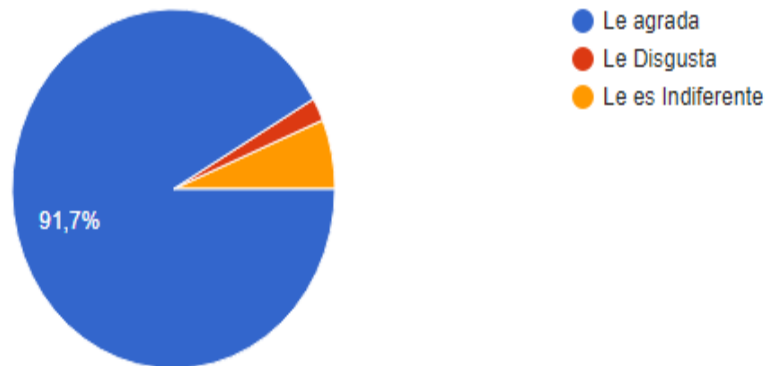
Té helado de sandía y limón:  
contiene té verde limón,  
sandia y panela.

## Validación de Ideas de Negocios Y Análisis de la información

- De la investigación, análisis y validación de la información recolectada se espera ver el punto de vista de los posibles consumidores y ver la reacción frente a un tipo de acogida al producto
- Se empelo una Forma de investigación Cualitativa, Tipo Cuestionario
- A esto se aplicó un Focus Grupal.

¿Qué opina de los envases Biodegradables, los cuales se usarían para servir esta bebida de Té Frio?

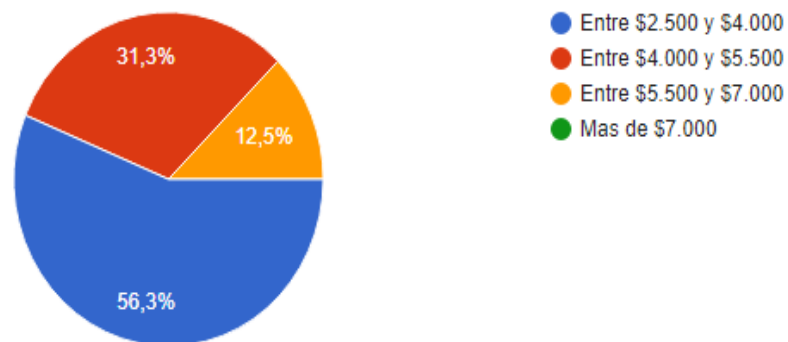
48 respuestas



- Esta Pregunta nos lleva a dar por enterados que tan amena e interesante les suena a las sociedades de posible consumo el uso de los envases Biodegradables donde irán sus bebidas, por lo previsto tiene un gran apoyo y acogida en el entorno

¿Cuánto cree que valdría un Té frío con las añadiduras que le pudiese incluir?

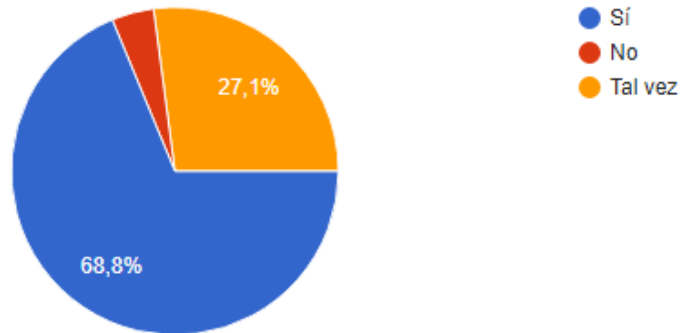
48 respuestas



- Los precios en el mercado son bastante interesantes por eso decidimos proponer la bebida como se distribuiría e intentar ver el consumidor cuando esta dispuesto a pagar por una bebida como estas, esto lo que hace es darnos un margen monetario para ver las ganancias que se pueden o no tener por cada venta realizada

¿Cree usted que el Té al ser una alternativa, refrescante y natural sin tantos aditivos, puede llegar a ayudar a las personas que sufren de obesidad o Diabetes?

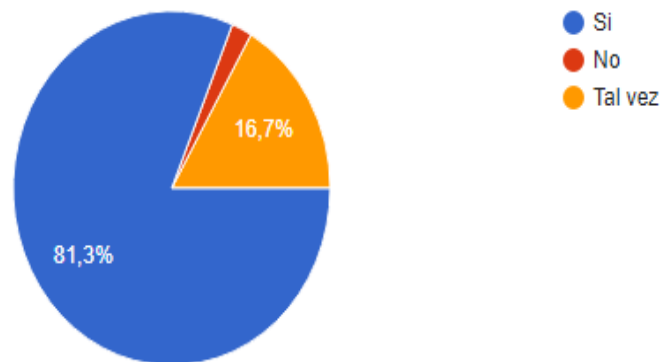
48 respuestas



- Planteamos nuestro punto y solución que nos llevo a crear el producto en sus modificaciones que pensamos y estos resultados nos indican que nuestra idea de negocio para dar soluciones a ciertas poblaciones son mas que eficaces ya que la tasa de aprobación es bastante superior

¿Cree usted que el Té es una buena alternativa como bebida refrescante y para consumir en cualquier ocasión?

48 respuestas

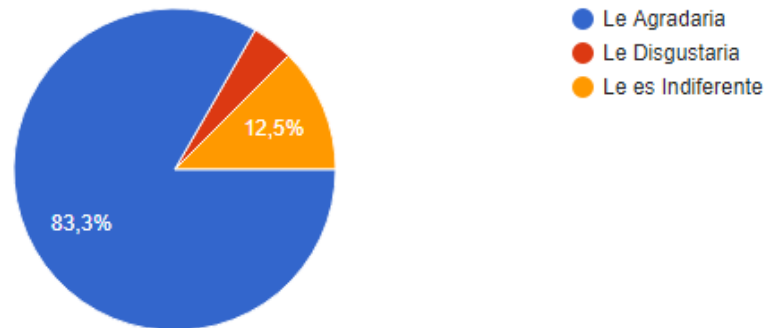


- Esta pregunta fue para indagar en la forma de vida de las personas encuestadas que nos dan a ver que un Té frio en compañía de sus sabores por asi decirlo preferidos podrían ser muy recomendados en cualquier ocasión no en algo especifico si no que podrían adaptarla a su diario vivir, esto nos da a conocer que podemos tener gran acogida en el público consumidor



¿Qué Opinaría usted de un Té Frio que se puede mezclar con frutas y endulzantes Naturales?

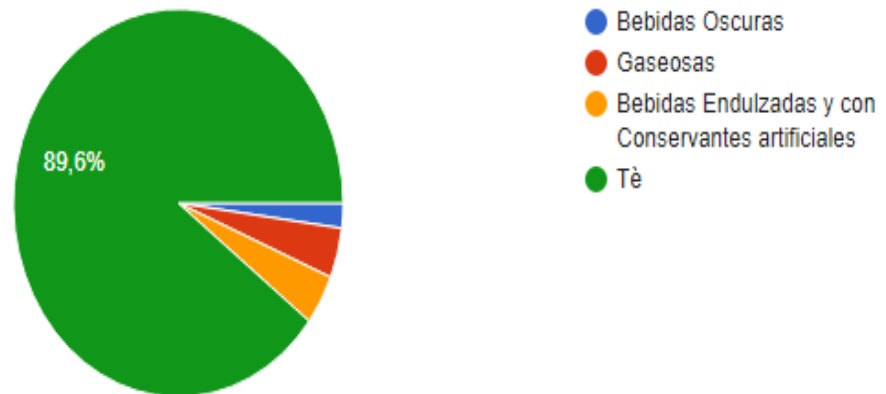
48 respuestas



- La idea clave de nuestro negocio y nuestra innovación fue darle un sabor diferente al Té de cada persona según su gusto propio ofreciendo unos determinados sabores intentado llegar al gusto de l consumidor por eso se planteo esta pregunto y la verdad nos sorprende esta gran aprobación que puede tener el proyecto ya que muchas respuestas obtenidas tuvieron un papel positivo a que quisieran probar algo diferente y saludable.

De las Siguietes opciones ¿Cuál bebida cree usted que es la menos dañina?

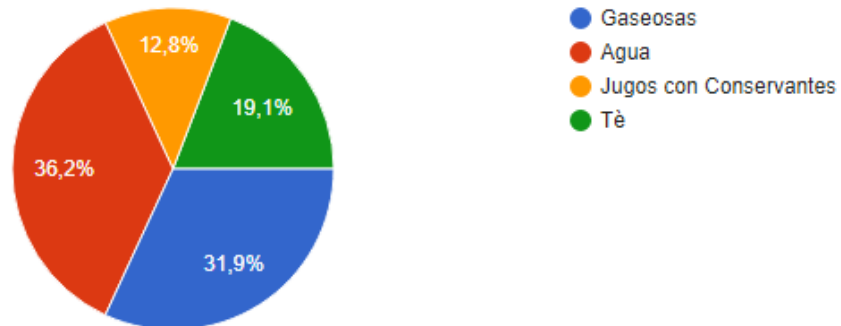
48 respuestas



- La Población consumidora es consiente de los grandes daños que pueden tener otras bebidas en su salud por ende la idea de negocio e innovación están más que férreas la una con la otra ya que ofrecemos un producto que es de los menos dañinos del mercado, puede ser mas saludable en los mismos aspectos y a su ves implementaremos los sabores que mejor se den a los diferentes gustos que se irán presentando esto nos da a entender que la idea de negocio e innovación será más que apoyada por los consumidores frente a nuestro producto expuesto

## ¿Qué Tipo de Bebida Frecuenta Usted?

47 respuestas



- Aunque las Sociedades y personas del común no referencian el Té como una bebida usual quizás con empeño y más innovación podamos cambiar ese pensar que es preferible un Té a su gusto que una Gaseosa o algún tipo de jugo con conservantes que solo pueden damnificar su salud poco a poco, esto es un trabajo que no es muy fácil de hacer claramente, pero dando en el gusto y salud de los consumidores podríamos cambiar las cifras un poco mas inclinantes a nuestro favor.

## Lecciones aprendidas

- Tener claro los procesos para crear una empresa.
- Darle tiempo y dedicación a la idea para desarrollarla más a fondo.
- La certificación necesaria para que un producto consumible pueda ser distribuido en Colombia.
- La importancia de una buena idea.
- La importancia del trabajo en equipo.
- La importancia de la higiene al momento de realizar la manufactura de los alimentos.

## Recomendaciones

- Darle el tiempo necesario a las actividades necesarias al momento de realizar un producto.
- Definir y poner en práctica con antelación las recetas a promocionar en caso de un restaurante.
- Ofrecer acompañantes, junto con las bebidas principales.
- Buscar los proveedores apropiados para poder tener los estándares de calidad más altos junto con una economía para el consumidor.
- Enfocarse en un grupo en específico a la hora de tener que desarrollar una idea de negocio, es más fácil si se conoce la necesidad del público.
- Buscar que el producto sea lo más práctico y eficiente posible, de esta forma no solo suples una necesidad del comprador, sino que también se genera una necesidad en aquel

público, que desde un principio no le ve utilidad al producto, es decir, buscar que el producto sea una necesidad no una opción.

## Bibliografías

7 de octubre 2020, COLOMBIA, Tea Marquet colombia, [https://www.teamarket.co/tienda-de-te/?product\\_count=72](https://www.teamarket.co/tienda-de-te/?product_count=72)

7 de octubre 2020, COLOMBIA, Biosuna, <https://www.biosuna.com/>

7 de octubre 2020, COLOMBIA, Supermercados euro  
<https://www.eurosupermercados.com/eurosupermercado2020/sitio/>

7 de octubre 2020, COLOMBIA, Cosechas, <https://www.cosechasexpress.com/>

7 de octubre 2020, COLOMBIA, Postobón, <https://www.postobon.com/>

10 de octubre 2020, COLOMBIA, Baum tea shop,  
[https://www.baumtea.com/?gclid=CjwKCAjwz6\\_8BRBkEiwA3p02VdAXjxAh9GsImN99mmyvGN9VE1QclC80TooO\\_Zo1sv5BzaS-7vgylRoC1p8QAvD\\_BwE](https://www.baumtea.com/?gclid=CjwKCAjwz6_8BRBkEiwA3p02VdAXjxAh9GsImN99mmyvGN9VE1QclC80TooO_Zo1sv5BzaS-7vgylRoC1p8QAvD_BwE)

10 de septiembre 2020, COLOMBIA, Ministeria de salud,  
<https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/Lucha-Contra-La-Obesidad.aspx>

12 de septiembre, COLOMBIA, Sevilla,  
[https://www.tcasevilla.com/archivos/obesidad\\_y\\_rasgos\\_de\\_personalidad.pdf](https://www.tcasevilla.com/archivos/obesidad_y_rasgos_de_personalidad.pdf)

10 de septiembre, ARGENTINA, Toolbox, [https://sswm.info/es/taxonomy/term/2647/problem-tree-analysis#:~:text=\(Resumen%20Ejecutivo\)%20El%20an%C3%A1lisis%20con,plantear%20estrategias%20para%20poder%20cumplirlos.](https://sswm.info/es/taxonomy/term/2647/problem-tree-analysis#:~:text=(Resumen%20Ejecutivo)%20El%20an%C3%A1lisis%20con,plantear%20estrategias%20para%20poder%20cumplirlos.)

7 de octubre 2020, COLOMBIA, Eco Sas, <https://ecocosas.com/salud-natural/te-rooibos/>

8 de abril 2020, Colombia, 24Horas

<https://www.24horas.cl/tendencias/salud-bienestar/descubre-los-7-beneficios-de-beber-una-taza-de-te-1797495>

30 de Enero 2015, Colombia sic bogotá

[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)

28 de Julio 2019, Colombia Ecoplanetabio

[https://ecoplanetabio.com/?gclid=CjwKCAjwz6\\_8BRBkEiwA3p02VeJuOA2guxXXTR5HWK mPqzxHwxblx1LAEBj7OvuJbueb2CavA2O0QxoC3vcQAvD\\_BwE](https://ecoplanetabio.com/?gclid=CjwKCAjwz6_8BRBkEiwA3p02VeJuOA2guxXXTR5HWK mPqzxHwxblx1LAEBj7OvuJbueb2CavA2O0QxoC3vcQAvD_BwE)