

1. Información General	
Tema	Realizar el estudio de factibilidad de un proyecto de emprendimiento empresarial para la comercialización del producto mezcla de pulpa de fruta para preparar batido natural
Título	Estudio de factibilidad para la comercialización del producto BATI-NUTRI mezcla de pulpa de fruta congelada para preparar batido natural y nutritivo en la ciudad de Bogotá
Autor	Amelia Lina Guerrero González
Fuente bibliográfica	<p>Para el desarrollo del documento se consultaron 45 fuentes bibliográficas, a continuación, se relacionan algunas:</p> <p>Bernal, L. (2012). Evaluación de las Propiedades Bioactivas de Mora (<i>Rubus glaucus</i>) y Agraz (<i>Vaccinium meridionale Swartz</i>), en Fresco y Durante Procesos de Transformación (Tesis de grado obtenida no publicada). Universidad Nacional de Colombia, Medellín. Recuperado de http://www.bdigital.unal.edu.co/8376/1/17208.2012.pdf</p> <p>García, S. y Velásquez, A. (2017). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de uva isabella, <i>vitis labrusca</i>, en el municipio de Ocaña, Norte de Santander (Tesis de grado obtenida no publicada). UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA, Ocaña Santander. Recuperado de http://repositorio.ufps.edu.co:8080/dspaceufps/bitstream/123456789/1891/1/30901.pdf</p>
Año	2020
Resumen	<p>Este proyecto de emprendimiento empresarial como opción de grado desarrollado en el semillero INGEGLOS de la Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería – ECBTI. Tiene como fundamento el “Estudio de factibilidad para la comercialización del producto Bati-Nutri, mezcla de pulpa de fruta congelada para preparar batido natural y nutritivo en la ciudad de Bogotá”. Esta idea de negocio surgió al encontrar que en las tendencias de consumo los colombianos prefieren los productos saludables porque brindan mayores beneficios para disfrutar de una mejor calidad de vida.</p> <p>Para argumentar esta idea de negocio se investigó sobre la inseguridad alimentaria en los hogares, las tendencias de consumo de alimentos saludables en Colombia, beneficios y crecimiento de la industria de frutas; en el área administrativa se identificó los requisitos jurídicos, trámites y costos para la constitución de la empresa y la comercialización del producto, para analizar y avaluar la idea de negocio se desarrolló el análisis DOFA.</p> <p>La estructura del negocio se realizó definiendo los nueve componentes del lienzo canvas, aplicando esta herramienta se identificó los recursos necesarios para la implementación.</p> <p>Para diagnosticar la aceptación del producto en el mercado se utilizó la investigación aplicada, el diseño fue exploratoria y evaluativa, el instrumento utilizado fue la encuesta.</p> <p>El análisis financiero del negocio se realizó tomando los costos y gastos de la inversión inicial, adicional se proyectó por tres años las ventas y gastos, para generar el balance general, estado de resultados y la evaluación financiera del proyecto, con esta información se analizó la viabilidad financiera de la idea de negocio.</p>
Palabras Claves	Producto, pulpa de frutas, alimento, Salud, nutrición, vitalidad, mezcla congelada, batido, ingredientes naturales, mercado objetivo, estrategia comercial.
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> Introducción Definición del problema Justificación del proyecto Objetivos Marco teórico Presentación de la empresa Plan de operación Mercadeo Plan financiero Conclusiones Bibliografía

2. Descripción del problema de investigación

Los estudios de consumo en alimentos de los colombianos muestran una tendencia ascendente por la preferencia de productos locales, naturales, orgánicos, saludables y convenientes que aporten beneficios al organismo, se encontró que hay poca oferta en el mercado de estos productos, debido a esto los consumidores no encuentran sus productos preferidos en el mercado y por las muchas responsabilidades y ocupaciones no invierten tiempo en preparar alimentos especiales, lo anterior hace que las personas consuman productos que no aportan beneficios para cuidar la salud y mejorar la calidad de vida; a partir de esta necesidad surge la idea de negocio de comercializar el producto **Bati-Nutri** para aumentar las opciones de alimentos saludables en la canasta familiar. El fundamento de este emprendimiento es comercializar un producto innovador que marque la diferencia debido a los ingredientes naturales y nutritivos, adicional es conveniente porque requiere de un mínimo de tiempo para su preparación, su comercialización satisface la necesidad de los consumidores que quieren cuidar la salud a través de una sana alimentación y también ayuda en el manejo de los trastornos del sistema inmune para pacientes con enfermedades crónicas autoinmunes como el Lupus eritematoso sistémico (LES) y el cáncer.

3. Objetivos

General:

- Estudiar la factibilidad para la comercialización del producto Bati-Nutri, mezcla de pulpa de fruta congelada para preparar batido natural y nutritivo en la ciudad de Bogotá

Específicos:

- Diseñar el modelo de negocio siguiendo la secuencia de diligenciamiento del lienzo Canvas
- Determinar las estrategias de mercadeo, administrativas y operativas para el negocio
- Establecer el entorno macroeconómico, político, legal, social y tecnológico del negocio
- Validar la aceptación del producto en el mercado a partir de una investigación de mercados
- Determinar la factibilidad financiera del negocio

4. Metodología

La metodología que utilice para el desarrollo de este trabajo fue la siguiente:

- Identifique los temas relacionados con el objeto de investigación, realice búsqueda de la información en los siguientes sitios: Bases de datos de la biblioteca UNAD, google académico, diarios, entidades corporativas.
- Para analizar la idea de negocio desarrolle el análisis DOFA, este marco de referencia me permitió revisar la situación y posición actual, aclarar ideas para tomar buenas decisiones en las estrategia y enfoque del proyecto.
- La estructura de la idea de negocio la organice utilizando el modelo de lienzo canvas, aplicando los nueve componentes de este diagrama de manera lógica me permitió definir la propuesta de valor, el mercado objetivo y los recursos; su desarrollo me ayudo a visualizar anticipadamente cual es el punto actual, a donde se quiere llegar y cuanto falta para alcanzar los objetivos establecidos.
- Para definir la estrategia de mercadeo desarrolle las 4 P del marketing mix producto, precio, promoción y plaza
- Para realizar la investigación el mercado objetivo fue la población de la ciudad de Bogotá, se calculó un tamaño de muestra con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% se obtuvo como tamaño de muestra un total de 385 personas para aplicar la encuesta.
- El estudio de la aceptación del producto en el mercado se realizó con el tipo de investigación aplicada y el diseño fue exploratoria y evaluativa, el instrumento utilizado fue la encuesta.
- Para evaluar la factibilidad financiera tome la inversión inicial, adicional proyecte las ventas, gastos y costos por tres años, con estos datos genere el balance, estados de resultado y evaluación financiera.

- El informe estadístico de la encuesta y el informe financiero lo realice en Microsoft Excel.

5. Referentes teóricos

En el marco teórico se expone información de los siguientes temas:

Definición plan de negocios y modelo de lienzo canvas, inseguridad alimentaria en Colombia donde se encontró que el 54,2% de los hogares presentan dificultades para alimentarse bien, tendencias de consumo de productos naturales en Colombia encontré que los colombianos que tienen preocupación por bajar de peso, 57% quiere lograrlo cambiando su dieta, 78% informándose mejor sobre el contenido nutricional de las etiquetas de los productos que consume y 84% buscando alternativas alimenticias con componentes locales, naturales y orgánicos, también se identificó los beneficios del consumo de fruta para la salud y el crecimiento de las empresas dedicadas a la industria de frutas; en el área administrativa identifique los requisitos jurídicos, trámites y costos para la constitución de la empresa y el registro Invima para la comercialización del producto, antecedentes y propiedades de los ingredientes del producto y del consumo de batidos con ingredientes naturales.

6. Referentes conceptuales

Investigue temas relacionados con la comercialización del producto como los hábitos y tendencias de consumo de productos naturales y saludables, consumo de suplementos dietarios, interés por comprar mezcla de pulpa de fruta para preparar batido, la frecuencia de consumo de batidos, crecimiento de la industria de productos a base de fruta, trámites, requisitos y costos para tramitar el registro Invima y la constitución de la empresa, estrategias de comercialización, costos de los activos fijos para la implementación de la operación.

7. Resultados

- Estructure la idea de negocio siguiendo el lienzo canvas lo que me permitió identificar y definir la totalidad de recursos necesarios para la implementación del plan de negocios.
- A lo largo del desarrollo del plan de negocios se proyecta las estrategias de mercadeo, producto, precio, promoción y plaza a través de medios digitales, canales de ventas, promociones y publicidad.
- De acuerdo al estudio realizado de los diferentes entornos se evidenció que las empresas procesadoras de pulpa de fruta muestran tendencia de crecimiento, lo cual es importante para mirar la viabilidad del producto.
- En la investigación se encontró que la tendencia de consumo de los colombianos está dirigida a productos saludables que brinden beneficios al organismo para mejorar la salud y aportar en problemas de obesidad, debido a que el 56,4% de la población presentan sobrepeso esto sucede por deficiencias nutricionales, bajo consumo de productos saludables y malos hábitos alimenticios, el 54,2% tiene dificultades para conseguir alimentos saludables, el 84% busca productos locales, naturales y orgánicos, el 78% necesita productos nutritivos y el 66% consumen suplementos dietarios; está necesidad y tendencias de consumo indican un pronóstico positivo para la comercialización de un producto que aumente las opciones de alimentos saludables en la canasta familiar.

8. Conclusiones

- De acuerdo al estudio del mercado y al análisis financiero se puede concluir que el negocio es viable teniendo en cuenta que el análisis financiero se realizó únicamente en la población de Engativá ya que fue la población que mayor intención de compra mostró en la encuesta.
- En el estudio de mercado se encontró que el 93,5% de las personas encuestadas quieren incluir en su dieta alimentaria batidos con ingredientes naturales y el 90,6% compraría el producto Bati-Nutri, mezcla de pulpa de fruta congelada para preparar el batido, este resultado indica un buen pronóstico en la comercialización de este producto.



- De acuerdo a la evaluación financiera del proyecto se concluye que el proyecto es viable y se recomienda invertir ya que la tasa interna de retorno (TIR) es del 34% mayor a la tasa de interés de oportunidad que es del 7%
- La población de Bogotá carece de tiempo para cumplir con todas sus responsabilidades, entre ellas para la preparación de alimentos especiales y que brinden beneficios al organismo, por este motivo prefieren productos funcionales, convenientes y prácticos para cumplir con una buena alimentación minimizando los tiempos de preparación.
- Conseguir los ingredientes del producto tiene cierto grado de dificultad debido al escaso cultivo en Colombia de la uva isabella y el agraz, ya que este no alcanza a cubrir la demanda nacional, por lo cual se importa de países como Chile y Perú, en cuanto a la linaza y la semilla de chía no se produce en Colombia, debido a esto se importa de países como Canadá y Estados Unidos. Esta situación invita a validar mejor la idea de este negocio, ya que por parte de mi proveedor al importar los ingredientes generaría un incremento en el precio de producción, en consecuencia, aumentaría el precio de comercialización, lo cual afectaría la venta del mismo.