



Volumen **7** No. **1**
traves. emprend.
Ene-Jun 2023
e-ISSN: 2539-0376

Plan de negocios para la producción y comercialización de Weight Loss Coffee Shake en la ciudad de San Juan de Pasto

Ángela Alejandra Legarda Narváez

Estudiante de Administración de Negocios Internacionales
Universidad Mariana

Carlos Gerardo Enríquez Ordoñez

Asesor-docente de Administración de Negocios Internacionales
Universidad Mariana

Introducción

El batido *Weight Loss Coffee-Shake* es un producto destinado a ayudar a personas de 18 a 65 años de edad a regular su peso y evitar la obesidad. Según un tamizaje nutricional hecho en el año 2017 en la ciudad de San Juan de Pasto, hay un 30,3 % de ellas que maneja un índice de masa corporal correcto; un 26,0 % de ellas tiene obesidad y, un 43,7 % de la población nariñense evidencia sobrepeso (Ministerio de Salud y Protección Social, 2018). Debido a este estudio, es posible darse cuenta que el sobrepeso y la obesidad son enfermedades dentro del departamento de Nariño, que se convierten en un problema de salud pública que puede volverse un factor de causa de muerte; con la ayuda de este batido y sus componentes podrá ser prevenible y tratado.

No se trata solo de potencializar a estas personas con esta 'enfermedad', sino también al caficultor nariñense, que será un aliado con la producción del café; para ser más específicos, los principales proveedores serán los de La Unión, Nariño. Además, este producto será amigable con el medio ambiente, debido a sus componentes; la caja será abono en zonas verdes por ser fécula de maíz y, su *sachet* se descompondrá en agua porque será a base de almidón de yuca.

Es un batido a base de café, dirigido a aquellas personas que sufren de sobrepeso y obesidad, principalmente; así mismo, está orientado para las personas que buscan verse bien en toda la parte estética, que también requieren una salud óptima y bajar de peso. El café contiene una gran cantidad de antioxidantes y compuestos de origen natural que ayudan a regular la glucosa en la sangre, reducir la grasa y permitir la pérdida de peso constante, al igual que, a prevenir enfermedades como la depresión leve o el Parkinson.

Es un producto que no solo quiere garantizar la pérdida de peso sino también, contribuir con el medio ambiente e impulsar al caficultor nariñense ya que, el departamento de Nariño tiene 35 municipios de los 74 que se dedican al cultivo del café en Colombia, gracias a que el territorio posee todos los pisos térmicos.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de *Coffee-Shake* en la ciudad de San Juan de Pasto

Objetivos específicos

- Desarrollar un estudio de mercado que permita determinar y cuantificar las variables de demanda, oferta, precios y canales de distribución de *Weight Loss Coffee Shake* en la ciudad de San Juan de Pasto
- Elaborar un estudio técnico con el propósito de determinar y cuantificar la capacidad de producción y comercialización, la localización óptima del proyecto, la infraestructura de la planta de comercialización y los requerimientos de equipos necesarios para el desarrollo del proyecto
- Diseñar la estructura organizacional, administrativa y legal del proyecto, ideal para la puesta en marcha del proyecto
- Realizar un estudio financiero, determinando y cuantificando inversión, ingresos, costos y gastos, así como también, indicadores de rentabilidad del proyecto
- Definir criterios de evaluación económica, social y ambiental, que puedan ser generados con la ejecución del proyecto.

Metodología

Tipo de investigación

Descriptiva, también conocida como investigación estadística, que permite describir datos y, que debe causar impacto en el ambiente a describir y analizar.

Su objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (INTER, Centro Universitario Interamericano, s.f., p. 1)

Paradigma

El paradigma estipulado para la presente investigación es cuantitativo, el cual permite examinar los datos en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística (Ortiz, 2000).

La investigación se hace de una manera objetiva, porque se efectúa a través de una encuesta; es distante porque el investigador no tiene contacto directo con los encuestados; es intervenida porque el investigador le hace responder al encuestado las preguntas que él quiere y no le permite extenderse en las respuestas. (Anónimo, s.f., párr. 5)

Enfoque

Empírico-analítico, ya que permite analizar el estado de la empresa y ocuparse de los hechos que realmente acontecen.

Método

Deductivo, por cuanto

La deducción intrínseca del ser humano permite pasar de principios generales a hechos particulares. Lo anterior se traduce esencialmente en el análisis de los principios generales de un tema específico: una vez comprobado y verificado que determinado principio es válido, se procede a aplicarlo a contextos particulares. (Bernal-Torres, 2006, citado por Prieto, 2017, p. 11).

Fuentes de información y técnicas de investigación

Fuentes primarias: están constituidas por la información de primera mano que se obtiene mediante la aplicación de encuestas a los potenciales consumidores del producto.

Fuentes secundarias: en este caso, corresponde a la información que se consigue a través de entidades como la Cámara de Comercio de Pasto, el DANE, las empresas prestadoras de salud (EPS) locales y el centro de salud.

Población y Muestra

Población: está constituida por el universo de la población; esto es, las personas mayores de 18 años residentes en el municipio de Pasto, que representan un total de 13.141, lo cual se puede apreciar en la Tabla 1, a continuación:

Tabla 1
Variables sociodemográficas

Variables sociodemográficas		n	%
	Hombre	3590	27,67
	mujer	9551	72,33
Grupo de edad		4122	29,04
		4158	30,37
		3996	32,80
		865	7,79
	Total	13141	100

Fuente: Ministerio de Salud y Protección Social (2018).

Muestra

Para determinar la muestra del proyecto se tiene en cuenta la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1) e^2 + p * q * z^2}$$

...donde:

n = resultado obtenido	Tamaño de la muestra
N = Tamaño de la población	13141
p = Probabilidad de éxito	0.5

q = Probabilidad de fracaso	0.5
e = Margen de error admitido	5 %
Z = Valor tipificado	1.96

$$n = \frac{13141 * 0,5 * 0,5 * 1,96^2}{(13141 - 1) 0,05^2 + 0,5 * 0,5 * 1,96^2}$$

$$n = 373$$

Una vez realizado el cálculo de la muestra, se logró determinar que se debe realizar 373 encuestas.

Resultados o principales hallazgos

Con el estudio de mercado se logró determinar que existe un número significativo de personas que tiene sobrepeso y obesidad, así como también, enfermedades derivadas de esa patología, lo que permite deducir que hay un gran mercado potencial.

En el estudio técnico se evidencia que el sector ideal para la puesta en marcha del proyecto es el sector de Chapal; además, se resalta que, a nivel regional y nacional, existen proveedores tanto de materia prima como de maquinaria y equipo, necesarios para el proceso de producción.

Referencias

- Anónimo. (s.f.). Ejemplo de investigación cuantitativa. <https://www.buenastareas.com/ensayos/Ejemplo-De-Investigaci-n-Cuantitativa/78593470.html>
- INTER, Centro Universitario Interamericano. (s.f.). La investigación descriptiva. https://metodologiainter.weebly.com/uploads/1/9/2/6/19268119/la_investigacin_descriptiva_2.pdf
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2018). Valora tu riesgo. https://www.minsalud.gov.co/sites/valoraturiesgo/_layouts/15/estilovidasaludable/datosusuario.aspx
- Ortiz, E. Z. (2000). *Así se investiga. Pasos para hacer una investigación*. Clásicos Roxill.
- Prieto, B. J. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46), 1-27. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>