



NOMBRE DEL DOCENTE: Sissy Alexandra Yáñez Pinto

NOMBRE DE LOS INTEGRANTES: Judith Guadalupe Pérez Martínez, Andrea Guadalupe Gómez Moreno, Paola Elizabeth Maldonado Cancino, Jaime Arturo Salinas Ham

NOMBRE DEL TRABAJO: Proyecto emprendedor

CUATRIMESTRE: 9

GRUPO: "A"



COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS A 05 DE JULIO DE 2025



Vita Mix:
Naturalmente
energía

Indicé.	Pag.
1. Nombre del Negocio: Vitamix.....	1
2. Idea.....	3
3. Introducción.....	4
4. Identificación del Mercado.....	5
5. Definición del Cliente.....	6
6. Objetivos SMART.....	7
7. Descripción de la Idea de Negocio.....	8
8. Lista de Recursos Físicos y Humanos.....	9
9. Análisis Básicos.....	10
10. Cuadro de las 4 P's.....	11
11. Diagrama del Proceso Productivo.....	12
12. Conclusión.....	13

Ideas

Crear un local y servicio móvil (carrito ecológico) que ofrezca jugos 100% naturales y smoothies preparados al instante, sin añadidos, con frutas y verduras frescas, opciones veganas, sin lactosa y energéticos, enfocado en salud, sabor y sostenibilidad.

Introducción

En el corazón de Comitán, donde la rica tradición chiapaneca se fusiona con la modernidad, surge Vitamix, un emprendimiento que redefine [inserta aquí el nicho de mercado, ej. El consumo de bebidas saludables, la experiencia de bienestar integral, etc.]. No se trata simplemente de un negocio; Vitamix es una propuesta innovadora que combina la calidad de los ingredientes locales con técnicas de vanguardia, ofreciendo [describe brevemente los productos/servicios, ej. Jugos naturales orgánicos, programas de nutrición personalizados, etc.] elaborados con pasión y un profundo respeto por la cultura de nuestra región. Nuestra misión va más allá de la simple venta; buscamos promover un estilo de vida saludable y consciente, fortaleciendo la economía local y contribuyendo al bienestar de nuestra comunidad. Descubre Vitamix y descubre una nueva forma de cuidar de ti mismo.

Identificación de mercado (Segmentación):

El análisis de mercado para VitaMix en Comitán de Domínguez, Chiapas, identifica un segmento de consumidores claramente definido, caracterizado por su ubicación geográfica, perfil demográfico, valores psicográficos y patrones de comportamiento de compra. Geográficamente, la estrategia de distribución se concentra en áreas de alta densidad poblacional con un elevado índice de actividad física y conciencia de salud. Esto incluye la proximidad a instituciones educativas (escuelas y universidades), centros deportivos (gimnasios) y espacios públicos (parques urbanos), maximizando la accesibilidad y la visibilidad del producto.

Demográficamente, el público objetivo se compone principalmente de jóvenes adultos entre 15 y 30 años. Este grupo demográfico presenta una alta propensión al consumo de productos saludables y convenientes, incluyendo estudiantes, deportistas y profesionales con estilos de vida activos que buscan opciones nutritivas para complementar sus rutinas diarias. La creciente demanda de productos que promueven el bienestar físico e integral, así como la adopción de hábitos de vida saludables, representan un mercado en expansión para VitaMix.

Desde una perspectiva psicográfica, el consumidor ideal de VitaMix valora la sostenibilidad, la calidad de los ingredientes y la alineación de sus hábitos de consumo con sus valores personales. Se prioriza la adquisición de productos elaborados con ingredientes naturales, procesos de producción responsables y un impacto positivo en el medio ambiente. Este perfil de consumidor está dispuesto a invertir en productos premium que satisfagan sus necesidades de salud y bienestar, siempre que la relación calidad-precio sea competitiva.

El comportamiento de compra de este segmento se caracteriza por la búsqueda de opciones convenientes, rápidas y saludables. La accesibilidad y la rapidez en el servicio son factores determinantes, así como un precio acorde con su capacidad adquisitiva. A pesar de la sensibilidad al precio, este grupo demográfico muestra una predisposición a pagar un precio superior por productos de alta calidad, siempre que se perciba un valor añadido en términos de salud, frescura y sostenibilidad. La influencia de las redes sociales y la creciente preferencia por productos frescos y naturales representan oportunidades clave para la implementación de estrategias de marketing digital.

La combinación de una ubicación estratégica, un público objetivo bien definido y una oferta de producto alineada con las tendencias del mercado, proporciona una base sólida para el desarrollo de una estrategia comercial efectiva y la consecución de los objetivos de crecimiento de VitaMix.

DEFINIR A SU CLIENTE IDEAL EN ADELANTE:

Persona entre 18 años en adelante, activa, estudiante o deportista, preocupada por su salud y bienestar. Suele consumir alimentos naturales y orgánicos, prefiere productos sobre estilo de vida saludable y sigue redes sociales. Ejemplo: María, 21 años, estudiante universitaria, practica yoga, no consume bebidas procesadas, busca opciones económicas y ecológicas.

OBJETIVOS SMART

Los objetivos SMART para Vita Mix son: vender 100 jugos o smoothies diariamente durante el primer mes de operación; lograr un margen de ganancia mensual del 30%; y utilizar ingredientes locales para ofrecer seis combinaciones de jugos y smoothies personalizables.

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO:

Vita Mix es una propuesta fresca y juvenil y ecológica que ofrece jugos y smoothies 100% naturales, elaborados al momento, con ingredientes de temporada, opciones veganas, sin azúcar añadido, sin lactosa y bajos en calorías. Busca maximizar la salud y el consumo responsable, ofreciendo precios accesibles y fomentando la economía local.

Atiende la creciente demanda por opciones saludables en zonas urbanas, siguiendo la tendencia actual de consumo responsable y de productos frescos y naturales. El negocio se basa en un local y un servicio móvil (carrito ecológico) para llegar a un público más amplio.

LISTA DE RECURSOS FÍSICOS Y HUMANOS:

Recursos físicos:

- Licuadora industrial: \$5,000
- Refrigerador: \$3,000
- Carrito móvil (adaptado): \$4,000
- Insumos iniciales (frutas, verduras, etc.): \$1,000
- Material publicitario (volantes, redes sociales): \$500
- Local pequeño (alquiler mensual): \$2,000 (Este es un estimado, puede variar)
- Utensilios de cocina básicos: \$1,000

Recursos humanos:

- 1 Preparador de bebidas: \$4,000 mensuales
- 1 Persona para el carrito móvil (si se usa): \$3,000 mensuales (puede ser la misma persona)

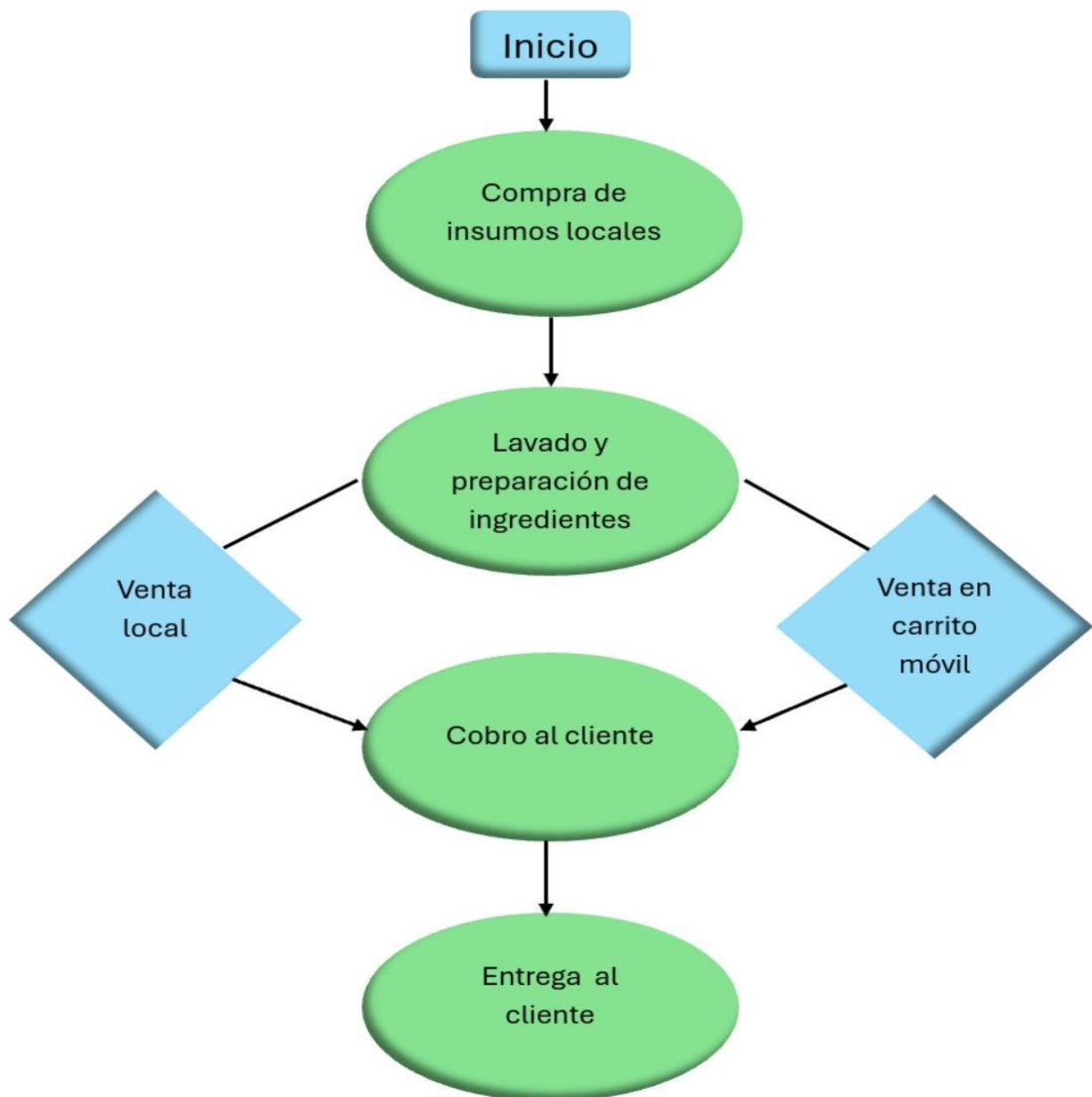
ANÁLISIS BÁSICO DEL MERCADO:

- **Competencia directa:** Dos negocios locales que venden jugos y/o smoothies en Comitán. (Necesitarías investigar y nombrarlos en un plan real). VitaMix se diferenciará ofreciendo ingredientes locales de alta calidad, opciones personalizadas y un servicio rápido y amable, tanto en el local como en el carrito móvil.
- **Competencia indirecta:** Cafeterías, tiendas de conveniencia que venden bebidas. VitaMix se diferenciará ofreciendo una opción más saludable y fresca.
- **Comportamiento del consumidor:** El público objetivo (estudiantes, deportistas y público en general) busca opciones rápidas, saludables y convenientes. Muchos utilizan redes sociales para informarse sobre nuevos negocios.
- **Tendencias:** Creciente demanda de opciones saludables y sostenibles. Popularidad del consumo de jugos y smoothies frescos.

CUADRO DE LAS 4 P'S:

Producto	Jugos y smoothies, hechos con frutas y verduras locales de temporada. Con opciones personalizadas disponibles y empaque ecológico y atractivo	Se decidió hacer el negocio porque va enfocado en las personas que se interesan en su salud y bienestar y al mismo tiempo cuidamos el medio ambiente
Precio	\$80 pesos por jugo o smoothie	Es un precio razonable por nuestro producto y servicio con 100% de calidad de productos frescos y naturales.
plaza	Local físico en una zona de alta afluencia de estudiantes y público en general, además de un carrito móvil para llegar a diferentes ubicaciones.	Para que todo el público pueda comprar y el carrito móvil son para las personas que no pueden salir de su trabajo o su casa.
Promoción	Redes sociales (Facebook, Instagram) volantes en universidades y zonas deportivas, promociones de lanzamiento	Para que todas las personas nos conozcan y puedan adquirir un producto de buena calidad.

DIAGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO:



Consideraciones adicionales:

- Gastos adicionales: Permisos, licencias, etc. (necesitarás investigar esto para Comitán).
- Marketing: Se necesita una estrategia de marketing más detallada.
- Investigación de mercado: La información anterior es una estimación. Necesitas realizar una investigación de mercado para obtener datos más precisos.

CONCLUSIÓN

Vitamix no es solo un negocio; es un compromiso con la salud, el bienestar y la comunidad de Comitán. Hemos demostrado que la calidad, la innovación y la pasión pueden combinarse para crear una experiencia única e inolvidable. Con cada producto y servicio que ofrecemos, reafirmamos nuestro compromiso con la excelencia y con el crecimiento sostenible de nuestra región. Gracias por formar parte de la historia de Vitamix, un emprendimiento que cree en el poder transformador de una vida saludable y consciente. Te invitamos a seguirnos en este viaje y a ser parte de nuestra creciente comunidad de bienestar.