

RAE

Trabajo de grado

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA ESTUDIO DE MERCADO Y ESTUDIO TÉCNICO PARA LA VIABILIDAD DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CHICHA DE MAÍZ

Autor

Carlos Salvador García, Albert Steven Rojas, Manuel Alejandro Daza Bohorquez.

Publicación

Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO U.V.D-, 2018. 57 páginas. y dos documentos anexos para el estudio financiero y el estudio de mercado.

Unidad Patrocinante

Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), Vicerrectoría Académica U.V.D.

Palabras Claves

Chicha, Comercialización, factibilidad, emprendimiento, Creación, Mercado, Viabilidad, Investigación.

Descripción

Este estudio de factibilidad para la comercialización y venta de chicha de maíz “Chicha manía” se realiza con el ánimo de observar y determinar la comercialización de este producto en la ciudad de Bogotá, Determinar si este tipo de negocio es viable en esta ciudad ya que nos hemos dado cuenta que una de las razones por las que no se ha acogido como una empresa viable es por las estigmatizaciones a las que es sometido este producto por sus mitos de preparación.

Por esto queremos ofrecer un producto y una organización capaz de preparar este producto de manera adecuada con los más altos estándares de calidad y removiendo la estigmatización de la que es víctima este producto. Sacando al mercado un producto capaz de competir y reemplazar bebidas en ocasiones especiales y por esto llegar a un mercado objetivo el cual sería comensales de restaurantes de Hoteles Que por lo general son ocupados por huéspedes extranjeros el cual no es más que nuestro cliente potencial y el cual nos permitirá reemplazar competidores con este mismo tipo de producto y lugares donde es preparado de manera

artesanal, por ende tendremos que también atacar directamente este sitio donde se comercializa este producto “Chorro de Quevedo” Ubicado en el centro de Bogotá implantando estrategias de mercado como lo son las estrategias de Guerrillas “colocar sitios de comercialización para este producto donde ya existen expendedores del mismo pero ofreciendo el plus de este tanto con la presentación como con la preparación y además de manejar un sistema de pasteurización el cual nos permitirá un tiempo mayor de conservación del producto y este a su vez conservará sus características de preparación inicial lo cual es un punto a favor del producto y su comercialización y presentación.

Fuentes

Alzate A. (2006). La chicha: entre bálsamo y veneno. Contribución al estudio del vino amarillo en la región central del Nuevo Reino de Granada, siglo XVIII. REVISTA HISTORIA Y SOCIEDAD NO. 12, MEDELLÍN, NOVIEMBRE 2006, PP. 161-190

[Anónimo. \(2016\). Los efectos nocivos del alcohol en el organismo. Mejor Con Salud, 16-17. recuperado de: https://mejorconsalud.com/efectos-que-cause-el-alcohol-en-el-organismo/](https://mejorconsalud.com/efectos-que-cause-el-alcohol-en-el-organismo/)

[Asamblea Nacional Constituyente. \(1991\). Constitución política de Colombia. Recuperado de http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf](http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf)

Código de Comercio. 1971. Recuperado de file:///C:/Users/csalyv/Downloads/Codigo%20Comercio.pdf

[El Heraldo \(2015\) Las bebidas no alcohólicas mueven \\$3,5 billones al año recuperado de https://www.elheraldo.co/economia/las-bebidas-no-alcoholicas-mueven-35-billones-al-ano-225111”](https://www.elheraldo.co/economia/las-bebidas-no-alcoholicas-mueven-35-billones-al-ano-225111)

[Escobar W.H. Marco Legal para la política Nacional de Emprendimiento. \(2013\).
Recuperado de http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento](http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento)

García A.A. (2012) Recetario Santaferense. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá: Instituto Distrital de las Artes–Idartes.

Gregorio, S. (2011). Textos de ciencias Humanas pág 194-196. Bogotá-Colombia: Universidad del Rosario.

[Indicadores Económicos \(2018\) recuperado de
https://www.dane.gov.co/index.php/indicadores-economicos](https://www.dane.gov.co/index.php/indicadores-economicos)

[Llano, María Clara, Campuzano, Marcela; La chicha una bebida fermentada a través de
la historia ICAN; colcultura.1994 Bogotá recuperado de
https://www.historiacocina.com/es/historia-de-la-chicha22/09/2017](https://www.historiacocina.com/es/historia-de-la-chicha22/09/2017)

[Patricia Fernandez.\(2015\)Organigrama de una empresa, recuperado de
https://www.gestion.org/organigrama-de-una-empresa/](https://www.gestion.org/organigrama-de-una-empresa/)

Pérez L. (2015) La Chicha Salió del Closet. Revista Nova et Vetera. Volúmen 1

Roberto Hernández Sampieri / Fernández Collado, C. /. (2014). Metodología de la Investigación 6° Edición. México D.F.: Mc Wraw Hill.

Rodríguez E. (1976). Cultivo y Utilización del Maíz. Editora Dosmil.

Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. Bilbao España: Universidad de Duesto.

VERONICA ENDO CERQUERA . (2014). *Plan de empresa para la creación de La Chichería - Produccion y comercializacion de Chicha*. Cali Colombia: Universidad Autonoma de Occidente.

MAHECHA, S. F. (2017). *Tesis; Proyecto de grado propuesta modelo de producción semi-industrial según parámetros comerciales para la producción en Bogotá de bebidas típicas colombianas chicha (vino de maíz) y agua de panela*. Bogotá: FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LOS LIBERTADORES; FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS .

Química, A. (01 de 12 de 2012). *Chicha de la tierra*. Obtenido de <http://agendaquimica.blogspot.com.co/2012/12/la-chicha-de-mi-tierra.html>20/04/2018

Contenido

En este proyecto se encuentra dividido por diferentes temas donde se toma la parte del origen del producto, pasando por el marco teórico necesidades objetivos metodologías y factibilidad del estudio de mercado.

Metodología

La metodología de esta investigación está basada en un enfoque mixto realizando una investigación tanto cualitativa como cuantitativa el cual se utilizó para determinar tanto la cantidad del posible consumo como las cualidades que el consumidor final desea para este producto.

Conclusión

El país tiene el marco legal y técnico para el emprendimiento y la formalización a través de la creación de empresas. La limitación radica en las dificultades para conseguir los recursos, ya que los bancos no prestan con facilidad y la cobertura de los planes y proyectos semilla no es muy amplia.

El estudio financiero indica una buena tasa interna de retorno, debido a que se disfruta de las bebidas alcohólicas en nuestra cultura. Además, como en muchos sectores de negocio, que se intenta rescatar los valores ancestrales y la cultura, la chicha representa un escenario ideal para el emprendimiento y la creación de industria.

Al realizar un estudio de la metodología que se utilizaría para recopilar información se observó que se tenía que hacer de una forma estructurada capaz de dejar claras y despejar dudas que nos permitieran llegar a un mercado objetivo y de qué forma se debía realizar, por esto se indagó diferentes métodos de investigación llegando a la conclusión que se debía hacer de manera mixta y utilizando como referencia el resto de metodología de investigación de Sampieri el cual nos ayudó a despejar incógnitas sobre lo que estábamos buscando en realidad para nuestro producto.

Estudiar la factibilidad y viabilidad de crear una PYME productora de chicha en la ciudad de Bogotá es una propuesta viable ya que cuenta con un gran mercado por explotar y además tiene un reconocimiento como patrimonio cultural de las raíces de nuestra ciudad y de nuestro país y ofreciendo el plus adicional de una preparación tecnificada y además de esto que se pasteuriza el producto nos dará un mayor voto de confianza de nuestros consumidores y de nuestros distribuidores los cuales ofrecerán el producto sin temor a generar problemas médicos gastrointestinales por los cuales ha sido mitificado este producto. pero para esto se necesitará de una buena inversión tanto para adquirir insumos y equipos específicos para su preparación, adicional y aún más importante la contratación de personal idóneo para la preparación y distribución del producto en sí.