

Analisis de Business Intelligence sobre la opción de negocio por redes de mercadeo de la empresa Zrii.

Estudio de Mercado

Bogota – Mayo 13 de 2014.

www.proyectagev.org

Introduccion

Gev Proyecta SAS. Como empresa de servicios profesionales especializada en Investigacion & Desarrollo y transferencia de tecnología, Realizo el presente estudio de mercado, inicialmente a solicitud de un cliente de Business Coaching de la empresa, para que analizáramos la opción de negocio que le ofrecieron de la mano de una empresa que utiliza un sistema de redes de mercadeo para colocar su producto en el mercado. Esperando recibir de nuestra empresa una recomendación final si participa o no de la opción propuesta.

GEV Proyecta SAS de manera libre y voluntaria hace publico el presente análisis, actuando desde su principio de responsabilidad social empresarial (RSE), Previendo en el impacto social que esta propuesta puede ocasionar en el mercado. No busca determinar una posición condicionada o causar perjuicios a ningún actor por tanto nuestra responsabilidad se limita a hacer publico un documento de consulta de interés general que aporte información complementaria a aquellos que como nuestro cliente buscan una recomendación.

www.proyectagev.org

Objetivos

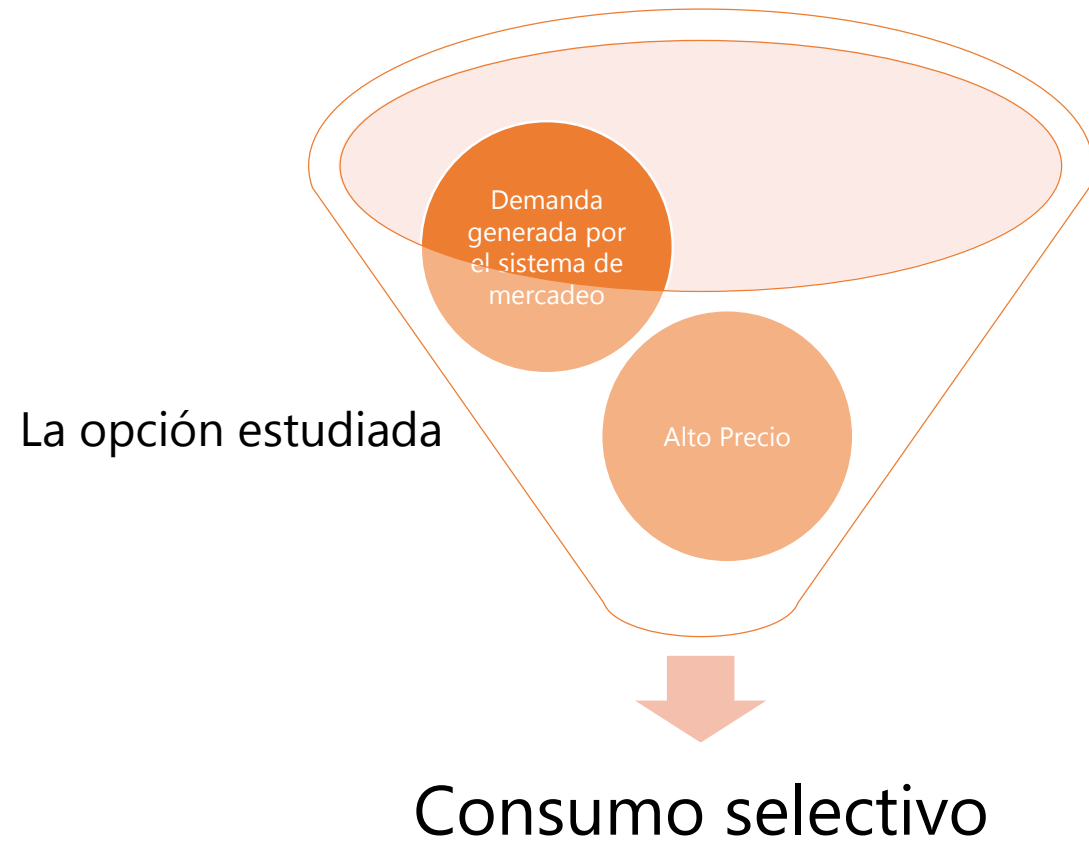
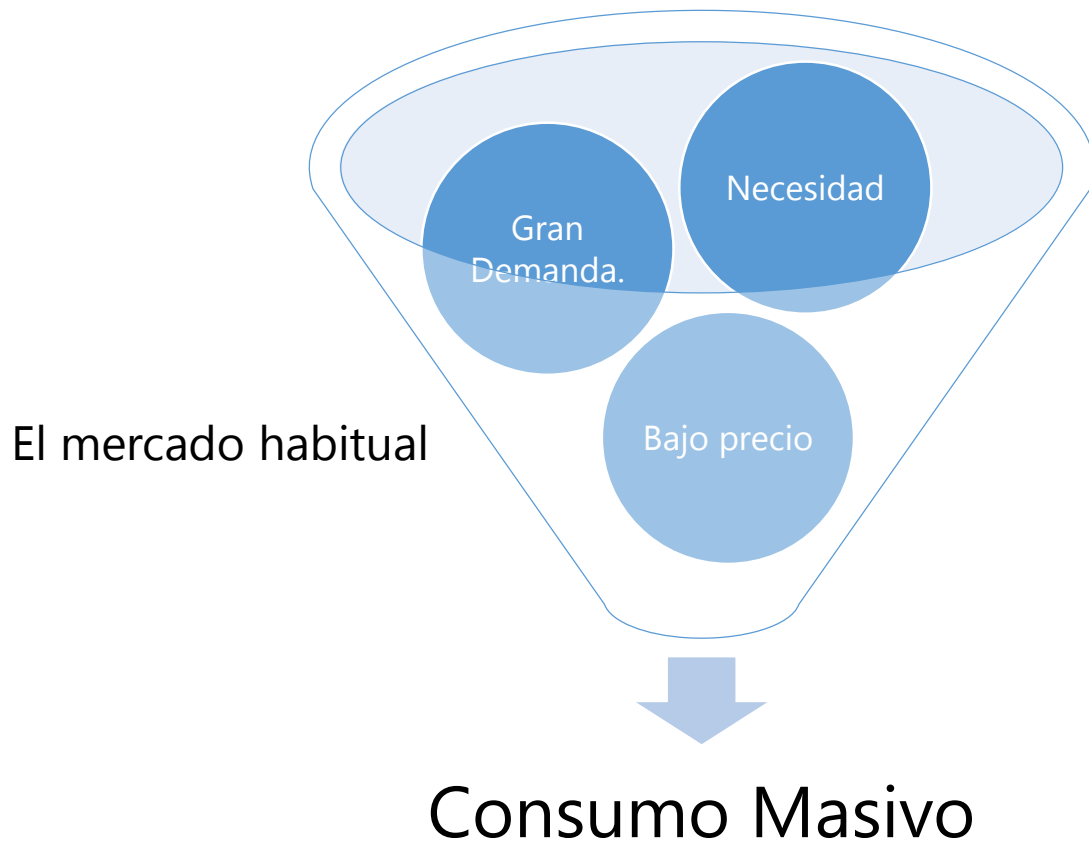
1. Estudiar la opción de negocio que nace de una compañía del sector alimentos con énfasis en consumo masivo de origen americano.
2. Analizar el efecto de la red de mercadeo sobre el mercado Colombiano.
3. Ofrecer un informe de observaciones y recomendaciones de cara al cliente. Sobre la propuesta de esta firma.

Puntos de partida

1. Las redes de mercadeo o sistemas en multinivel con énfasis en el voz a voz son una metodología lícita y comúnmente utilizada para acelerar la colocación del un producto en un mercado sobre la base de una opción de negocio para la persona que integre la red de mercadeo.
2. En las mismas existen potenciales riesgos financieros para el consumidor cuando no existe un adecuado balance de cargas que permiten el equilibrio del sistema que soporta la red.
3. Es prudente y muy conveniente antes de cualquier decisión de cara a participar en este tipo de negocios, responder a las siguiente incógnita para mitigar su propio riesgo financiero. ¿Cómo podría colapsar el sistema de valor que me están ofreciendo?

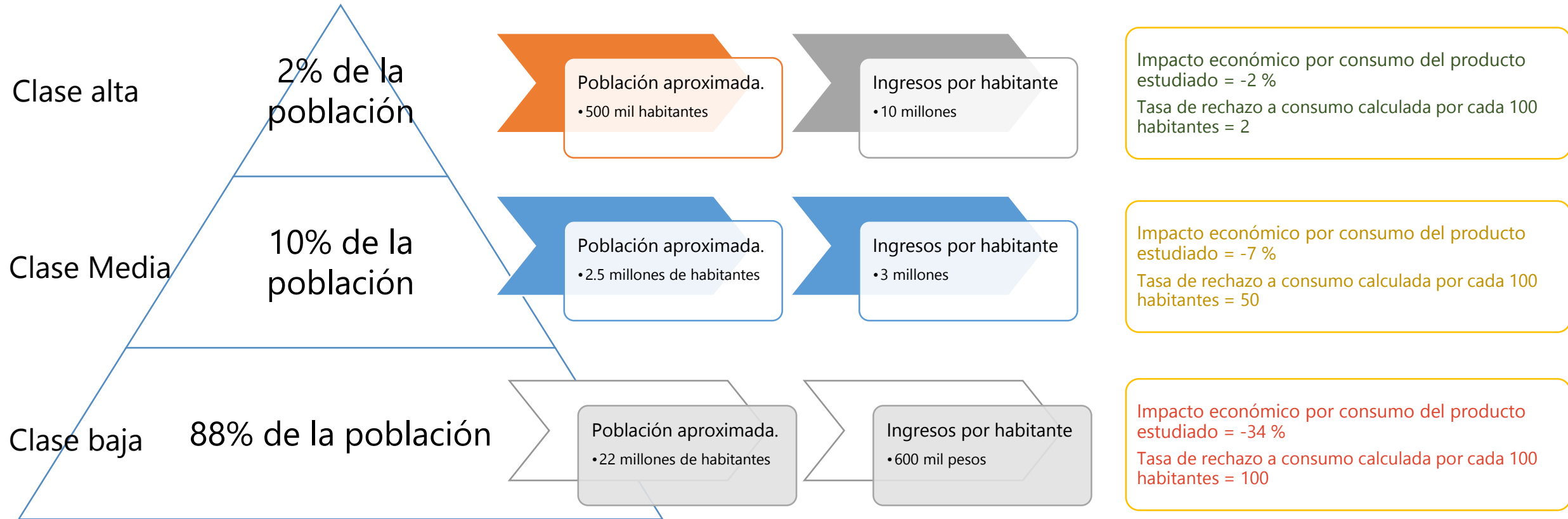
Las características del nicho de mercado

Los productos de consumo masivo deben cumplir ciertas condiciones propias de la mano de un modelo de sustentabilidad y sostenibilidad.



El mercado (Colombia)

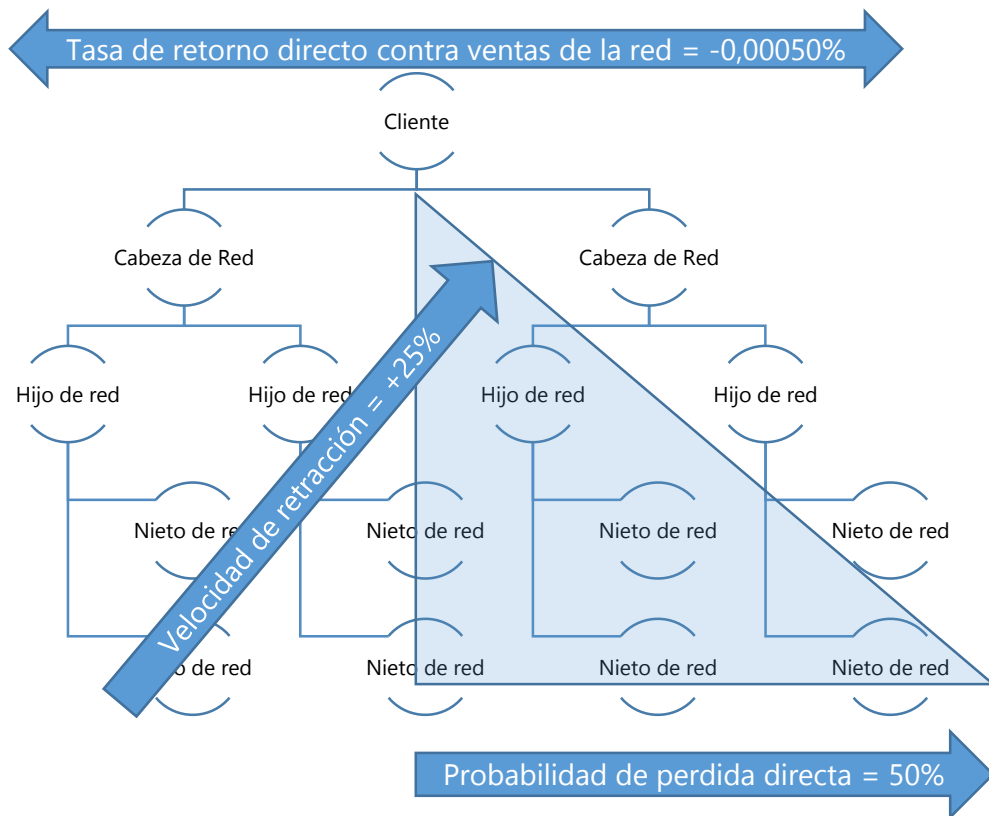
Esta es una muestra aproximada y general del mercado que existe en Colombia, (sobre datos no exactos y aproximados que aplican para el sistema estudiado.)



Los beneficios

Análisis de acuerdo con el plan de compensación y los beneficios que ofrece la empresa según el sistema de mercadeo y un breve análisis cualitativo del producto.

Sistema por modelo multinivel piramidal simple



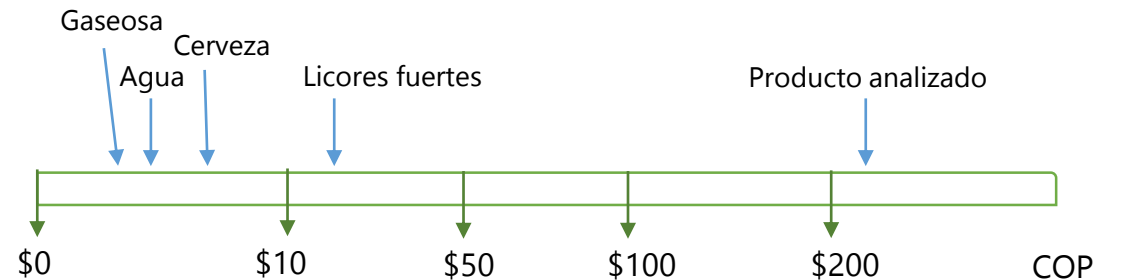
Un sistema multinivel piramidal simple, colapsa de manera precipita de acuerdo con la velocidad de retracción, salvo que el producto de consumo actúe contra una necesidad básica esencial de manera competitiva en el mercado.

Competitividad del producto = Baja

No se identifica una característica esencial dentro de la canasta básica para consumo humano. Adicionalmente

Relación costo por (ml) = 214 Pesos Colombianos

Se identifica una relación de costo por (ml) fuera de rango de mercado en la categoría de bebidas.



Análisis DOFA

FORTALEZAS

VENTA LEGAL CONTRA FACTURA

OPORTUNIDADES

MERCADO NO SATURADO

DEBILIDADES

PRODUCTO NO COMPETITIVO

SISTEMA NO SOSTENIBLE

AMENAZAS

IMPACTO SOCIAL ECONOMICO AGRABADO

EMPRESA EXTRANJERA FACILMENTE RETAIBLE

Recomendaciones

La opción no presenta ningún elemento de interés, salvo la condición que aun esta en una fase de saturación de mercado baja, lo cual permite entrar a captar unos recursos mínimos del modelo por que la mayor parte del beneficio se direcciona a la casa matriz y el efecto en la base de la pirámide del mercado es de alto impacto y por tanto las recomendaciones son:

1. No aceptar la oferta hecha, con base a la conciencia de que esta producirá un efecto masivo en forma negativa en el mercado por la poca competitividad del producto y el alto costo. Que atenta directamente sobre la sociedad Colombiana.
2. Hacer públicos los resultados del presente análisis para ofrecer un panorama DOFA a los potenciales consumidores y que exista un elemento de comunicación diferente a la oferta de mercado con la cual se incita la colocación del producto.



Agradecimientos

No definidos

Obtenga más información en www.proyectagev.org 

(Haga clic en la flecha cuando se encuentre en el modo Presentación).