

- **PROPUESTA DE VALOR**

- a. Problemas que le resolvemos a nuestros clientes.**

Kombucheck nace como una iniciativa emprendedora de un grupo de jóvenes interesados en el bienestar, la innovación alimentaria y el consumo responsable. El proyecto surge para ofrecer una alternativa de bebida saludable, natural y sostenible, ya que tras un proceso inicial de investigación y experimentación con kombucha hemos concluido que existe una creciente demanda de alternativas saludables a las bebidas tradicionales azucaradas y procesadas.

Ante esta problemática, cada vez más personas buscan opciones más saludables que permitan tener un estilo de vida sano sin renunciar a las bebidas de supermercado. Sin embargo, muchas de las alternativas disponibles a día de hoy en el mercado tienen precios elevados o sabores bastante artificiales que no gustan al público que prioriza lo natural y artesanal.

De ese punto de partida, el equipo decidió desarrollar una **kombucha** artesanal de alta calidad. Para garantizar un producto seguro, estable y elaborado de alta calidad, KombuChek realiza su producción en colaboración con [Mucha Kombucha](#), una empresa del País Vasco especializada en la fermentación artesanal de bebidas probióticas. Su planta de elaboración situada en un entorno natural y adaptada a las normas sanitarias actúa como intermediaria en la producción de los lotes de KombuChek. Apostando por ingredientes locales y procesos naturales de fermentación. Esta idea no solo responde a criterios de calidad y frescura, sino también a un compromiso firme con la sostenibilidad, el desarrollo local y la producción responsable. Con eso se optó por envases de vidrio retornable, contribuyendo así a la reducción de residuos y al fomento de hábitos de consumo más sostenibles.

La producción sigue un proceso artesanal, pero con control técnico y seguimiento continuo para asegurar que cada botella mantenga el equilibrio perfecto entre sabor, carbonatación natural y calidad probiótica. **Proceso de producción:**

- 1. Preparación del té base:**

En las instalaciones de Mucha Kombucha se prepara el té base que dará origen a la fermentación, el proceso consiste en: Calentar agua filtrada, infusionar té negro o verde de calidad seleccionada por KombuChek, añadir azúcar orgánico, que servirá de alimento para el SCOBY, la mezcla se deja enfriar a temperatura ambiente antes de continuar.

Kombuchek, ha surgido como una respuesta a la siguiente necesidad: una bebida probiótica, artesanal, saludable y sostenible, que combina los beneficios de una kombucha normal, con sabores innovadores elaborados con ingredientes naturales y locales. De este modo, resolvemos la falta de opciones saludables, sostenibles y accesibles dentro del sector de esta bebida (fermentadas) ofreciendo una alternativa más real al consumidor.

b. Carácter novedoso de KombuCheck

El carácter novedoso de **Kombuchek**, está en su enfoque integral: combina salud, sostenibilidad y sabor. Utiliza ingredientes locales de km0, fomenta la economía circular usando envases de vidrio reutilizables y ofrece sabores únicos que mezclan frutas, hierbas y especias poco comunes en el mercado español, como la mandarina, curcuma, menta, arándanos, lavanda,... Además, tiene tecnología integrada y control de su proceso de fermentación para garantizar una bebida equilibrada y segura

Pero quizá la parte más distinta del proyecto está en su componente social. Desde el principio se integró la iniciativa “**KombuChicas**”, que tiene el objetivo de apoyar el emprendimiento femenino mediante talleres, colaboraciones y visibilización de proyectos. Y por su presencia digital y el marketing moderno con estrategias basadas en redes sociales y marketing viral, con el objetivo de conectar aún más con el cliente.

Esto convierte a KombuCheck en algo más que una bebida: se transforma en una marca que quiere aportar algo a la comunidad y no quedarse solo en lo económico. Esta parte social diferencia mucho al proyecto de otras bebidas saludables que se centran únicamente en el producto.

c. Factores destacables de la propuesta de valor para nuestro cliente o segmento de clientes.

El proyecto también atiende una demanda emocional y social: consumidores jóvenes que buscan marcas auténticas, cercanas y coherentes con sus valores. Kombuchek aporta una propuesta fresca, honesta y alineada con una cultura de bienestar, sostenibilidad y conexión con lo local.

En conjunto, la marca responde a tres necesidades clave del consumidor actual:

- **Salud y bienestar real**, a través de un producto natural y funcional.
- **Consumo sostenible y responsable**, mediante prácticas que reducen el impacto ambiental y apoyan a proveedores locales.
- **Identificación con marcas auténticas**, que transmiten transparencia, valores y un estilo de vida positivo.

Otro aspecto que aporta novedad es la forma de controlar la fermentación. Aunque la kombucha es un producto artesanal, no se deja todo al azar. La producción incluye un sistema de seguimiento que ayuda a asegurar que la bebida salga equilibrada, sin excesos y con un nivel estable de probióticos. Esto combina lo mejor del mundo artesanal con un toque de tecnología que da seguridad al consumidor.

La manera de comunicar también forma parte de su carácter novedoso. La marca apuesta por un estilo sencillo, directo y cercano, aprovechando sobre todo redes sociales y contenido práctico. No se trata solo de vender, sino de crear un ambiente alrededor del producto: explicar cómo se hace, mostrar colaboraciones locales, hablar de salud real y enseñar qué hay detrás de la marca. Eso conecta especialmente con un público joven que busca marcas auténticas y transparentes.

Por último, todo el proyecto tiene coherencia: ingredientes locales, envases retornables, sabores originales, control del proceso y una iniciativa social integrada desde el inicio. No son decisiones sueltas, sino una idea común que da forma a la propuesta. Esa unión entre salud, sostenibilidad, creatividad y compromiso social es lo que realmente dota a KombuChek de un carácter novedoso y diferente a lo que se suele ver en el sector.

En resumen, KombuChek no innova solo por tener un producto nuevo, sino por la manera completa en la que entiende lo que significa crear una marca responsable y cercana a las personas.

Definición y dimensiones del producto/servicio

La producción de la KombuChek sigue un proceso artesanal, pero con control técnico y seguimiento continuo, su preparación se elabora a partir de té, azúcar y un conjunto de bacterias y levaduras el cual se le conoce como SCOBY.

Proceso de producción:

1. Selección de ingredientes: Ella elige ingredientes locales de calidad: tés naturales, frutas frescas, hierbas aromáticas y azúcar orgánico. Todo se obtiene de proveedores comprometidos con prácticas sostenibles.

2. Preparación del té base: Se calienta agua a temperatura controlada, se infunde té negro, verde o mezclas según el sabor, se añade azúcar orgánico, que servirá como alimento para el SCOBY durante la fermentación.

3. Primera fermentación: Una vez frío el té, se mezcla con el SCOBY (cultivo simbiótico de bacterias y levaduras) y una parte de kombucha ya fermentada.

La mezcla se coloca en recipientes de vidrio o acero inoxidable, se deja fermentar entre 7 y 14 días a temperatura ambiente controlada. Durante este tiempo, las levaduras transforman parte del azúcar en alcohol y las bacterias convierten ese alcohol en ácidos orgánicos y probióticos. Donde se monitoriza: El PH, el nivel de azúcar, la carbonatación natural y la atraktividad del aroma y sabor.

KombuChek tiene un sistema de seguimiento del proceso de fermentación, lo cual permite asegurar un sabor equilibrado y una bebida segura.

4. Segunda fermentación y creación de sabores: Una vez la base está lista, se añaden frutas, especias o extractos naturales para crear los sabores propios de KombuChek (mandarina, cúrcuma, arándanos, menta, lavanda, etc.). Las botellas se cierran y comienzan una segunda fermentación de 2 a 5 días, lo que genera la efervescencia natural.

5. Filtrado, estabilización y control sanitario: Cada lote pasa por: Control organoléptico (sabor, olor, textura); Análisis microbiológicos en laboratorio externo; Verificación de que el producto

es apto y seguro. Esto es fundamental, por la presencia de laboratorios externos para certificar la seguridad y la calidad de los productos.

6. Envasado sostenible: Botellas de vidrio retornable, higienizadas previamente; Etiquetas artesanales con identidad visual de la marca. Donde se realiza manualmente o con ayuda de máquinas semiautomáticas.

7. Almacenamiento y distribución: Las botellas se almacenan en un espacio refrigerado hasta su distribución.

Ingredientes base por cada 10 litros de kombucha

- Té negro o verde: 40–60 g
- Agua filtrada: 10 L
- Azúcar orgánico: 800 g – 1 kg
- SCOBY: 1 unidad madura
- Starter (kombucha previa): 1 L

Ingredientes naturales para sabores por cada litro:

- Fruta fresca triturada o en trozos: 50–150 g
- Especies naturales (jengibre, cúrcuma, lavanda): 2–5 g
- Hierbas aromáticas (menta, hierbabuena): 3–8 hojas
- Extractos naturales: 5–10 ml cuando se prefieren sabores más suaves

Esta bebida se caracteriza por su sabor un poco ácido y efervescente, y se destaca por sus beneficios orientados para el mantenimiento de una salud digestiva excelente además favorece a un fortalecimiento del sistema inmune del cuerpo, además de usar productos km0, locales y sin conservantes.

Los productos/servicios se consideran que son, en su esencia, satisfactores de necesidades y deseos y, además, se pueden distinguir varias dimensiones del producto en los cuales en Kombuchek será:

- Producto básico: El cual debe satisfacer la función básica y principal del producto/servicio, es decir, en el caso de kombuchek beber.
- Producto ampliado: El artículo/servicio debe satisfacer las necesidades del producto básico y necesidades accesorias además de las estéticas, como el packaging atractivo y limpio o también las propiedades probióticas de la kombucha. La kombucha de kombuchek cumple todas ellas.

- Producto total: Este tipo de productos satisface todas las necesidades anteriores y además las de expresión individual, como puede ser con los consumidores de kombucha, representando un estilo de vida saludable y la kombucha cumple con todas las dimensiones del producto por lo que en resumen será un producto total.

DAFO

<u>FORTALEZAS</u> - Producto saludable, natural y artesanal. -Ingredientes locales. -Variedad de sabores únicos. -Gran compromiso social y medioambiental.	<u>DEBILIDADES</u> -Costes de producción más elevados por el uso de materias primas de calidad. -Marca nueva con poca notoriedad en el mercado. -Vida útil del producto limitada, debido a la naturaleza fermentada.
<u>OPORTUNIDADES</u> -Interés creciente por productos ecológicos y responsables. -Aumento del consumo consciente y responsable. -Posibilidad de alianzas con gimnasios, tiendas ecológicas,...	<u>AMENAZAS</u> -Riesgo de imitación de sabores o estrategias por parte de los competidores -Cambios de regulaciones sanitarias de bebidas fermentadas

La marca

La razón social de la empresa es “KombuChek”, su nombre se produce tras la mezcla de dos elementos: la palabra “Kombucha”, que es el producto que se comercializa, y la palabra “TeamChek”, que es la razón social de la empresa.

Cuenta con un slogan “¡Burbujas que hacen reir!”, que nace a partir de la creación de la idea empresarial, ya que esta tiene sus inicios en la casa de uno de los fundadores y el proceso, para todos ellos, fue divertido y lleno de risas.

La identidad corporativa de KombuChek es la siguiente:

- LOGOTIPO.

La imagen corporativa de KombuChek consta de un imagotipo creado con dos tipos diferentes de tipografías.

Diferentes tipografías.



También, la marca cuenta con un isotipo y una variable, que se usarán en envases, merch, facturas, uniformes, entre otros.

-

	
ENVASE DE PRODUCTO	ETIQUETA DEL ENVASE

- IMAGEN VISUAL

Análisis externo

Análisis de macroentorno (PESTEL)

El análisis PESTEL se utiliza para hacer un seguimiento del entorno general que afecta a la empresa. A continuación este es el análisis PESTEL de la empresa KombuChek.

POLÍTICAS	ECONÓMICAS	SOCIALES
-----------	------------	----------

<ul style="list-style-type: none"> - Regulaciones acerca de productos fermentados y bebidas nutritivas. - Subvenciones o respaldos del gobierno para emprendedores, en particular para las mujeres migrantes. - La estabilidad gubernamental en España y la afiliación a la Unión Europea. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento en la necesidad de productos funcionales y saludables en España. - Tomar en cuenta el perfil financiero de los consumidores de bienestar, quienes suelen destinar más recursos a la salud. - Las variaciones en los costos de los ingredientes requeridos para elaborar kombucha podrían impactar en los gastos y los márgenes de beneficio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento del interés por hábitos de vida saludables, alimentación y forma física. - La vivencia de ser inmigrante para proporcionar sabores singulares o mezclas inspiradas en su cultura. - Incremento del interés por productos locales y hechos a mano, lo que podría favorecer a la compañía si se establece como una alternativa genuina.
TECNOLÓGICO	ECOLÓGICAS	LEGALES
<ul style="list-style-type: none"> - Incremento del comercio electrónico, que facilita la venta directa al cliente mediante una tienda en línea. - Oportunidad de elaborar nuevas recetas de kombucha que capten la atención de los aficionados al fitness. - El valor de las redes sociales y el marketing digital para llegar a la audiencia meta, generando campañas concretas que destaquen las ventajas de la kombucha para la salud. 	<ul style="list-style-type: none"> - El aumento de la inquietud por el medio ambiente puede incidir en la selección de recipientes biodegradables o reciclables. - Oportunidad de resaltar la utilización de ingredientes autóctonos y técnicas de fabricación sustentables. - Adquirir certificaciones de bienes ecológicos o de comercio equitativo, lo que podría incrementar la confianza del consumidor y la percepción de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acatamiento de normativas de rotulación y promoción para bebidas fermentadas. - Requisito de asegurar la claridad en los componentes y ventajas para la salud, lo que resulta esencial en el sector de la salud. - Evaluar la opción de documentar la marca y las recetas únicas de kombucha para salvaguardar la identidad y la singularidad en el mercado.

Análisis externos (F. Porter)

Estas son las Fuerzas de Porter y cómo interactúan en nuestra empresa:

- Amenaza de nuevos entrantes:

La barrera de entrada dentro de este sector es moderada. La producción de kombucha puede parecer simple, pero se necesita conocimientos sobre la fermentación y las regulaciones sobre la salud, en general. En cuanto a la inversión inicial, aunque es baja para fábricas pequeñas (como lo es inicialmente KombuChek) en un futuro, cuando la empresa empiece a escalar dentro del mercado, necesitará invertir en equipo y mercadeo.

- Poder de los proveedores:

La cantidad de los proveedores para la creación de kombucha es moderada. La empresa necesita proveedores para los ingredientes, como té, azúcar y frutos o hierbas que se utilizan para la producción de sabores. Dentro de este mercado, pocos son los proveedores aumentan su poder, por lo tanto, hay alternativas, como otros ingredientes del té o sabores para la kombucha.

- Poder de los compradores:

Las opciones de elección dentro del mercado son muchas. Los compradores pueden elegir otras compañías de Kombucha o consumir otro tipo de bebida saludable. La empresa debe trabajar la parte de la fidelización, ya que al tener muchas opciones, la fidelización a la marca es baja. Siendo el sector de bebidas, un mercado saturado, los compradores pueden cambiar de marca fácilmente.

- Amenaza de productos sustitutivos:

Actualmente, la competencia dentro del mercado de bebidas es alta. Hay muchas bebidas fermentadas, refrescos, jugos saludables y agua con sabor a ser un reemplazo. Hablando específicamente de la kombucha, existen marcas ya posicionadas que hoy en día lideran el mercado. Un ejemplo de esto es Komvida.

- Rivalidad entre competidores:

El número de competidores que abarca el sector es creciente. Por lo tanto, la empresa de KombuChek, apostará por la diferenciación, ya que creará sabores que aún no están en comercialización, así, aumentando la posibilidad de crecer en el mercado competidor.

Análisis del microentorno.

Estructura y naturaleza del mercado.

- Tipo de mercado:

La competencia es de monopolio, en el que en el mercado de la Kombucha hay varios productores, desde grandes marcas hasta pequeños negocios artesanales, en los que cada uno ofrece diferentes productos.

- Número de competidores:

Hay bastante diversidad, desde las grandes marcas como GT's Living Foods hasta las pequeñas cervecerías que fabrican lotes limitados.

- Características del producto:

Producto muy diferenciado, la kombucha puede tener muchos sabores y estilos, como las opciones orgánicas, con poco azúcar, o con vitaminas y hierbas.

- Barreras de entrada:

Son más moderadas, el inicio de un negocio de kombucha exige unos conocimientos y unas regulaciones de seguridad sobre la fermentación, pero en general no hay tantos obstáculos como en otras industrias más exigentes.

- Capacidad de mercado:

Hay un impacto en los precios, las grandes marcas pueden fijar precios, pero la competencia de los productores más pequeños puede limitar su poder. Los consumidores normalmente están dispuestos a pagar más por productos artesanales de buena calidad, lo que permite a los pequeños productores ser competitivos en precios.

- Comportamiento del consumidor:

La reacción a tendencias en salud aumenta la demanda de Kombucha por la creciente toma de conciencia de los beneficios para la salud que tiene el producto. La gente busca alternativas más saludables que las gaseosas, energéticas y otras bebidas azucaradas.

- Interacción entre oferta y demanda:

La oferta de kombucha está aumentando para atender la demanda, ya que ahora tiene más marcas y sabores disponibles.

- Previsiones futuras:

Se espera que el mercado de Kombucha siga creciendo, impulsado por la innovación en sabores y la expansión de nuevos mercados emergentes. Las empresas que se adapten a las preferencias de los consumidores y ofrezcan productos de alta calidad tendrán más posibilidades de éxito en este mercado. (OpenAi, comunicación personal, 4 de noviembre 2024)

