

**CREACION DE UNA HELADERIA EN LA CIUDAD DE MONTERIA
DEPARTAMENTO DE CORDOBA- COLOMBIA**

**LODIS GAVIRIA CORDERO
DIANA FERNANDEZ RUIZ
CHAVELYS GARCES TIRADO**

**TUTOR
LUIS ZUÑIGA**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
“CUN”
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESA
ESCUELA DE CIENCIA ADMINISTRATIVA
MONTERIA
2018**

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCION	4
1.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3.	JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.4.	OBJETIVOS.....	8
1.4.1.	Objetivo general	8
1.4.2.	Objetivos específicos.....	8
2.	MARCO REFENCIAL.....	9
2.1.	MARCO TEÓRICO.....	9
2.2.	MARCO CONCEPTUAL.....	13
2.3.	MARCO TEMPORAL.....	14
2.4.	MARCO ESPACIAL	14
2.5.	DISEÑO METODOLÓGICO	14
2.5.1.	Método de recolección de información	15
2.5.2.	Fuentes de información primaria.....	15
2.5.3.	Fuente de información secundarias	15
2.5.4.	Población, universo & muestra.....	15
3.	ANALISIS DE LA INFORMACION	17
3.1.	Estudio Naturaleza Del Proyecto	17

3.2.	Estudio de mercado	19
3.3.	Análisis del mercado.	24
3.3.1.	Análisis de la competencia.	24
BIBLIOGRAFÍA		26

1. INTRODUCCION

La historia empresarial del mundo, se puede determinar que los países que han llegado más lejos son aquellos que han entendido que la única forma de hacerlo ha sido con el emprendimiento, estas empresas tienen una capacidad de crecimiento y desarrollo económico respaldado con políticas de creación de empresas (Rosario, 2009).

Si bien la industria en los últimos años ha ido creciendo en términos positivos, Colombia es un país donde aún falta mucho por hacer, pues su cultura ve este producto simplemente como un postre, ignorando todas las propiedades alimenticias que posee y, contradictoriamente en un país tropical como este, su consumo se reduce a momentos de esparcimiento y diversión, ubicándose, así como uno de los más bajos de la región (Vila, 2012).

Siguiendo este mismo orden de ideas, al realizar la creación de una empresa legalmente constituida con proyección competitiva y perdurable en el tiempo, se generara un aporte al crecimiento y desarrollo de la región, por lo tanto como estudiante de Administración de Empresas de la universidad de la CUN, se tomó la decisión de incursionar como empresaria y realizar un plan de negocio en el sector de Heladería en la ciudad de Montería Córdoba aprovechando la dinámica del mercado en este tipo de bien de consumo y la participación en la Unidad de Emprendimiento del Fondo emprender.

Teniendo en cuenta este panorama, este proyecto busca investigar la viabilidad y aceptación que tendría en el mercado, una propuesta de helados, como una alternativa al consumo tradicional de este producto, desdibujando así el paradigma de percibir el helado como una golosina para convertirse en un alimento nutritivo y saludable.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad en la Ciudad de Montería, las personas dado sus ocupaciones desarrollan sus vidas aceleradamente, es por esto que buscan productos con tiempos de preparación y entrega cortos, pero que a su vez estos sean nutritivos, de calidad y ofrezcan una fuente de energía inmediata.

Así mismo, en la ciudad de Montería cada vez más crece la tendencia de la personalización de los productos en la que las personas determinan las características de los productos según los intereses, gustos y necesidades de las personas, debido a los grandes beneficios que tienen estos helados, para la comunidad del departamento de Córdoba.

Cabe destacar, que el modelo de negocio en la creación de una heladería en la ciudad de Montería-Córdoba, permite que los clientes tengan un producto personalizado, es decir una bebida a la carta, donde elijan sus preferencias o ingredientes según sus intereses, gustos y necesidades.

Ahora bien, los grandes problemas de industrias y comercialización de algunos alimentos que son perjudicial para el consumo de algunas personas debido algunas afectaciones o problemas de salud.

Además, la heladería contará con grandes beneficios para la ciudad de Montería, donde se pueda pasar una tarde, noche, mañana, agradable en familia y compartir de los grandes helados saludables y nutritivos, teniendo muy en cuenta el tipo de ambiente donde estará la localización de la heladería.

También es de gran magnitud considerar las causas y consecuencias de la empresa de helados tentaciones Helena, debido algunas limitaciones que se les presenten a los ciudadanos, debido al costo del producto y eso puede interferir en el proceso de ingreso de la empresa, el cual puede afectar su consumo, en el daño material y químico del producto.

En este mismo orden de ideas, es de gran importancia resultar la evolución que han tenido las grandes industrias de cadenas de heladerías en nuestro departamento, el consumo de helados es cada vez mayor debido especialmente a la disminución de la estacionalidad de su consumo, aunque las ventas se sigan concentrando cada día más por el buen servicio de los helados para la comunidad Monteriana.

Teniendo en cuenta los siguientes planteamientos, con este proyecto de investigación, se busca contribuirle al proceso de formación académica y de investigación de la CUN para una mejor visión en los procesos de formación humanística y profesional.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál será el Plan de Negocio apropiado para la creación de una heladería en la ciudad de Montería- Córdoba?

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La difícil situación económica que afronta nuestro país permite que se planteen Alternativas para generar fuentes de empleo mediante la creación de empresas, Las cuales aporten con el desarrollo del país (Rios, 2009).

Este proyecto se realiza con el fin de crear una empresa de helado que se dedicará a la elaboración de toda clase de helados y se preocupa por prestar la mejor atención y el mejor servicio a los clientes, además una buena visión y un buen tiempo de recreación y de ocio.

Se sabe que el helado tiene un gran consumo en la ciudad de Montería_ Córdoba, puesto que lo consumen los niños, los jóvenes y los adultos, el consumo de helado es general y de agrado para la comunidad puesto que satisface la sed y tiene un alto nivel nutricional.

Helados tentaciones Helena, quiere satisfacer cada una de las necesidades de la comunidad de este sector Monteriana, les ofrecemos un producto de muy buena calidad y sobre todo muy delicioso donde toda la comunidad que desee pueda consumirlo, los precios son cómodos y al alcance del cliente.

Dada las circunstancias actuales y la necesidad de ofrecer excelentes productos y la mejor atención al público se crea esta nueva propuesta que salga de lo tradicional y lo informal para lograr impactar y crecer en el mercado.

El objetivo principal de realizar esta investigación se concentra en la posibilidad de diseñar una empresa de helados, basado en un nuevo producto saludable, que sea consecuente a las exigencias de los consumidores, para así establecer un mercado objetivo y obtener rentabilidad de la misma. Además, mediante esta empresa, se desea evaluar la posibilidad de la creación de una nueva empresa de helados tentaciones Helena en Montería, para brindarle un buen servicio a la comunidad.

En este mismo orden de ideas, helados tentaciones helena, desea prestar un excelente producto y/o servicio y la mejor atención, puesto que los clientes son una parte fundamental en el mercado y el producto es de agrado para toda la comunidad. Dada las circunstancias actuales y la necesidad de ofrecer excelentes productos y la mejor atención al público se crea esta nueva propuesta que salga de lo tradicional y lo informal para lograr impactar y crecer en el mercado.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Elaborar un Proyecto para la creación de una heladería, la cual satisfaga las necesidades del mercado de personas que gusten saborear un delicioso y excelente helado.

Objetivos específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercados que permita el conocimiento competitivo en el sector en el que desarrollará actividades de la heladería
- ❖ Diseñar las características técnicas, operacionales y administrativas en el proceso de prestación de servicios más adecuada para el funcionamiento de una heladería en la ciudad de Montería- Córdoba
- ❖ Elaborar los estados financieros que reflejen la situación a futuro de una heladería en la ciudad de Montería

2. MARCO REFENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

Según Balestrini (2002) el marco teórico es "el resultado de la selección de aquellos aspectos más relacionados del cuerpo teórico epistemológico que se asume, referidos al tema específico elegido para su estudio". (p.91).

Así mismo, el marco teórico, a un nivel más específico y concreto, contiene la ubicación contextual del problema en una determinada situación histórico social, sus relaciones con otros hechos o problemas, las vinculación de los resultados por obtener con otros hechos o problemas, las vinculaciones de los resultados por obtener con otros ya conseguidos; pero además, las definiciones de nuevos conceptos, reformulaciones de otros clasificaciones, tipologías por usar.

En primer lugar se tiene que, en agosto de 2009, fue presentado en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables en la universidad la Salle, el trabajo especial de grado titulado, **Plan de negocios para la creación de una heladería y postrería en el Municipio de Mosquera Cundinamarca hela postres rossmy**, por Ríos, Silva, como requisito para optar el título de Administradora de Empresas.

. (Silva, 2009, P.13) .El presente plan de negocio evalúa la creación de la empresa Helados y postres Rossmly en el Municipio de Mosquera Cundinamarca, con unas características altas en competitividad y sostenibilidad, este proyecto tendrá como actividad económica la preparación y servicio a la mesa de comidas preparadas; el concepto de negocio consiste en ofrecer postres, galletas y helados al paladar de las familias lugareñas y visitantes del Municipio, como servicio complementario en su alimentación cotidiana y especialmente los fines de semana en familia.

La heladería y Postraría que lleva como nombre Helados y postres Rossmly, ofrecerá productos y servicios gastronómicos provenientes de antiguas costumbres babilonias, de la mejor calidad, proporcionando a nuestros clientes una experiencia excepcional acompañada del mejor servicio. La creación de la heladería y Postraría pretende contribuir con el bienestar de la comunidad, con la generación de empleo en el Municipio eje fundamental del crecimiento social y económico en este sentido la empresa incluirá dentro de sus trabajadores madres soltera cabeza de familia.

De acuerdo con la investigación se encontró una gran oportunidad de clientes dados los resultados de la encuesta en cuanto a la baja demanda que actualmente presenta el Municipio frente a este tipo de establecimientos y el creciente número de proyectos de vivienda estratos 4 y 5.

Ahora bien, la creación de la heladería y Postraría pretende contribuir con el bienestar de la comunidad, con la generación de empleo en el Municipio eje fundamental del crecimiento social y económico

También se consultó el trabajo especial de grado, en noviembre de 2016, fue presentado por Valarezo, Valarezo. Sonia Patricia, como requisito para optar el título de ingeniera en Administración de Empresas, dictado en la Universidad Nacional de Loja, titulado **Factibilidad para la creación de una empresa Productora y Comercializadora de helados de frutas y verduras, en la Ciudad de Cata mayo.**

(Valarezo, Valarezo 2016, P.2) .El Presente trabajo, de investigación se realizó con el propósito de efectuar un “proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados de frutas y verduras, en la ciudad de cata mayo”, busca ofrecer un producto de calidad, con un alto valor nutritivo, a un bajo costo y de igual manera

aprovechar las oportunidades de negocios y desarrollo empresarial dentro del mercado, que aún no han sido exploradas.

El estudio parte de una revisión de literatura, para la compilación de la información la técnica de la encuesta, aplicada a los consumidores por familias de la ciudad de Catamayo, así como también a los productores de helados respectivamente, de los cuales se recabó información referente a la demanda existente.

Dentro de los resultados obtenidos en el estudio de mercado, el cual se realizó mediante encuestas aplicadas tanto a demandantes como oferentes, permitió realizar un análisis de la oferta y demanda, por lo tanto, se determinó que para el primer año existe una demanda efectiva de 77% de helados de frutas y verduras y una oferta de 20.635,00 de esta manera se obtiene que la demanda insatisfecha es de 658.518,00 helados de frutas y verduras para el primer año.

Luego se desarrolló el estudio técnico en donde se presenta el tamaño de la lanta en relación a su capacidad instalada de la empresa para la elaboración de helados de frutas y verduras y la capacidad utilizada, se definió su macro y micro localización. La empresa se ubicará en la ciudad de Catamayo, en el barrio las Canoas, considerado como eje comercial, constituye un sector estratégico y accesible para que la ciudadanía pueda adquirir el producto.

Por otra parte el autor del presente proyecto, busca ofrecer un producto de calidad, con un alto valor nutritivo, a un bajo costo y de igual manera aprovechar las oportunidades de negocios y desarrollo empresarial dentro del mercado, que aún no han sido exploradas.

Siguiendo este mismo lineamiento de investigación y consulta se encontró el trabajo especial de grado titulado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una fábrica de helados de salcedo**, presentado en junio de 2007, por Cevallos, Patricia, en la Facultad de Ingeniería de la Universidad escuela politécnica del ejército, requisito para optar el título de Ingeniera Comercial.

(Cevallos, 2007, P.160). De acuerdo a los resultados de las encuestas se tiene que el helado con mayor venta y posicionamiento en el Centro del País son los Helados Pingüino, y en segundo lugar se hallan los Helados Galato con un 27.87%, los Helados de Salcedo apenas se venden en un 1.64%.

Un 95.08% de la muestra encuestada si conoce de la existencia de los Helados de salcedo, y el 4.92% de los distribuidores de Helados en el centro del país no lo conocen, de los distribuidores y vendedores de Helados de Salcedo, lo hacen en un 50% por el sabor del helado y el otro 50% debido a otros factores.

El 74.59% de la muestra no adquiere y vende Helados de Salcedo porque son distribuidores exclusivos de marcas grandes como Helados Pingüino y Galato. El 13.11% no tienen contactos con fabricantes de Helados de Salcedo por esa razón no han podido adquirirlos.

Quienes adquirirían los helados de salcedo para su venta y distribución lo realizarán bajo dos factores importantes el sabor y la variedad de sabores. El proyecto de inversión es factible de ejecución de acuerdo a los indicadores de evaluación

Cabe destacar, en primer lugar que los Helados Pingüino son una, y en segundo lugar se hallan los Helados Galato con un 27.87%, los Helados de Salcedo apenas se venden en un porcentaje muy alto, lo que significa una prestación de servicio ideal y un producto de alta calidad.

2.2.MARCO CONCEPTUAL

Se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada. (Montealegre M. 2008).

Producto: es cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad (Martínez , Ubago, 2006).

Administración: es el conjuntos humanos que permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo", a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr" (Jiménez , Castro, 2009).

Mercado: es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: el mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su preciado (Bonta, Farber, 2010).

Emprendimiento: es el conjunto de características que determinan el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, siendo el ser humano el principal pilar (Marulanda, Montoya 2009).

Innovación: es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial (García, González, 2009).

2.3.MARCO TEMPORAL

La presente investigación se realizará en el período correspondiente al primer y segundo semestre del año 2018, comprendiendo entre los meses de febrero y a finales de octubre del (2018). Este tiempo se considera pertinente para la realización de las actividades investigativas y la obtención de resultados significativos.

2.4.MARCO ESPACIAL

Esta investigación se realizará en la ciudad de Montería, directamente en el barrio X K5 # 35- 37, de la ciudad de Montería- Córdoba.

2.5.DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología de acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Teniendo en cuenta lo anterior para este proyecto de investigación, de acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2014), ya que esta investigación se desarrollará bajo un enfoque cuantitativo debido a la naturaleza del fenómeno del estudio y al abordaje mediante las técnicas estadísticas para la consecución de los objetivos que se han planteado. Por su parte, el alcance es de tipo descriptivo, en vista de que se busca caracterizar y proyectar la variable de estudio de “proyecto de empresa para la creación de una heladería en la ciudad de Montería Córdoba- Colombia”. En cuanto al diseño implementado, es de tipo no-experimental transversal, debido a que no habrá manipulación deliberadamente de las variables de estudio y las mediciones se harán una sola vez.

2.5.1. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Los métodos de recolección de datos según (Hernández, Fernández y baptista) son las distintas formas y maneras de obtener información, para efectos de esta investigación se utilizará como técnica la entrevista mediante un instrumento tipo cuestionario.

2.5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA

La investigación será realizada por medio de encuestas por lo tanto se realizará una encuesta, a 155 personas, utilizando preguntas de forma de calificación en escala.

Para realizar la encuesta se diseñó un cuestionario que fue aplicado a una muestra, la cual fue seleccionada métodos sistemáticos, asimismo el cuestionario se recogió personalmente.

Finalmente, el cuestionario incluye preguntas tipo escala de importancia las cuales se realizarán con el propósito de obtener la mayor cantidad de información y datos valiosos para la investigación.

2.5.3. FUENTE DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

Adicionalmente a las fuentes primarias, se utilizaran otras fuentes como informes estadísticos, para agregar datos de valor a la investigación y estadísticas representativas que sirvan para reconocer el comportamiento de los consumidores en este sector.

2.5.4. POBLACIÓN, UNIVERSO Y MUESTRA

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

En este sentido la población, objeto de estudio son 155 personas de estratos 1 ,2 y 3 de la ciudad de Montera, donde se tomará una muestra no probabilística (intervención del Autor),

para el presente proyecto se tomaran como muestra 76 personas de los estratos 1,2,3 respectivamente

ENCUESTA POBLACION

Encuesta No _____ fecha _____

Nombre encuestador: _____

Nombre encuestado: _____

Edad: _____ Sexo: F () M () 2-

1. ¿Consume helado? Sí _____ No _____

¿Cuáles? _____

2. - ¿Con que frecuencia consume postres?

1 Diario ¿Cuál?

2 Semanal ¿Cuál?

3 Quincenal ¿Cuál?

3. ¿Qué establecimientos de heladería visita con más frecuencia?

Heladería Montería

Heladería rico sabor

Otro cuál?

4- ¿Le gustaría tener otra alternativa de establecimientos de postres, galletas y helados?

Sí _____ No _____

4. ANALISIS DE LA INFORMACION

3.1. Estudio Naturaleza Del Proyecto

Es la disciplina de organizar y administrar recursos de manera tal que se pueda culminar todo el trabajo requerido en el proyecto dentro del alcance, el tiempo, y coste definidos.

Un proyecto es un esfuerzo temporal, único y progresivo, emprendido para crear un producto o un servicio también único.

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir en forma concisa, la esencia del mismo, es decir, con qué objetivos será creado, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable el desarrollarlo.

A través de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece lo que es su negocio.

Proceso creativo: las fases que se siguieron para la aplicación de la creatividad y la generación de ideas de este proyecto, es un reto o un problema a resolver.

El proceso creativo consta de tres fases según:

Análisis del Reto creativo al que nos enfrentamos y entorno al que queremos generar ideas creativas. En esta fase se utilizaran herramientas de análisis para hacernos preguntas y analizar las causas de nuestro reto o problema

- **Generación de Ideas**, también llamada fase divergente. En esta fase se utilizara herramientas para la generación de ideas. En esta fase es conveniente no juzgar las ideas. El objetivo de esta fase es generar el mayor número posible de ideas.

- **Valoración y selección de las ideas**, también llamada fase convergente consiste en

seleccionar las mejoras ideas. En esta fase se utilizan criterios tanto subjetivos como objetivos para valorar y clasificar las ideas y filtrar las mejores.

Lluvias de ideas. Se tuvieron en cuenta los siguientes aspectos:

Tener ideas brillantes: se dan cuando todos en la habitación se sienten cómodos para descargar todas sus ideas, sin importar si son las mejores o no.

Divide y construye ideas: Una forma de convertir pocas ideas en muchas es dividiéndolas y volviéndolas a construir.

Juega con las palabras: un excelente ejercicio de palabras es crear una «lluvia de palabras». Para crear una lluvia de palabras, escribe una y después deja fluir una serie entera de palabras que te vengan a la mente a partir de esa primera palabra

Crea un collage de ideas: si bien hay muchas formas de utilizar los mensajes visuales en la lluvia de ideas, crear un collage de ideas es una de las más comunes, especialmente al tratar de crear nuevos conceptos de marca y diseño.

Realiza juegos de manera improvisada: mientras más relajado y alegre sea el ambiente (sin que sea una distracción), el equipo se sentirá más cómodo al pensar y compartir ideas libremente entre sí.

Cambia tu entorno físico: cambiar el entorno físico no solo es un divertido cambio de ritmo; sino que realmente puede repercutir en el funcionamiento de tu cerebro (Martinez, 2018)
Es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado

Idea seleccionada: la idea se seleccionó a través una lluvia de ideas para posibles productos o servicios que se relacionen con la creación de la empresa de heladería

Innovación de producto o servicio: definición de nuevos procesos, o la mejora de los existentes, encaminada a incrementar el nivel de eficiencia de la empresa.

Descripción de la idea: es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado.

Justificación de la empresa: el producto cubre una necesidad primaria de alimentación, que ofrece un alto valor nutricional y un costo razonable. Consiste en un Helado 100% natural. El producto contiene productos de alta calidad al tratarse de un producto que se requiere constantemente en el hogar. También es importante mencionar que es muy buen para la salud, es un alimento con muchas calorías. Además, contiene grasas saturadas, porque es un derivado de origen animal.

Nombre de la Empresa: Tentaciones Helena

Ubicación y tamaño de la empresa: estará ubicada en el barrio el alivio calle principal en la ciudad de Montería, su tamaño es de una mediana empresa ya que cuenta con menos de 250 empleados y cuya facturación anual no excede los 50 millones

3.2. ESTUDIO DE MERCADO

A. Investigación de mercados

Definición de los objetivos.

- ✓ Producir helados de excelente calidad Establecer la identidad de los productos como nutritivos y únicos Proporcionar un excelente ambiente con proveedores y empleados
- ✓ Estar a la vanguardia de la industria de los helados, asegurando la variedad, calidad e innovación.
- ✓ Mantener buenas relaciones con proveedores, empleados y tenderos

- ✓ Aumentar la participación en el mercado por medio del posicionamiento de la marca
- ✓ propiciar condiciones para el desarrollo personal y profesional de los empleados y obtener solidez económica.
- ✓ Dar a conocer el producto
- ✓ Obtener un posicionamiento adecuado en el mercado para lograr incursionar en nuevos mercados.
- ✓ Incentivar a los posibles consumidores por medio de mensajes tentativos alusivos a los beneficios de nuestro producto.
- ✓ Hacer publicidad por todos los medios posibles.

Justificación

Con la apertura de la creación de la heladería cien por ciento minuana se lograra en primer lugar, brindar al consumidor nuevas formas de uso y manera de generar satisfacción en el producto que adquiere y consume con un alto contenido de nutritivo que lo hará diferenciar de las demás marcas que se encuentran en el mercado (Urango, 2013)

En segundo lugar se pretende implementar procesos productivos bajos unos parámetros de tecnificación a fin de realizar una producción permanente y a precios razonables.

En tercer lugar, ejecutar este proyecto representa una gran oportunidad de negocio como también la generación de empleo de manera directa e indirecta a la población. De allí la importancia de realizar este proyecto, el cual perite aprovechar el potencial de oportunidad de negocio y con ello llevar al consumidor final un producto en circunstancias aptas, precios asequibles, canales adecuados y momento preciso, entendiendo que actualmente los

consumidores son agentes altamente informados y ello demanda aplicar un alto elevado grado de calidad, en cada etapa del producto (Urango, 2013, pág. 8)

Antecedentes.

La difícil situación económica que afronta Colombia permite que se planteen alternativas para generar fuentes de empleo mediante la creación de empresas, las cuales aporten con el desarrollo del país.

En el municipio de Montería (Córdoba) dado el crecimiento de la población de los últimos años, se encontró que hay pocas alternativas donde se pueda disfrutar de un helado en ambiente familiar y con un espacio especial para los niños, ni un sitio especializado para realizar eventos infantiles con calidad y servicio.

Dar la oportunidad de ofrecer a los habitantes del municipio, a los turistas regulares y ocasionales que lo visitan, una alternativa diferente de disfrutar un servicio de heladería, con recetas diferentes e innovadoras

Cabe destacar, otro sector que ha venido jalonando el empleo y crecimiento económico en el municipio ha sido el de la construcción, ya que se han generado varias urbanizaciones con buen índice ocupacional de los lugareños de Montería (Rios S. ., 2009)

De esta manera, el helado nació, como otras muchas cosas, en China, donde el rey Tang (A. D. 618-697) de Shang, tenía un método para crear mezclas de hielo con leche. De China pasó a la India, a las culturas persas y después a Grecia y Roma. Pero es precisamente en la Italia de la Baja Edad Media cuando el helado toma carácter de naturaleza en Europa; Marco Polo en el siglo XIII, al regresar de sus viajes a Oriente, trajo varias recetas de postres helados usados en Asia durante cientos de años, los cuales se implantaron con cierta popularidad en las cortes italianas.

Además, en el siglo XVI se descubrió que el nitrato de etilo mezclado con la nieve producía temperaturas muy bajas; este descubrimiento tendría su importancia en la fabricación de helados. Al casarse Catalina de Médicis con Enrique II de Francia, su cocinero llevó estas primitivas recetas de helados a la corte francesa, guardándose las mismas con mucho secreto.

Por otra parte en Francia se añadió huevo a las recetas. Una nieta de Catalina se casó con un príncipe inglés, llevando así el helado a Inglaterra (Celada, 2013, pág. 2).

En el año 1660, el siciliano Francisco Procope abrió en París un establecimiento, alcanzando gran fama por sus helados.

El rey Luis XIV lo llevó a su presencia para felicitarlo por su producto. Se puede considerar a este establecimiento como la primera heladería. Se dice que bajo su reinado comenzaron a prepararse los helados de vainilla y de chocolate, más tarde los de nata, hasta llegar al helado actual.

En este mismo orden de ideas, el helado en sus orígenes no era un producto lácteo, sino más bien frutal, pero con el correr del tiempo, los derivados lácteos comenzaron a utilizarse en pequeñas proporciones y luego masivamente. La industria del helado se caracteriza por participar de un mercado altamente competitivo donde coexisten tanto empresas locales como nacionales e internacionales. (Celada, 2013, pág. 4)

Según reportó Euromonitor, (2012), afirma que:

Las ventas en el mercado de los helados en Colombia ascendieron a 1,1 billones de pesos, lo que significó un crecimiento del cincuenta y ocho por ciento (58%) frente al 2007, cuando estas alcanzaron los 699.737 millones de pesos. Pese a lo atractivo para los inversionistas extranjeros, el mercado está dominado por firmas locales. Hasta el momento, el líder de la categoría es Meals de Colombia, que con la marca Crem Helado ha logrado

abarcar el cuarenta y dos por ciento (42%) del valor del segmento, según el reporte. Claro está que iniciativas de organizaciones como Colombina tampoco han pasado desapercibidas ante los consumidores.

En el comercio especializado, que vendió 182,2 millones de dólares en el 2012, el noventa y tres por ciento (93%) más que en el 2007, el líder de la categoría es Mimo's, una marca que ya alcanzó los 160 puntos de venta. “Es un mercado muy prometedor, con mucho desarrollo, con grandes retos porque el TLC nos pone a pensar de manera diferente gracias a la posibilidad de que lleguen nuevos competidores”, dijo Mauricio Saldarriaga, gerente general de Mimo's (Morales, 2013, pág. 5).

Análisis del sector.

En el sector de helados, específicamente en lo que se refiere a frutas, existe un incremento en la demanda de ellas y sus derivados, debido al interés de las personas por mantener una buena salud y variedad nutricional; también se ha notado un incremento en la oferta para satisfacer dicha demanda.

Actualmente este sector se ha dinamizado hasta el punto en que en la oferta se presentan helados exóticos y de reciente aparición en el mercado. En las áreas especializadas de frutas desde las grandes superficies comerciales hasta pequeños proveedores se encuentra gran variedad de éstas. (Celada, 2013)

Así mismo, un incremento en los hábitos de consumo de helados, por las razones anteriormente mencionadas, populariza día a día más el consumo de éstas y se observa en el mercado puntos de venta especializados en ellas y sus derivados. Hablando directamente del tipo de negocio que se plantea en el presente trabajo de grado, cabe resaltar que éste es un

concepto que se ha venido desarrollando en diferentes sectores de la ciudad (Garcia, Portillo, 2014)

3.3. Análisis del mercado.

3.3.1 Análisis de la competencia.

En la actualidad el sector de producción de helados se encuentra en un período expansivo, fundamentalmente en el segmento de los helados industriales, habiéndose superado ya los efectos adversos que experimentaron las empresas a fines de la década de los '90.

Entonces, la industria del helado se caracteriza por participar de un mercado altamente competitivo donde coexisten tanto empresas locales como nacionales e internacionales. Esta situación ha obligado a las firmas a diversificar su producción y diferenciarse mediante la utilización de diversas estrategias tales como, añadir cada vez más valor agregado a sus productos, incorporar nuevos canales de comercialización e incrementar los servicios que brindan en sus bocas de venta. (Morales, 2013, pág. 9)

El presente trabajo tiene por objetivo diseñar un plan de negocio para la creación de una heladería en la Ciudad de Montería - Córdoba, partiendo de sus orígenes, reflejando su evolución histórica y destacando algunos aspectos del sector que definen el perfil que el mismo ha ido tomando en los últimos años.

En este marco, se analiza el sector tanto a nivel internacional, a partir de información acerca de producción y consumo, como a nivel nacional y local a partir de las principales empresas que operan en el mercado. (Bonta, Farber, 2010)

Además, con el objetivo de presentar una caracterización del mismo en la ciudad de Montería que permita apreciar su evolución en los últimos años, se ha analizada la información recabada en los Relevamientos de la Industria Manufacturera de Montería.

Al ser éste un negocio que no presenta antecedentes tiene un impacto positivo dentro de la misma, ya que la gama de productos que se ofrece es novedosa ante los ojos de la comunidad Monteriana. (Bonta, Farber, 2010, pág. 6)

Así mismo, la competencia directa para la heladería, son las heladerías reconocidas a nivel nacional que se encuentra en el centro de la ciudad, pero éste no ofrece productos como, ensaladas de frutas, fresas con crema, ni jugos.

Siguiendo este mismo orden de ideas, en este apartado detallaremos las características del mercado (aspectos legales, técnicos, logísticos, de comercialización, de producción), su estructura, barreras de entrada, áreas geográficas (países, regiones, islas, municipios, barrios), tamaño (número de clientes totales, grado de concentración o dispersión de dichos clientes en la región), así como las previsiones de evolución (tendencias de crecimiento de la demanda) (Garcia, Portillo, 2014)

Por otra parte, la competencia indirecta son las dos cafeterías, ya que, aunque no se ofrecen los mismos productos, los clientes pueden elegir entre comprar en alguna de las cafeterías o en la heladería y frutería, además se busca una satisfacción significativa de los productos, para el buen estar de la heladería y la empresa esto para seguir creciendo en el mercado y dar a conocer más el producto vendido. (Jiménez , Castro, 2009)

3. BIBLIOGRAFÍA

Bonta, Farber, P. (2010). Definición de Mercado. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>

García, g., & García, González, F. (2012). Concepto Sobre Innovación . Obtenido de https://www.acofi.edu.co/wp-/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Jiménez , Castro, W. (2009). definición de administración. Obtenido de <http://administracionteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>

Martínez , Ubago, I. P. (2006). Concepto y Desarrollo.

Marulanda, Montoya, J., & Marulanda, Montoya, J. A. (2009). Visiones desde las teorías del comportamiento humano. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/206/20620269008.pdf>

Patricia, C. P. (2007). factibilidad para la creación de una fábrica de helados de salcedo. obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3775/1/T-ESPEL-0429.pdf>

Rosario, S. R. (2009). plan de negocios para la creación de una heladería y pastelería en el municipio de Mosquera Cundinamarca heladería y pastelería. obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3080/T11.09%20R479p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valarezo, S. P. (2016). Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa Productora y Comercializadora de helados de frutas y verduras, en la Ciudad de Catamayo. Obtenido de

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12133/1/Sonia%20Valarezo%20Valarezo.pdf>

Vila, I. E. (2012). estudio de viabilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de helados tipo soft con frutas amazónicas . Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2669/BatzCarina2012.pdf?sequence=1&isAllowed=>