



100% natural

M&Q Dogs

Hace feliz a tu mascota

Leidy Mayerli Huertas Ariza

Vanessa Greys Arroyo Ramos

David Fernando Saldaña Chávez



@MYQPETS



@M&QDogs



animalesfelicesdogs@hotmail.com

Tabla de contenido

Contenido

Tabla de contenido	2
Tabla de Ilustraciones.....	7
Tabla de graficas	8
Compromiso del autor	9
Introducción.....	10
¿Quiénes Somos?	10
Historia	10
Logo.....	11
Objetivo general	12
Objetivos específicos.....	12
Claves para el Éxito.....	13
Análisis del Entorno y Contexto de la Idea de Negocio.....	13
Análisis de Problemas	13
Análisis Involucrados	15
Objetivos de Desarrollo Sostenible	16
Teoría de Valor Compartido.....	17

Tecnologías Disruptivas	18
Análisis del Sector Económico.....	18
Entorno político-Legal	18
Entorno Económico.....	19
Entorno Social	19
Entorno Ecológico.....	20
Entorno tecnológico	20
Identificación del Problema, Necesidad, Reto u Oportunidad	21
Árbol de Problemas y Objetivos	22
Árbol de Problemas.....	22
Análisis de Alternativas.....	23
Análisis de Objetivos.....	24
Planteamiento del Problema.....	25
Descripción de la Idea de Negocio.....	26
Los Factores Competitivos y Comparativos de la Idea de Negocio.....	26
Descripción de la idea de negocio.....	27
Innovación.....	29
Alternativas	29
Competencia.....	30

Conclusiones de las alternativas.....	31
Idea más innovadora.....	32
Fuerzas de la Industria.....	32
Contextualización de la empresa.....	32
Análisis de la Demanda.....	33
Análisis de la Oferta.....	36
Análisis de los ‘Proveedores’.....	38
Proveedores.....	38
Intermediarios.....	38
Segmento del mercado.....	38
Bondades del producto.....	38
Personas similares a mi cliente ideal.....	40
Valores del cliente ideal:.....	40
EL cliente en su entorno durante la semana.....	40
Necesidades más urgentes que presenta mi cliente ideal.....	41
Perfil del cliente /Mapa de valor.....	42
Propuesta del valor.....	43
Diseño del producto.....	43
Definición Estratégica.....	43

La resolución 1056 del 17 de abril de 1996:	43
La resolución 187 del 31 de Julio de 2006:.....	43
Ley 905 de 2004	44
Ley 550 de 1999	44
Diseño de Concepto.....	44
Diseño en detalle	45
Canales de Distribución.....	46
Costos de Producción y Precio final.....	46
Validación y Verificación	46
Producción.....	47
Afiche Publicitario	47
Empaque del Producto.....	47
Etiqueta del producto.....	48
Ficha Técnica	48
Ciclo de vida del producto.....	49
Precio de Venta	50
Precio de Venta	51
Prototipo	52
Características del producto	52

Características del prototipo	52
Materiales:	53
Ingredientes	53
Empaque	53
Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo.....	54
Promoción:	54
Evidencia del prototipo	55
Modelo Running Lean.....	56
Validación de Ideas de negocio.....	57
Objetivo de la investigación	57
Estrategia de Marketing.....	57
Investigación Cualitativa.....	58
Tabulación y análisis de la información.....	59
Estadísticas:	59
Tamaño de la Muestra	60
Lecciones aprendidas y recomendaciones.....	61
Referencias	62

Tabla de Ilustraciones

<i>Ilustración 1 Logo de la empresa</i>	<i>11</i>
<i>Ilustración 2 Tabla análisis de involucrados.....</i>	<i>15</i>
<i>Ilustración 3 árbol de problemas.....</i>	<i>22</i>
<i>Ilustración 4 Factores competitivos.....</i>	<i>26</i>
<i>Ilustración 5 Preguntas descripción del negocio</i>	<i>27</i>
<i>Ilustración 6 características del negocio</i>	<i>28</i>
<i>Ilustración 7 Organigrama</i>	<i>32</i>
<i>Ilustración 8-Diagrama proceso de producción</i>	<i>45</i>
<i>Ilustración 9-Afiche Publicitario</i>	<i>47</i>
<i>Ilustración 10-Empaque del Producto</i>	<i>47</i>
<i>Ilustración 11-Etiqueta del producto.....</i>	<i>48</i>
<i>Ilustración 12-Galletas</i>	<i>55</i>
<i>Ilustración 14-Postres.....</i>	<i>55</i>
<i>Ilustración 13-Huesos.....</i>	<i>55</i>

Tabla de graficas

<i>Tabla 1 Encuesta aceptación del producto</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 2-Asignación de % método Delphi.....</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 3-Previsión tecnológica</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 4-Pronósticos de MO a tres meses</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 5-Gráfica de MO.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 6-Análisis de la Oferta</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 7-Perfil del Cliente / Mapa de Valor</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 8-Lista de materiales.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 9-Ficha Técnica.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 10-Analisis precio de venta</i>	<i>50</i>
<i>Tabla 11-Precio de venta.....</i>	<i>51</i>
<i>Gráfico 1-Familias con mascotas encuestadas en Bogotá.....</i>	<i>59</i>
<i>Gráfico 2-Mascotas que les gusta el concentrado sabor a carne</i>	<i>59</i>

Compromiso del autor

Nosotros, David Fernando Saldaña Chávez con célula de identidad 1.013.658.813 de Bogotá D.C, Vanessa Greys Arroyo Ramos con célula de identidad 1.003.399.486 de Montería córdoba Leidy Mayerli Huertas Ariza con célula de identidad 1.023.917.843 de Bogotá D.C y alumnos del programa académico CREACIÓN DE EMPRESA 1 - MODELOS DE INNOVACIÓN 50101, declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: David Saldaña Ch. _____

Firma: Vanessa Arroyo_____

Firma: Leidy Mayerli Huertas____

Introducción

¿Quiénes Somos?

Se quiere implementar en el mercado una nueva línea de productos para perros, la cual va a estar llena de muchas proteínas, nutrientes y ayudara al tracto digestivo de nuestras mascotas. Estas innovaciones se verán reflejadas en galletas, postres y huesos, los cuales estarán constituido por dos principales componentes que son un cereal muy tradicional en la zona andina que es la quinua y otra que es muy conocida en la parte del meta (Colombia) que es la moringa.

Historia

En los últimos tiempos los perros se han convertido en una parte fundamental en la vida del ser humano. Es por tal motivo que el ser humano se ha preocupado por el bienestar de ellos. Ahora si nos ponemos a pensar un momento y observamos ¿qué alimentos en el mercado aportan los suficientes nutrientes para nuestras mascotas? obtenemos como resultado que ninguno nos aporta los suficientes nutrientes. Es por tal motivo que nosotros queremos dar a conocer una alternativa snack (premios, postres) para perros que nos aportaran las suficientes vitaminas y nutrientes.

Estas las veremos representadas más que todo en dos componentes importantes que son la quinua y la moringa. La unión de estos dos componentes traerá grandes beneficios para las mascotas. De manera general lo que queremos lograr es que las mascotas tengan una alimentación sana; ya que muchos alimentos que existen en el

mercado traerán a larga distancia problemas de salud para nuestras mascotas, ya que estos alimentos traen un grado alto de químicos.

Logo

Ilustración 1 Logo de la empresa



Tomado de Propio del Trabajo

Objetivo general

En primera instancia lo que queremos lograr, es dar a conocer a todo el público el nuevo alimento nutritivo para las mascotas y por supuesto incentivar a los dueños de perros a comprar esta nueva línea de alimentos nutritivos y diferentes que beneficiaran la alimentación de las mascotas, si bien entendemos que nuestros productos no reemplazara los alimentos que existen actualmente (como lo son los concentrados), lo que si lograremos es que nuestra línea de alimentos se dé a conocer gracias al alto contenido nutricional que este contiene y dar a entender que las mascotas se merecen una alimentación sana y nutritiva.

Objetivos específicos

- Nuestra línea de alimentos para perros beneficiara a todo aquel que decida implementar una nueva alternativa de alimentación para su mascota trayéndole grandes beneficios, estos beneficios son:
- Mejorará el estado de ánimo del perro
- Los perros se enamorarán del alimento que se les estará dando
- Evitaremos problemas digestivos o de salud a largo plazo
- Le brindaremos a los dueños de los perros mayor variedad en la alimentación que estos le quieran dar a su mascota
- En cuanto al pelo de la mascota, se mejorar su calidad esto se verá reflejado en el brillo.

- Los alimentos a diferencia del concentrado tienen un contenido más alto de proteínas, si bien estos contienen algunos conservantes no serán tan fuertes como los empleados por las grandes industrias.

Claves para el Éxito

- Productos 100% Natural
- Buena asesoría y atención al cliente
- Control y calidad de Procesos
- innovación.
- Producto Garantizado.
- Variedad de Productos.

Análisis del Entorno y Contexto de la Idea de Negocio

Análisis de Problemas

Unos de los problemas principales que debe plantearse una solución es el desconocimiento de los propietarios de perros y gatos frente al manejo nutricional de estos, unido a las tendencias actuales que promueven dietas caseras y crudas son las causas de deficiencias nutricionales, enfermedades como la obesidad animal y problemas fitosanitarios asociados con el desarrollo de salmonela, infección que se puede transmitir de animales a humanos.

Desconocimiento que se presenta frente a este tipo de nutrición alternativa a generado el consumo masivo y continuo de productos que se encuentran en el mercado actualmente como enlatados, comidas secas, dulces, comidas húmedas y huesos para consumo de nuestras mascotas.

Por lo tanto, esto ha venido generando las mismas complicaciones de salud de los cachorros ya que no les apartan los mismos nutrientes necesarios para un estado de vida favorable como son el cáncer, alergias, problemas cardiacos, diabetes entre otros que se han venido vinculando a su paso un factor externo del consumo de una nutrición alternativa es el valor comercial ya que supera el valor de los productos convencionales.

Análisis Involucrados

Ilustración 2 Tabla análisis de involucrados

Grupo	Intereses	Problemas percibidos	Recursos
Mascotas (Perros)	Beneficiario directo quien recibirá la nutrición necesaria que le aportará vitaminas y una digestión estable.	Adaptar al cachorro a un Snack alternativo.	Intercalar el Snack natural con el convencional y así crear un hábito saludable y no brusco al cachorro
Dueños (Cuidador de las mascotas)	Cuidar a su mascota tanto física como interiormente esto frente a las enfermedades a largo plazo generando que su mascota se sienta bien y saludable.	Falta de conocimiento de la alimentación alternativa y natural para su mascota creando así una barrera al momento de adquirir el producto	Brindar la información necesaria de los beneficios que le aportará al cachorro que ayuda a prevenir esta información puede darse en medios sociales o directamente en tiendas.
Nutricionistas Animal	Realizar un aporte muy importante y nutricional a nuestros productos dando a nuestros clientes la seguridad y calidad de este.	Teniendo en cuenta que nuestra materia prima son productos naturales en este caso la Moringa y la Quinoa su preservación es de un corto tiempo.	Establecer que nuestros Snack tienen un corto periodo de caducidad con el fin de no afectar al cachorro.

<p>Competencia en nutrición alternativa</p>	<p>Nuestros productos tienen ese plus adicional que son los productos naturales y de fácil acceso lo cual se ve como una idea alternativa en una alimentación alternativa para mascotas.</p>	<p>Que nuestros compradores se convenzan de nuestros productos y los beneficios que aportaran al cachorro.</p>	<p>Realizar una estrategia de marketing la cual se incentive a compradores y beneficiarios directos.</p>
--	--	--	--

Tomado de Propio del Trabajo

Objetivos de Desarrollo Sostenible

A través de este proyecto estamos relacionados con algunos objetivos de desarrollo sostenible como son:

- Consolidar la empresa en el mercado de alimentos para perros alternativa con el fin que se genere el deseo de conocer y poner a prueba nuestros productos.
- Lograr captar la atención del mercado local en alimentos complementarios para perros con el fin de posicionarse en este.
- Determinar zonas de mayor influencia para suministrar nuestros productos y así generar mayor demanda
- Estudio de la competencia teniendo en cuenta que hoy en día los alimentos para perros han venido generando cambios los últimos años.
- Producción y consumo responsable ya que el ingrediente principal de los snacks es la quinua y la moronga producidos principalmente en los campos colombianos de la región andina estos al ser consumidos por los animales no van a ocasionar

desechos que puedan afectar el medio ambiente así aportando también al cambio climático y sus efectos y a la vez les aportarán a nuestros perros nutrientes para tener una excelente digestión y pelos sanos.

- También es importante resaltar que la sociedad ha cambiado mucho con el tiempo y ya el concepto de familia no solo es esposa, esposo e hijos, si no que solamente una pareja y un perro ya hoy en día se considera una familia lo que se llamaría dentro de los objetivos para un desarrollo sostenible Sociedades justas pacíficas e inclusivas y es allí donde MYQ Dogs entra a pensar en este miembro de familia que es la mascota y su alimentación sana y rica en nutrientes.

Teoría de Valor Compartido

En los últimos años se ha visto la actividad empresarial como una de las principales causas de los problemas sociales, ambientales y económicos. Su sostenibilidad parece adherir el detrimento de la comunidad que se ha visto asentada por la crisis económica, por lo cual se crea una solución, la Unión de la empresa y la sociedad en busca de un beneficio mutuo.

En el caso de nuestra empresa que maneja una línea de productos para mascotas , los cuales hoy día hacen parte fundamental para el ser humano y que por esa misma razón quieren cuidarlos al 100% , por eso a pesar de que las empresas productoras de estos alimentos si han atendido la necesidad principal que es alimentar a las mascotas y se han preocupado por la nutrición y salud de los cachorros , pero han perdido oportunidades de

innovación y crecimiento y eso puede afectar un poco en el interés de la sociedad hacia el producto.

La idea de nuestra empresa es que se siga cumpliendo con la satisfacción de los clientes, pero de una manera innovadora, redefiniendo nuestros productos y que sigan aportando proteínas y nutrientes a nuestras mascotas pero que adicionalmente les ayude con la digestión y limpieza.

Tecnologías Disruptivas

Inicialmente el proyecto va a utilizar tecnologías básicas a la mano del comprador, ya que nuestro mercado inicialmente va a ser pequeño y con una estrategia sostenible que permita el consumo de productos naturales en animales.

Análisis del Sector Económico

Entorno político-Legal

La ejecución del proyecto se llevará a cabo bajo los lineamientos establecidos por la resolución 1056 del 17 de Abril de 1996 expedida por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) donde se dictan las disposiciones sobre el control técnico de los Insumos Pecuarios y bajo la resolución 187 del 31 de Julio de 2006 expedida por El Ministerio De Agricultura y Desarrollo Rural la cual dispone el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaclado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización y sistema de control de productos pecuarios.

Entorno Económico

La economía colombiana se basa fundamentalmente, en la producción de bienes primarios para la exportación (14,9 %), y en la producción de bienes de consumo para el mercado interno (8,4 %), dado que los insumos con los cuales se fabrica el producto son orgánicos, esto impulsa el sector agrícola para reconocer la labor del campesino que cultiva dichos productos nativos de la región lo cual se traduce en un aumento de la demanda de dichos insumos contribuyendo al crecimiento económica del país.

Colombia a 2020 cuenta con un PIB per cápita de US\$ 1,026 y 3,995, el proyecto a pesar de ser pequeño concibe nuevos empleos disminuyendo la cifra de desempleo del país lo cual en términos económicos familias que no tenían ingresos mejorarán su calidad de vida y empezarán interactuar cada vez más en el entorno mercantil y comercial del país consumiendo más productos y servicios dando dinamismo a la economía aportando a su crecimiento

Entorno Social

La fabricación de snack para perros tendrá un aspecto muy beneficioso en cuanto a la comunidad, ya que el producto al ser de composición orgánica con su producción no se emitirá gases desagradables ni dañinos para la comunidad ni para el ecosistema, 3 también se realizará un aporte importante para la alimentación de mascotas caninas ya que estos productos orgánicos como la moringa y la quinua ayudan y fortalecen el sistema digestivo de los animales.

Se contribuirá con esto a la diversificación, donde el consumidor tenga diferentes opciones para escoger con qué producto quiere alimentar a mascota, ya que en muchas ocasiones no hay mucho de dónde escoger sino le toca al consumidor acostumbrarse a lo que ya existe.

En el momento de la creación de este nuevo producto se analizó el factor costo ya que por lo general estas comidas para mascotas suelen tener un valor un poco elevado, lo cual afecta en muchas ocasiones a los consumidores, se logró realizar un producto adecuado para el cliente donde este sea asequible para cualquier tipo de persona sin importar su condición social.

También al ofrecer un costo beneficioso tanto para el consumidor como para el fabricante esto incentiva a la adopción de mascotas, puesto que muchas veces la comunidad colombiana se restringe de tener perros, por el gasto económico que esto acarrea en sus hogares

Entorno Ecológico

El proyecto se basa en el reconocimiento de la automatización de procesos de producción, teniendo en cuenta que para la realización de los snacks el principal 4 elemento es la conservación de las materias primas para así obtener un mejor resultado con nuestro producto final.

Entorno tecnológico

Las Tics no solo han permitido la creación de negocios en sectores emergentes, es la herramienta perfecta para la expansión de un Proyecto.

Nosotros utilizaríamos las redes sociales como para promocionar y hacer conocer nuestro producto, utilizaremos Facebook y Instagram ya que actualmente son unas de las herramientas de

fácil acceso al cliente. La creación de una página facilita al cliente a identificar los principales productos y allí se poder realizar compras, pagos y envíos.

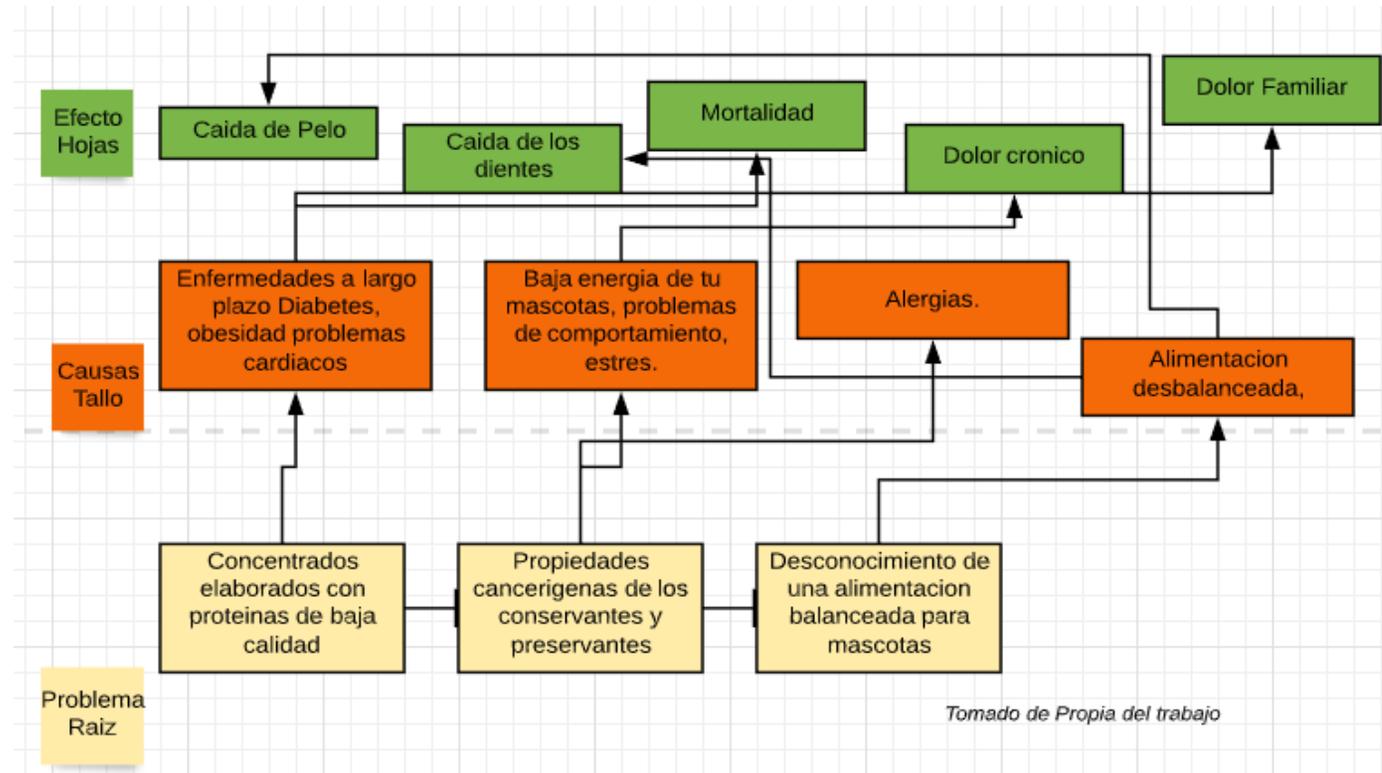
Identificación del Problema, Necesidad, Reto u Oportunidad

- Hacer una evaluación del plan de negocios y el plan de marketing, como son el mercado meta, distribución de la plaza.
- Detectar problemas y oportunidades de mercado y elaborar un análisis.
- Planear estrategias, tácticas y acciones específicas para la venta nuestro producto
- Realizar programa de actividades con el fin de llevar a cabo cada objetivo propuesto para así llegar a la meta.

Árbol de Problemas y Objetivos

Árbol de Problemas

Ilustración 3 árbol de problemas

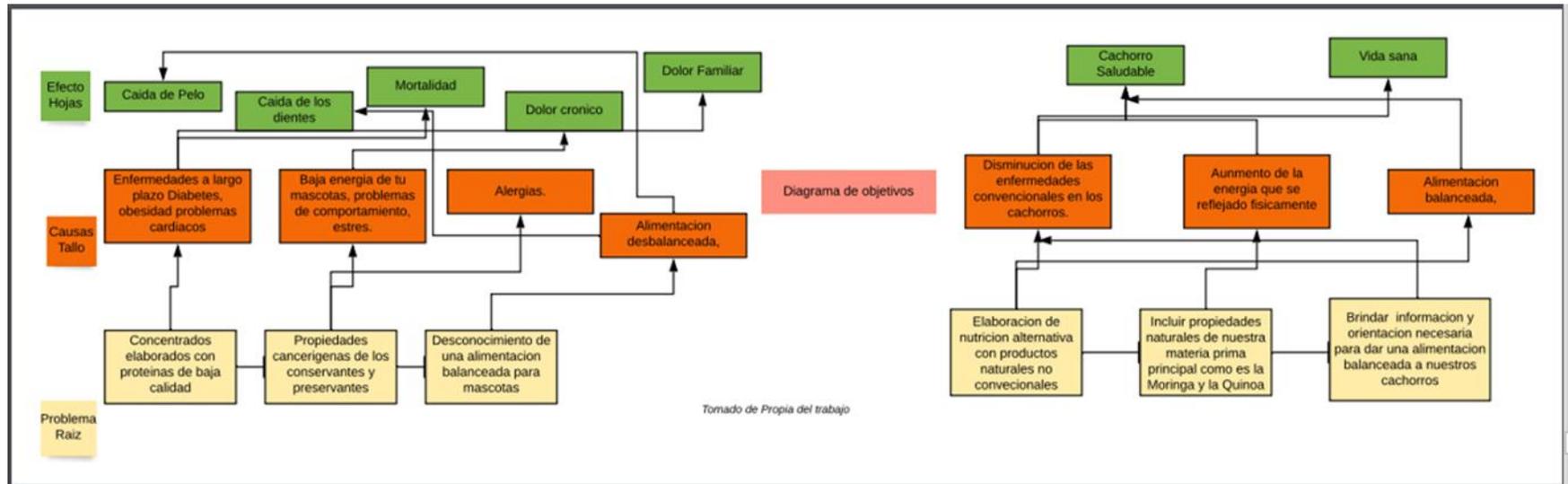


Tomado de Propio del Trabajo

Análisis de Alternativas

- Como estrategia se puede plantear una modificación en la fabricación del concentrado y los snacks para según el sector residencial así producir más concentrado sabor a carne si se está distribuyendo en un estrato 2 y producir más sabor a pollo si se está comercializando en un estrato 4 ya que estos son los sabores que predominan en estos sectores.
- Un plan de acción muy importante es la generación de un valor agregado a estos sabores para mejorar su composición y así hacerlos más agradables para todos los caninos sin importar el estrato, el sector o la raza, uno del principal objetivo con esta estrategia es hacer el concentrado más agradable al paladar de los perritos.
- Un plan de acción también muy significativo e indispensable para todas las compañías tanto antiguas como nuevas que hasta se estén incursionando en el mercado como esta empresa, es el acoplarse a todo lo nuevo que trae los mercados es dar una adaptación fácil para aceptar los cambios que sean necesarios ya que los productores se deben ajustar a todos los cambios que trae el mundo y las nuevas tecnologías.

Análisis de Objetivos



Tomado de Propia del Trabajo

Planteamiento del Problema

Actualmente las nuevas generaciones de veterinarios nos han dado a conocer que el concentrado para perros está elaborado con proteínas concentradas de baja calidad conservantes y preservantes. Muchos de estos ingredientes tienen propiedades cancerígenas que afectarían la salud de las mascotas ya sea a corto o a largo plazo.

Frente a esta problemática nos ha surgido el interés por desarrollar una línea de productos saludables a base de quinua y moringa, ya que estos dos componentes les aportan a los perros una cantidad significativa de nutrientes.

Al proponer una nueva línea de alimentos nos enfrentaremos a una serie de interrogantes como lo son: ¿Los dueños de los perros saben que alimentos le están proporcionando a sus mascotas? ¿Los dueños de los perros tienen algún conocimiento sobre la existencia de alguna línea de comida saludable?

Descripción de la Idea de Negocio

Los Factores Competitivos y Comparativos de la Idea de Negocio

Ilustración 4 Factores competitivos

Producto	<ul style="list-style-type: none">● El producto tendrá una presentación de una docena por paquete con un gramaje aproximado de 300 gramos.● Es un producto elaborado artesanalmente el cual garantiza menos productos químicos que puedan afectar la salud de las mascotas.● Está elaborado con productos naturales que ayudan a la digestión de las mascotas.● Producto fresco.
Precio	<ul style="list-style-type: none">● El producto tiene un precio de \$ 6.300● Dirigido desde el estrato dos en adelante.● Precio sugerido en todos los puntos de ventas.
Plaza	<ul style="list-style-type: none">● Veterinarias● Petshops● Estéticas de mascotas● Minimarkets● Supermercados● Directamente con el cliente final.
Promoción	<ul style="list-style-type: none">● Hacer publicidad por medio de las redes sociales.● Dar a conocer el producto a través de muestras gratuitas.● Realizar campañas de concientización sobre la alimentación y nutrición de mascotas caninas dando prioridad a productos naturales y artesanales.● Alianzas estratégicas con medianos y pequeños distribuidores.● Tener participación dentro de eventos asociados al agro.● Pertener a programas gubernamentales que apoyen las PYMES y fomenten negocios verdes.● Por cierta cantidad de producto adquirido se hace descuento.

Tomado de Propio del Trabajo

Descripción de la idea de negocio

Ilustración 5 Preguntas descripción del negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	"Comida" nueva línea de productos alimenticios para perros, se verán reflejadas en galletas, postres y huesos.
¿Quién es el cliente potencial?	El cliente potencial son todas Las personas que quieren darles un nuevo alimento nutritivo para sus mascotas.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de preocupación del cliente al ver que evita problemas digestivos o de salud.
¿Como?	Ofreciéndoles un producto 100% natural con componentes tradicionales como lo es la Quinoa y la Moringa, la cual va a estar llena de muchas proteínas, nutrientes y ayudara al tracto digestivo de nuestras mascotas.
¿Porque lo preferirán?	<ul style="list-style-type: none">-Ofreciendo precios asequibles al usuario.-Buen producto nutritivo.-Variedad de diseños en el producto que atraerá al cliente.-En especial, Garantía en el producto

Tomado de PDF guía proyecto empresarial

Ilustración 6 características del negocio

<p>Verbo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear e Innovación 	<p>Tema u Objetivo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma Virtual APP, • Snack para gatos • Crecimiento en productos y Accesorios para gatos 	<p>Características</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accesibilidad - APP • Publicidad - Rentable • Nutritivo - Snack • Comercial _ Variedad de productos • Crecimiento
--	---	---

<p>Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hombres • Mujeres • Jóvenes • Adultos Mayores 	<p>Verbo Inspirador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación y Crecimiento 	<p>Propósito Inspirador</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevo alimento nutritivo para Gatos, llena de muchas proteínas, nutrientes que ayudará al tracto digestivo de su mascota. • Variedad de accesorios
---	---	--

Tomado de PDF guía proyecto empresarial

Innovación

Para nosotros lo más importante al momento de crear nuestros productos alimenticios para mascotas (perros y gatos) es la calidad de los ingredientes y la colaboración de personal capacitado, por lo cual trabajamos de la mano de veterinarios que nos ayudan a que el producto que ofrecemos sea de calidad.

En la actualidad la relación entre amo y mascota se ha convertido en un vínculo familiar y eso hace que las personas se preocupen por la buena alimentación y la salud de su mascota, por eso nuestra empresa les ofrece un producto el cual les aportan vitaminas y nutrientes que son elaborados a base de productos naturales como lo son la quinua y la moringa.

Alternativas

- Teniendo en cuenta que muchas personas desconocen el manejo nutricional de sus mascotas, podemos ofrecer no solamente el producto alimenticio, sino darles unas charlas o indicaciones para orientarlos al producto indicado según el peso, tamaño y edad del cachorro para así brindarles un plan completo que se adapte a sus necesidades
- Sabemos que cada mascota tiene sus particularidades y podemos brindarles personalización en los alimentos considerando sus gustos, enfermedades, patologías y nivel de actividad física todo esto de mano de especialistas en nutrición para determinar la cantidad idónea y evitar el sobrepeso

- Nuestros productos son a base de quinua y moringa que son totalmente naturales, eso hace que sean diferentes a los demás, pero además de eso podemos agregarle ciertos ingredientes que los clientes sugieran al momento de pedir su producto, claramente evaluado primero por los especialistas.
- Nuestra empresa M&Q Dogs no quiere ser una empresa que sólo venda productos si no que podamos ayudar a los clientes y consumidores, por eso implementamos una plataforma digital para tener comunicación directa con los dueños de las mascotas y así poder ayudarlos con la salud y la alimentación llevando un control de cada uno de ellos

Competencia

- RINGO
- PROPLAN
- PURINA (DOG CHOW, LADRINA ETC)
- PEDIGREE
- DO GOURMET
- PRODUCTORA DE ALIMENTOS CONCENTRADOS PARA ANIMALES
CONTEGRAL S.A
- PROCESADORA DE ALIMENTO PARA ANIMALES NUTRI ORIENTE S.A S
- ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EL ATRATO S.A.S
- ALIMENTOS PARA ANIMALES NATURCAN S.A.S
- COMPAÑIA INDUSTRIAL DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS S.A

- ALIMENTOS PARA PERROS LEAL LTDA
- NUTRICION Y RECURSOS DE COLOMBIA S.A

Conclusiones de las alternativas.

- Al conocer aspectos básicos del cachorro como peso, talla, hábitos alimenticios se logra dar una asesoría mucho más personalizada lo cual es muy importante para el negocio ya que muchos clientes vuelven por el excelente servicio que se les brinda.
- El objetivo es lograr que las mascotas tengan hábitos alimenticios saludables por eso no solo en nuestra encontraran comida para sus cachorros sino una asesoría nutricional para evitar que los cachorros estén en sobrepeso.
- Es muy importante que nuestros productos piensan no solo en la salud del cachorro sino estamos comprometidos con el planeta así mismo los productos con los que son fabricados nuestros alimentos son totalmente naturales.
- Teniendo en cuenta el cambio que ha tenido el mundo entero con la nueva normalidad en la que hemos pasado a la era digital nuestra compañía quiere estar más cercana a sus clientes con la plataforma virtual donde tendrán asesoría por chat sobre sus productos.

Idea más innovadora

Teniendo en cuenta que nuestra idea principal es ofrecer al cliente productos naturales para sus cachorros que los ayuden a evitar patologías a futuro, pero esto no será lo único que encontrara el cliente si no unas instalaciones totalmente innovadoras, con gimnasio para sus cachorros, asesoría nutricional e incluso ideas de cómo educar a sus mascotas.

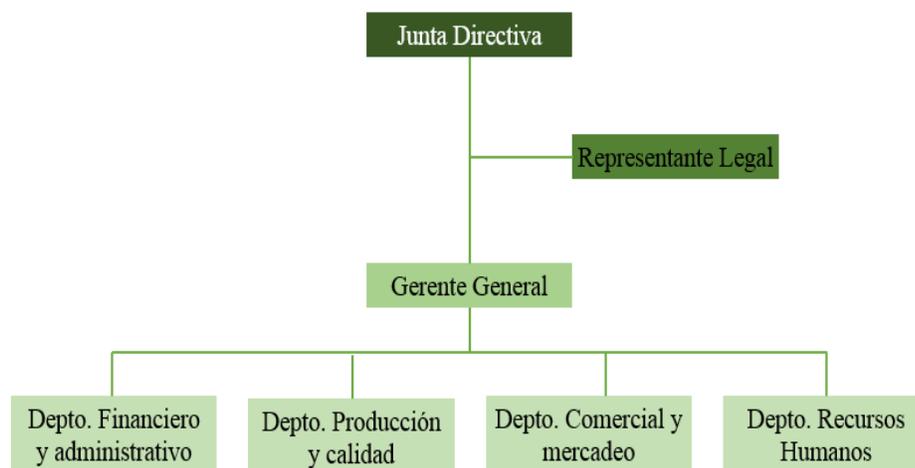
Fuerzas de la Industria

Contextualización de la empresa

EMPRESA M&Q Dogs

La empresa será constituida como una sociedad de acciones simplificada (SAS) y reza de régimen simplificado, a continuación, se mostrará el organigrama el cual identificará la estructura interna de la empresa.

Ilustración 7 Organigrama



Tomado de propio del trabajo

- Sector Económico secundario (ventas y Alimentos)
- Ámbito geográfico (ubicación): Empresa local- Bogotá D.C Barrio Engativá.

Análisis de la Demanda

Los productos van dirigidos a familias bogotanas conformadas por 4 personas con ingresos promedio de 1.000.000 a 2.000.000 por familia. El MP según el DANE la población de Engativá está conformada por 887.886 individuos y 205.374 familias al 2020.

Tabla 1 Encuesta aceptación del producto

ENCUESTA					
n	X		n	X	
1	\$ 6.817	Aceptacion	21	\$ 6.399	Aceptacion
2	\$ 7.201	Aceptacion	22	\$ 7.600	Aceptacion
3	\$ 5.401	Rechazo	23	\$ 4.834	Rechazo
4	\$ 7.231	Aceptacion	24	\$ 6.681	Aceptacion
5	\$ 7.295	Aceptacion	25	\$ 7.304	Aceptacion
6	\$ 6.860	Aceptacion	26	\$ 4.010	Rechazo
7	\$ 6.086	Rechazo	27	\$ 4.272	Rechazo
8	\$ 6.977	Aceptacion	28	\$ 5.242	Rechazo
9	\$ 4.019	Rechazo	29	\$ 7.811	Aceptacion
10	\$ 6.833	Aceptacion	30	\$ 7.513	Aceptacion
11	\$ 6.413	Aceptacion	31	\$ 5.397	Rechazo
12	\$ 7.780	Aceptacion	32	\$ 4.691	Rechazo
13	\$ 4.018	Rechazo	33	\$ 7.919	Aceptacion
14	\$ 4.988	Rechazo	34	\$ 6.359	Rechazo
15	\$ 4.896	Rechazo	35	\$ 5.666	Rechazo
16	\$ 6.293	Rechazo	36	\$ 6.777	Aceptacion
17	\$ 5.212	Rechazo	37	\$ 6.031	Rechazo
18	\$ 4.219	Rechazo			
19	\$ 7.067	Aceptacion			
20	\$ 6.970	Aceptacion			

Tomado de propio del trabajo

Tabla 2-Asignación de % método Delphi

n=	37	100%
Aceptacion=	20	54%
Rechazo=	17	46%
PRECIO P=	6.383	
n=	Numero de persona encuestada	
X=	Precio dispuesto a pagar el cliente por el producto.	
Aceptacion=	Precio >=6.383	
Rechazo=	Precio <=6.383	

PRONÓSTICOS

Método Delphi para la asignación de %

Participantes	Opinion		Participantes	Opinion
Ruby	22%		Ruby	28%
Jenny	18%		Jenny	26%
Katherin	25%		Katherin	25%
Carlos	16%		Carlos	32%
	81%			111%
N° Participantes	4		N° Participantes	4
Promedio	20%		Promedio	28%
% Asignacion 0 Optimista 20%			% Asignacion 1 Optimista 28%	

Tomado de propio del trabajo

Tabla 3-Previsión tecnológica

Rechazo	46%	
aceptacion	54%	% ASIGNACION
MP	206.084	
MO (Familia	111.285	
MM0	22.257	20%
MM1	31.160	28%
B	4,00	
e^k	0,6429	
MMC	31.160	

Tomado de propio del trabajo

Tabla 4-Pronósticos de MO a tres meses

AÑO	DEMANDA
0	22.257
1	31.160
2	42.179
3	54.323

Tomado de propio del trabajo

Tabla 5-Gráfica de MO



Tomado de propio del trabajo

Análisis de la Oferta

Tabla 6-Análisis de la Oferta

Nombre del Competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja Competitiva)	Ubicacion
NUTRICION Y RECURSOS DE COLOMBIA	Concentrados	\$65.000	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Carretera central del Norte km 23 Chía Cundinamarca
ALIMENTOS PARA PERROS LEAL LTDA	Alimentos, concentrados	\$68.000	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Vereda Canelón pte torres Cajicá Cundinamarca
COMPAÑIA INDUSTRIAL DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS S. A	Productos Agropecuarios	\$56.900	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Carrera 49a 23 45 Medellín Antioquia
ALIMENTOS PARA ANIMALES NATUCAN S.A. S	Comida Para Perro Vegana	\$70.000	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Carrera 14 b 109 22 Bogotá
ALIMENTOS BALANCEADOS PARA ANIMALES EL ATRATO S.A. S	Alimentos Balanceados Para Animales	\$65.000	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Calle 20 5 11 Quibdó Chocó
PROCESADORA DE ALIMENTOS PARA ANIMALES NUTRI ORIENTE S.A.S	Alimentos	\$65.000	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Carrera 11 2 40 barrio san Rafael Bucaramanga Santander
PRODUCTORA DE ALIMENTOS CONCENTRADOS PARA	Concentrado	\$35.000	Elaboración de alimentos	Carrera 48 27 a sur 89 Envigado Antioquia

ANIMALES CONTEGRAL S.A			preparados para animales.	
Empresas extranjeras				
PEDIGREE	Alimentos y premios Pedigree	\$23.990	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Km 3 Vía Malambo - Sabanagrande Cl 1 Cr1 P-2 Malambo
DO GOURMET	Tienda de mascotas online. Alimentos, camas, accesorios	\$32.000	Elaboración de alimentos preparados para animales.	Este peludo es originario de Alemania
PURINA (DOG CHOW, LADRINA)	Artículos Sobre Gatos. Artículos Sobre Perros. Alimento Para Perros.	\$95.000	Elaboración de alimentos preparados para animales.	

Tomado de propio del trabajo

Análisis de los ‘Proveedores

Proveedores

Los insumos serán adquiridos a productores locales con prácticas de manufactura u operación ecológicas y sostenibles, entablando relaciones productivas permitiendo adquirir insumos de calidad a un buen costo y así poder brindar al consumidor final un producto que cumpla y satisfaga sus expectativas.

Intermediarios

En la ejecución del proyecto estarán involucrados actores públicos o privados que complementarán todo el proceso desde la compra de la materia prima hasta la distribución del producto final, tales como empresas de transporte, publicidad, servicio de telecomunicaciones, fabricación de empaques, mantenimiento, servicios de acueducto, electricidad, combustible, envíos entre otras que en el ejercicio del proyecto serán necesarias para cumplir las metas fijadas en el horizonte de planeación organizacional.

Segmento del mercado

Bondades del producto

El producto es 100% **Natural**,

Delicioso y **Agradable** para el gusto de tu mascota,

Bueno y de excelente **Calidad**,

Nutritivo y contiene muchos **Beneficios** nutricionales,

Saludable ya que aportan suficientes nutrientes para su salud a largo plazo,

Confianza en los clientes para volverlo a adquirir,

Económico,

Variedad de diseños en los snacks,

Producto **Fresco.**

Rica en Proteínas y Vitaminas.

- Natural
- Delicioso
- Agradable
- Bueno
- Calidad
- Nutritivo
- Saludable
- Beneficios
- Proteínas
- Fresco
- Confiabilidad
- Económico
- Variedad
- Rica
- Vitaminas

Personas similares a mi cliente ideal

Las personas similares a nuestro cliente ideal la podemos encontrar principalmente en las familias sin hijos ya que estas optan por adoptar mascotas y se encargan de darles los alimentos adecuados para su bienestar, pero en general todas las personas que tengan mascotas pueden ser clientes ideales para nuestra empresa.

Valores del cliente ideal:

- Respeto
- Fraternidad
- Confianza
- Honradez
- Amor
- Solidaridad

EL cliente en su entorno durante la semana

Durante la semana mi cliente se encuentra en entorno bastante humanizado, en el cual se ve el respeto por los vecinos y la sana convivencia, se relaciona con sus familiares con quienes convive que son su hermano y una tía a causa del covid 19 las relaciones sociales han disminuido.

Necesidades más urgentes que presenta mi cliente ideal

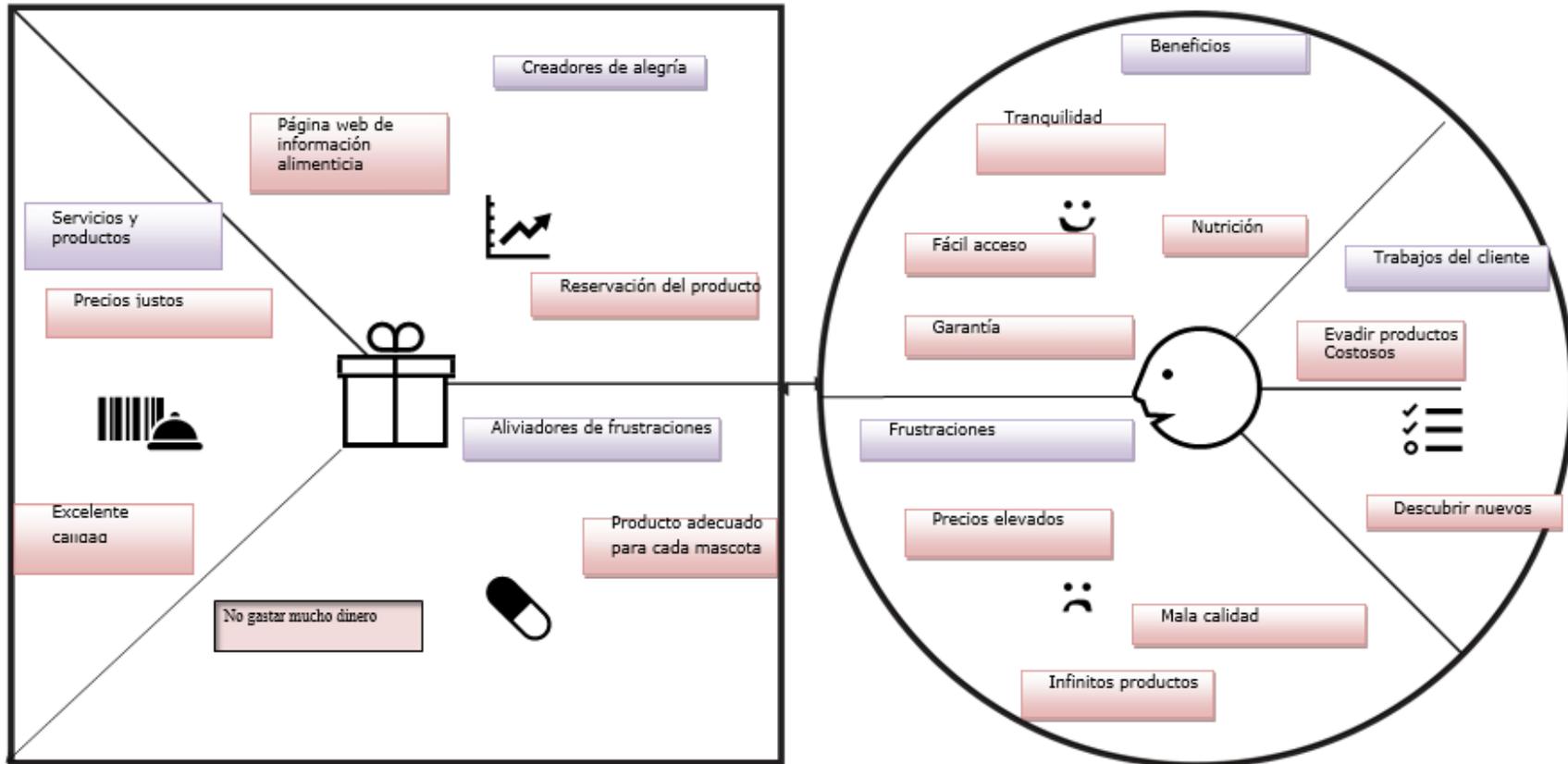
La necesidad más urgente de mi cliente es la de encontrar un alimento para su mascota el cual no le genere estreñimiento ni mala digestión y que sea a un precio cómodo al cual pueda acceder fácilmente.

Nuestro producto se ajusta perfectamente a lo que busca nuestro cliente ya que ofrecemos todo lo que está buscando, calidad, economía y productos naturales que le ayuden a la digestión de su mascota, sobre todo porque le garantizamos una excelente nutrición y confiabilidad.

Sabiendo que de 10 hogares en Colombia 7 tienen mascotas podemos decir que nuestros clientes potenciales son las familias y las tiendas distribuidoras de productos para animales.

Perfil del cliente / Mapa de valor

Tabla 7-Perfil del Cliente / Mapa de Valor



Tomado de propio del trabajo

Propuesta del valor

Al momento de buscar un alimento para nuestras mascotas nos encontramos con una infinita variedad de productos alimenticios de diferente calidad, precio, y especialidad, esto puede ser un inconveniente para las personas que no tienen el conocimiento total del alimento adecuado para sus mascotas y que puede causar algún tipo de daño en la salud de las mascotas si no se les suministra el alimento indicado para él.

Con los snacks nutricionales le brindamos al cliente la oportunidad de suministrarle un producto natural a su mascota adecuándolo a ella y además le ofrecemos información sobre la alimentación y los beneficios del consumo de nuestro producto, ya que esto es lo que ellos buscan en un producto, la calidad, vitaminas, nutrientes y que sea de fácil acceso.

Diseño del producto

Definición Estratégica

La ejecución del proyecto se llevará a cabo bajo los lineamientos establecidos por:

La resolución 1056 del 17 de abril de 1996:

Expedida por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), donde se dictan las disposiciones sobre el control técnico de los Insumos Pecuarios.

La resolución 187 del 31 de Julio de 2006:

Expedida por El Ministerio De Agricultura y Desarrollo Rural, la cual dispone el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaçado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización y sistema de control de productos pecuarios.

Ley 905 de 2004

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Ley 550 de 1999

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

Diseño de Concepto

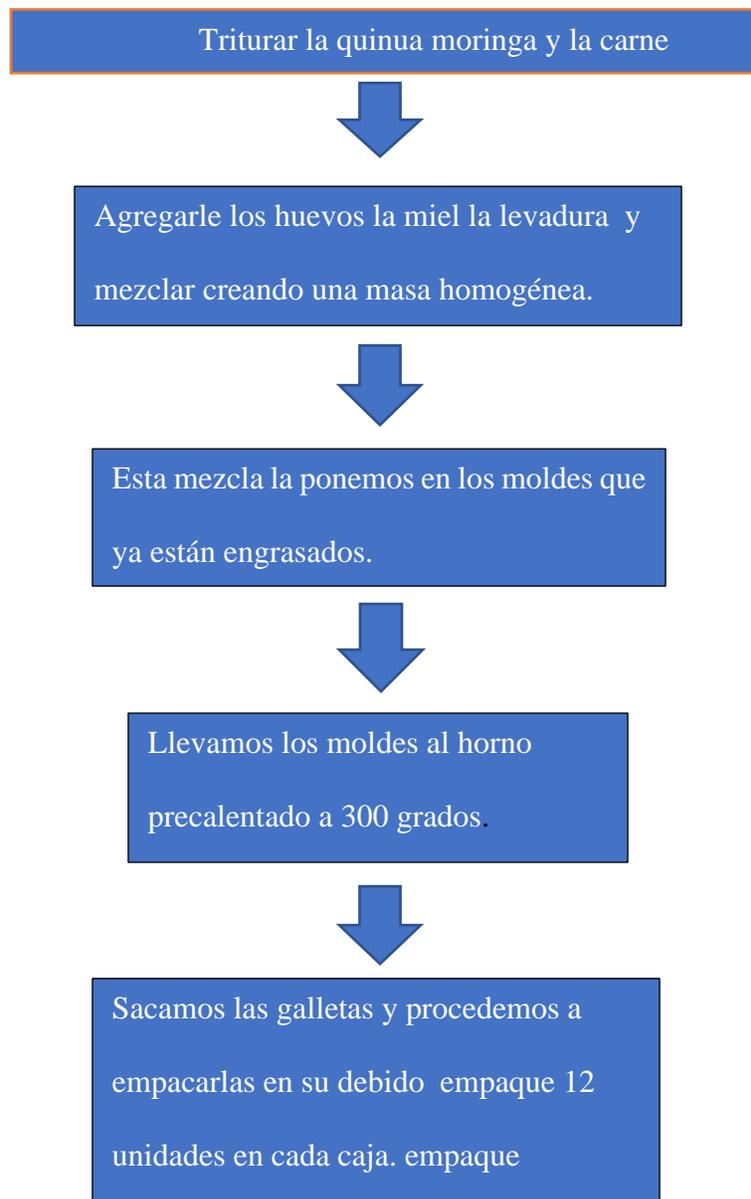
Tabla 8-Lista de materiales

Lista de materiales	
Materia Prima	Quinoa
	Huevos
	Moringa
	Carne
	Miel
	Levadura
Empaque	Cartón
	Impresión
	Forrado
Maquinaria	Horno
	Pala
	Bowl
	Mezclador
	Cuchara

Tomado de propio del trabajo

Diseño en detalle

Ilustración 8-Diagrama proceso de producción



Canales de Distribución

Nuestra canal de distribución es directa ya que del fabricante va directo al consumidor final a través de la venta en nuestra tienda de productos para mascotas ubicada en la localidad de Engativá.



Costos de Producción y Precio final

Nuestros costos de producción son aproximadamente \$20.929 y el precio al público por caja de 12 unidades es de \$6383.

Validación y Verificación

1. Carne de la mejor calidad.
2. Contiene a través de la quinua minerales como calcio, hierro y magnesio.
3. La quinua tiene vitaminas como C, E, B2, B1, niacina y fosforo.
4. La quinua contiene fibra la cual facilita la digestión de la mascota,
5. Contiene omega 6.
6. Índice glucémico es bajo.
7. La moringa evita la desnutrición en la mascota.
8. Moringa es un antiinflamatorio.
9. La moringa ayuda a la salud del corazón.

Producción

Afiche Publicitario

Ilustración 9-Afiche Publicitario



Tomado de propio del trabajo

Empaque del Producto

Ilustración 10-Empaque del Producto



Tomado de propio del trabajo

Etiqueta del producto

Ilustración 11-Etiqueta del producto



Tomado de propio del trabajo

Ficha Técnica

Tabla 9-Ficha Técnica

Nombre del Producto	MQ Dogs
Composición del producto	Quinoa, Moringa, Carne, Huevos, Miel, Levadura.
Normas de calidad	Ley 550 de 1999 Ley 905 del 2004
Presentaciones Comerciales	Caja por 12 unidades
Tipo de empaque	Caja de cartón de 300g
Condiciones de conservación	Después de su apertura mantener cerrado y en un ambiente fresco, lejos del alcance de los niños.
Vida Útil	Consumirse en 1 mes máximo.
Porción Recomendada	Es dependiendo a la mascota per se recomiendan tres galletas en el día después de cada comida para mejorar su digestión.

Tomado de propio del trabajo

Ciclo de vida del producto

En la actualidad la empresa no cuenta con un posicionamiento ya que es una compañía nueva que hasta ahora se está incursionando en el mercado de la venta de concentrado y snack para perros, se quiere llegar hasta este objetivo por medio de estrategias de marketing donde se utilice la publicidad para generar reconocimiento de la marca, también por medio de las redes sociales y demás medios publicitarios asequibles al presupuesto de la compañía, donde toda la población llegue a conocer el producto ofrecido, adicional a esto el factor calidad es muy importante para generar un complemento entre calidad, variedad de sabores y unas buenas estrategias de mercadeo para así generar una gran demanda de la población y aumentar en un gran porcentaje la rentabilidad que genere la empresa.

Precio de Venta

Tabla 10-Analisis precio de venta

materia prima			mano de obra		empaque	gastos* mes			dia	* docena
quinua 300 g	\$ 14.000	\$ 4.200	salario minimo	\$ 877.000		luz	\$ 30.000	\$ 1.000	\$ 63	
huevos 2	\$ 300	\$ 600	dia	\$ 29.233	carton	\$ 200	agua	\$ 40.000	\$ 1.333	\$ 83
moringa 0,375 g	\$ 32.000	\$ 12	hora	\$ 3.654	impresión	\$ 300	internet	\$ 50.000	\$ 1.667	\$ 104
carne 250 g	\$ 9.000	\$ 2.250	2 docenas x hora	\$ 1.827	forado	\$ 1.000	transporte	\$ 50.000	\$ 1.667	\$ 104
eritorbato 0,5 g	\$ 10.000	\$ 5				impuestos	\$ 120.000	\$ 4.000	\$ 250	
metabisulfito 0,5 g	\$ 10.000	\$ 5						\$ -	\$ -	
miel 3 g	\$ 26.800	\$ 80						\$ -	\$ -	
levadura 0,75 g	\$ 5.000	\$ 4						\$ -	\$ -	
3 docenas		\$ 7.156						\$ -	\$ -	
1 docena		\$ 2.385		\$ 1.827		\$ 1.500			\$ 604	

Tomado de propio del trabajo

Precio de Venta

Tabla 11-Precio de venta

			Docena		
materia prima	quinua	\$	4.200		
	huevos	\$	600		
	moringa	\$	12		
	carne	\$	2.250		
	eritorbato	\$	5		
	metabisulfito	\$	5		
	miel	\$	80		
	levadura	\$	4		
	3 docenas		\$	7.156	
				\$ 2.385	
Empaque	carton	\$	200		
	impresión	\$	300		
	forado	\$	1.000		
				\$ 1.500	
Mano de obra	salario minimo	\$	737.717		
	dia	\$	24.591		
	hora	\$	3.074		
	2 docenas x hora	\$	1.537		
				\$ 1.537	
Gastos		dia	docena		
	luz	\$	1.000	\$	63
	agua	\$	1.333	\$	83
	internet	\$	1.667	\$	104
	transporte	\$	1.667	\$	104
	impuestos	\$	4.000	\$	250
					\$ 604
Total/ precio de venta			\$ 6.026		

Tomado de propio del trabajo

$$PV = \frac{\text{Costo total unitario}}{1 - \% \text{ de utilidad}} = \frac{6.026}{1 - 80\%} = \$30.130 \text{ precio de venta por docena}$$

Prototipo

Características del producto

- El producto está elaborado con dos principales componentes:
 - Cereal tradicional Quinoa y Moringa.
- Estas innovaciones se verán reflejadas en galletas, postres y huesos.
- El producto tendrá una presentación de una docena por paquete con un gramaje aproximado de 300 gramos.
- Es un producto elaborado artesanalmente el cual garantiza menos productos químicos que puedan afectar la salud de las mascotas.
- Producto fresco.

Características del prototipo

Iniciamos alistando la carne la cual vamos a picar para que sea más fácil el proceso a esto le vamos a añadir los conservantes Eritorbato y Metabisulfito estos insumos son exclusivos para que la carne no adquiera ninguna bacteria que sea perjudicial para la salud del perro, dejamos en reposo, precalentamos el horno a 180 grados

Retomamos en un recipiente los ingredientes secos como son la Quínoa, la moringa, la levadura mezclamos y seguimos con los ingredientes húmedos, la miel los huevos mezclamos hasta que tengamos una buena consistencia y proseguimos por agregar la carne finamente procesado en un picador, mezclamos homogéneamente.

Finalmente proseguimos a tomar pequeñas porciones de masa y le damos forma de balita, círculo y tomamos una bandeja especial para el horno y proseguimos a hornea a 180 grados por 35 minutos.

Materiales:

- Bolw grande
- Pala
- Mezclador
- Medidor
- Picador
- Molde para horno

Ingredientes

- Quinoa 300 g
- Huevos 2
- Moringa 0,375 g
- Carne 250 g
- Eritorbato 0,5 g
- Metabisulfito 0,5 g
- Miel 3 g
- Levadura 0,75 g

Empaque

- cartón

- Impresión
- Forrado

Cómo va a interactuar el cliente con el prototipo

El producto va estar dirigida a dos tipos de clientes el primero será el consumidor final es decir el propietario de la mascota, y segundo el comercio dedicados a la venta de productos para mascotas (Pet shops, veterinarias, estéticas) ya que en el país existen alrededor de 2.700 de estos establecimientos, según evidencia una reciente encuesta auspiciada por Fenalco.

Promoción:

- Hacer publicidad por medio de las redes sociales.
- Dar a conocer el producto a través de muestras gratuitas.
- Realizar campañas de concientización sobre la alimentación y nutrición de mascotas caninas dando prioridad a productos naturales y artesanales.
- Alianzas estratégicas con medianos y pequeños distribuidores.
- Tener participación dentro de eventos asociados al agro.
- Pertenecer a programas gubernamentales que apoyen las PYMES y fomenten negocios verdes.
- Por cierta cantidad de producto adquirido se hace descuento.

Evidencia del prototipo

Ilustración 12-Galletas



Tomado de propio del trabajo

Ilustración 14-Huesos



Tomado de propio del trabajo

Ilustración 13-Postres



Tomado de propio del trabajo

Modelo Running Lean

Problema	Solución	Propuesta de Valor única	Ventaja Injusta	Segmento de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Problemas digestivos a largo plazo. • Caída de pelo. • Mal aliento • Que no aporte los nutrientes necesarios para su mascota. 	<ul style="list-style-type: none"> • 100% NATURAL • Hecho con cereal tradicional (Quinua y Moringa) • Variedades de Snacks. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Producto 100% Natural echo con 2.Contiene más alto en proteínas y nutrientes. 3.Mejoramamiento en el estado de ánimo de la mascota 4.Mejoramamiento en el pelo reflejando brillo y suavidad. 5.Evitando problemas digestivos a largo plazo. 	<p>Producto de excelente calidad con componentes 100% naturales de cereales tradicionales como lo son la quinua y la moringa.</p>	<p>Tipos de clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Consumidor final – propietario de la mascota:</i> ○ Buena calidad del producto ○ Buena presentación ○ Variedades de Snacks ○ Certificado de Inspección Sanitaria (CIS). ○ Etiqueta Producto.
	<p style="text-align: center;">Métricas Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datos del cliente: <ul style="list-style-type: none"> ○ Red Social y Correo Electrónico • Datos característicos de la mascota. <p>Se enviará información sobre beneficios y manejo de cuidados de sus mascotas Promociones y eventos que se presenten.</p>		<p style="text-align: center;">Canales</p> <p>Redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook: @MYQPETS • Instagram: @M&QDogs • Correo Electrónico: animalesfelicesdogs@hotmail.com 	
<p>Estructura de Costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materia prima • Mano de obra ○ Sueldo de personal • Empacado • Gastos ○ Servicios públicos 		<p>Fuentes de Ingresos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofreciendo un producto de buena calidad • Pagos puntuales • Formas de pago: <ul style="list-style-type: none"> ○ Efectivo ○ Tarjeta (débito y crédito) ○ Transferencia bancaria (Davivienda, DaviPlata, Nequi). 		

Validación de Ideas de negocio

Objetivo de la investigación

Para M & Q dogs la razón de ser y su gran amigo son los perros, y junto a ellos van sus dueños que son como su familia, donde ellos son los que los conocen, saben sus gustos, sus comidas y demás, ya que no son un perro más sino ya son miembros importantes que conforman sus hogares, por lo tanto el mercado meta a trabajar en este proyecto son los dueños de las mascotas, puesto que ellos son los encargados de su alimento, snacks y demás.

Estrategia de Marketing

- Las conversiones es una meta del marketing importante, esta se basa en que la persona que tenga contacto con la empresa o marca realice una compra.
- Mantener la relación con los clientes habituales y monitorear el porcentaje en ventas de estos.
- El compromiso con los clientes también es una meta muy importante ya que se puede medir la audiencia y la popularidad que ha tomado la marca por medio de las redes sociales, donde se debe verificar también la calidad de la información que se les suministra a los seguidores.
- La generación y búsqueda de nuevos clientes para el producto.
- En un plazo de aproximadamente de seis meses se desea conseguir el reconocimiento del producto en el mercado por medio de divulgación tanto en redes sociales como por medio de publicidad conformada por avisos en lugares públicos, volantes.

Investigación Cualitativa

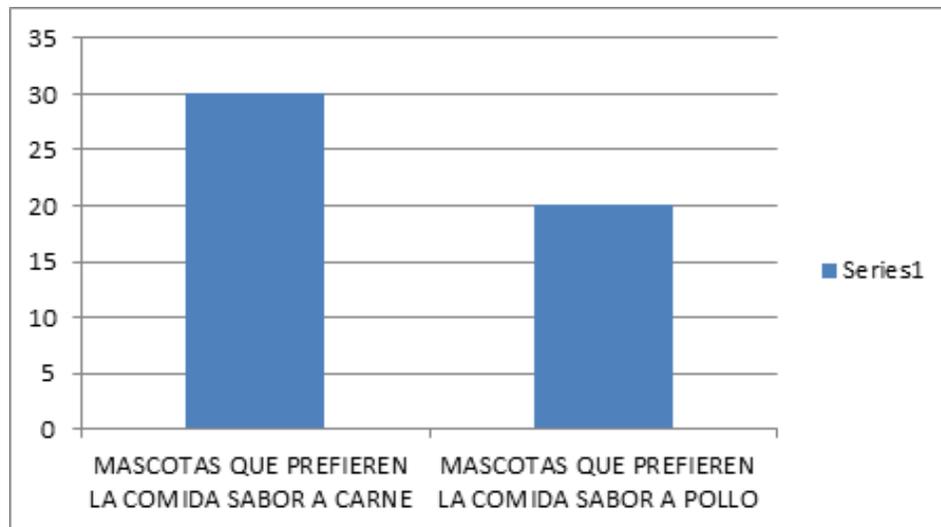
Esta investigación se basará en los tipos de sabores que les gusta más a los perros tanto en concentrado como en snack para mascotas, parte de la necesidad que se evidencia en los caninos en cuanto a su alimentación y de la variedad que se le puede ofrecer en sabores.

- 50 encuestas realizadas a familias con mascotas en diferentes barrios, barrio 1 Molinos sur sector 1, Engativá barrio 2, se repartieron las 50 encuestas de a 25 en cada barrio, 25 familias se encuestaron en el barrio molinos y 25 familias encuestadas en el barrio Engativá.
- Según datos recopilados de 50 familias con mascotas se puede concluir que a sus perros les gusta más el concentrado con sabor a carne y no el sabor a pollo, de los 50 perros a 30 les gusta el concentrado sabor a carne y a 20 el concentrado sabor a pollo, de los cuales los 30 que les gusta el sabor a carne 10 son del barrio Engativá y 20 del barrio Molinos, y donde los 20 perros que les gusta el concentrado sabor a pollo, 5 son del barrio molinos y 15 son del barrio Engativá.
- En conclusión, se puede decir que a las mascotas de familias de estrato 2 les gusta el concentrado sabor a carne y a las mascotas de familias de estrato 4 le gusta más el sabor a pollo.
- También se concluye que ha 5 perros del barrio molinos le gusta más el sabor a pollo y no a carne.

Tabulación y análisis de la información

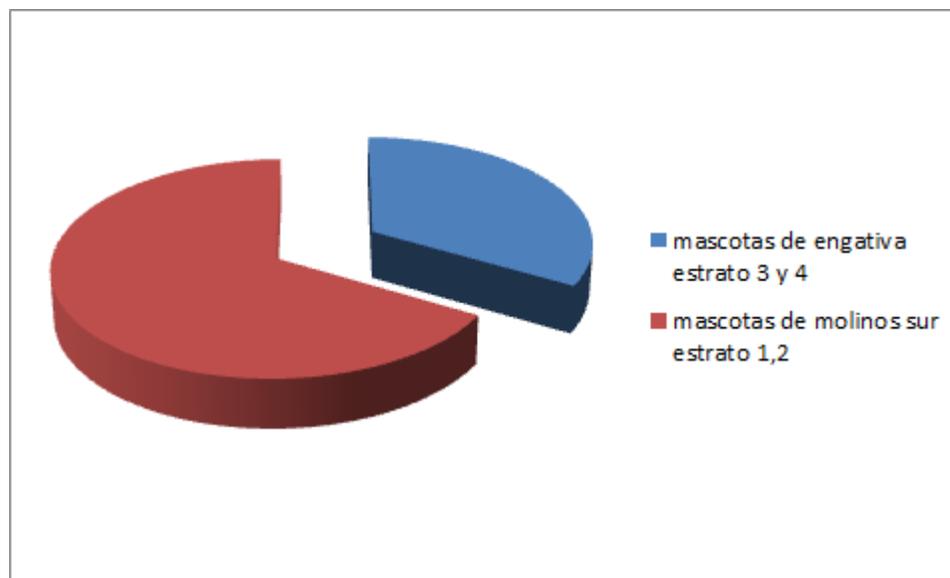
Estadísticas:

Gráfico 1-Familias con mascotas encuestadas en Bogotá.



Tomado de propio del trabajo

Gráfico 2-Mascotas que les gusta el concentrado sabor a carne .



Tomado de propio del trabajo

Tamaño de la Muestra

- La localidad de Engativá con sus 204.084 familias que la conforman, según datos del DANE del 2007, son el mercado objetivo donde se desea llegar con la galletas M & Q dogs , se estima que el 54% de las familias de Engativá tienen perro y estarían dispuestas a comprar las galletas para sus mascotas a un precio mayor o igual a \$ 6.383 M/C, este producto va dirigido a familias con ingresos entre \$1.000.000 y \$ 2.000.000 M/C . Se tiene una capacidad de producción de 16 docenas en el día, 480 docenas en el mes, elaboradas solamente por un operario inicialmente.
- Los posibles competidores que hay son todas las distribuidoras y tiendas de mascotas ya que están ofrecen servicios completos donde hay la comida y también galletas para perros, pero ninguno competidor que satisfaga la misma necesidad de brindarle todos los beneficios y características que estas galletas tienen para sus mascotas .
- Se tiene que contar con un gran capital poder iniciar el negocio ya que los insumos para la elaboración de las galletas son elevados, en cuanto el personal se tendría que contar con un operario de producción para la elaboración de las galletas y un vendedor.
- El medio de distribución inicialmente sería una tienda propia donde se puede exhibir y promocionar el producto donde se genere confianza y seguridad de este. El segundo medio de distribución sería todas las tiendas de mascotas y supermercados donde se encuentre la comida para los perros. Otra manera de

comercialización que se plantea es por medio de las redes sociales donde se pueda promocionar el producto, y realizar ventas por medio de pedidos a domicilio.

Lecciones aprendidas

Lesiones es interesante como se desarrolla a través de la investigación una idea de emprendimiento la cual se necesita mucho constancia y dedicación con este proyecto se aprendió a identificar las principales características de mercado, producto y plaza las cuales son importantes para salir al mercado adicional la demanda y cómo influye el consumidor frente a lo que opina de este nuevo producto.

Referencias

- <https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/NUTRICION-ANIMAL/>
- <https://mascotafiel.com/descubre-la-alimentacion-alternativa-para-perros/>
- <https://misanimales.com/beneficios-de-la-alimentacion-natural-pienso/>
- <https://www.bekiamascotas.com/articulos/problemas-de-salud-asociados-a-una-mala-alimentacion-de-tu-mascota/>
- <https://www.gabrica.co/product-tag/hills/?usuario=pdm>
- <https://misanimales.com/snacks-perro/>
- <https://www.moringaoleifera.es/moringa/moringa-para/moringa-mascotas/>
- <https://www.petngo.com.mx/blogs/blog-petngo-el-rincon-tips-mascotas/beneficios-de-la-quinoa-para-tu-perro>