

HAPPY DOG



Yhancarlos ticora diaz
Jesús Jiménez Ospina

OPCION DE GRADO 1



Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

MISIÓN

- ▶ Desarrollar y ofrecer soluciones integrales a problemas en el desarrollo de vida canina , enfocadas a mejorar la eficiencia y la rentabilidad del mercado competitivo por medio de productos innovadores, confiables y amigables con el medio ambiente, así como con servicios de excelencia, para obtener resultados sobresalientes.

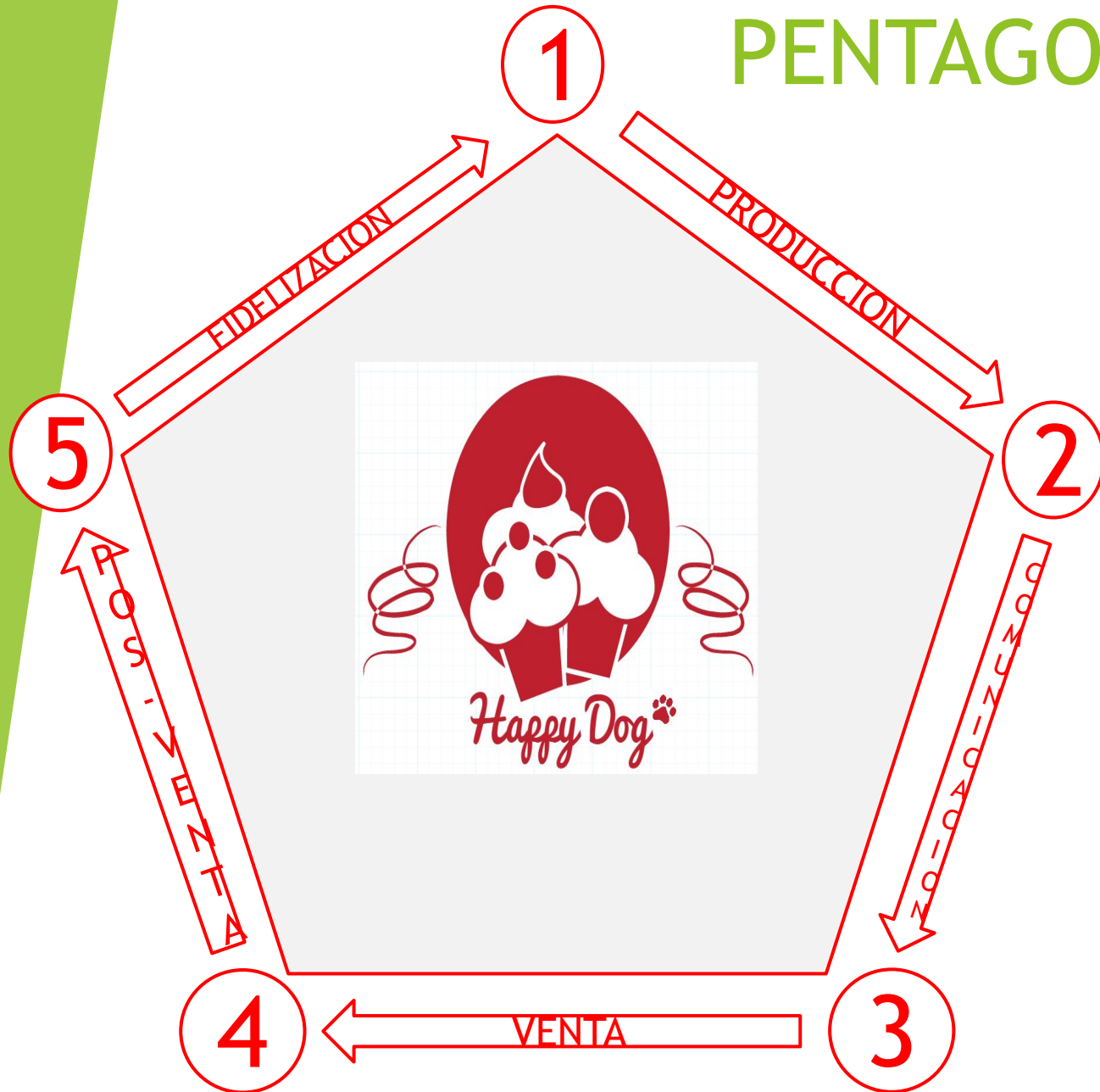


VISIÓN

- ▶ En nuestra Visión 2018 Seremos : Una empresa con marcas líderes y confiables para nuestros consumidores. El proveedor preferido de nuestros clientes. Una empresa innovadora, que mira hacia el futuro. Una empresa financieramente sólida. Un lugar extraordinario para trabajar por una salud sana y plenamente natural sin restricciones.



PENTAGONO



1-PRODUCCION:

ENVASE: En recipiente redondo fabricado a base de polipropileno, el cual está diseñado para soportar altas temperaturas y conservar los alimentos que se encuentren en este.

EMPAQUE: Será una estructura plástica que recubrirá nuestro envase, le dará mayor sellado para que el helado no se derrame, además que identificar nuestro producto, según el sabor del helado será el color que se implementará en el empaque.

2-COMUNICACIÓN:

Se contará con un equipo humano que garantice la realización de procesos eficientes. La promoción del producto mediante redes sociales, voz a voz, así como las estrategias de comercialización del producto mediante carritos es una herramienta esencial que influye en la viabilidad de la creación del producto.

3-VENTA:

El helado happy Dog será vendido en un local establecido y a su vez será también comercializado en carritos de helado. El producto tendrá que ser transportado desde la fábrica al punto de venta o establecimiento y distribuido a su vez en los demás vehículos designados.

4-POST-VENTA:

La idea es que después de las ventas creamos estrategias para que los clientes tengan la necesidad de darle nuestro producto al perro, esto quiere decir crear promociones, actividades que involucren nuestro mercado es decir las mascotas.

5-FIDELIZACION:

No solo preocuparnos por las ventas sino por el bien común de las mascotas y los clientes que compran nuestro producto.

FACTIBILIDAD



Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN

- ▶ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA Y LA ELABORACION DE PROYECTOS INNOVADORES PARA EL MERCADO COMO IDEA DE NEGOCIO:
- ▶ HELADOS PARA PERROS
- ▶ “happy dog”



JUSTIFICACIÓN

- ▶ Al realizar un análisis de la situación actual en Ibagué, se estableció que en la actualidad no se cuenta con este producto refrescante para perros, por tal razón se quiere sacar al mercado un producto alto en vitaminas y minerales que hidrate y nutra las mascotas con tres gamas sabores naturales que son lulo, fresa, limón.

ambiente

Unidad de Emprendimiento
y Liderazgo de la CUN



DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

- ▶ **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**
- ▶ ¿Será viable para el mercado competitivo en Ibagué, crear una empresa que fabrique un producto que complemente la dieta e hidrate a los perros a base de frutas naturales?



OBJETIVOS

▶ OBJETIVO GENERAL

Conocer, evidenciar y concluir la viabilidad de producir y vender helados para perros que brinden seguridad y tranquilidad en la alimentación de sus mascotas, con productos naturales y refrescantes para su consumo.

iGuaaauuuu!



ANÁLISIS DEL SECTOR

- ▶ Nuestros clientes potenciales son las personas de la ciudad de Ibagué pertenecientes a los estratos 3,4, y 5 que tengan un perro como mascota. la ventaja que se tiene a la hora de ofrecer productos para perro es que la mayoría de personas que tienen mascota invierten en el cuidado de estas. es un gran mercado en el cual podemos atacar con un producto fresco e innovador.



PRESENTACION DEL PRODUCTO



ESTUDIO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

- ▶ **Segmentación del mercado:**
- ▶ **MERCADO TOTAL:** el mercado total lo definimos como todos los clientes.
- ▶ **MERCADO POTENCIAL:** clientes que se encuentre en el departamento del Tolima y posean una mascota.
- ▶ Ibagué tiene 558 815 habitantes según el censo de 2005.
- ▶ [«Resultados y proyecciones \(2005-2020\) del censo 2005»](#). DANE.
Consultado el 1 de mayo de 2015.

MERCADO OBJETIVO

como el producto que se pretende lanzar al mercado es relativamente nuevo, se ha decidido aplicar una cuantas variables más para reducir aún más el mercado y así poder empezar con un mercado más pequeño y así ir expandiendo según los estados de las ventas.

La población de Ibagué de los estratos 3,4 y 5 que tienen un canino como mascota es de 44.209 personas

5. Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico

Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico (Según el servicio de energía eléctrica)
Diciembre de 2011

Ciudad	Estrato - % viviendas						Total
	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	
Bogotá D.C.	7,0	35,4	36,0	13,3	4,6	3,7	100,0
Medellín	11,0	35,0	29,4	11,5	8,6	4,6	100,0
Cali	16,8	28,0	32,7	11,2	8,6	2,8	100,0
Barranquilla	29,9	21,7	25,6	13,1	5,4	4,4	100,0
Bucaramanga	14,0	20,2	25,5	31,2	3,3	5,9	100,0
Cartagena	36,4	31,0	17,8	6,5	3,6	4,8	100,0
Cúcuta	26,0	42,0	20,2	9,8	1,9	0,1	100,0
Pereira	15,6	33,3	19,1	15,0	10,4	6,6	100,0
Ibagué	17,8	47,6	23,4	9,2	1,5	0,5	100,0
Manizales	10,0	24,8	38,1	14,4	4,9	7,8	100,0
Pasto	22,2	42,5	24,2	8,4	2,7	0,0	100,0
Villavicencio	20,8	30,6	38,0	6,9	2,8	0,9	100,0
Armenia	22,1	27,0	30,3	9,9	9,2	1,5	100,0

Fuente: Superintendencia de Servicios Públicos - Sistema Único de Información de Servicios Públicos, SUI

Población Ibagué	Estrato 3	Estrato 4	Estrato 5	Población Estratos 3,4,5
558.815	23,40%	9,20%	1,50%	190556
	130763	51411	8382	

ANÁLISIS DE LA MUESTRA

- ▶ Para analizar nuestra muestra se utilizó el muestreo de poblaciones finitas ya que conocemos la población por medio de las estadísticas del Dane y una investigación realizada por Fenalco, por lo cual se utilizó la siguiente formula, la cual nos arrojó el número de personas que debían ser encuestadas.
- ▶
 - ▶ $n = (3.84) (44209) (0.25)$
 - ▶ $282.9 + 0.96$
 - ▶
 - ▶ $n = 42440.6$
 - ▶ 283.9
 - ▶
 - ▶ $n = 150$ Encuestas

ENCUESTA

- ▶ La encuesta fue diseñada para obtener información sobre la aceptación de los helados para perro en un público objetivo de estratos 3, 4, y 5 que tienen un perro como mascota. La encuesta fue aplicada a 150 personas que cumplían con dichas características.
- ▶ El diseño de la encuesta y los resultados obtenidos se encuentran como anexos del presente proyecto.

GRADO DE ACEPTACIÓN

- ▶ De acuerdo con el nivel de aceptación de la encuesta realizada se encontró que de las 150 personas encuestadas
- ▶ Llegando a un grado de aceptación del:
- ▶ **G.A: 72%**



PERFIL DEL CLIENTE

- ▶ Personas pertenecientes a los estratos 2,3 y 4 que tengan como mascota caninos que habiten la ciudad de Ibagué y cuenten con los recursos necesarios para la compra del producto.

ESTUDIO DE LA OFERTA

- ▶ Se pretende ofrecer un producto innovador y emergente en el mercado local, además del establecimiento y la venta en un lugar determinado, también se plantea la idea de vender en carritos de helado permitiéndole al cliente acceder al producto desde cualquier lugar de la ciudad.

FRANJA DE MERCADOS

- ▶ Teniendo en cuenta la capacidad de producción de la empresa, las limitaciones y además la competencia, que en Ibagué, los helados para perro por ser un producto relativamente nuevo no tiene una gran cobertura de marcas, queremos llegar al 5% del mercado con una producción de 72.000 unidades al año.

ANÁLISIS DE PROVEEDORES

- ▶ Para la producción de los helados se necesita comprar leche deslactosada, y para esto se tiene un proveedor en Bogotá, que brinda precios bajos, aunque en Ibagué también hay un proveedor, sin embargo, en Bogotá la marca que nos ofrecen es de mayor calidad.
- ▶ Bogotá
- ▶ Lácteos el Pomar
Cra 72a # 55 - 70
- ▶ Ibagué
- ▶ Productos Lácteos - Cr 2 # 59-59 La Floresta, Tolima, Ibagué

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- ▶ El helado happy Dog será vendido en un local establecido y a su vez será también comercializado en carritos de helado, esto quiere decir que se necesitan los recursos físicos adecuados para mantener debidamente refrigerado el producto.

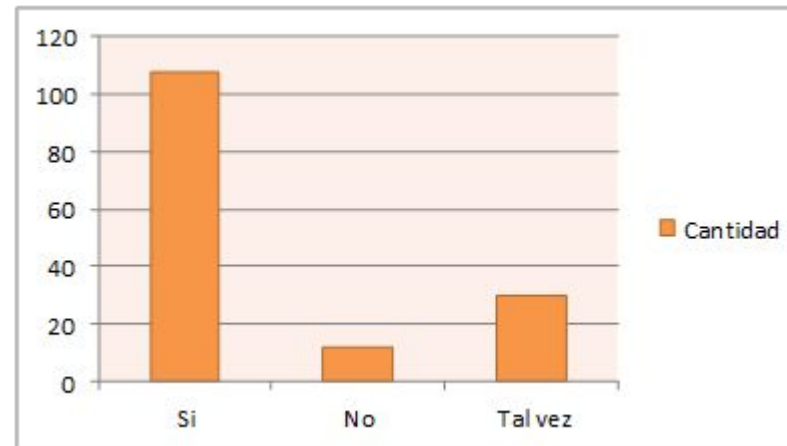
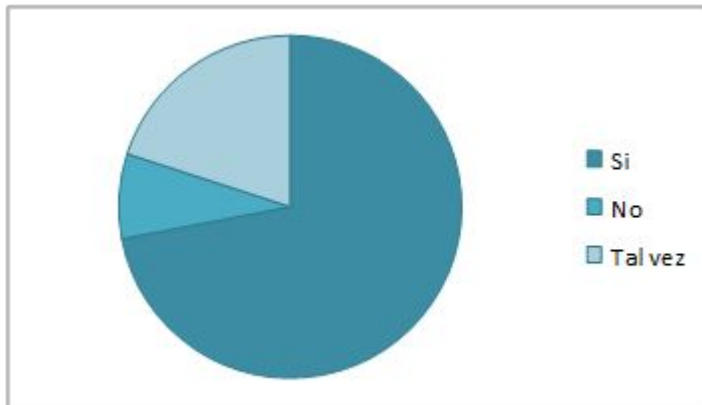
PLAN DE MERCADEO

- ▶ La promoción del producto mediante redes sociales, voz a voz, así como las estrategias de comercialización del producto mediante carritos es una herramienta esencial que influencia la viabilidad de la creación del producto.
- ▶
- ▶ Para el año 2018 Happy Dog será líder en el mercado, abarcando más del 40% del mercado local.

TABULACIÓN

- ▶ ¿Estaría dispuesto a comprar un helado para su perro?

descripción	Cantidad	Porcentaj
Si	108	72
No	12	8
Tal vez	30	20



CONCLUSIONES

- ▶ En nuestro nicho de mercado donde se verá reflejado muchas oportunidades económicas y sociales en nuestro país, ya que no se cuenta en este momento con este producto lo cual brindaría un impacto radical

RECOMENDACIONES

- ▶ *controlar adecuadamente todos los procesos de la empresa de acuerdo con nuestro nicho de mercado lo cual nos ayudaría a tener un mayor variabilidad de ventas en nuestro mercado potencial.
- ▶ *eficacias en los procesos de comercialización hasta el cliente final con el satisfaciendo la necesidad.
- ▶ * dirigir adecuado la información y reglas estipuladas con la ley para la comercialización.
- ▶ * controlar los procedimiento en elaboración hasta su finalización.*administrar los recursos necesarios para una mayor rentabilidad.
- ▶ *armonizar y ordenar todo logístico a la hora de comercializar lo dicho.