

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA HYDRATION
FOR DOGS

KELLY VANESA GONZÁLEZ VARGAS

ALEJANDRA CARDONA

JOHAN MARTINEZ

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PROYECTO DE GRADO

BOGOTA D.C

2017

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA HYDRATION
FOR DOGS

KELLY VANESA GONZÁLEZ VARGAS

ALEJANDRA CARDONA

JOHAN MARTINEZ

JHOSSMAN DAVID PALOMARES

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PROYECTO DE GRADO

BOGOTA D.C

2017

Contenido

AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÒN	6
1. LA IDEA DE NEGOCIO	7
1.1 DESCRIPCIÒN DEL NEGOCIO:	7
1.2 PROBLEMA A DESARROLLAR:.....	7
1.3 CLASE DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO:	7
1.4 SECTOR ECONÒMICO:.....	7
1.5 DESCRIPCIÒN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	8
1.6 JUSTIFICACIÒN	9
1.7 ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	10
1.8 OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	11
1.8.1 OBJETIVO GENERAL.....	11
1.8.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	11
2. DESARROLLO DE LA MATRIZ DE PERFILACIÒN DE CLIENTES.....	12
2.1 Necesidades.....	12
2.2Beneficios	12
2.3 Soluciones Actuales	12
2.4Limitaciones.....	12
2.5Mercado	12
3. VALIDACIÒN DEL MERCADO.....	13
3.1 ENTREVISTA.....	14
3.2 RESULTADOS DE LA INFORMACIÒN.....	14
3.3 RESULTADOS DE LA INFORMACIÒN.....	18

4.PROTOTIPO.....	19
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	19
4.2 LOGO	19
4.3 SLOGAN	19
4.5 FICHA TÉCNICA	21
5.MATRIZ ESTRATEGICA.....	23
5.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA:.....	23
5.2 FUTURO PREFERIDO.....	23
5.3 OBJETIVO GENERAL:.....	23
5.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	23
5.5 VALORES	24
5.6 ANÁLISIS DE PESTEL.....	25
5.7 ANÁLISIS PORTER.....	26
6. CONCLUSIONES	27
7. CIBERGRAFÍA.....	28

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradecemos a Dios por brindarnos la oportunidad de estar aquí, de permitirnos seguir este camino lleno de conocimiento, a nuestras familias por ser ese apoyo incondicional para seguir nuestros sueños.

Agradecemos a nuestro profesor por brindarnos la oportunidad de recurrir a su asesoría para desarrollar durante este semestre nuestro trabajo de proyecto de grado y culminarlo de una manera exitosa.

Y por último agradezco a todos nuestros compañeros y personas que durante este semestre estuvieron acompañándonos.

INTRODUCCIÒN

Este proyecto de grado se realiza con el fin de establecer un estudio de factibilidad para la creación de la empresa HYDRATION FOR DOGS que es una marca creada especialmente para velar por el cuidado y bienestar de las mascotas. Ha creado este producto de buena relación, calidad, precio, con un carácter innovador, facilitando y mejorando día a día la relación entre las mascotas y sus dueños.

Una buena hidratación resulta de vital importancia para mantener a un perro sano. Ésta será esencial para la vida plena y saludable de la mascota. Es por ello, que HYDRATION FOR DOGS lanza al mercado su nuevo producto, considerándolo un saludable, energético y equilibrado premio, que cuidará las condiciones físicas de las mascotas aportándoles la energía y vitalidad que acompañará sus comidas.

1. LA IDEA DE NEGOCIO

1.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO: Esta idea nace de tres jóvenes universitarios buscando satisfacer las necesidades de nuestros animales caninos, buscando posicionarnos en el mercado y así expandirnos prontamente a todo el Distrito Capital y luego a todo el país, incluso pudiendo llegar a la exportación.

1.2 PROBLEMA A DESARROLLAR: Nuestra idea de negocio sustituye el agua la cual ha sido siempre la única opción para hidratar al animal, con nuestro producto queremos sustituir el agua por una bebida que tenga un sabor delicioso, a un valor moderado y de fácil acceso, además que aporte vitaminas.

1.3 CLASE DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO: La clase de producto el cual vamos a ofertar en el mercado en un bien descrito anteriormente como una bebida tangible para animales únicamente caninos.

Nuestro producto será destacado por ser la primera bebida hidratante para animales caninos el cual tendrá sabor a pollo y a carne y que además sustituirá el agua el cual servirá de acompañante en la comida diaria del animal.

1.4 SECTOR ECONÓMICO: El sector económico de nuestro producto será el sector secundario o industrial ya que nuestra bebida está sometida a transformaciones ya que realizaremos la elaboración físicamente de nuestro producto, como lo es la incorporación de Agua, Jarabe de maíz, acidulante (Ácido cítrico), sales (Cloruro de sodio y Fosfato monopotásico), saborizante de pollo y carne, Vitaminas C y D.

1.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Hydration for Dogs es un producto desarrollado especialmente para hidratar y satisfacer la necesidad de nuestros adorables amigos caninos ofreciendo variedad de sabores y nutrientes en cada una de las botellas que estamos ofertando en el mercado. Es un líquido que contiene carbohidratos, electrolitos, minerales, vitaminas y saborizante con sabor a pollo y carne cuyo objetivo es reponer la pérdida de agua y minerales, va a gustar mucho ya que el perro que tome de esta bebida va a poder disfrutar de la vitalidad y energía que ofrece el producto y sustituirla por el agua acompañada de su alimento diario.

1.6 JUSTIFICACIÓN

La importancia de este proyecto radica en la innovación de un producto que aporte al desarrollo del canino, ya que dentro del sistema comercial no se determina un producto que sustituya el agua y aporte hidratación a sus organismos acompañando el alimento diario.

En Colombia se puede decir que es un sector relativamente nuevo el cual no ha sido abordado a fondo sabiendo que día a día la relación de los humanos con los animales de compañía supera la mera responsabilidad hacia un ser vivo y ha llegado a crear un sector económico (alimentos, accesorios, higiene y salud).

También se busca enriquecer y reforzar los conocimientos que durante este proceso se adquieran para nuestra formación académica, pues nos permite aplicar y evaluar parte del conocimiento teórico que se ha adquirido durante la carrera, utilizando las herramientas necesarias para la consulta y aplicación de nuestro proyecto

1.7 ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO

Esta idea surge de tres estudiantes que a lo largo de su carrera administrativa han venido incorporando en muchos de sus trabajos académicos investigaciones sobre el maltrato animal, estadísticas reales de la fraternidad entre humanos y animales, creación de páginas en contra el maltrato animal, entre otros, donde hemos ido notando interés directa por el bienestar de nuestros animales y en especial de los caninos por esto empezamos a desarrollar este producto para brindar a ellos un producto que les acompañe la comida diaria y que sustituya el agua.

Con la realización de este proyecto hemos venido conociendo e investigando acerca de los productos que han sacado en el mercado; el producto que hemos decidido lanzar es nuevo y por ello podríamos decir que puede ser una idea de negocio con altos índices de permanencia, tuvimos dificultades en basarnos en otro producto ya que como es un producto nuevo en el mercado no hay referencias en las que podríamos guiarnos, pero hemos sabido enfrentarla con ayuda de personas profesionales que conocen tanto de estructuras químicas como la anatomía de un animal.

1.8 OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.8.1 OBJETIVO GENERAL

Lanzar al mercado una bebida que hidrate el organismo de los caninos llamada HYDRATION FOR DOGS identificando la factibilidad de incursionar en el mercado con una bebida que sustituya el agua, refresque su organismo, aporte vitaminas y acompañe la comida del canino.

1.8.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Realizar investigación de mercado en donde se pueda determinar la factibilidad de este producto.
- ✓ Realizar una encuesta de mercado y así establecer metas a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Brindar un producto de calidad en el que nuestros clientes se sientan seguros.
- ✓ Generar estrategias de mercado para fidelizar al cliente.

2. DESARROLLO DE LA MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

2.1 NECESIDADES

Creemos que nuestros clientes buscan al momento de alimentar a su mascota una bebida apropiada que acompañe el alimento, buscando beneficios y practicidad para el comprador y para el canino.

2.2 BENEFICIOS

Creemos que nuestro cliente busca una bebida que además de hidratar de forma saludable a la mascota, calme la sed y refresque su organismo.

2.3 SOLUCIONES ACTUALES

Creemos que brindaremos a nuestros clientes una bebida hidratante diseñada para brindarles a los perros un efectivo sistema de hidratación más eficaz que el agua de bebida suministrado en cada comida.

2.4 LIMITACIONES

Creemos que la principal limitación es que la población se adapte a una bebida que reemplace el agua como el acompañante de la comida.

2.5 MERCADO

Creemos que nuestros clientes potenciales son los dueños de animales caninos que residan en Bogotá.

3. VALIDACIÓN DEL MERCADO

Nombre del proyecto de investigación	HYDRATING FOR DOGS
Firma Encuestadora:	Vanesa González Vargas, Alejandra Cardona Marín, Johan Martínez
Fecha de realización de campo:	07 de octubre de 2017
Grupo Objetivo:	Hombres y mujeres de todas las edades, de todos los niveles socioeconómicos de Bogotá.
Diseño muestral	Muestreo aleatorio normal por medio magnético, muestra en Bogotá, por rango de edad y género.
Marco Muestral	10 personas encuestadas aleatoriamente ubicadas en Bogotá- Colombia para análisis del lanzamiento de un nuevo producto llamado HYDRATING FOR DOGS para animales caninos.
Tamaño de la muestra	10 personas
Técnica de recolección:	Recolección de datos por medio de encuesta cerrada y la forma de realizarse la encuesta va ser de manera virtual estructurada, es decir que las preguntas ya fueron fijadas previamente así como también el orden en que se realizarán las mismas.

Cobertura	Se realizará en Colombia, en la Ciudad de Bogotá.
Fecha de entrega del informe:	10 de Diciembre de 2017.

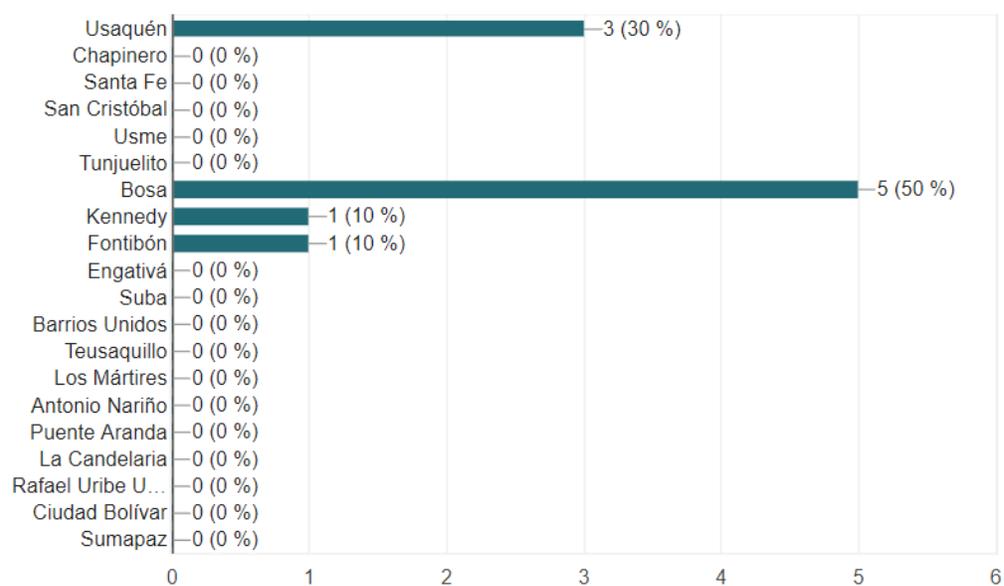
3.1 ENTREVISTA

<https://docs.google.com/forms/d/1lgcGi4s4iqK1ohXSMpntGQhimMcaLhCQKTjkuDJPM5>

3.2 RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN

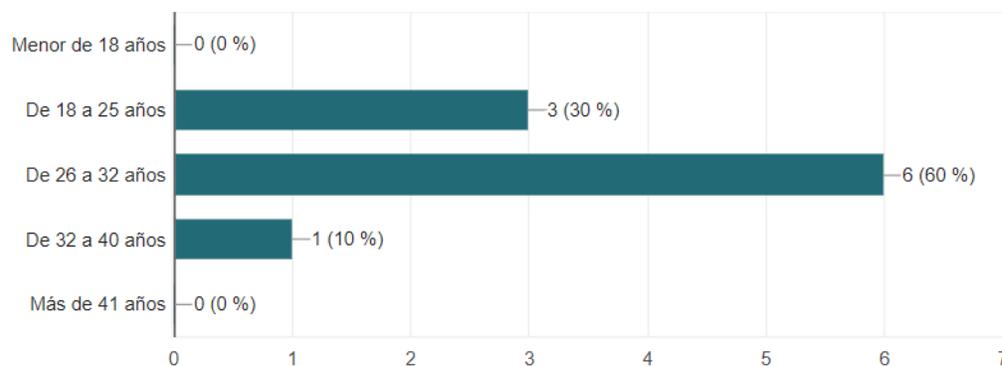
¿En qué localidad vive?

10 respuestas



Del 100% de las personas encuestadas el 50% responde que vive en la localidad de Bosa, el 30% en Usaquéen, el 10% en Fontibón y el otro 10% en Kennedy.

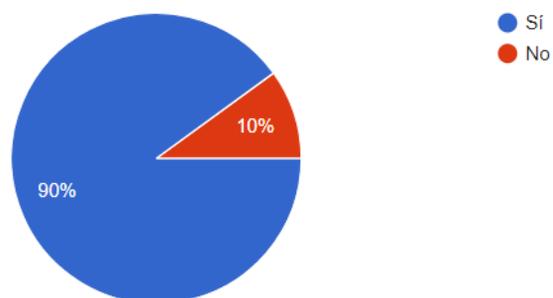
Seleccione su rango de edad



Del 100% de las personas encuestadas el 30% tiene un rango de edad de 18 a 25 años, el 60% tiene un rango de edad de 26 a 32 años, y el otro 10% tiene un rango de edad de 32 a 40 años.

¿Tiene mascota?

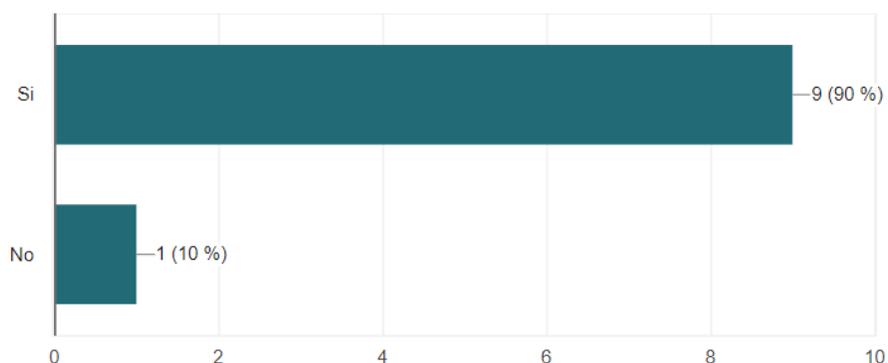
10 respuestas



Del 100% de las personas encuestadas el 90% responde tener mascota y el otro 10% responde no tener mascota.

¿Tiene usted una mascota canina?

10 respuestas



Del 100% de las personas encuestadas el 90% responde tener mascota y el otro 10% responde no tener mascota

¿Dónde compra el alimento para su perro?

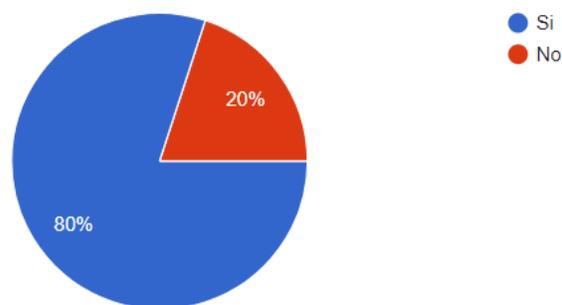
10 respuestas



Del 100% de los encuestados el 40% respondió comprar alimento para su perro en tienda veterinaria cerca a su lugar de residencia, el 10% respondió comprar alimento para su perro en almacenes de cadena, 30% respondió comprar alimento para su perro en supermercados cercanos a su lugar de residencia, 20% respondió comprar alimento para su perro en otro lado.

¿Compraría una bebida que acompañe la comida del canino?

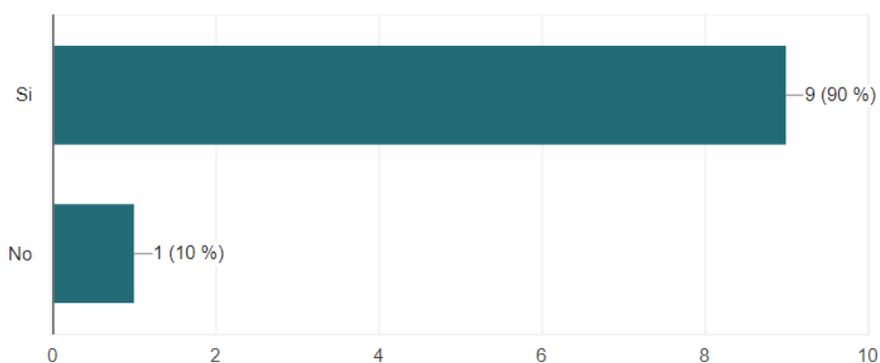
10 respuestas



Del 100% de los encuestados el 80% responde que si compraría una bebida que acompañe la comida del canino, y el 20% responde que no compraría una bebida que acompañe la comida de su canino.

¿Invertiría en una bebida para su mascota que además de hidratar aporte nutrición?

10 respuestas



Del 100% de los encuestados el 90% respondió que si invertiría en una bebida que además de hidratar aporte nutrición al canino y el otro 10% respondió que no invertiría en una bebida que aporte nutrición al canino.

¿Estaría dispuesto a comprar esta bebida y cuánto pagaría por esta?

10 respuestas

Si, estaría dispuesto, depende de la cantidad, máximo \$1500
Si, \$2000
Si, \$1.000
Si, \$1600
Si, \$1.700
si, \$1990
Depende de la cantidad de la bebida, un valor de \$2.000
si estaría dispuesto, \$1.800
Si, \$1000
Si, 1.500

Del 100% de las personas encuestadas el 100% respondió estar dispuesto a comprar una bebida para su canino, y el valor que estaría dispuesto a cancelar oscila entre \$1.000 y \$2.000.

3.3 RESULTADOS DE LA INFORMACIÓN

Después de realizar la entrevista se observa que la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a comprar una bebida que hidrate a su canino y que aporte vitaminas, además están dispuestos a cancelar un valor que oscila entre \$1.000 y \$2.000 por el producto.

4.PROTOTIPO

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Hydration for Dogs es un producto desarrollado especialmente para hidratar y satisfacer la necesidad de nuestros adorables amigos caninos ofreciendo variedad de sabores y nutrientes en cada una de las botellas que estamos ofertando en el mercado. Es un líquido que contiene carbohidratos, electrolitos, minerales, vitaminas y saborizante con sabor a pollo y carne cuyo objetivo es reponer la pérdida de agua y minerales, va a gustar mucho ya que el perro que tome esta bebida va a poder disfrutar de la vitalidad y energía que ofrece el producto y sustituirla por el agua acompañada de su alimento diario.

4.2 LOGO



4.3 SLOGAN

“Única, fresca y nutritiva”

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de la porción	1 vaso 250 ml
Porciones por envase	aprox. 1
Agua	150ml
Jarabe de maíz	50ml
Cloruro de sodio	25gr
Ácido cítrico 18gr	18 gr
Fosfato monopotásico	15 gr
Saborizantes	10gr
Vitaminas	C y D

INGREDIENTES: Agua, Jarabe de maíz, acidulante (Ácido cítrico), sales (Cloruro de sodio y Fosfato monopotásico), Saborizante de pollo y carne, Vitaminas C y D.

4.4 PLANOS



4.5 FICHA TÉCNICA (LANZAMIENTO DE BEBIDA HIDRATANTE PARA CANINOS)

Capacidad	250 Mililitros
Cualidades	Es una bebida para mascotas caninas que gustará mucho por su sabor altamente apetitoso, esta bebida favorecerá la hidratación de su mascota de forma saludable y ligera considerándose una bebida que calmará la sed del canino y refrescará su organismo.
Diseño	Nuestra bebida será un envase plástico que tendrá el logo de un animal canino, que será para verter en el recipiente donde le sirve el amo su agua, estará en la etiqueta la tabla nutricional, fechas extremas y capacidad.
Tamaño	250 mililitros de capacidad
Presentación	Envase plástico.
Características fisicoquímicas	Al ser el agua el componente principal contiene propiedades físicas que son responsables de su importancia biológica.
Condiciones Climáticas	No necesita de refrigeración, puede estar

	expuesto a temperatura ambiente.
Factores Ambientales	No aplican factores ambientales ya que está bebida es la que acompaña el alimento solido del canino, es decir que por lo general cuando se alimenta el canino se encuentra en casa, un lugar cerrado el cual no tendría influencia climática.
Características de empaque, embalaje y almacenaje	Nuestro producto está diseñado con altos estándares de calidad en condiciones diseñadas para impedir el crecimiento de microorganismos y evitar cualquier otra contaminación.

5.MATRIZ ESTRATEGICA

5.1 IDENTIDAD ESTRATEGICA: Nuestra empresa será reconocida por la venta de bebida hidratante para perros inicialmente en la presentación de 250 ml, esta idea de negocio va dirigida para las personas dueñas de mascotas de estrato 2 en adelante, nuestro producto tiene como factor diferencial la única bebida hidratante para perros que se lanza al mercado.

5.2 FUTURO PREFERIDO: HYDRATION FOR DOGS lanzará al mercado en un tiempo no mayor a tres años un empaque con más capacidad, adicional lanzara línea de hidratante para animales felinos y aves.

5.3 OBJETIVO GENERAL: Ser una organización reconocida por calidad y precio en la bebida para perros que hidrata, refresca y aporta vitaminas, el cual se expande a nivel nacional por el alto índice de ventas, yendo de la mano con pautas de conciencia animal.

5.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Brindar un producto de calidad y a bajo costo.
- Fidelización del cliente
- Expansión de la empresa a nivel nacional
- Lanzamiento de una nueva línea de productos para felinos y aves.
- Generar rentabilidad y sostenibilidad
- Conciencia ambiental y animal.

5.5 VALORES

5.5.1 RESPETO A SUS EMPLEADOS: Una de las principales condiciones para que los empleados se sientan a gusto y estén motivados en HYDRATION FOR DOGS es que ésta les trate con respeto y les ofrezca todas las facilidades posibles para el desempeño de su trabajo o para su crecimiento personal y laboral.

5.5.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL: Hydration for dogs deberá contribuir, de alguna manera, a mejorar las condiciones de vida en las zonas donde están establecidas, o a impulsar iniciativas que contribuyan positivamente a la vida de la comunidad.

5.5.3 TRANSPARENCIA Y HONESTIDAD: así mismo Hydration for dogs tiene la obligación de ser honesta con sus clientes, proveedores y competencia, así como de mostrar una completa transparencia que se debe reflejar en la presentación de cuentas económicas periódicas y accesibles.

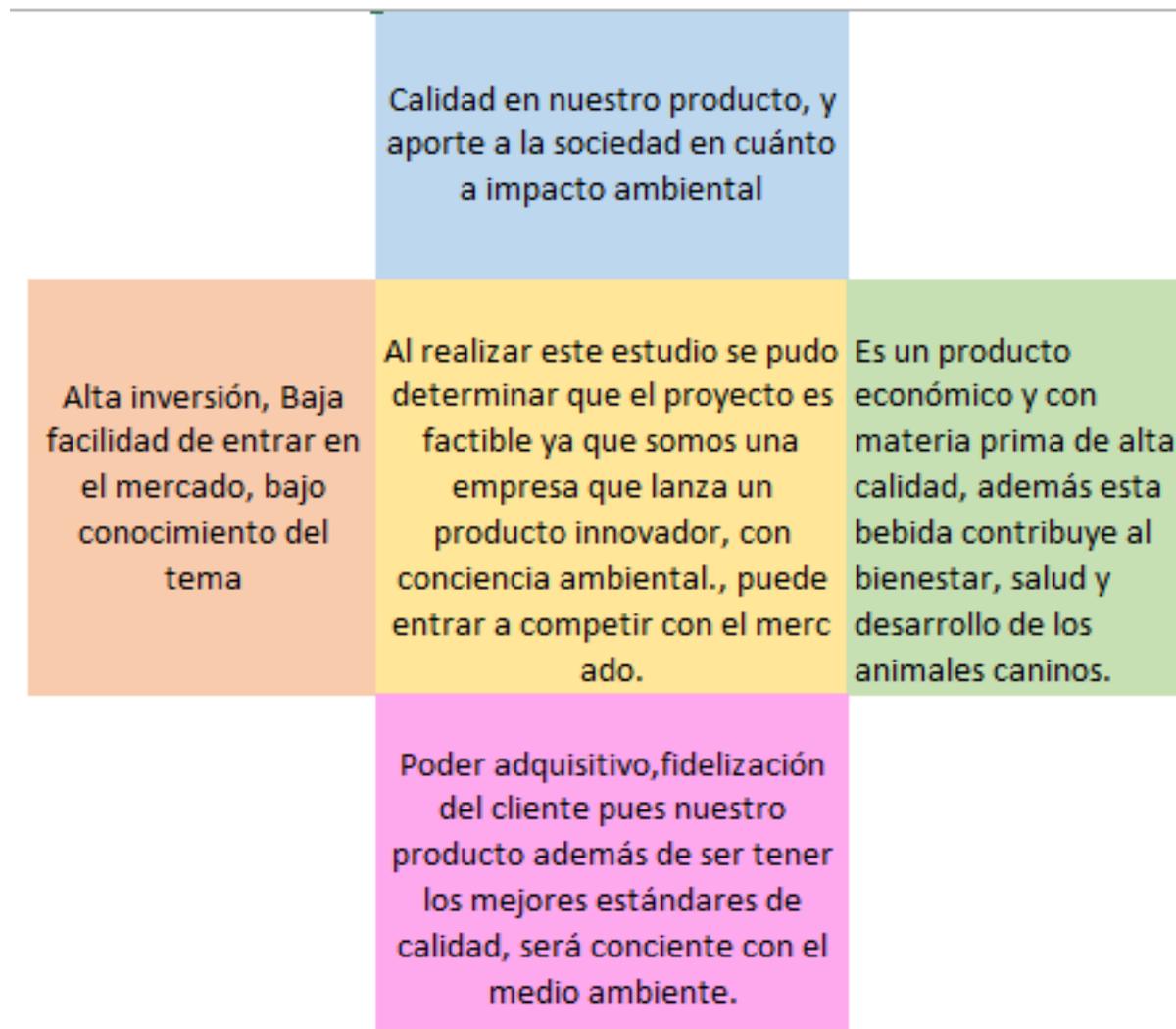
5.5.4 CALIDAD: Buscamos ofrecer el mejor servicio al mejor precio.

5.6 ANÁLISIS DE PESTEL

POLÍTICO	ECONÓMICO	SOCIAL	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad de la creación de empresa • Reformas tributarias • Reformas laborales • Normatividad sobre uso de material ecológico como materia prima • Políticas de calidad • TLC (tratados de libre comercio). 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de Inflación • TRM • Impuestos • Demanda • Situación demográfica del sector. • tipos de interés y políticas monetarias • políticas en materia de desempleo tendencias del PIB 	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de vida • Cultura ambiental • nivel educativo • consumismo • conciencia ecológica • consumismo • movilidad laboral y social • modas y tendencias comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de información y comunicación • Medio publicitarios • Software para la operación administrativa • Uso y costo de la energía • Velocidad de transferencias tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad sanidad • Responsabilidad social • Limitación manejo de material orgánico como materia prima • Estudio impacto ambiental • Política ambiental Manejos de residuos y contaminación



5.7 ANÁLISIS PORTER



6. CONCLUSIONES

Después de condensar toda esta información, hemos obtenido resultados en el presente estudio que nos indican que desde la perspectiva de mercado, el lanzamiento del producto HYDRATIN FOR DOGS es viable, pues cuenta con los elementos de estudios necesarios y favorables para su implementación.

Consideramos que no cuenta con una competencia directa , el producto tiene consideración exclusiva y se puede explotar como tal, esto debe ser aprovechado para posicionarnos en el mercado y así expandirnos prontamente a todo el Distrito Capital y luego a todo el país, incluso pudiendo llegar a la exportación.

El desarrollo de este estudio nos permitió el análisis del mercado en cuanto a que la innovación de productos resulta llamativa para la conformación de ampliar el producto en una nueva presentación que nos llevaría prácticamente a un negocio exitoso, y son la clave del éxito en las actividades empresariales de hoy en día, el innovar junto con la exigencias de este mundo moderno.

7. CIBERGRAFÍA

<https://goo.gl/forms/HCTkSIpOWk4III3s2>

<http://www.eltiempo.com/bogota/poblacion-por-edades-de-bogota-2017-109238>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Bosa_\(Bogot%C3%A1\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Bosa_(Bogot%C3%A1))

<http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

<https://es.slideshare.net/eofernandezg/10-normas-apa-tesis-grado>

<https://www.google.com.co/maps/place/Bosa,+Bogot%C3%A1/@4.6256406,->

[74.2226351,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9e6fec7428e9:0x46c5252ef4b8d101!8m2!3](https://www.google.com.co/maps/place/Bosa,+Bogot%C3%A1/@4.6256406,-74.2226351,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9e6fec7428e9:0x46c5252ef4b8d101!8m2!3)

[d4.609896!4d-74.184721](https://www.google.com.co/maps/place/Bosa,+Bogot%C3%A1/@4.6256406,-74.2226351,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f9e6fec7428e9:0x46c5252ef4b8d101!8m2!3d4.609896!4d-74.184721)