

**PROYECTO DEL PROYECTO, HELADOS NATURALES Y ARTESANALES**

**JAMIRSON FALLA DORADO CC CORREOS: jamirson.falla @cun.edu.co**

**JULLY ANDREA NARVAEZ GARAVITO CC 1069853147 CORREOS: jully.narvaez**

**@ cun.edu.co**

**MANUEL FONSECA CC 74333802 CORREO: manuefonseca100 @gmail.com**

**GRUPO**

**40106**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**BOGOTÁ D.C.**

**2017**

**PROYECTO DEL PROYECTO, HELADOS NATURALES Y ARTESANALES**

**JAMIRSON FALLA DORADO CC CORREOS: jamirson.falla @cun.edu.co**

**JULLY ANDREA NARVAEZ GARAVITO CC 1069853147 CORREOS: jully.narvaes  
@ cun.edu.co**

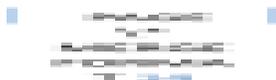
**MANUEL FONSECA CC 74333802 CORREO: manuefonseca100 @gmail.com**

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE TECNICO  
PROFESIONAL EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS**

**ASESOR: HENRY MARTINEZ VARGAS**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA TECNICO PROFESIONAL EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS  
BOGOTÁ D.C.**

**2017**



**NOMBRE PROYECTO**

**PROYECTO DEL PROYECTO, HELADOS NATURALES Y**

**ARTESANALES**



**INTRODCCION**

En este proyecto se establece de la creación de una empresa elaboradora y distribuidora de helados artesanales elaborados netamente con frutas y diversidad de vegetales 100% naturales, endulzados naturalmente. En Colombia oficialmente no hay una empresa certificada para la elaboración de este producto, es rentable porque busca la mejora de la alimentación en las personas, brindando un valor agregado de bienestar al cuerpo. Buscamos satisfacer las necesidades del cliente ofreciendo un producto sano, rico al paladar y sobre todo lleno de nutrientes que solo nos lo brindan los alimentos salidos de la tierra; nuestra tierra colombiana, y así buscamos obtener un buen posicionamiento de nuestra empresa en el mercado colombiano, dando su origen en la ciudad de Bogotá. Es importante destacar que una buena alimentación ayuda a prevenir el cáncer, enfermedades cardiacas y mejorar nuestra salud, y que mejor manera de cuidarnos que alimentándonos sanamente con productos innovadores, llamativos y refrescantes.

Es importante tener en cuenta que el mundo de hoy y del futuro lo mueve y lo moverá la Innovación; en todos sus aspectos y aplicaciones, es ya un concepto muy conocido y aplicado por grandes, pequeñas y medianas empresas. Como jóvenes y futuros empresarios debemos buscar esas nuevas oportunidades de negocio y volverlas más innovadoras y atractivas, siempre buscando hacer el bien a una sociedad tan malgastada y maltratada, en esta oportunidad nos centraremos en la alimentación de esa sociedad.

Hemos decidido trabajar en un proyecto realmente innovador, este será un proyecto de empresa que dará de que hablar y estamos dispuestas a recibir todos los comentarios, dudas o inquietudes que puedan surgir.

Decimos que dará de que hablar porque nuestro producto será netamente artesanal, trabajaremos con materia prima nunca antes manejada en el tema de los helados, esto lo hacemos para incentivar el consumo de helados veganos netamente hechos a base vegetales y frutas.

Es importante demostrar a las personas la importancia de alimentarse sanamente y que mejor manera de hacerlo que ofreciendo un producto innovador y creativo; un helado natural, saludable, con un sabor e imagen agradable.

## **OBEJETIVOS**

- Llegar al mercado con nuestro producto es al sector de aquellas personas que les gusta llevar una vida saludable, consumiendo un producto refrescante, nutritivo un producto natural bajo en calorías, impulsando el consumo de frutas y verduras.
- Brindar un producto aquella población con problemas de diabetes o intolerantes a la lactosa para cuidar la calidad de vida de nuestros clientes.
- Identificar que en Colombia es abundante el consumo de helados ya que las personas encuestadas a la semana consumen máximo 4 helados, podemos sacar la mayor productividad con un producto de excelente calidad, con los parámetros que estamos ofreciendo.
- identificar que el 60 % de las personas encuestadas conocen o han probado un helado lo cual nos brinda una confianza para poder elaborar y distribuir nuestro producto.

## JUSTIFICACION

Nuestro proyecto busca despertar en las personas la sensibilidad hacia aquello que para ellos no es tan agradable de comer, por eso hemos diseñado un producto innovador, creativo y llamativo que despierte ese agrado e interés en el consumo de verduras y frutas, por medio de un helado elaborado a base de estos mismos. Con esto buscamos concientizar que el consumo de vegetales también puede ser agradable al paladar si se ofrece de una manera atractiva al consumidor, demostrando los beneficios y el aporte nutricional que trae a nuestro cuerpo el consumo de estos.

¿Qué beneficios nos aporta el consumo de vegetales?

Es común que desde niños nos quieran inculcar el consumo de vegetales, en donde se nos asegura que el consumo de estos nos hace bien, nos ayudan a crecer y a ser fuertes.

- El consumo de vegetales ayuda a mejorar y fortalecer las defensas de nuestro cuerpo.
- Los vegetales actúan en nuestro organismo como antioxidantes y son bajos en calorías.
- Consumir vegetales aporta a nuestro cuerpo minerales, vitaminas, fibra y nutrientes esenciales para nuestro organismo.
- Los vegetales son de fácil digestión, aptos para personas que sufren de pesadez y estreñimiento.
- Son alimentos exentos de conservantes y colorantes.
- Su consumo prolongado ayuda a renovar el aspecto de la piel y mejora el funcionamiento del sistema nervioso.

Debemos tener claro que el consumo de vegetales es algo necesario en la sociedad, ya que aporta beneficios notables al cuerpo y mejora la calidad de vida de las personas

## MISIÓN

Ser una empresa líder en la producción y distribución de helados artesanales y naturales elaborados con insumos netamente naturales, sin ningún químico ni conservante, helados de alta calidad y al alcance de toda persona, superando las expectativas de nuestros clientes consumidores y colaboradores creciendo cada día como empresa con el gran equipo de talento humano que nos acompaña en cada proceso.

## VISIÓN

Para el año 2020 seremos la empresa líder en distribución y elaboración de helados artesanales y naturales de la ciudad de Bogotá y el departamento de Cundinamarca, aremos de nuestra clientela una sociedad más saludable llena de vida y energía.

## HIPOTESIS

¿Quién es nuestro cliente y usuario potencial?

- Creemos que nuestro usuario potencial son las familias, niños, adultos, jóvenes de estratos 2 y 3.

¿Qué necesidades tienen?

- Creemos que están buscando opciones alimenticias saludables y nutritivas, guiados por una tendencia hacia los productos naturales, sin ningún tipo de conservantes o colorantes.

¿Qué expectativas tienen ese cliente cuando consume el producto?

- Queremos que encuentren un producto de alta calidad, con un buen sabor y conocer una forma tradicional de la preparación de un helado.

¿Qué espera que ocurra al consumir el producto?

- Queremos que los niños y sus familias puedan tener una experiencia divertida entorno a una marca posicionada. Satisfacer su deseo de consumir un helado, y conseguir que vuelvan a consumir más productos.

¿Qué productos está usando o consumiendo para suplir esa necesidad?

- Creemos que en el mercado existen grandes competidores con un posicionamiento y recordación de marca definidos, pero que trabajan su negocio de una manera tradicional. Por ejemplo **Helados Popsy**, **Mimo's**, **Helados Mc Donalds**, etc.

¿Qué problemas e inconformidades tiene el usuario con la solución actual?

- Existen productos en el mercado, los cuales contiene algún tipo de conservantes, saborizantes y colorantes, lo que genera alguna desconfianza en cuanto a sus bondades saludables.

¿Cuánto invierte en las soluciones actuales?

- Mensualmente puede existir un gasto de entre \$50.000 y \$90.000.

¿A través de canales las adquiere?

- De manera directa en los puntos de venta.

¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad?

- Podemos definir de la siguiente manera: de una familia conformada por 4 integrantes, 3 de ellos tienen la necesidad o deseo de consumir un helado.

## **IDENTIFICAR SEGMENTO O GRUPO DE CLIENTES**

¿Quién tiene una necesidad o problema?

- Familias
- Población Vegana
- Niños
- Estudiantes
- Jóvenes
- Personas mayores que están en la tendencia de consumir productos saludables y naturales.

¿Qué grupo de personas tiene una necesidad o problema que yo considero puedo resolver?

- Familias, niños, jóvenes y población vegana.

¿Para cual de esos grupos considero que la necesidad es más crítica?

- Las Familias
- Población vegana

## **IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES**

¿Cuáles son las necesidades por las cuales sus clientes están comprando estas soluciones?

- Los clientes tienen la necesidad de consumir productos saludables y encontrar con facilidad dichos productos.

¿Qué verbo representa la acción?

- Consumir

¿Bajo qué contexto se da?

- Consideramos que las personas tienen la necesidad de consumir productos que vayan de la mano con la tendencia saludable y natural.

## **CLIENTES QUE TIENEN UNA NECESIDAD**

- Familias de estratos 2 y 3
- Niños
- Jóvenes

## **NECESIDADES:**

- Encontrar un producto nutritivo, natural y saludable.
- Tener un producto que se sale de lo normal.
- Tener acceso al producto con facilidad y a un buen precio.
- Crear sus propios sabores de acuerdo con sus gustos.

## **IDENTIFICAR BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS**

- Creemos que las personas están en busca de encontrar una opción saludable y natural en alimentos de consumo masivo. Ellos quieren mejorar su estado de salud y bienestar.

¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la necesidad?

- La firme intención de que las personas puedan encontrar y consumir un producto natural, refrescante, delicioso y saludable.

¿Qué metas o indicadores debe cumplir al final del ejercicio?

- Nuestra meta es lograr al cabo de un año que este emprendimiento pueda generar los ingresos necesarios para nuestra sostenibilidad. A su vez poder abrir más puntos de venta para generar más opciones de empleo a las madres cabeza de hogar.

## IDENTIFICAR LAS SOLUCIONES ACTUALES

¿Qué soluciones compran actualmente?

- Creemos que los consumidores compran los productos que han creado una recordación de marca y tiene un alto grado de posicionamiento como son Helados Popsy, Mimo's, Helados Mc Donald's y CremHelado.

¿A través de que canales los adquieren o conocen de la solución?

- Se adquieren a través de puntos de venta directos.

¿Cuál es la solución principal para escogerla?

- Creemos que la solución principal es la de calmar un antojo o tener la oportunidad de compartir un momento agradable con otras personas.

¿Qué criterios se han tenido en cuenta?

- Creemos que los principales factores son la garantía de consumir un producto de buena calidad, la variedad de sabores, las diferentes opciones de toppings y el precio.

¿Cuánto dinero están invirtiendo en ellos?

- Creemos que el gasto promedio de los consumidores en estos productos es de \$50.000 a \$90.000 mensual.

## IDENTIFICAR INCONFORMIDADES Y FRUSTACIONES

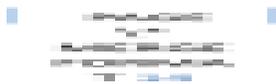
¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales?

- Creemos que las soluciones actuales no brindan beneficios saludables a las personas.

¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo?

- Creemos que la principal inconformidad es lograr tener la confianza y preferencia de los clientes por ser un producto nuevo en el mercado.

¿Qué objeciones podría presentar a la hora de conocer mi propuesta de valor?



- Creemos que se pueden presentar objeciones en la calidad de las frutas e insumos con los que se preparan los helados.

## IDENTIFICAR EL MERCADO

¿Cuál es el mercado objetivo?

- Las Familias y personas de estratos 2 y 3, con un poder de adquisición nivel medio.

¿Existen aspectos demográficos, socioeconómicos relevantes para calcular el tamaño del segmento de mercado?

- Creemos que existen aspectos demográficos que pueden marcar claramente los lugares donde podemos encontrar nuestro segmento de mercado como lo son lugares de clima cálido. También existen aspectos socioeconómicos como son el poder adquisitivo de las personas de estratos 2 y 3.

¿Existen aspectos de comportamiento o contexto relevantes para calcular el tamaño del mercado?

- Creemos que en los lugares en donde las personas comparten más tiempo libre con amigos y familiares es una excelente oportunidad para calcular cual podría llegar a ser el tamaño del mercado.

## SEGMENTOS

---



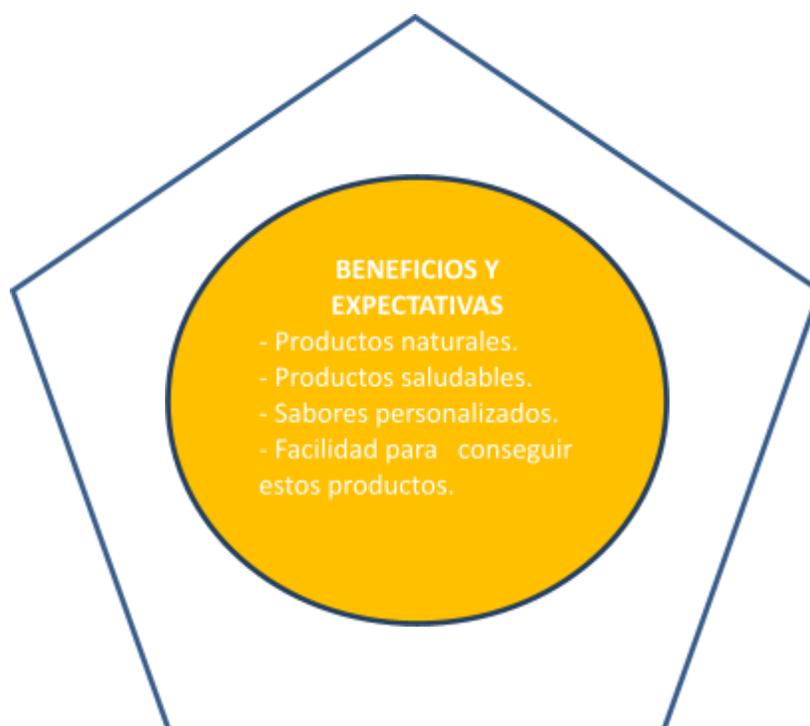
## NECESIDADES

---



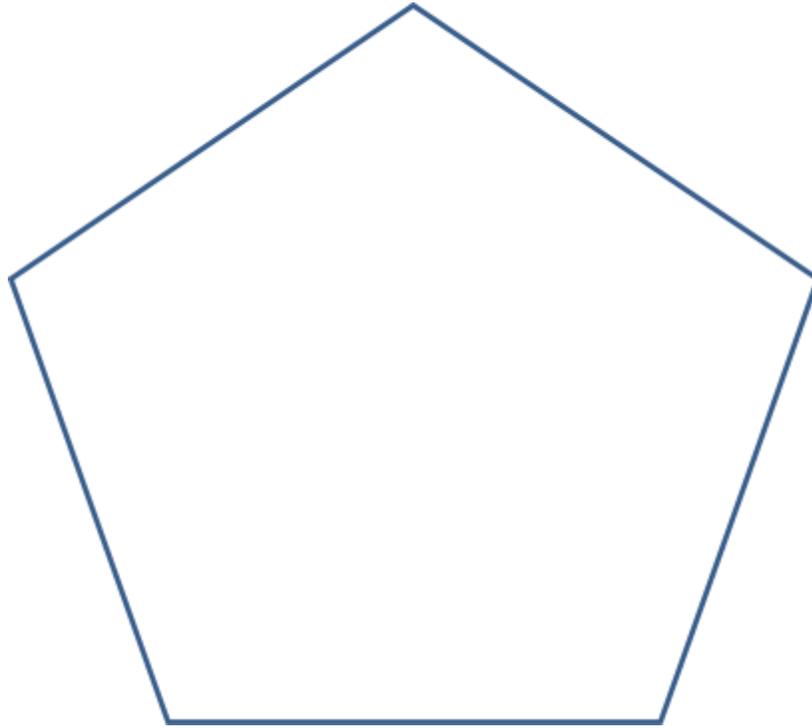
## BENEFICIOS Y EXPECTATIVAS

---



## SOLUCIONES ACTUALES

---



## INCONFORMIDADES Y FRUSTACIONES

---





refrescar con un helado sano que no les afecta a su figura si no lo contrario que les aporta beneficios nutritivos, este producto es una alternativa amigable con el medio ambiente puesto que no utiliza productos industrializados, evitando así una contaminación excesiva con su elaboración, además el hecho de contar con un empaque decorativo supone una disminución del impacto ambiental que se pueda tener.

Algo que resulta muy importante es el hecho de contar con un producto que mejore la calidad alimenticia con una elaboración importante, responsable y que no engañe al consumidor.