





Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

**IDEACION DE PROYECTO
HELADOGS**



 Heladogs Villavicencio
 Heladogs.villavicencio

Laudi Jessel Castro Hernández
CC. 1234788898

Natalia Michelle Laverde Jiménez
CC. 1.121.902.601

19, Septiembre 2020



TABLA DE CONTENIDO

Portada	
HELADOGS	1
INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVOS.....	5
ESCALA DE TIEMPO	5
CLAVES PARA EL ÉXITO.....	6
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	6
DESCRIPCIÓN DE POBLACIÓN	7
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	8
ÁRBOL DE PROBLEMAS	15
ÁRBOL DE OBJETIVOS.....	16
PROBLEMA	17
ESTRUCTURA DE LA IDEA DE NEGOCIO	19
ANTECEDENTES DEL PROYECTO Y POSIBLES COMPETIDORES	22
LA IDEA MÁS PROMETEDORA E INNOVADORA.....	23
FUERZAS DE LA INDUSTRIA	24
ANÁLISIS DE LA OFERTA	25
ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN Y DE PROVEEDORES	28
PROPUESTA DE VALOR.....	31
DISEÑO DEL PRODUCTO.....	32
PROTOTIPO.....	38
VALIDACION DE IDEAS DE NEGOCIO.	41
MUESTRA.....	42
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	43
APRENDIZAJE.	52
RECOMENDACIONES.	53
BIBLIOGRAFIA.....	54



Compromisos del autor

Yo, **Laudi Jessel Castro Hernández** edificado con CC 1.234.788.898 estudiante el programa administración de empresas declaro que el contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto qué, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de fuente original, soy responsable 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:

Yo, **Natalia Michelle Laverde Jiménez** edificado con CC 1.121.902.601 estudiante el programa administración de empresas declaro que el contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto qué, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de fuente original, soy responsable 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:



INTRODUCCIÓN

La relación de compromiso del autor con el proyecto es principalmente social y de concientización en aras de ayudar a muchos amigos perrunos, la idea nace a partir de la preocupación por el bienestar y pronta recuperación de mi mascota, pues su salud se encontraba deteriorada y requería de un plan alimenticio personalizado.

Dado que los dueños de los caninos, generalmente no tienen ni el tiempo, ni el dinero para invertir en planes nutricionales personalizados para sus mascotas, hallamos la necesidad de lanzar un producto nuevo al mercado, que satisfaga tanto la economía del dueño, como la salud y bienestar del canino.

El producto es netamente artesanal, además de garantizar una ingesta adecuada y provechosa de nutrientes se busca dar una imagen divertida para las mascotas con la presentación en helado.

OBJETIVOS

1. Disminuir índices de enfermedad y muerte temprana debido a falta de un alimento que cumpla con estándares de calidad.
2. Promover el cuidado y sensibilizar a los usuarios finales a proteger los caninos.
3. Innovar el mercado con nuevos productos de bajo costo, para el cuidado alimenticio de las mascotas.
4. Ser amigables con el medio ambiente con un producto ecológico y artesanal.
5. Promover el mercado local y artesanal.
6. Generar empleo de manera independiente, siendo proveedores, usando metodologías como el Dropshipper.

Escala de tiempo





Claves para el éxito

Desde un ejercicio de observación individual y racional, podemos afirmar que:

En Villavicencio se presenta una considerable demanda de cuidado a las mascotas, más sin embargo la oferta no se presenta en igual proporción, además el producto Heladogs es genuino, lo que nos hace pioneros en este tipo de emprendimientos amigables con el medio ambiente y los animales.

El producto Heladogs, garantiza calidad, además de un precio asequible, que las demás comidas con los nutrientes necesarios para el bienestar de los caninos, no ofrecen.

Heladogs a mediano plazo contaría con herramientas tecnológicas, que les permita a sus usuarios disfrutar a través de sus teléfonos móviles con un registro nutricional vigilado de sus mascotas, le ofrece la tabulación de la ingesta de nutrientes, dándole la opción de modular o modificar su dieta.

Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio.

Planteamiento:

Problema: Desconocimiento de los alimentos que son favorables para las mascotas y no saber dónde encontrarlas.

Reto: Brindar capacitación extensiva.

Problema: Muerte temprana y deterioro de la salud canica.

Necesidad: Productos personalizados para las necesidades del usuario final.

Problema: Desinterés de los dueños.

Reto: Sensibilización y concientización.

Problema: El presupuesto que los dueños están dispuestos a destinar no es suficiente

Necesidad: Costos de producto asequible.

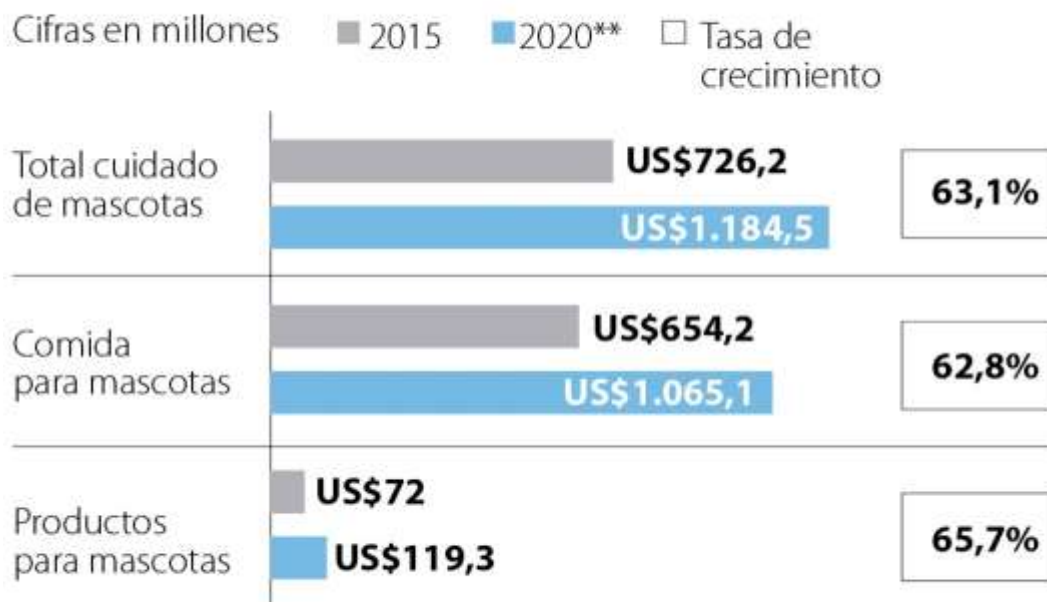
Descripción de población

Si bien es cierto los consumidores serán los perros, pero por lógicas razones la descripción del grupo poblacional será del cliente.

El producto está dirigido a la población que cuente con mascota, exactamente perros.

Uno de los objetivos más importantes del proyecto es comercializar un producto de bajo costo, para no discriminar por ingresos económicos, ni cultura, haciéndose énfasis en esto, se puede decir que: la única característica de categorización seguía hogares con mascotas, en este caso perros.

MERCADO DE MASCOTAS EN COLOMBIA



** Proyección para el mercado para este año

Fuente: Euromonitor Gráfico: LR-GR

Teniendo como referencia a las anteriores cifras podemos deducir que habido un aumento del

63,1% en el cuidado de mascotas, un 62,8% en comida para mascotas y un 65,7% en otros productos para mascotas, con esas cifras entendemos que a la hora de sacar nuestro producto al público tendrá una excelente aceptación.

Objetivos de desarrollo sostenible

Basándonos en los 17 objetivos de desarrollo sostenible que se dictaminan en las NACIONES UNIDAS, tenemos el conocimiento que aportamos en escala en las siguientes puntuaciones.

ODS: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición.

ODS: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos.

Problema: Muerte temprana y deterioro de la salud canina por mal alimentación o nula.

Problema: Incremento de abandono canino.

Necesidad: Productos personalizados y/o básicos para las necesidades del usuario final.

Necesidad: Acompañamiento, educación, y temas a tratar con la sociedad para evitar el abandono exponencial de caninos.

Aunque se desconoce la cifra real de perros en estado de abandono puesto que no se puede hacer un censo exacto en la ciudad de Villavicencio, el centro de zoonosis de la alcaldía, nos estima que reciben aproximadamente 6 casos diarios de ciudadanos que dejan en ellos la responsabilidad de su ex canino, y no solo el centro de zoonosis hace recibimiento de estos animalitos, en la ciudad contamos con más de 6 albergues donde la cifra mínima que tienen de perritos es de 60. Basados en estos números y en que en el 60% de los casos ya mencionados los perritos llegan en un estado de desnutrición leve o grave, decidimos poner en marcha un proyecto para poder bajar un poco esos números, aunque sabemos que el abandono canino seguirá, nuestra lucha es brindar conocimiento a cientos de villavicensenses sobre el tema nutricional canino, sobre el abandono, y sobre la muerte.

Con HELADOGS queremos otorgar una confianza a nuestros clientes de que su mascota va a



tener una seguridad alimentaria, que tendrán acompañamiento en diferentes tipos de plataforma (virtual y física) y sobre todo queremos brindar un bienestar físico, psicológico y social.

Según un artículo del periódico llano al mundo (llanoalmundo.com) se registran cifras de 37.458 perros en la ciudad de Villavicencio, estas cifras tienden a permanecer o aumentar, puesto que el hogar tiende a después de la primera adopción, tener más perros, o también después de la pérdida de su mascota tiende a reemplazar lo Dicho esto, el proyecto se hace sostenible en el tiempo, pues diciéndolo coloquialmente siempre va a haber perros.

Teoría del valor compartido

Como está plasmado en la ideación del proyecto, el compromiso es primeramente social, de concientización y sensibilización de las personas, social porque se promueve la fabricación artesanal en emprendimientos, fomentando el cuidado del medio ambiente.

Tecnologías disruptivas

Un reto propuesto en el proyecto es la implementación de herramientas tecnológicas, que le permita a sus usuarios disfrutar a través de sus teléfonos móviles con un registro nutricional vigilado de sus mascotas, le ofrece la tabulación de la ingesta de nutrientes, dándole la opción de modular o modificar su dieta, todo esto se llevará a cabo con app.

Identificación del problema Análisis Pestel



Político

La salud pública es un compromiso de la sociedad con su ideal de salud, el Plan Decenal de Salud Pública PDSP, 2012-2021, es un pacto social y un mandato ciudadano que define la actuación articulada entre actores y sectores públicos, privados y comunitarios para crear condiciones que garanticen el bienestar integral y la calidad de vida en Colombia. El Plan Decenal de Salud Pública PDSP, 2012-2021, es la carta de navegación que plantea la línea de trabajo para dar respuesta a los desafíos actuales en salud pública y para consolidar, en el marco del sistema de protección social, las capacidades técnicas en los ámbitos nacional y territorial

para la planeación, ejecución, seguimiento y evaluación de las intervenciones, de acuerdo con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ONU, 2000); así mismo, plantea estrategias de intervención colectiva e individual, que involucran tanto al sector salud como a otros sectores, dentro y fuera de los servicios de salud.

Decreto 1096 del 28 junio 2018 Los helados, las pastas alimenticias, el salchichón y el queso, se encuentran entre los productos que entrarían a pagar el Impuesto al Valor Agregado (IVA), en caso de que el Congreso de la República acoja la propuesta de reforma tributaria presentada por el Gobierno. El proyecto entregado la semana pasada a la secretaría general de la Cámara de Representantes por el ministro de Hacienda, Rudolf Hommes Rodríguez, incluyó la lista de los bienes y servicios que quedan exentos del IVA, pero no reseñó los que pasan de cero, cuatro y seis por ciento al 18 por ciento.

Normas de calidad prestación de servicios o producto ISO 9001 es una norma que se aplica tanto a organizaciones que ofrecen productos como a organizaciones que ofrecen servicios.

- Puntualidad en la entrega del servicio.
- Fidelidad en el cumplimiento de los compromisos.
- Relación coste-beneficio.
- Ajuste a los plazos acordados.
- El servicio dado debe estar asociado a lo que se pactó.
- Rapidez del servicio.
- Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio.
- Contar con personal cualificado para la prestación del servicio.
- Gentileza y buen trato en la prestación del servicio.

Económico

Heladogs se encuentra en el sector secundario porque dicho sector se comprende de actividades relacionadas a la transformación de materia prima en productos de consumos.

El sector secundario tuvo un crecimiento en febrero con un 12,4% y nuestros índices de precios son de \$3000 a \$3500 COP

Entidades que podrían financiar mi proyecto o también podría ser financiación propia

Fondo emprender del SENA

Financia proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se



encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años graduados.

Fondo nacional de garantías

Facilitar el acceso a las operaciones activas de crédito a personas naturales y jurídicas, que cuenten con proyectos viables y que presenten insuficiencia de garantías a juicio de los intermediarios financieros.

Cooperativas

Facilitar la conformación de empresas cooperativas y apoyo financiero a nuevas empresas.

Social

Nuestros clientes pueden acceder al producto por medio de compra virtual directamente con nosotros por los diferentes canales de comunicación WhatsApp, correo, página de Facebook y perfil en Instagram en horarios con atención al cliente lunes a viernes 7am – 5pm jornada continua y los sábados 8am – 12pm.

El consumo de nuestro producto no influye el estilo de vida, pues lo puede consumir cualquier canino.

Legal

Consejo nacional de política económica y social - CONPES 3484.

La política nacional para la transformación productiva y la promoción de las Microempresas y de las Pymes: un esfuerzo público-privado, en el cual se presenta una primera aproximación de las estrategias de política para la transformación productiva y la mejora sostenible de la productividad y competitividad de estas. Se busca que estas empresas se constituyan en una fuente creciente de generación de ingresos y empleo de calidad, y que logren insertarse y posicionarse en los mercados nacionales e internacionales (Ministerio de Comercio, 2007)

¿Qué problema afecta a la comunidad?

El desinterés de los dueños para con sus mascotas, quedándose en su situación de confort sin buscar alternativas con presentaciones de bajo costo, pero igual contenido nutricional y el destinamiento de presupuesto insuficiente, para un plan alimenticio estándar adecuado para el canino. De los 3 problemas, necesidades, restos u oportunidades selecciona solo, utilizando el

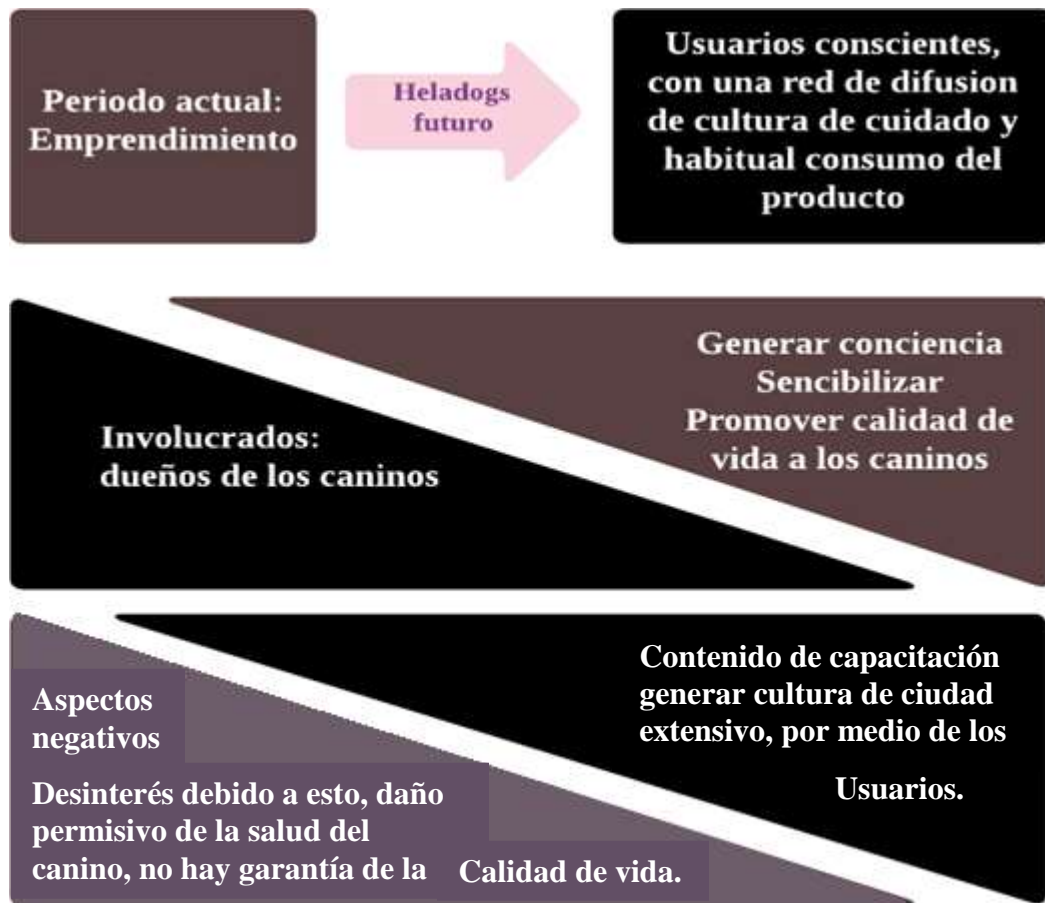


siguiente esquema, visto en clase, para determinar qué problema les conviene más trabajar. Se califica de 1 a 5

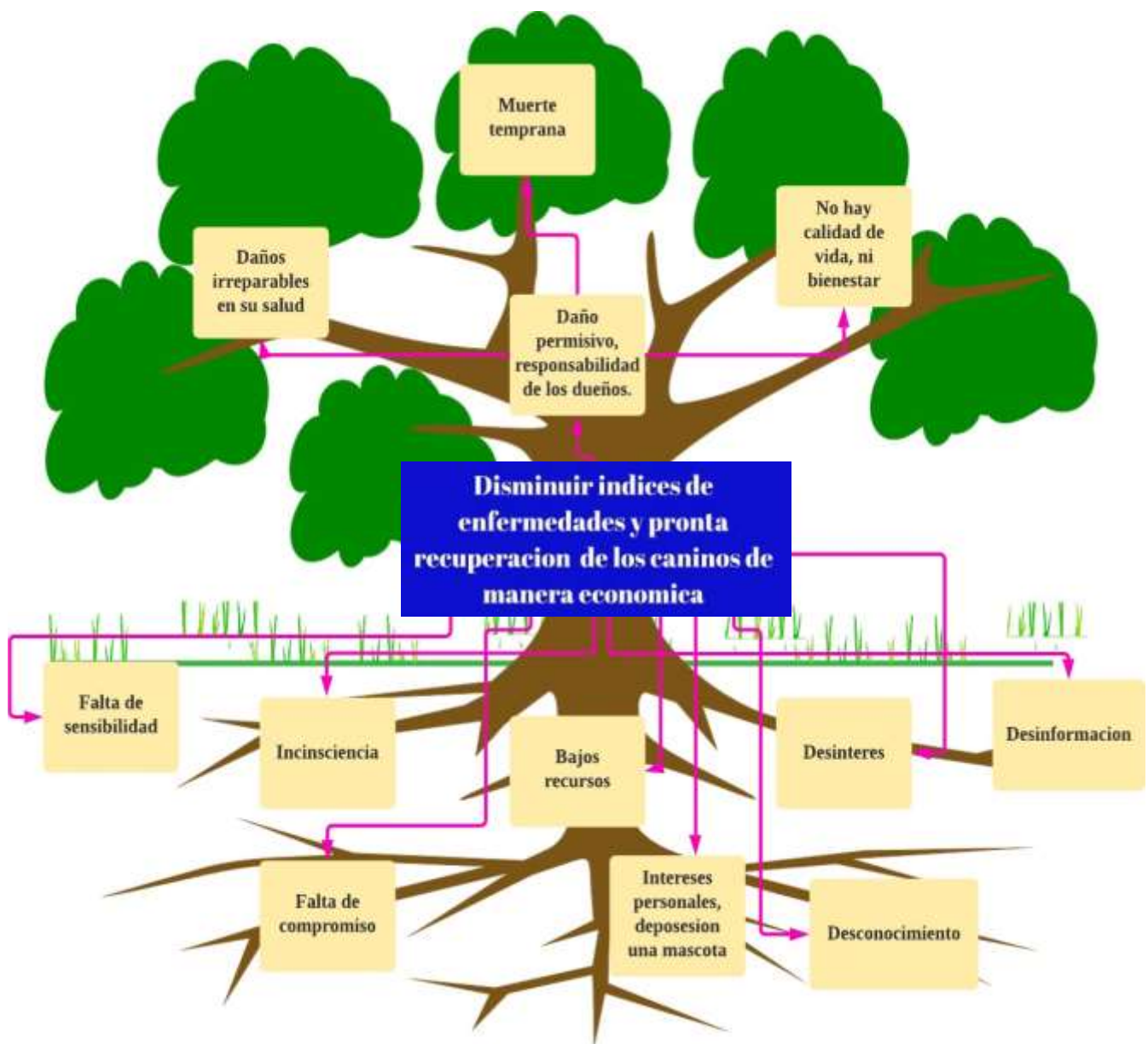
Criterio:	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	Desinterés de los dueños	Presupuesto insuficiente	Desconocimiento
Conocimiento o experiencia	4	2	5
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	4	3	3
Alcance técnico (¿tenemos las herramientas?; ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	3	5	2
Tiempo (Posible solución)	5	5	4
Costos (Posible solución)	5	5	3
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío?	5	5	5
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema	4	4	4
TOTAL	30	29	26

Con la anterior tabla concluimos que el problema con mayor puntuación es el problema 1, desinterés de los dueños con 30 puntos.

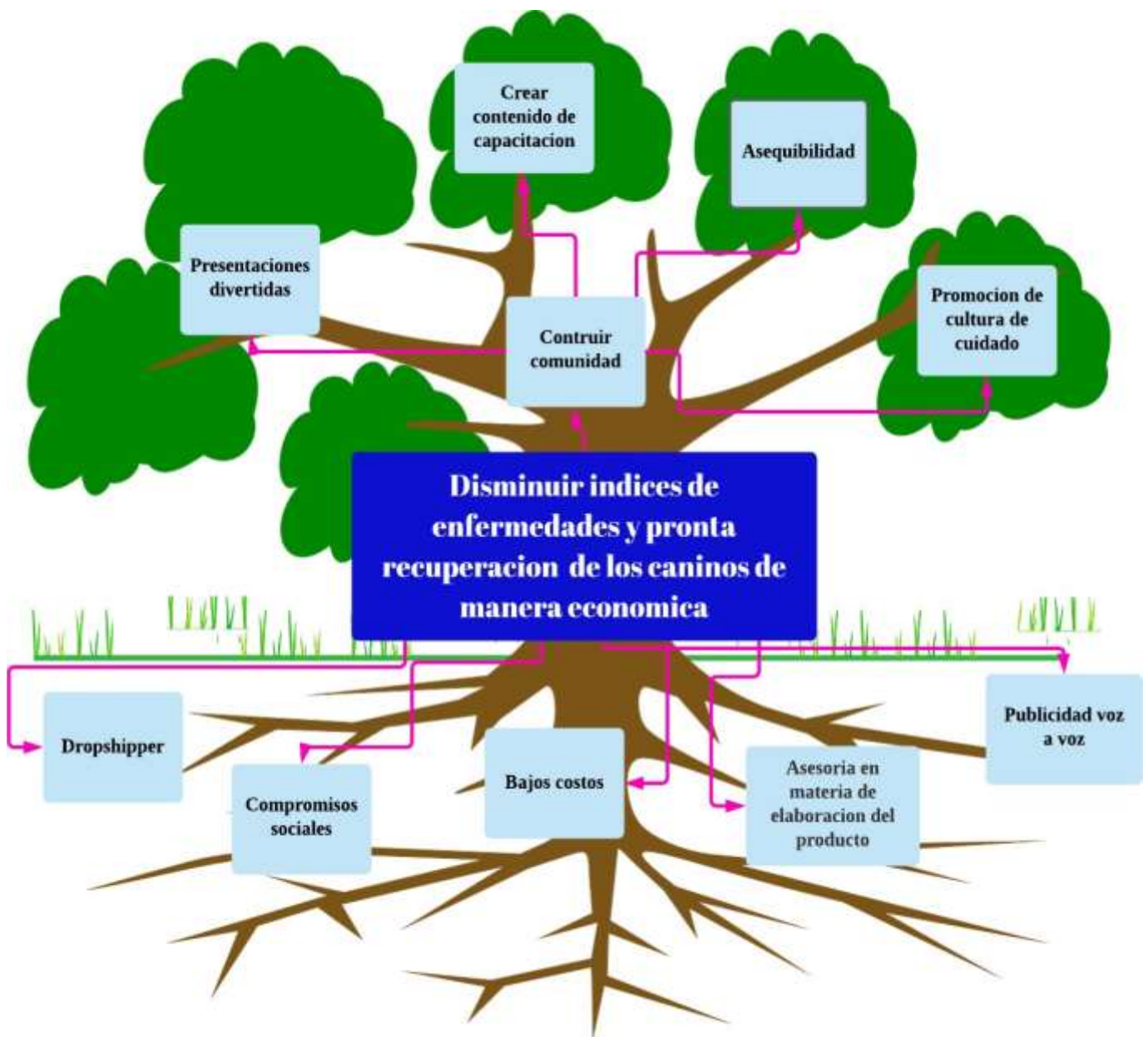
Análisis de involucrados



Árbol de problemas



Árbol de objetivos





Problema

Pregunta problema

¿Cuáles son los parámetros individuales para desarrollar un helado saludable, palatal y nutritivo, teniendo en cuenta la calidad de vida y las enfermedades patológicas en los caninos?

Escoge las tres principales causas que te llamaron la atención del árbol:

¿Es posible generar una idea de negocio de una de las causas? ¿Es posible combinar las causas?

Elección: Desinterés, inconsciencia y desinformación

Propuestas: Desarrollo de una App pedagógica que genere consumo de publicidad y así mismo, venta de ella. (Big Data)

Descripción de idea de negocio.

“Definición: El Brainstorming, también conocido como lluvia de ideas o tormenta de ideas, es una técnica creativa grupal cuyo objetivo es la generación de nuevas ideas sobre un tema o problema concreto en un ambiente relajado.

De acuerdo con esta técnica, la interacción entre los distintos integrantes del grupo potencia la creatividad y se generan ideas que, trabajando individualmente, no se conseguirían. De esta forma, gracias al trabajo en grupo, las ideas de los usuarios se retroalimentan con las de los otros integrantes del grupo” Tomado de Aulacm.com

Oportunidad: Basado en las investigaciones de campo que hemos hecho, nos damos cuenta que los productos vitamínicos y nutricionales para mascotas son costosos, y aparte no muy sencillo de encontrar, puesto que son industrializados y no todo el nicho comercial tienden a estar interesados, más bien optan por dejar que la tabla dietética de la purina aporte lo que tenga que aportar. Nosotros conocemos nuestros productos tanto frutas como vegetales y cárnicos, y sabemos que función y en qué grado cumplen un desarrollo dietario es por eso, que vemos esta situación como oportunidad porque tenemos acompañamiento veterinario, y podemos dar dietas totalmente personalizadas con productos frescos y de primera calidad.

Autoevaluación de la idea de negocio
Cuadro interés disposición

INTERÉS/DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer	1	2	3	4	5
No me incomodaría a otros decirle que me dedico a esta actividad	1	2	3	4	5

Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio	1	2	3	4	5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	3	4	5
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN	0	0	0	2	2

	A	B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1	0	X 1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2	0	X 2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3	0	X 3	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 4	2	X 4	=	8
Total de afirmaciones valoradas en 5	2	X 5	=	10

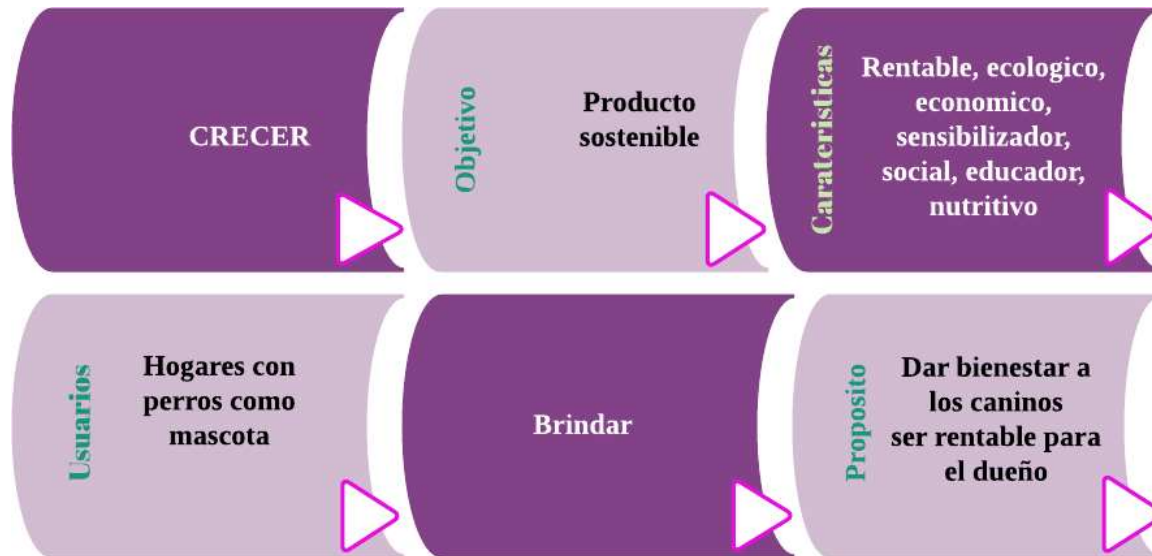
									TOTAL 18

Interpretación:
Entre 15 y 20 puntos: Idea de negocio que me interesa realmente.

Estructura de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio?	Comida para caninos con alto valor nutricional en presentación de helado
¿Quién es el cliente potencial?	Mi cliente potencial son las personas cuyas tengan perros e interés en cuidado de su mascota
¿Cuál es la necesidad?	Ingesta alta en nutrientes con bajo costo
¿Cómo?	Garantizando la pronta recuperación y prevención de enfermedades, además es un producto ecológico y artesanal, amigable con el medio ambiente
¿Por qué los preferirán?	Por la presentación única y diferente del producto, por su costo y por sus herramientas tecnológicas de apoyo, mediante una app.

Descripción de idea estructurada



Alternativas

Un collar inteligente

El crecimiento laboral y académico conlleva a un afán de resolverse económicamente y es por eso que ciertas tareas van siendo relegadas un poco, ese es el perfil de nuestro cliente potencial. Una de las tareas que más cuesta es disminuir el tiempo de convivencia con nuestro mejor amigo canino. Proponemos un collar que según la actividad de nuestro amigo podamos medir su frecuencia cardiaca y asociarla a los estados de ánimo, una app que nos diga: Está triste, está preocupado, está ansioso, está feliz, ¿Invertiría usted por saber cómo se siente su mejor amigo? Los usuarios no compran un producto, compran una experiencia junto con su mejor amigo.

Paseos y estadías caninos

Por el poco tiempo que ya hemos planteado que se pasa junto al amigo canino sucede que los paseos ya no son en el parque sino que en el patio de la casa se vuelve el parque de nuestros amigos, lo que les genera estrés y luego enfermedades asociadas. Ofrecemos paseos en horarios de

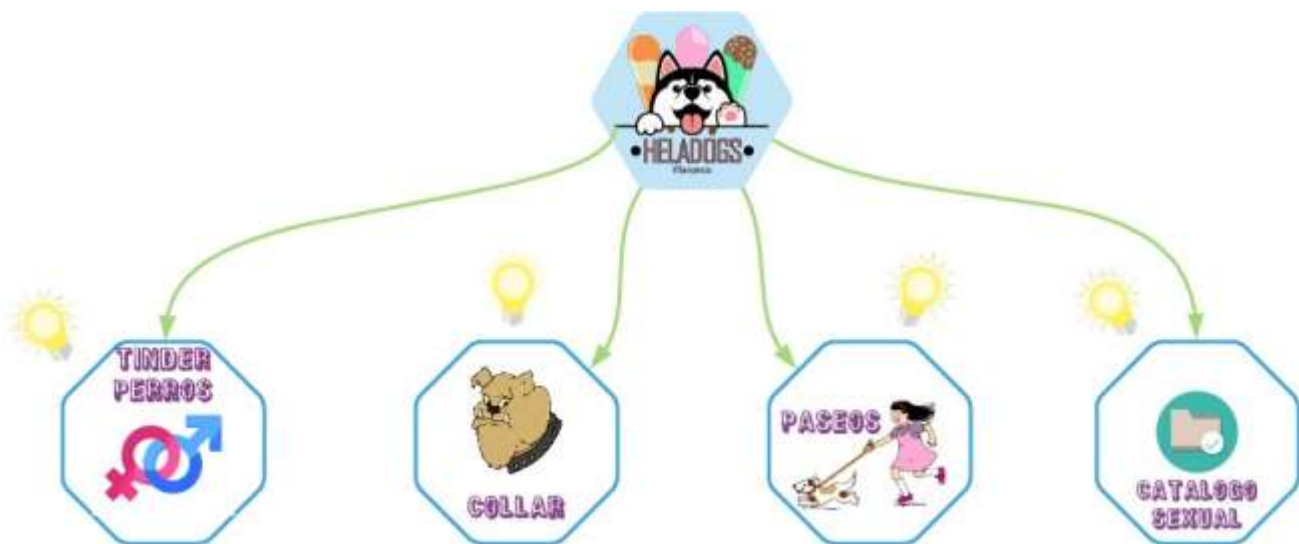
oficina, pero también estadías para esos días en los que el dueño no puede ESTAR EN CASA. El cliente no paga un servicio, invierte en la compañía de su mejor amigo.

Tinder de perros

En la globalización del mundo nos hemos permitido conocer a las personas que prefieren pasar más tiempo en sus casas cómo por medio de las aplicaciones móviles, logran hacer MATCH de persona a persona a kilómetros de distancia. Lo mismo proponemos para nuestros amigos donde podrán conocer a fondo sus parejas, utilizando una app donde puedan tener no solo acceso a las fotos sino también que sepa el historial de salud de la pareja de sus mejor amigo o amiga canino, y es eso nuestra propuesta de valor agregado

Catálogo sexual:

LA INNOVACIÓN NO ES SOLO TECNOLOGÍA. Aquí queremos llevar el tinder de caninos a un nivel más sensorial, así como nosotros, como personas que les gusta primero apreciar el aroma del perfume que utilizamos ¿por qué no pensar en un catálogo donde a través de los sentidos nuestros amigos y amigas también sean partícipes de elegir a su pareja para pasar los días de celo, una propuesta innovadora donde el mando también lo tienen ellos.



Antecedentes del proyecto y posibles competidores

PetGlacée

Es una empresa comercializadora de helados tanto para perros como para humanos, que busca la fidelización de sus clientes a través de un acompañamiento constante en redes sociales.

Este acompañamiento tiene como fin brindar consejos sobre el cuidado de mascotas y sensibilizar al consumidor acerca de la población vulnerable de animales abandonados. Esto se logrará gracias a que PetGlacée presenta un modelo de negocio de subsidio cruzado, donde parte de las ventas serán donadas para la esterilización de animales sin hogar. Cabe aclarar, que la venta de helados se llevará a cabo a través de tres canales principales, tileros en los parques principales de la ciudad, domicilios y alianzas con veterinarias y/o tiendas de mascotas.

CANCAT

Empresa dedicada a la elaboración de helados para tu mascota

¡FABRICADOS CON ESPECIAL CUIDADO PARA QUE TU MASCOTA SIEMPRE SE SIENTA BIEN DIVERSIÓN QUE LES ENCANTA!

Más allá de ser una golosina, este helado brinda beneficio a los consumidores. “En temporada de calor refresca, hidrata, y regula la temperatura de ellos, controla la tensión arterial, ayuda a cicatrizar, reducir inflamaciones en la boca y laringe, reduce el nivel de estrés

Waky Pet

Programa un paseo seguro para tu mascota en menos de 5 minutos. Todos nuestros paseos cuentan con la protección de Sura, además servicio de consulta veterinaria virtual o en casa.

TINDOG

Es una aplicación móvil que permite a las personas hacer MATCH con un perfil de perro para adoptarlo, es básicamente una vitrina de adopción digital.

Como se pueden ver las anteriores ofertas van siempre enfocadas a un interés material muy humano donde las actividades se relegan a meramente comprar y esperar a que se acabe, lo que Heladogs ofrece es un concepto totalmente nuevo y diferente donde la oferta es para la mascota, Heladogs busca darle esa voz que nunca ha tenido nuestro amigo, busca darle esa capacidad de



decisión sobre sus posibles parejas, que en verdad haya una relación humanizada y no simplemente de mascota, Heladogs es una experiencia más allá del sabor, Heladogs es una nueva manera de vivir con nuestro mejor amigo.

Si bien ya hemos mostrado nuestros componentes diferenciadores, tenemos que rescatar que de los posibles competidores tenemos mucho que aprender y que una de las desventajas nuestra hacia ellos es el desarrollo en tecnología de los alimentos y en las alianzas con las veterinarias pero también hay que resaltar que esas ventajas son proporcionales al tiempo de funcionamiento así que no dudamos en que cuando Heladogs avance en el tiempo también se desarrolle este tipo de convenios donde se pueda crear un ambiente totalmente nuevo con profesionales de la salud para que la inversión en desarrollo tecnológico en la salud alimentaria no sea tan alto sino que a través de estas alianzas se pueda generar un cruce de productos y servicios con los expertos en materia de salud biológica y reproductiva.



La idea más prometedora e innovadora

Además Helados cuenta con una visión a largo plazo donde le pueda proveer a las administraciones y locales mayoristas un dato de censo para estadísticas sobre cuántos animales hay por vivienda, tipos de raza predominante, medicamento más común, procedimiento quirúrgico más común y demás datos de interés recopilado gracias a la ciencia de los datos como Big data para facilitar el lanzamiento de campañas publicitarias para estos establecimientos dedicados a venta de productos veterinarios, Heladogs se presenta a estos negocios como un estudio de mercado detallado con nichos específicos para explotar

Variable	Descripción de la innovación
Producto o servicio	Bajo costo y alta cantidad de nutrientes, además de herramientas tecnológicas vigilarían y control alimenticio
Mercadeo	Comida para perros, en presentación de helado
Proceso	Se puede presentar en diferentes formas, Ej.; postre

FUERZAS DE LA INDUSTRIA

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Nuestra empresa se llama Heladogs, nuestra actividad económica secundaria: industrias y fábricas. Industria textil, del calzado, alimentaria, etc.

El tamaño de nuestra empresa es una microempresa y estamos ubicados en Villavicencio, Meta

ANALISIS DE LA DEMANDA



el cliente se encuentra ubicado en climas calidos, tiene un estilo de vida media alta con mascotas en su hogar.



Los compradores se ven influenciados por ser un producto novedoso sin competencia en nuestra ciudad.



En Villavicencio hay 4.757 perros según censo Ministerio de Salud 2019, con un promedio 3 perros por habitantes.

ANALISIS DE LA OFERTA

Competencia a nivel nacional tenemos

Dog helado para mascota que se encuentra ubicado en Calle 45 b # 75-140 Medellín



Incrementa su productividad, van más allá de solo ofrecer helados, también ofrecen el servicio de tortas y fiestas caninas

Manejan buenas fotos de sus productos en sus redes sociales, tienen número de contacto de encontrar.

Un aspecto negativo en su publicidad es que brindan demasiada información, no dejan que el cliente se sienta intrigado a preguntar y de ahí surgir ventas

Sus precios de helados por unidad \$3.000COP

Helados Canelo, se encuentra ubicado Calle 73 sur # 87c-69 Bogotá



Se encuentran en varias ciudades del país, expandieron su mercado y así incrementan su productividad, tienen buenas fotos de su producto para sus páginas, también ofrecen variedad de sabores, fácil acceso a números telefónicos para el servicio al cliente.

Un aspecto negativo es el material de los moldes, no pueden ser reutilizables, pues el cliente se queda con él y les genera más costos en producción.

Sus precios de helados por unidad \$3.000COP

Dog Food Carrera 112f # 77-35 Bogotá



Sus productos no solo se centran en venta de helados, también venden tortas, cupcakes.

Sus productos tienen buena presentación en cuestión de aspecto estético. Donde están ubicados es una veterinaria y no su propio local.

Un aspecto negativo es el material de los moldes, no pueden ser reutilizables, pues el cliente se queda con él y les genera más costos en producción y que al solo ver su marca no es reconocido por helados/postres para perros

Sus precios de helados por unidad \$3.000COP y sus tortas y postres desde \$25.000COP

CanCat Helados Carrera 52

#50-123 Guarne Antioquia



Su publicidad tiene buenos colores, colores llamativos que juega un papel importante

Su logo es diferencial y se reconoce que al solo verlo ya sabemos que productos ofrece

CanCat se diferencia de los demás porque da sus helados cremosos y un recipiente fácil para el consumo de la mascota, lo malo del recipiente es que es de material poliestireno expandido que no es amigable con el medio ambiente

fácil acceso a números telefónicos para el servicio al cliente.

Ya conociendo a mi competencia espero hacerlo mejor en cuestión de publicidad, brindar información en redes sociales él porque es bueno que sus mascotas consuman nuestros productos, pues ya todos sabemos que en si no se venden productos sino necesidades.

Encontrar moldes que se puedan reutilizar, que sean amigables con el medio ambiente y que el producto pueda consumirse en su totalidad y así no generar más costos en producción y generar más rentabilidad.

La competencia aquí es directa, todas las empresas ofrecemos el mismo producto, la vendemos online.

Como bien sabemos día a día el mundo va progresando en tecnología, app, las redes sociales y para nosotros es primordial ir avanzando de la mano de estos avances.

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
Dog helados	Helados, tortas y fiestas caninas	Desde 3.000 a 25.000 COP	Tortas y fiestas caninas	Medellín, Antioquia
Helados Canelo	Helados	3.000 COP	Expansión de empresarias abarcando más nicho de mercado	Bogotá, Buga, Cartagena y Medellín
Dog Food	Helados, cupcakes y tortas	3.000 a 25.000 COP	Cupcakes	Bogotá
CanCat	Helados	3.000 COP	Helados cremosos	Guarne, Antioquia



ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN Y DE PROVEEDORES

-Llano bastos se comercializa con campesinos que tienen su pequeño puesto en el mercado de abasto en la ciudad, por el momento no se tiene proveedor fijo, pero siempre es el mismo mercado, pues allí se encuentran productos de primera calidad

-Can Amor es el proveedor de galleta en forma de palito


-Perperplin nuestro proveedor de los moldes donde hacemos los helados

	LLANOBASTOS	CANAMOR	PEPERPLIN
Precio	El precio es variable, depende de los productos y cantidades que necesitemos	El precio es fijo \$2.800 COP y es acorde a relación precio calidad	El precio por unidad de molde donde vienen para dos helados \$10.200COP
Localización Geográfica	Calle 1ª # 18 – 17 Anillo Vial Villavicencio, Meta	Cra. 77h N.59a, Bogotá	Tienda virtual con productos despachados desde Bogotá
Experiencia	Buena	Buena	Buena
Posibles alianzas	No hay posibilidad	No hay posibilidad	Alianzas en cuestión de publicidad
Cumplimiento legal	Si cumple	Si cumple	Si cumple

BONDADES DE MI PRODUCTO

Confiable
 Extrovertido
 Nutritivo
 Excelente calidad
 Practico
 Buen precio
 Novedoso
 Eficiente

Saludable
 Fácil de obtener
 Cumple los requerimientos
 Totalmente comestibles
 Sirve como premio
 Trabaja sobre enfermedades
 patológicas
 Aporta a la economía
 campesina

	<p>Mi mayor miedo es que el producto no cumpla las bases digestivas para mi can, que le produzca daño, como indigestión o algo mayor como intoxicación e incluso la muerte.</p>	<p>Mi deseo es poder tener mi mascota saludable y sin ninguna complicación física interna o externa.</p>
<p>Geográfico por el clima que hace en la ciudad de Villavicencio es caluroso. Demográficos por mi nivel de ingresos económicos</p>	<p>Estoy tratando de brindar un estilo de vida más saludable con pequeños detalles, que a gran escala tendrán un buen resultado.</p>	<p>Yo creo que la única barrera que puede existir es la económica por si llego a quedar sin trabajo,</p>
<p>“Es un producto genial, veo a Zeus super cambiado, huele bien y su pelo es más brillante.”</p>	<p>“Dirigirme al refrigerador y ver como Zeus se coloca feliz porque le voy a dar su helado no tiene precio.”</p>	
<p>Por el momento no hay algún otro factor que piense yo que deban tener en cuenta.</p>		

- a. Nuestra compañía puede encontrar clientes similares al cliente ideal en todo el país, pues hogares con perros hay muchos y más si sus dueños siempre van a querer lo mejor ellos
- b. Respetuoso porque respeta la salud del canino, belleza porque le preocupa la imagen de su mascota, libertad porque tiene libertad financiera para adquirir el producto, actitud positiva y amor que le tiene a su mascota y quiere mejorar e implementar su alimentación.
- c. El entorno de nuestro cliente ideal es activo, se relaciona con personas del trabajo y con su familia
- d. Complementar su alimentación con vitaminas y nutrientes que encontrarán en nuestro producto



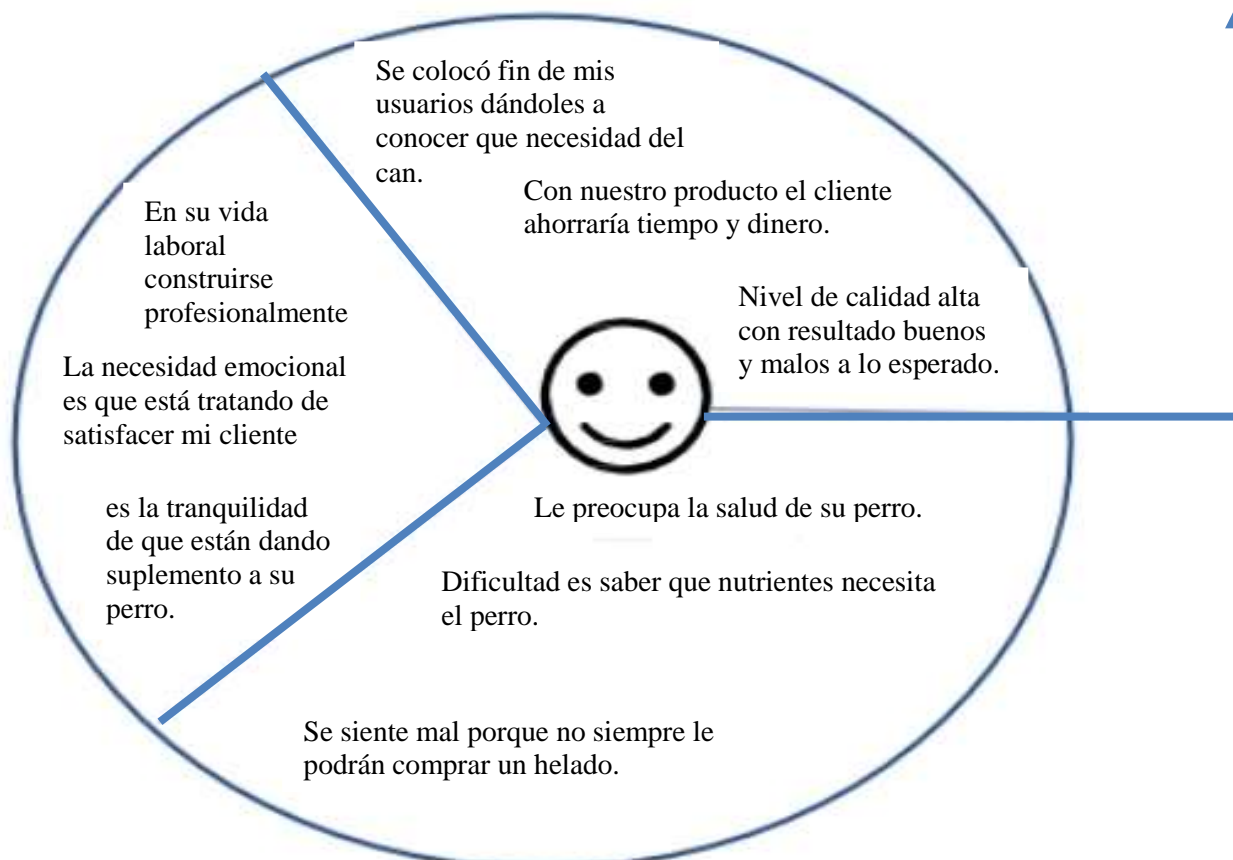
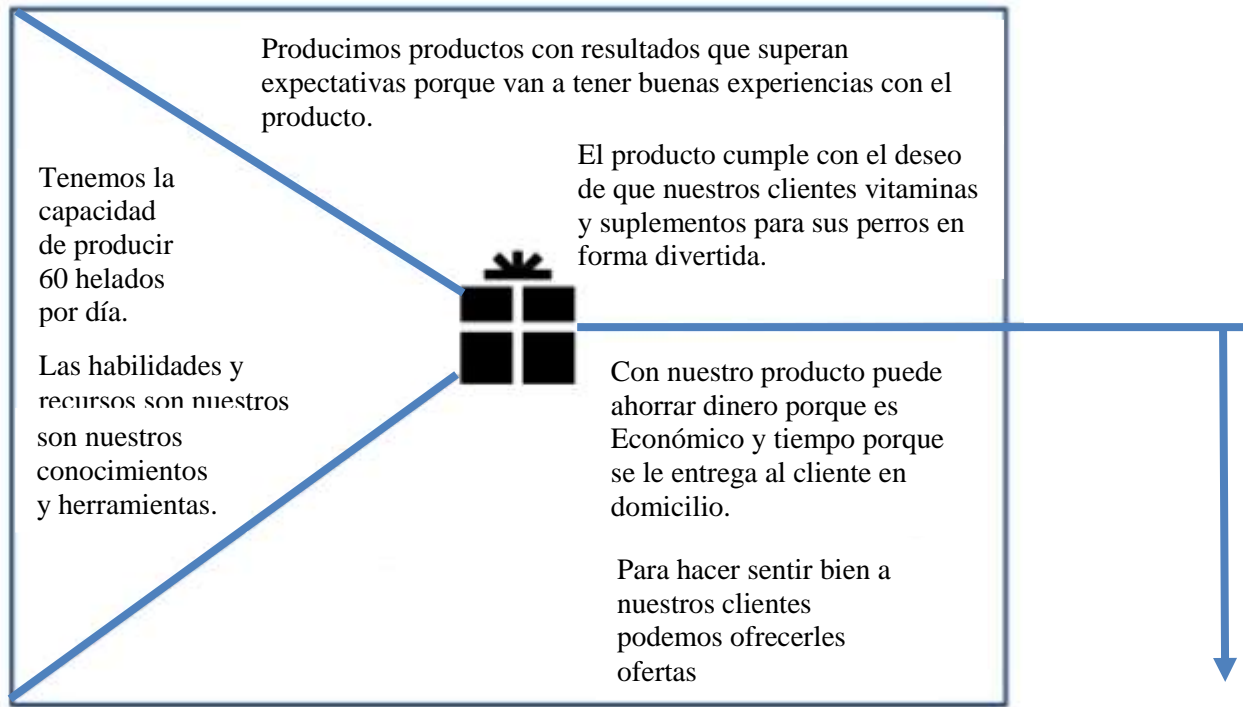
Es confiable porque nuestro cliente ya conoce la calidad de nuestro producto, su presentación es novedosa y salida de lo común ya que, al ser un helado totalmente comestible, apoyamos al medio ambiente lo podemos tildar como un premio extrovertido, eficaz y nutritivo.

Al apoyar el comercio campesino, aseguramos siempre tener a nuestro alcance productos frescos y de alta calidad, donde no manejamos industrialización y eso lo hace aún más saludable.

Para ser un producto económico y que tenga tantas virtudes cumplen los requerimientos de la sociedad.

- Los otros actores del mercado que ofrecen productos similares al nuestro son las veterinarias y el producto que ofrecen son las galletas que también aportan nutrientes y también suplementos.
- La población perruna es de 4.757 (Censo Ministerio Salud 2019) son los perros que se tienen censados en la ciudad de Villavicencio.
- Suponiendo y según el punto anterior decimos que los 16.650 canes pueden llegar a obtener nuestro producto, pero si esta cantidad unos 6.650 canes deben si o si suplir sus necesidades nutritivas o saludables.
- Aproximadamente unos 4.000 helados podríamos vender mensualmente ya sea para clientes o proveedores tipo veterinarias
- Algunos de nuestros clientes comprarán el producto para evitar en un futuro enfermedades patológicas y otros lo harán por parte de estilo de dieta, pero los que necesitan suplir son los que ya están presentando algún déficit en la salud, serían entre 800 a 1.000 unidades de helados.

PROPUESTA DE VALOR





El bienestar y nutrición de tu can sabe a Heladogs

DISEÑO DEL PRODUCTO

Definición estratégica.

- Cumplir los estándares sanitarios y de seguridad exigidos por las regulaciones:
- Resolución número **02310 de 1986** (Por la cual se reglamenta lo referente a procesamiento, transporte y comercialización de los Derivados Lácteos).
- Resolución número 01804 de 1989 (Que especifica las características propias de los helados)
- Decreto 60 de 2002 (Promueve la aplicación del sistema de análisis de peligros y punto de control HACCP en la fabricación de alimentos)
- NTC 512-2:1997, Industrias alimentarias. Rotulado. Parte 2: Rotulado nutricional
- NTC 4519: 1998, Microbiología de alimentos. Guía general para el recuento de microorganismos

Decreto 3075 de 2007 (Buenas prácticas de Manufactura)

- Normas generales sobre higiene de productos alimenticios y normas específicas de higiene para los alimentos de origen animal según los Reglamentos (CE) n° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo(CELEX 32004R0852) y (CE) n° 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-226 de 25/06/2004)(CELEX 32004R0853).

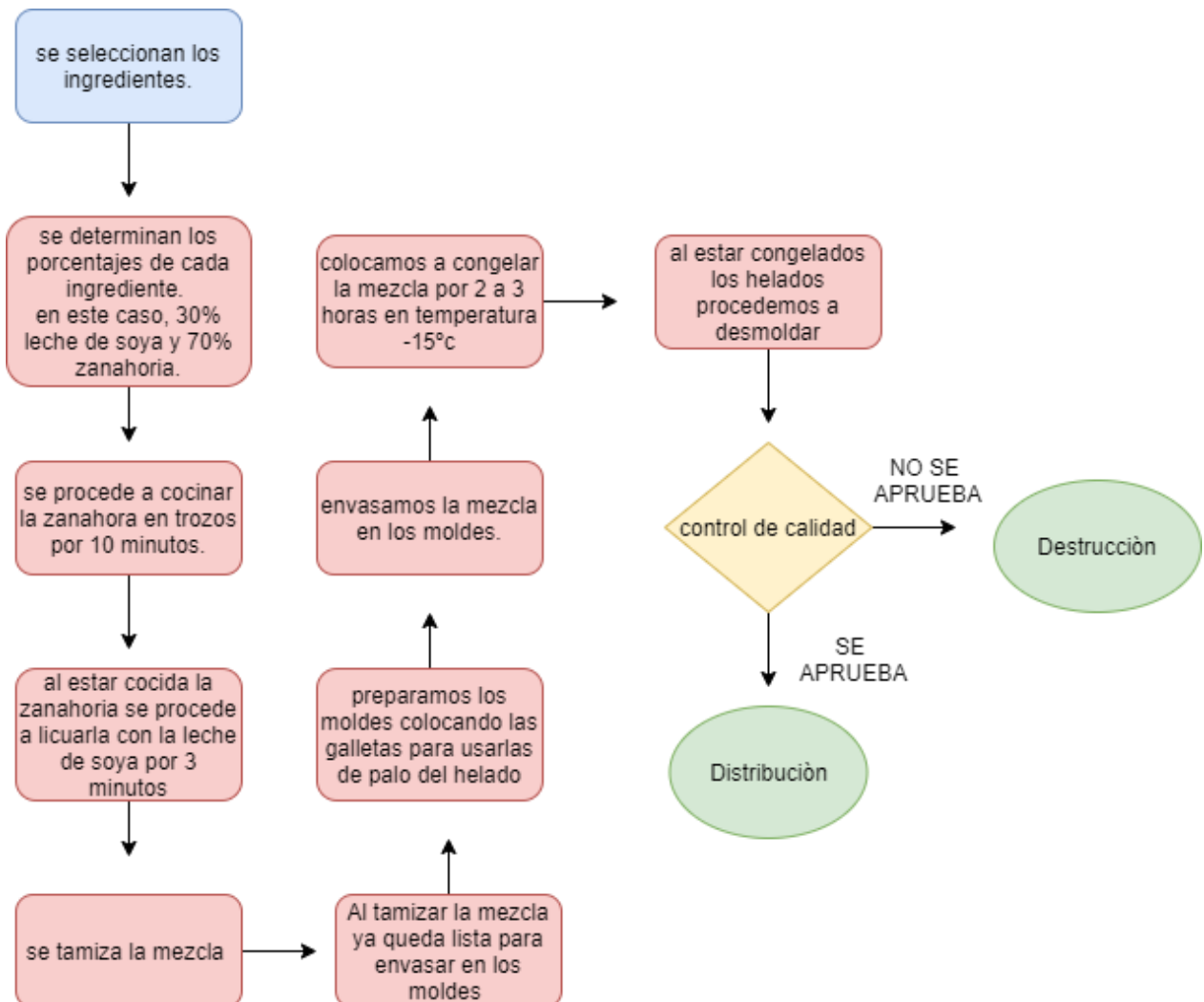
Diseño de concepto.

Insumos	Descripción
Ingredientes secos, origen vegetal	Banano, aguacate, zanahoria, espinaca tomate, arveja y galleta de perro
Origen Animal	Pollo Hígado
Ingredientes húmedos	Leche de almendra o soya

Tecnología	Descripción
Estufa	Estufa de 4 puestos a gas natural
Licuadaora	Industrial eléctrica
Moldes	Espesor 1 cm para 10 moldes
Congelador	Congelador horizontal eléctrico

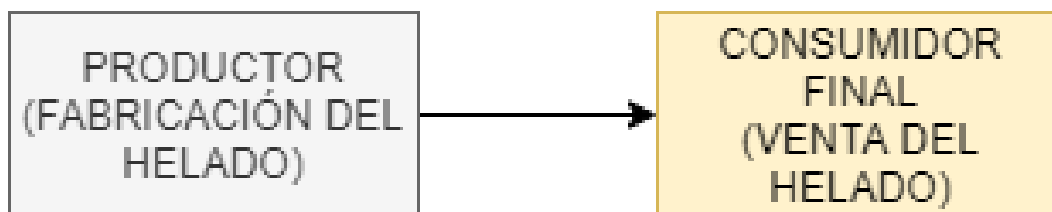
DISEÑO EN DETALLE

Procesos de producción.



Cadena de distribución.

DISTRIBUCIÓN DIRECTA.



Elaboración propia

Este tipo de distribución se da en nuestra empresa ya que nosotros somos los productores y nosotros mismo lo vendemos al consumidor final dándole como ventaja en el precio porque no tendrá precio agregado como pasaría si fuera por medio de un distribuidor, este tipo de distribución es directa B2C.

En un futuro queremos que nuestra empresa sea B2B ser los proveedores de otras empresas para que vendan nuestro producto y así estaremos creciendo en producción y ventas.

COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA.

VALIDACIÓN Y VERIFICACIÓN

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costo unitario de materiales	\$754
Costo unitario de mano de obra	\$1.500
Costo unitario de CIF	\$2.000
COSTO TOTAL UNITARIO	\$4.254

$$PV = \frac{\$4.254}{1-70\%} = \$6.165$$



Indicadores de calidad.

1. Punto de congelación: Los alimentos con una importante proporción de fracción líquida (agua más solutos) presentan propiedades termodinámicas típicas de las disoluciones ideales o reales dependiendo de la proporción de los compuestos solubles, deben congelarse a una temperatura -15°C
2. Densidad: La densidad es la relación de la masa contenida en la unidad de volumen o en otras palabras el cociente entre su masa y su volumen. Esta propiedad puede variar dependiendo los compuestos que compongan dicha sustancia.
3. PH: La determinación del pH resulta de especial interés cuando se trabaja con mezclas para helado que contienen fragmentos de fruta [Geyer, 1989].
4. Color: El color es una propiedad de la luz y una respuesta del cerebro a la percepción de esta. La visión es la habilidad de detectar la luz e interpretarla; en la industria alimentaria, es muy importante esta característica pues proporciona gran cantidad de información sobre la composición, la madurez, la calidad y dependiendo de estos factores, el grado de aceptación sobre los alimentos será mayor o menor [Fennema, 2000].
5. Textura: La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) define a la textura como el “conjunto de propiedades reológicas y de estructura (geométricas y de superficie) de un producto, perceptibles por los receptores mecánicos, los táctiles y en ciertos casos por los visuales y los auditivos” [ISO5492, 2008].
6. Porcentaje derretimiento y tiempo de caída en la primera gota: La determinación del tiempo de caída de primera gota y el porcentaje de derretimiento se realiza colocando sobre una malla de 56 orificios/cm² una muestra de 70g (MI) de helado de almacenado a -18°C durante un día, recogiendo la masa de helado derretida (MD) en un recipiente y cronometrando el tiempo en el cual ocurre la caída de la primera gota. Después de la caída de la primera gota, se mide el peso de la masa de helado derretida cada dos minutos [López B y Sepúlveda V, 2012; Posada D. M. et al., 2012]

PRODUCCIÓN

Empaque

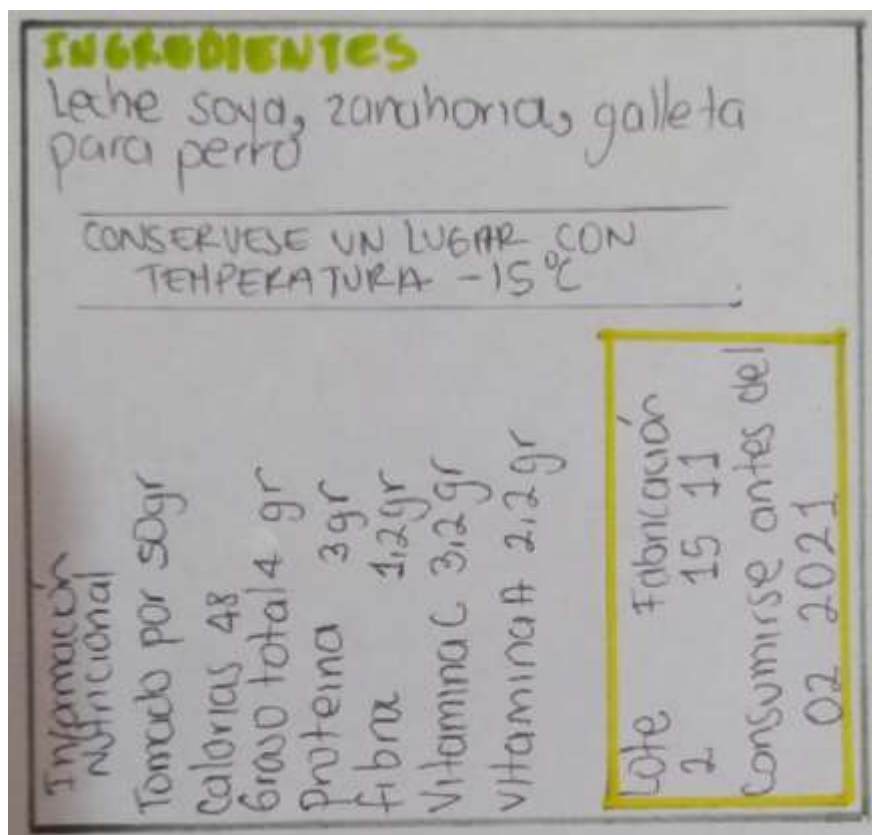


Bolsa transparente de polietileno de baja densidad

Etiqueta



La etiqueta en la parte delantera comprende con nuestro logo, el sabor del helado, peso neto.



La etiqueta que se ubica en la parte de atrás del helado contiene ingredientes, indicaciones de conservación, tabla nutricional y ficha de lote, fabricación e indicaciones de fecha para consumirse antes de ella.

FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
A. Heladogs	
B1. Banano, aguacate, zanahoria, hígado, pollo, espinaca, leche de almendras y soja, tomate, arveja y galleta de perro.	
B2. Redes sociales, número telefónico y correo electrónico.	
C. Estar congelado, buen color, olor y sabor.	
D1. 50gr por unidad	D2. Dieta suplementaria personalizada x 30 unidades.
E1. Bolsa transparente sellada	E1. correo o línea de atención al cliente
F1. Polietileno	F2. volantes y tarjetas publicitarias
G. Congelación a temperaturas a -15°C	
H1. Vida útil máximo 15 días	H2. 15 días de garantía por compra de paquete de 30 unidades
I. una unidad por día.	



CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Nuestro producto se encuentra la fase de ciclo de vida introducción o lanzamiento porque empezamos a distribuirnos donde hay pocos competidores y las ventas crecen lentamente.

PROTOTIPO

Características del producto.

Las características que queremos prototipar de nuestro producto

- La consistencia que debe tener el helado al estar bien congelado después del haber estado en temperatura y tiempo adecuado.
- Buen sabor, para que tenga aceptación del perro
- Helado de buen tamaño respectivo al precio
- Buen aspecto estético

Características del prototipo.

El procedimiento que usamos para la preparación es la selección de ingredientes, en el caso de nuestro prototipo será zanahoria con leche de soya, cortamos en trozos la zanahoria para colocarlas a cocinar por 10 minutos, al estar cocida se procede a licuar con la leche de soya por 3 minutos, se tamiza la mezcla, ya tamizada la mezcla preparamos los moldes ubicando la galleta que usaremos como palillo, envasamos la mezcla en los moldes para congelar 2 a 3 horas a -15°C y al estar congelados los helados se procede a desmoldar para un control de calidad y luego a empaque.

Los materiales que usamos fueron:

Insumos: leche de soya, zanahoria y galleta para perro.

Tecnología: estufa, licuadora, moldes, congelador.

Interacción del cliente con el prototipo.

A la hora de la interacción del cliente con el prototipo en un entorno adecuado el cual para la ciudad de Villavicencio se realiza ciclo-rutas y los habitantes salen con su mascota hacer ejercicio y no hay zonas de hidratación para los perros y las acciones que nos hace acercarnos al cliente para la interacción es dando degustación y explicando lo bueno y refrescante que es el helado para su mascota.

Evidencia del prototipo.



Al tener realizado nuestro prototipo se puede visualizar que pudimos cumplir con el objetivo que las características que queríamos prototipar.

<https://youtu.be/fqVNQyHWJbc>



MODELO RUNNING LEAN

Problema: <ul style="list-style-type: none"> -Caninos mal alimentados - Déficit de salud en los caninos 	Solución <ul style="list-style-type: none"> - Es un alimento nutricional. - Bajo costo. - Producto artesanal. 	Propuesta de Valor única <p style="text-align: center;">Poder complementar la alimentación de los caninos con vitaminas y nutrientes</p>	Ventaja especial -Nos hace diferente los productos que utilizamos, somos artesanales y cuidamos el medio ambiente	Segmento de clientes <ul style="list-style-type: none"> - Se estima que sean en hogares que tengan perros como mascotas y promocionarlos en veterinarias, tiendas de mascotas o guarderías perrunas
	Métricas Clave <ul style="list-style-type: none"> -Razas de perros -Número de ventas semanales. -Productos a ofrecer 		Canales <ul style="list-style-type: none"> - Llamada telefónica - Redes sociales - Página web - Transporte directo 	
Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> - Materia prima - Salarios - Costos de la Web - Costos de Marketing 		Fuentes de ingresos <ul style="list-style-type: none"> - Venta de productos en la tienda online. - Cursos y talleres. - Aplicación de recetas 		



VALIDACION DE IDEAS DE NEGOCIO.

DEFINA EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Disminuir el índice de enfermedades y muertes a temprana edad, a causa de alimentos no saludables para su organismo. Elaborando alimentos ricos en vitaminas y planes que se ajusten a las necesidades de los caninos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Elaborar estrategias para aumentar las ventas.
- Determinar la mezcla de sabores que sea agradable al olfato y al gusto del perro, y que su formulación y análisis bromatológico cumplan con los rangos nutricionales aceptados como alimento.
- promover el mercado local y artesanal

HIPOTESIS

Hipótesis 1: Que tan viable es comercializar el producto.

Hipótesis 2: Al emplear parámetros de nutrición y palatabilidad, se podrá desarrollar un helado cremoso, como alimento para perros

TIPO DE INVESTIGACION:

El tipo de investigación que usaremos es la causal, ya que es tipo de investigación de mercados que busca encontrar las causas y efectos del comportamiento del consumidor.

Encuesta online: En la presente investigación se escogió como técnica de recolección de datos la encuesta online con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. Lo cual facilitara conocer aspectos cuantitativos y cualitativos (mixtos).

- Componentes del cuestionario:
 - Tipo de encuesta: estructurado y no disfrazado.
 - Se realizó un encabezado al encuestado.
 - Agradecimientos



- Se tuvieron en cuentas aspectos para hacer el cuestionario:
 - Nombres y apellidos
 - Edad

Muestra.

El mercado objetivo, el cual estuvo conformado fue por hombres y mujeres de todas las edades los cuales tuvieron caninos en sus casas, de Villavicencio, la cual está conformada por una población de 551.212 de habitantes, según fuentes estadísticas externas.

Un nivel de confianza de 95% y un grado de error de 5% en la fórmula de la muestra

$$n = (Z^2pqN)$$

$$(Ne^2 + Z^2pq)$$

$$\text{Nivel de confianza (Z)} = 1.96$$

- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 551.212
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((196)^2 (0.5) (0.5) (551.212)) / ((551.212) (0.05)^2 + (196)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((3.84) (0.25) (551.212)) / ((551.212) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

$$n = 529.16 / 1.37 + 0.96$$

$$n = 529.16 / 2.33$$

$$n = 227$$

TABULACIÓN Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Cuadro 1.

¿Cuál es su edad?

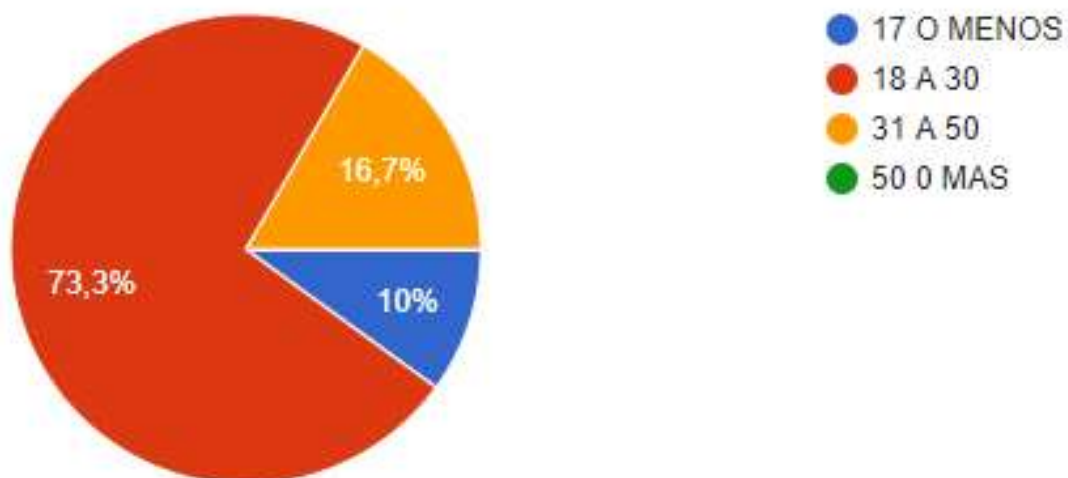
Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
17 años o menos	3	10%
18 a 30 años	22	73,3%
31 a 50 años	5	16,7%
50 años o mas	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

Grafica 1.

¿Cuál es su edad?



Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas para conocer la aceptación del prototipo se puede identificar que entre los encuestados con un 73,3% son de 18 a 30 años de edad, le sigue 31 a 50 años con un 16,7% y por último 17 años o menos con un 10%.

Cuadro 2.

¿Tiene caninos en su hogar?

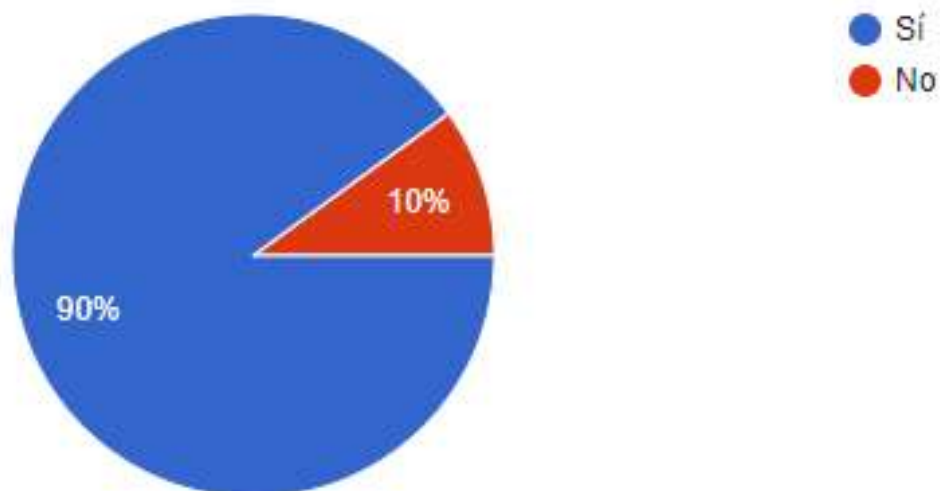
Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	27	90%
No	3	10%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

Grafica 2.

¿Tiene caninos en su hogar?



Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas con un 90% si tienen caninos en su hogar y un 10% un no.

Cuadro 3.

¿Cuánto invierten mensualmente en comida para su canino?

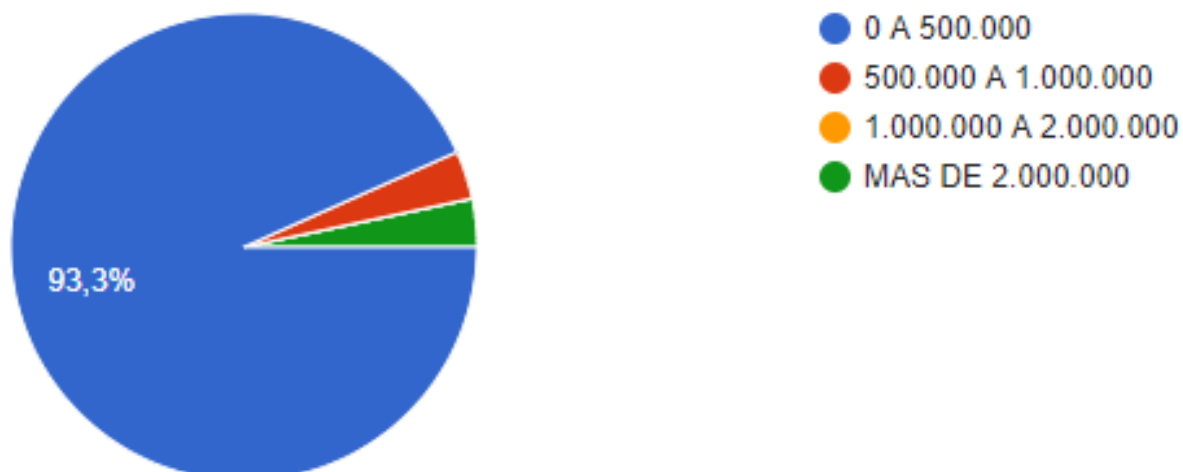
Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
0 a 500.000	28	93,3%
500.000 a 1'000.000	1	3,3%
1'000.000 a 2'000.000	0	0%
Mas de 2'000.000	1	3,3%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

Grafica 3

¿Cuánto invierten mensualmente en comida para su canino?



Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas un 93,3% invierten 0 a 500.000, le sigue un 3,3% 500.000 a 1'000.0000 y por último 3,3% más de 2'000.000.

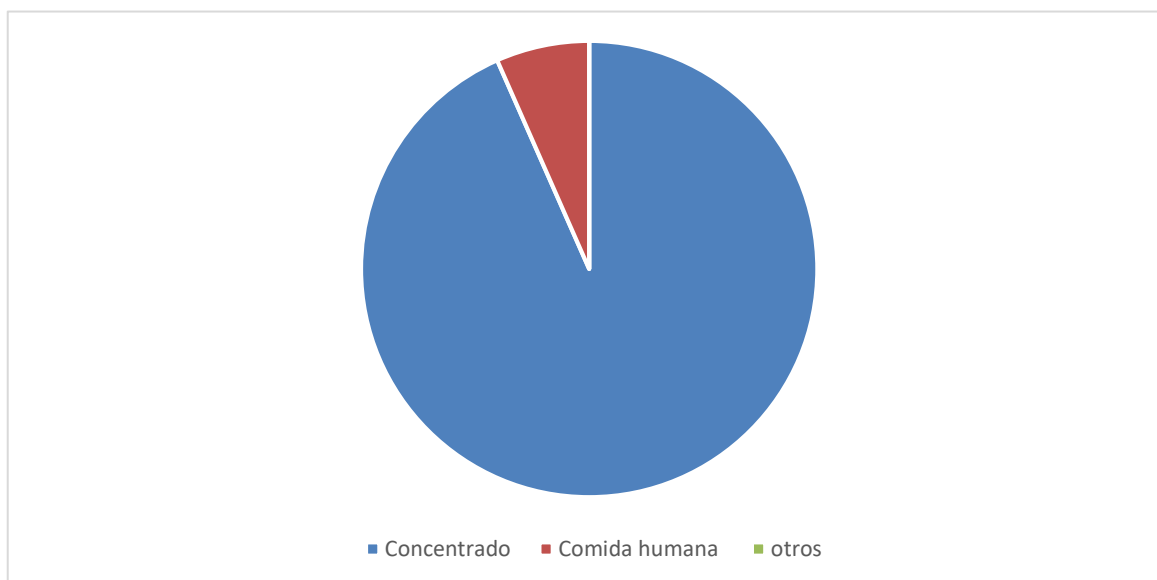
Cuadro 4.
¿Qué tipo de comida le da a su canino?

Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Concentrado	28	93,3%
Comida humana	2	6,7%
Otro	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

Grafica 4.
¿Qué tipo de comida le da a su canino?



Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas se puede identificar que con 93,3% de los encuestados les dan concentrado a sus perros y por último un 6,6% comida de sal.

Cuadro 5.

¿Le gustaría como producto un helado para su canino?

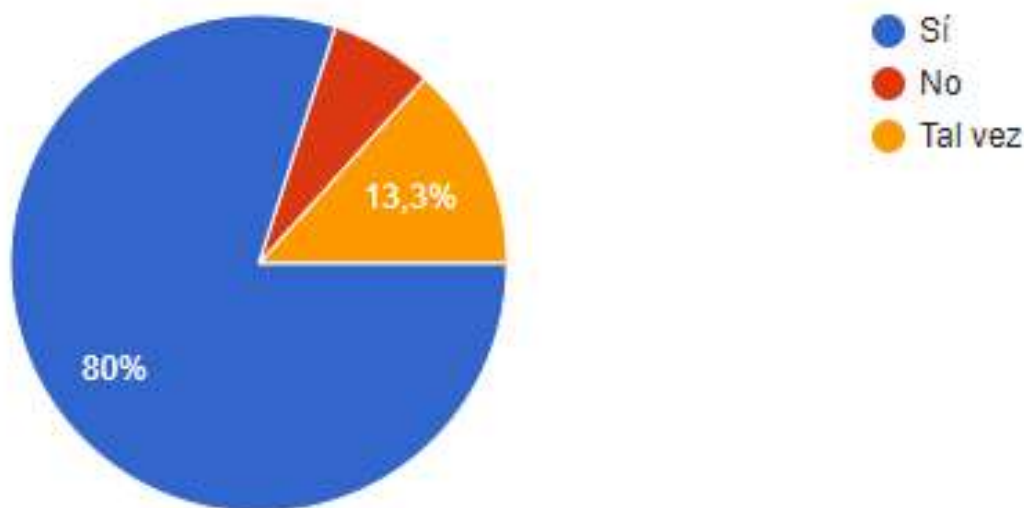
Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	24	80%
No	2	6,7%
Tal vez	4	13,3%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores

Grafica 5.

¿Le gustaría como producto un helado para su canino?



Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas se puede identificar que a un 80% si les gustaría un helado para su canino, le sigue un 13,3% de tal vez y por último 6,7% de que no.

Cuadro 6.

¿A la hora de elegir un producto, que factor es más importante?

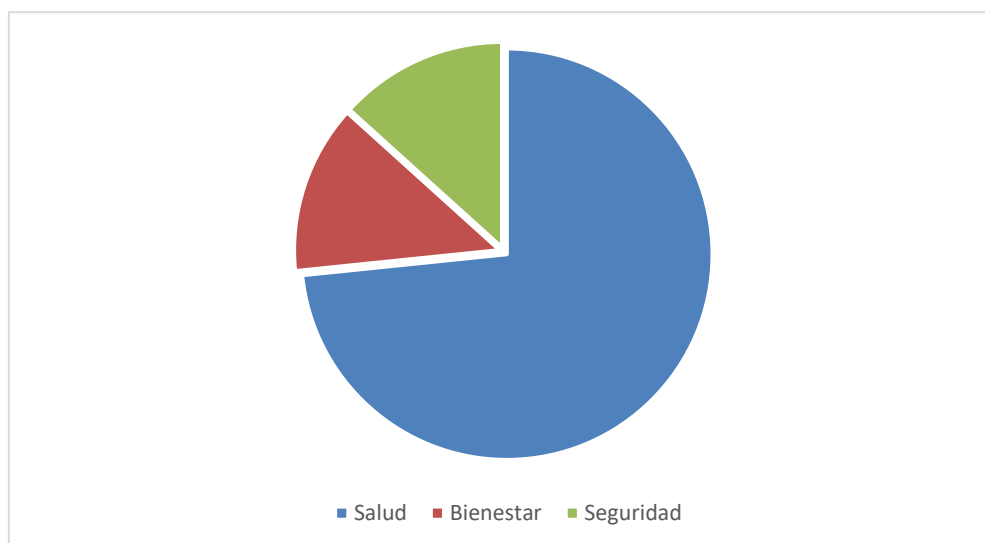
Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Salud	22	73,3%
Bienestar	4	13,3%
Seguridad	4	13,3%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

Grafica 6.

¿A la hora de elegir un producto, que factor es más importante?



Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas se puede identificar que a la hora de elegir un producto lo que más importante es la salud con un 73,3%, luego le sigue bienestar y seguridad cada uno con un 13,3%.

Cuadro 7.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado para su canino?

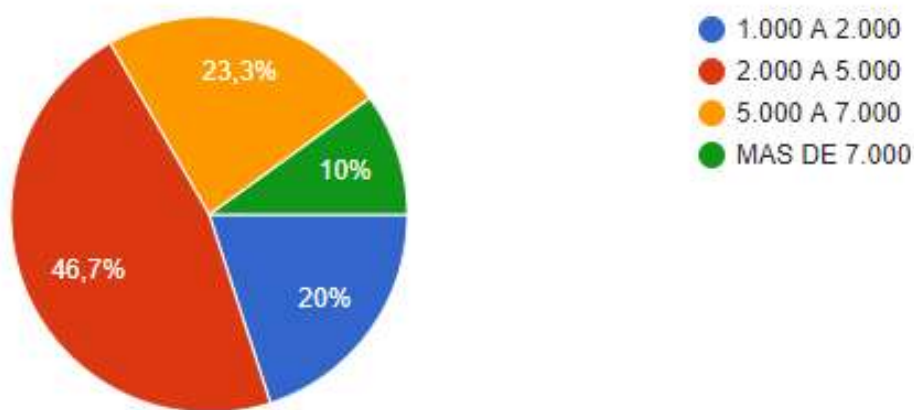
Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1.000 a 2.000	6	20%
2.000 a 5.000	14	46,7%
5.000 a 7.000	7	23,3%
Mas 7.000	3	10%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

Grafica 7.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un helado para su canino?



Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas se puede identificar que estarían dispuestos a pagar 2.000 a 5.000 con un 46,7%, le sigue con un 23,3% pagarían 5.000 a 7.000, le sigue con un 20% pagarían 1.000 a 2.000 y por último 10% pagarían más de 7.000.

Cuadro 8.

¿Está interesado/a en adquirir nuestro producto de helados para tu canino?

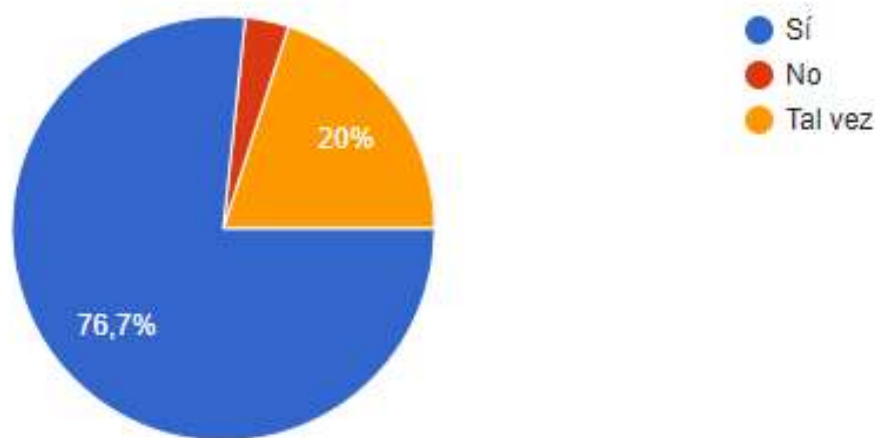
Categoría	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	23	76,7%
No	1	3,3%
Tal vez	6	20%
TOTAL	30	100%

Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

Grafica 8.

¿Está interesado/a en adquirir nuestro producto de helados para tu canino?





Fuente: Personas encuestas referente a investigación mercado.

Elaborado: Grupo de estudiantes investigadores.

De acuerdo con las 30 personas encuestadas se puede identificar que un 76,7% están interesados en adquirir nuestro producto, le sigue un 20% de que tal vez y por último 3,3% de que no.



APRENDIZAJE.

-A través del estudio de mercado se logró determinar las necesidades y preferencias del consumidor en cuanto al consumo de alimentos nutricionales para caninos con la favorabilidad del 76,7% de los encuestados hacia el producto.

- Se determinó las características y requerimientos del cliente para lograr así la creación de un producto que cumple los estándares establecidos y que se fabrica por medio de un proceso estandarizado.

-Se determinó que legalmente es factible la realización de la empresa

Al hacer el trabajo de investigación obtuvimos que es un producto artesanal, es nutritivo para nuestros caninos ya que aporta vitaminas para ellos, es ecológico ayuda con el medio ambiente.

Después de determinar esto se obtuvo que es una idea de negocio viable financieramente.



RECOMENDACIONES.

Una vez concluida el planteamiento de creación de la empresa e investigación de mercados se considera interesante seguir investigando, realizar más estudios a profundización con mejora continua para ir obteniendo resultados más positivos.

Respecto a los problemas que se hallaron en medio de la investigación y edificación de empresa se da solución viable con fines de innovar y así mismo trabajar en la mejora del modelo de helado utilizado.



BIBLIOGRAFIA

- Periódico Llanoal mundo 2020. Meta Colombia
- Pagina Alcaldía de Villavicencio 2020. Meta Colombia
- Escuela de comunicación y marketing online 2020
- Wakypet 2020. Medellín Antioquia
- Dr. Cápsula, 2011. Capsula de emprendimiento. Bogotá Colombia
- Nadia Luna, 2020. Tecnología y negocio. Bogotá Colombia
- Maritza Arias, 2020. Diseño del producto
- Cun digital, 2020. Creación de empresas I
- Luz Valderrama, Tabulación y Análisis de la Información