



ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto Previo a la Obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas.

AUTORES:

Andreina Stefania Mora Flores
Bianca Sofía Ortega Villacis
Vanessa Elizabeth Silva Páez
Emilie Janneth Herrera Teran
Waldir Alejandro Torres Cumbicus
Karen Katherine Delgado Contreras

TUTOR:

PhD. Odette Pantoja Díaz

Plan de Negocios para la Producción y Comercialización de Gomititas con Colágeno y CBD para perros para el Año 2024.

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Andreina Stefania Mora Flores, Bianca Sofia Ortega Villacis, Vanessa Elizabeth Silva Páez, Emilie Janneth Herrera Teran, Waldir Alejandro Torres Cumbicus y Karen Katherine Delgado Contreras, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



Vanessa Elizabeth Silva Páez
Cédula: 1718328311



Bianca Sofia Ortega Villacis
Cédula: 1723400121



Waldir Alejandro Torres Cumbicus
Cédula: 1104804420



Emilie Janneth Herrera Teran
Cédula: 0930567029



Andreina Stefania Mora Flores
Cédula: 0930567029



Karen Katherine Delgado Contreras
Cédula: 0929805521

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Odette Pantoja Díaz, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo de titulación Plan de Negocios para la Producción y Comercialización de Gomas con Colágeno y CBD para perros para el Año 2024, Andreina Stefania Mora Flores, Bianca Sofia Ortega Villacis, Vanessa Elizabeth Silva Páez, Emilie Janneth Herrera Teran, Waldir Alejandro Torres Cumbicus y Karen Katherine Delgado Contreras, siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

Odette Pantoja Díaz
TUTOR DE PROYECTO
CI 0958149262

Resumen Ejecutivo

El proyecto consiste en la creación y comercialización de gomitas para perros que combinan colágeno y CBD. Estas gomitas están diseñadas para mejorar la salud articular y reducir el estrés en los perros, aprovechando las propiedades del colágeno y el CBD, dos ingredientes muy valorados en el mercado de productos para mascotas.

El colágeno es conocido por sus beneficios en la salud de las articulaciones, tendones y piel, ayudando a mantener la movilidad y el bienestar general de los perros, especialmente en aquellos de mayor edad o razas predispuestas a problemas articulares. Por otro lado, el CBD, derivado del cáñamo, es un compuesto muy popular por sus propiedades antiinflamatorias y ansiolíticas, dando un alivio natural frente a la ansiedad y el dolor en las mascotas.

El proyecto se enfoca en el segmento de bienestar avanzado del mercado de mascotas, que ha crecido mucho por la demanda de productos que promuevan la salud integral de los animales. La combinación de estos ingredientes en un formato de gomitas resulta atractiva para un nicho de consumidores conscientes del bienestar animal y dispuestos a invertir en productos de alta calidad y eficacia.

La estrategia comercial incluirá campañas de marketing digital que resalten los beneficios del producto, como la mejora en la calidad de vida de los perros, y la diferenciación frente a otros productos en el mercado. Se establecerán alianzas estratégicas con veterinarios para aumentar la credibilidad del producto, y se planea la distribución en tiendas especializadas, clínicas veterinarias y plataformas de venta en línea. Además, se contemplan esfuerzos para educar a los consumidores sobre los beneficios del colágeno y el CBD, utilizando contenido informativo y testimonios. Con una producción enfocada en ingredientes naturales y procesos de alta calidad, se espera que estas gomitas se posicionen como una opción líder en el segmento de bienestar avanzado para mascotas.

Palabras clave: Producto, perros, colágeno, CBD, salud, bienestar, mercado de bienestar avanzado.

Abstract

This project focuses on the creation and commercialization of dog gummies that combine collagen and CBD. These gummies are designed to improve joint health and reduce stress in dogs by leveraging the properties of collagen and CBD, two highly valued ingredients in the pet product market.

Collagen is known for its benefits in joint, tendon, and skin health, helping to maintain mobility and overall well-being in dogs, especially those of advanced age or breeds predisposed to joint issues. On the other hand, CBD, derived from hemp, is a popular compound for its anti-inflammatory and anxiolytic properties, providing natural relief from anxiety and pain in pets.

The project targets the advanced wellness segment of the pet market, which has grown significantly due to the demand for products that promote the comprehensive health of animals. The combination of these ingredients in a gummy format is appealing to a niche of consumers who are conscious of animal welfare and willing to invest in high-quality and effective products.

The commercial strategy includes digital marketing campaigns that highlight the product's benefits, such as improving the quality of life in dogs, and differentiating it from other products in the market. Strategic alliances with veterinarians will be established to increase the product's credibility, and distribution is planned through specialty stores, veterinary clinics, and online platforms. Additionally, efforts will be made to educate consumers on the benefits of collagen and CBD using informative content and testimonials. With a production process focused on natural ingredients and high-quality standards, these gummies are expected to position themselves as a leading option in the advanced wellness segment for pets.

Keywords: Product, dogs, collagen, CBD, health, wellness, advanced wellness market.

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto a nuestras familias, quienes con su apoyo y paciencia nos han acompañado a lo largo de este camino, permitiéndonos crecer y alcanzar nuestras metas.

Queremos dedicar este trabajo a quienes, como nosotros, han luchado por salir adelante con sus propios medios, demostrando que es posible superar cualquier desafío con determinación y esfuerzo.

Dedicamos también este proyecto a nuestros profesores y mentores, quienes nos han guiado, compartiendo su sabiduría y experiencia, y brindándonos las herramientas necesarias para enfrentar y superar cada reto.

Por último, dedicamos este esfuerzo a nuestra universidad, que nos ha proporcionado un entorno de aprendizaje fundamental para nuestro desarrollo personal y profesional, y por fomentar el trabajo en equipo y la excelencia académica que han posibilitado la realización de este proyecto.

Agradecimiento

Este proyecto no habría sido posible sin el apoyo y la dedicación de muchas personas que nos han acompañado a lo largo de este camino.

Primero, queremos expresar nuestro agradecimiento profundo a nuestras familias, que han sido nuestro pilar fundamental, brindándonos su amor, comprensión y apoyo incondicional. A ellos les debemos la fortaleza y la determinación para alcanzar nuestras metas.

Dedicamos un especial agradecimiento a aquellas personas que, aunque ya no están físicamente con nosotros, han dejado una huella imborrable en nuestras vidas. Su memoria nos ha acompañado y nos ha dado fuerzas en los momentos más difíciles. Este logro es también para ellos.

Nos permitimos también agradecer a nosotros mismos, por no rendirnos, por superar los desafíos y por mantenernos firmes en el camino hacia la realización de este proyecto. Reconocemos que cada esfuerzo y sacrificio ha valido la pena.

Agradecemos de todo corazón a nuestros profesores, quienes, con su sabiduría y paciencia, nos guiaron e inspiraron a lo largo de esta etapa académica. Gracias por compartir su conocimiento y por ser una fuente constante de motivación y crecimiento personal.

Finalmente, extendemos nuestro agradecimiento a la Universidad, por proporcionarnos el entorno y los recursos necesarios para nuestra formación. Esta institución ha sido el espacio donde hemos podido crecer tanto personal como profesionalmente, y siempre estaremos agradecidos por ello.

Índice de Contenidos

INTRODUCCIÓN	1
FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO	2
IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	18
IDEA DE NEGOCIO.....	21
VALIDACIÓN DE FACTIBILIDAD - VIABILIDAD - DESEABILIDAD.....	34
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL	58
PLAN DE MARKETING.....	74
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	100
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110
BIBLIOGRAFÍA.....	112

Índice de Tablas

Tabla 1 Definición de estrategias y presupuesto de marketing.....	99
Tabla 2 Inversión Inicial	100
Tabla 3 Financiamiento.....	101
Tabla 4 Tabla de amortización.....	102
Tabla 5 Proyección de Ventas.....	103
Tabla 6 Punto de Equilibrio	105
Tabla 7 Tres Escenarios	106
Tabla 8 Estado de costos.....	106
Tabla 9 Estado de P&G.....	107
Tabla 10 Flujo de caja.....	107
Tabla 11 WACC.....	108
Tabla 12 VAN.....	108
Tabla 13 TIR.....	109
Tabla 14 Periodo de recuperación.....	109
Tabla 15 Estados financieros del escenario pesimista y optimista	109

Índice de Figuras

Figura 1 Cantidad de perros.....	8
Figura 2 Tamaño de raza.	8
Figura 3 Espacio para desfogar energía.....	9
Figura 4 Problemas de Salud en perros.	9
Figura 5 Envejecimiento y Posibles problemas de salud.....	10
Figura 6 Productos para mejorar la salud.	10
Figura 7 Conocimiento de CBD.	11
Figura 8 Combinación colágeno y CBD.....	11
Figura 9 Facilidad de forma de gomita.....	12
Figura 10 Customer Profile.....	15
Figura 11 Mapa de Empatía.....	16
Figura 12 Mapa de Actores.....	17
Figura 13 Árbol de problemas.	20
Figura 14 Problem - Solution Fit.....	21
Figura 15 Propuesta de Valor	22
Figura 16 Logotipo propuesto 1.....	23
Figura 17 Empaque propuesta 1, (empaque delantero y Trasero).....	24
Figura 18 Producto, propuesta 1.....	25
Figura 19 Logotipo, propuesta 2.....	26
Figura 20 Empaque, propuesta 2 (empaque delantero y trasero).	27
Figura 21 Producto, propuesta 2.....	28
Figura 22 Lean Canvas	29
Figura 23 Análisis PESTEL.....	30
Figura 24 Análisis de las Fuerzas de Porter.....	32
Figura 25 Análisis FODA.....	33
Figura 26 Personas que cuentan con perros en sus hogares.	34
Figura 27 Porcentaje de personas que prefieren adoptar mascotas	35
Figura 28 Zona Rural y Urbana que cuentan con perros	35
Figura 29 Fórmula	36
Figura 30 Muestra de la población	37
Figura 31 Simulador	37
Figura 32 Género	38

Figura 33 Edad.....	39
Figura 34 Estado Civil	39
Figura 35 Ocupación.....	40
Figura 36 Hogares.....	40
Figura 37 Snacks del mercado	41
Figura 38 Frecuencia en snacks	41
Figura 39 Preferencia.....	42
Figura 40 Marcas de snacks.....	42
Figura 41 Preferencia de marca	43
Figura 42 Gomitas.	43
Figura 43 Zona.....	44
Figura 44 Preferencia de ubicación	44
Figura 45 Precio.....	45
Figura 46 Presentación del producto	45
Figura 47 Medios de comunicación.....	46
Figura 48 Persona 1	47
Figura 49 Persona 2	48
Figura 50 Persona 3	48
Figura 51 Persona 4	49
Figura 52 Persona 5	49
Figura 53 Product-Market Fit	51
Figura 54 Logotipo, propuesta final mejorada.....	52
Figura 55 Paleta de colores.....	53
Figura 56 Empaque, propuesta final mejorada	54
Figura 57 Producto, propuesta final mejorada.....	55
Figura 58 PMV Canvas.....	56
Figura 59 Video Branding	57
Figura 60 Localización	58
Figura 61 Distribución en Planta	59
Figura 62 Mapa de Procesos	60
Figura 63 Flujograma del proceso de Adquisición de materias primas.....	64
Figura 64 Flujograma Almacenaje para la recepción y verificación de materia prima	65
Figura 65 Flujograma para el área de producción de materia prima	66
Figura 66 Flujograma para el proceso de Empaque y Etiquetado de los productos.....	67

Figura 67 Flujograma para el proceso de Distribución y confirmación de estos	68
Figura 68 Diseño Organizacional	69
Figura 69 Redes Sociales	83
Figura 70 Página de Tik Tok	84
Figura 71 Lanzamiento del video del producto	85
Figura 72 Video de presentación y objetivo del producto	86
Figura 73 Conoce como mejorar el bienestar de tu mejor amigo	98
Figura 74 Ingredientes con los que se hace el producto	87
Figura 75 Problemas más comunes de los perros	88
Figura 76 Ejemplo de consumo del producto	88
Figura 77 Página principal de Instagram	89
Figura 78 Descripción de la combinación de productos	90
Figura 79 Objetivo del producto	90
Figura 80 Video indicando el producto	91
Figura 81 Presentación de la gomita con colágeno	92
Figura 82 Imagen sobre el bienestar del perro	92
Figura 83 Bienestar de perritos	93
Figura 84 Ingredientes utilizados para el producto	93
Figura 85 Alimentación con suplementos	94
Figura 86 Información para el CBD	94
Figura 87 Imagen sobre el dolor articular	95
Figura 88 Imagen sobre la ansiedad en perros	95
Figura 89 Los 5 principales problemas en los perros	96
Figura 90 Gaia consumiendo el producto	96

Introducción

El proyecto de producción y comercialización de gomitas de colágeno con CBD busca innovar en el mercado de productos para mascotas, ofreciendo un suplemento que combina los beneficios del colágeno, esencial para la salud de la piel y articulaciones, con las propiedades terapéuticas del CBD. En respuesta a la creciente demanda de productos naturales y de bienestar, este proyecto pretende aprovechar las oportunidades del mercado emergente del CBD, con un enfoque en la calidad y efectividad del producto para mejorar la vida de las mascotas y satisfacer a sus dueños.

Objetivo General

Desarrollar y llevar al mercado un producto innovador que contribuya a mejorar la salud y el bienestar de los perros y sociabilizarlo en el mercado

Objetivos Específicos

1. Analizar el mercado objetivo:

- a. Identificar y describir el perfil demográfico y psicográfico de los propietarios de perros interesados en productos de salud y bienestar para mascotas.
- b. Evaluar la demanda actual y potencial de productos de colágeno y CBD para perros.

2. Evaluar la competencia:

- Investigar y analizar las principales marcas y productos competidores en el mercado de colágeno y CBD para perros.
- Identificar las ventajas competitivas y desventajas de los productos actuales en el mercado.

3. Desarrollar una estrategia de producto:

- Determinar las características y beneficios diferenciadores de las gomitas de colágeno y CBD para perros.
- Establecer una propuesta de valor única para el producto.

4. Diseñar una estrategia de precios:

- Analizar los costos de producción, distribución y comercialización de las gomitas de colágeno y CBD.
- Definir una estrategia de precios competitiva y alineada con el mercado.

Fase de Empatía incluyendo marco teórico

Marco teórico. Hallazgos de la Investigación Documental

La industria de productos para mascotas ha crecido mucho en los últimos años, con una creciente demanda de productos naturales y alternativos, sin químicos o preservantes que pueden perjudicar la salud de los animales. "Tal como indica Beatriz Romanos en su libro, 'El mundo de la alimentación no es ajeno a cualquier otra fiebre en el mundo: todos queremos saber cómo y qué comeremos en el futuro, cómo lo produciremos, qué efecto tendrá en nuestra salud, cómo cambiará el mundo gracias a ellos y no menos importante, cómo podremos hacer negocio de esto'" (Romanos, 2022). Los alimentos para mascotas han sido y es un sector en crecimiento constante, impulsado por la creciente población de mascotas a nivel mundial y además por la creciente preocupación de los propietarios de estos por la calidad y la salud de los alimentos que dan a sus mascotas. Cuando se habla de la industria, abarca una amplia gama de productos, desde alimentos secos y enlatados hasta alimentos frescos y refrigerados, así como golosinas y suplementos (Coelho, y otros, 2021).

Los alimentos para mascotas han sido y es un sector en crecimiento constante, impulsado por la creciente población de mascotas a nivel mundial y además por la creciente preocupación de los propietarios de estos por la calidad y la salud de los alimentos que dan a sus mascotas. Cuando se habla de esta industria, abarca una amplia gama de productos, desde alimentos secos y enlatados hasta alimentos frescos y refrigerados, así como golosinas y suplementos (Coelho, y otros, 2021). La innovación en esta industria incluye la introducción de alimentos especializados para mascotas con necesidades dietéticas específicas, como alimentos para mascotas con problemas de alergias o con sensibilidades alimentarias, y también, así como alimentos funcionales que promueven la salud digestiva, articular, dental, entre otros. En este contexto la producción y comercialización de gomitas de colágeno para perros con CBD representa una oportunidad única para ofrecer un producto innovador y beneficioso para la salud de las mascotas (Gamble, 2018).

La innovación en esta industria incluye la introducción de alimentos especializados para mascotas con necesidades dietéticas específicas, como alimentos para mascotas con problemas de alergias o con sensibilidades alimentarias, y también, así como alimentos funcionales que promueven la salud digestiva, articular, dental, entre otros. En este contexto la producción y comercialización de gomitas de colágeno para perros con CBD representa una oportunidad única para ofrecer un producto innovador y beneficioso para la salud de las mascotas (Gamble, 2018).

La búsqueda del bienestar animal para las mascotas ha provocado la disposición de sustancias que han sido poco estudiadas desde el punto de vista veterinario, en este sentido, esta moda se refiere al uso de los derivados del cannabinoide, los mismos que son usados para el bienestar animal (Amin, 2019).

Beneficios del colágeno para perros

El colágeno es una proteína esencial para la salud de los tejidos conectivos, como las articulaciones, la piel, el pelaje y las uñas. En los perros, el colágeno puede ayudar a mejorar la salud articular, reducir la inflamación y promover una piel mucho más sana y pelaje saludable. Muchos estudios han demostrado que la suplementación con colágeno puede mejorar la movilidad y la comodidad de las articulaciones en perros con problemas articulares, así como promover una recuperación más rápida después de las lesiones (Galan, 2023).

Con la edad, la cantidad de colágeno del cuerpo del perro empieza a disminuir de forma natural y gradual, lo que ocasiona un deterioro en el estado de salud general y además que provoca molestias y problemas de elasticidad y flexibilidad en la piel o problemas de movilidad y dolor en músculos y articulaciones. Suministrando colágeno en la dieta al perro, por tanto, conseguiremos amortiguar el proceso de envejecimiento natural, ayudando así a mejorar la salud general y su bienestar (NATURAL, 2024).

El proceso de desarrollo de las gomitas para perros con CBD y colágeno implica la selección de ingredientes de alta calidad y la formulación de una receta que maximice los beneficios para la salud de los animales. La realización de pruebas de sabor y calidad garantiza que el producto final cumpla con los estándares requeridos. Establecer procesos de fabricación robustos asegura la consistencia y calidad del producto en cada lote producido (De Briyne, 2021).

Cuando se habla de colágeno, se sabe que es una proteína estructural clave que se encuentra en varios tejidos del cuerpo de los perros, incluidos huesos, cartílagos, tendones, piel y pelo. A medida que los perros envejecen, la producción natural de colágeno en sus cuerpos tiende a disminuir, lo que puede llevar a problemas como la artritis, pérdida de elasticidad de la piel y el deterioro de uñas y pelaje (Coelho, y otros, 2021).

Al agregar colágeno a la dieta de los perros, se puede ayudar a compensar esta pérdida y promover la salud y el bienestar general de la mascota. El colágeno en forma de suplemento está disponible en varias presentaciones, como polvo, tabletas, líquidos o incluso implementados en alimentos específicos. Además de los beneficios, mencionados

anteriormente, el colágeno también puede ayudar en la cicatrización de heridas, ya que promueve la regeneración de tejidos y la formación de colágeno nuevo en la piel (Coelho, y otros, 2021).

El CBD en mascotas

El cannabidiol (CBD), es un compuesto químico natural que se encuentra en la planta de cannabis, a diferencia de otros compuestos, el CBD no produce efectos psicoactivos, es decir, que tanto en humanos o en mascotas, su estado mental no se alterará. Gracias a sus propiedades terapéuticas y beneficios, este cannabinoide de origen vegetal se ha popularizado como un tratamiento alternativo para el dolor, tanto en la medicina tradicional como en la veterinaria (Amin, 2019).

Al hablar del cannabidiol, se sabe que también se maneja con diferentes compuestos, en este caso los más importantes dentro de nuestra investigación son los “fitocannabinoides”, los cuales son los que se encargan de la estimulación del sistema endocannabinoide los cuales estarán presentes en los organismos de los mamíferos. Al momento que entran al organismo, se activan receptores los cuales regularán varios aspectos del sistema nervioso central, sistema inmune y otros órganos, además que influyen en varios procesos fisiológicos como la inflamación, la ansiedad, movilidad, náuseas, etc. Es por ello por lo que, los beneficios del CBD ya comprobados en humanos, se ha ido extendiendo hasta el tratamiento de perros y gatos, principalmente para el alivio del dolor en los mismos (Coelho, y otros, 2021).

Según estudios recientes, el CBD puede tener varios efectos positivos para los perros. Por ejemplo, un estudio publicado en la revista *Frontiers in Veterinary Science*, encontró que el CBD puede reducir la frecuencia de las convulsiones en perros con epilepsia resistente a los medicamentos. Otro estudio, publicado en *Journal of the American Holistic Veterinary Medical Association*, sugiere que el CBD puede reducir la ansiedad en perros con miedo a ruidos fuertes (De Briyne, 2021).

En humanos, se ha demostrado los beneficios de los CBDs en diferentes enfermedades. A medida del éxito, los dueños de mascotas han demostrado un mayor interés en el uso terapéutico de estos productos para animales (De Briyne, 2021). Aunque los CBDs prometen un potencial terapéutico para diferentes patologías aún se siguen realizando procesos de investigaciones para futuros resultados (De Briyne, 2021).

Uso del CBD en tratamientos veterinario

La medicina veterinaria ha avanzado significativamente en los últimos años, el desarrollo

de tratamientos y medicamentos más efectivos ha aumentado incluso la esperanza de vida de las mascotas, aunque todavía quede mucho por hacer. Es un hecho que los medicamentos veterinarios convencionales recetados para el tratamiento de los dolores crónicos, convulsiones, entre otras afecciones, impactan negativamente sobre el sistema inmunológico y digestivo, causando, además, daños en el hígado y los riñones (Galan, 2023). Debido a esto, el desarrollo de terapias alternativas, como el uso del CBD para los animales, ha traído nuevas esperanzas para las mascotas. Si bien faltan muchos datos por confirmar, podría convertirse en un tratamiento adecuado para aumentar el bienestar de los animales (Gamble, 2018).

Los CBDs han sido utilizados para el manejo de heridas, hemorragias y en el caso de semillas como desparasitante (Butrica, 2022), aunque la evidencia científica es limitada, en los últimos años los productos de CBD han aumentado en el mercado para su uso en medicina veterinaria y se les atribuye un gran potencial terapéutico (De Briyne, 2021). Actualmente, se usan como alternativas para el tratamiento de la comezón, ansiedad, falta de apetito, anti-convulsiones e incluso el cáncer (Galan, 2023).

Un estudio realizado para perros en síntomas de osteoartritis registró el uso enriquecido con CBD a dosis de 2mg/kg, que, ofreciendo cada 12 H por 4 semanas, proporcionó un alivio inmediato y significativo en la mascota ante el dolor articular (Gamble, 2018). También se dice que el CBD funciona en pacientes con historia de epilepsia, pero se han realizado más estudios en humanos donde se ha registrado una disminución de las convulsiones en un 50% (Coelho, y otros, 2021).

El mercado de productos para mascotas está en constante crecimiento, con una creciente demanda de productos naturales y saludables. Las gomitas de colágeno para perros con CBD pueden aprovechar esta tendencia, ofreciendo a los propietarios una opción de suplemento que aborde múltiples aspectos de la salud de las mascotas, además que el CBD ha demostrado tener efectos positivos en los perros, incluyendo como se mencionó anteriormente propiedades antiinflamatorias, analgésicas y ansiolíticas. Al combinar el colágeno con el CBD en forma de gomitas, se estaría ofreciendo un producto que no solo beneficie la salud física de los perros, sino también de su bienestar emocional (De Briyne, 2021).

Producción y comercialización

La producción y comercialización de las gomitas de colágeno con CBD para perros involucra un proceso meticuloso que garantiza la calidad y seguridad del producto. Desde la selección de ingredientes de alta calidad hasta el envasado final, se siguen estrictos estándares

de producción para ofrecer un producto confiable y efectivo (Butrica, 2022).

Es importante seleccionar ingredientes de alta calidad y seguir procesos de fabricación adecuados para garantizar la seguridad y la eficacia del producto, además, es importante asegurarse de que el producto final sea atractivo para los consumidores, con un empaque seguro y atractivo que destaque las características únicas del producto (Davis, 2022).

Se sabe que existe una creciente demanda de productos naturales y alternativos para mascotas, ya que los propietarios buscan opciones más saludables y seguras para sus animales. Los productos que contienen ingredientes naturales, como el colágeno y el CBD, son cada vez más populares entre los consumidores preocupados por la salud y el bienestar de sus mascotas, y más allá de esto, cabe recalcar que la producción de gomitas de colágeno para perros con CBD debe cumplir con los más altos estándares de calidad y seguridad (Di Cerbo, 2017).

La distribución se puede hacer a través de canales, como tiendas de mascotas, veterinarios y tiendas en línea, asegurando la disponibilidad del producto para los consumidores, lo que busca manejar una estrategia de marketing que se enfoque en educar a los propietarios de mascotas sobre sus beneficios y destacar su calidad y seguridad. Además, que se cumplen todas las normativas y regulaciones aplicables en cuanto al etiquetado y contenido de CBD (Gamble, 2018).

Las gomitas de colágeno para perros ofrecen una oportunidad emocionante en el mercado de productos para mascotas. Con un enfoque en la calidad, la seguridad y la educación del consumidor, este producto tiene el potencial de mejorar la salud y bienestar de muchos perros. Sin embargo, es importante abordar las consideraciones éticas y ambientales para garantizar que el producto sea sostenible a largo plazo. En conjunto, estas acciones garantizan que las gomitas de colágeno con CBD para perros sean una opción atractiva y confiable para mejorar la salud y el bienestar de las mascotas (Gamble, 2018).

Investigación de Campo

Objetivo de la encuesta: Analizar los resultados de las entrevistas realizadas a 36 dueños de perros para comprender mejor sus necesidades, preferencias y dolores en relación con la salud y el bienestar de sus mascotas.

Metodología: Se realizaron encuestas reestructuradas por medio de la herramienta Google Forms a 36 dueños de perros en Ecuador, abordando aspectos como la cantidad de perros que poseen, el tamaño de la raza, el espacio disponible para el perro, problemas de salud,

preocupaciones sobre el envejecimiento, razones para buscar productos para mejorar la salud del perro, conocimiento sobre el CBD y su aplicación en perros, percepción de la combinación de colágeno y CBD en un solo producto, y la facilidad de uso de las gomitas.

Preguntas de la encuesta:

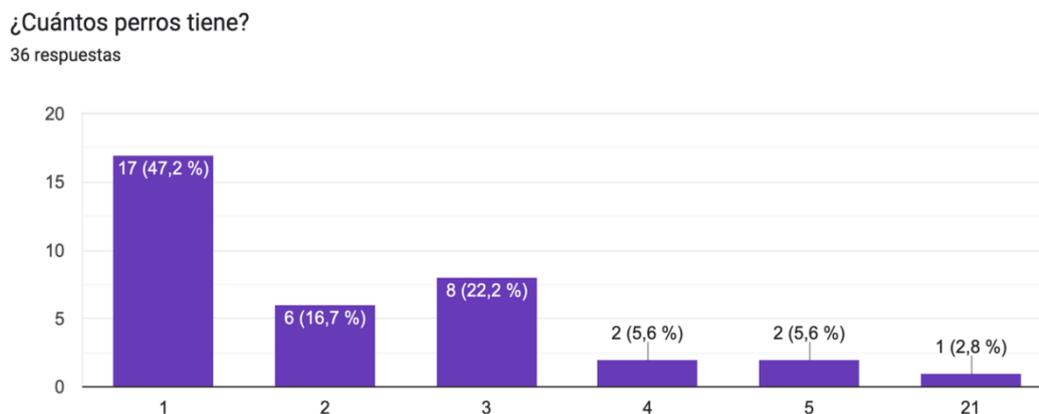
1. ¿Cuántos perros tiene?
2. ¿Qué tamaño de raza tiene su perro?
3. ¿Tu perro tiene el suficiente espacio para desfogar su energía?
4. ¿Tu perro ha experimentado problemas de salud que te preocupen, como dolor articular o ansiedad?
5. ¿Le preocupa el envejecimiento de su perro y los posibles problemas de salud?
6. ¿Por qué buscas productos para mejorar la salud de tu perro?
7. ¿Sabías que el CBD ayuda a los perritos con la ansiedad por separación, fobia a ruidos fuertes como los juegos artificiales y también al comportamiento agresivo o alocado?
8. ¿Qué te parece la idea de combinar colágeno y CBD en un solo producto?
9. ¿Te resultan fáciles de usar los productos en forma de gomitas?

Hallazgos de la investigación de campo

1. Criterios Varios:

- **Número de perros:** La mayoría de los encuestados (47,2%) tienen un solo perro, el 22,2% tiene tres perros, el 16,7% tiene 2 perros y el resto varía entre 4 y 5 perros.

Figura 1
Cantidad de perros



- **Tamaño de raza:** Predominan las razas medianas con un 52,8%, seguidas de las razas pequeñas con un 25% y las grandes con un 22,2%.

Figura 2
Tamaño de raza.

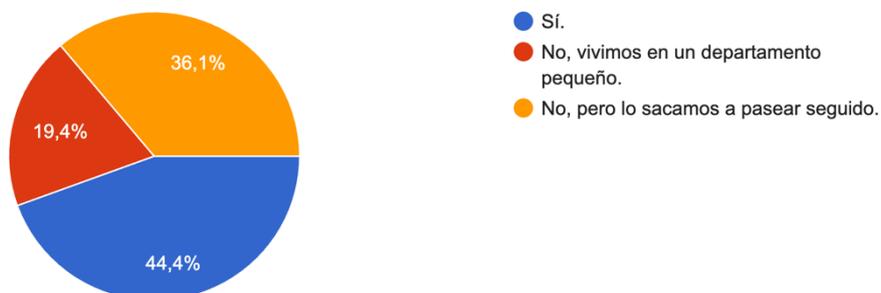


- **Espacio para desfogarse:** La mayoría de los entrevistados (44,4%) considera que su perro tiene suficiente espacio para desfogar su energía.

Figura 3
Espacio para desfogar energía.

¿Tu perro tiene el suficiente espacio para desfogar su energía?

36 respuestas



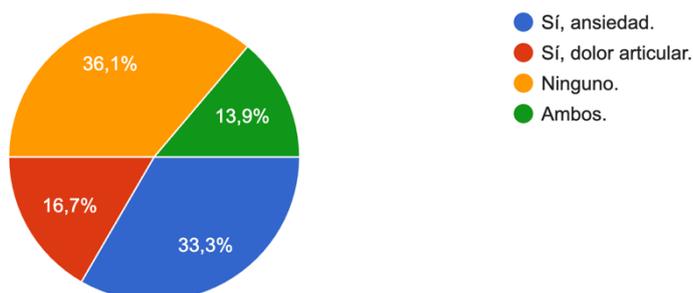
2. Insights:

- Preocupación por la salud de los perros:** El 36,1% de los encuestados no ha experimentado problemas de salud con su perro, sin embargo, se logró evidenciar que el 33,3% ha sufrido de ansiedad y el 16,7% de dolor articular.

Figura 4
Problemas de Salud en perros.

¿Tu perro ha experimentado problemas de salud que te preocupen, como dolor articular o ansiedad?

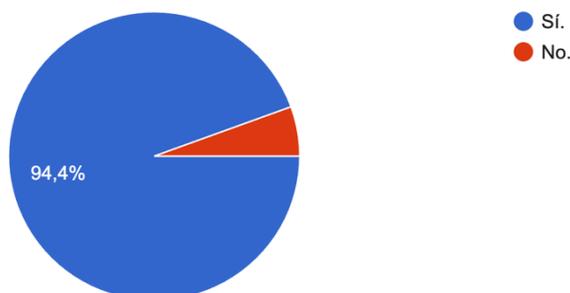
36 respuestas



- Envejecimiento y posibles problemas de salud:** El 94,4% de los encuestados se preocupa por el envejecimiento de su perro y los posibles problemas de salud que pueda enfrentar.

Figura 5
Envejecimiento y Posibles problemas de salud.

¿Le preocupa el envejecimiento de su perro y los posibles problemas de salud?
36 respuestas



- **Búsqueda de productos para mejorar la salud:** Se perciben varias perspectivas de los encuestados con las respuestas brindadas sobre la búsqueda de productos para mejorar la salud de su perro, entre ellas se destacan razones de bienestar, salud, longevidad, sentimientos, evasión de enfermedades y calidad de vida.

Figura 6
Productos para mejorar la salud.

¿Por qué buscas productos para mejorar la salud de tu perro?
36 respuestas

Para tener un mejor cuidado de mis mascotas ahora y en el futuro

Mejor calidad

Para que el perrito esté bien

Para verlo sano y que aún en su vejez esté bien.

3. Dolores:

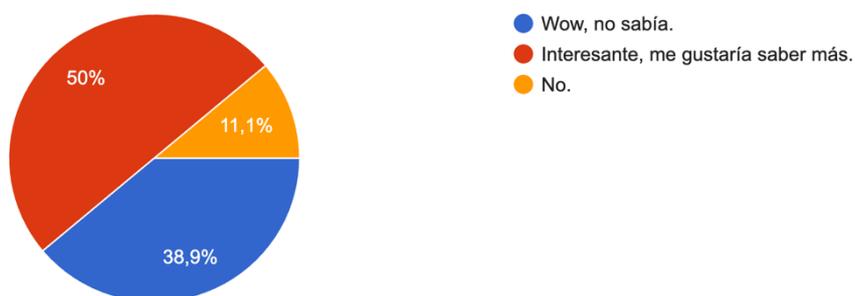
- **Falta de información sobre CBD para perros:** El 50% de los entrevistados está interesado en conocer más acerca de las propiedades del CBD, el 38,9% no sabía que el CBD puede ayudar a los perros con diversos problemas de salud y el 11,1% no lo conocía en absoluto.

Inconveniente de administrar suplementos: con esta misma pregunta se evidencia que la administración de suplementos a sus perros es un proceso inconveniente.

Figura 7
Conocimiento de CBD.

¿Sabías que el CBD ayuda a los perritos con la ansiedad por separación, fobia a ruidos fuertes como los juegos artificiales y también al comportamiento agresivo o alocado?

36 respuestas



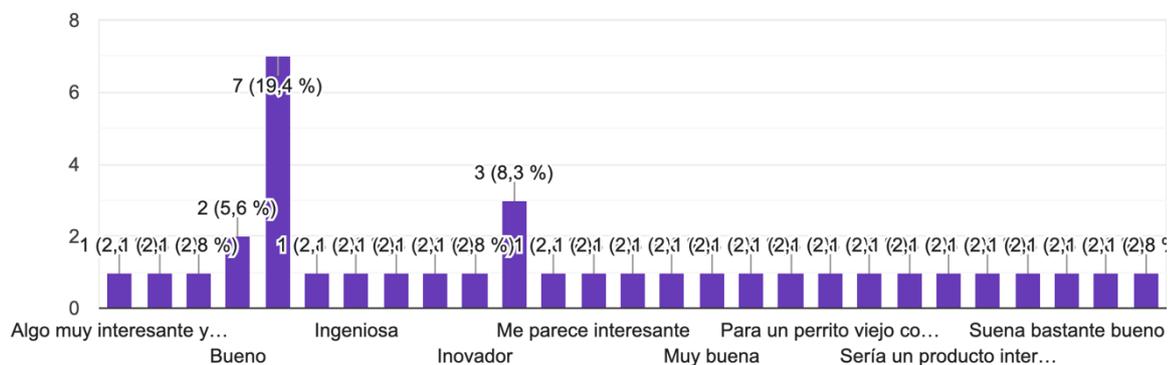
4. Preferencias:

- **Combinación de colágeno y CBD:** Se detallan variaciones de respuestas, pero en resumen se logra divisar que los encuestados están interesados en la idea de combinar colágeno y CBD en un solo producto para la salud de su perro.

Figura 8
Combinación colágeno y CBD.

¿Qué te parece la idea de combinar colágeno y CBD en un solo producto?

36 respuestas



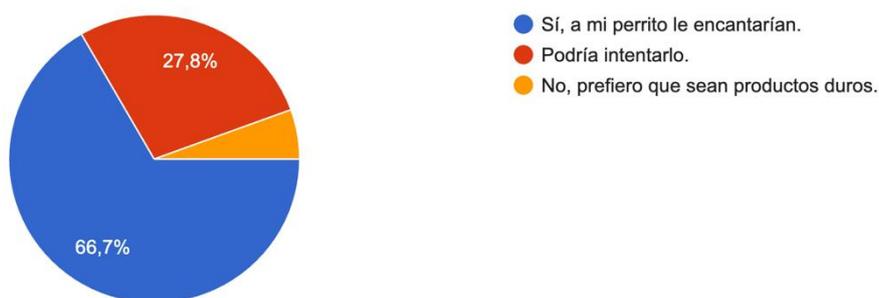
- **Formato de gomitas:** El 66,7% de los encuestados considera que las gomitas son un formato atractivo y fácil de usar para administrar suplementos a sus perros y el 27,8% podría intentar utilizar el formato de gomitas para sus caninos.

Figura 9

Facilidad de forma de gomita.

¿Te resultan fáciles de usar los productos en forma de gomitas?

36 respuestas



Necesidades y Características del Segmento

Determinación del Segmento para Gomitas de Colágeno y CBD para Perros.

1. Público objetivo:

Dueños de perros: Personas que poseen uno o más perros como mascotas.

1.1 Características demográficas:

- **Edad:** Propietarios de perros entre 25 y 55 años.
- **Sexo:** Igualitario mujeres (50%) y hombres (50%).
- **Nivel educativo:** Alto (universitario o superior) en un 50%, medio (preparatoria o bachillerato) en un 40% y bajo (primaria o menor) en un 10%.
- **Ingresos:** Medio-alto \$450 a \$1,500 (capacidad para comprar productos premium para sus mascotas).
- **Estado civil:** Solteros, parejas sin hijos o con hijos.
- **Ocupación:** Profesionales, emprendedores o personas con trabajos estables.
- **Tamaño del hogar:** Viven solos, en pareja o con familia pequeña.

1.2 Características geográficas:

- **Ubicación:** Distrito Metropolitano de Quito
- **Zonas:** Zonas urbanas y suburbanas con mayor concentración de población y poder adquisitivo como Cumbayá, La Carolina, El Condado, La Pampa.

1.3 Características psicográficas:

- **Estilo de vida:** Amantes de las mascotas, preocupados por la salud y el bienestar de sus perros.
- **Valores:** Bienestar animal, responsabilidad social, consumo responsable.
- **Actitud hacia las mascotas:** Consideran a sus perros como miembros de la familia y están dispuestos a invertir en su cuidado.
- **Conscientes de la salud:** Buscan productos naturales y saludables para sus perros.
- **Preocupados por el bienestar animal:** Disponen de tiempo y recursos para invertir en la salud y el bienestar de sus mascotas.
- **Disposición a probar nuevos productos:** Abiertos a probar productos innovadores que beneficien la salud de sus mascotas sin prejuicios.

1.4 Nivel económico:

- **Dispuestos a pagar por productos premium:** Valoran la calidad y los ingredientes naturales en los productos para sus mascotas.
- **Buscan soluciones efectivas:** Invierten en productos que brinden beneficios tangibles para la salud de sus perros.
- **Valoración del precio:** Buscan productos de calidad a un precio razonable, dispuestos a pagar un poco más por beneficios adicionales o productos que ofrezcan una buena relación calidad-precio.

2. Necesidades del segmento:

- **Mejorar la salud y el bienestar de sus perros:** Buscan productos que prevengan o reduzcan problemas de salud como artritis, problemas de piel, ansiedad depresión canina y problemas digestivos.
- **Mantener a sus perros activos y en forma:** Buscan productos que promuevan la movilidad, la flexibilidad libre de sus perros y que los calme en

momentos de locura o ansiedad.

- **Proporcionar a sus perros una alimentación saludable y nutritiva:** Buscan productos de alta calidad con ingredientes naturales que beneficien la salud general de sus perros.
- **Buscar productos convenientes y fáciles de administrar:** Gomas como una forma práctica y atractiva de dar suplementos a sus perros.

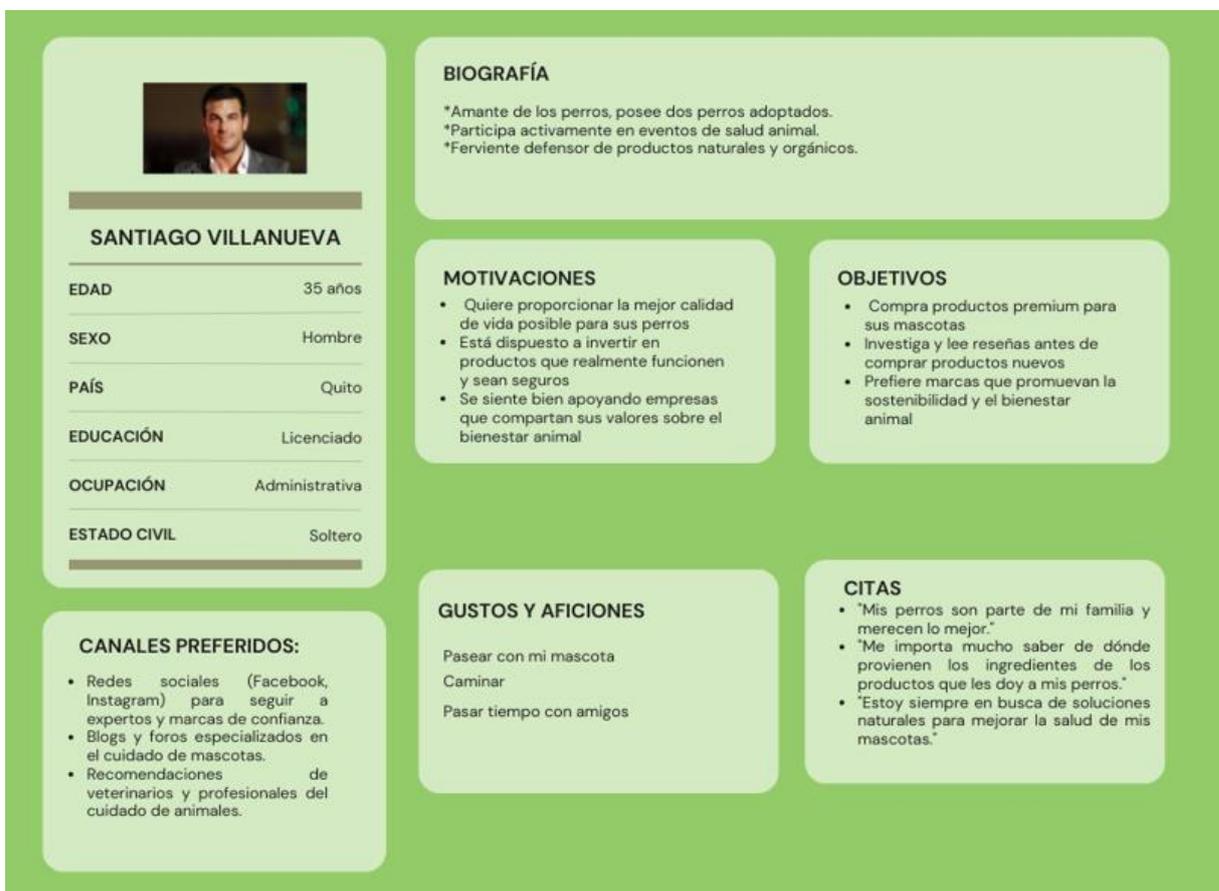
3. Otra información relevante del segmento:

- **Creciente interés por la salud y el bienestar animal:** Cada vez hay más personas conscientes de la importancia de cuidar la salud de sus mascotas y están dispuestas a invertir en ello.
- **Aumento de la popularidad de los perros como miembros de la familia:** Los perros son cada vez más considerados como miembros de la familia y se les trata como tal.
- **Crecimiento del mercado de productos para mascotas:** El mercado de productos para mascotas está en constante crecimiento, lo que representa una oportunidad para nuevos productos innovadores como las gomas de colágeno con CBD.
- **Popularidad de las gomas:** Formato atractivo y fácil de administrar para perros, especialmente para aquellos que son reacios a tomar pastillas.
- **Necesidad de educación sobre el CBD:** Muchos dueños de mascotas aún desconocen los beneficios del CBD para la salud de los perros.

El segmento objetivo para las gomas de colágeno y CBD para perros en Ecuador está compuesto por dueños de perros responsables y conscientes de la salud de sus mascotas, que buscan productos naturales, seguros y de alta calidad para mejorar el bienestar de sus peludos amigos. El segmento tiene un alto potencial de crecimiento por la tendencia al cuidado de mascotas y la popularidad de los productos naturales.

Perfil del cliente (Customer Profile)

Figura 10
Customer Profile



Se determina que el perfil del cliente se enmarca en un profesional de 35 años, soltero, es amante de los perritos, le gusta mejorar las condiciones de vida, siempre buscando los mejores productos ya sean por redes sociales o por sugerencias de sus amistades.

Mapa Empatía

Figura 11
Mapa de Empatía



Dentro del mapa, la importancia radica, entre ¿Que piensa y siente? Desea un producto natural que ayude a nuestro animalito alargar su vida, mejorando la vida, en momentos de angustia o dolor, dándole así una alternativa diferente junto al ingrediente CBD, que le permitirá controlar en un momento determinado.

Mapa de Actores

Figura 12
Mapa de Actores



Identificación de la Problemática

Problemas del Segmento

1. Problemas de Ansiedad y estrés en perros

Los perros de todas las edades pueden experimentar ansiedad y estrés debido a situaciones como cambios ambientales, viajes, tormentas y visitas al veterinario. El CBD es conocido por sus propiedades calmantes, que pueden ayudar a aliviar estos síntomas.

2. Problemas de movilidad y salud articular

Aunque los problemas articulares son más comunes en perros mayores, los perros de todas las edades pueden beneficiarse de un apoyo adicional para la salud de sus articulaciones, especialmente en perros que tienden a tener deformidades en las caderas o los codos, donde el colágeno puede ayudar a mejorar la salud de las articulaciones y prevenir problemas futuros.

3. Problemas digestivos

Los problemas digestivos pueden afectar a perros de cualquier edad. Las gomitas se pueden preparar con otros ingredientes que apoyan la salud digestiva, proporcionando una solución completa.

4. Falta de recursos naturales y energéticos.

La demanda de productos naturales y saludables está creciendo entre los dueños de mascotas. Las gomitas de colágeno y CBD ofrecen una alternativa natural a los suplementos y medicamentos tradicionales, y son populares entre los dueños que buscan los mejores resultados para sus perros.

5. La necesidad de productos que sean prácticos y fáciles de manejar

Los suplementos o medicamentos para perros pueden resultar difíciles a cualquier edad. Las gomitas son una forma fácil y divertida de garantizar que los perros obtengan los nutrientes y suplementos que necesitan sin tener que defenderse como pueden suponer otros métodos.

Selección del Problema con Mayor Oportunidad de Negocio

Ansiedad y estrés en perros de todas las edades.

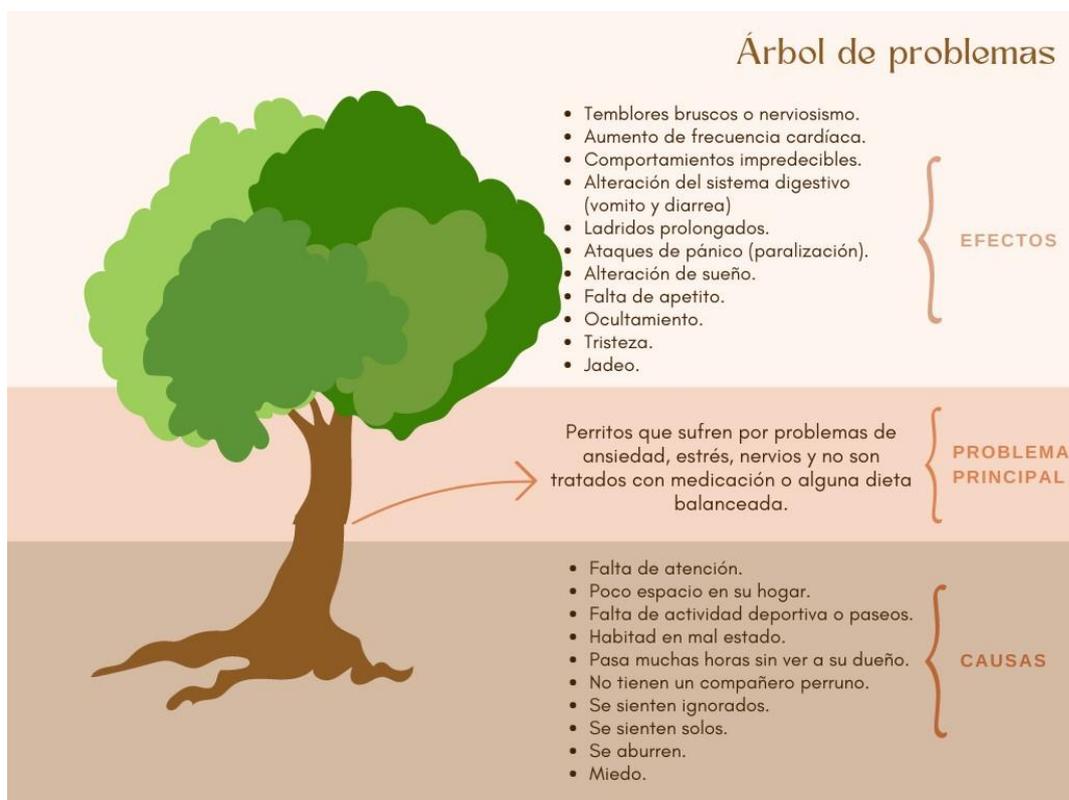
Justificación:

- **Alta prevalencia:** La ansiedad y el estrés son problemas comunes en perros de todas las edades, desde cachorros que se adaptan a un nuevo hogar hasta perros mayores que enfrentan cambios en su entorno.
- **Buscando soluciones naturales:** Los dueños de mascotas suelen buscar soluciones naturales seguras para el bienestar de sus mascotas. El CBD es una opción popular y en crecimiento a este aspecto
- **Beneficios combinados:** Gummy puede ofrecer una combinación de colágeno y CBD, no solo para reducir la ansiedad y el estrés, sino que también brinda otros beneficios como la digestión y el apoyo a las articulaciones, lo que hace que el producto sea una solución viable para varios.
- **Crecimiento del mercado:** crece hacia productos eficientes para cuidar a las mascotas, y un producto que aborde muchos problemas de salud con ingredientes naturales podría captar una participación significativa del mercado.
- Este enfoque no sólo aborda las necesidades urgentes y prevalentes de bienestar de los perros, sino que también aprovecha la creciente tendencia hacia productos naturales y multifuncionales, ofreciendo productos que atraigan a una amplia variedad de consumidores que dan por sentado.

Árbol de Problemas

Figura 13

Árbol de problemas.



Propuesta Inicial (Fase 3 Ideación – Innovación e Impacto Social)

El proyecto consiste en implementar un plan de negocio para la producción y comercialización de gomitas con colágeno y Cbd para perros según sus edades, tamaño y peso del can, puesto que el Cbd es una herramienta indispensable para poder combatir con los distintos síntomas que presenta el perrito al encontrarse encerrado a espacios reducidos y la mayoría del tiempo solos.

Es por ello que el Cbd se convierte en una propiedad terapéutica que aliviará el estrés, ansiedad, nerviosismo e incluso combatir con la artritis, epilepsia y cáncer, todo esto incorporado en un producto final que vendría a ser el tipo de snack o alimento, las gomitas con colágeno aportando beneficios también para sus articulaciones, huesos, cartílagos, pelaje, a tener un mejor rendimiento en sus actividades físicas, mejorando la calidad de vida de forma saludable.

El impacto social que causaría en los dueños de las mascotas al saber que cuentan con un producto que puede aliviar estos sentidos y a su vez le pueden dar como recompensas o premios al obedecer o realizar alguna actividad que estos le soliciten.

Por último y no menos importante para darle un valor agregado a nuestro producto y en razón social con las personas y el planeta, se incorporará empaques biodegradables al producto para crear conciencia de la importancia de la preservación y cuidado del ecosistema.

Idea de Negocio

Matriz Problem-Solution Fit

Figura 14
Problem - Solution Fit

Define CS, fit into CL	1. CUSTOMER SEGMENT(S) CS <ul style="list-style-type: none"> Hombres y mujeres entre 20 a 55 años, dueños de perros. 	6. CUSTOMER LIMITATIONS <small>EG. BUDGET, DEVICES</small> CL <ul style="list-style-type: none"> El precio de algunos de los snacks que se encuentran en el mercado, les parece sumamente altos. 	5. AVAILABLE SOLUTIONS <small>PROS & CONS</small> AS <ul style="list-style-type: none"> Suplementos en pastillas. Productos con ingredientes artificiales o químicos, dañinos para el perro. 	Explore AS, differentiate
	2. PROBLEMS / PAINS <small>+ ITS FREQUENCY</small> PR <ul style="list-style-type: none"> Al dueño del can le preocupa comportamientos cambiantes en su mascota, tales como nerviosismo, ansiedad, estrés, miedo. Los dueños no encuentran snacks de calidad. 	9. PROBLEM ROOT / CAUSE RC <ul style="list-style-type: none"> Personas que piensan que un snacks no puede aliviar el estrés o ansiedad de su perro y prefieren otras alternativas de productos medicinales. Personas que piensan que los snacks contienen químicos que a la larga perjudicaran la salud de su perro. 	7. BEHAVIOR <small>+ ITS INTENSITY</small> BE <ul style="list-style-type: none"> El dueño lleva a su perro al veterinario para obtener tratamientos y mejoras en los dolores que presenta el can. Busca pequeños espacios de su tiempo para sacar a pasear a su mascota. 	
Identify strong TR & EM	3. TRIGGERS TO ACT TR <ul style="list-style-type: none"> Las personas conversan de sus mascotas en un espacio libre de su trabajo. Escuchan recomendaciones de otros dueños. 	10. YOUR SOLUTION SL <ul style="list-style-type: none"> Brindar un snack con altos beneficios nutritivos: Gomas con colágeno y Cbd para perro, mejora la salud articular, de sus huesos, del cartilago e incluso le aporta energía al can, minorando su nerviosismo, estrés y ansiedad. 	8. CHANNELS of BEHAVIOR CH	Extract online & offline CH of BE
	4. EMOTIONS <small>BEFORE / AFTER</small> EM <p>Los dueños tienen desconfianza ante productos veterinarios de que puedan calmar el estrés o mejorar las articulaciones del can.</p>		<small>ONLINE</small> <ul style="list-style-type: none"> Busca a través de las redes sociales o blogs. <small>OFFLINE</small> <ul style="list-style-type: none"> Comenta con sus familiares, amigos y compañeros de trabajo. 	

La Matriz Problem-Solution Fit demuestra que el proyecto de "Producción y Comercialización de Gomas con Colágeno y CBD para Perros" está bien alineado con las necesidades y problemas identificados en el mercado. Las soluciones propuestas no solo abordan estos problemas de manera efectiva, sino que también ofrecen beneficios claros y específicos para los clientes, lo que puede conducir a una mayor aceptación y éxito en el mercado.

Propuesta de Valor Específica (Lienzo de PV)

Figura 15
Propuesta de Valor



Esta propuesta de valor está diseñada para captar la atención de los dueños de los perros que buscan productos seguros, naturales y efectivos para mejorar la salud y bienestar de sus mascotas, destacando los beneficios específicos y abordando los dolores más comunes de este segmento de clientes.

Prototipaje 1.0 (2 prototipos para poder testear)

Prototipo 1:

1. Logotipo:

Figura 16

Logotipo propuesto 1



- El logotipo de Happy Gummy Treats es simple y atractivo, representa con precisión el producto.
- El uso de colores brillantes y llamativos hace que el logo sea atractivo para su compra, mientras que la tipografía simple y legible lo hace fácil de leer y accesible a la percepción del público.
- Todo el logotipo está en formato circular, que representa la salud y el bienestar.
- Se agrega un mini slogan al final para cerrar la forma

El logo de Happy Gummy Treats es un diseño simple que comunica claramente que el producto está dirigido a perros y que es beneficioso para su salud y bienestar. El logo usa una paleta de colores atractiva, como un verde #CCC130 de fondo, las letras en un tono #165250, además de detalles en el código #A9A142 junto con una tipografía legible.

2. Empaque:

Figura 17

Empaque propuesta 1, (empaque delantero y Trasero)



- El empaque es una bolsa de plástico con un cierre zip-lock.
- La parte delantera del empaque presenta el logo de Happy Gummy Treats, así como una imagen de un perro feliz.
- La parte posterior del empaque presentará información sobre el producto, incluyendo los ingredientes, los beneficios para la salud y las instrucciones de uso.

El empaque de las Happy Gummy Treats, es un ejemplo de un empaque bien diseñado que cumple con los siguientes objetivos:

- **Atraer la atención:** El empaque utiliza colores brillantes y llamativos para atraer la atención de los consumidores, tanto perros como humanos.
- **Comunicar información:** El empaque presenta información importante sobre el producto, como el nombre, el logotipo y los ingredientes. La información está escrita en una letra clara y fácil de leer, y está organizada de manera que sea fácil de encontrar.

3. Producto

Figura 18*Producto, propuesta 1.*

- Las Happy Gummy Treats son gomitas masticables hechas con colágeno y CBD.
- El colágeno es una proteína que ayuda a mantener la salud de las articulaciones, la piel y el pelaje de los perros.
- El CBD es un compuesto que se encuentra en la planta de cannabis y que tiene propiedades antiinflamatorias y analgésicas.
- Las Happy Gummy Treats son una forma deliciosa y saludable de proporcionar a los perros los beneficios del colágeno y el CBD.

Gomitas para perros con dolor en las articulaciones: enriquecidas con colágeno adicional para mejorar la movilidad y reducir el dolor.

Gomitas para perros con ansiedad: con un mayor contenido de CBD para ayudar a calmar y relajar a los perros.

Gomitas para perros con problemas de piel: con ingredientes que promueven la salud de la piel y el pelaje.

Prototipo 2:

1. Logotipo:

Figura 19

Logotipo, propuesta 2.



- **El perro:**
 - Es un símbolo universal de amor, lealtad y amistad.
 - Es una imagen familiar y atractiva para los dueños de perros.
 - El perro está sentado en una postura relajada y feliz, lo que transmite una sensación de bienestar y salud.
- **La botella de aceite de CBD:**
 - El CBD es un ingrediente cada vez más popular en los productos para mascotas.
 - La botella de aceite de CBD es un símbolo de los beneficios para la salud que ofrecen las gomitas.
 - La botella está diseñada de forma sencilla y elegante, lo que le da un aspecto profesional.
- **El texto:**
 - El texto está escrito en una fuente clara y legible.
 - El texto es conciso y transmite el mensaje principal del producto de forma clara.

2. Empaque:

Figura 20

Empaque, propuesta 2 (empaque delantero y trasero).



Materiales:

- **Bolsa:** Es un material biodegradable y comorable, lo que lo convierte en una opción sostenible para el empaquetado.
- **Ventana de plástico transparente:** La ventana de plástico transparente permite a los consumidores ver las gomitas, lo que puede aumentar el atractivo del producto.
- **Cierre de Zip-Lock:** El cierre de ayuda a mantener las gomitas frescas y previene que se hechen a perder.
- **Etiqueta:** La etiqueta debe incluye
 - El nombre del producto
 - La lista de ingredientes
 - La información nutricional
 - Las instrucciones de uso
 - La información de contacto del fabricante
- **Diseño:**
 - El diseño del empaquetado es consistente con el logo de la marca.
 - El diseño es atractivo para los dueños de perros.
 - El diseño es informativo y fácil de leer.

En la parte inferior de la etiqueta, hay un emblema similar a un sello verde con el texto "ECO-FRIENDLY" que indica que el empaque es respetuoso con el medio ambiente. El diseño general sugiere que el producto dentro de la bolsa son gomitas para perros, con algún contenido de CBD, dado la presencia de las hojas de marihuana en el diseño.

3. Producto

Figura 21

Producto, propuesta 2.



Las gomitas con CBD y colágeno para perros son un producto novedoso que ofrece una serie de beneficios para la salud de las mascotas. Las gomitas están hechas con ingredientes naturales y son una forma deliciosa y fácil de dar a su perro su dosis diaria de CBD y colágeno.

- En el producto se muestra un molde de silicona con golosinas en forma de huellas de perro y huesos.
- En la esquina inferior izquierda, se encuentra la palabra "COLÁGENO" en letras verdes llamativas, lo que indica que las golosinas contienen colágeno, que a menudo se usa como suplemento para la salud articular en perros.
- En la esquina inferior derecha, hay un logo circular con el texto "CBD OIL CANNABIDIOL" rodeando un símbolo de hoja de cannabis, lo que indica que estas golosinas también contienen aceite de CBD, un producto derivado de la planta de cannabis que se utiliza por sus posibles beneficios para la salud en mascotas, incluido el alivio del estrés y el manejo del dolor.

Lean CANVAS

Figura 22
Lean Canvas



Los perros necesitan calmar de cierta forma la impaciencia que sienten al esperar solos a sus amos, ya que este tipo de acontecimientos les ocasiona nerviosismo, estrés, ansiedad, entre otros síntomas que alteran la estabilidad del perro. El plan de negocio se inclina hacia ese nicho de mercado para poder generar un impacto positivo en la alimentación de los canes proporcionando nutrientes, un sabor agradable para su paladar y componentes que mitigaran sus ansias y nerviosismo, además este tipo de snack no solo aliviará estos efectos negativos sino también aportará a su energía, mejorando sus cartílagos, huesos para que tengan mayor vitalidad a la hora de jugar o ejercitarse en los parques, en la calle, viajes u otros lugares donde lo lleve el dueño.

Las gomas de colágeno con Cbd son un producto natural que contiene aminoácidos, proteínas, vitaminas y nutrientes esenciales que aportan al bienestar del can, es un producto innovador en el mercado que se comercializará en empaques biodegradables para formar parte a la iniciativa y colaboración con el medio ambiente.

Análisis del Macroentorno – PESTEL

Figura 23
Análisis PESTEL



Político

En estos últimos años Ecuador cambió de gobierno por diferencias, incumplimientos de promesas o ineficiencia de los actores al resolver problemas. En el apartado de los snacks del mercado se mantienen las regulaciones para comercializar alimentos, ya que el requisito principal para estos productos es tener estándares de calidad, seguridad para preservar el bienestar de los animales.

Para producir y comercializar las gomitas con colágeno y CBD, se requiere de la certificación BPM para que cuente con condiciones óptimas e higiénicas. Estas regulaciones no afectan al plan de negocio porque son medidas que se han tenido en cuenta en el transcurso del desarrollo del proyecto y que son indispensables no solo en Ecuador sino en cualquier otro país.

Económico

La demanda económica en Ecuador de productos para animales ya sea alimentos, vestimentas, juguetes tiene una gran escala de aceptación sobre todo por la tendencia de los jóvenes en optar por tener mascotas en lugar de tener hijos, mediante la crianza que tienen por estos animales son incluidos hasta como miembros de familia.

Existen snacks nacionales e importados, los fabricantes nacionales van ganando terreno ofreciendo variedad de snacks para perros, pero en comparación a las gomitas no cuentan con cbd ni colágeno, sin embargo, se comercializan productos básicos, estándar y premium, entre orgánicos o naturales las personas están dispuestas a pagar por estos snacks ya que aman a sus mascotas y desean complacerlos o consentirlos de la mejor manera.

Sociocultural

En Ecuador se ha venido generando conciencia por el cuidado de las mascotas, el interés de los dueños por darles colágeno y cbd ha llamado mucho su atención porque ven en ello una oportunidad de alargar su ciclo de vida, de mejorar su estado físico, de contrarrestar ese nerviosismo, estrés y ansiedad de sus mascotas, la preocupación de dejarlos solos en sus hogares es notable y si se les hace posible poder ayudarles de alguna forma lo harían sin dudarlos dos veces, además los dueños prefieren comprar snacks orgánicos, naturales o todo lo que aporte de manera positiva a su salud, lo cual las gomitas serán las protagonistas en garantizar una mejor calidad de vida al can.

Tecnológico

Las compañías que producen snacks para perros en el mercado ecuatoriano están implementando tecnologías de punto para entregar productos de calidad y mejorar sus procesos de producción, por ej., maquinarias de extrusión, mezcla o secado de ingredientes, lo cual es una ventaja considerable a comparación de la marca que recién estará empezando porque no cuenta con capital mayoritario o una inversión en el uso de tecnologías para la planta.

Ecológico

Ecuador posee alrededor de un 20 % de zonas protegidas en todo el territorio nacional, incluyendo parques, áreas de conservación o reservas ecológicas y una gran variedad de ecosistemas, que la marca pretende operar en conjunto a la sostenibilidad ecológica del país, aplicando prácticas responsables, amigables con el medio ambiente para cuidarlo y preservarlo.

En los micro mercados, tiendas de mascotas o veterinarias que son las empresas que se dedican a comercializar todo tipo de productos para perros si suelen colocar tachos de basura o dispensadores de reciclables, siendo es un punto positivo para el cuidado del medio ambiente, lo que significa que más empresas cada día consideran tomar iniciativas para reducir las amenazas ambientales para que los cambios climáticos no sean tan bruscos; porque de ser el caso el clima si puede afectar directamente a la agricultura, por ejemplo en la cosecha del cbd si este se encuentra el altas temperaturas puede verse afectado su crecimiento, o las largas lluvias o sequias pueden menorar la calidad de la planta e incluso agarrar nuevas enfermedades, plagas que no eran tan comunes.

Análisis del Microentorno – 5 Fuerzas de Porter

Figura 24

Análisis de las Fuerzas de Porter



Matriz FODA

Figura 25
Análisis FODA



El análisis FODA destaca fortalezas como la innovación del producto, la demanda creciente de productos naturales, y el conocimiento del mercado. Las oportunidades incluyen la expansión con CBD, segmentación de mercado, y alianzas estratégicas. Sin embargo, enfrenta debilidades como regulaciones del CBD, altos costos de producción, y la necesidad de educar a los consumidores. Las amenazas son la competencia creciente, posibles cambios regulatorios, percepción negativa del CBD, y condiciones económicas adversas.

Validación de Factibilidad - Viabilidad - Deseabilidad

Investigación de Mercado

Población (mercado objetivo)

En base a la información que arroja el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, revela que las mascotas han formado parte fundamental en los hogares ecuatorianos, en la ciudad de Quito aproximadamente 2.014.575 de la población en niños conviven con perros y gatos, sin embargo, solo 169.491 tienen esencialmente perros.

En términos porcentuales para el periodo 2023 el INEC informa que el 80% de los hogares en el Ecuador tienen a su mando una mascota, ya sea perro o gato, lo cual representa los 4,1 millones de personas que cuentan con un animal en su hogar a nivel total de la población de los 5,1 millones entre las distintas edades del segmento.

A través de la segmentación que en anteriores apartados, se existió un nicho de mercado al que se dirigía el modelo de negocio y es netamente a hombres y mujeres entre los 20 a 55 años que cuentan con mascotas en la ciudad de Quito, algunos de ellos son estudiantes universitarios, profesionales, quizás unos todavía dependen de sus padres, o tengan otro tipo de cargas adicionales al gasto que conlleva la crianza de un perro; la amplitud del segmento es sumamente amplia, por ello se decidió realizar una segmentación más pequeña y directa referente al área urbana, la provincia, cantón y parroquias de hogares que cuentan con canes.

Figura 26

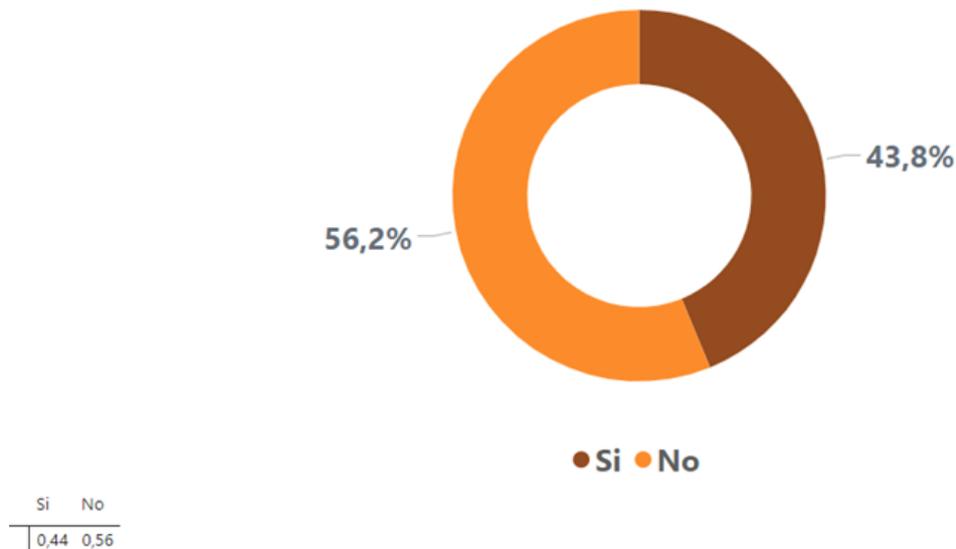
Personas que cuentan con perros en sus hogares.



En el cuadro se detallan cifras reales del periodo 2022 de perros que cuentan con hogares
 Número total de hogares que tienen perros: 14.031

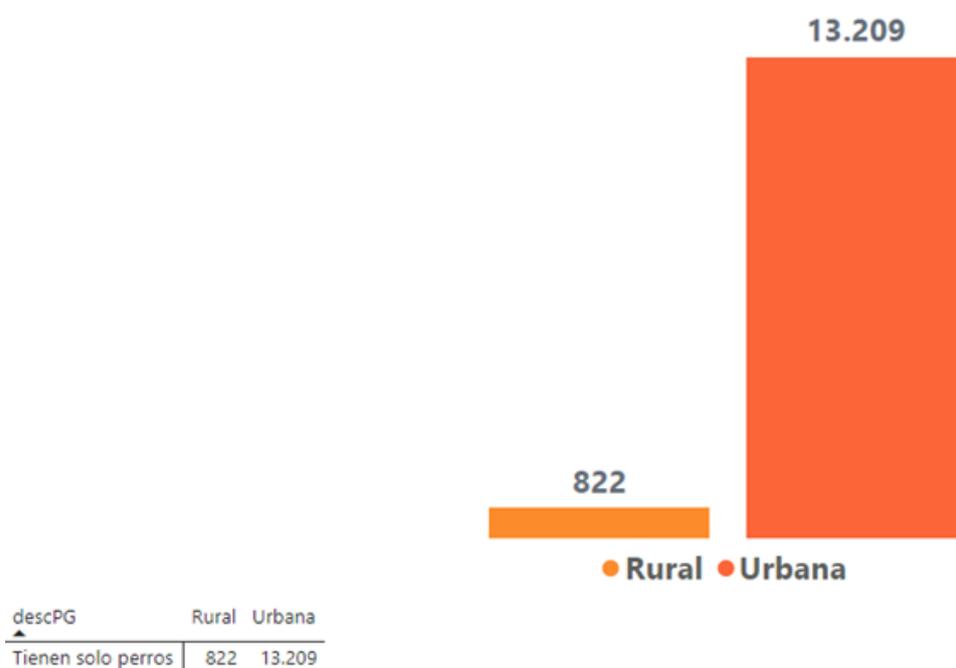
Existe una oportunidad de negocio de ingresar a este nicho de mercado porque los dueños de estas mascotas serán los posibles clientes por captar para que adquieran las gomitas de perros.

Figura 27
 Porcentaje de personas que prefieren adoptar mascotas



Se puede observar a través de la gráfica que los usuarios si prefieren adoptar una mascota en su hogar, ya sea para tener compañía, porque les agradan, para dejarlos al cuidado de la casa, entre otros motivos o deseos.

Figura 28
 Zona Rural y Urbana que cuentan con perros



Tal como se detalla en el gráfico la diferencia entre la zona rural y urbana es muy alta, por lo que la mayor parte de los perros que cuentan con un hogar se encuentran localizados en la parte urbana debido a que la población social es mucho mayor.

Población (Mercado Objetivo)

- **INEC Reporte:**
 - En Quito, 2.014.575 niños conviven con perros y gatos; 169.491 tienen esencialmente perros.
 - El 80% de los hogares en Ecuador tienen una mascota (perro o gato).
 - Esto representa 4.1 millones de personas con mascotas, de una población total de 5.1 millones.

- **Segmentación de Mercado:**
 - Nicho dirigido a hombres y mujeres entre 20 y 55 años con mascotas en Quito.
 - Algunos son estudiantes universitarios, profesionales, y otros con responsabilidades financieras adicionales.

- **Datos Específicos (2022):**
 - Número total de hogares con perros: 14.031.
 - Oportunidad de negocio clara en este nicho.

Muestra

El tamaño de la población que cuenta con perritos en sus hogares son aproximadamente 14.031, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación máximo del 7%.

Figura 29

Fórmula

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Figura 30*Muestra de la población*

$$n = \frac{14.031 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,07)^2 * (14.031 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{13475,37}{(0,07)^2 * (14.031 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{13475,37}{69,71}$$

$$n = 193,31$$

El cálculo de la fórmula se asemeja al simulador virtual de la expresión desarrollada.

Figura 31*Simulador*

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: ? 95% 99%

Margen de Error: ?

Población: ?

Tamaño de Muestra:

Instrumento de Recolección de Información

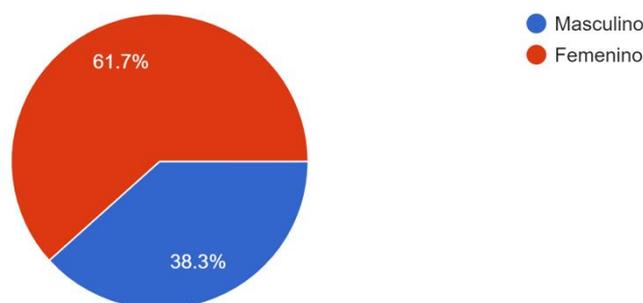
Para la recolección de esta información se recopilaban datos relevantes hacia el producto y similares, mediante una encuesta, donde participaron 107 personas de las 194 muestras del total de la población del mercado, siendo una cantidad esencial a la hora de tomar decisiones.

Preguntas de la encuesta:

- 1.- ¿Usted tiene perros en su hogar?
- 2.- ¿Suele darle a su mascota algún tipo de golosina o snack del mercado?
- 3.- ¿Con qué frecuencia consiente a su mascota con un snack?
- 4.- ¿Tiene un snack de preferencia que le compra a su perro?
- 5.- ¿En los últimos 3 meses que marca a preferido de los snacks para perros?
- 6.- ¿Por qué motivo prefiere esta marca?
- 7.- ¿Le interesaría adquirir gomitas con colágeno y CBD para sus perros?
- 8.- ¿En qué lugar preferiría realizar la compra del producto?
- 9.- ¿Por qué motivo desea comprar el producto en ese lugar?
- 10.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?
- 11.- ¿Qué presentación le agradaría del producto?
- 12.- ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las gomitas de colágeno con CBD para perros?

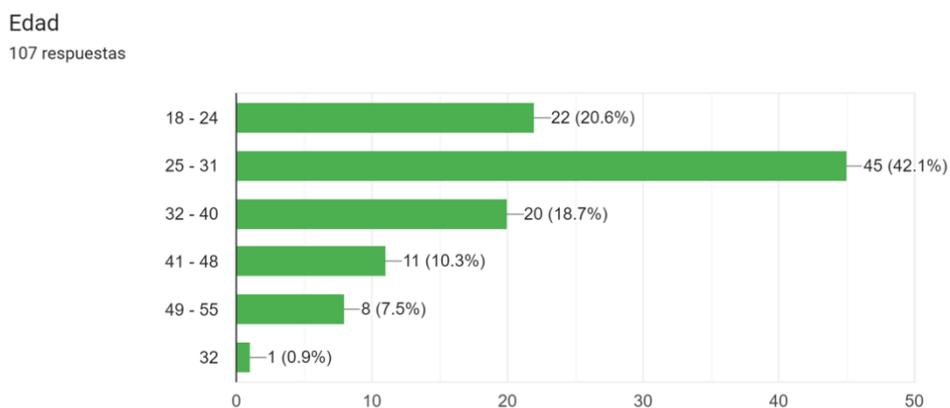
Análisis de Resultados**Figura 32**
Género

Género
107 respuestas



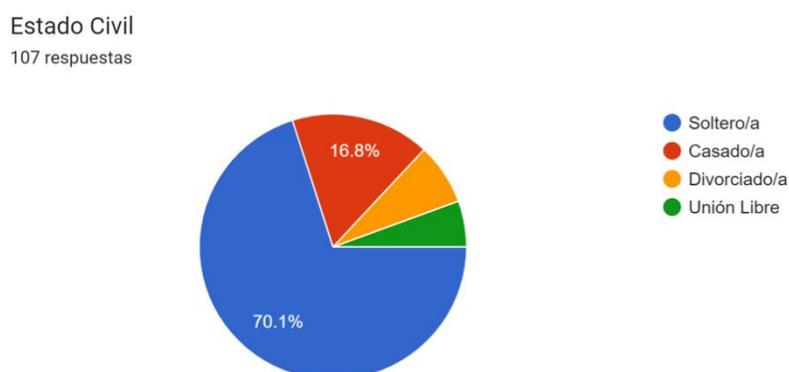
De acuerdo con la gráfica, los resultados indican que la mayoría de las personas que realizaron la encuesta fueron de género femenino, con un 61.7% sobre el masculino.

Figura 33
Edad



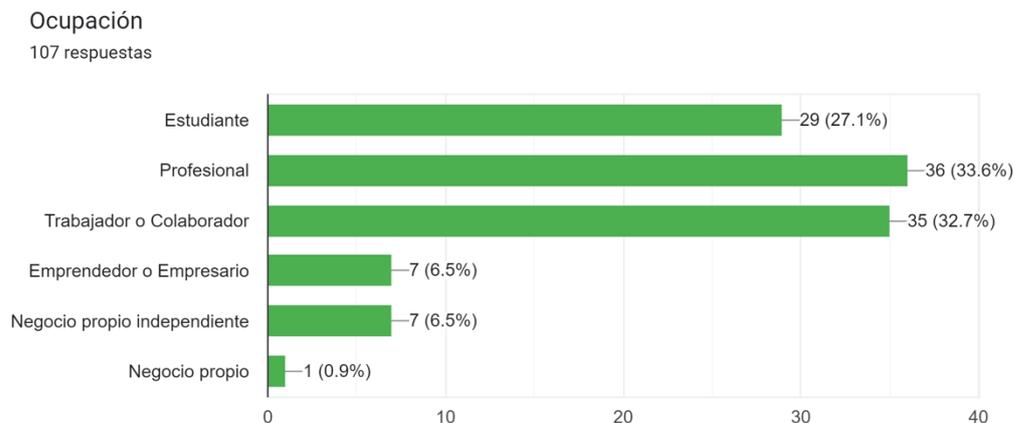
De acuerdo con la gráfica, las edades que más realizaron las encuestas fueron en un rango de personas entre 25 a 31 años.

Figura 34
Estado Civil



En la gráfica se manejó un porcentaje del 70.1% de personas con un estado civil soltera/o para la realización de las encuestas.

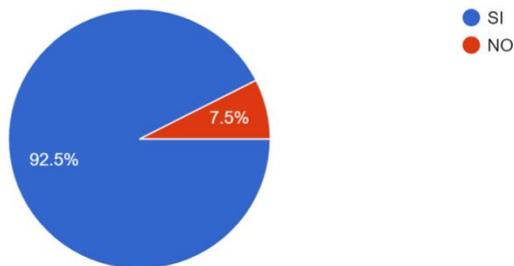
Figura 35
Ocupación



En referencia al gráfico, las personas que ingresaron a realizar las encuestas mantienen una ocupación como (profesional), con un porcentaje del 33.6% como mayoría.

Figura 36
Hogares

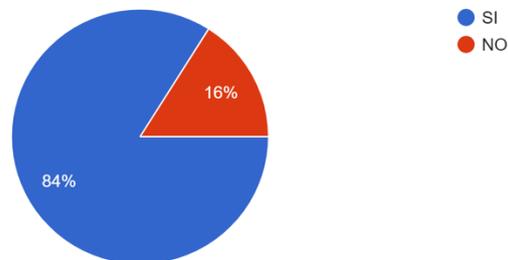
1) ¿Usted tiene perros en su hogar?
107 respuestas



De acuerdo con el resultado de la pregunta y gráfico, se interpreta que la mayoría de las personas tienen perros en el hogar, con un 92.5% con el sí, a diferencia del no.

Figura 37
Snacks del mercado

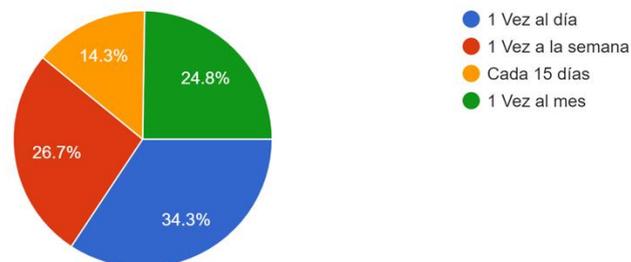
2) ¿Suele darle a su mascota algún tipo de golosina o snack del mercado?
106 respuestas



Respecto a la pregunta en mención, las personas encuestadas tienen un mayor porcentaje para darle un snack o golosina a sus mascotas, con un 84% con el si por encima del no.

Figura 38
Frecuencia en snacks

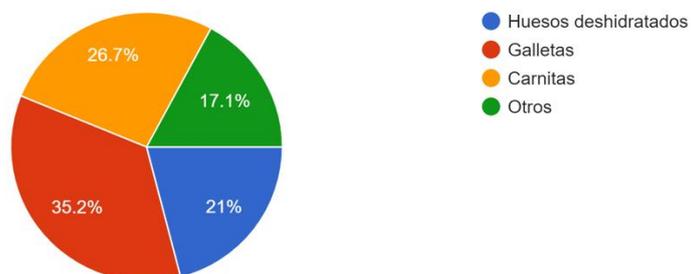
3) ¿Con qué frecuencia consiente a su mascota con un snack?
105 respuestas



Podemos observar que los encuestados dan 1 vez al día un snack para su mascota teniendo una mayoría del 34.3% por encima de las demás opciones.

Figura 39
Preferencia

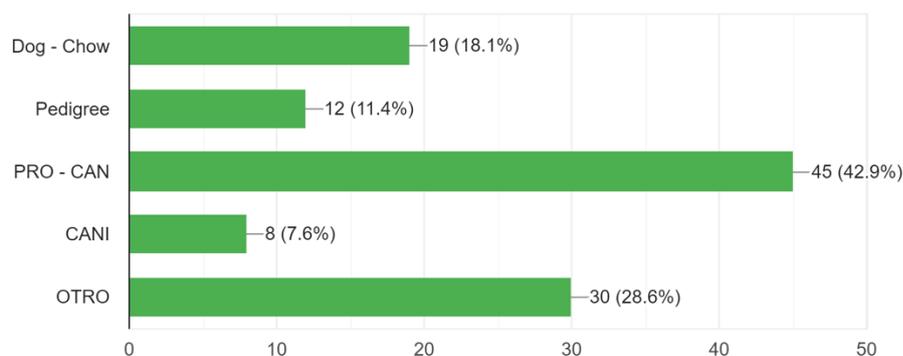
4) ¿Tiene un snack de preferencia que le compra a su perro?
105 respuestas



De acuerdo con las personas encuestadas, tienen una preferencia por las galletas para darles a sus perros, con el 35.2% con mayoría por encima de las otras opciones.

Figura 40
Marcas de snacks

5) ¿En los últimos 3 meses que marca a preferido de los snacks para perros?
105 respuestas

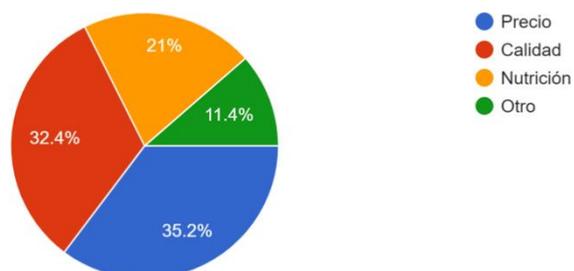


Los encuestados prefieren la marca PRO-CAN como preferida de snacks para sus perros, con un 42.9% por encima de las otras marcas en el mercado.

Figura 41
Preferencia de marca

6) ¿Por qué motivo prefiere esta marca?

105 respuestas

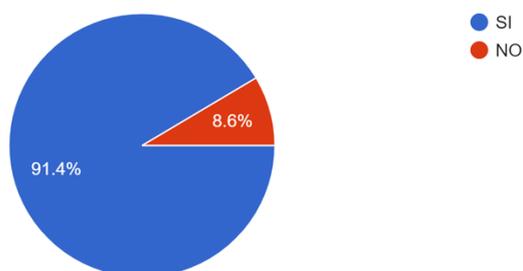


Las personas encuestadas prefieren la marca anteriormente mencionada por el precio, manejando una mayoría del 35.2%.

Figura 42
Gomitas.

7) ¿Le interesaría adquirir Gomitas con Colágeno y CBD para sus perros?

105 respuestas

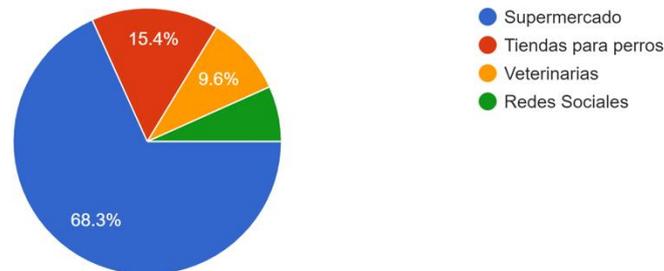


A las personas encuestadas les interesa adquirir las gomitas con colágeno y CBD para sus perros, ganando el sí con un porcentaje del 91.4% por encima del no.

Figura 43
Zona

8) ¿En que lugar preferiría realizar la compra del producto?

104 respuestas

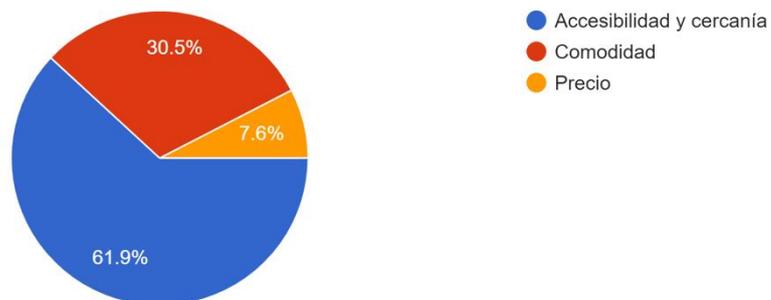


De acuerdo con el gráfico, las personas prefieren realizar la compra del producto en el supermercado con un resultado del 68.3%.

Figura 44
Preferencia de ubicación

9) ¿Por qué motivo desea comprar el producto en ese lugar?

105 respuestas

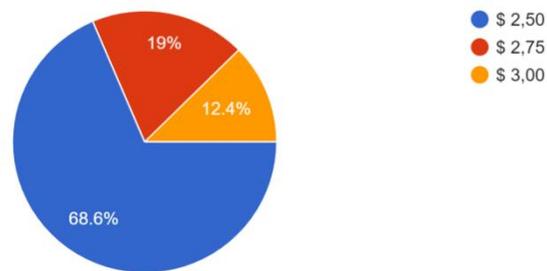


Las personas prefieren comprar el producto en el supermercado por la accesibilidad y cercanía para los mismos, ganando con un 61.9% por encima de las demás opciones.

Figura 45

Precio

10) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?
105 respuestas

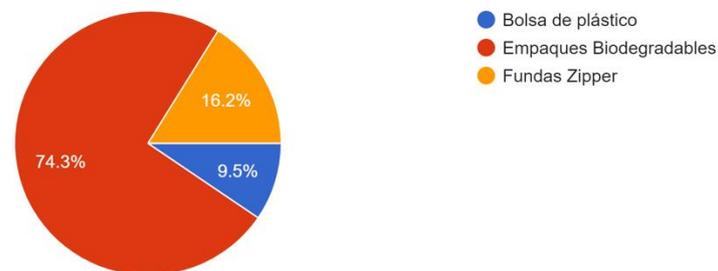


De acuerdo con los resultados, los encuestados estarían dispuestos a pagar por el producto un valor de \$2.50, con un porcentaje del 68.6% por encima de los demás valores.

Figura 46

Presentación del producto

11) ¿Qué presentación le agradaría del producto?
105 respuestas

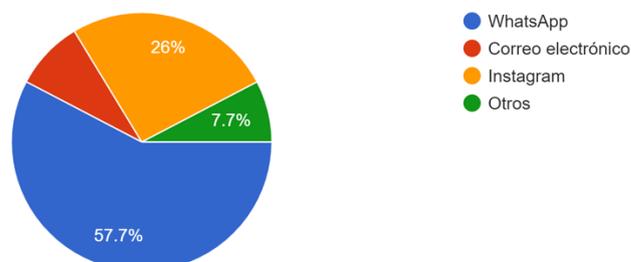


Conforme a los resultados de la encuesta, los encuestados les gustaría la opción de empaques biodegradables para la presentación del producto, obteniendo el 74.3% con la mayoría por encima de las otras opciones.

Figura 47
Medios de comunicación

12) ¿A través de que medio le gustaría recibir información sobre las gomitas de colágeno con cbd para perros?

104 respuestas



Con respecto al resultado de esta pregunta, a los encuestados les gustaría recibir información sobre las gomitas de colágeno con CBD para perros vía WhatsApp, obteniendo el 57.7% con una mayoría por encima de los demás canales a elegir.

Datos adicionales:

- **Oportunidad de Negocio:**
 - Alta disposición y demanda para productos de cuidado canino en Quito.
 - Segmento amplio y diverso con una clara inclinación hacia el uso de snacks y productos específicos para mascotas.

Este análisis proporciona una visión detallada y fundamentada sobre el mercado objetivo y hábitos de los consumidores, así como recomendaciones estratégicas para la producción y comercialización de gomitas para perros con CBD en Quito.

Modelo de Monetización

Estrategia de Monetización

La estrategia de monetización para las gomitas con colágeno y CBD para perros se basa en una combinación de varias fuentes de ingresos:

Venta Directa al Consumidor (DTC)

Venta al Por Mayor

- **Distribuidores y Minoristas:** Vender al por mayor a tiendas de mascotas, clínicas veterinarias y otros minoristas especializados en productos para mascotas.
- **Distribuidores en Línea:** Colaboraciones con distribuidores en línea que se especializan en productos de salud y bienestar para mascotas.

Publicidad y Patrocinios

- **Publicidad en GOOGLE ADS:** Generar ingresos adicionales a través de anuncios y contenido patrocinado en Google Ads con un público específico que nos ofrece esta herramienta digital, nos permitirá llegar a nuestro público objetivo mediante las palabras claves que utilicemos, para todo aquel que digite esa palabra sea direccionado a nuestro anuncio generando una venta.

Validación con el Segmento de Mercado-Testing

Para profundizar en la comprensión del mercado objetivo y validar las hipótesis del proyecto de producción y comercialización de gomitas para perros con CBD, se llevaron a cabo entrevistas a cinco personas representativas del segmento de mercado. A continuación, se presentan las conclusiones detalladas obtenidas de estas entrevistas:

Perfil de los Entrevistados

Figura 48

Persona 1



- Edad: 32 años
- Ocupación: Profesional en tecnología
- Mascota: 1 perro
- Frecuencia de compra de snacks para mascotas: Semanalmente

Figura 49
Persona 2



- Edad: 65 años
- Ocupación: Docente de colegio
- Mascota: 2 perros
- Frecuencia de compra de snacks para mascotas: Mensualmente

Figura 50
Persona 3



- Edad: 28 años
- Ocupación: Analista de Comunicación
- Mascota: 1 perro
- Frecuencia de compra de snacks para mascotas: Quincenalmente

Figura 51
Persona 4



- Edad: 42 años
- Ocupación: Emprendedor
- Mascota: 1 perro
- Frecuencia de compra de snacks para mascotas: Ocasionalmente

Figura 52
Persona 5



- Edad: 18 años
- Ocupación: Estudiante de Talento Humano
- Mascota: 2 perros
- Frecuencia de compra de snacks para mascotas: Mensualmente

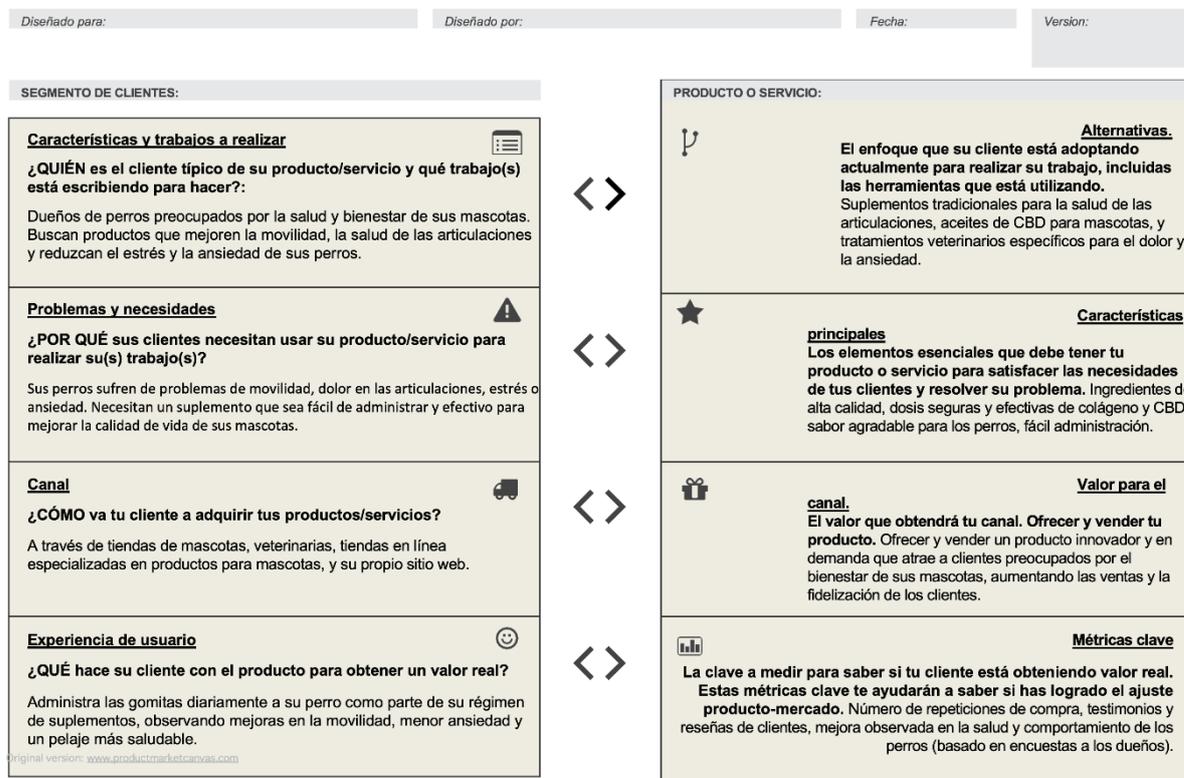
El testing del prototipo de gomitas de CBD para perros, basado en las entrevistas realizadas a cinco participantes, proporcionó valiosos insights sobre su funcionalidad y aceptación. Los dueños y las mascotas recibieron el prototipo, siendo muy efectiva y aceptada. Lo que sugieren es que el sabor y la textura son adecuados. Los participantes encontraron las gomitas fáciles de administrar y no reportaron reacciones adversas significativas, lo que respalda la seguridad del prototipo.

Sin embargo, se identificaron algunas áreas de mejora, como ajustes menores en el tamaño y forma de las gomitas para facilitar aún más su uso. Además, sugirió la necesidad de un empaque más funcional durante la fase de pruebas. El prototipo ha mostrado ser una solución prometedora con una aceptación favorable por parte de los usuarios y sus mascotas, con pequeñas áreas a perfeccionar para optimizar el producto final antes de su lanzamiento al mercado.

Encaje de la Propuesta de Valor con Perfil del Cliente (Product-Market Fit)

Figura 53
Product-Market Fit

Product-Market Fit Canvas



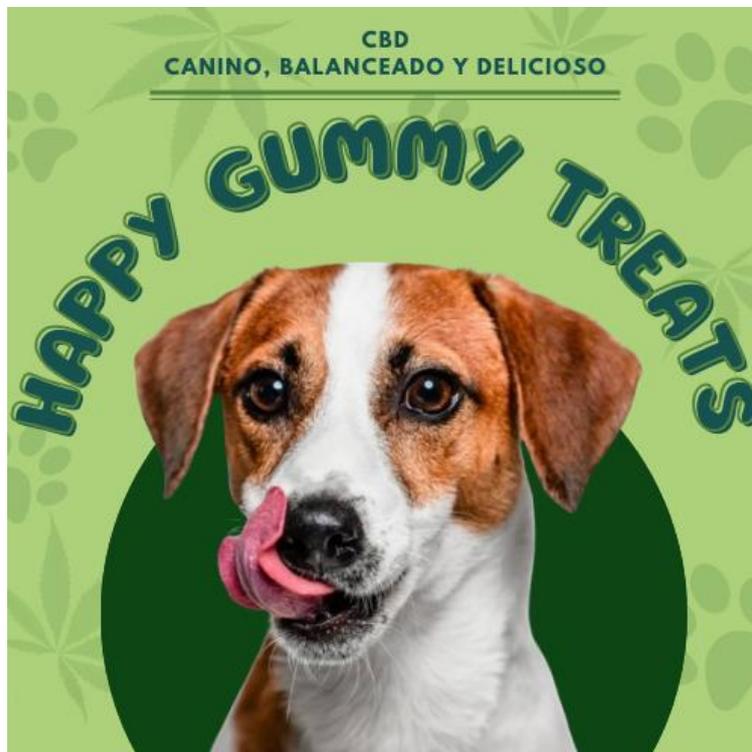
El gráfico muestra un "Product-Market Fit Canvas" para una empresa que produce gomitas de colágeno con CBD para perros. En el segmento de clientes, se identifican los dueños de perros preocupados por la salud y bienestar de sus mascotas, quienes buscan productos para mejorar la movilidad, reducir el estrés y la ansiedad. Las alternativas actuales incluyen suplementos tradicionales y aceites de CBD. El producto debe tener ingredientes de alta calidad y ser fácil de administrar. Los canales de distribución incluyen tiendas de mascotas, veterinarias y una tienda en línea propia. Las métricas clave para medir el éxito incluyen la repetición de compra y las reseñas de clientes.

Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

1. Logotipo:

Figura 54

Logotipo, propuesta final mejorada.



La nueva versión del logo ha experimentado cambios significativos en comparación con la de los prototipos anteriores. Mientras que el logotipo original presentaba una ilustración de un perro caricaturesco, el nuevo logo muestra una imagen más realista de un perro, lo que le confiere un aspecto más auténtico y natural.

Este cambio en la representación canina refleja la evolución del producto, que se enfoca en gomitas con colágeno y CBD para perros. Al utilizar una imagen más realista del animal, se transmite un sentimiento de mayor calidad y atención al bienestar de las mascotas.

Algunas de las características destacadas del nuevo logotipo 2.0 son:

- **Perro real:** La representación de un perro real, en lugar de una caricatura, le otorga al logo un aspecto más sofisticado y profesional.
- **Énfasis en ingredientes clave:** La inclusión del acrónimo CBD y las hojas de cannabis sutiles en el fondo subraya los ingredientes clave del producto, destacando sus beneficios para la salud y el bienestar de los perros.
- **Diseño más minimalista:** El diseño general se ha simplificado, con un

enfoque en los elementos esenciales como el perro, los ingredientes y la información textual, lo que le da al logotipo un aspecto más limpio y elegante.

- **Paleta de colores más natural:** La predominancia de tonos verdes crea una apariencia más orgánica y relajante, reflejando la naturaleza del producto.

Figura 55

Paleta de colores.



En resumen, el nuevo logotipo 2.0 representa una evolución significativa, con un enfoque más realista y centrado en los beneficios clave de las gomitas de colágeno y CBD para perros. Este rediseño transmite una imagen más auténtica y profesional, lo que debería ayudar a atraer a los propietarios de mascotas interesados en productos de calidad para el cuidado de sus animales.

2. Empaque:

Figura 56

Empaque, propuesta final mejorada



- El nuevo empaque de las gomitas con colágeno y CBD para perros presenta varias mejoras significativas en comparación con los prototipos anteriores. Mientras que el empaque anterior era una simple bolsa con cierre zip de color café, el nuevo empaque tiene un aspecto mucho más amigable, sofisticado, superior y atractivo.
- La nueva imagen de la bolsa, que muestra las gomitas de una manera más apetecible, ayuda a captar la atención de los consumidores y resalta los beneficios del producto.
- La bolsa ahora es de color verde, lo que transmite una imagen más natural y saludable del producto. Además, el diseño gráfico es más llamativo, con una ilustración simpática de un perro y detalles que resaltan los ingredientes clave, como el colágeno y el CBD.

- En cuanto a las características, el empaque es "eco-friendly", lo que significa que es más respetuoso con el medio ambiente. Está fabricado con materiales más sostenibles y biodegradables. Esto es una gran mejora, ya que demuestra el compromiso de la marca con la sostenibilidad y el bienestar de las mascotas y el planeta.
- Otra característica destacada es la información nutricional y de ingredientes que se muestra de manera clara y transparente en el empaque. Esto permite a los dueños de mascotas tener un mejor entendimiento de lo que están dando a sus perros, lo cual es fundamental para garantizar su salud y bienestar.
- En general, el nuevo empaque de las gomitas con colágeno y CBD para perros presenta un diseño más atractivo, informativo y respetuoso con el medio ambiente, lo que seguramente lo hará más apetecible para los consumidores conscientes de la salud y el bienestar de sus mascotas.

3. Producto:

Figura 57

Producto, propuesta final mejorada.



Estas gomitas con colágeno y CBD para perros son un producto mejorado que ofrece múltiples beneficios para la salud y el bienestar de los perritos. A continuación, las principales características de este producto:

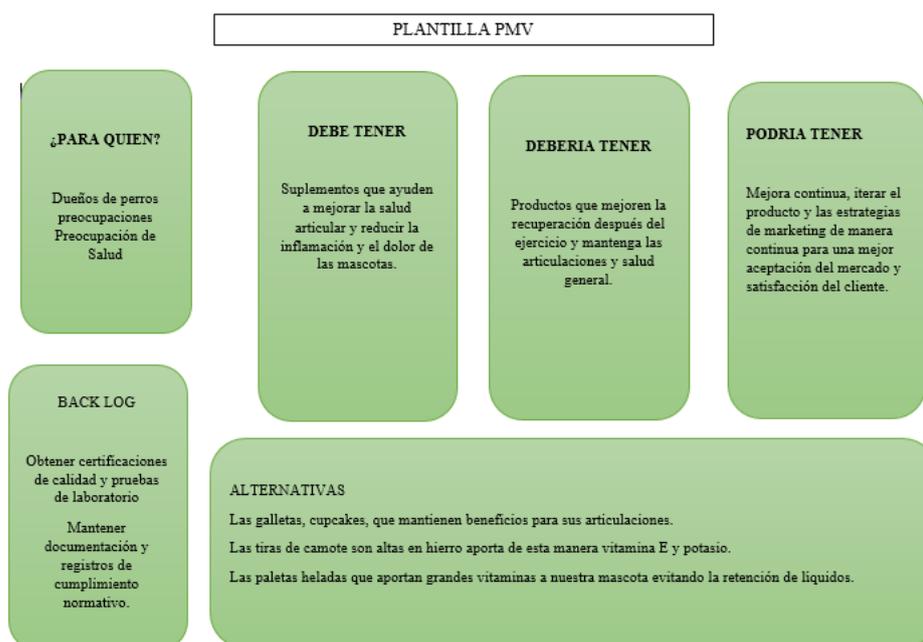
- **Colágeno:** El colágeno es un componente esencial para mantener la salud de los huesos, articulaciones y piel de los perros. Estas gomitas contienen una dosis adecuada de colágeno que ayuda a fortalecer y mejorar la movilidad de tu mascota.
- **CBD:** El cannabidiol (CBD) es un compuesto natural que se ha demostrado que tiene propiedades antiinflamatorias y analgésicas. Las gomitas con CBD ayudan a reducir el dolor y la inflamación, lo que puede mejorar la calidad de vida de los perritos.
- **Sabor Apetecible:** Estas gomitas tienen un sabor delicioso que los perros adorarán. Están elaboradas con ingredientes naturales y sin colorantes artificiales, lo que las hace una opción saludable y atractiva.
- **Fácil Administración:** La presentación en gomitas hace que sea sencillo y cómodo administrar el suplemento para los perros. Se debe dar una o más gomitas, según las indicaciones del producto para el tamaño y peso de la mascota.
- **Calidad Garantizada:** El producto está elaborado bajo estrictos controles de calidad para asegurar la seguridad y eficacia de los ingredientes.

Estas gomitas con colágeno y CBD para perros son un producto mejorado que puede brindar múltiples beneficios para la salud y bienestar de los perros.

PMV Canvas

Figura 58

PMV Canvas



Este modelo permite conocer y poseer una idea clara de las ideas a implementar y considerar, para poder desarrollar el producto interactuando con clientes, compartiendo sugerencias y recomendaciones, y lo más importante es que con este producto se alargue más la vida de nuestra mascota en momentos de crisis o ansiedad.

Presentación Comercial del Prototipo (Branding)

Figura 59
Video Branding



<https://www.youtube.com/watch?v=LcPUn3oZRWE>

Actualización del Modelo de Monetización

1. Estrategia de monetización:

Presentamos una combinación de varias fuentes de ingresos con nuestro proyecto denominado “Gomitas con colágeno y CBD para perros”.

1.1 Venta Directa al Consumidor (DTC)

- **Bundles y Ofertas Especiales:** Crear paquetes de productos (bundles) y ofertas especiales para fomentar ventas adicionales y aumentar el valor promedio de los pedidos.

1.2 Ventas al por mayor:

- **Distribuidores y Minoristas:** Vender al por mayor a tiendas de mascotas, clínicas veterinarias y otros minoristas especializados en productos para mascotas.
- **Distribuidores en Línea:** Colaboraciones con distribuidores en línea que se especializan en productos de salud y bienestar para mascotas.

1.3 Publicidad:

- **Publicidad en GOOGLE ADS:** Generar ingresos adicionales a través de anuncios y contenido patrocinado en Google Ads, que nos permitirá llegar a nuestro público objetivo.

1.4 Programas de Afiliados y Referencias

- **Programa de Afiliados:** Crear un programa de afiliados donde los influencers y bloggers de mascotas pueden ganar comisiones por recomendar y vender las gomitas.

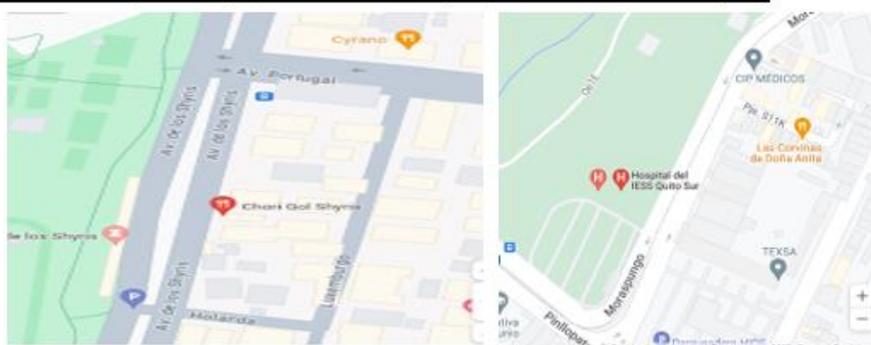
Estudio Técnico y Modelo de Gestión Organizacional

Localización

Figura 60

Localización

Factor relevante	Peso asignado	PARQUE LA CAROLINA AV DE LOS SHYRIS Y PORTUGAL		PARQUE LINEAL EL RECREO PUENTE LAURO GUERRERO Y MORASPUNGO	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Materia prima disponible	0,14	5,00	0,7	5,00	0,7
Mano de obra disponible	0,22	7,00	1,54	7,00	1,54
Alta afluencia de público	0,32	8,00	2,56	9,00	2,88
Costo de la vida	0,07	5,50	0,385	6,00	0,42
Cercanía del mercado	0,25	9,00	2,25	9,50	2,375
Suma	1,00		7,435		7,915



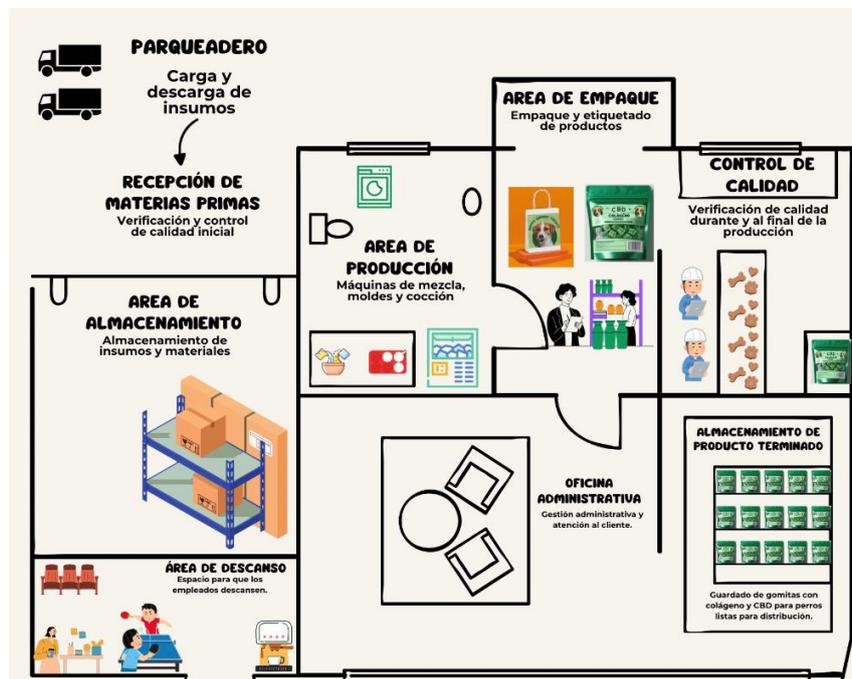
En la investigación se ha podido evidenciar varios factores relevantes como son la materia prima con un peso asignado 0,14, la mano de obra con 0,22, la alta afluencia de público con el 0,32, costo, el costo de la vida 0,07 y por último la cercanía del mercado con el 0,25. En esta localización se ha detectado que es un lugar muy transcurrido por personas que les gusta mucho pasear con sus mascotas y cuidar de ellos, hay comerciantes que pueden ayudar a la venta de nuestro producto, y es muy probable que pueda expandir el negocio.

Mientras que, en la Av. de los Shyris, se puede decir que a pesar de que es un lugar muy transitado, falta que sea transitado y es por eso que no se le da un peso muy alto como en la localización anterior, ya que no existen personas que mantengan en este caso una misma relación de negocio que es el beneficio de los perros.

Distribución en Planta / Layout

Figura 61

Distribución en Planta



1. **Parqueadero:** Área para la carga y descarga de insumos.
2. **Recepción de Materias Primas:** Área destinada a la llegada y verificación de los insumos necesarios para la producción.
3. **Área de Almacenamiento:** Espacio para almacenar materias primas y suministros.
4. **Área de Producción:** Zona donde se realizan las gomitas, incluyendo maquinaria y estaciones de trabajo.
5. **Empaque:** Sector donde se empaquetan las gomitas para su distribución.
6. **Control de Calidad:** Área dedicada a la verificación de la calidad del producto durante y después de la producción.
7. **Almacenamiento de Producto Terminado:** Espacio para guardar los productos listos para su venta.
8. **Oficina Administrativa:** Área para la gestión administrativa y contable del negocio.

9. **Área de Descanso:** Espacio destinado para que los empleados puedan descansar y tomar pausas activas.

Este diseño optimiza el flujo de trabajo y facilita la comunicación y el movimiento de materiales y personas dentro de la planta.

Operaciones (Mapa de procesos)

Figura 62
Mapa de Procesos



Proceso Estratégico

Este proceso se basa en definir los objetivos y dirección de la empresa a largo plazo.

1. Planificación Estratégica

- Analizar el mercado evaluando la competencia, demanda del producto y distintas tendencias.
- Realizar las actividades acordes a la misión y visión del modelo de negocio.

- Crear estrategias para el alcance de los objetivos a través de indicadores de KPIs.

2. Planificación de Producción

- Asegurar que se cumplan las metas de producción según la capacidad de los equipos de la maquinaria y disponibilidad del personal.
- Asegurar que el producto cumpla con los estándares de calidad.

3. Planificación de Presupuesto

- Asegurar que los recursos asignados sean eficientes en todos los departamentos e incluyendo inversiones, costos operativos, gastos.
- Evaluar el desempeño financiero a corto y largo plazo para a futuro analizar la idea de nuevas inversiones tecnológicas para la expansión hacia otros mercados.

4. Marketing y Ventas

- Analizar el segmento de mercado, sus preferencias y necesidades.
- Realizar estrategias de publicidad, promoción para el posicionamiento de la marca.
- Establecer canales de comunicación: Redes sociales, páginas web.
- Monitoreo de las ventas para evaluar la efectividad, el impacto y hacer ajuste de ser el caso.

Proceso Operativo

1. Adquisición de materia prima

Este proceso involucra la compra de los ingredientes para la elaboración de las gomitas, así como de los materiales para el empaque.

- Identificación de proveedores confiables.
- Términos de negociación en las condiciones de compra, como: cantidades, precio, tiempos de entrega.

2. Almacenaje – Adquisición de materia prima

Se gestiona el almacenamiento de materia prima asegurando que las condiciones se

encuentren óptimas para su uso.

- Control de inventario para que haya suficiente materia prima disponible.
- Rotación de stock (FIFO) para tener en cuenta ingredientes más antiguos.
- Distribución de la materia prima necesaria para el área de producción.

3. Producción – Preparación de gomitas

Preparación y mezcla de los ingredientes para la obtención de las gomitas, según la fórmula estructurada.

4. Empaque y Etiquetado

- Colocación de las gomitas en los envases correspondientes para la conservación y transporte.
- Colocación de la información relevante en la etiqueta, tales como ingredientes, fecha de caducidad, etc.

5. Distribución

Abarca la distribución del producto final hacia los puntos de venta.

- Planificación de ruta para optimizar costos y tiempo.
- Transporte de los productos empacados.
- Gestión de inventario para asegurar que haya productos disponibles.
- Seguimiento y Retroalimentación de los clientes con la finalidad de mejorar los procesos.

Proceso de Soporte

1. Gestión de Talento Humano

- Identificar necesidades de los colaboradores.
- Brindar capacitaciones para mejorar habilidades, destrezas y conocimientos del personal.
- Administración de salarios, beneficios, etc.

- Evaluar el desempeño del personal y mantener la motivación de los mismos.

2. Gestión de logística

- Controlar y optimizar el inventario.
- Planificar y organizar la gestión de transporte del producto desde la fábrica al punto de entrega.
- Coordinar con proveedores y reducir costos en la cadena de suministros.

3. Control de calidad

- Inspección de las materias primas, del proceso de producción y del producto terminado como tal.
- Asegurar que el producto cumpla las normativas de calidad.

4. Administración y Finanzas

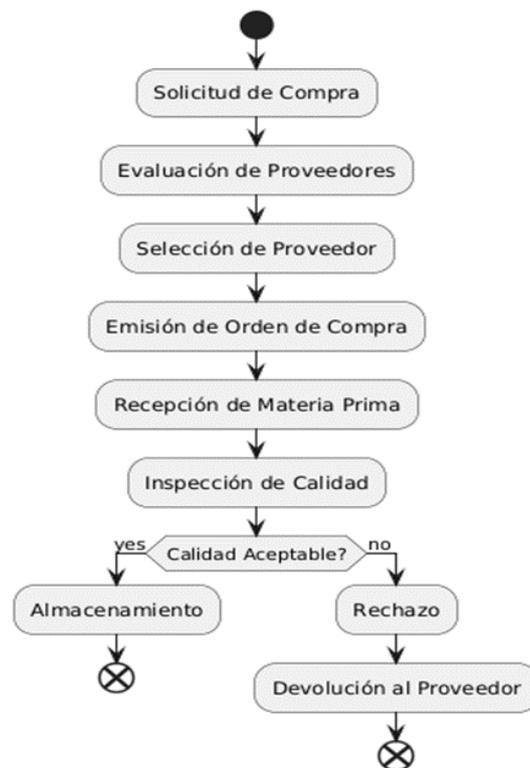
- Registro y monitoreo de las transacciones financieras.
- Administración del flujo de caja referente a cuentas por cobrar y pagar, costos operativos y demás actividades.

Diseño del Proceso Productivo o servicio (Flujogramas)

- **Adquisición de materia prima**

Figura 63

Flujograma del proceso de Adquisición de materias primas

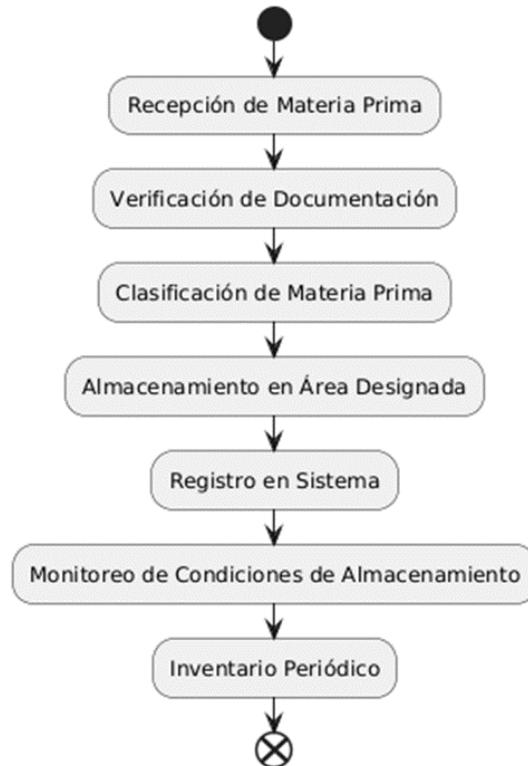


Este proceso incluye la solicitud y evaluación de proveedores, la emisión de órdenes de compra, la recepción y la inspección de la materia prima, y la aceptación o rechazo de los materiales recibidos.

- Almacenaje

Figura 64

Flujograma Almacenaje para la recepción y verificación de materia prima



Este proceso abarca la recepción y verificación de la materia prima, la clasificación, el almacenamiento en áreas designadas, el registro en el sistema, el monitoreo de las condiciones de almacenamiento, y los inventarios periódicos.

- Área de producción

Figura 65

Flujograma para el área de producción de materia prima



Este proceso incluye la recepción de órdenes de producción, la verificación y preparación de la materia prima, el proceso de producción, el control de calidad, y el registro de la producción.

- **Empaque y etiquetado**

Figura 66

Flujograma para el proceso de Empaque y Etiquetado de los productos



Este proceso abarca la recepción de productos terminados, la verificación, la preparación de materiales de empaque, el empaque, el etiquetado, el control de calidad, el registro en el sistema, y el almacenamiento temporal.

- **Distribución**

Figura 67

Flujograma para el proceso de Distribución y confirmación de estos

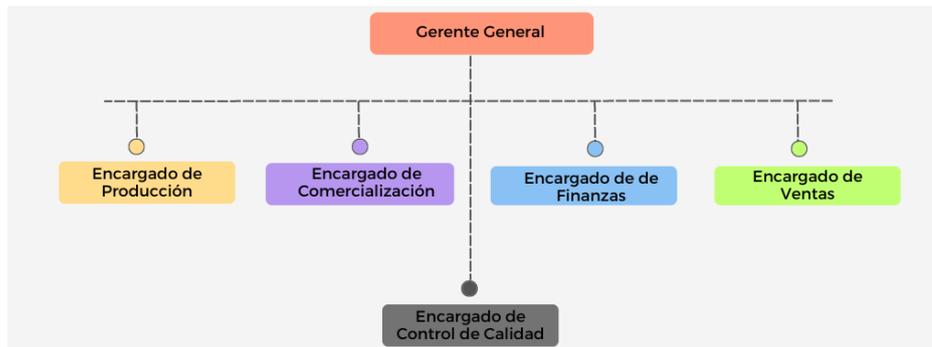


Este proceso incluye la recepción de órdenes de envío, la verificación de productos en almacén, la preparación de la documentación de envío, el embalaje, la selección del transportista, la carga y transporte de productos, la entrega al cliente, y la confirmación de recepción.

Diseño Organizacional (Organigrama)

Figura 68

Diseño Organizacional



En la estructura, el Gerente General ocupa la posición más alta, supervisando a cinco departamentos clave: Producción, Comercialización, Encargado de Control de Calidad, Finanzas y Ventas. Cada departamento tiene un encargado que se reporta directamente al Gerente General. Este organigrama refleja una estructura organizacional clara y funcional, enfocada en la eficiencia y la calidad del producto en todas las etapas, desde la producción hasta la venta.

Perfil de Cargos

1. Gerente General

Responsabilidades:

- Liderar la visión estratégica de la empresa y asegurar su alineación con los objetivos a largo plazo.
- Supervisar todas las áreas operativas: producción, comercialización, finanzas y ventas.
- Tomar decisiones clave sobre inversiones, expansiones y mejoras en procesos.
- Representar a la empresa en negociaciones importantes y con stakeholders.
- Evaluar el desempeño de los departamentos y proponer acciones correctivas si es necesario.

Requisitos:

- Título universitario en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, o afines.
- Experiencia mínima de 10 años en puestos de liderazgo en la industria de alimentos o productos para mascotas.

- Habilidades de liderazgo, comunicación y toma de decisiones estratégicas.
- Conocimiento en procesos de producción, marketing y ventas en la industria.

2. Encargado de Producción

Responsabilidades:

- Supervisar el proceso de producción de gomitas de colágeno con CBD, asegurando la calidad y eficiencia.
- Planificar y coordinar la producción diaria para cumplir con los objetivos de volumen y tiempo.
- Garantizar el cumplimiento de las normativas sanitarias y de seguridad en la planta.
- Gestionar los recursos y materiales necesarios para la producción.
- Colaborar con el Encargado de Control de Calidad para resolver problemas de producción.

Requisitos:

- Título en Ingeniería en Alimentos, Química o afines.
- Experiencia mínima de 5 años en producción de alimentos o suplementos.
- Conocimiento en procesos de producción, control de inventarios y manejo de maquinaria.
- Habilidades de organización y capacidad para trabajar bajo presión.

3. Encargado de Comercialización

Responsabilidades:

- Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing y comercialización para posicionar las gomitas en el mercado.
- Coordinar campañas publicitarias y promociones para incrementar la visibilidad del producto.
- Realizar estudios de mercado para identificar oportunidades y tendencias.
- Gestionar las relaciones con agencias de publicidad, influencers y medios de comunicación.
- Analizar el rendimiento de las estrategias de marketing y ajustar en consecuencia.

Requisitos:

- Título en Marketing, Comunicación o afines.
- Experiencia mínima de 5 años en marketing de productos de consumo o cuidado de mascotas.

- Conocimiento en marketing digital, análisis de mercado y estrategias de branding.
- Habilidades creativas y capacidad para manejar múltiples proyectos simultáneamente.

4. Encargado de Finanzas

Responsabilidades:

- Supervisar la planificación financiera de la empresa y la gestión de presupuestos.
- Elaborar informes financieros, estados de resultados y previsiones de flujo de caja.
- Asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y legales de la empresa.
- Gestionar las relaciones con bancos, inversores y otros actores financieros.
- Evaluar y mitigar riesgos financieros.

Requisitos:

- Título en Contabilidad, Finanzas o afines.
- Experiencia mínima de 5 años en gestión financiera en empresas de producción o comercialización.
- Conocimiento en finanzas corporativas, gestión de presupuestos y análisis financiero.
- Habilidades analíticas y precisión en el manejo de datos.

5. Encargado de Ventas

Responsabilidades:

- Desarrollar y gestionar estrategias de ventas para alcanzar los objetivos de ingresos.
- Supervisar el equipo de ventas y establecer metas individuales y colectivas.
- Mantener y ampliar la cartera de clientes, incluyendo tiendas de mascotas, veterinarias y canales en línea.
- Analizar las tendencias de ventas y ajustar las estrategias en consecuencia.
- Coordinar con el Encargado de Comercialización para alinear las estrategias de marketing y ventas.

Requisitos:

- Título en Administración de Empresas, Ventas o afines.
- Experiencia mínima de 5 años en ventas de productos de consumo o cuidado de mascotas.
- Conocimiento en técnicas de ventas, CRM y gestión de equipos.
- Habilidades de negociación, persuasión y comunicación.

6. Encargado de Control de Calidad

Responsabilidades:

- Asegurar que todas las gomitas de colágeno con CBD cumplan con los estándares de calidad establecidos.
- Realizar inspecciones y pruebas de control de calidad en cada etapa de la producción.
- Implementar y mantener sistemas de gestión de calidad según normativas nacionales e internacionales.
- Trabajar con el equipo de producción para corregir problemas de calidad y prevenir futuras incidencias.
- Documentar y reportar resultados de calidad al Gerente General y sugerir mejoras.

Requisitos:

- Título en Ingeniería en Alimentos, Bioquímica o afines.
- Experiencia mínima de 3 años en control de calidad en la industria alimentaria o farmacéutica.
- Conocimiento en normativas de calidad y seguridad alimentaria.
- Habilidades de atención al detalle, análisis y resolución de problemas.

Estos perfiles aseguran que cada área crítica de la empresa esté bien gestionada por profesionales calificados, lo que es crucial para el éxito en la producción y comercialización de gomitas de colágeno con CBD para perros.

Conformación Legal

La conformación legal para el **Plan de Negocios para la Producción y Comercialización de Gomitas con Colágeno y CBD para perros para el Año 2024**, se basará en una compañía de responsabilidad limitada.

Responsabilidad Limitada

Es una forma popular de estructura empresarial debido a su flexibilidad y la protección de la responsabilidad personal de los socios o miembros, además el mínimo de socios son 2 y máximo son 15, el capital mínimo para la conformación de esta compañía es \$400, las

participaciones deben ser iguales, acumulativas e indivisibles.

Características principales.

- Se puede realizar toda clase de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la ley, excepto de bancos, seguros, ahorros y capitalización.
- Los derechos de los socios se establecerán mediante un contrato social, donde se estable su rol en cuanto a la administración y su forma de ejercer, siempre que no se oponga a las posiciones legales.
- Los socios no son personalmente responsables de las deudas de la compañía, su responsabilidad se limita a la cantidad de su inversión.
- Pueden ser gestionadas por sus miembros o por gerentes designados. Esto permite una estructura organizativa adaptable a las necesidades del negocio.
- Tiene menos requisitos formales y administrativos en comparación con las corporaciones.

Plan de Marketing

Establecimiento de Objetivos de Marketing

Objetivo General

- Fortalecer la presencia de la marca en el mercado de productos para mascotas, logrando un aumento significativo en el reconocimiento y aceptación del producto, estableciendo una red de distribución sólida, y asegurando una capacidad de producción adecuada para satisfacer la demanda en el primer año de operaciones.

Objetivos Estratégicos

- Incrementar el reconocimiento de la marca entre los dueños de las mascotas en un 40% en el primer año, lanzando una campaña de marketing digital a través de redes sociales en animales, anuncios promocionales en plataformas como Facebook e Instagram y participando en ferias y eventos de perros.
- Conseguir la distribución del producto en al menos 30 tiendas de mascotas y clínicas veterinarias en los primeros 6 meses, ofreciendo promociones y muestras gratuitas para poder incentivar a los minoristas a incluir el producto a sus tiendas.
- Penetrar en dos nuevos mercados geográficos y aumentar la cuota de mercado en un 5% en el segundo año, medido por el crecimiento en la base de clientes y las ventas en esos mercados, con seguimiento en ventas y retroalimentación del cliente.

Marketing Mix (4Ps)

- **Producto**

Atributos del Producto

Ingredientes:

- **Colágeno:** Utilizado por sus beneficios en la salud articular y de la piel de los perros.
- **CBD:** Con propiedades relajantes y ansiolíticas, ayuda a reducir el estrés en las mascotas.

Beneficios:

- **Salud articular y de la piel:** El colágeno fortalece las articulaciones y mejora la elasticidad de la piel.
- **Reducción del estrés:** El CBD ayuda a calmar a los perros, mejorando su bienestar general.

Calidad:

- **Ingredientes naturales:** Utilización de ingredientes seguros y de alta calidad para garantizar la efectividad del producto.
- **Proceso de producción:** Métodos de producción que aseguran la pureza y la calidad del producto final.

Formato:

- **Diferentes tamaños y edades:** Disponibilidad en diferentes formatos y gramajes para adaptarse a las necesidades de perros de distintas edades y tamaños.

Marca

Nombre:

- **Happy Gummy Treats:** Un nombre amigable y fácil de recordar que evoca felicidad y bienestar.

Simbología y diseño:

- **Logo:** Incorporación de un perro feliz y una hoja verde, resaltando la naturalidad y el enfoque en la salud.
- **Colores:** Uso de colores que evocan naturaleza y salud, como verdes y azules.

Envase y Etiquetado

Envase:

- **Diseño atractivo y funcional:** Envases que sean fáciles de abrir y cerrar, manteniendo la frescura del producto.
- **Materiales reciclables y biodegradables:** Compromiso con la sostenibilidad utilizando materiales que reduzcan el impacto ambiental.

Etiquetado:

- **Información clara:** Etiquetas que informen sobre los beneficios del producto, los ingredientes, las instrucciones de uso y la dosificación.
- **Símbolos de calidad:** Inclusión de sellos de calidad para generar confianza en el consumidor.
- **Diseño gráfico:** Diseño que refleje la marca y los valores del producto, utilizando gráficos y colores que atraigan al cliente.

Otros Servicios

Atención al cliente:

- **Servicio de consultas:** Disponibilidad de un servicio de atención al cliente para responder preguntas sobre el uso y beneficios del producto.
- **Garantía de satisfacción:** Posibilidad de devolución del producto si no cumple con las expectativas del cliente.
- Programas de lealtad:
- **Descuentos y promociones:** Ofrecimiento de descuentos o promociones para compras recurrentes, incentivando la fidelidad del cliente.

Precio

Precios por Volumen:

- Ofrecer descuentos y suscripciones mensuales para fomentar la repetición de compra.

Estrategias:

- **Descuentos por cantidad:** Ofrecer precios reducidos al comprar en grandes cantidades, incentivando compras mayores.
- **Suscripciones mensuales:** Implementar un modelo de suscripción que ofrezca beneficios adicionales, como descuentos exclusivos, envíos gratuitos o productos adicionales.

Segmentación de Mercado

Ajustar los precios para diferentes segmentos del mercado, por ejemplo, ofreciendo versiones premium y estándar del producto.

Estrategias:

- **Versiones estándar y premium:** Crear dos o más versiones del producto con diferentes características y precios para atraer a distintos segmentos de clientes.
- **Precio diferencial:** Establecer un precio más bajo para la versión estándar y un precio más alto para la versión premium, reflejando los beneficios y características adicionales.

Competitiva

Establecer precios alineados con productos similares en el mercado, destacando la calidad y beneficios adicionales para justificar un precio ligeramente superior.

Estrategias:

- **Análisis de la competencia:** Realizar un análisis exhaustivo de los precios de productos similares en el mercado para establecer un rango de precios competitivo.
- **Justificación del precio:** Destacar los beneficios adicionales y la calidad superior del producto para justificar un precio más alto en comparación con la competencia.
- **Valor percibido:** Asegurarse de que los clientes perciban el valor añadido a través de campañas de marketing y branding.

Promociones de Lanzamiento

Descuentos iniciales para atraer a los primeros clientes y generar interés.

Estrategias:

- **Descuentos por tiempo limitado:** Ofrecer descuentos significativos en el lanzamiento del producto para captar la atención y generar una base de clientes.
- **Paquetes promocionales:** Crear paquetes que incluyan varios productos a un precio reducido durante el período de lanzamiento.
- **Eventos de lanzamiento:** Organizar eventos o campañas promocionales para crear expectativa y atraer a los clientes iniciales.

Percepción de Valor

Asegurarse de que el precio refleje los beneficios del producto y su alta calidad, utilizando packaging y marketing para reforzar esta percepción.

Estrategias:

- **Packaging de calidad:** Utilizar materiales y diseño de empaque que reflejen la alta calidad del producto.
- **Marketing y branding:** Desarrollar una estrategia de marketing que resalte los beneficios y la calidad del producto, creando una percepción de alto valor.
- **Testimonios y reseñas:** Utilizar testimonios y reseñas de clientes satisfechos para reforzar la percepción de valor y justificar el precio.

- **Plaza**

1. Canales de Distribución**a. Tiendas de Mascotas:**

- **Asociaciones Iniciales:** Establecer relaciones con tiendas de mascotas locales y cadenas especializadas en Ecuador, como “Mundo Animal” y “Puppis”. Estas tiendas son accesibles para productos innovadores y pueden ofrecer una primera plataforma de ventas.

b. Veterinarias:

- **Distribución Estratégica:** Colaborar con clínicas y hospitales veterinarios en Quito, Guayaquil y Cuenca, como “Veterinaria El Bosque” y “Centro Veterinario Los

Ceibos”. Estos centros pueden recomendar el producto como parte de una rutina de cuidado para mascotas con problemas de movilidad o ansiedad.

c. Supermercados:

- **Entrada Progresiva:** Iniciar la distribución en supermercados de tamaño mediano con secciones de productos para mascotas, como “Supermaxi” y “Megamaxi”. En una primera etapa, evitar grandes cadenas como “Tía” hasta que el producto gane popularidad y reconocimiento en el mercado.

2. Cobertura Geográfica

a. Local y Regional:

- **Fase Inicial:** Comenzar la distribución en las principales ciudades de Ecuador: Quito, Guayaquil y Cuenca. Estas áreas tienen un alto número de propietarios de mascotas y un mercado receptivo a productos de alta calidad.

b. Expansión Regional:

- A medida que el producto se establece, expandirse hacia otras ciudades como Ambato y Loja. Esto permitirá un crecimiento orgánico basado en la demanda real del producto.

3. Logística y Almacenamiento

a. Centro de Distribución Único:

- **Estrategia Inicial:** Operar desde un único centro de distribución ubicado en Quito, que puede servir eficientemente a las principales ciudades del país. Este enfoque minimiza los costos logísticos y permite un control centralizado del inventario.

b. Socios Logísticos:

- **Selección de Socios:** Colaborar con empresas logísticas nacionales como “Servientrega” y “Tramaco” para garantizar una distribución eficiente y rápida dentro

del país. Estos socios tienen una buena cobertura y son fiables para entregas en tiempo.

4. Puntos de Venta

a. Físicos:

- Tiendas Seleccionadas: Comenzar la venta en tiendas como Mundo Animal, Puppis y en clínicas veterinarias asociadas. Estas tiendas tienen una base de clientes que busca productos especializados y de alta calidad para mascotas.

b. Online:

- Plataformas Digitales: Se evaluará la posibilidad de vender los productos con plataformas como Mercado Libre Ecuador, Marketplace, Instagram y TikTok, para aprovechar su base de usuarios existente, que permita a los clientes comprar directamente desde la comodidad de su hogar, con opción de pago vía transferencia bancaria.

Conclusión

Al implementar estas estrategias de plaza en Ecuador, la empresa puede establecer una presencia sólida y creciente en el mercado local. El enfoque en tiendas especializadas, clínicas veterinarias, y una logística eficiente permitirá un crecimiento orgánico y sostenible, antes de considerar expansiones mayores o internacionales.

- **Promoción**

1. Publicidad

a. Digital:

- Publicidad en Plataformas de Video: Publicitar en YouTube con anuncios que se muestren antes de contenido relacionado con mascotas, bienestar animal, y cuidado de la salud.

b. Tradicional:

- Revistas Especializadas: Colocar anuncios en revistas ecuatorianas especializadas en mascotas, como **Revista Patitas** o **Amigo Fiel**. Estos anuncios pueden incluir

cupones de descuento para la primera compra, fomentando así el interés del lector en probar el producto.

2. Marketing de Influencers

a. Testimonios Reales:

- Testimonios de Veterinarios y Dueños de Mascotas: se pueden utilizar testimonios reales de veterinarios ecuatorianos reconocidos y dueños de mascotas que hayan probado las gomitas de colágeno con CBD. En la página web, redes sociales y material promocional se pueden presentar testimonios.
- Testimonios Visuales: Crear videos cortos mostrando la reacción de las mascotas al consumir las gomitas, resaltando cómo mejora su movilidad y reduce su ansiedad.

3. Promociones y Ofertas

a. Descuentos Iniciales:

- Ofertas de Lanzamiento: Introducir descuentos del 15% en la primera compra, disponibles tanto en tiendas físicas como en línea.

b. Programas de Lealtad:

- Detalles del Programa: Desarrollar un programa de lealtad donde los clientes reciban puntos por cada compra realizada, los cuales pueden ser canjeados por descuentos, productos gratuitos, o acceso a contenido exclusivo sobre el cuidado de mascotas. Por ejemplo, acumular 100 puntos podría ofrecer un descuento del 10% en la próxima compra.

c. Muestras Gratuitas:

- Ejemplo Visual: Ofrecer muestras gratuitas en empaques pequeños que contengan 3-4 gomitas de colágeno, distribuidas en tiendas de mascotas, veterinarias, y eventos relacionados con el cuidado de mascotas. Estas muestras pueden incluir un folleto informativo con detalles sobre los beneficios del producto y un cupón de descuento para la primera compra.

4. Relaciones Públicas

a. Prensa y Comunicados:

- Envío Estratégico de Comunicados: Redactar y enviar comunicados de prensa a medios especializados en mascotas y salud animal en Ecuador, como Revista Caninos y Animales Ecuador, resaltando la innovación y beneficios del producto.

b. Eventos y Ferias:

- Participación en Eventos Locales: Participar en ferias locales como **Expo Mascotas Ecuador** y eventos en centros comerciales donde los dueños de mascotas se congregan. Montar un stand interactivo donde se demuestren los beneficios de las gomitas de colágeno, con personal capacitado para responder preguntas y distribuir muestras gratuitas.

c. Charlas y Talleres:

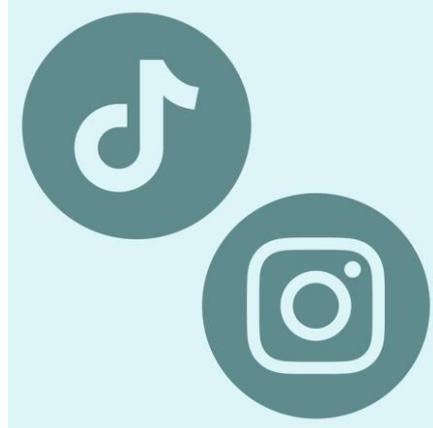
- Educación Comunitaria: Organizar charlas y talleres en colaboración con veterinarios locales en Quito y Guayaquil. Estos eventos pueden enfocarse en la salud articular de las mascotas y cómo el colágeno y el CBD pueden ayudar a mantenerlas activas y saludables. Ofrecer estos talleres en clínicas veterinarias o tiendas de mascotas, y combinar la educación con promociones especiales para los asistentes.

Conclusión

Implementar estas estrategias de promoción permitirá a la empresa no solo aumentar la visibilidad del producto en el mercado ecuatoriano, sino también construir una base de clientes leales que reconozcan el valor de las gomitas de colágeno con CBD para perros. Con un enfoque en testimonios reales, promociones atractivas y una fuerte presencia en eventos locales, la marca puede establecerse como líder en su categoría.

- **Redes Sociales**

Figura 69
Redes Sociales



En el ámbito del marketing del proyecto de gomitas, la publicidad juega un papel fundamental para impulsar la notoriedad de nuestra marca y captar la atención del público objetivo. Se han centrado los esfuerzos promocionales en plataformas sociales altamente populares como TikTok e Instagram, debido a su amplia base de usuarios jóvenes, adultos y su capacidad para viralizar contenidos de manera rápida y efectiva.

La elección de TikTok e Instagram se da porque estas redes sociales no solo permiten la creación de contenido visual atractivo y dinámico, sino que también ofrecen herramientas avanzadas de segmentación y análisis que nos ayudan a llegar específicamente a nuestro mercado objetivo: los jóvenes y adultos. Este grupo demográfico es especialmente receptivo a las tendencias y se siente atraído por productos innovadores y divertidos, como las gomitas. Además, la interacción directa con los usuarios a través de estas plataformas fomenta una conexión más personal y auténtica con la marca, aumentando así la fidelidad y el compromiso del cliente.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos hasta el día de hoy en las redes sociales manejadas:

Tik Tok:

Figura 70

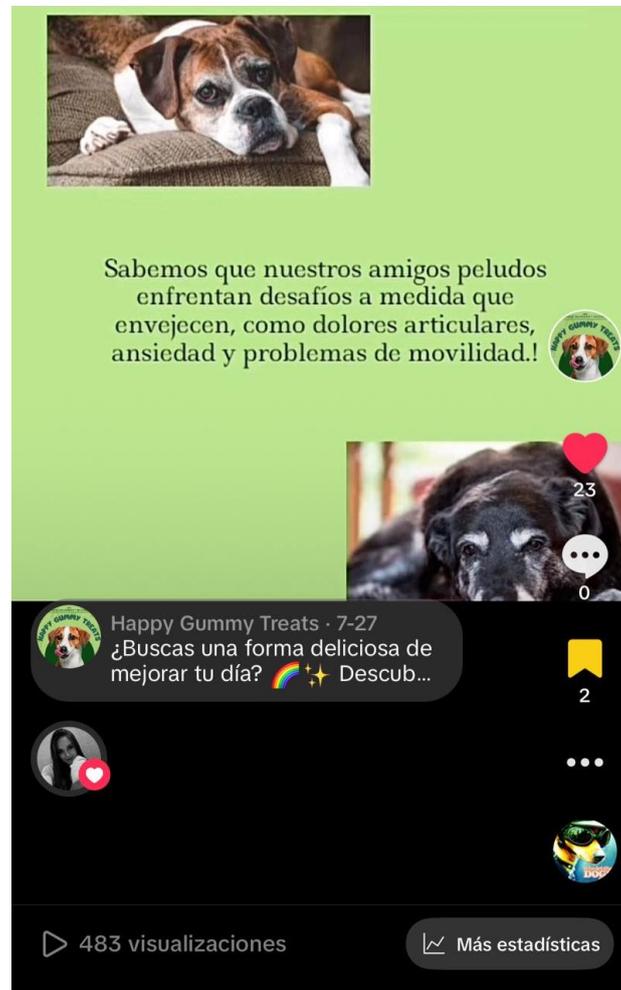
Página de Tik Tok



- **Nombre de usuario:** @Happy.gummy. treat
- **Descripción del perfil:** Gomitas de colágeno y CBD para perros. Cuida la salud de tu pequeño

Estadísticas:**Publicación 1****Figura 71**

Lanzamiento del video del producto



- **Visualizaciones:** 483 personas
- **Likes:** 23 personas
- **Guardado en favoritos:** 2 personas

Publicación 2

Figura 72

Video de presentación y objetivo del producto



- **Visualizaciones:** 507 personas
- **Likes:** 30 personas
- **Guardado en favoritos:** 2 personas

Publicación 3

Figura 73

Conoce como mejorar el bienestar de tu mejor amigo



- **Visualizaciones:** 542 personas
- **Likes:** 17 personas
- **Guardado en favoritos:** 2 personas

Publicación 4

Figura 73

Ingredientes con los que se hace el producto

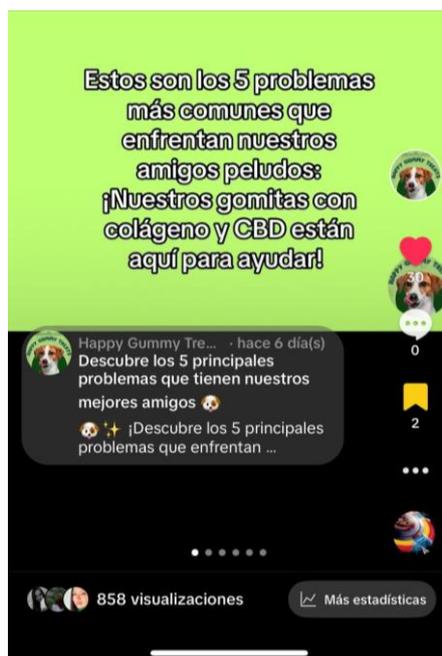


- **Visualizaciones:** 542 personas
- **Likes:** 17 personas
- **Guardado en favoritos:** 2 personas

Publicación 5

Figura 74

Problemas más comunes de los perros



- **Visualizaciones:** 858 personas
- **Likes:** 30 personas
- **Guardado en favoritos:** 2 personas

Publicación 6

Figura 75

Ejemplo de consumo del producto



- **Visualizaciones:** 222 personas
- **Likes:** 14 personas
- **Guardado en favoritos:** 2 personas

Instagram:

Figura 76
Página principal de Instagram



Nombre de usuario: gomitasparaperroconcb

Descripción del perfil:

- **Nombre:** Happy.gummy.treat
- **Descripción:** Gomitas Para Perros con CBD. Todo saludable para tu mascota y Producto 100% natural.

Estadísticas:

Publicación 1

Figura 77

Descripción de la combinación de productos



- **Likes:** 2 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 2

Figura 78

Objetivo del producto

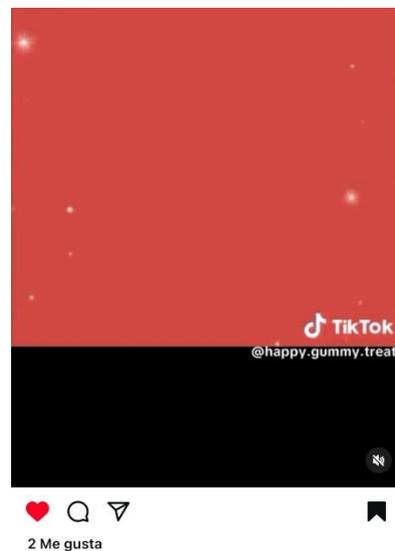


- **Likes:** 3 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 3

Figura 79

Video indicando el producto



- **Likes:** 2 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 4

Figura 80

Presentación de la gomita con colágeno



- **Likes:** 3 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 5

Figura 81

Imagen sobre el bienestar del perro



- **Likes:** 3 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 6

Figura 82
Bienestar de perritos



- **Likes:** 3 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 7

Figura 83
Ingredientes utilizados para el producto



- **Likes:** 2 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 8

Figura 84

Alimentación con suplementos



Publicación 9

Figura 85

Información para el CBD



- **Likes:** 1 persona
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 10

Figura 86

Imagen sobre el dolor articular



- **Likes:** 2 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicación 11

Figura 87

Imagen sobre la ansiedad en perros



- **Likes:** 2 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicacion 12

Figura 88

Los 5 principales problemas en los perros



- **Likes:** 1 persona
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Publicacion 13

Figura 89

Gaia consumiendo el producto



- **Likes:** 3 personas
- **Guardado en favoritos:** 1 persona

Ambas plataformas se utilizan para promover las gomas de colágeno y CBD para perros, destacando sus beneficios para la salud de las mascotas. TikTok parece tener más interacción en términos de vistas por publicación, mientras que Instagram está en una fase inicial con menor número de seguidores y publicaciones.

Definición de Estrategias y Presupuesto de Marketing

El plan presentado busca fortalecer la presencia de la marca en el mercado de productos para mascotas mediante una serie de objetivos específicos y estrategias bien definidas. A continuación, se destacan los puntos clave:

Incremento del Reconocimiento de Marca: Se propone aumentar el reconocimiento de la marca en un 40% en el primer año, utilizando campañas de marketing digital en redes sociales y participando en eventos relacionados con mascotas. Esto incluye la creación de contenido dinámico y atractivo que capte la atención del público objetivo.

1. **Distribución en Tiendas:** Se busca establecer la distribución del producto en al menos 30 tiendas de mascotas y clínicas veterinarias en los primeros seis meses. La estrategia incluye promociones y muestras gratuitas para incentivar a los minoristas a incluir el producto en su oferta.
2. **Penetración en Nuevos Mercados:** Para el segundo año, se planea penetrar en dos nuevos mercados geográficos y aumentar la cuota de mercado en un 5%. Esto se medirá a través del crecimiento en la base de clientes y las ventas, con un seguimiento constante y retroalimentación del cliente.
3. **Investigación y Análisis de Competencia:** Se realizarán estudios de mercado para identificar competidores y analizar sus fortalezas y debilidades, lo que permitirá adaptar las estrategias de marketing y distribución.
4. **Colaboraciones Estratégicas:** Se propone colaborar con influencers locales para aumentar la visibilidad de la marca en los nuevos mercados, lo que puede atraer a nuevos clientes y generar confianza en el producto.
5. **Inversión y Costos:** El total estimado para la implementación de estas estrategias es de \$4,830, lo que refleja un compromiso significativo hacia el crecimiento y consolidación de la marca en el mercado.

Este plan integral no solo busca aumentar las ventas y la visibilidad de la marca, sino también establecer una relación sólida con los clientes y los minoristas, asegurando un crecimiento sostenible a largo plazo.

Tabla 1

Definición de estrategias y presupuesto de marketing

Objetivo General	Objetivos	Estrategia	Acciones a realizar	DURACIÓN DE LA CAMPAÑA									Responsable	Costo			
				SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE							
Fortalecer la presencia de la marca en el mercado de productos para mascotas, logrando un aumento significativo en el reconocimiento y aceptación del producto, estableciendo una red de distribución sólida, y asegurando una capacidad de producción adecuada para satisfacer la demanda en el primer año de operaciones.	Objetivo específico 1: Incrementar el reconocimiento de la marca entre los dueños de las mascotas en un 40% en el primer año, lanzando una campaña de marketing digital a través de redes sociales en animales, anuncios promocionales en plataformas como Facebook e Instagram y participando en ferias y eventos de perros.	Realizar campañas de publicidad y marketing en plataformas como redes sociales: TikTok e Instagram.	Crear contenido dinámico del producto para que capture la atención del público objetivo, pueden ser gráficos o videos, concursos interactivos, etc.	x	x	x			x	x	x				Diseñador Gráfico	\$ 780,00	
			Investir en publicidad pagada para que el producto salga en anuncios de Facebook o YouTube, a fin de dar a conocer en mayor alcance a la marca.	x			x		x		x		x				Asistente de Marketing
		Participar en casas abiertas o ferias de mascotas.	Investigar eventos, exposiciones, ferias que contengan los mismos intereses en los dueños de las mascotas y asegurar la participación propia de la marca.		x				x				x				Jefe de Proyecto
			Aprovechar estos eventos para diseñar stands atractivos donde se pueda realizar actividades con los perros y dueños de los canes para generar posts, stories, o contenidos en vivo en las redes sociales, con el propósito de aumentar las visualizaciones y ventas de la empresa.		x				x					x			Asistente de Marketing
	TOTAL GENERAL														\$ 1.200,00		
	Objetivo específico 2: Conseguir la distribución del producto en al menos 30 tiendas de mascotas y clínicas veterinarias en los primeros 6 meses, ofreciendo promociones y muestras gratuitas para poder incentivar a los minoristas a incluir el producto a sus tiendas.	Impulsar un programa de promociones y descuentos en las primeras ventas del producto para dar a conocer la marca.	Investigar tiendas de mascotas que se encuentren en la ciudad de Quito, sobre todo las más cercanas de los puntos estratégicos donde se localizará el modelo de negocio.	x	x	x				x					x	Director de proyecto	\$ 200,00
			Realizar un seguimiento post-venta a los consumidores finales de la cadena de supermercados y tiendas de mascota para obtener un mejor feedback del cliente.					x			x				x	\$ 250,00	
		Realizar campañas de promoción y muestras gratuitas para incentivar a los minoristas.	Impulsar la distribución ofreciendo muestras gratuitas, descuentos especiales en los primeros pedidos y materiales de marketing personalizados a cada punto de venta.				x	x		x		x	x	x		Equipo de Marketing	\$ 800,00
			Capacitar al personal de las tiendas para que puedan asesorar a los clientes de manera efectiva para que los vendedores adquieran los conocimientos necesarios para recomendar el producto y resolver las dudas de los clientes	x			x		x	x		x	x			Personal de ventas	
		TOTAL GENERAL														\$ 800,00	
	Objetivo específico 3: Penetrar en dos nuevos mercados geográficos y aumentar la cuota de mercado en un 5% en el segundo año, medido por el crecimiento en la base de clientes y las ventas en esos mercados, con seguimiento en ventas y retroalimentación del cliente.	Investigación de mercado y análisis de competencia.	Realizar un estudio de mercado en los nuevos territorios.		x	x				x	x			x	x	Analista de mercado	\$ 350,00
			Identificar competidores y analizar sus fortalezas y debilidades.	x	x		x			x	x			x		Relaciones Públicas	\$ 350,00
		Campañas de marketing localizadas.	Desarrollar campañas de publicidad dirigidas a los nuevos mercados geográficos.				x	x	x	x				x	x	Equipo de Marketing	\$ 470,00
			Colaborar con influencers locales para aumentar la visibilidad.	x	x	x				x		x				Community Manager	\$ 430,00
	TOTAL GENERAL														\$ 4.830,00		

Evaluación Financiera

Inversión Inicial

Inversión Inicial

Tabla 2

Inversión Inicial

INVERSIONES	
Ollas de 100 lt c/u (4)	\$ 600,00
Licadora Industrial (1)	\$ 400,00
Coladores de Acero Inoxidable (4)	\$ 100,00
Moldes de Silicona Industriales 9x14 c/u (22)	\$ 200,00
Refrigeradora	\$ 1.700,00
Ferias Internacionales	\$ 2.000,00
Certificaciones (Calidad - Procesos - Trámites Legales)	\$ 7.000,00
Capital de Trabajo	\$ 3.000,00
Total Inversión	\$ 15.000,00

La tabla presentada detalla una inversión inicial total de \$15,000 en diversos equipos y actividades necesarias para la producción. Las principales categorías de inversión incluyen:

- Equipos de Cocina: Como ollas, licuadoras y coladores, que son esenciales para la producción.
- Moldes de Silicona: Cruciales para la forma del producto final.
- Refrigeradores: Importantes para el almacenamiento adecuado de los productos.
- Ferias Internacionales: Inversión en marketing y promoción de la marca.
- Certificaciones: Aseguran la calidad y cumplimiento de estándares.
- Contratiempos: Presupuesto destinado a imprevistos.

Esta inversión es crucial para crear una base firme en la producción y venta, asegurando que la empresa tenga los recursos indispensables para funcionar eficientemente y mantenerse competitiva en el mercado.

Financiamiento

Tabla 3 Financiamiento

Estructura de Financiamiento		
Fuente	Monto	%
Capital Propio	\$5,000.00	33%
Prestamo Bancario	\$10,000.00	67%
TOTAL	\$15,000.00	100%

Instituto Financiera:	BANECUADOR	
Monto:	\$10,000.00	
Plazo:	5	
Tasa Interes anual:	17.23%	Tasa Efectiva Anual
Frecuencia	12	Microcrédito General
Periodos Mensualidad	60	
Cuota Mensual	\$249.76	

Se muestra que la empresa tiene una estructura de financiamiento de \$15,000 compuesta por un 33% de capital propio (\$5,000) y un 67% de préstamo bancario (\$10,000). Este préstamo, obtenido de BanEcuador, tiene un plazo de 5 años con una tasa de interés anual efectiva de 17.23%, y requiere pagos mensuales de \$249.76 durante 60 meses. En resumen, la mayor parte del financiamiento de la empresa proviene de deuda bancaria con una tasa de interés relativamente alta.

Tabla de Amortización

Tabla 4 Tabla de amortización

Años	Cuota Mensual	Intereses	Abono a Capital	Saldo Final
0				\$10,000.00
1	\$249.76	\$143.58	\$ 106.18	\$9,893.82
2	\$249.76	\$142.06	\$ 107.71	\$9,786.11
3	\$249.76	\$140.51	\$ 109.25	\$9,676.86
4	\$249.76	\$138.94	\$ 110.82	\$9,566.04
5	\$249.76	\$137.35	\$ 112.41	\$9,453.63
6	\$249.76	\$135.74	\$ 114.03	\$9,339.60
7	\$249.76	\$134.10	\$ 115.66	\$9,223.94
8	\$249.76	\$132.44	\$ 117.32	\$9,106.62
9	\$249.76	\$130.76	\$ 119.01	\$8,987.61
10	\$249.76	\$129.05	\$ 120.72	\$8,866.89
11	\$249.76	\$127.31	\$ 122.45	\$8,744.44
12	\$249.76	\$125.56	\$ 124.21	\$8,620.23
13	\$249.76	\$123.77	\$ 125.99	\$8,494.24
14	\$249.76	\$121.96	\$ 127.80	\$8,366.44
15	\$249.76	\$120.13	\$ 129.64	\$8,236.80
16	\$249.76	\$118.27	\$ 131.50	\$8,105.31
17	\$249.76	\$116.38	\$ 133.39	\$7,971.92
18	\$249.76	\$114.46	\$ 135.30	\$7,836.62
19	\$249.76	\$112.52	\$ 137.24	\$7,699.38
20	\$249.76	\$110.55	\$ 139.21	\$7,560.16
21	\$249.76	\$108.55	\$ 141.21	\$7,418.95
22	\$249.76	\$106.52	\$ 143.24	\$7,275.71
23	\$249.76	\$104.47	\$ 145.30	\$7,130.41
24	\$249.76	\$102.38	\$ 147.38	\$6,983.03
25	\$249.76	\$100.26	\$ 149.50	\$6,833.53
26	\$249.76	\$98.12	\$ 151.65	\$6,681.88
27	\$249.76	\$95.94	\$ 153.82	\$6,528.06
28	\$249.76	\$93.73	\$ 156.03	\$6,372.03
29	\$249.76	\$91.49	\$ 158.27	\$6,213.76
30	\$249.76	\$89.22	\$ 160.54	\$6,053.21
31	\$249.76	\$86.91	\$ 162.85	\$5,890.36
32	\$249.76	\$84.58	\$ 165.19	\$5,725.17
33	\$249.76	\$82.20	\$ 167.56	\$5,557.61
34	\$249.76	\$79.80	\$ 169.97	\$5,387.65

35	\$249.76	\$77.36	\$ 172.41	\$5,215.24
36	\$249.76	\$74.88	\$ 174.88	\$5,040.36
37	\$249.76	\$72.37	\$ 177.39	\$4,862.97
38	\$249.76	\$69.82	\$ 179.94	\$4,683.03
39	\$249.76	\$67.24	\$ 182.52	\$4,500.50
40	\$249.76	\$64.62	\$ 185.14	\$4,315.36
41	\$249.76	\$61.96	\$ 187.80	\$4,127.55
42	\$249.76	\$59.26	\$ 190.50	\$3,937.06
43	\$249.76	\$56.53	\$ 193.23	\$3,743.82
44	\$249.76	\$53.76	\$ 196.01	\$3,547.81
45	\$249.76	\$50.94	\$ 198.82	\$3,348.99
46	\$249.76	\$48.09	\$ 201.68	\$3,147.31
47	\$249.76	\$45.19	\$ 204.57	\$2,942.74
48	\$249.76	\$42.25	\$ 207.51	\$2,735.22
49	\$249.76	\$39.27	\$ 210.49	\$2,524.73
50	\$249.76	\$36.25	\$ 213.51	\$2,311.22
51	\$249.76	\$33.19	\$ 216.58	\$2,094.64
52	\$249.76	\$30.08	\$ 219.69	\$1,874.95
53	\$249.76	\$26.92	\$ 222.84	\$1,652.11
54	\$249.76	\$23.72	\$ 226.04	\$1,426.07
55	\$249.76	\$20.48	\$ 229.29	\$1,196.78
56	\$249.76	\$17.18	\$ 232.58	\$964.20
57	\$249.76	\$13.84	\$ 235.92	\$728.28
58	\$249.76	\$10.46	\$ 239.31	\$488.97
59	\$249.76	\$7.02	\$ 242.74	\$246.23
60	\$249.76	\$3.54	\$ 246.23	\$-0.00
	\$14,985.85	\$4,985.85	\$10,000.00	

Se muestra la amortización de un préstamo inicial de \$10,000 en 60 meses con pagos mensuales de \$249,76. A lo largo de los 5 años (60 meses):

1. **Cuota Mensual:** Es constante a lo largo del tiempo, siendo \$249,76 cada mes.
2. **Intereses:** Disminuyen progresivamente desde \$143,58 en el primer mes hasta \$3,54 en el mes 60.
3. **Abono a Capital:** Aumenta gradualmente, empezando con \$106,18 en el primer mes hasta \$246,23 en el último mes.
4. **Saldo Final:** Parte de un saldo inicial de \$10,000, que se reduce hasta \$0 al final del plazo de 60 meses.

Al final, se habrán pagado \$14,985.85 en total, de los cuales \$4,985.85 corresponden a intereses y \$10,000 al capital.

Presupuesto de Ventas

Tabla 5

Proyección de Ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS E INGRESOS			
Periodos	Unidades a Vender	Precio de Venta	Ingresos Anuales
1	1684	\$ 18,29	\$ 30.793,82
2	1852	\$ 19,23	\$ 35.610,17
3	2037	\$ 20,67	\$ 42.118,20
4	2241	\$ 20,45	\$ 45.832,18
5	2465	\$ 22,71	\$ 55.983,88

Tamaño Mercado Meta (ctdad personas)		14.031,00
% Mercado Meta a alcanzar (1%-3%)	2%	280,62
Frecuencia de compra anual	6	
Cantidad de unidades vendidas anual		1.683,72

El análisis revela una tendencia clara de crecimiento en las ventas proyectadas a lo largo de cinco períodos, aumentando de 1,684 unidades en el primer período a 2,465 en el quinto. Este incremento refleja una estrategia de marketing exitosa y la creciente aceptación del producto en el mercado. El aumento del precio está respaldado por la alta calidad de los ingredientes y los beneficios que ofrece, lo cual puede atraer a consumidores dispuestos a pagar más por la salud de sus mascotas.

En términos financieros, los ingresos anuales proyectados muestran un crecimiento notable, pasando de \$30,793.82 en el primer período a \$55,983.88 en el quinto, impulsados por el aumento en ventas y precios.

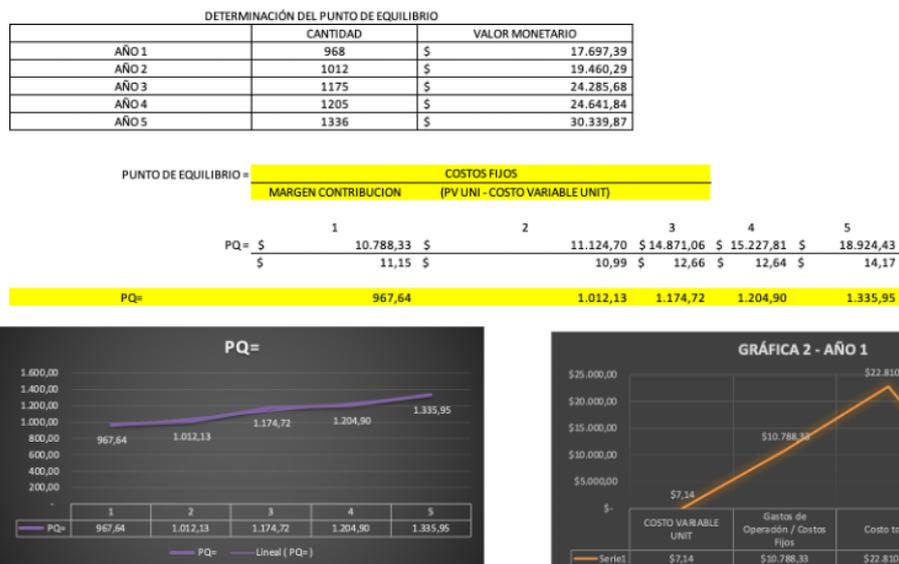
El análisis también destaca el tamaño del mercado objetivo, estimado en 14,031 personas, con la expectativa de alcanzar al 2% (alrededor de 280 clientes). Se proyecta que cada cliente comprará el producto unas 6 veces al año, lo que genera una venta anual estimada de 1,684 unidades, subrayando la viabilidad del negocio.

A partir de los cálculos, se observa que el porcentaje de incremento en las ventas anuales es aproximadamente del 10% en cada periodo. Este crecimiento sostenido sugiere que el mercado tiene un potencial significativo, y una estrategia de marketing efectiva puede ayudar a mantener este ritmo de crecimiento.

Esta proyección indica un enfoque estratégico para capturar una porción del mercado, maximizando ingresos y estableciendo una base sólida para el crecimiento futuro.

Punto de Equilibrio

Tabla 6
Punto de Equilibrio



El análisis del punto de equilibrio del proyecto de gomitas con colágeno y CBD para perros es en donde se destacan los datos clave sobre la viabilidad económica.

- Cantidad de ventas necesarias: Se proyecta que se necesitará vender alrededor de 1,205 unidades para alcanzar el punto de equilibrio, con un incremento progresivo en los años siguientes.
- Valor monetario: Las ventas necesarias para cubrir costos también aumentan, desde \$17,697.39 en el primer año hasta \$30,339.87 en el quinto.
- Margen de contribución: Este indicador varía cada año y es fundamental para determinar la rentabilidad, ya que refleja la diferencia entre el precio de venta y el costo variable por unidad.
- Costos fijos: Permanecen constantes, y el proyecto debe generar suficientes ventas para superarlos y ser rentable.

El análisis general indica que el mercado para las gomitas con colágeno y CBD para perros en Ecuador está en crecimiento, reflejado en el aumento de ventas y valor monetario. Para asegurar la rentabilidad, es crucial mantener un margen de contribución adecuado que permita cubrir los costos fijos y optimizar los costos variables. Además, una estrategia de marketing efectiva y una distribución eficiente serán fundamentales para alcanzar el punto de equilibrio y garantizar la viabilidad del proyecto.

Estados Financieros (NOTA: 3 escenarios, Estado de Costos - Estado de P&G – Estado

Estado de P&G – Flujo de Caja)

- 3 escenarios

Tabla 7

Tres Escenarios

	% Mercado Meta a alcanzar (1%-3%)	Cantidad de unidades vendidas anual
Escenario Optimista	3%	2526
Escenario más Probable	2%	1,684
Escenario Pesimista	1%	842

El proyecto de gomitas de colágeno con CBD para perros contempla tres posibles escenarios de ventas basados en el porcentaje del mercado meta que se logre captar, estos escenarios ayudan a prever las posibles variaciones en el desempeño del proyecto y permiten la planificación adecuada según la situación que se materialice.

- Estado de costos

Tabla 8

Estado de costos

ESTADO DE COSTOS DE PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
Materia Prima	\$ 9.767,36	\$ 10.744,09	\$ 11.818,50	\$ 13.000,35	\$ 14.300,39
Mano de obra directa	\$ 2.188,89	\$ 4.377,78	\$ 4.377,78	\$ 4.377,78	\$ 6.566,66
Costos indirectos de Fabricación	\$ 65,67	\$ 131,33	\$ 131,33	\$ 131,33	\$ 197,00
Costo de producción / Costo Variable	\$ 12.021,91	\$ 15.253,20	\$ 16.327,61	\$ 17.509,46	\$ 21.064,05
COSTO VARIABLE UNIT	\$ 7,14	\$ 8,24	\$ 8,01	\$ 7,81	\$ 8,54
Gastos Administrativos	\$ 3.148,89	\$ 3.148,89	\$ 6.360,75	\$ 6.360,75	\$ 9.509,64
Gastos de Ventas	\$ 6.022,04	\$ 6.615,84	\$ 7.455,80	\$ 8.175,02	\$ 9.152,85
Gastos Financieros	\$ 1.617,40	\$ 1.359,97	\$ 1.054,50	\$ 692,04	\$ 261,94
Gastos de Operación / Costos Fijos	\$ 10.788,33	\$ 11.124,70	\$ 14.871,06	\$ 15.227,81	\$ 18.924,43
Costo total	\$ 22.810,24	\$ 26.377,90	\$ 31.198,67	\$ 32.737,27	\$ 39.988,48
Utilidad	\$ 7.983,58	\$ 9.232,27	\$ 10.919,53	\$ 13.094,91	\$ 15.995,39
Precio Venta	\$ 30.793,82	\$ 35.610,17	\$ 42.118,20	\$ 45.832,18	\$ 55.983,88
Precio de Venta Unitario	\$ 18,29	\$ 19,23	\$ 20,67	\$ 20,45	\$ 22,71

En el cuadro superior se puede analizar el estado de costos para el proyecto en un periodo

de 5 años, lo cual se detallan valores acordes a la competencia del mercado, es decir una estimación del costo total para el 1er año es de \$22.810,24 para el 2do año de \$26.377,90, del 3er año de \$31.198,67, para el 4to año de \$32.737,27 y el 5to de \$39.988.48, cantidades deducidas ya con los gastos de administración, ventas, financieros, vistos indirectos, etc.

- Estado de P&G

Tabla 9
Estado de P&G

Estado de Pérdidas y Ganancias					
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 30.793,82	\$ 35.610,17	\$ 42.118,20	\$ 45.832,18	\$ 55.983,88
Costo de Producción	\$ 12.021,91	\$ 15.253,20	\$ 16.327,61	\$ 17.509,46	\$ 21.064,05
Utilidad Bruta	\$ 18.771,91	\$ 20.356,96	\$ 25.790,59	\$ 28.322,72	\$ 34.919,83
(-) Gastos Operacionales	\$ 9.170,92	\$ 9.764,73	\$ 13.816,56	\$ 14.535,78	\$ 18.662,49
(-) Depreciación	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Utilidad Operación	\$ 9.100,99	\$ 10.092,23	\$ 11.474,03	\$ 13.286,94	\$ 15.257,34
Gastos Financieros	\$ 1.617,40	\$ 1.359,97	\$ 1.054,50	\$ 692,04	\$ 261,94
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 10.718,39	\$ 11.452,20	\$ 12.528,53	\$ 13.978,98	\$ 15.519,28
Impuesto a la Renta 22%	\$ 2.358,05	\$ 2.519,48	\$ 2.756,28	\$ 3.075,38	\$ 3.414,24
Utilidad Neta	\$ 8.360,34	\$ 8.932,71	\$ 9.772,25	\$ 10.903,60	\$ 12.105,04

Según nuestro P&G se puede apreciar el margen bruto durante los tres últimos años, se ha ido incrementando. Esto se debe a que las ventas han ido aumentando, al igual que los costos de venta que también son variables. Sin embargo, los costos de ventas fijos se han mantenido porque las ventas al ser mayores a los costos dan lugar a que el margen de utilidad bruta sea positivo.

Tabla 10
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA FINANCIERO						
	0	1	2	3	4	5
Inversión Inicial	\$ 15.000,00					
Ingresos Por Ventas		\$ 30.793,82	\$ 35.610,17	\$ 42.118,20	\$ 45.832,18	\$ 55.983,88
Total Ingresos	\$ -	\$ 30.793,82	\$ 35.610,17	\$ 42.118,20	\$ 45.832,18	\$ 55.983,88
Costos de Producción		\$ 12.021,91	\$ 15.253,20	\$ 16.327,61	\$ 17.509,46	\$ 21.064,05
Gastos Operación		\$ 9.170,92	\$ 9.764,73	\$ 13.816,56	\$ 14.535,78	\$ 18.662,49
Intereses		\$ 1.617,40	\$ 1.359,97	\$ 1.054,50	\$ 692,04	\$ 261,94
Amortización Préstamo O Capital del Préstamo		\$ 2.997,17	\$ 2.997,17	\$ 2.997,17	\$ 2.997,17	\$ 2.997,17
Impuestos		\$ 2.358,05	\$ 2.519,48	\$ 2.756,28	\$ 3.075,38	\$ 3.414,24
Total Egresos	\$ -	\$ 28.165,45	\$ 31.894,55	\$ 36.952,11	\$ 38.809,82	\$ 46.399,90
Flujo Neto Financiero	\$ -15.000,00	\$ 2.628,37	\$ 3.715,61	\$ 5.166,09	\$ 7.022,36	\$ 9.583,98
Flujo Acumulado	\$ -15.000,00	\$ -12.371,63	\$ -8.656,02	\$ -3.489,93	\$ 3.532,43	\$ 13.116,41

VALOR ACTUAL NETO (VAN ECONOMICO)	\$1.199,14
TIR	20%
Periodo de Recuperación	3,50

← Recuperación

En el flujo se puede observar el saldo neto de caja de cada año, según los ingresos iniciales menos los costos, gastos, intereses y amortización del financiamiento de nuestro emprendimiento. Inicialmente tendremos una inversión de 15.000.00usd de la que el 33% se

financia con capital propio de los accionistas y el 67% restante con crédito bancario; así no tendremos cifras en negativo tanto en el primer año permitiendo recuperar el capital financiado y generando utilidad según lo esperado por la proyección de ventas.

Indicadores Financieros (WACC, VAN, TIR, Período de recuperación)

- WACC

Tabla 11
WACC

<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p style="background-color: #90EE90; padding: 2px;">Costo de los fondos propios</p> $K_e \cdot \frac{E}{E+D}$ </div> <div style="text-align: center;"> <p style="background-color: #FFB6C1; padding: 2px;">Costo de la deuda</p> $K_d \cdot (1-t) \cdot \frac{D}{E+D}$ </div> </div>
$WACC = 0,20 \cdot \frac{20000}{20000+10000} + 0,1150 \cdot (1 - 0,22) \cdot \frac{10000}{20000+10000}$
$WACC = 16\%$
<p>El WACC al ser menor que la TIR (38%), indica que la empresa está generando un mayor valor con su capital en comparación con el costo de adquisición del mismo.</p>

COMPONENTES		
Kd	Costo de la deuda financiera	17,23%
Ke	Tasa Mínima Requerida por Accionistas	20%
t	Impuesto a la Renta 22%	22%
E	Fondos propios	\$ 5.000,00
D	Deuda	\$ 10.000,00
WACC	Costo promedio ponderado del capital	15,63%

Dado que el WACC es menor que la Tasa Interna de Retorno (TIR) de la empresa, que es del 38%, esto sugiere que la empresa está generando un rendimiento superior al costo de su capital. En otras palabras, la empresa está creando valor, ya que el retorno de sus inversiones supera el costo de financiar esas inversiones. Esta es una señal positiva para los inversores, ya que implica que la empresa está utilizando eficientemente su capital para generar beneficios por encima de su costo.

- VAN

Tabla 12
VAN

VALOR ACTUAL NETO (VAN ECONOMICO)	\$1.199,14
--	-------------------

Como se muestra el siguiente valor: **\$1.119,14**, indica que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que también genera un valor adicional, es decir, se espera que el proyecto genere más valor que el costo de la inversión, lo que lo convierte en una oportunidad atractiva. Este resultado sugiere que, bajo las premisas asumidas, el proyecto es financieramente viable y debería considerarse su ejecución.

- **TIR**

Tabla 13*TIR*

TIR	20%
-----	-----

La TIR del proyecto es del **20%**, lo que significa que el proyecto podría ser rentable y justificar la inversión, siempre que esté por encima del costo de oportunidad del capital o de otras alternativas de inversión.

- **PERIODO DE RECUPERACION**

Tabla 14*Periodo de recuperación*

Periodo de Recuperación	3,50
-------------------------	------

El período de recuperación de 3,50 años para el proyecto de gomitas con colágeno y CBD para perros indica que la inversión inicial se recuperará en menos de cuatro años. Este tiempo es favorable en el contexto de un mercado en crecimiento, y sugiere un balance positivo entre riesgo y retorno.

Tabla 15*Estados financieros del escenario pesimista y optimista*

	% Mercado Meta a alcanzar (1%-3%)	Cantidad de unidades vendidas anual
Escenario Optimista	3%	2526
Escenario más Probable	2%	1.684
Escenario Pesimista	1%	842

La tabla presentada muestra tres escenarios financieros en función del porcentaje del mercado meta alcanzado (entre el 1% y el 3%) y la cantidad de unidades vendidas anualmente. Estos escenarios reflejan distintos niveles de éxito en las ventas de un producto o servicio, la tabla ilustra cómo varía la cantidad de unidades vendidas en función de los

diferentes porcentajes del mercado alcanzado, proporcionando una perspectiva clara de los resultados esperados bajo distintas condiciones de mercado (optimista, probable y pesimista).

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- La investigación demuestra un creciente interés en productos de bienestar para mascotas, especialmente aquellos que incorporan ingredientes como el CBD.
- La segmentación del mercado revela que la mayoría de los dueños de perros son conscientes de la salud de sus mascotas y están dispuestos a invertir en productos que mejoren su calidad de vida.
- La estrategia de marketing propuesta, que incluye colaboraciones con influencers y publicidad en medios especializados, es clave para aumentar la visibilidad y aceptación del producto en el mercado.
- La identificación de la problemática en la salud de los perros resalta la necesidad de soluciones innovadoras, como las gomitas con CBD y colágeno.
- La validación de viabilidad del negocio sugiere que existe un mercado potencial significativo, respaldado por la disposición de los consumidores a pagar por productos de calidad.
- La evaluación financiera indica que, con una inversión adecuada, el proyecto puede ser rentable y sostenible a largo plazo, beneficiando tanto a los dueños de mascotas como a la empresa.
- La presencia en redes sociales, especialmente en plataformas como TikTok, es crucial para conectar con el público objetivo y aumentar el reconocimiento de la marca.
- La diversificación de la línea de productos, incluyendo diferentes sabores y formulaciones, podría atraer a un público más amplio y satisfacer diversas necesidades de los consumidores.

- El análisis de costos y gastos muestra que, a pesar de las inversiones iniciales, el proyecto tiene un potencial de rentabilidad a partir del segundo año, con un aumento notable en la utilidad neta.

Recomendaciones

- **Desarrollar Formatos Variados:** Ofrecer diferentes formatos y gramajes de gomitas para adaptarse a las preferencias de los consumidores y las necesidades de sus mascotas.
- **Realizar Campañas Educativas:** Implementar campañas informativas sobre los beneficios del CBD y colágeno en la salud de los perros para aumentar la confianza del consumidor.
- **Optimizar la Presencia en Redes Sociales:** Aumentar la actividad en plataformas como TikTok y Facebook, enfocándose en contenido atractivo y relevante para el público objetivo.
- **Ofrecer Descuentos y Promociones:** Implementar estrategias de precios, como descuentos por primera compra o promociones por referidos, para incentivar la prueba del producto.
- **Recopilar Testimonios de Clientes:** Fomentar la recopilación de opiniones y testimonios de usuarios satisfechos para construir credibilidad y confianza en el producto.
- **Realizar Estudios de Mercado Continuos:** Mantener un seguimiento constante de las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores para ajustar la estrategia de marketing.
- **Participar en Ferias y Eventos de Mascotas:** Asistir a ferias y eventos relacionados con mascotas para aumentar la visibilidad de la marca y conectar directamente con los consumidores.
- **Monitorear la Competencia:** Realizar un análisis regular de la competencia para identificar oportunidades y amenazas en el mercado, ajustando la estrategia según sea necesario.

- **Establecer un Fondo de Reserva:** Crear un fondo de reserva para cubrir imprevistos y asegurar la liquidez de la empresa, lo que permitirá manejar mejor los flujos de caja y garantizar el cumplimiento de obligaciones financieras y operativas.

Bibliografía

- Amin, M. R. (12 de Enero de 2019). Pharmacology of Medical Cannabis. En A. M. DW, *Recent Advances in Cannabinoid Physiology and Pathology* (págs. 151-165). Bukiya, A. Obtenido de *Recent Advances in Cannabinoid Physiology and Pathology*: Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978->
- Butrica, J. (2022). The Medical Use of Cannabis among the Greeks and Romans. *Journal of Cannabis Therapeutics*, 51-70.
- Coelho, M. P., Leme de, O. P., Moreira, A. F., Branco, E. M., Melo, M. M., & G de Melo, E. (2021). Current review of hemp-based medicines in dogs. *Journal of Veterinary Pharmacology and Therapeutics.*, 870-882.
- Davis, L. (2022). Functional Pet Foods: Trends and Innovations. *Pet Food Industry Magazine*, 6-8.
- De Briyne, N. H. (2021). Cannabis, Cannabidiol Oils and Tetrahydrocannabinol-What Do Veterinarians Need to Know? *Animals*, 892.
- Di Cerbo, A. P. (2017). Functional pet foods. In V. *Superfood and Functional Food - An Overview of Their Processing and Utilization*, 5.
- Galan, V. (14 de Diciembre de 2023). *santéVet*. Obtenido de *santéVet*: <https://www.santevet.es/articulo/cbd-cannabis-para-perros>
- Gamble, L. J. (2018). Pharmacokinetics, Safety, and Clinical Efficacy of Cannabidiol Treatment in Osteoarthritic Dogs. *Frontiers in Veterinary Science.*, 5.
- Institute., W. R. (12 de Enero de 2020). *Creating a Sustainable Food Future: A Menu of Solutions to Feed Nearly 10 Billion People by 2050*. Obtenido de *Creating a Sustainable Food Future: A Menu of Solutions to Feed Nearly 10 Billion People by 2050.*: <https://www.wri.org/research/creating-sustainable-food-future>
- NATURAL, M. (22 de Marzo de 2024). *MEDITERRANEAN NATURAL*. Obtenido de *MEDITERRANEAN NATURAL*: <https://www.mediterraneannatural.com/veterinariasaludcuidados/el-colageno-para-perros-cuales-son-sus-beneficios-y-como-administrarlo/>

Romanos, B. (2022). FOODTECH LA GRAN REVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA. En B. Romanos, *FOODTECH LA GRAN REVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA* (págs. 10-12). LID EDITORIAL EMPRESARIAL.