

INSTALACIÓN DE UNA HELADERÍA ESPECIALIZADA EN ENFRIADO CON NITRÓGENO LÍQUIDO

18%
Textos sospechosos

17% Similitudes
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
1% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: INSTALACIÓN DE UNA HELADERÍA ESPECIALIZADA EN ENFRIADO CON NITRÓGENO LÍQUIDO.docx
ID del documento: f9d4cc4a9828751c824e057df2830e86fd37c593
Tamaño del documento original: 23,31 MB

Depositante: JERSON SANCHEZ RAMOS
Fecha de depósito: 20/3/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 20/3/2024

Número de palabras: 8897
Número de caracteres: 59.575

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes de similitudes

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	prelecuador.com Nitrógeno Líquido: Una Gran Innovación en el Mundo del Helado... 2 fuentes similares	6%		Palabras idénticas: 6% (564 palabras)
2	7. App para emprendedores.docx 7. App para emprendedores #ea47eb El documento proviene de mi grupo 14 fuentes similares	4%		Palabras idénticas: 4% (332 palabras)
3	sicreesinnovas.com Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas 3 fuentes similares	4%		Palabras idénticas: 4% (362 palabras)
4	TASTE MISKY - Proyectos de Innovación Empresarial.docx TASTE MISKY ... #f76e78 El documento proviene de mi grupo 14 fuentes similares	3%		Palabras idénticas: 3% (216 palabras)
5	G12 - GOOD LIFE.docx G12 - GOOD LIFE #be4d66 El documento proviene de mi grupo 11 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (193 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	LABORATORIO 6 AVANCE 1º SEMANA DE AGOSTO ana toledo.docx LAB... #72155c El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)
2	Documento de otro usuario #af8971 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
3	MEJORA CMAC HUANCAYO.docx MEJORA CMAC HUANCAYO #921616 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (14 palabras)
4	Proyecto de exportacion de barras de maca energeticas.pdf Presentacio... #86175f El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (12 palabras)
5	repositorio.unapiquitos.edu.pe https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/20.500.12737/3665/1/Juan_Tesis_Titulo_2015.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (11 palabras)

1 TASTE MISKY - **Proyectos de Innovación Empresarial.docx** | TASTE MISKY - Proyectos de Innovación Empresarial
 El documento proviene de mi grupo

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA "ZEGEL IPAE"

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

INSTALACIÓN DE UNA HELADERÍA ESPECIALIZADA EN ENFRIADO CON NITRÓGENO LÍQUIDO

Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración

2 11_PT_LEYVA_ORTEGA_SERGIO.pdf | 11_PT_LEYVA_ORTEGA_SERGIO
 El documento proviene de mi grupo

de Negocios

LIZETH CATHERINE DEL ROSARIO BERNAOLA ESCATE
(0000-0002-5537-3627)

ELIZABETH JULIE LAGOS GUTIERREZ
(0000-0003-1794-8650)

Ica-Perú
2021

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo determinará si es factible implementar una heladería de congelamiento con nitrógeno líquido en la ciudad de Ica. Se espera que la heladería inicie operaciones en el año 2022, en un contexto de emergencia sanitaria y pandemia. En nuestra ciudad no existe una heladería a granel con insumos veganos ocasionando ciertos segmentos se abstengan o restringen el consumo de helado al mínimo. Fue necesario realizar una recolección y análisis de los datos cualitativos a través de entrevistas al segmento objetivo. Se identificó la problemática de la investigación. A través de planteamiento de hipótesis, validación y reafirmación de la misma. Diversas fuentes primarias y secundarias fueron utilizadas como referencia. SubZero Ice Cream Nitro nace para atender al público objetivo que se encuentra a la expectativa de un producto innovador, el mismo que le brinde la opción de elegir sus insumos al momento de elaborar el helado. El nitrógeno líquido se convertirá en el ingrediente estrella en el proceso de elaboración del helado. En torno a él se activará una performance que involucra a nuestro segmento y el concepto del negocio. Al final, se realizó análisis del flujo de ingresos y egresos del negocio, se concluye si es rentable.

ÍNDICE GENERAL

Resumen ejecutivo.....02
 Introducción05

3 7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores
 El documento proviene de mi grupo

Capítulo I: Identificación del problema u oportunidad
 Selección del problema o necesidad a resolver06
 Validación del problema.....08
 Descripción del cliente10
 Capítulo II: Diseño del producto o servicio innovador
 Aplicación de la metodología Design Thinking14
 Características del producto o servicio innovador validado22
 Capítulo III: Elaboración del modelo de negocio

4 TASTE MISKY - **Proyectos de Innovación Empresarial.docx** | TASTE MISKY - Proyectos de Innovación Empresarial
 El documento proviene de mi grupo

Definición de la propuesta de valor del negocio.24
 Elaboración del lienzo de modelo de negocio.....25
 Descripción del prototipo de lanzamiento.....31

Capítulo IV: Validación del modelo de negocio

Aplicación de la metodología Lean Startup	35
Descripción del modelo de negocio validado.....	59

Capítulo V: Análisis de la rentabilidad

Estimación del Tamaño del Mercado, Demanda Proyectada y Proyección de Ingresos.....	65
Determinación de las Necesidades de Inversión y Financiamiento.....	66
Estimación de Costos, Clasificación de Costos en Fijos y Variables. Determinación del Punto de Equilibrio.....	66
Flujo de caja proyectado.....	72
Evaluación económica y financiera. Cálculo de VAN y TIR	79
Conclusiones y recomendaciones	80
Resumen bibliográfico	81
Anexos	82

Índice de Tablas

Tabla 1: Brainstorming de problemas	08
Tabla 2: Microfiltro.....	09
Tabla 3: Microfiltro 2	10
Tabla 4: Experiment Board.....	11
Tabla 5: Arquetipo De Cliente Femenino	12
Tabla 6: Arquetipo De Cliente Masculino.....	13
Tabla 7: Matriz De Decisión Pugh.....	20
Tabla 8: Modelo Canvas.....	30
Tabla 9: Canvas validado.....	48
Tabla 10: Población de la Ciudad de Ica del 2007 al 2017.....	51
Tabla 11: Tabulación pregunta N° 1	54
Tabla 12: Tabulación pregunta N° 2	54
Tabla 13: Tabulación pregunta N° 3.....	55
Tabla 14: Tabulación pregunta N° 4.....	55
Tabla 15: Tabulación pregunta N° 5.....	55
Tabla 16: Tabulación pregunta N° 6.....	56
Tabla 17: Tabulación pregunta N° 7.....	56
Tabla 18: Tabulación pregunta N° 8.....	57
Tabla 19: Tabulación pregunta N° 9.....	57
Tabla 20: Tabulación pregunta N° 10.....	57
Tabla 21: Tabulación pregunta N° 11.....	58
Tabla 22: Tabulación pregunta N° 12.....	58
Tabla 23: Tabulación pregunta N° 12.2	58
Tabla 24: Tabulación pregunta N° 12.3.....	59
Tabla 25: Tabulación pregunta N° 12.4.....	59
Tabla 26: Tabulación pregunta N° 12.5.....	59
Tabla 27: Tabulación pregunta N° 13.....	60
Tabla 28: Proyección de la producción.....	66
Tabla 29: Proyección de la Producción en un horizonte de 5 años.....	66
Tabla 30: Porcentaje de participación de productos.....	67
Tabla 31: Proyección de ventas anual.....	67
Tabla 32: Costos de arranque.....	68
Tabla 33: Estructura del financiamiento.....	70
Tabla 34: Estructura del financiamiento 2.....	71
Tabla 35: Financiamiento del crédito.....	71
Tabla 36: Costos fijos.....	73
Tabla 37: Producto 1: Helados de Fresa.....	74
Tabla 38: Producto 2: Helado de Lúcumá.....	76
Tabla 39: Producto 3: Helado de Limón con hierbabuena.....	77
Tabla 40: Producto 4: Helado de chocolate.....	78
Tabla 41: Producto 5: Helado de oreo.....	79
Tabla 42: Flujo de caja proyectado.....	80
Tabla 43: Proyección de ventas mensuales.....	81
Tabla 44: Estado de Resultados.....	81
Tabla 45: Flujo de Caja económico.....	82
Tabla 46: Flujo de caja financiero.....	83
Tabla 47: Indicadores de evaluación	84

Índice de Figuras

Figura 1: Mapa De Empatía 1.....	16
Figura 2: Mapa De Empatía 2.....	16

Figura 3: Brainstorming.....	18
Figura 4: Elaboración De Helados Artesanale Nitrogenados.....	22
Figura 5: Técnica De Prototipado Storyboard.....	22
Figura 6: Matriz Receptora De Información	23
Figura 7: Página De Redes Sociales.....	38
Figura 8: Redes Sociales.....	39
Figura 9: Landing Page.....	39
Figura 10: Landing Page.....	40
Figura 11: Landing Page.....	40
Figura 12:Landing Page.....	41
Figura 13:Landing Page.....	41
Figura 14: Fluyer publicitario.....	60
Figura 15: Página web.....	62
Figura 16:Base de datos.....	64
Figura 17:Estructura de financiamiento.....	70
Figura 18: Comportamiento del Capital de Trabajo.....	80
Figura 19: Ingresos y Utilidades.....	82
Figura 20:Ingresos vs Flujo de Caja económico.....	83
Figura 21: Flujo de caja económico.....	84

Introducción

En nuestra ciudad existe gran demanda por el consumo de helado, sin embargo, las heladerías ya existentes cuentan con un limitado nivel de personalizaciones carta es básica y ocasiona que no todos los segmentos disfruten de un helado con alta frecuencia. Ica al ser productora de frutos secos tiene gran potencial para atender al segmento orientado al consumo de productos saludables u origen orgánico. Asimismo, aprovechar los frutos según la temporada de cosecha por un tema de costos. Este concepto de negocio está orientado a atender la demanda latente de un helado con insumos naturales. Es un servicio de elaboración de helados con proceso de congelamiento con nitrógeno líquido. El cliente llega a la tienda, tiene la opción de escoger el ingrediente base, la leche, entera, deslactosada, de frutos secos, descremada, light, entre otras. Luego escoge el sabor del helado, puede ser de pulpa de fruta, licor, jarabes, galletas, entre otros. Los ingredientes son colocados en una batidora. La misma que tiene un dosificador especial para adicionar el nitrógeno líquido a la mezcla. Pasamos a escoger el topping a preferencia, frutas, frutos secos, frutos deshidratados, jaleas, miel, cereales, entre otros. Los ingredientes frescos están fechados y listos para servir almacenados en cambio a temperatura ideal. Así como los secos.

Capítulo 1


7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores
El documento proviene de mi grupo

Identificación del Problema u Oportunidad Selección del problema o necesidad a resolver

Durante todo este tiempo, el uso indiscriminado de conservantes, aditivos o sustancias adicionales ha ido en aumento a la hora de elaborar productos comestibles. A raíz de esta premisa, nació la idea de los productos verdes o naturales, que sean los mismos productos que consumimos normalmente (en sabor, textura, presentación) pero que brinden mayores beneficios al consumidor; entre ellos que estos sean mucho más saludables. Existen muchas formas o procedimientos para elaborar un producto comestible. Pues cualquier cocina o taller de repostería, puede llegar a


www.miambiente.com.mx | Conoce 5 beneficios de utilizar el nitrógeno como método de congelamiento en helados | Mi AmbienteMi Ambiente
<https://www.miambiente.com.mx/notas/conoce-5-beneficios-de-utilizar-el-nitrogeno-como-metodo-de-congelamiento-en-helados/>

ser arte si logra emocionar a los consumidores por sus sabores, su balance o por su estética. Es por eso que, en la actualidad, se estudian y se ponen en práctica distintas técnicas para lograr cautivar a los paladares más exigentes y la utilización del nitrógeno líquido para el congelamiento de helados es una de ellas. Es un espectáculo visual a la hora de ver cómo se prepara por la aplicación de este gas y una experiencia en el paladar a la hora de probarlo.

TABLA N° 1: Brainstorming de problemas:

NUMERACIÓN PROBLEMAS

- Problema 1 Personas que no encuentran postres helados saludables
- Problema 2 Existencia de postres con exceso de azúcar
- Problema 3 Existencia de postres con exceso de conservantes y preservantes
- Problema 4 Existencia de postres helados con exceso de productos químicos
- Problema 5 Personas que no encuentran postres helados personalizados
- Problema 6 Personas que no encuentran postres helados hechos con productos orgánicos
- Problema 7 Personas que no encuentran postres veganos
- Problema 8 Personas que no encuentran postres frescos, hechos al momento
- Problema 9 Personas que no encuentran postres hechos con frutas frescas
- Problema 10 Personas que no encuentran postres helados con stevia

Los 6 problemas más votados por el equipo pasan por el Macrofiltro

MACROFILTRO

Tabla N°2: Microfiltro



Problema 1 Problema 2 Problema 3 Problema 4 Problema 5

Problema 6

Preguntas orientadoras Si No Si No Si No Si No Si No Si No

¿Tienes forma de estimar a cuántas personas afecta este problema?	x	x	x	x	x	x					
¿Consideras que es un problema muy relevante para las personas afectadas por él?	x		x	x	x	x	x	x			
¿Te entusiasma buscar una solución para este problema?	x	x	x	x	x	x					
¿Es posible que el problema tenga un alcance mayor al del área de estudio actual (a nivel local, nacional, global)?	x		x	x	x	x	x	x			
¿El problema tiene relación con alguno de los que buscan solucionar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?	x		x	x	x	x	x	x			
Puntaje total	5	4	4	4	5	5					

Listar los 3 problemas que obtuvieron mayor puntaje en el Macrofiltro:

- Problema 1 Personas que no encuentran postres helados saludables
- Problema 2 Personas que no encuentran postres helados personalizados
- Problema 3 Personas que no encuentran postres helados hechos con productos orgánicos

MICROFILTRO

Otorgar puntaje a cada problema según lo indicado

Tabla N°3: Microfiltro

- Problema 1
- Problema 2
- Problema 3

Preguntas orientadoras

Personas afectadas por el problema.

(asignar puntaje en escala de 1 a 5 donde Muy pocas=1; Bastantes=5)

- 2
- 1
- 1

Relevancia del problema.

(asignar puntaje en escala de 1 a 5 donde Muy poco relevante=1; Muy relevante=5)

- 1
- 1
- 1

Motivación del equipo para buscar soluciones al problema.

(asignar puntaje en escala de 1 a 5)

- 2
- 2
- 2

Alcance del problema.

(asignar puntaje en escala de 1 a 5 donde Alcance internacional=5, nacional=4, regional=3, provincial=2, distrital=1)

- 2
- 2
- 2

Relación del problema con los ODS

(puntaje 1=No; 2=Si)

- 2
- 2
- 2

Puntaje total

- 09
- 08
- 08

Validación del Problema

Para validar el problema, llegamos a la siguiente hipótesis: El estudio de mercado sirve como base para la toma de decisiones de inversión en la producción y comercialización de helados enfriados con nitrógeno líquido en la ciudad de Ica

Las técnicas que utilizamos fueron:

- Entrevista de profundidad

Realizamos las entrevistas a 20 personas, en la cual pudimos aplicarla.

Tabla N° 04: Experiment Board

Resultado del proceso: Tenemos como conclusión que el 90% de nuestro entrevistados cuidan mucho su alimentación, son aquellas personas que dentro de su comportamiento pueden pagar un adicional siempre y cuando el producto que adquieran sean los más saludables posibles, que tengan muchos más beneficios y menos usode productos químicos

y preservantes.

Descripción del cliente

Nuestro cliente ideal pertenece a la generación Millenials algunos de ellos tienen familia y también hay solteros que se dedican al cuidado de ellos mismos proyectando un estilo de vida saludable en su mayoría. Tienen gran motivación por seguir creciendo a nivel profesional, personal. Son los que a continuación, describiremos a nuestros entrevistados:

Tabla N° 05: Arquetipo De Cliente Femenino

Nombre/ Joselim

Trabajo/Puesto de Trabajo

Trabajo de oficina (agroexportadoras)

Horarios(*)

Trabajan todo el día, los fines de semana descansan

Nivel de ingresos

2500 - a más soles

Datos demográficos

Femeninos / 30 años

Criterios Geográficos

Viven en el centro de Ica, alrededores

Situación Familiar

Madre de familia

Rol Social

Líder

Intereses

Suele realizar viajes, come saludable y cuida mucho su alimentación

Hábitos

Apasionado por las redes sociales

Características personales

Poco tiempo libre, sabe conducir, no habla otros idiomas, necesidad de estatus, le gusta llamar la atención

(*)Describe un día en la vida de tu cliente ideal

Todos los días se levanta todos los días a las 6:30 am, alista el desayuno para su familia, conduce al trabajo. La niñera se encarga de los bebés en casa. No cocina, almuerza en el trabajo. Luego retorna a la hora de salida a la casa. Hace deporte o va al gimnasio. Los fines de semana sale de paseo, al mall a comprar algún postre. No tiene mascotas.

Tabla N° 06: Arquetipo De Cliente Masculino

Roberto.El emprendedor

Trabajo/Puesto de Trabajo

Agente Inmobiliario Libre

Horarios(*)

Desde las 7am hasta las 7pm aprox

Nivel de ingresos

4000

Datos demográficos

37 años

Criterios Geográficos

Ciudad de Ica

Situación Familiar

Soltero

Rol Social

Líder de equipo

Intereses

Viaja constantemente por trabajo.

Hábitos

Le apasiona la música especialmente el canto. Y si full redes.

Características personales

Conduce su propio auto. Le encanta promocionarse por TIKTOK

(*)Describe un día en la vida de tu cliente ideal

Roberto inicia su día revisando sus redes. Toma desayuno antes de llegar al trabajo o en el trabajo. Su jornada empieza contactando a potenciales clientes y/o realizando visitas

al proyecto ya agendadas. Trabaja mucho con referidos. Si almuerza a la 1pm es un milagro. La tarde es muy ajetreada también más debe viajar a otro proyecto. A las 6pm aprox cuando culmina sus labores va a algún restaurante o compra para cocinarse el mismo. No tiene mascotas que alimentar.

Capítulo 2
Diseño del Producto y Servicio Innovador
Aplicación de la metodología Design Thinking
Gráfico N° 01 :Mapa De Empatía 1

Gráfico N° 02: Mapa De Empatía 2

Encuentra revelaciones y punto de vista

Revelación 1:El consumidor potencial de helados piensa que los productos deberían tener mayores beneficios y que sean saludables para el consumo de grandes y chicos por ello trata de consumir postres helados saludables.

Revelación 2:El consumidor potencial de helados desea que el helado sea de un rico sabor y sin necesidad de añadirle saborizantes para mantener una alimentación saludable.

Revelación 3:El consumidor potencial de helados piensa que es muy difícil encontrar algún tipo de postre helado saludable para el

Encuentra revelaciones y punto de vista

Punto de vista 1:El consumidor potencial de helados necesita acceder a una amplia oferta de postres saludables porque considera que es indispensable para garantizar un estilo de vida sano.

Punto de vista 2:El consumidor potencial de helados necesita disfrutar comer helados sin saborizantes añadidos porque considera que debe cuidar su salud,

Encuadra oportunidades

Pregunta 1:¿Cómo podríamos lograr que el consumidor potencial de helados acceda a una amplia oferta de postres saludables?

Pregunta 2:¿Cómo podríamos lograr que el consumidor potencial de helados disfrute comer helados sin saborizantes añadidos?

· Genera ideas : pega ideas de tu sesión de ideación

Gráfico N° 03: Brainstorming

· Genera una lista con 30 ideas a más

1. Paletas de diferentes sabores
2. Queso helado
3. Paletas con stevia
4. Helado frito tailandes
5. Helados de yogurt en máquina cremera
6. Helados artesanales nit
7. rogenados
8. Helados artesanales en congeladora
9. Helados artesanales en máquina cremera
10. Chupetes
11. Helados Soft
12. Cremoladas
13. Raspadilla
14. Frozen
15. Frappé
16. Té helado
17. Gaseosas heladas
18. Refrescos helados
19. Frozen Yogurt
20. Gelato
21. Tacos de helado(Mexico)
22. Helado que brilla en la oscuridad
23. Helado Spaguetti(Alemania)
24. Helado Gótico(USA)
25. Helado que no se derrite(inspirado en los helados espaciales)
26. Helado Roll
27. Helado de Nerds
28. Helado a la plancha

- 29. Helado salado(se acompaña en las comidas)
- 30. Semifrio(se invento en el norte de Europa para el invierno)
- 31. Cafe helado
- 32. Mr.Bingsuo raspado de leche(Helado coreano)
- 33. Dippin `Dots(Helados de bolitas de nitrogeno liquido)
- 34. Helado de Acai(Brasileño)

· Genera una matriz de decisión pugh

Tabla N° 07 : Matriz De Decisión Pugh

Requisitos

Pesos

6.Helados artesanales nitrogenados

32.Dippin `Dots

25.Helado Roll

Facilidad para
la elaboración

15%

9

5

8

Tiempo requerido
para su elaboración

25%

8

6

7

Costo de
instalacion e implementacion

35%

9

7

8

Proceso de
enfriado tiene ventaja sobre método tradicional

10%

9

7

1

Cliente puede
observar todo el proceso ,elegir ingrediente base,sabor,endulzante y toppings

5%

9

6

9

Facilidad para
creación de prototipo antes de lanzamiento a mercado

10%

8

5

8

Total

8.7

6

6,8

- Selecciona la idea más atractiva
- Gráfico N° 04 : Elaboración De Helados Artesanale Nitrogenados
Instalación de Heladería especializada en la Elaboración de Helados artesanales nitrogenados

- Prototipado : construye un prototipo

Gráfico N° 05 : Técnica De Prototipado Storyboard

- Testeo
- Gráfico N° 06: Matriz Receptora De Información

Este proceso lo estamos realizando de manera visual acompañado de fotografías del proceso de elaboración de nuestro helado con enfriado con nitrógeno líquido, porque aún no podemos realizar el prototipo real de nuestro helado.

Características del producto o servicio innovador validado

Los Millennials con un estilo nuevo de vida saludable ,les gusta comer bien, vestir bien y frecuentar lugares a la moda, suelen subir a sus estados o reels y abiertos a explorar nuevas propuestas de productos o servicios que los enriquezcan a nivel cognitivo y permitan prolongar la salud tomen esta nueva opción dentro de su dieta. Y se propone como solución: Helados nitrogenado

La venta de helados ha cambiado su estigma social gracias a las nuevas percepciones que se han logrado promover se han convertido en un mercado muy competitivo, pues las nuevas tecnologías que vienen implementado empresas internacionales han generado valor agregado a los clientes no solo en cuanto al producto si no en la generación de experiencias al crear nuevas culturas de trabajo que rompen con los esquema de las organizaciones tradicionales.

Dentro de las características que generan valor agregado son:

- CALIDAD: Una heladería que brinde helados de alta calidad, que utilice productos de calidad provenientes de comunidades de producción cercanas
- PROCESO DE ENFRIADO:

 www.miambiente.com.mx | Conoce 5 beneficios de utilizar el nitrógeno como método de congelamiento en helados | Mi AmbienteMi Ambiente
<https://www.miambiente.com.mx/notas/conoce-5-beneficios-de-utilizar-el-nitrogeno-como-metodo-de-congelamiento-en-helados/>

El tiempo de congelamiento se reduce considerablemente, por lo tanto se puede tener en 90 segundos el producto deseado.

- TEMPERATURA: El nitrógeno, por la temperatura aplicada, permite que los cristales que se forman durante el proceso de enfriamiento sean más pequeños, dando como resultado una textura más suave y cremosa.
- EXPERIENCIA INNOVADORA: Es un espectáculo visual a la hora de ver cómo se prepara por la aplicación de este gas y una experiencia en el paladar a la hora de probarlo.
- PERSONALIZACIÓN: El sabor se puede personalizar instantáneamente al gusto del cliente.

A nuestra consideración todas las actividades y/o funciones mínimas y viables que se presentaron en el punto anterior, deberían ser implementadas o mostradas para su validación a corto plazo. Porque:

Porque todas las partes pertenecen a un todo. La opción que nosotros brindamos es la libre elaboración de nuestro cliente. Que ellos puedan personalizar su helado desde el tipo de base, el sabor de su helado, los acompañamiento entre topping líquidos y sólidos. y el tipo de presentación también.

Necesitamos de todas las funciones mínimas ya que pertenecen a la experiencia que debería vivir nuestro cliente obteniendo un producto novedoso, fresco y con mucho sabor ya que contiene productos naturales sin necesidad de productos químicos adicionales.

 **PI03 05 Sagara Cecilia, Cencho Jean.docx** | PI03 05 Sagara Cecilia, Cencho Jean
El documento proviene de mi grupo

Capítulo III

 **TASTE MISKY - Proyectos de Innovación Empresarial.docx** | TASTE MISKY - Proyectos de Innovación Empresarial
El documento proviene de mi grupo

Elaboración Del Modelo De Negocio

Definición de la propuesta de valor del negocio.

- Expectativas o beneficios:
Qué tenga una nueva experiencia innovadora

Que sea rápida la preparación.

Utilicen insumos saludables como dicen.

Postres saludables, que sean frescos, suaves, ligeros

Postres que sean sin exceso de azúcar, saborizantes o productos químicos añadidos

Postres light que no tengan tantas calorías

· Tares Del Cliente:

Millenials necesitan consumir postres helados saludables

Millenial necesitan consumir dulces saludables

Millenials necesitan consumir postres bajos en azúcar

Millenial necesitan consumir productos frescos

Millenials necesitan consumir productos fit que ayuden a mantener su figura

· Frustraciones del cliente:

Millenials, no saben donde comprar un helado rico y natural.

Millenials, se les complica preparar un helado fit y natural.

Millenials, no tienen los implementos y productos que se necesitan para preparar un helado fit y natural.

Millenials, tienen que salir a buscar y comprar los productos e implementos para intentar preparar el helado fit y natural.

· Expectativas o beneficios que se entregan o cumplen:

Experiencia innovadora,, hace sentir que estamos en un laboratorio al aire libre

La elaboración se realizó en cuestión de minutos

Textura ligera, suave y cremosa

· Productos y servicios:

Helados artesanales convencionales light

Helados naturales enfriados con nitrógeno líquido: postre helado elaborado con productos de calidad y saludables, hechos al momento.

Helados hechos a base de yogurt

Helados en paleta de frutas

· Aliviadores de frustraciones:

Millennials, no tendrían que complicarse para comprar y buscar los implementos e insumos para un helado fit y natural.

Millennials, no tendrían que preocuparse por cómo preparar su helado fit y natural.

Millennials, tendrían un lugar donde disfrutar su helado, cuidar su salud y cuerpo

Elaboración del modelo de negocio.

Tabla N° 08: Modelo Canvas

Socios clave

Socio capitalista.

Proveedores (insumos).

Actividades clave

Compras de insumos.

Publicidad y marketing.

Gestión de inventarios.

Elaboración de los helados.

Almacenamiento de insumos.

Valor proporcionado

CUANTITATIVO :

Tiempo de preparación: sería de 90 a 120 segundos.

Precio: sería de 5 soles por cada bola de helado.

CUALITATIVO:

Experiencia del usuario: nuestro helado se preparará en la presencia del consumidor final, manteniendo así la frescura del mismo.

Personalización: será elaborado al gusto del cliente frutos frescos, frutos secos, chocolate, bebidas alcohólicas, etc.

Relación con los clientes

Atracción de clientes, "millennial" para que puedan tener la experiencia completa.

Fidelización, a base de un programa de repetición de compra.

Personal, en donde tendremos acompañamiento personalizado desde el primer momento de la experiencia.

Clientes

DEMOGRÁFICO: Personas de género masculino y femenino, de edades entre los 25 a 40 años, del segmento económico A, B y C+.

GEOGRÁFICOS: Residentes de la ciudad de Ica y alrededores, donde el clima es caluroso casi todo el año.

PSICOGRÁFICOS: sus intereses deben ser de llevar una vida de estilo verde, que consuman alimentos fit, que cuiden su físico.

Recursos clave

Alquiler de local (punto de venta).

Equipos,máquinas.

Trámites obligatorios,(licencia de funcionamiento, Ruc, entre otros).

Canales

Nuestros canales serán propios.

Tienda física, por lo tanto tendremos nuestro propio equipo de ventas.

Redes sociales, podrán realizar los pedidos on-line para entrega en tienda o por delivery.

Costos

COSTOS FIJOS
Alquiler de local
Personal

COSTOS VARIABLES

Publicidad y Marketing

Compras de materia prima(frutas,
licores, frutos secos y más)

Compras para el embalaje y empaque

Ganancias y beneficios

La empresa genera ingresos por la venta de los helados con enfriador hidrogenado.

Tipo de helados

De frutas naturales

De variedad de licores Y

La línea light

(leche almendras, leche de coco,leche de soya

Frutos secos, semillas en general)



12

pregelecuador.com | Nitrógeno Líquido: Una Gran Innovación en el Mundo del Helado - PreGel Ecuador

<https://pregelecuador.com/nitrogeno-liquido-una-gran-innovacion-en-el-mundo-del-helado/#:~:text=En el área de los helados, este concepto,parezca ésta innovación, es un concepto muy simple.>

Cuando escucha las palabras nitrógeno líquido, su mente instantáneamente comienza a pensar en un laboratorio científico. Sin embargo, hoy en día, chefs y empresarios están introduciendo el nitrógeno líquido en un lugar conocido por todos, la cocina. Este elemento de curiosas características que a su vez es un recurso natural, se utiliza en diversas fuentes de ingresos como cócteles, crispetas y hasta postres; especialmente los postres fríos.

En el área de los helados, este concepto de fabricar helado usando nitrógeno líquido no sólo ha surgido en lugares como Europa, Estados Unidos, sino también por Latinoamérica y se considera como una de las nuevas tendencias en la industria alimenticia.

Por increíble que parezca esta innovación, es un concepto muy simple. Se trata de utilizar el nitrógeno líquido para congelar la base del helado, creando un producto final de consistencia suave y cremosa que se puede personalizar de manera instantánea al gusto del cliente.

El nitrógeno líquido es una versión incolora y sin el olor del gas de nitrógeno, que por su temperatura fría puede existir en forma líquida. Cuando se combina con una base de helado, en pocos segundos actúa como un agente de congelación y crea un helado más suave que si se usarán otros métodos tradicionales de producción.

Su textura se debe a la manera rápida en la cual se congela, ya que mientras más rápido se congele el helado, más pequeños serán los cristales de hielo. Los negocios que usan este producto, no sólo proveen algo diferente, pero a su vez, un espectáculo para el cliente. Imagínese, pedir un helado en un lugar donde el diseño es moderno, todo el equipo de producción está expuesto y su alrededor está lleno de humo, todo esto proporciona la sensación de un entorno futurista y científico.

Además de ser una tendencia completamente diferente de todo lo que hemos visto en el ámbito de postres, este concepto también tiene otras ventajas muy competitivas en la industria alimenticia. Su proceso de producción lo hace algo cautivador e innovador ya que favorece a los consumidores en términos de personalización, dado que eligen su base (por lo general una base tradicional, base de yogurt o base sin azúcar), sabor, toppings, rellenos y hasta el color. El resultado es una copa de helado personalizada a cada gusto, lo cual dejará a más de uno anonadado.

Las heladerías que han optado por utilizar el nitrógeno líquido están emergiendo en los Estados Unidos y Latinoamérica. En el 2012 en la Florida, EE.UU., Chill-N comenzó a utilizar el concepto y lo llevó a la parte científica ofreciendo un menú basado en la tabla periódica ofreciendo muchos sabores y combinaciones. En Brasil en la ciudad de Sao Paulo, Icenow Sorvetes Artesanais afirma ser la primera tienda con este concepto y de esta manera otros negocios han estado apareciendo por el Sur y otras regiones. De la misma forma, en Colombia, Nitro 7 ha sido la primera en introducir este concepto y otras franquicias internacionales han abierto sucursales por todo el país.

Ésta nueva tendencia de usar nitrógeno líquido está tomando fuerza y está creciendo tanto a nivel nacional como mundial, y está demostrando ser un negocio viable por más que en el momento de producción requiere más mano de obra. Con un aire innovador, composición natural e infinitas combinaciones de sabores, es un concepto que merece ser tomado en cuenta y aún mejor, probarlo.

MODELO CANVAS



13

sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas

<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

El modelo canvas se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial. Es un modelo "vivo", es decir, que vamos modificando según se va desarrollando, vamos validando clientes, surgen nuevas ideas.

A continuación, elaboramos el Modelo Canvas, de nuestra idea de negocio innovador:

1. Segmento De Clientes

Detectar las necesidades del mercado, del cliente. Nuestro foco siempre es el cliente y debemos orientar el producto a sus necesidades y deseos.

Demográfico: Personas de género masculino y femenino, de edades entre los 25 a 40 años, del segmento económico A, B y C+

Geográficos: Residentes de la ciudad de Ica y alrededores, donde el clima es caluroso casi todo el año

Psicográficos: sus intereses deben ser de llevar una vida de estilo verde, que

consuman alimentos fit, que cuiden su físico.

2. Propuesta De Valor



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Es la pieza clave de todo el modelo de negocio. La propuesta de valor o ventaja competitiva es el motivo por el que el cliente nos va a comprar a nosotros y no a otro. Aquí se incluye lo que hace diferente e innovador a nuestro producto/servicio.

Cuantitativo:

Tiempo de preparación: sería de 90 a 120 segundos

Precio: sería de 5 soles por cada bola de helado

Cualitativo:

Experiencia del usuario: nuestro helado se preparará en la presencia del consumidor final, manteniendo así la frescura del mismo además con la innovación al usar el nitrógeno líquido para el congelado.

Personalización: será elaborado al gusto del cliente frutos frescos, frutos secos, chocolate, café, bebidas alcohólicas, etc.

3. Relación Con Clientes



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Debemos comunicarnos correctamente con nuestros clientes y estar pendiente de ellos. Ellos son nuestro eje central, por lo que saber definir la relación que vamos a tener con cada segmento de clientes, es fundamental para el éxito de un negocio.

Atracción de clientes: "millennial" para que puedan tener la experiencia completa.

Fidelización: a base de un programa de repetición de compra.

Personal: en donde tendremos acompañamiento personalizado desde el primer momento de la experiencia.

4. Canales



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Una vez definidos nuestros clientes y la propuesta de valor que les ofrecemos, tenemos que llegar a ellos. Si no nos conocen, no nos van a comprar. Aquí vamos a definir los canales de distribución del producto o servicio.

Nuestros canales serán propios.

- Tienda física, por lo tanto, tendremos nuestro propio equipo de ventas.
- Redes sociales, podrán realizar los pedidos on-line para entrega en tienda o por delivery.
- Eventos, asistir a ferias de emprendimiento con duración de 3 días aprox.

5. Aliados Clave



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Para llevar a cabo un negocio, es imprescindible tener aliados.

Nuestros Aliados claves serán:

- El o Los socios capitalistas, ellos proporcionan el dinero para hacer realidad el proyecto.
- Los Proveedores, ellos permitirán que la empresa esté abastecida en los tiempos adecuados.

6. Actividades Clave



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Para llevar a cabo la propuesta de valor que queremos ofrecer a nuestros clientes, son necesarias ciertas actividades para preparar el producto antes de que llegue al mercado. Es decir, aquí pensamos en el core de nuestro negocio, lo que haremos en nuestro día a día.

- Compras de insumos, se realizarán las compras y pedidos en las fechas establecidas para tener orden.
- Publicidad y Marketing, se contratará un personal que se encargará de la publicidad en todas las redes.
- Gestión de inventarios, el administrador se encargará del inventario de la empresa.
- Elaboración de los helados, habrá un personal capacitado para el manejo y elaboración de helados.
- Almacenamiento de insumos, tendremos un espacio adecuado para el almacenamiento de los insumos.

7. Recursos Claves



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Conocer con qué recursos contamos y con los que debemos contar para llevar a cabo la actividad de nuestro negocio, es clave a la hora de establecer el plan de negocios. Debemos de ser cautos y prudentes a la hora de definir estos recursos.

Siempre debemos pensar en la forma de optimizarlos, es decir, intentar conseguir la máxima productividad posible al mínimo coste.

- Alquiler de local (punto de venta)
- Equipos, Máquinas
- Trámites obligatorios, (licencias, Ruc, entre otros)
- Personal capacitado

8. Estructura De Costos



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Obviamente, toda esta infraestructura tiene unos costes que debemos pagar y optimizar. Debemos definir cuáles son nuestras prioridades y los gastos fundamentales en el negocio de aquellos que no lo son.

COSTOS FIJOS

- Alquiler de local
- Pago al personal

COSTOS VARIABLES

- Publicidad y Marketing

- Compras de materia prima (frutas, licores, frutos secos y más)
 - o Compras para el embalaje y empaque
9. Flujo De Ingresos



sicreesinnovas.com | Modelo de Negocios Canvas - Revista Si crees innovas
<https://sicreesinnovas.com/modelo-de-negocios-canvas/>

Para que un negocio sea rentable y podamos sobrevivir en el mercado, tenemos que pensar ¿Cómo monetizarlo? Es decir ¿De dónde vamos a obtener la facturación?

La empresa generará ingresos por la venta de helados con enfriado de nitrógeno

Tipos de helado; tendremos 3 variedades de helados

o De frutas naturales (fresa, mango, maracuyá, aguaymanto, arándano y más)

o De variedad de licores (licor de café, pisco sour, licor de menta entre otros)

o La línea Ligth (leche almendras, leche coco, leche soya, frutos secos y más)

3.3



7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores
El documento proviene de mi grupo

Descripción del prototipo de lanzamiento.

Descripción del prototipo de baja resolución del negocio, indicando tipo de prototipo (discurso de lanzamiento, página en redes sociales, landing page, etc.)

Gráfico N° 07: Página De Redes Sociales

Gráfico N° 08 : Redes Sociales

Landing Page

Gráfico N° 09 : Landing Page

Gráfico N° 10: Landing Page

Gráfico N° 11 : Landing Page

Gráfico N° 12 : Landing Page

Gráfico N° 13 : Landing Page



7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores
El documento proviene de mi grupo

Capítulo IV

Validación Del Modelo De Negocio

Aplicación de la metodología Lean Startup

Documentación de todos los ciclos de validación de Lean Startup: Formulación las hipótesis, identificación de los indicadores clave (KPI), definición de la técnica de experimentación e instrumentos de medición. Ejecución de la técnica de experimentación, definición de lecciones aprendidas y actualización de modelo de negocio.

Validación De Actividades

1. Actividades Clave

¿Han sido las actividades previstas necesarias y suficientes para entregar la oferta de valor? Además de las actividades de producción que abarca desde la compra de insumos de calidad hasta la gestión de inventarios con un sistema de primeras entradas primeras salidas. Al ser un producto innovador vamos a reparar en el diseño como factor caballo de troya a la inversa a la hora de conquistar los paladares de nuestro público objetivo. Definitivamente la hora de entrega del producto es visual al momento de crear la conexión empresa (colaborador quien ejecuta)-cliente la performance de la creación del helado. Surgimos ante la expectativa o necesidad de comer un helado sin culpas, sin saltarnos la dieta, sin omitir la recomendación de nuestro médico. En publicidad y marketing, plataforma/red pondremos todos nuestros sentidos tal cual en la elaboración de los helados, de pronto se volvió indispensable, ser un community manager.

¿Hemos podido realizarlas adecuadamente? Hasta el momento sí. Fue complicado llegar a un acuerdo y como procedemos con el abastecimiento del insumo nitrógeno líquido aunque se superó. Realizamos varios diseños en la etapa del prototipado para saber cual es el favorito. Asimismo, las redes ayudaron en demasía para darle forma al insight descubierto.

2. Validar Recursos Clave

¿Son todos los recursos previstos necesarios y suficientes para entregar la oferta de valor? Luego de analizar el presente módulo vemos hacia falta enfatizar en el talento

humano. Nuestros empleados o colaboradores son coprotagonistas en la performance que ofreceremos, puesto que al ser un producto innovador ni no son todos o casi todos los que consuman por primera vez, necesitarán las respuestas sobre el proceso de congelamiento con nitrógeno hasta que lo prueban y es una exquisitez. El lugar donde estará ubicado el local, costo, facilidad de acceso, entre otros ha sido estudiado al detalle porque queremos captar a los de a pie además de las redes. Las máquinas que vamos a adquirir son industriales, necesitamos muchos watts de potencia para lograr uniformidad y la consistencia ideal de nuestro helado. Puesto que la magia se da en 60 segundos. Desde luego no podemos dejar de lado el cumplimiento a cabalidad de licencias, permisos, pago de impuestos que nos brindan determinadas instituciones pues garantizan el normal funcionamiento de la empresa. Asimismo, el acceso a crédito cuando cumplamos los requisitos mínimos y sea necesario como; lanzamiento de nuevo producto o ampliación de local producto del incremento de las ventas.

3. Validar Alianzas

¿Son todas las alianzas previstas necesarias y suficientes para entregar la oferta de valor? Las socias capitalistas además del aporte de capital, su conocimiento y experiencia en el negocio de helados juega a favor. Una de ellas ya tuvo experiencia previa con helado tailandés y es de mucha ayuda en cada paso que damos. Respecto a los proveedores en esta oportunidad especificaremos a los más importantes que son; el nitrógeno líquido –insumo clave para la elaboración de nuestro helado hablamos de 2 aliados clave evaluando ciertos criterios: flete, rapidez, seguridad, entre otros. Y proveedor de los insumos saludables, vamos a tener 3 aprox y continuaremos en busca de más no dependeremos de uno. La pandemia nos ha hecho tomar conciencia sobre lo que comemos, bebemos. El alimento puede ser tu medicina. Como la demanda se ha incrementado y aunque no podemos hablar de precios concertados todavía en la ciudad de Ica. Existe tiempos en los que suben los precios y pretendemos no tener que incrementar precios al consumidor final producto de ello. Aspiramos a manejar un margen de ganancia considerable. Como vamos a estar full en redes nuestro contenido será interactivo y cada cierto tiempo lanzaremos propuestas de nuevos productos y que nuevos sabores, bases, toppings les gustaría. Con la finalidad de crear una comunidad de SubZero Lovers que se convierta en socio clave para retroalimentar durante las diversas etapas de nuestro emprendimiento.

¿Es muy débil nuestro poder de negociación con los aliados? Con los aliados actuales por el lado de las socias es fuerte. Están a disposición de lo que se presente y con ganas de despegue y crecer, crecer. En los proveedores si manejaremos varios por un tema de precios, calidad nivel de cumplimiento en los pedidos que realicemos. Y la comunidad de SubZero Lovers si iremos con cuidado porque es relativo nada absoluto más cuando se trabaja el engagement por redes.

4. Consolidar Los Costos

¿Cuál ha sido su costo real, incluyendo los conceptos en que hemos incurrido para poder llevar nuestra oferta de valor a nuestros clientes? Nuestra estructura de costos está enfocada según el valor que el insight espera obtener al comer el helado nitrogenado. Por lo que, nos enfocamos en obtener insumos de calidad, ambiente acogedor con estilo industrial, el personal uniformado aunque siempre destilando su estilo peculiar. Desde luego contaremos con costos fijos como; sueldos personal, alquiler. Costos variables como las compras de insumos, empaques, embalajes. La inversión en publicidad y marketing. Las redes aunque primero será orgánica pronto pasaremos a pagada o coexistieron ambas según el tipo de red social y la tendencia que marque la pauta. A medida vayamos creciendo y nuestra cartera de clientes se afiance esperamos llegar a un nivel de economía de escala y el margen de utilidad sea mayor. En su defecto hablamos de economías de campo por cuanto utilizaremos los mismos canales y actividades para el desarrollo de un nuevo producto.

5. Oferta De Valor

Se recomienda que el cliente interactúe con el prototipo con la menor inducción posible. A partir de esa interacción, completamos la malla receptora de información y tendremos el valor de nuestros indicadores y criterios de éxito. Cuando el público objetivo interactúa con el prototipo. Lo consumía no pudo evitar compararlo a otros helados en base a crema de leche. La sensación ligera después de comerlo nos cautiva. El nitrógeno líquido insumo clave a permitido crear bases de agua, leche, licor y otros. Es un producto novedoso, otra forma de elaborar el postre más solicitado en el mundo entero. La personalización en la elección de bases, toppings más allá de los clásicos es fundamental en la creación de valor. La rapidez en la preparación ha sido un reto, practicar hasta llegar al promedio de segundos ideal. El diseño acorde al producto esperado por el insight.

6. Segmento De Cliente

La percepción del valor que aporta la solución para el cliente, el precio que está dispuesto a pagar el cliente. El interés y relación con los canales que señala el cliente. El segmento del cliente al que nos dirigimos es un mercado segmentado. Por cuanto, nuestro objetivo es captar la atención e intención de compra de los Millennials en su mayoría seguidos de los Centennials. Ambos coexisten como público objetivo con ligeras diferencias. Con la pandemia la tendencia de llevar un estilo de vida saludable incentivó la búsqueda de estas generaciones opciones alternativas a las ya existentes en el mercado dando pie a productos novedosos como el helado nitrogenado.

7. Canales

El tipo de canal elegido es el propio al tratarse de un producto físico el cual requiere se generen la mayor cantidad de experiencias y sensaciones positivas en el punto de venta o a través de las redes. El TikTok por los Centennials e Instagram, Facebook, Pagina Web por los Millennials. En ambos casos whatsapp. Segmentos que consumen sin falta productos, servicios, información, trabajo, compra-venta por estos medios digitales. En el análisis del arquetipo de cliente se evidencia su hábito e interés en plataformas para tomar una decisión de compra.

8. Relaciones Con Los Clientes

¿Las relaciones establecidas nos permiten captar, retener y aumentar las ventas? La relación de cliente elegida está basada en la fidelización a través de una asistencia personal que se da por default puesto que, el concepto es como el de un restaurante con cocina abierta. El cliente nos acompañará en la elaboración de su helado desde el momento en que elige en la carta la presentación, la base, el sabor, los toppings. Aunque todo lo tendremos líquido por un tema de conseguir rapidez en el servicio y un resultado más prolijo a la hora de mezclar los ingredientes. Un vidrio transparente es lo único que nos va a separar de nuestros clientes. Quienes podrán ver y sentir esa sensación de estar de pronto en una especie de laboratorio al aire libre. Este tipo de relaciones si causan impacto positivo en la proyección de ventas. A través de los canales elegidos o que más utilizan los insights impulsaremos la creación de comunidades o SubZero lovers en las que prevalezca el compartir experiencias sobre el producto entre otros.

9. Ingresos

Los ingresos que obtendremos serán producto de la venta de helados en sus diversos tamaños, sabores, bases y toppings. Por cada elección se recargará con 1 o 2 soles al costo inicial. Las ventas se realizan de lunes a domingo. El costo aproximado de cada bola oscila entre 5 a 7 soles.

Tabla 9: Canvas validado

Socios clave
Socio capitalista.
Proveedores Nitrógeno Líquido
Proveedores Insumos saludables
Comunidades de SubZero Lovers

Actividades clave

Compras de insumos.

Publicidad y marketing.

Gestión de inventarios.

Elaboración de los helados.

Almacenamiento de insumos.

Valor proporcionado

Cuantitativo :Tiempo de preparación: sería de 90 a 120 segundos.

Precio: sería de 5 soles por cada bola de helado.

Cualitativo:

Experiencia del usuario: nuestro helado se preparará en la presencia del consumidor final, manteniendo así la frescura del mismo.

Personalización: será elaborado al gusto del cliente frutos frescos, frutos secos, chocolate, bebidas alcohólicas, etc.

El diseño

Relación con los clientes

Atracción de clientes, "millennial" para que puedan tener la experiencia completa.

Fidelización, a base de un programa de repetición de compra.

Personal, en donde tendremos acompañamiento personalizado desde el primer momento de la experiencia.

Clientes

Demográfico: Personas de género masculino y femenino, de edades entre los 25 a 40 años, del segmento económico A, B y C+.

Geográficos: Residentes de la ciudad de Ica y alrededores, donde el clima es caluroso casi todo el año.

Psicográficos: sus intereses deben ser de llevar una vida de estilo verde, que consuman alimentos fit, que cuiden su físico.

Generacion:Millenials y Centennials

Recursos clave

Alquiler de local (punto de venta).

Equipos,máquinas.

Trámites obligatorios,(licencia de funcionamiento, Ruc, entre otros).

Talento humano

Banca

Canales

Nuestros canales serán propios.

Tienda física, por lo tanto tendremos nuestro propio equipo de ventas.

Redes sociales, podrán realizar los pedidos on-line para entrega en tienda o por delivery.

· Identificación de los indicadores claves (KPIS)

· Retención del cliente como métrica:

Cantidad de likes de nuestra página de facebook

Número de pedidos de información

· Opción de compra

Total de visitas a nuestra página web

Número de pedidos de información

· Aceptación

Total de nuestro tamaño de muestra

Número de personas que consideraron comprar nuestro producto

· Proyección de la rotación del consumo promedio

Total de nuestro tamaño de la muestra

Total de cada modelo de rotación

· Proyección de la venta promedio

Total de nuestro tamaño de la muestra

Total de opciones de compra de nuestra muestra* 8 soles

· Definición de la técnica de experimentación

Con esta técnica de recolección de datos que vamos a utilizar, va a dar lugar a mantener un contacto con las unidades de observación (en este caso con nuestros posibles consumidores finales) por medio de cuestionarios.

· Instrumentos de medición

Nuestra encuesta es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el cuál recopilamos datos mediante el cuestionario previamente diseñado, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información ya sea para entregarlo en forma de gráfica o tabla.

Primero estableceremos nuestra población:

Tabla 10: Población de la Ciudad de Ica del 2007 al 2017

En total, hemos tomado como población total: 381 358 personas de la ciudad de Ica, pertenecientes al género femenino y masculino, edades comprendidas entre los 25 a 45 años.

Utilizando un total de confianza 95% y con un margen de error del 5%, nuestro tamaño de muestra es de 384 personas.

· Modelo De Encuesta Aplicada A La Idea De Negocio:

Apreciación Sobre Heladería Con Nitrógeno Líquido

1.- Sexo

a) Masculino

b) Femenino

2.- Nos podrás especificar tu edad:

a) 20 - 25 años

b) 25 - 30 años

c) 30 - 35 años

d) 35 - 40 años

e) Más de 40 años

3.- Ud. ¿Consume helado con regularidad?

a) Si

b) No

c) Chocolate

d) Maracuyá

e) Mango

f) Otros _____

7.- ¿Cuál es su presentación favorita?

a) 1 bolas

b) Dos bolas

c) ½ Litro

d) 1 Litro

8.- Si, le dijeran que hay una nueva forma de elaborar helado artesanal. Enfriado al momento con nitrógeno líquido, con menos cristales de hielo y súper cremoso. Hecho que nos permite elaborarlos sin preservantes o productos químicos añadidos ¿Se animaría a probarlo y ser parte del piloto ?

a) Si

b) No

9.- ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por este helado? Presentación en cono con una bola

a) 5 - 8 soles

b) 8 - 10 soles

c) más de 10 soles

10.- ¿ Te gustaría poder añadir topping a tu helado?

a) Si

b) No

11.- Coméntanos qué toppings te gustaría ver en la carta

a) Pecana

b) Almendras

c) Coco

d) Otros _____

12.- ¿Qué características le parece lo más importante para la atención al cliente? Donde 1 es Nada importante y 5 es Muy importante

a) Vocación de servicio ()

b) Rapidez en los servicios ()

c) Trato amable ()

d) Correctamente uniformados ()

e) Brindan información clara ()

13.- ¿Cuál es su método de pago que usualmente maneja?

a) Efectivo

b) Aplicaciones: plin/ yape/ tunki

Tarjeta de crédito o débito4.- ¿ Con qué frecuencia come helado?

a) Una vez al mes

- b) Una vez cada quince días
- c) Una vez a la semana
- d) Más de dos veces a la semana
- e) Ninguna de las anteriores

5.- A continuación, empezaremos con preguntas sobre gusto y preferencias. Si le dieran a escoger, la base de helado. ¿Cuál sería su favorita?

- a) Agua
- b) Leche de vaca
- c) Leche de coco
- d) Leche de almendras

6.- ¿Qué sabor prefiere para su helado?

- a) Fresa
- c)

· Ejecución de la técnica de experimentación

Tabla 11: Tabulación pregunta N° 1

Nos podrías especificar tu género

Cantidad
%

Masculino

55
79.71

Femenino

14
20.29

TOTAL

69
100

Tabla 12: Tabulación pregunta N° 2

Nos podrías especificar tu edad

Cantidad
%

20 a 25 años

11
15.94

25 a 30 años

21
30.43

30 a 35 años

13
18.84

35 a 40 años

12
17.39

Más de 40 años

12
17.39

TOTAL

69
100

Tabla 13: Tabulación pregunta N° 3

Ud. ¿Consume helado con regularidad?

Cantidad
%

Si

51
73.91

No

18
26.09

TOTAL

69
100

Tabla 14: Tabulación pregunta N° 4

¿Con que frecuencia come helado?

Cantidad

%

Más de dos veces a la semana

11

15.94

Una vez a la semana

21

30.43

Una vez cada quince días

21

30.43

Una vez al mes

16

23.19

TOTAL

69

100

Tabla 15: Tabulación pregunta N° 5

A continuación, empezaremos con preguntas sobre gusto y preferencias. Si le dieran a escoger, la base de helado. ¿Cuál sería su favorita?

Cantidad

%

Leche de almendras

15

21.74

Leche de vaca

23

33.33

Leche de coco

15

21.74

Leche de coco, Leche de almendras

3

4.35

Leche de vaca, Leche de almendras

3

4.35

Leche de vaca, Leche de coco

1

1.45

Leche de vaca, Leche de coco, Leche de almendras

1

1.45

Ninguna de las anteriores

4

5.80

Agua

4

5.80

TOTAL

69

100

Tabla 16: Tabulación pregunta N° 6

¿Qué sabor prefiere para su helado?

Cantidad

%

Fresa

10

14.49

Maracuyá

10	14.49
Mango	
5	7.25
Limón	
14	20.29
Chocolate	
12	17.39
Lúcuma	
13	18.84
Chocochip	
2	2.90
Limón con hierba buena	
3	4.35
TOTAL	
69	
100	

Tabla 17: Tabulación pregunta N° 7

¿Cuál es su presentación favorita?	Cantidad	%
1 bola	3	4.35
2 bolas	52	75.36
3 bolas	0	0.00
1/2 litro	2	2.90
1 litro	12	17.39
TOTAL	69	100

Tabla 18: Tabulación pregunta N° 8

¿Se animaría a probarlo y ser parte del piloto ?	Cantidad	%
SI	67	97.10
NO	2	2.90
TOTAL	69	100

Tabla 19: Tabulación pregunta N° 9

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por este helado? Presentación en cono con una bola	Cantidad	%
De 3 a 5 soles	42	60.87
De 5 soles a 8 soles	26	37.68
Más de 8 soles	1	1.45
TOTAL	69	100

Tabla 20: Tabulación pregunta N° 10

Le gustaría añadir topping	Cantidad	%
Si	55	79.71
No	14	20.29
TOTAL	69	100

Tabla 21: Tabulación pregunta N° 11

Especificar topping	Cantidad	%
Pecana	21	30.43
Chispas de chocolate	16	23.19
Caju	1	1.45
Almendra	31	44.93
TOTAL	69	100

Tabla 22: Tabulación pregunta N° 12

Vocación de servicio	Cantidad	%
----------------------	----------	---

1
1
1.45
2
3
4.35
3
17
24.64
4
18
26.09
5
30
43.48
TOTAL
69
100

Tabla 23: Tabulación pregunta N° 12

Rapidez en los servicios
Cantidad
%

1
1
1.45
2
4
5.80
3
17
24.64
4
16
23.19
5
31
44.93
TOTAL
69
100

Tabla 24: Tabulación pregunta N° 12

Trato amable
Cantidad
%

1
3
4.35
2
1
1.45
3
17
24.64
4
16
23.19
5
32
46.38

TOTAL
69
100

Tabla 25: Tabulación pregunta N° 12

Correctamente uniformados
Cantidad
%

1
5
7.25

2
9
13.04

3
18
26.09

4
17
24.64

5
20
28.99

TOTAL
69
100

Tabla 26: Tabulación pregunta N° 12

Brinda información clara
Cantidad
%

1
1
1.45

2
2
2.90

3
16
23.19

4
19
27.54

5
31
44.93

TOTAL
69
100

Tabla 27: Tabulación pregunta N° 13

¿Cuál es su método de pago que usualmente maneja?
Cantidad
%

Pago en efectivo
29
42.03

Pago con tarjeta débito/crédito
22
31.88

Pago por aplicaciones: yape, plim
18

26.09

TOTAL

69

100

24

7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores

El documento proviene de mi grupo

Descripción del modelo de negocio validado

Descripción detallada del modelo de negocio actualizado, incluyendo detalles y evidencias de la realización de Concierge MVP.

Estuvimos debatiendo qué sería mejor una página web o un landing page considerando que es un producto innovador y nos decidimos por la última.

Gráfico 14: Fluyer publicitario

Como un enganche tipo así y luego se presentan dos situaciones para no hacerla larga:compran o solo se inscribieron y nada más.Aunque si dejaron sus datos en la web teléfono o correo. Los tenemos por decirlo de alguna forma en nuestra base.

Gráfico 15: Página web

Gráfico 16 : Base de datos

Asimismo,tendremos presencia en facebook,instagram dirigido a los Millenials, TikTok a los Centenials y Whatsapp y Marketplace para el cierre de compras en ambas generaciones.

25

PASTELES SALUDABLES DISEÑOS Y SABORES.docx | PASTELES SALUDABLES DISEÑOS Y SABORES

El documento proviene de mi grupo

Capítulo V

26

G12 - GOOD LIFE.docx | G12 - GOOD LIFE

El documento proviene de mi grupo

Análisis de la rentabilidad

27

7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores

El documento proviene de mi grupo

Estimación del tamaño del mercado, demanda proyectada y proyección de ingresos.

· Demanda proyectada

Tabla 28: Proyección de la producción

Tabla 29: Proyección de la Producción en un horizonte de 5 años

Tabla 30: Porcentaje de participación de productos

· Proyección de ingresos

Tabla 31: Proyección de ventas anual



7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores

♥ El documento proviene de mi grupo

Determinación de las necesidades de inversión y financiamiento

Sustento del cálculo de los costos de arranque y cálculo de necesidades de inversión y financiamiento.

· Costos de arranque

Tabla 32: Costos de arranque

· Necesidad de inversión y financiamiento

Tabla 33: Estructura del financiamiento

Gráfico 17: Estructura de financiamiento

· Financiamiento

Tabla 34: Estructura del financiamiento 2

Tabla 35: Financiamiento del crédito



7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores

♥ El documento proviene de mi grupo

Estimación de costos, clasificación de costos en fijos y variables. Determinación del punto de equilibrio.

Cálculo de punto de equilibrio considerando los costos fijos y costos variables

Tabla 36: Costos fijos

Costo Variables:

Tabla 37: Producto 1: Helados de Fresa

Tabla 38: Producto 2: Helado de Lúcumá

Tabla 39: Producto 3: Helado de Limón con hierbabuena

Tabla 40: Producto 4: Helado de chocolate

Tabla 41: Producto 5: Helado de oreo

 **7. App para emprendedores.docx** | 7. App para emprendedores
El documento proviene de mi grupo

Flujo de caja proyectado

Sustenta la proyección del flujo de caja de su negocio basándose en los resultados de su Concierge MVP y/o los instrumentos de validación con los clientes.

· Flujo de caja proyectado

Tabla 42: Flujo de caja proyectado

Gráfico 18: Comportamiento del Capital de Trabajo

Definición de meta

Tabla 43: Proyección de ventas mensuales

Evaluación económica y financiera. Cálculo de VAN y TIR.

Tabla 44: Estado de Resultados

Gráfico 19 : Ingresos y Utilidades

Tabla 45: Flujo de Caja económico

Gráfico 20 : Ingresos vs Flujo de Caja económico

Tabla 46: Flujo de caja financiero

Tabla 47: Indicadores de evaluación

Conclusiones y recomendaciones

El estudio de mercado realizado nos ha demostrado que si existe la demanda hacia el helado nitrogenado en la ciudad de Ica. Concluimos que el 97.10% si está dispuesto a probar y comprar este producto innovador.

Debido a que nuestro producto está dirigido al nivel socioeconómico A,B y C+.Se determinó existan varias presentaciones a fin de no sacrificar calidad del helado.Considerando nuestro insumo estrella es el nitrógeno líquido que nos permite menos cristalización y un congelamiento más rápido.

Se decidió ubicar el local en la Av.San Martin debido a que se encuentra el centro hipotecario de la ciudad ,existe mucha variedad de emprendimientos,es céntrico,alto tránsito vehicular y peatonal.

Se requiere una inversión inicial de s/.50.856.69 soles se considera nivel promedio. El proyecto demuestra que es rentable ya que cuenta con sus índices favorables,una TIR económica de 156.92% y una VAN de s/.273,538.20 soles.Es un resultado bastante atractivo para el equipo.El Van es positivo.

Las ventas tienen un incremento constante de 0.08% aprox entre año y año.En un horizonte de 5 años propuesto. Finalmente,concluimos que la instalación de la heladería artesanal con congelamiento de nitrógeno líquido es económica,financiera,social factible.

Ica es una ciudad en desarrollo. El sector agrícola ,pesquero,inmobiliario,financiero ha sentado las bases de nuestra economía originando gire en torno a ellos diversas actividades que caen por default.Y lo convierten en un mercado atractivo. Aún con la pandemia continuamos cuesta arriba.Nuevos emprendimientos,algunos cambiaron,evolucionaron,diversificaron,se concentraron.Es una gran oportunidad para los helados nitrogenados.

El helado nitrogenado con su carácter de producto innovador va a ir de la mano con un plan de marketing que enfatiza lo excepcional,personalizado aspectos de alto valor para el insight.

Si el primer año logramos tener el éxito esperado nos interesa franquiciar a fin de tener mayor cobertura en Ica Region.Aprovechar somos pioneros por estos lares.Acompañado desde luego de una proyección económica financiera para determinar costo de oportunidad,plan de marketing,plan operativo,entre otros.

image1.jpeg

 **31** LABORATORIO 6 AVANCE 1º SEMANA DE AGOSTO ana toledo.docx | LABORATORIO 6 AVANCE 1º SEMANA DE AGOSTO ana toledo
El documento proviene de mi grupo

image2.jpg

 **32** 7. App para emprendedores.docx | 7. App para emprendedores
El documento proviene de mi grupo

image3.png

image4.png

image5.png

image6.png

image7.png

image8.png

image9.png

image10.png

image11.png

image12.png

image13.jpg

image14.png

image15.png

image16.png

image17.png

image18.png

image19.png

image20.png

image21.png

image22.png

33

PROYECTO MERMELADA DE PITAHAYA-2023.docx | PROYECTO MERMELADA DE PITAHAYA-2023

El documento proviene de mi grupo

image23.png

image24.png

image25.png

image26.png

image27.png

image28.png

image29.png

34

A2 - INTERBANK - COVEÑAS - SILVA.docx | A2 - INTERBANK - COVEÑAS - SILVA

El documento proviene de mi grupo

image30.png

image31.png

image32.png

image33.png

image34.png

image35.png

image36.png

image37.png

image38.png

image39.png

image40.png

image41.png

image42.png

image43.png

image44.png

image45.png

image46.png

image47.png

image48.png

35

PROYECTO DE TESIS - Heladeria Artesanal (1).docx | PROYECTO DE TESIS - Heladeria Artesanal (1)

El documento proviene de mi grupo

image49.png

image50.png

image51.png

image52.png

image53.png

image54.png

image55.png

image56.png

image57.png

image58.png

image59.png

image60.png

image61.png

image62.png