

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y**  
**FINANCIERAS**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MATERIA:**  
**TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II (ADM-599)**



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y**  
**COMERCIALIZACIÓN DE GOMITAS NUTRITIVAS A BASE DE**  
**COLÁGENO PARA PERROS”**

**Presentado por:**

**ELIZABETH PUMA RODRIGUEZ**

**DOCENTE GUÍA: ALEMÁN CASTILLO ROXANA**

Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA «JUAN MISAEL SARACHO», como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**TARIJA - BOLIVIA**

**2025**

**V°B°**

---

PhD. Lic. Roxana Alemán Castillo

**DOCENTE GUÍA**

---

MSc. Lic. Paul Antonio Bejarano Carrasco

**DECANO DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
FINANCIERAS**

MSc. Lic. Víctor Jhon Vaca Jerez

**VICEDECANO DE LA FACULTAD  
DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
FINANCIERAS**

---

MSc. Lic. Luis Enrique Gutiérrez Pérez

**DIRECTOR DE LA  
CARRERA DE  
ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**APROBADO POR:**

---

Lic. Romero Román Victor Hugo

**DOCENTE TRIBUNAL**

---

Lic. Flores Rivera Hernan

**DOCENTE TRIBUNAL**

### **Agradecimiento:**

Mi más profundo agradecimiento, en primer lugar, a Dios, por brindarme la fortaleza, la salud y la guía espiritual para culminar este importante proyecto. Agradezco de corazón a mis docentes, en especial a mi tutora Lic. Roxana Alemán, por su invaluable orientación académica y paciencia. A mi familia, mi pilar fundamental, gracias por su amor incondicional y por creer en mí en todo momento. Finalmente, a mis amigos, por su aliento constante y por hacer este camino más ligero. A todos ustedes, gracias infinitas.

**Dedicatoria:**

A mis padres y hermanas por ser mi cimiento y mi inspiración desde el primer día.

A Cristhian, mi compañero de vida, por su paciencia infinita. Y a mí hijo, Eydhan, el motor de mis sueños y la luz que me impulsó a llegar hasta la meta.

**Pensamiento:**

"La mejor manera de predecir el futuro es crearlo."

***Peter Drucker***

## INDICE DE CONTENIDO

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>                                 | <b>17</b> |
| 1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....                          | 17        |
| 1.1.1 Planteamiento del problema.....                       | 17        |
| 1.1.2 Formulación del problema .....                        | 18        |
| 1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....                     | 18        |
| 1.2.1 Objetivo General.....                                 | 18        |
| 1.2.2 Objetivos Específicos.....                            | 18        |
| 1.3 NECESIDADES PERCIBIDAS A SER SATISFECHAS .....          | 19        |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN.....                                      | 20        |
| 1.4.1 Justificación Práctica .....                          | 20        |
| 1.4.2 Justificación Social .....                            | 20        |
| 1.4.3 Justificación científica .....                        | 20        |
| 1.5 MARCO METODOLÓGICO .....                                | 21        |
| 1.5.1 Nivel de Investigación .....                          | 21        |
| 1.5.2 Diseño de la Investigación .....                      | 21        |
| 1.5.3 Tipo de Investigación.....                            | 22        |
| <b>2. ANÁLISIS DEL ÁMBITO O CONTEXTO DEL NEGOCIO .....</b>  | <b>24</b> |
| 2.1 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO DEL NEGOCIO.....             | 24        |
| 2.1.1 Factor Político.....                                  | 24        |
| 2.1.2 Factor Económico .....                                | 25        |
| 2.1.3 Factor Demográfico Social .....                       | 25        |
| 2.1.4 Factor Tecnológico .....                              | 25        |
| 2.1.5 Factor Ecológico y Medio Ambiental .....              | 25        |
| 2.1.6 Legal .....                                           | 26        |
| 2.1.7 Matriz de impacto Del análisis de macro entorno.....  | 26        |
| 2.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL NEGOCIO .....             | 27        |
| 2.2.1 Rivalidad entre Competidores Existentes .....         | 27        |
| 2.2.2 Amenaza de Nuevos Competidores .....                  | 28        |
| 2.2.3 Poder de Negociación de los Proveedores .....         | 28        |
| 2.2.4 Poder de Negociación de los Clientes .....            | 29        |
| 2.2.5 Amenaza de Productos Sustitutos .....                 | 29        |
| 2.2.6 Matriz de impacto del análisis de micro entorno ..... | 30        |

|           |                                                                                    |           |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3       | Matriz FODA .....                                                                  | 30        |
| <b>3.</b> | <b>INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....</b>                                               | <b>33</b> |
| 3.1       | Planteamiento del Problema de Investigación de Mercado .....                       | 33        |
| 3.1.1     | Definición y Formulación del Problema de Investigación de Mercado .....            | 33        |
| 3.1.2     | Problema de Decisión Gerencial o Administrativa .....                              | 33        |
| 3.1.3     | Formulación del Problema de Investigación de Mercados .....                        | 34        |
| 3.1.4     | Componentes Específicos del Problema de Investigación de Mercado .....             | 34        |
| 3.1.5     | Preguntas de Investigación de Mercados .....                                       | 35        |
| 3.1.6     | Formulación de la Hipótesis de Investigación .....                                 | 35        |
| 3.1.7     | Objetivos de la Investigación de Mercados .....                                    | 35        |
| 3.1.8     | Metodología de la Investigación de Mercado .....                                   | 36        |
| 3.2       | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....                                       | 36        |
| 3.2.1     | Determinación de la Población y el Tamaño de la Muestra .....                      | 37        |
| 3.2.2     | Presentación y Análisis de Resultados .....                                        | 38        |
| 3.2.3     | Técnica de Muestreo .....                                                          | 55        |
| 3.2.4     | El cuestionario .....                                                              | 55        |
| 3.2.5     | Confiabilidad del instrumento de recolección de datos .....                        | 55        |
| 3.2.6     | Cruce de variables .....                                                           | 56        |
| 3.2.7     | Pruebas estadísticas de hipótesis .....                                            | 56        |
| 3.2.8     | Conclusión de la Investigación de Mercados .....                                   | 59        |
| 3.2.9     | Estimación de la Demanda en el Año Cero y la Tasa de Crecimiento de la Demanda ... | 60        |
| 3.3       | PLAN DE MARKETING .....                                                            | 62        |
| 3.3.1     | Objetivos del Plan Marketing .....                                                 | 62        |
| 3.3.2     | Mercado Objetivo .....                                                             | 63        |
| 3.3.3     | Segmentación de Mercado .....                                                      | 63        |
| 3.3.4     | Arquetipo de Cliente .....                                                         | 64        |
| 3.3.5     | Marketing Mix Estratégico .....                                                    | 64        |
| 3.3.6     | Costos de Marketing .....                                                          | 70        |
| <b>4.</b> | <b>PLAN DE OPERACIONES.....</b>                                                    | <b>72</b> |
| 4.1       | OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES.....                                             | 72        |
| 4.2       | INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....                                                       | 72        |
| 4.2.1     | Diseño y Especificaciones del Producto .....                                       | 72        |
| 4.3       | PROCESO DE PRODUCCIÓN.....                                                         | 75        |
| 4.3.1     | Estrategia del Tipo de Proceso.....                                                | 75        |

|           |                                                 |            |
|-----------|-------------------------------------------------|------------|
| 4.3.2     | Diagrama del Proceso .....                      | 75         |
| 4.4       | EQUIPOS Y MATERIALES .....                      | 77         |
| 4.5       | MATERIA PRIMA .....                             | 81         |
| 4.6       | CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN .....                   | 82         |
| 4.7       | LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....                  | 85         |
| 4.8       | DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....        | 86         |
| 4.9       | CONTROL DE CALIDAD.....                         | 88         |
| 4.9.1     | Estándares de calidad.....                      | 88         |
| 4.9.2     | Procedimientos de control.....                  | 89         |
| 4.9.3     | Costos Calculados del Plan de Operaciones ..... | 89         |
| <b>5.</b> | <b>PLAN ORGANIZACIONAL .....</b>                | <b>92</b>  |
| 5.1       | OBJETIVOS DEL PLAN DE ORGANIZACIÓN.....         | 92         |
| 5.2       | MARCO DE FUNCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....       | 93         |
| 5.2.1     | Misión .....                                    | 93         |
| 5.2.2     | Visión.....                                     | 93         |
| 5.2.3     | Valores .....                                   | 93         |
| 5.3       | DISEÑO ORGANIZACIONAL .....                     | 93         |
| 5.3.1     | Organigrama Funcional .....                     | 94         |
| 5.3.2     | Manual de Funciones .....                       | 95         |
| 5.4       | RECLUTAMIENTO .....                             | 100        |
| 5.4.1     | Medios de reclutamiento.....                    | 100        |
| 5.4.2     | Convocatorias de reclutamiento.....             | 100        |
| 5.5       | EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO .....                  | 101        |
| 5.5.1     | Métodos de evaluación .....                     | 101        |
| 5.6       | ASPECTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN.....           | 101        |
| 5.6.1     | Obligaciones Fiscales y Sanitarias .....        | 101        |
| 5.6.2     | Costos Organizacionales.....                    | 104        |
| <b>6.</b> | <b>PLAN FINANCIERO.....</b>                     | <b>106</b> |
| 6.1       | OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO .....             | 106        |
| 6.1.1     | Objetivos Específicos.....                      | 106        |
| 6.2       | CAPITAL DE INVERSIÓN .....                      | 106        |
| 6.2.1     | Inversión de Activos Fijos .....                | 107        |
| 6.2.2     | Inversión de Activos Diferidos .....            | 109        |
| 6.2.3     | Inversión de Activos Corrientes.....            | 109        |



|        |                                                            |     |
|--------|------------------------------------------------------------|-----|
| 6.2.4  | Importe Base para el CF-IVA del Capital de Inversión ..... | 110 |
| 6.2.5  | Depreciación de Activos Fijos .....                        | 111 |
| 6.3    | ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....              | 112 |
| 6.3.1  | Amortización del Crédito.....                              | 112 |
| 6.4    | ESTRUCTURA DE COSTOS .....                                 | 113 |
| 6.4.1  | Costos Fijos.....                                          | 113 |
| 6.4.2  | Costos Variables .....                                     | 118 |
| 6.4.3  | Costo Total y Unitario .....                               | 124 |
| 6.4.4  | Costos Anuales Proyectados .....                           | 125 |
| 6.4.5  | Estructura del Capital de Trabajo.....                     | 127 |
| 6.5    | DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA .....                    | 127 |
| 6.5.1  | Precio con y sin Factura .....                             | 127 |
| 6.6    | PUNTO DE EQUILIBRIO FISICO Y MONETARIO .....               | 128 |
| 6.6.1  | Punto de equilibrio en unidades monetarias.....            | 129 |
| 6.6.2  | Punto de Equilibrio en unidades físicas .....              | 129 |
| 6.7    | INGRESOS PROYECTADOS .....                                 | 130 |
| 6.8    | GESTIÓN IMPOSITIVA DEL NEGOCIO .....                       | 131 |
| 6.9    | BALANCE DE APERTURA.....                                   | 132 |
| 6.10   | FLUJOS DE CAJA .....                                       | 133 |
| 6.10.1 | Flujo de Caja Económico.....                               | 134 |
| 6.11   | INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO .....                | 136 |
| 6.11.1 | Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) .....           | 136 |
| 6.11.2 | El VAN (Valor Actual Neto) .....                           | 139 |
| 6.11.3 | La TIR (Tasa Interna de Retorno).....                      | 139 |
| 6.11.4 | El IR (Índice de Rentabilidad) .....                       | 140 |
| 6.11.5 | El PRI (Período de Recuperación de la Inversión) .....     | 140 |
| 6.11.6 | Apalancamiento Operativo y Financiero del Proyecto .....   | 141 |
| 6.12   | ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO .....                 | 145 |
| 6.12.1 | Cuando el Precio se Modifica .....                         | 145 |
| 6.12.2 | Cuando la Inversión Cambia .....                           | 146 |
| 6.12.3 | Cuando los Costos se Modifican.....                        | 147 |
| 6.12.4 | Conclusiones del Análisis de Sensibilidad.....             | 147 |
| 6.13   | SÍNTESIS DEL PLAN FINANCIERO.....                          | 148 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 7. BIBLIOGRAFÍA..... | 150 |
| 8. ANEXOS.....       | 153 |

## INDICE DE TABLAS

|                                                                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1 Resumen del análisis del macro entorno.....                                                                                                                     | 26 |
| Tabla 2 Resumen del análisis del micro entorno.....                                                                                                                     | 30 |
| Tabla 3 Matriz FODA del negocio “GOMITAS PET” .....                                                                                                                     | 31 |
| Tabla 4 Distribución de respuestas a la pregunta 1: Género de los encuestados.....                                                                                      | 39 |
| Tabla 5 Distribución de respuestas a la pregunta 2: Rango de edad.....                                                                                                  | 40 |
| Tabla 6 Distribución de respuestas a la pregunta 3: Lugar de residencia (por distritos) .....                                                                           | 41 |
| Tabla 7 Distribución de respuestas a la pregunta 4: Número de perros que posee.....                                                                                     | 42 |
| Tabla 8 Distribución de respuestas a la pregunta 5: Tipo de productos que compra con mayor<br>frecuencia para su perro. ....                                            | 43 |
| Tabla 9 Distribución de respuestas a la pregunta 6: Factores que influyen en la compra de productos<br>para su perro.....                                               | 44 |
| Tabla 10 Distribución de respuestas a la pregunta 7: Lugar habitual de compra de productos para su<br>perro.....                                                        | 45 |
| Tabla 11 Distribución de respuestas a la pregunta 8: Frecuencia de administración de suplementos<br>nutricionales a su perro.....                                       | 46 |
| Tabla 12 Distribución de respuestas a la pregunta 9: Conocimiento sobre el colágeno y sus beneficios<br>para perros.....                                                | 47 |
| Tabla 13 Distribución de respuestas a la pregunta 10: Utilidad percibida de las gomitas de colágeno<br>para perros.....                                                 | 48 |
| Tabla 14 Distribución de respuestas a la pregunta 11: Beneficios esperados de las gomitas de colágeno<br>.....                                                          | 49 |
| Tabla 15 Distribución de respuestas a la pregunta 12: Presentación preferida de las gomitas de<br>colágeno.....                                                         | 50 |
| Tabla 16 Distribución de respuestas a la pregunta 13: Interés en probar las gomitas de colágeno .....                                                                   | 51 |
| Tabla 17 Distribución de respuestas a la pregunta 14: Precio dispuesto a pagar por empaque de<br>gomitas .....                                                          | 52 |
| Tabla 18 Distribución de respuestas a la pregunta 15: Red social utilizada para informarse sobre<br>productos.....                                                      | 53 |
| Tabla 19 Distribución de respuestas a la pregunta 16: Fuente de confianza para recomendaciones<br>sobre su perro.....                                                   | 54 |
| Tabla 20 Prueba de Chi Cuadrado de Person.....                                                                                                                          | 57 |
| Tabla 21 Prueba de V de Cramer.....                                                                                                                                     | 58 |
| Tabla 22 Estimación de la demanda mediante el método de ratios en cadena, partiendo de inferencias<br>en la población objetivo con los resultados del cuestionario..... | 60 |
| Tabla 23 Estimación de la demanda por año, mes y día .....                                                                                                              | 61 |

|          |                                                                                                              |     |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 24 | Demanda potencial por año en unidades .....                                                                  | 62  |
| Tabla 25 | Segmentación del mercado para las gomitas para perros en Tarija.....                                         | 63  |
| Tabla 26 | Promoción de descuento por la primera compra.....                                                            | 68  |
| Tabla 27 | Estimación de costo de marketing (Expresado en Bs.) .....                                                    | 70  |
| Tabla 28 | Maquinaria y equipos (Expresado en Bs.) .....                                                                | 78  |
| Tabla 29 | Utensilios y herramientas (Expresado en Bs.).....                                                            | 79  |
| Tabla 30 | Muebles y enseres (Expresado en Bs.).....                                                                    | 80  |
| Tabla 31 | Material de Empaque y Etiquetado (Expresado en Bs.).....                                                     | 81  |
| Tabla 32 | Material de Empaque y Etiquetado (Expresado en Bs.).....                                                     | 81  |
| Tabla 33 | Lista de materia prima para la producción de las gomitas.....                                                | 82  |
| Tabla 34 | Cronograma de actividades para la producción de gomitas.....                                                 | 83  |
| Tabla 35 | Capacidad de producción en función al rendimiento y horas de trabajo.....                                    | 84  |
| Tabla 36 | Capacidad máxima de producción por año, semana y día .....                                                   | 85  |
| Tabla 37 | Asignación de recursos para llevar a cabo el plan de operaciones (Estimación mensual) .....                  | 90  |
| Tabla 38 | Manual de funciones – Gerente General.....                                                                   | 96  |
| Tabla 39 | Manual de funciones – Marketing y Ventas.....                                                                | 97  |
| Tabla 40 | Manual de funciones – Producción .....                                                                       | 98  |
| Tabla 41 | Manual de funciones – Operarios de producción A y B .....                                                    | 99  |
| Tabla 42 | Resumen del marco legal de la organización (Expresado en Bs.) .....                                          | 104 |
| Tabla 43 | Inversión en Activos Fijos (Expresado en Bs.).....                                                           | 108 |
| Tabla 44 | Inversión en Activos Diferidos (Expresado en Bs.).....                                                       | 109 |
| Tabla 45 | : Inversión en Activos Corrientes - Capital de Trabajo Inicial (Expresado en Bs.).....                       | 110 |
| Tabla 46 | Inversión Total en Activos Corrientes (Expresado en Bs.).....                                                | 110 |
| Tabla 47 | Cálculo del Crédito Fiscal IVA de la Inversión (Expresado en Bs.).....                                       | 111 |
| Tabla 48 | Depreciación Anual de Activos Fijos (Expresado en Bs.).....                                                  | 111 |
| Tabla 49 | Inversión Total Requerida (Expresado en Bs.).....                                                            | 112 |
| Tabla 50 | Datos para la amortización del crédito en el Banco de Desarrollo Productivo (BDP)<br>(Expresado en Bs.)..... | 112 |
| Tabla 51 | Amortización del crédito (expresado en Bs.).....                                                             | 113 |
| Tabla 52 | Costos de administración y de operaciones anual (Expresado en Bs.) .....                                     | 114 |
| Tabla 53 | Costos de comercialización anual (expresado en bs.).....                                                     | 114 |
| Tabla 54 | Costos de servicios básicos anuales (Expresado en Bs.).....                                                  | 115 |
| Tabla 55 | Planilla de sueldos y salarios (Expresado en Bs.).....                                                       | 115 |
| Tabla 56 | Porcentaje de los aportes patronales.....                                                                    | 116 |
| Tabla 57 | Proyección de planilla de sueldos y salarios para los próximos 5 años.....                                   | 117 |

|                                                                                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Tabla 58 Costos Variables Anuales - Año de apertura (Expresado en Bs.).....</b>               | <b>119</b> |
| <b>Tabla 59 Costos variables anuales año 2027 (Expresado en Bs.).....</b>                        | <b>120</b> |
| <b>Tabla 60 Costos variables anuales 2028 (Expresado en Bs.).....</b>                            | <b>121</b> |
| <b>Tabla 61 Costo variable anual 2029 (Expresado en Bs.).....</b>                                | <b>122</b> |
| <b>Tabla 62 Costo variable anual 2030(Expresado en Bs.).....</b>                                 | <b>123</b> |
| <b>Tabla 63 Costo variable unitario - año de apertura (2026).....</b>                            | <b>124</b> |
| <b>Tabla 64 Costo variable - Año de apertura.....</b>                                            | <b>124</b> |
| <b>Tabla 65 Costos fijo - Año de apertura (Expresado en Bs.).....</b>                            | <b>125</b> |
| <b>Tabla 66 Costo unitario - Año de apertura (Expresado en Bs.).....</b>                         | <b>125</b> |
| <b>Tabla 67 Costos variables proyectados anualmente (Expresado en Bs.).....</b>                  | <b>126</b> |
| <b>Tabla 68 Costos fijos proyectados (Expresado en Bs.).....</b>                                 | <b>126</b> |
| <b>Tabla 69 Proyección del Capital de Trabajo (Expresado en Bs.) .....</b>                       | <b>127</b> |
| <b>Tabla 70 Precio con y sin factura en el año de apertura (Expresado en Bs.).....</b>           | <b>128</b> |
| <b>Tabla 71 Punto de equilibrio en unidades monetarias (Expresado en Bs.) .....</b>              | <b>129</b> |
| <b>Tabla 72 Punto de equilibrio en unidades físicas.....</b>                                     | <b>130</b> |
| <b>Tabla 73 Ventas totales proyectadas (Expresado en Bs.).....</b>                               | <b>131</b> |
| <b>Tabla 74 Gestión impositiva del negocio (Expresado en Bs.).....</b>                           | <b>132</b> |
| <b>Tabla 75 Compensación entre débito y crédito fiscal IVA (Expresado en Bs.) .....</b>          | <b>132</b> |
| <b>Tabla 76 Balance de apertura (Expresado en Bs.).....</b>                                      | <b>133</b> |
| <b>Tabla 77 Estado de resultados (Expresado en Bs.) .....</b>                                    | <b>134</b> |
| <b>Tabla 78 Flujo de Caja Económico Proforma (Expresado en Bs.).....</b>                         | <b>135</b> |
| <b>Tabla 79 Costo promedio ponderado (Expresado en Bs.).....</b>                                 | <b>138</b> |
| <b>Tabla 80 Evaluación de la rentabilidad económica y financiera (Expresado en Bs.).....</b>     | <b>139</b> |
| <b>Tabla 81 Cálculo del periodo de recuperación de la inversión PRI (Expresado en Bs.) .....</b> | <b>141</b> |
| <b>Tabla 82 Cálculo del apalancamiento operativo (Expresado en bs.).....</b>                     | <b>142</b> |
| <b>Tabla 83 Cálculo del apalancamiento financiero (Expresado en Bs.).....</b>                    | <b>144</b> |
| <b>Tabla 84 Cálculo de VAN y TIR, cuando el precio se modifica (Expresado en Bs.).....</b>       | <b>146</b> |
| <b>Tabla 85 Cálculo de VAN y TIR, cuando la inversión cambia (Expresado en Bs.).....</b>         | <b>146</b> |
| <b>Tabla 86 Cálculo de VAN y TIR, cuando los costos se modifican (Expresado en Bs.) .....</b>    | <b>147</b> |
| <b>Tabla 87 Síntesis del análisis de sensibilidad .....</b>                                      | <b>147</b> |

## INDICE DE FIGURAS

|                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1 Porcentaje de respuestas a la pregunta 1: Género de los encuestados .....                          | 39  |
| Figura 2 Porcentaje de respuestas a la pregunta 2: Rango de edad .....                                      | 40  |
| Figura 3 Porcentaje de respuestas a la pregunta 3: Lugar de residencia (por distritos) .....                | 41  |
| Figura 4 Porcentaje de respuestas a la pregunta 4: Número de perros que posee .....                         | 42  |
| Figura 5 Porcentaje de respuestas a la pregunta 5: Tipo de productos que compran con mayor frecuencia. .... | 43  |
| Figura 6 Porcentaje de respuestas a la pregunta 6: Factores que influyen en la compra .....                 | 44  |
| Figura 7 Porcentaje de respuestas a la pregunta 7: Lugar habitual de compra .....                           | 45  |
| Figura 8 Porcentaje de respuestas a la pregunta 8: Frecuencia de administración de suplementos. ....        | 46  |
| Figura 9 Porcentaje de respuestas a la pregunta 9: Conocimiento sobre el colágeno .....                     | 47  |
| Figura 10 Porcentaje de respuestas a la pregunta 10: Utilidad percibida de las gomitas .....                | 48  |
| Figura 11 Porcentaje de respuestas a la pregunta 11: Beneficios esperados .....                             | 49  |
| Figura 12 Porcentaje de respuestas a la pregunta 12: Presentación preferida .....                           | 50  |
| Figura 13 Porcentaje de respuestas a la pregunta 13: Interés en probar las gomitas.....                     | 51  |
| Figura 14 Porcentaje de respuestas a la pregunta 14: Precio dispuesto a pagar .....                         | 52  |
| Figura 15 Porcentaje de respuestas a la pregunta 15: Red social utilizada.....                              | 53  |
| Figura 16 Porcentaje de respuestas a la pregunta 16: Fuente de confianza.....                               | 54  |
| Figura 17 Buyer persona para “GOMITAS PET” .....                                                            | 64  |
| Figura 18 Logotipo del producto "GOMITAS PET" .....                                                         | 66  |
| Figura 19 Organigrama funcional.....                                                                        | 94  |
| Figura 20 Ejemplo de la convocatoria de reclutamiento .....                                                 | 100 |