



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y
EMPRESARIADO**

TEMA DEL PROYECTO:

**DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING
ENTRE COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN
GUAYAQUIL, AÑO 2022**

AUTORES:

- **BRIGGITTE BETZABETH LLERENA CHEVEZ**
- **KAROLYN NARCISA ALAY RODRIGUEZ**

DOCENTE TUTOR:

ING. ELY BORJA SALINAS

**GUAYAQUIL – ECUADOR
OCTUBRE, 2022**



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Facultad de Ingeniería Química

INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

Acta de Aprobación del Trabajo de Titulación

Tema:

DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO 2022

Trabajo de Investigación presentado por:

**LLERENA CHEVEZ BRIGGITTE BETZABETH
ALAY RODRÍGUEZ KAROLYN NARCISA**

Aprobado en su estilo y contenido por el Tribunal de Sustentación:



Firmado electrónicamente por:
**ALBERTO JACINTO
PAREDES OCHOA**

.....
ING. PAREDES OCHOA ALBERTO JACINO
Presidente del Tribunal



Firmado electrónicamente por:
**DAVID XAVIER
YANEZ FLORES**
FIRMA DEL DECLARANTE

.....
ING. YANEZ FLORES DAVID XAVIER
Tribunal Principal



Firmado electrónicamente por:
**JULIO ALEJANDRO
ALBUJA SANCHEZ**

.....
ING. ALBUJA SÁNCHEZ JULIO ALEJANDRO
Tribunal Principal



Firmado electrónicamente por:
**ELY ISRAEL
BORJA**

.....
ING. BORJA SALINAS ELY
Director(a) del Trabajo de Investigación

OCTUBRE – 2022

ANEXO XI.- FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO 2022	
AUTOR(ES)	<ul style="list-style-type: none"> - BRIGGITTE BETZABETH LLERENA CHEVEZ - KAROLYN NARCISA ALAY RODRIGUEZ 	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Tutor: ING. ELY BORJA SALINAS Revisor: Dra. María Fernanda Gonzales Mite	
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	
UNIDAD/FACULTAD:	INGENIERÍA QUÍMICA	
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO	
GRADO OBTENIDO:	8vo semestre	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2022	No. DE PÁGINAS: 142
ÁREAS TEMÁTICAS:	Calidad	
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Benchmarking,	
<p>RESUMEN/ABSTRACT (150 A 250 palabras): Los parásitos en los caninos es un problema común en animales domésticos, ante esta problemática se elaboró un estudio de factibilidad para la producción de colonias anti pulgas con el uso de las esencias de vainilla, coco, lavanda entre otros, el cual presenta un alto potencial de actividad antimicrobiana, de esta manera aprovechando las propiedades que brinda estas esencias, y por consecuencia abasteciendo un mercado de productos naturales para el cuidado y buen aroma de los caninos. Para la ejecución del proyecto se desarrolló un estudio de mercado, donde se estableció una población de muestra basada por el número de hogares en la ciudad de Guayaquil, obteniendo la oferta y demanda de productos de los caninos. Además, un estudio técnico para la determinación de la localización, así como un proceso de identificación y extracción de las esencias naturales, elementos que intervienen en el proceso beneficioso para la correcta comercialización de cada una de las áreas tomando en cuenta factores como: procesos, maquinaria, personal y espacio, cumpliendo con el control de calidad al ser un producto de aseo e higiene corporal de los caninos. Finalmente, un análisis económico- financiero reflejando valores y demostrando con ello que la propuesta es aleatoria y sostenible.</p>		
ADJUNTO PDF:	SI	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Llerena Chevez Briggitte Betzabeth Alay Rodriguez Karolyn Narcisa	Teléfono: +593 980322115 +593 985236416	E-mail: brigitte.llerenac@ug.edu.ec karokyn.alayr@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCION:	Nombre: Ing. Ángel Bolaños Teléfono: 0994131207 E-mail: Alexis.bolanosj@ug.edu.ec	



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y
EMPRENDIMIENTO

ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 16 de septiembre del 2022
Q.F. Karla Carmen Miranda Ramos
Directora de la Carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento
Facultad de Ingeniería Química
Universidad de Guayaquil
Guayaquil. –

De mis consideraciones:

Envió a Ud. el informe correspondiente a la revisión final del trabajo de titulación **DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO 2022** de las estudiantes **Brigitte Betzabeth Llerena Chevez y Karolyn Narcisa Alay Rodríguez**. Las gestiones realizadas que permitan indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en la normativa vigente, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma.

El título tiene un máximo de 19 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la facultad.

La investigación es penitente con la línea y sublínea de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es permitente.

Cumplimiento con el reglamento de régimen académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de la página preliminar solicitada, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
MARIA FERNANDA
GONZALEZ MITE

Q. F. MARÍA FERNANDA GONZÁLEZ

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I 0916642531



ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Alay Rodríguez Karolyn Narcisa, y Llerena Chevez Brigitte Betzabeth**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento.

Se informa que el trabajo de titulación:

DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO 2022, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio TURNITIN quedando el 6% de coincidencia.



Firmado electrónicamente por:
**ELY ISRAEL
BORJA**

Ing. Ely Israel Borja Salinas
C.I.: 0918303496
Fecha: 16/09/2022

**ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO**

Guayaquil, viernes 16 de septiembre del 2022

Dra. Karla Carmen Miranda Ramos
Directora de la Carrera de Ingeniería en Sistemas de Calidad y Emprendimiento-IP
Facultad De Ingeniería Química
Universidad De Guayaquil
Ciudad.

De mi consideración:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO 2022** de los estudiantes ALAY RODRÍGUEZ KAROLYN NARCISA; LLERENA CHEVEZ BRIGGITTE BETZABETH, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativavigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que los estudiantes están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**ELY ISRAEL
BORJA**

Ing. Ely Israel Borja Salinas

C.I.: 0918303496

Fecha: 16/09/2022



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA DE INGENIERÍA EN SISTEMA DE CALIDAD Y
EMPRENDIMIENTO

**ANEXO XII.- DECLARATORIA DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA
GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL
DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Brigitte Betzabeth Llerena Chevez C.I.: 0956668701 y Karolyn Narcisa Alay Rodriguez con C.I.: 0926167248, certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO 2022** son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del “CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN”, autorizamos la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

Brigitte Betzabeth Llerena Chevez
C.I.: 0956668701

Karolyn Narcisa Alay Rodríguez
C.I.: 0926167248

“CÓDIGO ORGÁNICO DE ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n 899- Dic/2016) Artículo 144- De los titulares de derecho de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos - En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores, técnicos tecnológicos y pedagógicos de artes y de conservatorios superiores e instituciones públicas de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajo de titulación proyecto de investigación o innovación artículos académicos u otros análogos sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia tu claridad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores sin embargo el establecimiento tendrá una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de las obras con fines académicos.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con gran amor lleno con esfuerzo, paciencia y dedicación con la que Dios me ayudo dándome fortaleza en cada una de estas etapas dándome ese capricho, para que todo lo que me propongo en su nombre se cumple. Le dedico este trabajo a mi familia en general que han estado apoyándome desde el inicio de mi carrera e incluso mucho antes, fueron mi motivación para cumplir una meta más en mi vida.

Brigitte Betzabeth Llerena Chevez

A la culminación de la presente tesis está dedicada a Dios, por ayudarme a culminar una etapa muy importante en mi vida donde me brindó su sabiduría, esfuerzo, paciencia y amor.

Ayudándome a superar cada uno de los obstáculos que se me presentaron durante la trayectoria de la carrera.

A toda mi familia por brindarme su apoyo incondicional que me acompañó durante toda la etapa de la carrera dándome su apoyo y fortaleza en este gran paso.

Karolyn Narcisa Alay Rodriguez

AGRADECIMIENTO

Al culminar y escalar un peldaño muy importante en mi vida doy mis más sinceros agradecimientos a todas las personas que de una y otra forma han sido partícipes en estos 4 años de estudio, primeramente agradezco a Dios por hacer de mí una chica de bien, con fortalezas y debilidades que con su ayuda he ido superando.

Agradezco a mis hijos y esposo que son los que han estado dándome apoyo e inspiración y han tenido paciencia en cada proceso para mi preparación de ser una profesional, agradezco a mis padres que han sido mis guías, han creído en mí cuando más lo necesitaba, me han alentado, agradezco mucho a Dios que ustedes sean mis padres y este logro se lo dedico mucho a todas las personas que amo incluyendo a mis hermanos, suegros y cuñados, que han sido un pilar fundamental siempre dándome consejos y alentándome a seguir superándome cada día. Este logro también se lo dedico a todas las personas que amo que ya no hacen parte en este mundo, pero sé que están orgullosos de mí y me hubiese gustado mucho compartir con ellos.

Agradezco a la Universidad de Guayaquil por la oportunidad de estudio que se me otorgó.

Agradezco al Ing. Ely Borja Salinas por la paciencia, consejos y motivación que nos dio a través de todos estos años de estudio.

Brigitte Betzabeth Llerena Chevez

AGRADECIMIENTO

Agradezco grandemente a Dios que me acompaño y me ayudo a lo largo en este proceso dándome sus fortalezas y fe para superar cada obstáculos y dificultades, por permitirme culminar esta etapa muy importante para mi vida.

A mi papá Líder Alay Calderón quien siempre estuvo en todo mi proceso y me brindó su apoyo y amor incondicional, donde lucho por darme una mejor herencia que es culminar mis estudios.

Agradezco el apoyo de mi madre Narcisa Rodríguez Moran, donde me acompaño permanentemente en todos los momentos profesionales en mi vida.

A toda mi familia y amigos que sin duda me brindó su apoyo de una manera incondicional, dándome su fortaleza y aliento en este gran paso.

Mención especial al Ing. Elías Borja Salinas por su importante aporte y guía para el desarrollo de la tesis por su paciencia, confianza y apode titulación.
de titulación.

Karolyn Narcisa Alay Rodriguez

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y
EMPENDIMIENTO**

**DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE
COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO
2022**

AUTORES:

- BRIGGITTE BETZABETH LLERENA CHEVEZ
- KAROLYN NARCISA ALAY RODRIGUEZ

DOCENTE TUTOR:

ING. ELY BORJA SALINAS

Resumen

Los parásitos en los caninos es un problema común en animales domésticos, ante esta problemática se elaboró un estudio de factibilidad para la producción de colonias anti pulgas con el uso de las esencias de vainilla, coco, lavanda entre otros, el cual presenta un alto potencial de actividad antimicrobiana, de esta manera aprovechando las propiedades que brinda estas esencias, y por consecuencia abasteciendo un mercado de productos naturales para el cuidado y buen aroma de los caninos. Para la ejecución del proyecto se desarrolló un estudio de mercado, donde se estableció una población de muestra basada por el número de hogares en la ciudad de Guayaquil, obteniendo la oferta y demanda de productos de los caninos. Además, un estudio técnico para la determinación de la localización, así como un proceso de identificación y extracción de las esencias naturales, elementos que intervienen en el proceso beneficioso para la correcta comercialización de cada una de las áreas tomando en cuenta factores como: procesos, maquinaria, personal y espacio, cumpliendo con el control de calidad al ser un producto de aseo e e higiene corporal de los caninos. Finalmente, un análisis económico- financiero reflejando valores y demostrando con ello que la propuesta es aleatoria y sostenible.

Palabras claves: caninos, parásitos, investigación del mercado, colonias anti pulgas.



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
CARRERA INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y
EMPREDIMIENTO**

**DESARROLLO DE NUEVO PRODUCTO BASADO EN BENCHMARKING ENTRE
COLONIAS PARA PERROS QUE SE COMERCIALIZAN EN GUAYAQUIL, AÑO
2022**

AUTORES:

- BRIGGITTE BETZABETH LLERENA CHEVEZ
- KAROLYN NARCISA ALAY RODRIGUEZ

DOCENTE TUTOR:

ING. ELY BORJA SALINAS

Summary

Parasites in canines is a common problem in domestic animals, faced with this problem, a feasibility study was developed for the production of anti-flea colonies with the use of essences of vanilla, coconut, lavender, among others, which has a high potential. of antimicrobial activity, thus taking advantage of the properties provided by these essences, and consequently supplying a market of natural products for the care and good aroma of canines. For the execution of the project, a market study was developed, where a sample population was established based on the number of households in the city of Guayaquil, obtaining the supply and demand of canine products. In addition, a technical study to determine the location, as well as a process of identification and extraction of natural essences, elements that intervene in the beneficial process for the correct commercialization of each of the areas, taking into account factors such as: processes, machinery, personnel and space, complying with quality control as it is a grooming and body hygiene product for canines. Finally, an economic-financial analysis reflecting values and thereby demonstrating that the proposal is random and sustainable.

Keywords: canines, parasites, market research, flea colonies.

Índice General

Resumen.....	XI
Summary.....	XII
Índice General.....	XIII
Índice de Tabla.....	XX
Índice De Figura.....	XXI
Índice de Ecuación.....	XXIII
Introducción.....	XIV
CAPÍTULO I.....	25
1.1. Planteamiento del Problema.....	25
1.2. Diagnóstico.....	28
1.3. Pronóstico- Consecuencias.....	29
1.4. Control Del Pronóstico.....	29
1.5. Formulación Y Sistematización Del Problema.....	30
<i>1.5.1. Formulación Del Problema.....</i>	<i>30</i>
<i>1.5.2. Sistematización del Problema.....</i>	<i>30</i>
1.6. Delimitación del Problema.....	30
<i>1.6.1. Delimitación del espacio.....</i>	<i>30</i>
<i>1.6.2. Delimitación temporal.....</i>	<i>31</i>
<i>1.6.3. Universo.....</i>	<i>31</i>

1.6.4.	Línea de Investigación	31
1.7.	Objetivos	32
1.7.1.	Objetivos Generales	32
1.7.2.	Objetivos Específicos	32
1.8.	Justificación	32
1.8.1.	<i>Justificación Teórica</i>	32
1.8.2.	<i>Justificación Práctica</i>	33
1.8.3.	<i>Justificación Metodológica</i>	33
1.9.	Hipótesis	33
1.9.1.	<i>Idea a Defender</i>	33
1.9.2.	<i>Variables de la Hipótesis</i>	33
1.10.	Operacionalidad de Variables	34
CAPÍTULO II		37
2.	Marco Referencial	37
2.1.	Generalidades	37
2.1.1.	<i>Contexto</i>	37
2.2.	Marco Teórico	39
2.2.1.	<i>Generalidades</i>	39
2.2.2.	<i>Contexto</i>	39
	<i>Tipos de estrategias de marketing</i>	40

Estrategia De Administración De Costos: fijar el precio del producto de una empresa por debajo de los precios de los competidores.	41
Estrategia de Diferenciación: Consiste en desarrollar un producto o servicio que sea distinguido por los clientes como único, especial o superior por sus características especiales. Estrategia De Crecimiento: Plan para contribuir a la expansión de la empresa. Estrategia de penetración: Tiene como objetivo desarrollar las ventas del producto existente entre los competidores.	41
Estrategia De Desarrollo De Mercado: Su objetivo es desarrollar nuevos mercados para los productos existentes.	41
Estrategia De Desarrollo De Productos: implica nuevas funcionalidades, rediseño o creación de nuevos productos para nuevos mercados para ser utilizados por empresas que buscan expandirse más allá de su negocio principal.....	41
Benchmarking	41
Qué es Benchmarking	41
<i>Proceso de Benchmarking.:</i>	41
<i>Ventajas y Desventaja del Benchmarking</i>	43
Colonia Para Caninos a Base de Permetrina	43
<i>Colonias para Caninos</i>	43
<i>Permetrina:</i>	44
<i>Materias Primas y Elaboración del Producto :</i>	45
<i>Denominación para el Medicamento Veterinario</i>	45
<i>Composición Cualitativa Y Cuantitativa</i>	46
<i>Sustancias activas:</i>	46

<i>Excipientes:</i>	46
<i>Materiales y Equipo.</i>	46
<i>Elaboración:</i>	46
<i>Características</i>	47
<i>Presentaciones</i>	47
➤ <i>Forma Farmacéutica</i>	48
<i>Identificación de riesgos</i>	50
<i>Ventajas de aplicación</i>	51
<i>Ventajas para los Distribuidores</i>	51
Análisis FODA	52
2.3. Marco Conceptual	52
2.3.1. Generalidades	52
2.3.2. Glosario De Términos	53
2.4. Marco Legal	53
CAPÍTULO III	58
3. Marco Metodológico	58
3.1. Alcance De La Investigación	58
3.2. Tipo de Investigación	58
3.2.1. Investigación de Campo:	58
3.2.2. Investigación Exploratoria	58

3.2.3.	<i>Investigación Documental o Bibliográfica</i>	59
3.3.	Métodos de Investigación	59
3.3.1.	<i>Método Inductivo-Deductivo</i>	59
3.4.	Enfoque Investigativo	60
3.4.1.	<i>Enfoque Cuantitativo</i>	60
3.5.	Elementos De Investigación	60
	<i>Formula:</i>	60
3.6.	Técnicas De Investigación	61
3.7.	Instrumentos	62
3.7.1.	<i>Cuestionario de Preguntas Cerradas para la Encuesta</i>	62
3.7.2.	<i>Cuestionario de Preguntas Abiertas para la Entrevista</i>	62
3.7.3.	<i>Ficha de evaluación de contenido de producto</i>	62
3.8.	Resultados de la investigación	63
3.8.1.	<i>Resultados de la encuesta</i>	63
3.8.2.	<i>Resultados de la Entrevista</i>	80
CAPÍTULO IV		88
4.	Propuesta	88
4.1.	Tema de la Propuesta	88
4.2.	Objetivos de la Propuesta	88
4.2.1.	<i>Objetivo General</i>	88

4.2.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	89
4.3.	Factibilidad en la Propuesta	89
4.3.1.	<i>Factibilidad Operativa</i>	89
4.3.2.	<i>Factibilidad Legal</i>	89
4.3.3.	<i>Factibilidad Económica Financiera</i>	89
4.4.	Desarrollo De La Propuesta	90
4.4.1.	<i>Fases del proceso benchmarking en la creación de un nuevo producto colonia para perros con beneficio de eliminación de garrapatas para el mercado de Guayaquil.</i>	91
4.4.2.	<i>Aplicación del benchmarking</i>	94
4.5.	Comparación del diseño físico químico y otros atributos	94
4.5.1.	<i>Comparación entre productos para la eliminación de garrapatas que contengan permetrina en el mercado de Guayaquil.</i>	95
4.5.2.	<i>Comparación del diseño físico químico y otros atributos entre colonias para caninos que existen en el mercado veterinario del mercado de Guayaquil.</i>	96
4.5.3.	Se seleccionó 2 productos de la tabla 28 y la tabla 29 para la comparación del cumplimiento de las necesidades de los clientes	98
4.6.	Mercado Competidor	100
4.7.	Mercado Proveedor	101
4.8.	Concepto del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil.	103
4.8.1.	<i>Selección de la imagen del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil</i>	104

4.8.2. Envase del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil	106
4.8.3. Presentación general del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil	107
4.9. Factores que pueden afectar la estabilidad química del producto nuevo colonia para caninos con beneficio de eliminación de garrapatas.	108
4.9.1. Elaboración de estrategias mínimas de producción, marketing, ventas, y costos para la introducción exitosa del producto al mercado.	109
4.10. Cronograma de puesta en marcha o de implementación	114
4.11. Evaluación financiera.....	114
Conclusión	117
Recomendaciones	119
Bibliografía	120
Anexos 1 formato del Cuestionario realizado en la ciudad de Guayaquil	124
Anexo 2 Encuesta On-line	129
Anexo#3 formato de la entrevista a expertos.....	129
Anexo#4 Realización de la entrevista a Expertos Veterinarios	131
Anexo#5 Elaboración del producto	131
Anexo#6 Diseño de distintos Prototipos para nuestro Logotipo	134
Anexo#7 Ficha de evaluación del producto	136

Índice de Tabla

Tabla 1	30
Tabla 2	34
Tabla 3	35
Tabla 4	50
Tabla 5	52
Tabla 6	55
Tabla 7	56
Tabla 8	56
Tabla 9	60
Tabla 10	63
Tabla 11	64
Tabla 12	65
Tabla 13	67
Tabla 14	68
Tabla 15	69
Tabla 16	71
Tabla 17	72
Tabla 18	73
Tabla 19	75
Tabla 20	76
Tabla 21	78
Tabla 22	80
Tabla 23	81

Tabla 24	82
Tabla 25	83
Tabla 26	84
Tabla 27 Evaluación del producto.....	86
Tabla 28 Necesidades de los clientes	90
Tabla 29 Comparación con productos que contengan permetrina	95
Tabla 30 Comparación con colonias para caninos	96
Tabla 31 Comparación con el cumplimiento de las necesidades del cliente.....	99
Tabla 32 Proveedores de esencias naturales para las colonias caninas.....	101
Tabla 33 Proveedores de envases pet.....	102
Tabla 34 Comparación del producto	103
Tabla 35 Selección de imagen y slogan para el producto	105
Tabla 36 Beneficios para eliminación de garrapatas.....	108
Tabla 37 Ciclo de vida del producto	109
Tabla 38 Estrategias de marketing	111
Tabla 39 Costos Variables	112
Tabla 40 Costos directos e indirectos.....	112
Tabla 41 Total de gastos	113
Tabla 42 Cronograma de marcha o implementación	114
Tabla 43 Análisis de costo beneficio	115

Índice De Figura

Figura 1 Croquis	31
-------------------------------	----

Figura 2 Cantidad de caninos que tiene en su casa.....	63
Figura 3 Producto que utiliza para la eliminación de garrapatas en su canino.....	65
Figura 4 Marca de su Preferencia	66
Figura 5 Lugar donde prefieren comprar los productos para sus caninos	67
Figura 6 ¿Por qué motivo adquiere el producto en ese lugar?.....	69
Figura 7 Funciones que cumplen los perfumes locales para caninos	70
Figura 8 ¿le gustaría que existiera un producto que elimine garrapatas y a la vez presente un aroma agradable tal que pareciera una colonia?	71
Figura 9 ¿Cree usted que un eliminador de garrapatas acompañado de un buen aroma puede interpretarse como un producto de mucha eficacia?.....	73
Figura 10 Aroma de tu preferencia	74
Figura 11 ¿cambiaría el producto que actualmente utiliza por uno nuevo con beneficios de colonias con aromas agradables?	76
Figura 12 ¿Cuánto está dispuesto a gastar por este producto veterinario?.....	77
Figura 13 ¿A través de qué medios le gustaría obtener información acerca de nuestro producto?	78
Figura 14 Etapas del benchmarking.....	92
Figura 15 Proceso de Benchmarking.....	94
Figura 16 Proceso de Benchmarking.....	94
Figura 17 Mercado competidor.....	100

Figura 18

Logotipo.....106

Figura 19 Envase del

producto.....106

Figura 20 Presentación general del

producto.....107

Figura 21 Capture de la encuesta realizada por la vía on-

line.....129

Índice de Ecuación**Ecuación 1**..... 60

Introducción

El presente trabajo de investigación es desarrollar un estudio con factibilidad para la evaluación de la idea de negocio basado en colonias sólidas para el uso en caninos basado en aceites naturales. Se desarrollará diferentes estudios de investigación como: estudio del mercado (cualitativo y cuantitativos), estudio legal, estudio técnico y estudio económico.

Dog Colony es una colonia para el uso de caninos, que mantiene una fórmula adecuada para el cuidado de las mascotas ya que sus componentes se adhieran a su estructura capilar. Las sustancias que se utiliza son favorables con el ambiente y con el cuidado de las mascotas. Donde ayuda a eliminar los malos olores, y tiene propiedades antimicrobianas, antiparasitarias, antibacteriana, gracias a la combinación con aceites de coco, lavanda, menta. Estos productos están dirigidos a familias que tengan caninos en la ciudad Guayaquil

Se desarrollo un análisis en el mercado donde se realizaron entrevistas a especialistas dentro del sector de producción y confirmaron la viabilidad técnica que contiene el producto y la distribución de Dog Colony hacia los canales de ventas y las disposiciones para las compras actuales en el mercado de colonias para caninos.

El estudio legal desarrolló todos los métodos requeridos para la creación de una nueva empresa, registrar una nueva marca y obtener las licencias y autorizaciones correspondientes.

El estudio técnico donde se calcula la planificación para la producción de colonias para caninos, donde se determinaron los requisitos de materia primas, programas para compras y la tecnología necesaria para la creación del producto.

Finalmente, el estudio económico donde se determina la estructura del capital de la empresa y los costos y gastos que se tiene para la elaboración del producto.

CAPÍTULO I

1.1. Planteamiento del Problema

Las garrapatas son Ixoidoides que se alimentan de la sangre de nuestros animales, sobre todo de los canes, las garrapatas son productores de muchas enfermedades infecciosas y al permanecer adherido a la piel de las mascotas, estos parásitos transmiten diversas enfermedades como por ejemplo tenemos la infección anaplasmosis, babesiosis, enfermedad de Lyme, entre otros. Muchas de estas enfermedades pueden perjudicar tanto al can como a los seres humanos, entre estas enfermedades tenemos la fiebre Maculosa de las Montañas Rocosas (RMDF) es originada por una rickettsia (un microbio que manifiesta algunas diferencias que hay entre las bacterias y los virus) esto afecta aproximadamente a todos los órganos como por ejemplo: piel, pulmón, hígado, riñón, miocardio, músculo, meninges y encéfalo tanto así que estas infecciones pueden llegar a ser mortales tanto para el ser humano como para la mascota si no se tratan a tiempo.

Las familias Guayaquileñas tienden a querer mascotas razas pequeñas, debido a que éstas pueden adaptarse fácilmente a los lugares donde están viviendo, por ejemplo lugares muy pequeños, angostos lugares cerrados, activos, cariñosos, etc. Las razas de caninos más comunes son los schnauzer miniaturas, son pequeño, se adaptan a los cambios, son muy activos, inteligentes, cariñosos y juguetones.

Poodle: razas pequeñas, muy activos y cariñosos, su esperanza de vida puede ser de los 18 años hasta los 20 años de edad dependiendo su estado de ánimo, ya que la desventaja de estos

animalitos es que al no tener la atención o falta de algún integrante de su familia tienen a deprimirse mucho y eso lleva a que se enfermen y corran el riesgo de morir.

También existen las familias que les gustan las mascotas de razas grandes, ya que son una buena compañía y a la vez son más intimidantes en el momento de que ingresé alguien extraño a su casa, entre las razas de caninos grandes más queridas tenemos:

-Golden retriever: estas mascotas son una de las razas grandes más sorprendentes, ya que tienen un carácter equilibrado, son muy amigables, cariñosos, inteligentes, se adaptan a los cambios y son muy buen acompañante para personas que sufren alguna discapacidad, como para personas ciegas, autistas, etc. Estos animales motivan a las personas discapacitadas a seguir luchando, les dan ánimo constantemente.

Los caninos son muy delicados antes las picaduras de las garrapatas y las enfermedades transmitidas por ellos, lo cual merecen cuidados especiales y protección para su bienestar como:

1. Vacunar: Es necesario que cuente con las vacunas para una mayor protección contra las infecciones y prevenir molestias que pueden afectar a los humanos.
2. Desparasitar: Es aconsejable hacerlo, como mínimo cada 6 meses con antiparásitos para mantener una adecuada digestión.
3. Proporcionarle una dieta adecuada: Integrar una dieta balanceada en una alimentación rica en nutrientes que aportan mucho en su desarrollo.
4. Tener limpieza: contar con una higiene adecuada, ya que son animales receptores y las garrapatas se alimentan de ellos, para prevenir y evitar infecciones es necesario bañarse 2 veces al mes dependiendo el tipo de clima que haya en el lugar donde residen.

Los dueños que tienen mascotas caninas en Guayaquil vienen experimentando algunas limitaciones en el mercado respecto a productos que brinden una ayuda para la eliminación de

garrapatas. Estas infecciones en los animales producen vómitos, mareos, pérdida de apetito, hemorragia y por esa razón productos que puedan ayudar a que los caninos eliminen sus garrapatas no cumplen a satisfacción este propósito. Los dueños de estas mascotas necesitan un producto que eliminen estos parásitos y además presenten un buen aroma, con preferencia que sea parecido a un perfume, que no contenga alcohol porque puede irritar o perjudicar a la piel del animal, pues sería perjudicial que estas mascotas desarrollen alergias y luego se ocasiona la sarna.

Existen variedades de productos en el mercado para eliminar estos parásitos, sin embargo, no todos tienen un nivel alto en eficacia, por ejemplo, el jabón es un producto muy utilizado, ya que sus costos varían desde los \$3,50 hasta los \$ 4 dependiendo del lugar donde es adquirido, este producto no realiza tal eliminación de parásitos, pero e incluso su efecto secundario es la caída o endurecimiento y pérdida del brillo en el pelaje en las mascotas.

Los caninos producen un conjunto de reacciones en el organismo que generan diferentes síntomas por causas de otras marcas de perfumes, como dermatitis, comezón, pérdida del pelo o infecciones secundarias al rascado. Debido a que uno o varios ingredientes del producto son aceites esenciales, si el canino es alérgico a algunos de estos ingredientes puede presentar intoxicación y sus sintomatologías pueden llegar a ser: náuseas, diarreas, vértigos, irritabilidad gastrointestinal, una producción excesiva de saliva e incluso, debilidad y temblores. Las sustancias liposolubles (sustancias que presentan la disolución de vitaminas en grasas o aceites, como por ejemplo: aceites de coco, lavanda, etc.) estas sustancias en abundancia, pueden llegar a interactuar con el sistema nervioso y provocar inquietud, angustia, además pueden llegar a causar depresión.

Para una mayor fijación o duración del aroma, se recomienda aplicar en axilas e ingle del can, porque ahí tiene menos pelaje y el aroma será mejor absorbido por la piel. Del mismo modo se puede aplicar en el dorso, evitar rociar el producto en la cara y oídos. Cabe reiterar que un perfume para canino puede tener una fijación en ocho horas y la colonia de tres horas. Pese a la efectividad del producto eso no significa que sustituirá el baño ni enmascara el olor en razas seboreicas, cuya piel produce más grasa, como los caninos Basset hound, Bulldog, Docker spaniel y Yorkshire. Es importante conocer que para lidiar con el mal olor en la mascota se lo debe bañar máximo tres veces al mes en temporada invierno y una a dos veces por semana en temporada verano con productos veterinarios especializados para eliminar la grasa y descamación, tales como: shampoos especiales para eliminar grasa y jabón antiséptico entre otros productos se puede encontrar cremas dermatológicas en caso que la descamación sea excesiva, después se puede aplicar la colonia con fines estéticos y cuidado para su mascota contra la infestación de garrapatas.

Existen algunos productos que están al alcance del bolsillo para dueños ya que existen productos económicos que van desde \$ 3,50 a \$ 12, pero no son muy recomendables ya que no tienen un buen resultado ante la eliminación de las garrapatas y los productos que cuentan con mayor índice en efectividad se salen del presupuesto para los dueños de los caninos por considerarse precios elevados que van desde \$ 30 hasta los \$ 50.

1.2. Diagnóstico

Dentro de la investigación se encontró las causas que pueden impactar efectivamente en el desempeño de la producción de colonia para caninos, ya que cumple con el fin de cumplir con las necesidades de los clientes. Las causas descubiertas son las siguientes:

- Planificar e implementar un modelo de benchmarking que permita mejorar el nivel de posicionamiento, buena calidad debido a su concentración y aroma.
- El personal debe estar perfectamente capacitados en cuanto a la elaboración de los productos y el precio de sus productos es asequible.
- Creación de nuevas líneas de productos registrando las preferencias y gustos de los clientes, para así satisfacer sus necesidades.
- Identificar los requerimientos y necesidades de la clientela, con relación a los servicios para el cuidado de sus mascotas.

1.3. Pronóstico- Consecuencias

- Se evidencia menos interés en el cuidado de la salud de las mascotas y por ende no existen muchos productos que tenga que ver con el cuidado esencial de sus mascotas.
- Existen colonias de caninos que contienen alcohol y hay que tener en cuenta que estos productos causan una reacción alérgica en los caninos y afectan su piel.
- Falta de conocimiento y seguridad por ser una empresa nueva en el mercado.
- Incremento de nuevas competencias indirectas, ya que los veterinarios venden una variedad de productos para eliminar garrapatas y cuidado de la mascota

1.4. Control Del Pronóstico

- Impulsar una cultura de cuidado para las mascotas, ya que son partes de nuestras familias, de nuestros hogares y su bienestar es nuestra responsabilidad.
- Crear y ofrecer un producto de buena calidad captando los gusto y preferencias de los clientes y el bienestar de las mascotas logrando así la satisfacción de los clientes.
- Posibilidad de participación en ferias y exhibiciones de mascotas para poder ser reconocidos dentro del mercado.

- Incrementar una nueva línea de productos logrando estándares de servicio que satisfagan al cliente.

1.5. Formulación Y Sistematización Del Problema

1.5.1. Formulación Del Problema

¿De qué manera contribuye la metodología del BENCHMARKING en el desarrollo de un nuevo producto veterinario basado en una colonia que elimina las garrapatas en el mercado de la ciudad de Guayaquil?

1.5.2. Sistematización del Problema

¿De qué forma nuestro producto beneficia al cliente?

¿De qué manera nuestro negocio aporta en la economía del país?

¿En qué medida se utilizará el producto?

¿En qué circunstancias se realizará el producto?

¿Bajo qué aspectos recomendarías este producto?

1.6. Delimitación del Problema

1.6.1. Delimitación del espacio

Tabla 1

Delimitación Espacio

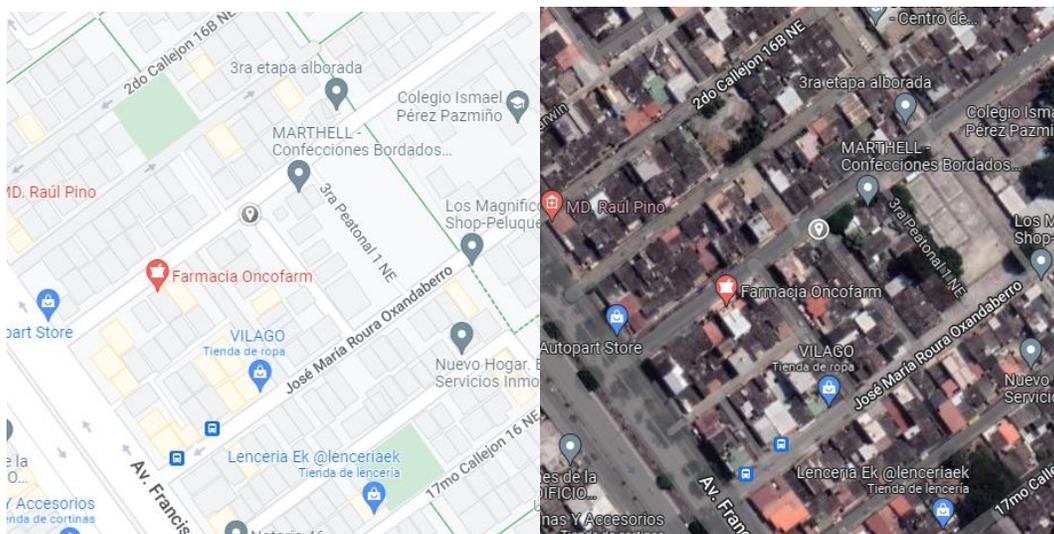
Delimitación	Definición
País	Ecuador
Provincia	Guayas
Cantón	Guayaquil
Sector	Norte
Dirección	Av. Francisco de Orellana y segundo Cueva celi

ubicación	Alborada Etapa III Mz cc Villa 10
Tiempo	2022

Nota: Determina la delimitación de espacio de nuestro proyecto. Autor propio

Figura 1

Croquis



Nota: Ubicación Satelital. Capturado de Google Maps (2022).

1.6.2. *Delimitación temporal*

Para poder ejecutar este diseño del proyecto se decidió recolectar información con los productos que se encuentran disponibles en el mercado por los últimos 12 meses, y la información bibliográfica que se tome en consideración serán los aportes teóricos de los últimos 5 años de antigüedad, es decir desde el año 2017.

1.6.3. *Universo*

Para la delimitación Universal se consideró a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, que sean dueños de caninos.

1.6.4. *Línea de Investigación*

Desarrollo Local Y Emprendimiento Socio Económico Sostenible Y Sustentable

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivos Generales

Identificar las necesidades de los potenciales clientes respecto al cuidado de sus mascotas para el desarrollo de un producto de soluciones veterinarias y cosméticas aplicando el benchmarking.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Implementar un estudio de mercado que permita la evaluación de una nueva oferta y demanda sobre un producto veterinario, luego de la aplicación de Benchmarking.
- Realizar comparación de beneficios y contraindicaciones de ciertos productos que existen en el mercado y que responden a la eliminación de garrapatas y otros que responden a la fragancia agradable para caninos.
- Explicar las ventajas y limitaciones que tienen los productos de la actual oferta y de cómo se ha visto afectado el beneficio para el cliente y para sus mascotas canes al momento de la aplicación.
- Reconocer las oportunidades del mercado con la aplicación de instrumentos de investigación como las encuestas, entrevistas y pruebas sensoriales de producto nuevo.

1.8. Justificación

1.8.1. Justificación Teórica

Un nuevo producto basada en una loción para canes, considerando que no contenga alcohol, sea natural y que permita la eliminación de las garrapatas para prevenir y evitar que se produzcan infecciones y otros tipos de enfermedades, como por ejemplo anaplasmosis, Babesiosis, Erliquiosis o ehrlichiosi, Hepatozoonosis, Enfermedad de Lyme, Fiaculosa de las Montañas Rocosas, entre otros.

1.8.2. Justificación Práctica

Esta Investigación se realiza debido existe la necesidad de cuidar a nuestras mascotas ya que son parte de nuestras familias para que estén sanas y no tengan algún tipo de enfermedad a causa de las garrapatas.

A raíz de esto se considera realizar una evaluación para saber por qué muchas familias descuidan a sus animales y darles consejos de cómo deben de cuidarlo como, por ejemplo, se los debe desparasitar cierto tiempo dependiendo de la raza y edad del can, llevarlos a controles, tener las vacunas completas, tener a las mascotas aseadas y protegidas con algún producto eficaz para las garrapatas.

1.8.3. Justificación Metodológica

Se realiza la investigación y comparación con productos que existen en el mercado y sirven para la eliminación de garrapatas llegando al punto de que existen productos que son más eficaces que otros y varían en su precio.

1.9. Hipótesis

1.9.1. Idea a Defender

Implementar un modelo de benchmarking que permita mejorar el nivel de posicionamiento en el mercado para el desarrollo de un nuevo producto.

1.9.2. Variables de la Hipótesis

- **Variable Independiente:** EL Benchmarking
 - Medición: cualitativo
- **Variable Dependiente:** Posicionamiento en el mercado
 - Medición: cuantitativo

1.10. Operacionalidad de Variables

Tabla 2

Operacionalidad Variable Independiente

HIPOTESIS: “Desarrollar e implementar un modelo de benchmarking que permita mejorar el nivel de posicionamiento en el mercado para el desarrollo de un nuevo producto”.					
VARIABLE INDEPENDIENTE: El Benchmarking					
Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuentes	Técnicas e instrumentos
La metodología Benchmarking es un determinado procedimiento sistematizado y es muy importante, que sirve para evaluar de manera continua los productos, servicios y procesos con la intención de compararlos	Procesos	- Producción - Ventas - Marketing - Finanzas	¿Cuáles son los procesos a mejorar?	Auditora	Encuestas/ Cuestionario
	Productos y servicios	- Calidad del producto - Atención al cliente - Seguridad - Confianza	¿De qué manera damos brindamos un servicio de calidad?	Clientes	Encuestas/ Cuestionario
	Recursos humanos	- Capacitación - Disponibilidad de atención - Una buena área laboral - Respeto	¿Se cuenta con un personal capacitado? ¿Se respeta su área de trabajo?	Auditoria Empleado	Encuestas/ Cuestionario

con la competencia y mejorarlos.	Mejoras Organizaciones	-Mantenimiento técnico	¿Cada que tiempo se da mantenimiento técnico?	Auditoria	Encuestas/ Cuestionario
----------------------------------	------------------------	------------------------	---	-----------	----------------------------

Nota: Autor Propio.

Tabla 3

Operacionalidad Variable Dependiente

HIPOTESIS: “Desarrollar e implementar un modelo benchmarking que permita mejorar el nivel de posicionamiento en el mercado para el desarrollo de un nuevo producto”.					
VARIABLE DEPENDIENTE: Posicionamiento En El Mercado					
Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuentes	Técnicas e instrumentos
El posicionamiento de mercado es el lugar que ocupa un producto o un servicio, gracias a la satisfacción que le da al cliente haciendo que el producto permanezca en la mente de los	Atributos	-Son productos de calidad -Facilidad de pagos	¿Cuál es el atributo por el cual adquiere el producto?	Clientes	Encuestas/ Cuestionarios virtuales
	Mercado	-Transacciones -Nuevos servicios -Marketing	¿Con que frecuencia realiza sus compras?	clientes	Encuestas/ Cuestionario
	Cliente	-Potenciales -Leales -Eventuales	¿A qué grupo de clientes pertenece usted?	Clientes	Encuestas/ Cuestionario
	Competencia	-horario de atención	¿Cómo califica usted	clientes	Encuestas/ Cuestionario

consumidores y a su vez la comparan de manera positiva con la competencia.		-facilidad para adquirir el producto -calidad de servicio y producto	la atención que recibe de parte de algún empleado?		
---	--	---	--	--	--

Nota: Autor Propio.

CAPÍTULO II

2. Marco Referencial

2.1. Generalidades

Contextualizar la investigación es detallar el lugar donde se ubica el suceso o problema de investigación (Díaz, 2010)

El marco contextual proporciona una visión general de lo que el investigador ha descubierto teóricamente pero desde la práctica; en este caso, es necesario demostrar un enfoque del problema (organosdepalencia.com, 2021)

2.1.1. Contexto

El Benchmarking es una herramienta de gestión empresarial importante en el momento de lanzar o mejorar un producto o servicio ya que se comparan los procesos y estrategias se realizan nuevas ideas para un mejor rendimiento en la empresa. “El Benchmarking y su impacto en el Posicionamiento del Mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda. Agencia Salcedo.” (Calo & Elizabeth, 2013) Buscan una herramienta que les permita mejorar su rendimiento de manera en que comparen sus procesos, producto o servicios con otras empresas de su misma área para captar e identificar sus fortalezas y sus debilidades mediante el análisis FODA donde se llegó a la conclusión que deben mantener su horario de atención estable ya que es una ventaja que tienen ante la competencia y de esta manera podrán atraer a nuevos clientes.

En el presente proyecto notamos que buscan implementar la herramienta Benchmarking donde tenemos una investigación de: “Benchmarking para las microempresas de calzado de la ciudad de Latacunga” (Doris & wilma, 2017) Mediante análisis se dio a conocer los retrasos que existen dentro de la producción de calzado para ello decidieron observar, analizar y actuar sobre las estrategias de la competencia para así mejorar cada proceso, servicio o producto del mismo,

ellos llegaron a la conclusión que la competencia tiene áreas de trabajo más cómodas facilitando a los operadores a trabajar satisfechos.

Es importante dar entender que el benchmarking es una herramienta utilizada a nivel mundial ya que por esta metodología se realiza la comparación, recopilación de datos y mejoramiento de bienes, servicios y procesos. “Propuesta y desarrollo de una metodología de benchmarking competitivo en la empresa Familia Sancela para el mejoramiento continuo de productos” (Castillo & Santiago, 2014) Esta investigación es realizada por estudiantes de la Universidad de San Francisco de Quito en Ecuador se basa en un plan de mejoramiento en conjunto de la metodología benchmarking en una microempresa dedicada a la producción de PH en Colombia, ellos utilizaron el diagrama de Pareto para definir los puntos altos y bajos del producto mediante los siguientes parámetros: colaboración alta en utilidad, oportunidad de realizar modificaciones mínimas en el producto y que sea realizado nacionalmente. Realizan el análisis de datos y por último, realizan prototipos para mejorar sus procesos de producción.

Existen diferentes tipos de mercados en nuestro país y se debe tener en cuenta que los productos nacionales se exportan más que los de otros países, por lo que se utilizan herramientas de benchmarking para realizar un análisis para entender qué productos son los más comercializados y por qué. darnos una valoración y analizar estrategias para mejorarlas. “Análisis de benchmarking, Caso PACARI para el desarrollo de estrategias de marketing mix” (Priscilla & Ericka, 2020) CAPARI CAPARI es una empresa dedicada a la producción y exportación de chocolate orgánico con el objetivo de introducir métodos de benchmarking para proponer nuevas estrategias y promover las PYMES. . que los agricultores puedan mejorar sus estrategias de producción y luego comparar para determinar las fortalezas y debilidades del chocolate del país

en comparación con otras marcas de chocolate en otros países. Utilizar el marketing digital para mejorar las estrategias publicitarias es fundamental para crear nuevos canales de distribución de marketing.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Generalidades

Es un argumento que identifica y expone los antecedentes, las teorías, las regulaciones y/o los lineamientos de un proyecto de investigación, de un programa de gestión o de un proceso.

(CATERINA, 2020)

2.2.2. Contexto

La presente tesis está basada en la teoría de la importancia de la investigación de mercados, para el desarrollo del nuevo producto, en cualquier contorno de negocio que se desarrolle. Es de importancia revisar el gran e impredecible aporte que ofrece una investigación de mercados al desarrollo de productos y de qué manera incide en la toma de decisiones, pues al estar basada en las opiniones de los compradores o consumidores disminuye el riesgo a realizar estrategias.

Debido a que este trabajo propone emprender la creación de una empresa competitiva que elabore y distribuya productos con características innovadoras para caninos, a continuación, se presentan algunas teorías y conceptos que permiten tener un mejor entendimiento del proyecto:

Producto. - Es cualquier objeto o servicio hecho por el hombre que satisface las necesidades o deseos de un cliente. Los productos se comercializan para que estén disponibles para que los consumidores los compren y los vendan. Los productos pueden clasificarse como bienes o servicios. (Cordero, 2013)

Metodología: La investigación para este proyecto está enfocada en la investigación de mercado exploratoria, la cual será descriptiva para la creación del producto, ya que permite la elaboración e identificación de cada mecanismo y variable que forma parte de la pregunta de investigación.

El método de investigación que se utilizará es inductivo porque se basa en la investigación y la experimentación, es decir, comienza con la recopilación de datos cualitativos o cuantitativos de varias fuentes de investigación y finaliza con una conclusión adecuada. Dependiendo de los resultados de la encuesta.

Estrategias de Marketing

Definiciones: Determinan la forma de alcanzar los objetivos. Dado que las estrategias de marketing disponibles para las empresas han cambiado, es importante examinarlas de acuerdo con tres criterios diferentes: la ventaja competitiva que buscan expandir, la forma en que contribuye al desarrollo organizacional y la posición relativa en la que se encuentran competitivamente.

Tipos de estrategias de marketing

Estrategias De Desarrollo: Una empresa tiene una ventaja competitiva cuando su producto o marca tiene características que la hacen superior a sus competidores. La ventaja competitiva puede consistir en muchos arquetipos, pero podemos dividirlos en dos categorías: ventajas internas que surgen de los procesos. La adquisición y suministro, producción, gestión o distribución de productos cuyos precios unitarios autorizados sean inferiores a los de los competidores más directos y que tengan una ventaja competitiva externa por la presencia de especialistas en calidad del producto que los distinguen de los competidores y consumidores y consideren esto una ventaja.

Estrategia De Administración De Costos: fijar el precio del producto de una empresa por debajo de los precios de los competidores.

Estrategia de Diferenciación: Consiste en desarrollar un producto o servicio que sea distinguido por los clientes como único, especial o superior por sus características especiales.

Estrategia De Crecimiento: Plan para contribuir a la expansión de la empresa. Estrategia de penetración: Tiene como objetivo desarrollar las ventas del producto existente entre los competidores.

Estrategia De Desarrollo De Mercado: Su objetivo es desarrollar nuevos mercados para los productos existentes.

Estrategia De Desarrollo De Productos: implica nuevas funcionalidades, rediseño o creación de nuevos productos para nuevos mercados para ser utilizados por empresas que buscan expandirse más allá de su negocio principal.

Benchmarking

Qué es Benchmarking. - Benchmarking es un proceso formal que comienza con un alcance e identificación absolutos de las mejores prácticas, seguido de una redacción detallada de las propias prácticas y logros de la organización, realizado durante visitas coordinadas y entrevistas con empresas identificadas, y finaliza con un análisis de las empresas. . resultados, recomendaciones de mejora e implementación de lo aprendido..

Proceso de Benchmarking.:

Existen varios modelos de referencia, como el modelo de Robert Camp, que es uno de los más importantes y ampliamente utilizados. Crea una herramienta de aprendizaje que ayuda a las empresas a descubrir dónde necesita mejorar y nos brinda ayuda sobre cómo mejorar para una evaluación comparativa adecuada, que consta de cuatro fases. (CUMBE TOBAR, 2019)

- Planificación
- Análisis
- Integración
- Acción

Aspectos del Benchmarking. Ha evolucionado como una herramienta para ser practicada en la empresa, por lo que cada vez es más difícil ser más competitivo en la empresa, sin embargo, existen algunos aspectos importantes a analizar. Tienen cuatro aspectos importantes. (FREIRE, 2022)

a) **Calidad:** La decisión de utilizar estrategias de calidad abarcará la planificación, organización y análisis de actividades que cumplan objetivos de aprendizaje específicos para descubrir y adaptar nuevas estrategias a diferentes áreas de la organización.

b) **Productividad:** Productivity Benchmarking es un excelente estudio del campo que examina los recursos que ingresan a un negocio; la productividad se puede expresar como un aumento en la producción y el consumo de recursos, que puede reflejar pérdidas o ganancias. Ninguna herramienta de calidad y productividad por sí sola vale la pena arreglar todo lo que una organización necesita a un nivel competitivo porque conducen a resultados para sus objetivos específicos.

c) **Tiempo:** El estudio del tiempo refleja la dirección del desarrollo industrial en el nuevo año. El tiempo se ha convertido en un factor que aumenta las ventas, la producción y la distribución y conduce a una mayor productividad. Al desarrollar un programa orientado al tiempo, se ha logrado reducir el tiempo de entrega y así lograr una mayor competitividad. (NIZ, 2018)

Ventajas y Desventaja del Benchmarking

Ventajas

- Este es un proceso en el que se materializa la mejora de la empresa y de la organización y por tanto se deben tener en cuenta todas sus ventajas:
- Es una herramienta fantástica para la mejora continua, ya que proporciona información sobre las investigaciones importantes de la empresa. Requiere un estudio constante de las formas de trabajo propias y ajenas, lo que revela continuamente oportunidades de mejora. - Es útil para predecir los procedimientos del mercado estudiando el impacto de estrategias similares implementadas por otras organizaciones, identificando objetivos específicos que se pueden lograr en poco tiempo.
- Se inicia el trabajo en equipo, haciéndose llevadero generar nuevas ideas para mejorar el desempeño del equipo de trabajo.

Desventajas

- La evaluación comparativa a menudo se critica cuando muchas organizaciones se ven influenciadas por la evaluación comparativa de manera incorrecta, por ejemplo:
- Es un proceso difícil y requiere mucha responsabilidad para tener éxito. - Este proceso no debe priorizarse cuando se trata de preguntas frecuentes o de baja o mediana importancia y debe reservarse para preguntas importantes.
- Las empresas están preocupadas por proteger las políticas de las que no saben más porque esas políticas se están desarrollando en otros lugares y sin seguridad. (Carlos Hernández Rodríguez*, 2017)

Colonia Para Caninos a Base de Permetrina

Colonias para Caninos:

El desarrollo del nuevo producto se basa en colonias sólidas para caninos elaboradas con ingredientes 100% naturales, con énfasis en el aceite de coco y el aceite de lavanda, que eliminan

el olor y tienen propiedades antibacterianas. Gracias a la combinación de aceite de coco y aceite de lavanda, la colonia tiene propiedades dermoprotectoras, antiparasitarias y antibacterianas. Todas estas características hacen que este producto sea único e innovador en el mercado, que mantendrá el olor agradable para los caninos. (oscar andres, 2020)

Permetrina:

Es un insecticida piretroide de tercera generación utilizado para matar insectos, ácaros, pulgas, piojos, arañas y otros insectos. Su nombre químico es fenoxibencil-3-(2,2-diclorovinil)-2,2-dimetilciclopropanocarboxilato y su número CAS es 52645-53-1. Su fórmula global es $C_{21}H_{20}Cl_2O_3$.

La permetrina actúa directamente sobre el sistema nervioso de la garrapata, paralizándola y luego causándole la muerte..

- **Datos farmacocinéticos:** Se encuentra en el grupo de compuestos denominados piretroides, la neurotoxicidad es el mecanismo de acción por lo que alarga el desarrollo y activación de canales de Sodio (Na) provocando una despolarización sostenida. No tiene efecto en neuronas de aves y mamíferos a excepción de gatos ya que causa hipersensibilidad en ellos
- **Para que sirve:** Es un insecticida que ayuda a eliminar piojos, garrapatas, pulgas y además es un fungicida que ayuda a eliminar plagas y propagación de ellas en los cultivos.
- **Tipos de insecticidas:** En este grupo de piretroides existen 4 insecticidas que cumplen parecida función y sirven como sustitutos del otro.

Cipermetrina: Cumple la misma función pero su tiempo de duración es de un 30% menos que el de la permetrina.

Deltametrina: Es menos eficaz tiene un 20% de efectividad

Ivermectina: La ivermectina sirve para problemas de acaricidas, se lo utiliza en productos como shampoo, legía, productos de limpieza y desinfección, etc.

- **Riesgos:** En caso de una sobredosis del producto permetrina, puede causarle enrojecimiento en la piel, intoxicación, dolor de cabeza y si la permetrina se consume por medio de medicamentos en un largo plazo puede llegar a afectar sus riñones.

Aceites esenciales: Los aceites esenciales son sustancias aromáticas naturales que son elaborados con frutas, flores y en otros casos se los elabora con ambos productos.

- **Beneficios:**
 - Tiene vitaminas
 - Hidrata la piel
 - Es un relajante
 - Da brillo al peaje

Materias Primas y Elaboración del Producto :

Colonia para Eliminar Garrapatas con Aroma a Coco y Lavanda, 100ml: Los ingredientes necesarios para hacer bases de colonia requieren aceite de coco y aceite de lavanda. Los productos están disponibles en Av. Machala entre 1ro de Mayo y Quisquis, en Químicos Cevallos, de tal manera de obtener la cantidad y calidad de materiales necesarios, para no limitar las posibilidades de uso del producto y aumentar el costo de envío. El crecimiento de la demanda es un componente esencial para determinar el tamaño óptimo de un proyecto. Esto ayudará a determinar la disponibilidad de los materiales necesarios y los recursos financieros.

Denominación para el Medicamento Veterinario

colonia para caninos de 100ml

Paso2: En una cacerola colocar 50ml de agua destilada y poner a hervir a fuego lento, se utiliza el agua destilada primero ya que sirve con reactivo químico y disolvente a su vez tiene la misma función que el alcohol aplicado para uso humano.

Paso3: Se mide 13ml de glicerina y se coloca en el mismo recipiente que el agua destilada y se lo tiene en continuo movimiento para que la mezcla valla compactando, ya que la glicerina es el encargado de dar una sola consistencia al producto.

Paso4: Se coloca poco a poco el aceite de coco y la esencia de lavanda mientras va revolviendo la antigua preparación. El aceite de coco es un restaurador de las células muertas y ayuda en el pelaje de la mascota, la lavanda tiene agradable aroma, es un relajante y ayuda en la eliminación de pulgas.

Paso5: Medir 0.5ml de permetrina con un gotero y colocarlo en la preparación anterior, luego revuelva hasta tener una mezcla homogénea.

Paso6: Dejar reposar la mezcla hasta que se enfríe

Paso6: Con la ayuda de un embudo, coloque la Mezcla en un Atomizador.

Paso7: Dejar reposar la mezcla por uno 15min en una temperatura de -19°

Paso8. Listo.

Características

Colonia en líquido para uso de canino

Presentaciones

La presentación de la colonia para caninos tendrán diversos contenidos como 100ml, 150ml, 200 ml, además, presentaremos distintos aromas, como por ejemplo, lavanda, menta, rosas, manzanilla.

➤ **Forma Farmacéutica**

Solución blanquinosa.

Datos Clínicos

Especies De Destino

Caninos

- **Indicaciones de uso, especificando las especies de destino**

Aplicar la colonia pulverizando sobre las manos y masajeando suavemente en el pelaje del perro, aplicar con brocha y extender por todo el cuerpo del animal, o pulverizar sobre el grano a unos 15 cm de distancia. animales En caso de ataque, se recomienda desinfectar las habitaciones, camas y escondites de los animales.

- **Contraindicaciones**

No use este producto en caninos menores de 4 meses de edad.

No usar en caso de tener alguna reacción alérgicos o sensibles a algún ingrediente del producto.

No rociar el producto directamente a los ojos y oído.

Precauciones especiales de uso

Precauciones especiales para su uso en animales

- No utilizar si su mascota presente falta de apetito después de la aplicación.
- Cancelar la aplicación del producto veterinario en caso de pérdida de pelaje
- No usar en gatos ya que la piel del animal es más sensible y no adsorbe rápidamente el químico haciendo que su piel sufra dermatitis severa. Para evitar este tipo de problemas evitar que la mascota tenga contacto directamente con el producto. En caso de ocurrir acudir inmediatamente a el veterinario más cercano.

- Consulte con su veterinario si su mascota está enferma o debilitada, antes de la aplicación del producto

Uso durante el embarazo, la lactancia o la ovulación

No se ha confirmado la reacción a este medicamento veterinario durante la gestación o la lactancia. Para perros solo en base a la valoración del veterinario responsable

Interacción con otros medicamentos y otras formas de interacción

Ninguna conocida.

Dosificación y vía de administración

Vía de administración y posología:

Unción de la piel indirectamente. Aplicar solo en la piel no dañada.

La dosis mínima recomendada es: el producto se aplica en mascotas mayores de 4 meses de edad, para cualquier tipo de raza sin restricción alguna.

Método de administración:

Agitar la colonia por 10 segundos y rociar en el cuerpo del can en especial en las zonas donde se ocultan las garrapatas como axilas, patas e ingle ya que son zonas donde tienen menos pelaje y el aroma podrá concentrarse en el cuerpo del can.

Sobredosis (síntomas, medidas de urgencia, antídotos), en caso necesario

Si su mascota sufre de una sobredosis o algún tiene reacción a alguno de los componentes del perfume se le recomienda bañarlo inmediatamente y acudir al veterinario más cercano.

Propiedades Farmacológicas

Grupo farmacoterapéutico: Es un Ectoparasiticidas de uso tópico, incluidos insecticidas, permetrina y combinaciones, creado para eliminar parásitos externos.

- Propiedades medioambientales

Es recomendable no verter el contenido o votar el envase a ríos, acueductos, lagunas y mares ya que esta sustancia resulta peligrosa para animales u organismos acuáticos.

- **Período de validez**

Período de efectividad de la colonia veterinaria para su venta: es efectivo aproximadamente durante 2 años.

- **Precauciones concretas de conservación**

Conservar en el envase en temperatura ambiente de 20C° lejos del fuego y de la humedad

- **Naturaleza y composición del envase primario**

La colonia mantiene su aroma en un frasco de vidrio

Cada colonia contiene 100 ml conteniendo 7% ml de permetrina

- **Precauciones que se deben tener al querer desechar el medicamento veterinario no utilizado.**

No se debe permitir que los medicamentos veterinarios entren en las vías fluviales, ya que esto puede ser peligroso para los peces y otros organismos acuáticos. Cierre la botella después de su uso. Todo medicamento veterinario no utilizado o los residuos derivados del mismo deben eliminarse de acuerdo con las normativas locales..

- **Prohibición de venta, dispensación y/o uso del producto**

Producto veterinario para perros. Este producto no necesita prescripción veterinaria salvo si su mascota tiene alguna reacción alérgica hacia el producto.

Identificación de riesgos

Tabla 4

Riesgos y peligros del producto	
Peligro para la salud	Es un compuesto alcalino puede causar Irritación a la piel y ojos en contacto extenso.

Principales Riesgos	Irritantes a la piel y membranas mucosas
Inhalación	Causa irritabilidad
Contacto con los ojos	Enrojecimiento, irritación, eczema, lagrimeo.
Ingestión	Causa malestar y vómito
Primeros auxilios	
Contacto con los ojos	Enjuagar con abundante agua los ojos.
Contacto con la piel	Lavar con abundante agua fresca o tibia y jabón
Inhalación	Aire frío y caliente.
Absorción	Beber el producto en agua o leche. Debe acudir inmediatamente al médico.

Fuente: Química Riandi Cía. Ltda.

Ventajas de aplicación

- ✓ Elaborada con esencias naturales frutales y florales.
- ✓ Proporciona un aroma refrescante después del baño.
- ✓ Tiene funciones de desodorantes.
- ✓ No altera las capacidades de olfato de tu mascota.
- ✓ Sin alcohol.

Ventajas para los Distribuidores

- ✓ El precio es accesible.
- ✓ Acceso al sistema de procesamiento de pedidos las 24 horas del día.
- ✓ Entrega al día siguiente después del pedido.
- ✓ Financiamiento a 90 días sin intereses para mayoristas.
- ✓ Información en línea sobre productos disponibles, precios, comunicaciones promocionales.

Análisis FODA

Para identificar nuestros factores internos y externos es importante realizar el Análisis de FODA esto es muy importante ya que también nos ayuda a crear estrategias para aumentar las fortalezas y eliminar las debilidades.

Tabla 5

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Producto de buena calidad que cumple con las necesidades de los consumidores. - Fidelidad y confianza para los consumidores -Diversidad de líneas de colonias -Alto margen de rentabilidad del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidad de mercado - Crecimiento de mercado de mascotas - tendencia sobre el cuidado de la salud de los caninos. - Variedad de precios existentes en el mercado.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Ineficiencia de equipo tecnológico - Falta desarrollo de publicidad. -Falta planificación estratégicas. -Desperdicio de materias primas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Obtención de la materia prima. - Marcas altamente reconocidas y posicionadas en el mercado. - clientes fieles a la competencia. - competencia agresivas.

Nota: Identificación de los factores internos y externos para la creación de un producto veterinario. Autor Propio(2022)

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Generalidades

Marco conceptual es una parte de la investigación o tesis donde se realiza la recopilación de manera sistemática y la demostración de la definición de palabras claves dentro de la investigación, ya sea en el ámbito científico o humanístico. (Significados.com, 2022)

2.3.2. *Glosario De Términos*

- Nuevo producto: “Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reditúa”
(Española R. A., s/f)
- Benchmarking: “técnica metodológica para crear estrategias y mejorar los procesos, funciones y características de productos y servicios de una empresa.” (Acumbamail, 2022)
- Shampoo: ‘jabón líquido para lavar el cabello.’ (Española R. A.)
- Marketing: “identificar oportunidades para mejorar o ampliar el diseño.” (HubSPOT)
- Desarrollo: “Realizar o llevar a cabo algo”. (Real Academia Española, s/f)
- Crear: “Dar principio a algo como una empresa o a una familia”. (Real Academia Española, s/f)
- Mercado: “Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado”
(Real Academia Española, s/f)
- Posicionamiento: “Acción y efecto de posicionar” (Real Academia Española, s/f).
- Glicerina: “Producto principal de la degradación digestiva de los lípidos ” (Medico.net)
- Aceite Vegetal: Se obtienen a partir de la semilla y partes de la planta, como por ejemplo, las hojas, tallo, raíces. (gastronomia-com)
- Perfume: Sustancia, generalmente líquida, que se utiliza para dar buen olor. (Real academia española)

2.4. **Marco Legal**

El marco jurídico es el conjunto de normas, leyes, reglas, legislaciones y cualquier otro instrumento con rango y de característica legales, que permite utilizarse de forma secuencial y coherente, los cuales una vez aplicados permiten respaldar todas las actuaciones y actividades en materia legal. (Enfoque Estrategico, 2019)

Ley Etiquetado de Medicamentos Veterinarios

• Requisitos de registro para fabricantes de medicamentos veterinarios

Artículo 19. Además de los requisitos de la Sección II del Capítulo II, las unidades que elaboren productos farmacéuticos para inyección u otras unidades que requieran condiciones de fabricación estériles, deberán estar equipadas con salas o recintos destinados principalmente a este fin. En este sentido, el local debe ser autónomo y los pisos, paredes y techos deben estar contruidos de tal manera que puedan limpiarse y desinfectarse fácilmente para mantener una higiene adecuada. (vlex, 2008)

• Requisitos de registro para fabricantes de medicamentos veterinarios biológicos.

Artículo 20. Las empresas productoras de medicamentos biológicos veterinarios deberán contar con edificios e instalaciones que cumplan con los siguientes requisitos:

a) Las paredes, techos y pisos deberán ser de materiales impermeables, no absorbentes y lavables, deberán ser lisas, sin grietas, ligeras, y las juntas de techos, paredes y pisos deberán ser curvas y herméticas. fácil limpieza y desinfección.

b) Suministro adecuado de agua potable con presión y temperatura adecuadas. c) Existen instalaciones adecuadas de almacenamiento de agua potable para mantener los requisitos adecuados. (vlex, 2008)

• Requisitos de registro para empresas importadoras de medicamentos veterinarios

Artículo 22. Todas las transacciones de productos veterinarios terminados podrán ser realizadas por personas naturales o jurídicas registradas conforme a lo dispuesto en los artículos 8 y 9 de la presente resolución para ampliar las actividades antes mencionadas y deberán presentar las solicitudes correspondientes especificando la siguiente información. :

- a) Si es una persona jurídica, deberá contar con una copia de su cédula de identidad o carta jurídica. b) Hay una persona local autorizada por el municipio para realizar la actividad prevista. c) Recibir autorización del Ministerio de Salud en los casos previstos en la normativa estatal. d) proporcionar locales e instalaciones adecuados para el almacenamiento y conservación de productos veterinarios. (vlex, 2008)

Tabla 6

Requisitos para fabricantes de productos Veterinarios.

Permisos	Requisitos
Requisitos para la creación y comercialización de productos veterinarios, Decisión-483-de-la-CAN, ART#9	<p>Artículo 9. El responsable de la solicitud de registro será una persona natural o jurídica, y en caso de que no pueda estar presente, la solicitud podrá ser presentada por un representante, la solicitud que contenga los datos personales del representado deberá:</p> <p>a) Representado o solicitado prueba de identidad</p> <p>b) Proporcione su dirección completa, correo electrónico, número de teléfono e información de ubicación.</p> <p>c) Razón social propia de la empresa.</p> <p>d) tipo de medicamento veterinario.</p> <p>e) Perfil del responsable técnico.</p> <p>f) Contratos de producción y control de calidad con productores registrados en instituciones estatales para solicitantes sin área de producción. En este caso, se deberá contar con bodegas para almacenar materias primas y productos terminados que cumplan con los estándares técnicos y legales especificados.</p> <p>g) Es cierto que la autoridad responsable de la protección ambiental se compromete a realizar la actividad prevista utilizando locales y equipos con medidas de protección ambiental.</p>

Registro para Productos de uso Veterinario	h) Las licencias expedidas por las autoridades de cada Estado miembro competente en materia de previsión de riesgos para la salud pública. (AGROCALIDAD, 2021)
	<p>PASO 1: El usuario debe registrarse como operador de medicamentos veterinarios en la plataforma GUIA y agregar el certificado GMP/BPA vigente según el tipo de producto</p> <p>PASO 2: Verificación institucional de la contabilidad ganadera</p> <p>PASO 3: Las autoridades fitosanitarias y fitosanitarias pueden recibir asesoramiento si es necesario.</p> <p>PASO 4: El certificado de registro del producto se emite mediante el sistema Expediente Ganadero 2.0. (GOBIERNO DEL ECUADOR, 2021)</p>

Nota: Autor Propio

Tabla 7

Normas ISO

Normas	
Normas ISO 9001	El diseño de un Sistema de Gestión donde se implanta la mejora de procesos.
Normas ISO 14001:2015	Esta Norma de los Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) tiene la finalidad de apoyar la aplicación de un método de manejo ambiental en cualquier organización del sector público o privado (Nuevas Normas ISO, 2018)

Nota: Autor Propio

Tabla 8

Políticas necesarias para el registro, verificación, comercialización y uso de productos veterinarios

Decisión 483 de la Comunidad Andina de Naciones. “Políticas necesarias para el Registro, Control, Distribución y uso de productos Veterinarios”

Art#4 “Establece que cada país miembro deberá aceptar las medidas técnicas, legales y demás que sean referentes, con el fin de desarrollar los instrumentos esenciales para la aplicación de la presente Decisión”.
(AGROCALIDAD, 2021)

Art#5 El Ministerio de Agricultura y ganadería de cada País Miembro o la Entidad oficial que el Gobierno de cada país Miembro designe, será la autoridad Nacional competente responsable del cumplimiento de la presente Decisión.
(AGROCALIDAD, 2021)

Nota: Autor Propia.

CAPÍTULO III

3. Marco Metodológico

3.1. Alcance De La Investigación

Está presente investigación realizada en Guayaquil año 2022 con el fin de desarrollar un nuevo producto que le de satisfacción al cliente ante la búsqueda de un producto que elimine garrapatas y cuide el olor y pelaje de sus mascotas para eso utilizaremos la técnica de benchmarking para comparar con las demás marcas que produzcan y comercialicen colonias para caninos o productos que utilicen permetrina u otros derivados que sean insecticidas o pesticidas para uso tópico del animal, para tener esta información fue necesario entrevistar a un experto en animales y productos veterinarios para saber que componente es beneficioso y dañino para el can.

3.2. Tipo de Investigación

3.2.1. *Investigación de Campo:*

Una investigación de campo es realizar una recolección de datos en tiempo real en el lugar donde se origina la investigación como por ejemplo una entrevista, en ella se obtienen datos reales los cuales no pueden ser modificados.

Se procede a realizar una investigación de campo por qué se requiere saber cuántas personas en la ciudad de Guayaquil velan por el cuidado de sus mascotas caninos, se entrevistó a un técnico capacitado en el tema, se hizo la recolección de datos, a raíz de esto también se realizó una encuesta donde procede a identificar los puntos clave para el desarrollo de un nuevo producto basado en benchmarking.

3.2.2. *Investigación Exploratoria*

Utilizamos Investigación Exploratoria ya que indagamos acerca del tema debido a que no tenemos conocimiento profundo de ello, ya que no es nuestra rama de estudio, sin embargo,

optamos por seguir con nuestras investigaciones y llegar a familiarizarnos con la problemática que existe con los dueños de mascotas caninos al no tener un producto que tenga buen aroma y sea para la eliminación de garrapatas.

3.2.3. Investigación Documental o Bibliográfica

Se llevó a cabo la investigación de estudio por medio de documentos bibliográficos académicos, en el reciente trabajo se tomó como referencias antecedentes investigativos de trabajos relacionados con el benchmarking y el desarrollo de nuevos productos con la antigüedad máximo de 5 años de antigüedad, se tomó información referentes al tema por medio de libros, sitios webs, tesis de grado, Biblioteca virtual de la Universidad de Guayaquil, mediante se iba desarrollando la investigación se fue adquiriendo conocimiento el mismo que nos sirvió para desarrollar el proyecto.

3.3. Métodos de Investigación

La metodología de la investigación nos ayuda a indagar, adquirir nuevos conocimientos sobre los objetivos planteados y nos permite dar un análisis concreto. Se realizan estudios de manera cualitativos y cuantitativos eso nos permite dar un enfoque sobre las variables que vamos analizar en este caso ya sean numéricos o datos que son cuantificables y los que no se cuantifican son las opiniones, entrevistas individuales que se van analizando a en el transcurso del estudio.

3.3.1. Método Inductivo-Deductivo

Se utilizará ambos métodos ya que inicialmente propondremos a las personas dueños de mascotas que revisen ciertos productos que ya existen en el mercado basados en los beneficios del producto, los efectos secundarios, las utilidades del producto, etc. Luego de eso recogeremos sus opiniones, las analizaremos, organizaremos y presentaremos los resultados siendo nuestro apoyo para realizar una comparación de mercado.

3.4. Enfoque Investigativo

3.4.1. Enfoque Cuantitativo

Realizaremos un enfoque cuantitativo ya que nos permite la recopilación y selección de datos por medio de las perspectivas u opiniones de las personas, para llevar acabo esto utilizaremos técnicas de investigación como los son las encuestas o entrevistas.

3.5. Elementos De Investigación

Población: Toda persona que sea dueña de mascota can y que se encuentre en la capacidad de proporcionarle un tratamiento de limpieza contra pulgas y garrapatas al menos 4 veces al año.

Muestra: Se realizará un tipo de muestra no probabilístico, ya que no toda la población será tomada en cuenta para este tipo de estudio.

Formula:

Ecuación 1

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

Tabla 9

Datos de la población

Datos		
N:	Población de la ciudad de Guayaquil	926.046
Q:	Probabilidad de Éxito	0,5
P:	Probabilidad de Fracaso	0,5
P+Q	Varianza de la Población	0,25
E	Margen de Error	5,00%
NC (1- α)	Confiabilidad	95%

Z: Nivel de Confianza 1,96

Nota: Autor Propia

$$\frac{1,96^2 * 926.046 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (926.046 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$\frac{1,96^2 * 926.046 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (926.046 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$= \frac{889.374,57}{2.316,07}$$

n= Se realizó la prueba de muestreo el cual nos dio de resultado 384 que quiere decir que debemos encuestar a esa cantidad de habitantes.

3.6. Técnicas De Investigación

- Prueba de producto: La prueba de producto es utilizada para medir cada característica del producto por medio de indicadores como por ejemplo su aroma, que reacción causa al momento de utilizarlo e identificar los puntos a favor, en este punto también se toma en cuenta la eficacia y rendimiento que tiene el producto.
- Encuesta: Una entrevista es un cuestionario de preguntas cerradas se puede componer de opciones múltiples o preguntas con una sola opción de respuesta, la encuesta es utilizada para obtener datos cualitativos donde podamos inferir sobre la aceptación que tendrá el producto en el mercado veterinario, dependiendo de que cumpla con las necesidades de los clientes.
- Entrevista: La entrevista es un cuestionario de preguntas abiertas que se le realiza a personas expertas en el tema de estudio, ya sea un ingeniero químico o un veterinario para saber su adquirir conocimiento para llegar a tener una idea más clara y precisa del mismo.

3.7. Instrumentos

3.7.1. Cuestionario de Preguntas Cerradas para la Encuesta

Se realizará una encuesta a 384 personas en la Ciudad Guayaquil, la encuesta consta de 12 preguntas cerradas se basa en opción múltiple donde será importante cada dato para establecer un análisis de datos cualitativos y dar a conocer un análisis general de las 384 personas encuestadas.

3.7.2. Cuestionario de Preguntas Abiertas para la Entrevista

Se realizará una entrevista a Expertos en el tema de estudio, ya que nuestro producto se basa en una colonia para la eliminación de garrapatas nuestro experto a entrevistar s etarra de un veterinario. Gracias a la observación de los expertos se podrá obtener puntos de vistas más profundos sobre antecedentes y hechos actuales. Cabe recalcar que no es importante la cantidad de su opinión, sino la calidad y veracidad de la información de los datos obtenidos

3.7.3. Ficha de evaluación de contenido de producto

Se realizó una evaluación de producto sobre su aroma, su presentación, resultados a corto plazo y sus consecuencias para estimar sus resultados y verificar el rendimiento del mismo.

3.8. Resultados de la investigación

3.8.1. Resultados de la encuesta

Pregunta #1

Tabla 10

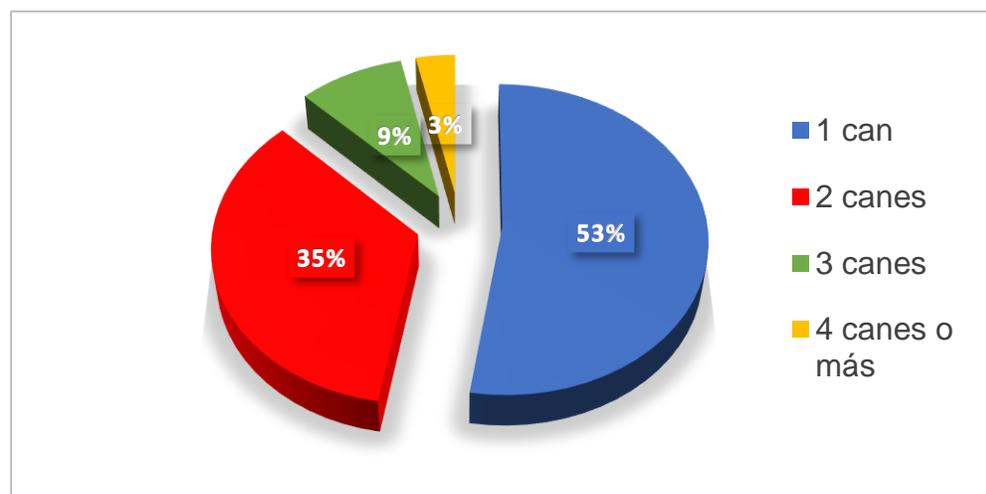
Cantidad de caninos que tiene en su casa

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	1 can	202	52.6%	52.6%
2	2 canes	134	34.9%	87.5%
3	3 canes	35	9.1%	96.6%
4	4 canes o más	13	3.4%	100.0%
Total de Respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor propia

Figura 2

Cantidad de caninos que tiene en su casa



Nota: Autor Propia

Análisis de los resultados

Con base en los datos obtenidos de la investigación, se puede concluir que el 53% de la población opta por tener un perro debido a los gastos y cuidados asociados con tener un perro y, a cambio, las mascotas son buenos compañeros en el hogar. El 35% tiene dos perros, el 9% tiene tres perros, y el 3% tiene cuatro o más perros porque tienen suficiente dinero para cuidarlos, a veces los perros tienen crías y la gente decide cuidarlos. Son parte de la familia.

Pregunta #2

Tabla 11

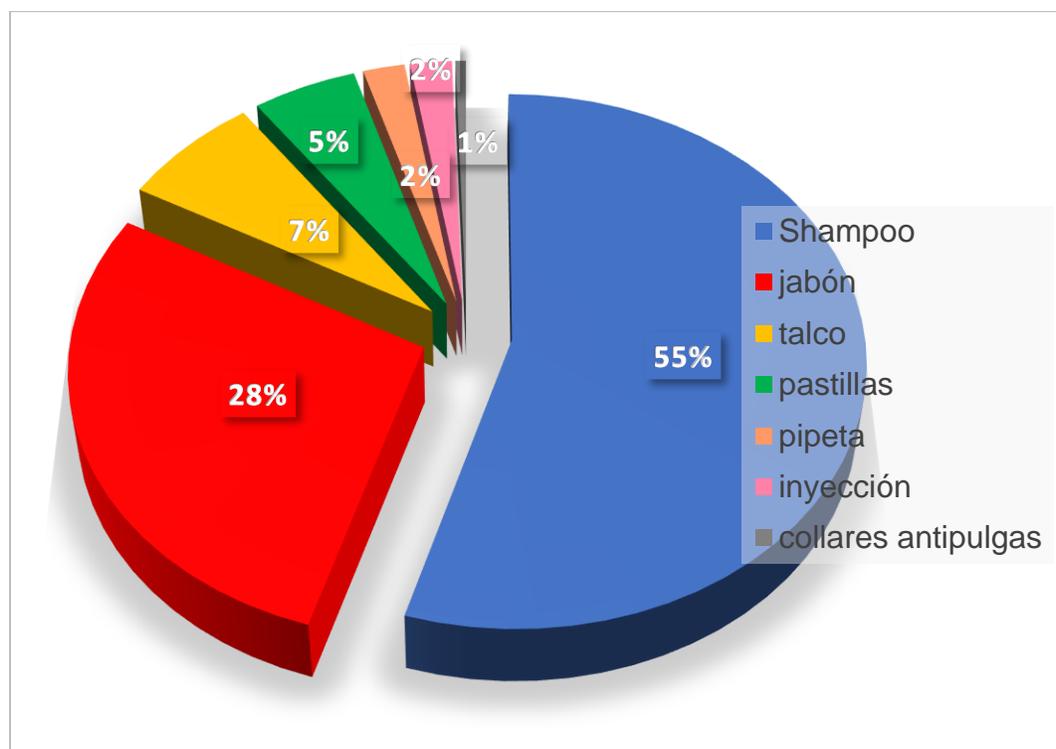
Producto que utilizas para la eliminación de garrapatas en su canino

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Shampoo	210	54.7%	54.7%
2	jabón	109	28.4%	83.1%
3	talco	27	7.0%	90.1%
4	pastillas	20	5.2%	95.3%
5	pipeta	8	2.1%	97.4%
6	inyección	8	2.1%	99.5%
7	collares antipulgas	2	0.5%	100.0%
Total de Respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor propio.

Figura 3

Producto que utiliza para la eliminación de garrapatas en su canino.



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

Interpretando los datos, se sabe que el champú representa el 49% del consumo en la ciudad de Guayaquil, gracias a sus propiedades que dan brillo al pelaje de las mascotas y matan las garrapatas. El jabón tiene un 29% porque es uno de los productos que se pueden usar con frecuencia en el baño. Se utilizan pajillas, inyecciones y collares antipulgas al 1% porque la mayoría de estos productos fallan en el baño.

Pregunta #3

Tabla 12

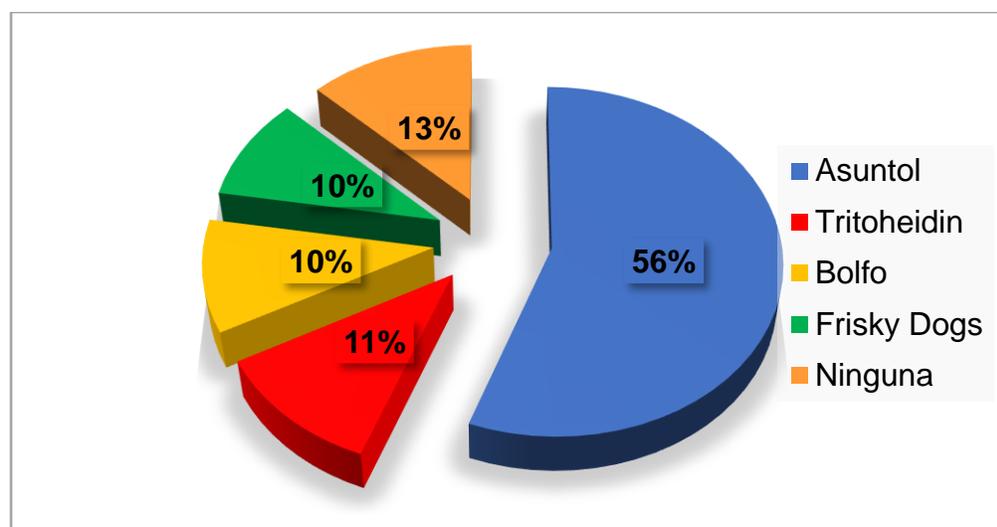
Marca de su preferencia

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Asuntol	214	55.7%	55.7%
2	Tritoheidin	44	11.5%	67.2%
3	Bolfo	40	10.4%	77.6%
4	Frisky Dogs	37	9.6%	87.2%
5	Ninguna	49	12.8%	100.0%
Total de respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor Propio.

Figura 4

Marca de su Preferencia



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

Se puede apreciar que con un 56% la marca más utilizada para adquirir productos que ayuden con la eliminación en caninos es la marca Asuntol, con un 13% se identifica que las personas no eligieron ninguna de las anteriores, un 11% elige la marca tritoheidin, ya que aseguran que si

existen productos que son de buena calidad como el shampoo antiséptico para caninos, el otro 10% es la marca Bolfo y la marca Frisky Dogs aseguran que sus productos son económicos.

Pregunta#4

Tabla 13

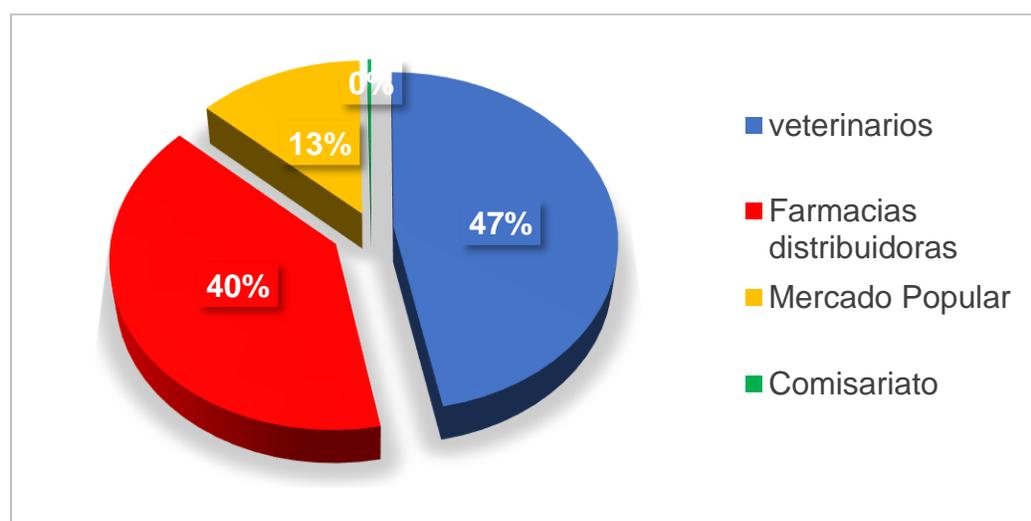
Lugar donde prefieren comprar los productos para sus caninos

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	veterinarios	180	46.9%	46.9%
2	Farmacias distribuidoras	153	39.8%	86.7%
3	Mercado Popular	50	13.0%	99.8%
4	Comisariato	1	0.3%	100.0%
Total de respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor Propio

Figura 5

Lugar donde prefieren comprar los productos para sus caninos



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

Se puede Inferir que el 47% de personas prefieren comprar los productos para su mascotas en Veterinarios, ya que tendrían asesoramiento de cómo usar el producto y cuál es el mejor para su mascota, el 40% de personas prefieren adquirir el producto en Farmacias Distribuidoras, ya que al ser distribuidoras su precio varía y suele ser más económico que en una veterinaria, el 13% de personas prefieren comprar en mercados populares, puesto que se les hace más cercano para adquirir ciertos productos para su mascota, pero la desventaja es que no tienen productos eficaces o asesoramiento de un experto, el 0% de personas prefieren comprar en el Comisariato.

Pregunta#5

Tabla 14

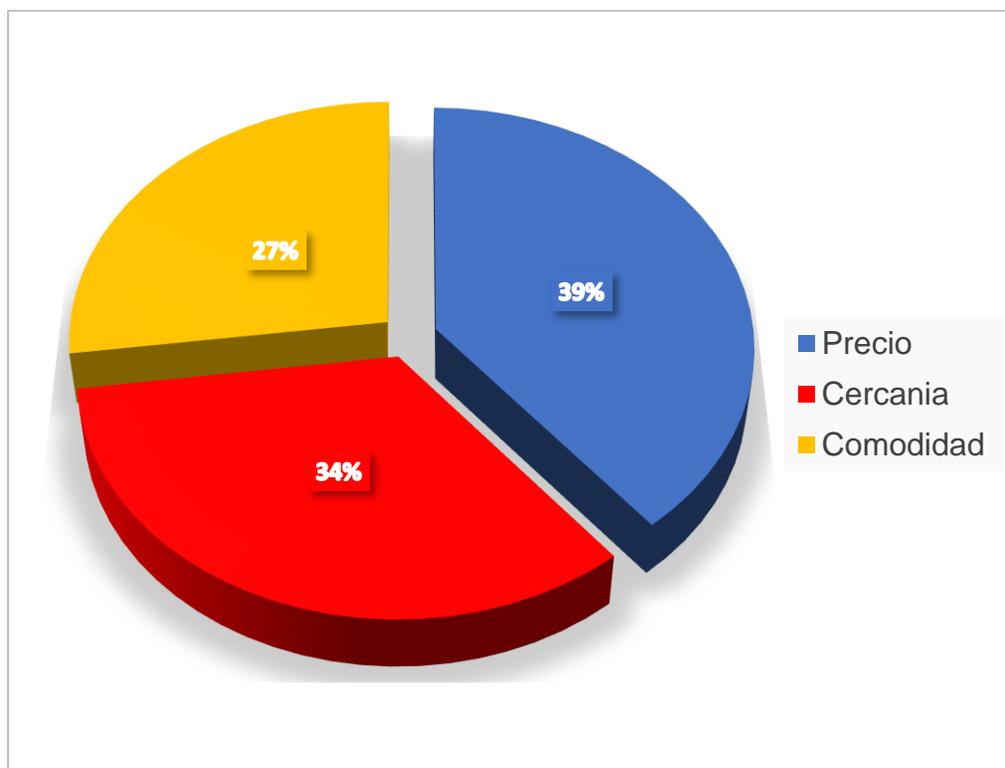
¿Por qué motivo adquiere el producto en ese lugar?

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Precio	150	39.1%	39.1%
2	Cercanía	130	33.9%	73.0%
3	Comodidad	104	27.1%	100.0%
Total de respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor Propio

Figura 6

¿Por qué motivo adquiere el producto en ese lugar?



Nota: Autor Propia

Análisis de los resultados propuestos

Se puede deducir que el 39% de habitantes se fija en el lugar donde su precio sea accesible al momento de adquirir el producto, el 34% de habitantes prefiere la cercanía del local, el 27% se fija en la comodidad, quiere decir que adquieren el producto en el lugar donde le den buena atención y cumplan con sus necesidades.

Pregunta#6

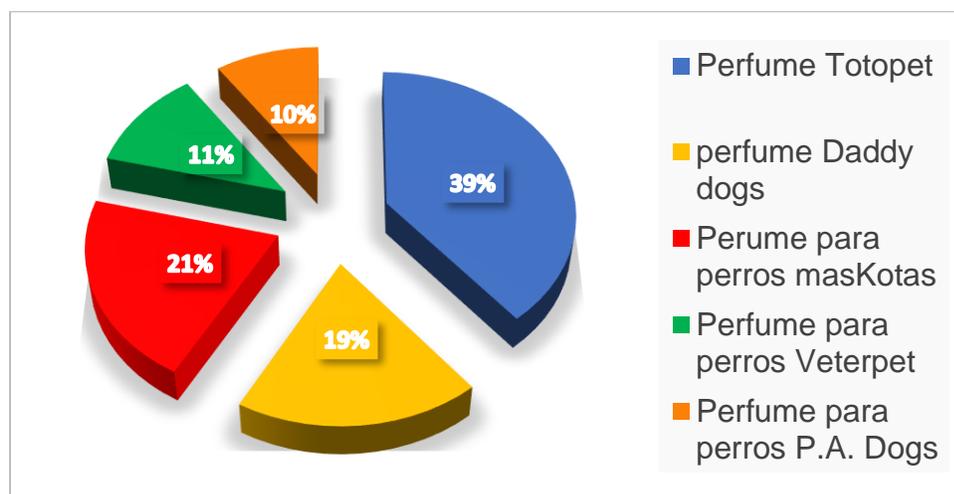
Tabla 15

Funciones que cumplen los perfumes locales para caninos

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Perfume Totopet	150	39.1%	26.0%
2	perfume Daddy dogs	73	19.0%	45.0%
3	Perfume para perros masKotas	80	20.8%	65.8%
4	Perfume para perros Veterpet	44	11.5%	77.3%
5	Perfume para perros P.A. Dogs	37	9.6%	86.9%
Total de respuestas		384	100.0%	

Figura 7

Funciones que cumplen los perfumes locales para caninos



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

Se puede observar que el 39% de habitantes recomiendan el perfume Totopet, ya que cumple con la mayor parte de sus necesidades, seguido por el perfume masKotas con un 21% este producto tiene variedad de presentaciones y precios, el 19% de habitantes elige perfumes Daddy Dogs, ya

que tiene una presentación elegante, Perfume masKotas tienen un 11% y el perfume P.A. Dogs tienen un 10% los habitantes aseguran que estas marcas son poco conocidas.

Pregunta#7

Tabla 16

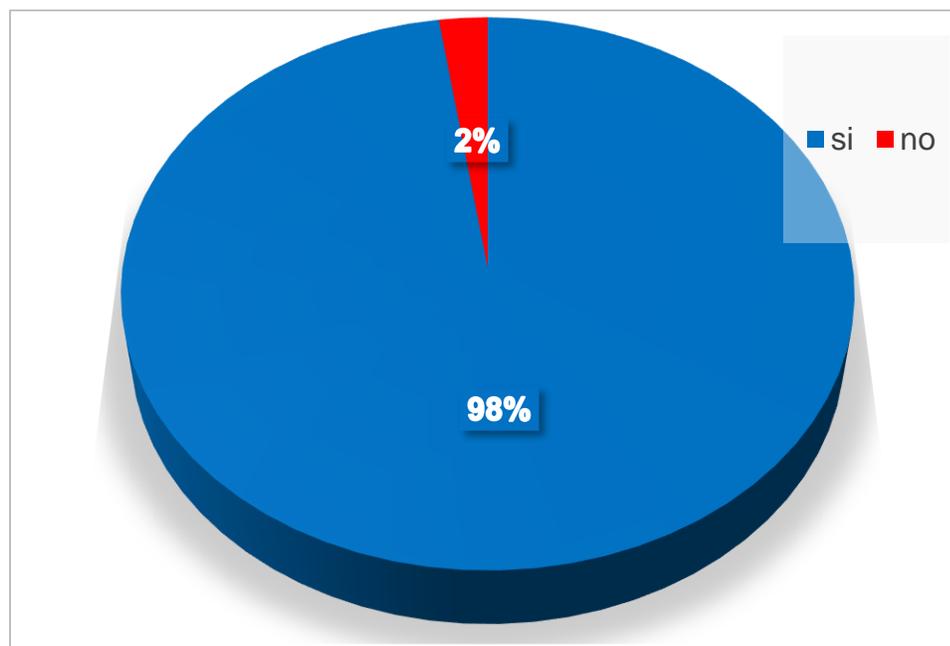
¿le gustaría que existiera un producto que elimine garrapatas y a la vez presente un aroma agradable tal que pareciera una colonia?

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	si	375	97.7%	97.7%
2	no	9	2.3%	100.0%
Total de respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor Propio.

Figura 8

¿le gustaría que existiera un producto que elimine garrapatas y a la vez presente un aroma agradable tal que pareciera una colonia?



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

Se puede interpretar con un 98% que las persona si les gustaría un producto que cumpla con la función de eliminar garrapatas y le dé a la mascota un aroma agradable, al 2% de habitantes no les gustaría que existiera un producto con estos beneficios, ya que al existir un producto innovador, creen que no será con un costo accesible.

Pregunta#8

Tabla 17

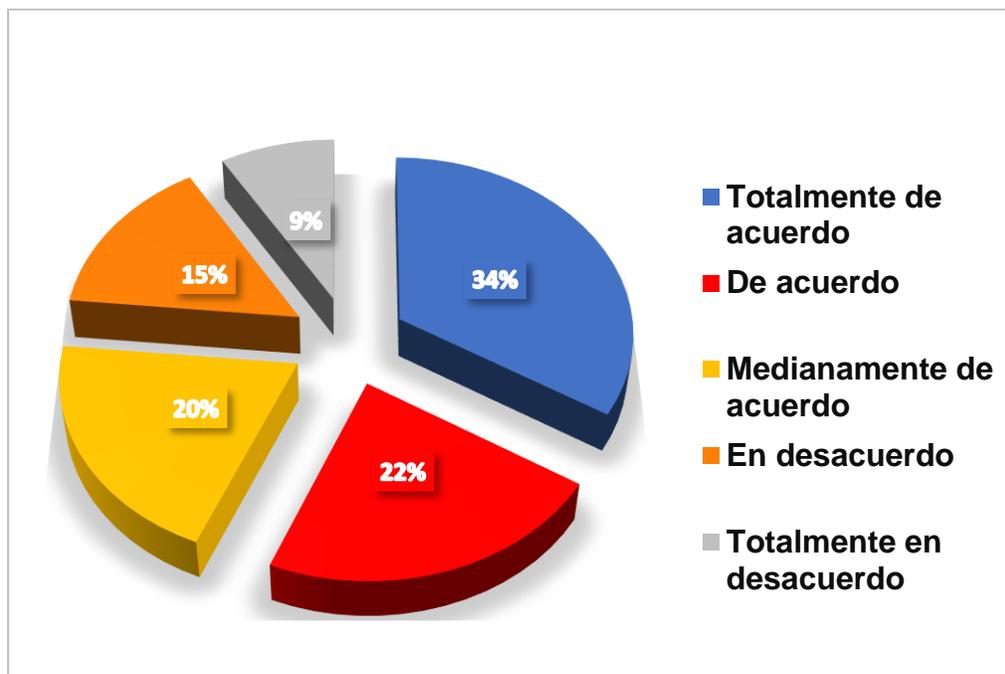
¿Cree usted que un eliminador de garrapatas acompañado de un buen aroma puede interpretarse como un producto de mucha eficacia?

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Totalmente de acuerdo	130	33.9%	33.9%
2	De acuerdo	86	22.4%	56.3%
3	Medianamente de acuerdo	78	20.3%	76.6%
4	En desacuerdo	57	14.8%	91.5%
5	Totalmente en desacuerdo	33	8.6%	100.0%
Total de Respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor Propio.

Figura 9

¿Cree usted que un eliminador de garrapatas acompañado de un buen aroma puede interpretarse como un producto de mucha eficacia?



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

El 34% de personas están totalmente de acuerdo con que el producto eliminador de garrapatas si puede ser eficaz más aún si está acompañado de un buen aroma, el 22% está de acuerdo con esta idea, el 20% esta medianamente de acuerdo con la idea pese a que aún no existe un producto con estos beneficios, el 24% están en desacuerdo.

Pregunta#9

Tabla 18

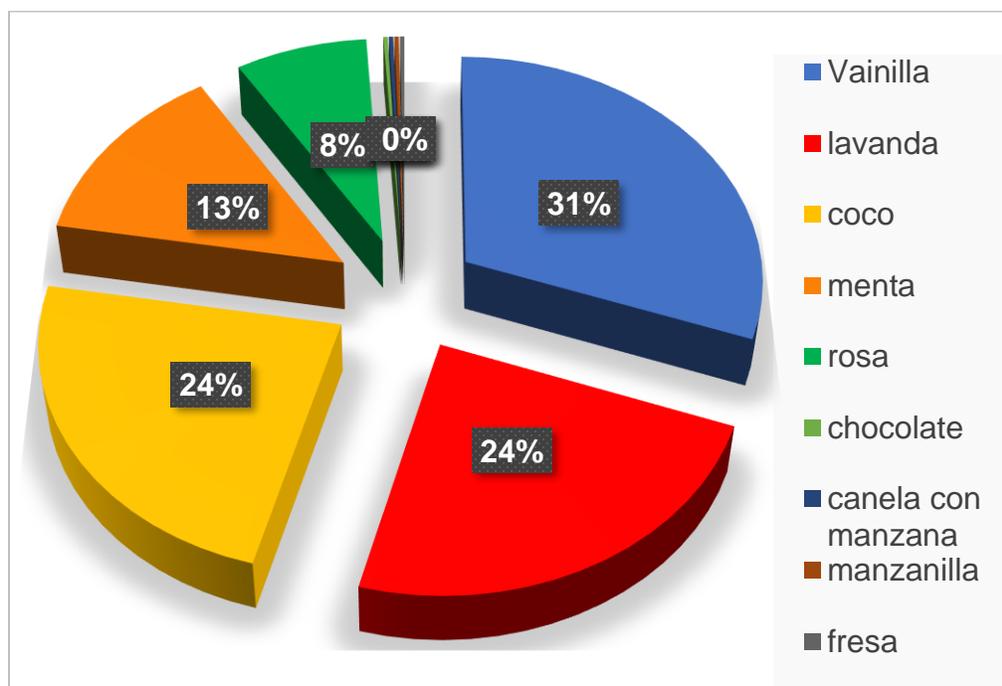
Aroma de su preferencia

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Vainilla	118	30.6%	30.6%
2	lavanda	91	23.6%	54.2%
3	coco	91	23.6%	77.8%
4	menta	52	13.5%	91.2%
5	rosa	30	7.8%	99.0%
6	chocolate	1	0.3%	99.3%
7	canela con manzana	1	0.3%	99.5%
8	manzanilla	1	0.3%	99.8%
9	fresa	1	0.3%	100.0%
Total de Respuestas		386	100.0%	

Nota: Autor Propio.

Figura 10

Aroma de tu preferencia



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

Se puede interpretar que el 31% de personas encuestadas prefieren el aroma a vainilla, debido a que es un aroma muy agradable, el 24% está entre el aroma de coco y de lavanda ambos aromas tienen sus beneficios, ya que el de coco es para darle brillo, además aporta con la restauración del pelaje de la mascota y la lavanda es un relajante natural. El 13% optó por la menta que es un aroma agradable, el 8% es el aroma de rosas y el 0.1% son aromas comunes como la manzanilla, el chocolate, y la canela con manzana.

Pregunta#10

Tabla 19

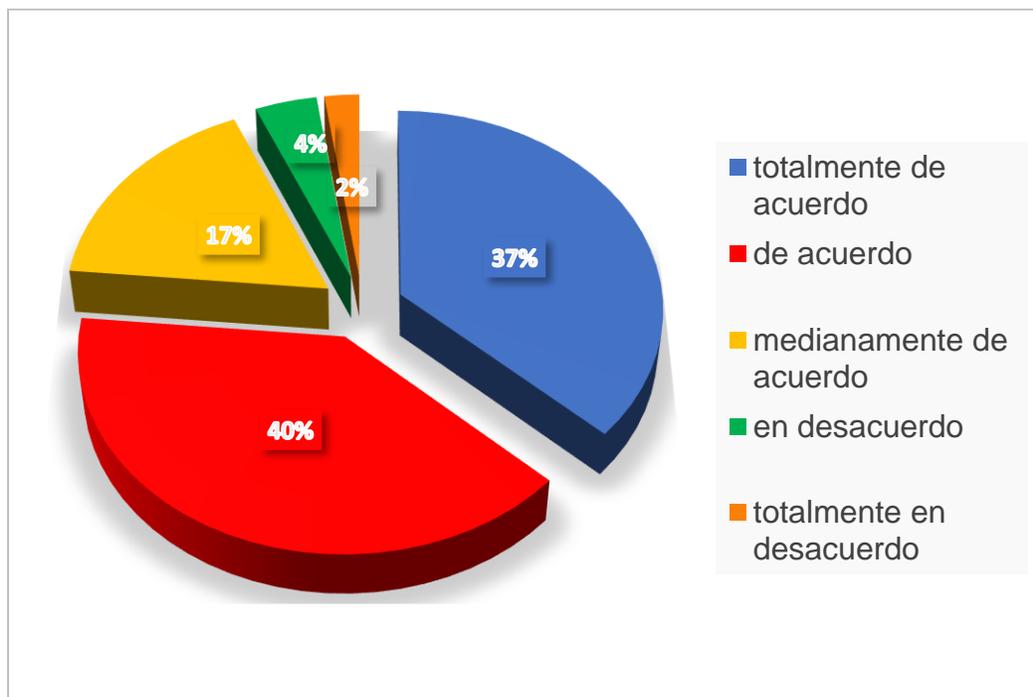
¿cambiaría el producto que actualmente utiliza por uno nuevo con beneficios de colonias con aromas agradables?

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	totalmente de acuerdo	144	36.8%	36.8%
2	de acuerdo	155	39.6%	76.4%
3	medianamente de acuerdo	67	17.1%	93.6%
4	en desacuerdo	16	4.1%	97.7%
5	totalmente en desacuerdo	9	2.3%	100.0%
Total de respuestas		391	100.0%	

Nota: Autor Propio.

Figura 11

¿cambiaría el producto que actualmente utiliza por uno nuevo con beneficios de colonias con aromas agradables?



Análisis de los resultados

El 37% está decidida a que adquiriría un producto con dichos beneficios, el 40% está de acuerdo con adquirir el producto y el 17% tendrían inseguridad al adquirir el producto puesto que es un nuevo en el mercado y no tienen una referencia de algún conocido sobre el efecto del producto veterinario. Observamos que existe un 4% y 2% de personas que no están de acuerdo y totalmente están en desacuerdo en adquirir un producto nuevo e innovador.

Pregunta#11

Tabla 20

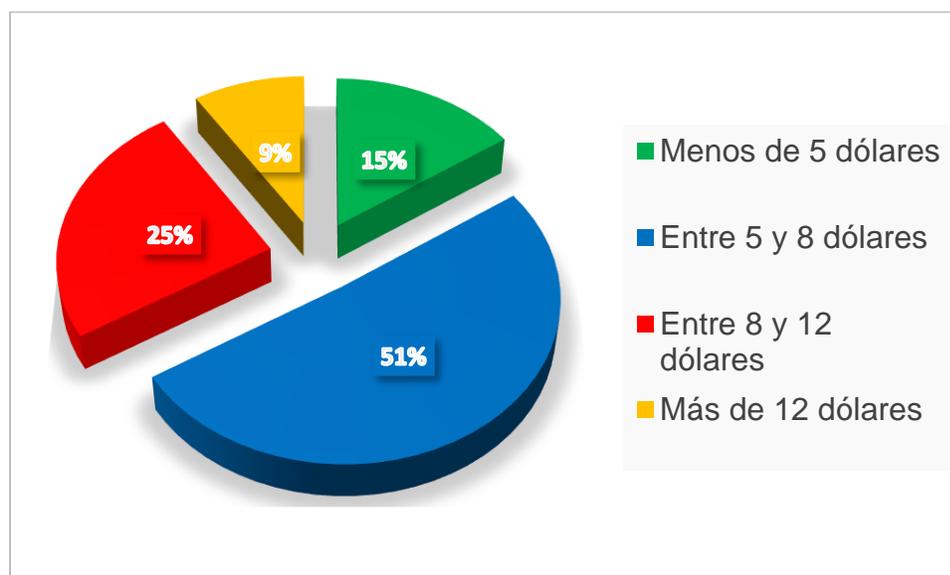
¿Cuánto está dispuesto a gastar por este producto veterinario?

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Menos de 5 dólares	59	15.4%	15.4%
2	Entre 5 y 8 dólares	195	50.8%	66.2%
3	Entre 8 y 12 dólares	95	24.7%	90.9%
4	Más de 12 dólares	35	9.1%	100.0%
Total de respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor Propio.

Figura 12

¿Cuánto está dispuesto a gastar por este producto veterinario?



Nota: Autor Propio

Análisis de los resultados

Gracias a los resultados obtenidos de la encuesta, deducimos que el 51% de la población está dispuesta a gastar entre \$5 a \$8 para adquirir el producto, el 25% de la población está dispuesta a gastar de \$8 a \$12 lo cual podría ser un precio considerable conociendo los beneficios que da el producto, el 15% está dispuesta a pagar menos de \$5 por el producto y el 9% considera que es

rentable adquirir un producto con un valor elevado de \$12, ya que optan por comprar productos de buena calidad.

Pregunta#12

Tabla 21

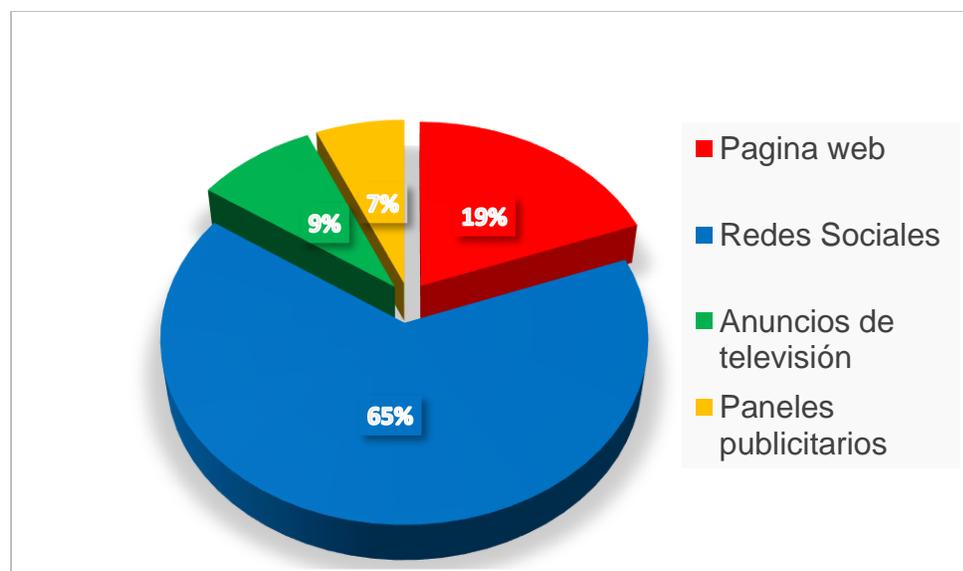
¿A través de qué medios le gustaría obtener información acerca de nuestro producto?

No.	Opciones de Respuesta	F	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada %
1	Página web	74	19.3%	19.3%
2	Redes Sociales	251	65.4%	84.7%
3	Anuncios de televisión	34	8.9%	93.5%
4	Paneles publicitarios	25	6.5%	100%
Total de Respuestas		384	100.0%	

Nota: Autor Propio.

Figura 13

¿A través de qué medios le gustaría obtener información acerca de nuestro producto?



Nota: Autor Propio.

Análisis de los resultados

Existen varias plataformas donde las personas desean informarse de diversos productos, según datos obtenidos en la encuesta, el 65% de personas eligieron las redes sociales, ya que es un medio publicitario más utilizado a nivel mundial. El 19% prefiere buscar información del producto directamente por página web, el 9% de personas prefieren ver anuncios de televisión y el 9% de personas prefiere ver información del producto por medio de paneles publicitarios.

3.8.2. Resultados de la Entrevista

Pregunta 1 de la entrevista

Tabla 22

¿Qué cuidado se debe tener para que la mascota no se contagie de pulgas y garrapatas?

<p>Respuesta del Dr. Francisco Quingaluisa</p> <p>El cuidado que se debe tener ante el contagio de garrapatas en los caninos son los controles de baños, aplicación de productos frecuentes adecuados para mantener el control de las garrapatas e infestación, tales como pipetas, espray, pastillas.</p>															
<p>Respuesta de la Dra. Andrea Pérez</p> <p>Se debe mantener al can con un producto para eliminar garrapatas siempre y cuando haya sido valorado por el veterinario ya que se les indica la dosis que deben utilizar en sus caninos dependiendo del peso, edad y raza.</p> <p>Bañar al can pasando dos días y cada vez que se requiera, cepillarlos con un cepillo especial de acuerdo a su pelaje, revisar cada herida que tengan y revisar las zonas donde se concentran las garrapatas y evitar que se produzca una infestación.</p>															
<p>Cuantificación de palabras claves:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Entrevistado 1</th> <th>Entrevistado 2</th> <th>Total Repeticiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>can</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Infestación</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>					Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones	can	1	3	4	Infestación	1	1	2
	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones												
can	1	3	4												
Infestación	1	1	2												
<p>Análisis del resultado:</p> <p>De acuerdo con opinión de los expertos en el tema, resulta beneficioso tener a las mascotas aseadas y utilizando un buen método anti-garrapatas, se puede observar que existen variedades de productos veterinarios para eliminarlas, pero cada uno de estos productos deben ser utilizados bajo descripción medica ya que su uso depende de su peso, edad o raza.</p>															

Nota: Autor Propio

Pregunta 2 de la entrevista

Tabla 23

En sus años de experiencia como Veterinario, ¿qué producto considera que es más eficaz para la eliminación de garrapatas y por qué?

<p>Respuesta del Dr. Francisco Quingaluisa</p> <p>En mis 14 años de experiencia como veterinario, considero que las pastillas son más eficaces para la eliminación de garrapatas en caninos ya que controlan por mayor tiempo la infestación de garrapatas y no pierden su efectividad al ingresar al agua. Por excesos de ciertos productos tópicos se puede ocasionar dermatitis aguda.</p>															
<p>Respuesta de la Dra. Andrea Pérez</p> <p>Mi recomendación es utilizar pipetas ya que este producto veterinario se absorbe en el organismo del can y se concentra eliminando y previniendo la infestación por garrapatas, las pipetas tienen una efectividad del 99% y su duración es de 1 mes.</p> <p>Dependiendo de lo que evalué el médico veterinario se prescribirá la receta médica de la mascota no debe auto-medicarla debido a que puede causar lesiones cutáneas.</p>															
<p>Cuantificación de palabras claves:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Entrevistado 1</th> <th>Entrevistado 2</th> <th>Total Repeticiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dermatitis</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Lesiones cutáneas</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>					Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones	Dermatitis	1	0	1	Lesiones cutáneas	0	1	1
	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones												
Dermatitis	1	0	1												
Lesiones cutáneas	0	1	1												
<p>Análisis del resultado:</p> <p>Observando los resultados cada especialista tiene su producto a recomendar por la experiencia que han obtenido con los clientes al adquirir el producto.</p> <p>Es más recomendable productos que tengan que ver directamente con la piel o su organismo para que su tiempo de inicio de efectividad sea corto y de durabilidad sea el tiempo esperado.</p>															

Nota: Autor propio.

Pregunta 3 de la entrevista

Tabla 24

¿Qué producto es menos recomendable por los veterinarios para la eliminación de garrapatas?

<p>Respuesta del Dr. Francisco Quingaluisa</p> <p>No recomiendo la inyección a base de ivermectina, porque a ciertos caninos les produce irritabilidad y no es apto para caninos en tiempo de gestación.</p>															
<p>Respuesta de la Dra. Andrea Pérez</p> <p>No recomiendo los collares antipulgas, ya que eso es molesto para el can y a su vez le puede causar irritabilidad, tiene un 40% de eficacia y para prevenir las garrapatas debe tener puesto el collar todo el tiempo.</p>															
<p>Cuantificación de palabras claves:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Entrevistado 1</th> <th>Entrevistado 2</th> <th>Total Repeticiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>can</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>irritabilidad</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>					Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones	can	2	1	3	irritabilidad	1	1	2
	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones												
can	2	1	3												
irritabilidad	1	1	2												
<p>Análisis del resultado:</p> <p>Se observa que cada producto varía con su precio, por ejemplo, un producto de buena calidad es más costoso que uno que carezca de eficacia. Esto hace que las personas compren tratamientos no eficaces para sus mascotas y así no tengan un buen resultado en la eliminación de garrapatas.</p>															

Nota: Autor Propio.

Pregunta 4 de la entrevista

Tabla 25

¿Por qué no se le puede colocar colonia con alcohol a las mascotas?

<p>Respuesta del Dr. Francisco Quingaluisa</p> <p>El alcohol causa irritabilidad en la piel del animal e incluso de preferencia sería mejor que utilicen productos a base de ingredientes naturales.</p>															
<p>Respuesta de la Dra., Andrea Pérez</p> <p>La colonia con alcohol puede dar una reacción alérgica al can ya que las personas no tienen cuidado al rolearlo y eso puede caer en la vista del can o en la boca incluso en su nariz provocándole una irritabilidad.</p> <p>Estas colonias pueden tener un nivel alto de alcohol y eso a su vez es tóxico y dañino para la mascota.</p>															
<p>Cuantificación de palabras claves:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Entrevistado 1</th> <th>Entrevistado 2</th> <th>Total Repeticiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>alcohol</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>irritabilidad</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>					Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones	alcohol	1	2	3	irritabilidad	1	1	2
	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones												
alcohol	1	2	3												
irritabilidad	1	1	2												
<p>Análisis del resultado:</p> <p>Concuerdo con la Dra. Andrea Pérez, el alcohol es utilizado en humanos ya que nuestro PH es muy distinto al de las mascotas, la piel de los canes es más delicada y al estar en contacto con productos que contengan alcohol pueden irritar su piel.</p>															

Nota: Autor Propio.

Pregunta 5 de la entrevista

Tabla 26

¿Usted cree que es conveniente utilizar permetrina en una colonia para can?

<p>Respuesta del Dr. Dr. Francisco Quingaluisa</p> <p>No estoy tan seguro ya que la permetrina es un insecticida de alto grado, pero si se desea laborar algún producto veterinario a base de este componente debe ser valorado por profesionales químicos.</p>															
<p>Respuesta de la Dra. Andrea Pérez</p> <p>Existen productos que contienen permetrina o derivados a ella como las pipetas ya que son insecticida y ayudan en la eliminación de garrapatas, siempre y cuando se maneje con su debido cuidado porque así como ayuda a los caninos puede perjudicar a otras como a los gatos.</p>															
<p>Cuantificación de palabras claves:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Entrevistado 1</th> <th>Entrevistado 2</th> <th>Total Repeticiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Permetrina</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Veterinario</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>					Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones	Permetrina	1	1	2	Veterinario	1	2	3
	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Total Repeticiones												
Permetrina	1	1	2												
Veterinario	1	2	3												
<p>Análisis del resultado:</p> <p>Según lo investigado la permetrina es un componente no nocivo siempre y cuando, no se utilice en exceso o en grandes cantidades.</p>															

Nota: Autor Propio

Comprobación de la premisa en la idea a defender o Comprobación de Hipótesis

Conclusión

La presentación de la colonia en líquido de uso canino es fiable, porque permite aumentar la utilidad en un 10%, desarrollando el mercado actual y establecer que los consumidores de la ciudad de Guayaquil cuentan en sus hogares con mascotas y el 50% adquieren productos para el aseo y protección de los caninos.

- Las propiedades con la que aporta la colonia para uso canino son la eliminación de todo tipo de ectoparásitos como son pulgas y garrapatas ya que posee un insecticida (Permetrina) que es un químico que elimina los parásitos, pero no es pernicioso para la piel de los caninos.
- El objetivo del producto dentro del mercado es alcanzar una ventaja competitiva para sobrepasar el rendimiento de la competencia para obtener los flujos efectivo y determinar el tipo de solución líquida que puede generar la producción de la colonia líquida.

Producir confianza con los clientes a través de un producto de buena calidad para mantener el liderazgo dentro del mercado y creando preferencias entre los consumidores.

Evaluación del Producto

Calificación del 1 al 5. Donde 1 es mínimo y 5 es máximo puntaje.

Tabla 27*Evaluación del producto*

Datos del cliente			Aspectos de Evaluación											
Raza de canino	Sector	Edad	Apariencia del producto			Aroma			Resultados de corto plazo			Efectos secundarios		
			¿El producto presenta partículas?	¿El producto tiene un color desagradable?	¿Su envase es adecuado?	¿Su aroma es agradable?	¿El aroma duró más de 4hrs?	¿La colonia cuenta con distintos tipos de aromas	¿La colonia cumple con los beneficios mencionados?	¿tuvo alguna caída abundante de pelaje?	¿tuvo alguna reacción alérgica al producto?	¿el can sintió fatiga o molestia?	¿presentó mareo, fiebre, o vomito?	¿presentó pérdida de apetito?
Golden retriever	Sur	1 año	1	3	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1
Chihuahua	Oeste	2 años	1	4	5	4	5	5	5	1	1	1	1	1
French poodle	Norte	5 meses	1	3	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1
shih tzu mini	Este	8 meses	1	4	5	3	5	5	5	1	1	1	1	1

Nota: Autor Propio.

Conclusión:

Conclusión

A lo largo del presente trabajo de investigación se ha definido detalladamente los aspectos de evaluación del producto donde los clientes se sienten seguros y confiados al adquirir el producto, porque cumple con todos los beneficios para el cuidado de las mascotas que son: apariencia del producto, aroma, resultados a corto plazo y los efectos secundarios que los caninos pueden tener al momento de utilizar la colonia, siendo una ventaja competitiva al poder ofrecer un producto de buena calidad para los clientes.

CAPÍTULO IV

4. Propuesta

4.1. Tema de la Propuesta

Desarrollo de un nuevo producto basado en benchmarking entre colonias para perros en la ciudad de Guayaquil.

4.2. Objetivos de la Propuesta.

4.2.1. *Objetivo General*

Aplicar Benchmarking para la construcción del perfil de un nuevo producto para perros en Guayaquil.

4.2.2. *Objetivos Específicos*

- Plantear lineamientos de las fases del proyecto de creación de nuevo producto colonia para perros con beneficio de eliminación de garrapatas para el mercado veterinario para perros en Guayaquil
- Definir la estética de imagen, envase, y presentación general del producto nuevo considerando las experiencias de otros productos existentes en el mercado de colonias para perros en la ciudad de Guayaquil
- Establecer los factores que puedan afectar la estabilidad química del producto nuevo colonia para perros con beneficio de eliminación de garrapatas.
- Elaborar las estrategias mínimas de producción, marketing, ventas y finanzas que deberá seguirse para la introducción exitosa del producto en el mercado.

4.3. Factibilidad en la Propuesta

4.3.1. Factibilidad Operativa

El presente producto cumple con las condiciones operativas, es decir, los trabajadores cumplirán 8 horas de trabajo, se garantizará la limpieza, y correcta distribución de cada área de trabajo. El personal será capacitado con las normas de bioseguridad utilizadas en el trabajador, formula, y método de preparación del producto. Los equipos o máquinas y materiales de laboratorio se encontrarán disponibles en el área de trabajo, facilitando el acceso a estos.

4.3.2. Factibilidad Legal

Dentro del Manual de registros de empresas y productos de uso veterinario se debe tomar en cuenta las siguientes obligaciones del operador se encuentra el registro del lugar donde se realizará el producto, así mismo el responsable técnico debe tener el título registrado en el SENECYT.

Se debe tener en cuenta que la infraestructura debe tener medidas que se encuentran descritas en la Agencia apartado 3.1.6. A su vez se debe patentar la fórmula que se distribuirá en el mercado. Los únicos medios por los cuales se podrán distribuir son a través de operadores registrados u autorizados.

En la sección IV se atribuye a las BPM y BPA es decir, las buenas prácticas de manufactura y almacenamiento las cuales deben ser cumplidas y certificadas por el Servicio de Acreditación Ecuatoriana SAE.

4.3.3. Factibilidad Económica Financiera

El presente producto es de fácil preparación el presupuesto será autofinanciado por las autoras del presente proyecto. Los ingredientes son de fácil acceso y ayudará a emplear este proyecto de manera segura y confiable. Además, al ser autofinanciado se tendrá en cuenta los costos de

producción por lote, tomando en cuenta que se producirán 50 productos de 100ml. Para la semana de prueba se realizará 1 solo lote en una semana para saber si el producto es competencia para otros mercados.

4.4. Desarrollo De La Propuesta

Tomamos en cuenta las diferentes necesidades de los clientes para definir las caracterizaciones que debe cumplir el nuevo producto basado en colonia veterinaria eliminadora de garrapatas.

Entre estos están:

Tabla 28

Necesidades de los clientes

Necesidades	Importancia
- Durabilidad	El tiempo de duración de un producto es muy importante
- Efectividad	Los clientes desean que sea efectivo usualmente existen productos que tienen un 70% o 50% de efectividad.
- No cause alergia en el canino	Se debería evaluar sustancias que son alergénicas para las macotas, como por ejemplo el propóleo.
- No cause irritabilidad en la piel del can	Existen productos que causan irritabilidad en la piel de las mascotas debido a que para realizar el producto no se dieron las evaluaciones necesarias, tomando en cuenta las mascotas que sufren de sensibilidad en la piel.
- Tener un aroma agradable	Existen muchos productos tienen un aroma fuerte, como por ejemplo, los talcos y ciertas marcas de shampoo, tienen un aroma que no es del agrado del cliente.
- Tener un precio accesible	Demuestre que el producto es acto para todo cliente, facilita la llegada de más clientes, debido a que el cliente siempre se fija del precio y calidad del producto.
- que sea a base de productos naturales	Los productos naturales, como aceites esenciales, no solo aromatizan el producto, además le dan beneficios al pelaje del can

- que tengan una agradable presentación	La presentación es importante a la hora de ofrecer un producto, es la forma visual de llamar la atención del cliente.
- No contenga alcohol	El alcohol es un componente que se utiliza para perfumes de humanos ya que nuestro PH es más elevado que el de una mascota por ende el alcohol puede causar irritabilidad severa en ella.

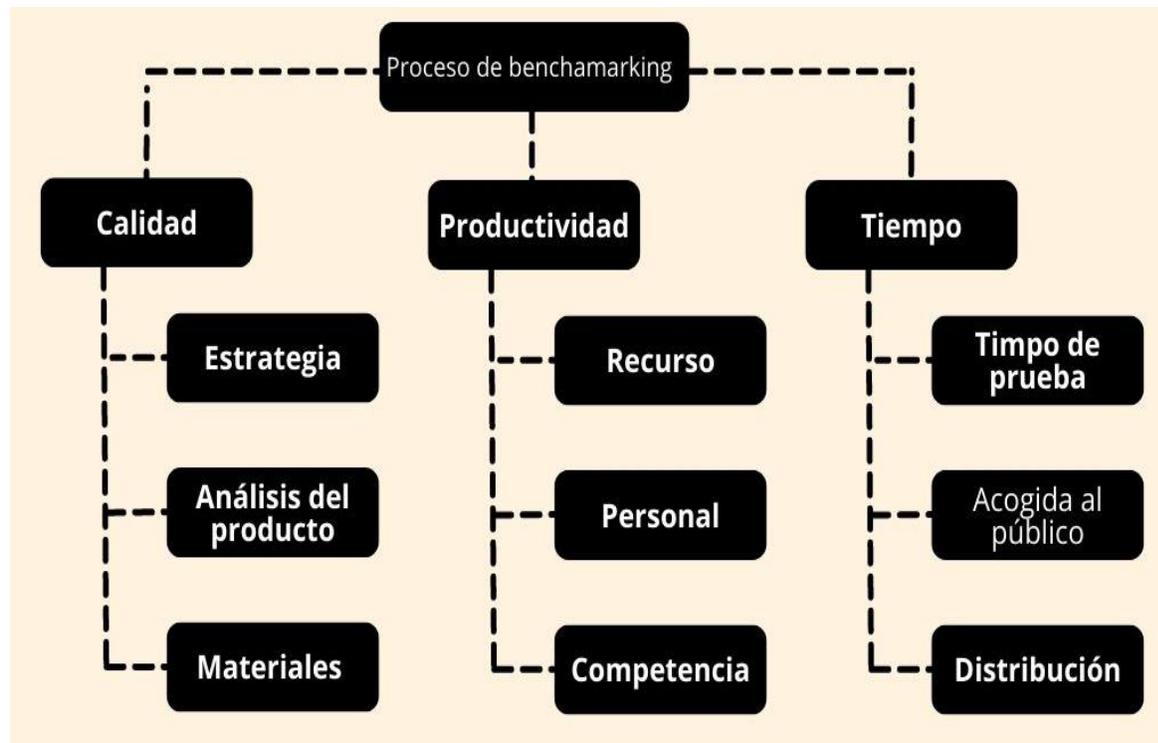
Nota: Elaboración Propia

4.4.1. Fases del proceso benchmarking en la creación de un nuevo producto colonia para perros con beneficio de eliminación de garrapatas para el mercado de Guayaquil.

El Benchmarking es muy importante debido a que se utiliza en el momento de comparar y mejorar estrategias, el tipo de benchmarking que vamos a investigar es el Benchmarking competitivo, debido a que nos permite comparar los productos, procesos, funciones y estrategias que tiene la competencia y de esta forma llevar en marcha las estrategias de mejora que superen a nuestra competencia .

Aspectos generales del benchmarking:

- 1.- Calidad:** en este punto se detallará la estrategia, abarcando la planificación, organización y análisis del producto
- 2.- Productividad:** se tomará en cuenta los recursos que, de la empresa para la elaboración del producto, personal y el nivel competitivo del sector.
- 3.- Tiempo:** se estudiará el tiempo de prueba del producto, acogida con el público y distribución.

Figura 14*Etapas del benchmarking*

Nota: Obtenida de la investigación realizada por (Rodríguez & Cano, 2017)

Etapas del Proceso del Benchmarking Competitivo.

- 1er paso: Planificación de la investigación

En este paso debemos formularnos tres preguntas para determinar el objetivo a investigar:

¿Qué queremos medir?

Queremos medir funciones, procesos, productos y estrategias para de la mejor forma posible exhibir en el mercado un producto promedio.

¿A quién queremos medir?

Se requiere medir a empresas competidoras de productos similares, ya sean productos eliminadores de garrapatas o productos aromatizantes como colonias.

¿Cómo lo vamos hacer?

Mediante cuadros comparativos

- **2do paso: Equipo de trabajo.**

Este punto es muy importante, ya que debes elegir cuidadosamente y responsablemente el equipo que será parte de la investigación.

- **3er paso: Recopilación de datos.**

Se seleccionó 5 empresas que utilicen la permetrina para la eliminación de garrapatas y 5 empresas que distribuyan productos de estética en base a una colonia canina, se realizara la recopilación de datos de cada empresa.

- **4to paso: Análisis de datos**

Una vez recopilada toda la información obtenida, se debe analizar las diferencias que existen entre nuestra empresa y las empresas investigadas, con el fin de identificar y definir cuáles son las oportunidades y debilidades que la empresa debe mejorar. Se proponen las mejoras de la investigación, pero antes se debe tener en cuenta los recursos disponibles para realizar el plan estratégico. .

- **5to paso Actuar**

Determinar cuáles son las estrategias a mejorar.

- **6to paso Seguimiento de las estrategias a mejorar**

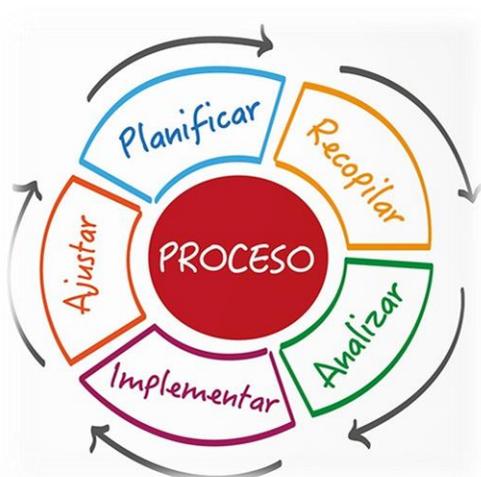
Una vez realizada las mejoras se debe hacer un control continuamente.

Figura 15

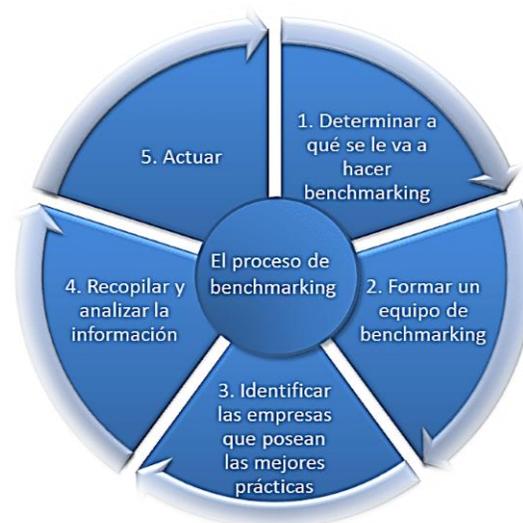
Proceso del Benchmarking

Figura 16

Proceso del Benchmarking



Nota: Nota: *Plurilingua Publishing*



Nota: *obtenida Rossana Rosa,22*

4.4.2. Aplicación del benchmarking

Para la aplicación de la metodología Benchmarking se seleccionó 4 productos que producen productos para la eliminación de garrapatas, además se seleccionó 5 productos que producen colonias para caninos en la ciudad de Guayaquil. Se tomará en cuenta las diversas presentaciones del producto que existen en el mercado, facilitando la comparación y los puntos clave.

4.5. Comparación del diseño físico químico y otros atributos

Colonia diseñada para controlar ectoparásitos como pulgas y garrapatas en los caninos y evitar su infestación, el elemento principal activo del producto es la permetrina (1%) cuya acción insecticida ha sido probada efectivamente a nivel mundial. Además de su capacidad insecticida que permite cumplir su función sanitaria propia de una colonia, esto es dejar la piel y el pelo de las mascotas limpias y con un agradable olor.

4.5.1. Comparación entre productos para la eliminación de garrapatas que contengan permetrina en el mercado de Guayaquil.

Tabla 29

Comparación con productos que contengan permetrina

Producto	Duración	Funciones	Imagen	Envase	Presentación	precio
Zoetis Pts. Simpari ca	35 días	Es eficaz contra las infestaciones de pulgas en caninos causadas tanto por Ctenocephalides felis como Ctenocephalides canis		Caja	5kg 10 kg 20kg 40kg 80kg 120kg Comprimidos	Desde \$8-\$30
Advanti x	3 semanas	Tratamiento de infestación por garrapatas (Ixodes ricinus, Rhipicephalus sanguineus) en caninos		Caja con 4 pipetas	Pipeta 4kg 10 kg 25 kg- 40kg	Desde \$7.25- \$9.70
Bravecto o	12 semanas	Insecticida y acaricida sistémico de mayor duración, mata de forma inmediata las garrapatas.			Comprimidos 112,5 mg 250 mg 500 mg 1000 mg 1400 mg	\$10-20

Pompas Shampoo	30 días	Shampoo insecticida, desodorante y antiséptico. Eliminados de garrapatas, piojos y ácaros.		Frasco plástico de 120ml	120ml	\$8
----------------	---------	--	---	--------------------------	-------	-----

Nota: Autor Propio.

Se puede observar que existen varios productos que contienen permetrina y cada uno de ellos cumplen con la función de eliminar garrapatas, sin embargo son pocos los productos que tienen un aroma agradable. Según la investigación realizada pocos productos proponen diversas presentaciones en el mercado.

4.5.2. Comparación del diseño físico químico y otros atributos entre colonias para caninos que existen en el mercado veterinario del mercado de Guayaquil.

Tabla 30

Comparación con colonias para caninos

Producto	Imagen	Ingredientes	Funciones	Duración	Presentación	Envase	Precio
Colonia Nuevo producto	Aún no se conoce	Agua destilada, aceite de coco, aceite de lavanda, glicerina, permetrina.	Elimina garrapatas, pulgas y ácaros. Proporciona un aroma agradable a su macota. Deja su pelaje con	3 a 4 semanas, se utiliza para fines estéticos, salud y belleza	aromas de lavanda, menta, rosas, mandarina.	Frasco de 100ml, 150ml y 200ml:	De \$6 a \$13

			un brillo único.				
Colonia “Sparryn ”		Fragance 2.0g Agua destilada c.s.p. 100ml	-Deja un agradable aroma. -	Aprox. 2hrs	aroma de coco, frutal, arcoíris.	Frasco spray 100ml:	\$4
Colonia para caninos y gatos “Dermah earth advance care “		Agua PEG- 40 aceite de castor hidrogenado, fragancia, glicerina, DMDM, Aloe Barbadensis Estracto de propileno, glicol, Triethanolam ine, Panthenol.	-Nivel de PH balanceado -Exquisita fragancia - sin colorantes	4hrs	Frasco de 240ml	Frasco de 240ml	\$7,57
Colonias “Petz”		Agua destilada, aceite de castor hidrogenado, fragancia, glicerina, aloe vera, polisorbato 20,	-Deja una frescura y perfuma a su mascota	5h	aroma para caninos hembras y machos.	Fras co de 160 ml:	\$11,30

		aceite de lanolina, metilcloroisoti azolinona.				
Colonia “Dogift”		Agua destilada, aceite esencial palmaroso, lavanda, aceite de manzanilla.	Máxima duración	De 3 a 4 horas	aroma a bebé	Frasco 250 ml: \$6
Green Pet:		Agua destilada, Aloe Vera contenido de la sábila.	Es un tratamiento de curación para lesiones como quemaduras, cortes y raspaduras, abscesos, entre otros.	De 4hrs	Aroma de aloe vera	Frasco de 100 ml, 150 ml \$14

Nota: Autor Propio.

Gracias a la comparación realizada con colonias para caninos, se identificó que existen colonias que tienen distintas presentaciones y a su vez se dio a conocer que la colonia Sparryn contiene productos naturales mientras la colonia Petz tiene fragancias y no proporciona algún beneficio además de un aroma agradable.

4.5.3. Se seleccionó 2 productos de la tabla 28 y la tabla 29 para la comparación del cumplimiento de las necesidades de los clientes

Se calificó del 1 al 5 teniendo en cuenta que 0 es menos y 5 es más.

Tabla 31*Comparación con el cumplimiento de las necesidades del cliente*

Necesidades	Nuevo producto	Advantix	Pompas Shampoo	Colonia "Sparryn"	Colonias Petz
Elimina garrapatas	5	5	4	0	0
Durabilidad	5	4	4	3	3
Efectividad	5	5	4	3	3
Cause alergia en el canino	0	3	3	2	1
Cause irritabilidad en la piel del can	0	2	2	1	2
Tener un aroma agradable	5	0	3	4	5
Tener un precio accesible	5	3	3	5	3
A base de productos naturales	5	0	0	4	4
Agradable presentación	5	4	5	4	5
Contiene alcohol	0	0	3	1	1

Nota: Autor Propio**Conclusión:**

Con la ayuda del análisis anterior se puede determinar que existen productos que no pueden cumplir con varias necesidades de los clientes, por ejemplo tenemos el shampoo Pompas, permite eliminar garrapatas con eficacia de un 80% sin embargo su aroma es del 60% y no es a base de productos naturales quiere decir que solo da el beneficio de la eliminación de garrapatas. Las colonias para canes existentes en el mercado tienen agradable aroma, pero no tienen la propiedad de eliminar garrapatas.

Es por ello que decidimos crear un producto que cumpla con varios de estas necesidades, ya que nuestro producto elimina garrapatas, tiene un agradable aroma, además ayuda en el cuidado del pelaje de la mascota.

4.6. Mercado Competidor

Los mercados de la ciudad de Guayaquil para caninos son limitados, sin embargo, existen marcas muy que tienen un nivel alto en reconocimiento puesto que eso afecta nuestra empresa, ya que son competidores directos porque comercializan productos similares a los nuestros y tienen una cartera de clientes muy alta.

Advantix Es un tratamiento que elimina garrapatas y previene la infestación de las mismas. Se coloca específicamente en la parte dorsal de la mascota durante 4 semanas.

Figuras 17

Mercado competidor



Nota: *obtenido super pet*

Pompas Shampoo: Se caracteriza por ser un baño seco, es un talco insecticida, desodorante, aromatizante, para controlar la infestación de ectoparásitos, en los caninos, debido a que presenta permetrina que es un insecticida potencial en la eliminación de garrapatas.

Sparryn: Solución cosmética de aplicación tópica, diseñada para gatos y perros proporcionándole un aroma agradable.

Modo de Uso: Aplicar el producto a 30cm de distancia de la mascota, después del baño o de preferencia después del cepillado. Se aplica el producto en el dorso de la mascota.

Green Pet: ofrece una colonia con esencia de Aloe Vera que resguarda, calma e hidrata la piel y el pelo de las mascotas. La armonía de las distintas sustancias, del Aloe Vera, ayuda en el tratamiento de curación de lesiones, como por ejemplo, heridas por quemaduras, cortes y raspaduras, abscesos y tumores y le brinde un aroma y agradable para su pelaje.



4.7. Mercado Proveedor

En las siguientes tablas se presentarán las empresas proveedoras de esencias naturales, envases pet

Tabla 32

Proveedores de esencias naturales para las colonias caninas

Nombre de la empresa	Descripción de la Empresa	Páginas webs o correos electrónicos	Productos	Logo de la empresa
Aromalab	Empresa productora de aceites de lavanda	gerenciacomercial@aromalab.com.ec	Aceite de lavanda y vainilla.	

Aromas y especiales	Empresa productora de aceite de coco y productos terminado	aromasyespecies@gmail.com	Aceite de coco y frutos secos	
Casa Baruckci	Producción y comercialización de productos naturales	info@casabaruckci.com	Aceite de menta	

Nota: Autor propia.

Tabla 33

Proveedores de envases pet

Nombre de la empresa	Descripción de la empresa	Página web	Productos de la empresa	Logo de la empresa
Plastiflan	Empresa productora de plásticos, promocionales y amenites	info@plastiflan.com.ec	Envases de pastico	
Distribuidora Castro	Empresa fabricante de envases de vidrio, y de Alucaps Mexicana fabricante de tapas metálicas twist-off.	aromasyespecies@gmail.com	Envases de plástico	

Nota: Autor propia.

4.8. Concepto del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil.

Dogs Colony: Dog Colony, es una empresa dedicada a la comercialización y fabricación con componentes naturales como el aceite de coco, menta, lavanda, entre otros.

Dog Colony es una colonia para el uso de caninos, que mantiene una fórmula conforme para el cuidado de las mascotas caninos, ya que sus componentes se fijan a su estructura capilar. Las sustancias que se utiliza son propicias con el ambiente y con el cuidado de las mascotas. Donde ayuda a eliminar los malos olores, la suciedad donde tiene propiedades antimicrobianas, antiparasitarias, antibacteriana, gracias a la combinación de los aceites de coco, lavanda, menta. Estos productos están dirigidos a familias con canino de la ciudad de Guayaquil

Los clientes esperan que los productos sean de buena calidad para sus mascotas y tengan buenos resultados ante la protección y cuidado de su pelaje, además que se adquiriera a un precio favorable para los clientes. Estas expectativas son consecuencia del rápido trabajo y progreso tecnológico y el incremento de la competencia, donde podemos desarrollar nuevas estrategias para un mayor crecimiento del producto, con la finalidad de mejorar la calidad del producto canino, donde podemos incrementar su productividad, y así reducir costos y gastos.

Tabla 34

Comparación del producto

Nombre del Producto	
Dogs Colony	
Declaración de la misión del producto	
Descripción del producto	Para uso exclusivo de caninos de distintas razas
Propuesta de valor	Agente liquido contra garrapatas Distribución en las distintas zonas de Guayaquil

Objetivos clave del negocio	Evitar las enfermedades asociadas a las garrapatas Distribuir el producto a nivel guayaquileño
Mercado primario	Elaboración de un producto nocivo para animales sus dueños
Mercado secundario	Veterinarias de distintos sectores de Guayaquil
Suposiciones y restricciones	Nuevo producto en el mercado Ingredientes naturales Elaboración realizada por profesionales capacitados
Involucrados	Creadores de la fórmula Compradores y usuarios

Nota: Autor propia

Misión

Nuestra misión es distribuir nuestro producto a nivel nacional con el fin de hacer que nuestras mascotas se encuentren sanas y libres de enfermedades.

Visión

Nuestra visión es ser una compañía prestigiosa, con la venta de nuestros productos de manera orgánica sin contaminar al medio ambiente, llegando a las distintas partes del Ecuador.

4.8.1. Selección de la imagen del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil

En la presente investigación de mercado se logró identificar los puntos clave que el cliente espera del producto En la investigación, el diseño de imagen debe abarcar las siguientes características que son: diseño de imagen a color, diseño, aroma, contenido de presentación, ventajas para la salud y costos. Gracias a la información obtenida, se permitirá realizar diversos logotipos y seleccionar el que cumpla con cada uno de los puntos estudiados.

Tabla 35

Selección de imagen y slogan para el producto

	 Salud, Belleza Y Estetica.	 Salud Y Belleza	 Para los consentidos del hogar	 salud, belleza y estetica.	 salud, belleza y estetica.	 This do gis wao, wao
Imagen que describa el producto	✓	✓	✓	X	X	✓
Original	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gama de Colores	✓	X	✓	✓	X	X
Tipo de letra	✓	X	X	✓	X	X
Elegancia	✓	X	X	✓	✓	X
Slogan	✓	X	X	X	X	X

Nota: Autor propio

Logo y Slogan

El logotipo es muy importante en la empresa, ya que es un símbolo en el cual se la identifica, a su vez es una forma de publicidad, ya que la mayoría de los clientes siempre les llama la atención un producto que tenga una presentación agradable, llamativa, interesante e innovador muy a parte de la calidad del producto y su presentación,

Gracias a la comparación realizada se pudo escoger el logotipo y slogan de acuerdo a los indicadores, ya antes mencionados. La gama de colores de la imagen da estilo, el color rosado y azul hacen una mezcla que representa el potencial que tiene el producto, la imagen del can es debido a que el producto es dirigido específicamente a ellos.

figura 18

Logotipo



Nota: Autor propia

4.8.2. Envase del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil

Es importante seleccionar un envase de acuerdo a contenido, a su duración y presentación, seleccionamos un frasco de vidrio de distintas medidas 100ml, 150ml, 200ml, debido a que el vidrio ayuda a que dure el aroma.

Figura 19

Envase del producto



Nota: Autor propia

4.8.3. *Presentación general del nuevo producto veterinario luego de comparación con otros productos de venta en Guayaquil*

El producto es una colonia para caninos elaborado con sustancias naturales, entre los que sobresalen son los aceites naturales, que eliminan los malos olores. Esta colonia tiene características antibacterianas debido a la combinación de los aceites coco y menta entre otros. La colonia sólida es una gran opción para los dueños de los caninos, debido a que es fácil de trasportar, compacto y liviano.

Figura 20

Presentación general del producto

<p>Ingredientes activos Permetrina.....0.7% C.S.D.</p> <p>Modo de uso: Aplicar la colonia pulverizando sobre las manos y realizando un suave masaje sobre el pelaje del canino, aplicándola al cepillo y repartiéndolo por todo el cuerpo del animal, también se puede pulverizar a contrapelo a unos 15 cm. del animal. En caso de infestaciones es recomendable fumigar las instalaciones, camas y escondites de los animales</p> <p>Precauciones: - No utilizar si su mascota presente falta de apetito después de la aplicación. - Cancelar la aplicación del producto veterinario en caso de pérdida de pelaje - No usar en gatos ya que la piel del animal es más sensible y no adsorbe rápidamente el químico haciendo que su piel sufra dermatitis severa. Para evitar este tipo de problemas evitar que la mascota tenga contacto directamente con el producto. En caso de ocurrir acudir inmediatamente a el veterinario más cercano.</p>	 <p style="text-align: center;">Cont. 100ml</p>
--	---

Nota: Autor propia

Conclusión:

En la presentación del producto veterinario, destacamos cuáles son sus ingredientes, sus precauciones y modo de uso, la cantidad que contiene el producto. Esta información es muy

importante en un producto debido a que el cliente debe saber que producto está utilizando y como debe utilizarlo.

4.9. Factores que pueden afectar la estabilidad química del producto nuevo colonia para caninos con beneficio de eliminación de garrapatas.

El presente producto tiene la ventaja de no sufrir de inestabilidad química, es completamente inocuo al contacto con la piel, sin embargo, hay que tener en cuenta factores como el deterioro natural de este, el método de almacenamiento una vez lanzado a la venta, como a continuación se lo menciona los cambios ambientales y la evolución de especies.

Además, se debe tomar en cuenta las necesidades ergonómicas, y estéticas del producto detalladas a continuación

Tabla 36

Beneficios para eliminación de garrapatas

Necesidades	Nivel de importancia	Explicación de calificación
Ergonómicas	Alto	Es crucial para indicar las posibles situaciones de emergencia, enfermedad o situaciones de peligro por parte del trabajador.
Estética	Medio	Se compara el producto, la disponibilidad en el mercado y su diferenciación con otros productos.

Nota: Autor Propio

Es necesario diseñar lo que sucederá con el producto una vez terminado su ciclo de vida.

Tabla 37*Ciclo de vida del producto*

Etapas del ciclo de vida del producto	Diseño para el ambiente
Materiales	Reduce el uso de la materia prima Elección de materia prima orgánicas Elimina toxicidad de materia prima Aumenta la eficacia del producto Disminuye la contaminación
Producción	Ahorra el tiempo en la preparación del producto Productos renovables Selecciona procesos con alta eficacia de energía
Distribución	Mitiga emisiones del transporte Reutiliza empaques
Uso	Extiende la vida útil de los productos Promueve el uso del producto bajo condiciones ambientales adecuadas
Recuperación	Facilita el desacoplamiento de los productos para separar los materiales Habilita la recuperación y Re manufactura de los componentes Reduce el volumen de desperdicio.

Fuente: Sánchez Hernando, Eduardo, 2015

4.9.1. *Elaboración de estrategias mínimas de producción, marketing, ventas, y costos para la introducción exitosa del producto al mercado.*

Las estrategias de producción, marketing, ventas nos sirven para llamar la atención de nuestro cliente,

Entre las estrategias de la producción, marketing, ventas y finanzas que se deberán seguir para la implementación del producto al mercado son las siguientes:

Estrategias de producción

Las estrategias de producción implementadas son:

- Optimización del proceso productivo: donde se planifica los pasos, a los empleados se les asigna una actividad relacionada a sus capacidades con el fin de reducir la carga laboral y costo.
- Calidad y satisfacción del cliente: Tener un número telefónico abierto a sugerencias, y reclamos donde se recopile la información para mejorar el producto.
- Gestión administrativa: Se busca buscar la eficacia conforme la misión y visión empresarial.

Estrategias de marketing

Entre las estrategias de marketing a utilizar serán:

- Repartición de muestra en las distintas veterinarias con el fin de dar a conocer al futuro cliente
- Habilitar redes sociales (Facebook, Instagram) donde se pueda difundir masivamente la información beneficios y precio.
- Capacitaciones al público consumidor; esto con el fin de dar a conocer la importancia de producto y prevenir enfermedades que enferman al animal y ser humano por igual.

Estrategias de venta

El presente producto tendrá las siguientes presentaciones y precios disponibles para la venta:

- 100 ml en \$6
- 150 ml en \$10
- 200 ml en \$ 15

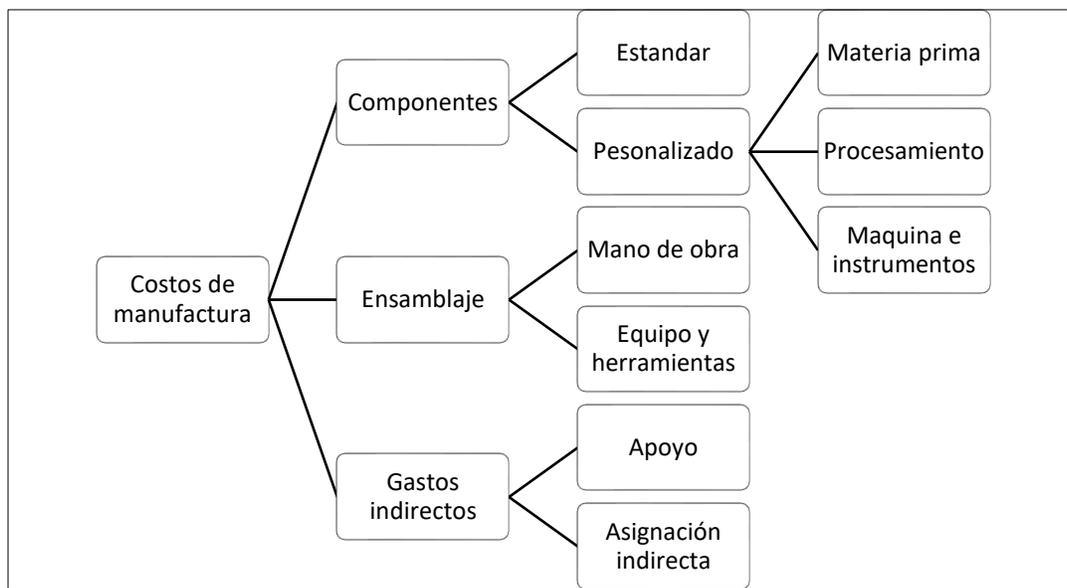
Tabla 38*Estrategias de marketing*

Términos de Ventas	
Forma de pago	Realizar adquisiciones al contado para tener beneficios como poder aprobar un crédito de 60 días. Por el primer mes lleve 2 de colonias una de 150ml y el otro de 100ml a tan solo \$13
Forma de entrega	Se entregarán los productos directamente al cliente, se realizarán entregas en nuestro establecimiento o se realizara entrega a domicilio.
Tiempo de entrega	Entrega inmediata, dentro de la ciudad de Guayaquil, se considera que es en otras partes del país se demora 48hrs para entregar el producto.. Valido solo para la preventa del producto: el segundo a mitad de precio.

Nota: *Autor propia*

Estrategias de costos

En cuanto a las finanzas se deberá tomar en cuenta los costos de manufactura, componentes, ensamblaje, y gastos indirectos descritos a continuación:



Fuente: Valenzuela Jiménez, Luis, 2016

Tabla 39

Costos Variables

Componentes	Costo unitario	Costo total
Ingredientes	\$23,10	\$23,10
Insumos	\$12,50	\$12,50
Equipo de protección personal	\$0,70	\$1,40
Total		\$37

Nota: Autor propio

Tabla 40

Costos directos e indirectos

Categoría	Costo unitario	Costo total
Etiquetado x10	\$1	\$10
Transporte	\$3	\$3
Total		\$13

Nota: Autor propio

Tabla 41*Total de gastos*

Materiales	Costo total
Variables	\$37
Directos e indirectos	\$13
Total	\$50

Nota: Autor propio

Tras analizar las estrategias mínimas de producción marketing, ventas y finanzas se puede confirmar que la introducción del producto es exitosa. La autofinanciación de los autores es de \$100 cada uno haciendo un total de \$100. Los gastos operativos por materiales, para la producción de un lote de 50 unidades de 100 ml del producto son de \$50. Para la fase de prueba, sin tomar en cuenta el lanzamiento oficial del producto.

El producto será lanzado en su primera fase con un precio de \$5 el producto. Se debe tomar en cuenta que la ganancia neta es de aproximadamente \$250 en esta etapa. Por otro lado, se estima dependiendo que en la fase oficial de lanzamiento será de \$6 los 100 ml; 150 ml a \$10 la unidad; y 200 ml a \$ 15. Para la primera fase el lote aumentara a 100 unidades producidas en 2 semanas.

4.5.6 Patentes y propiedad intelectual

Las patentes y propiedad intelectual serán de utilidad para distinguir lo novedoso de lo obvio, además se patentará el diseño para que sea distintivo entre los competidores. Esto con el fin de registrar una marca en el mercado, reservando los derechos de autor, y manteniendo el secreto comercial distintivo de toda microempresa. Se obtiene la confidencialidad entre los productores, desarrolladores, manteniendo la originalidad.

4.10. Cronograma de puesta en marcha o de implementación

Tabla 42

Cronograma de marcha o implementación

	ACTIVIDADES	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S7
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9
1	Planeación									
2	Concepto									
3	Prueba y refinamiento									
4	Mercadotecnia									
5	Prueba									
6	Test de calidad									
7	Distribución al mercado de manera libre									

Nota: Autor propio

4.11. Evaluación financiera

Análisis costo beneficio

Tras analizar el producto se estima que el producto es viable y de larga duración. El costo beneficio establecido se espera que sea a partir de la 20 semana los ingresos netos para la reinversión sin generación de más gastos y obteniendo beneficios autosuficientes.

El estado financiero es de importancia para determinar la viabilidad del producto. Aquí se tomará en cuenta el tiempo del desarrollo de un producto, y el lote, el costo que generará de manera individual, costo de desarrollo y rendimiento de este.

- **Tiempo de desarrollo:** Se estima que cada producto será realizado en aproximadamente 2 horas. Tomando en cuenta el horario laboral de 8 horas, en una semana se realizará 20 unidades, y en 1 y 1 semana mes 100 aproximadamente

- **Costo del producto:** se debe tener en cuenta los desperdicios generados en caso de equivocación de la fórmula establecida, así como desperdicios generados al pesar los ingredientes.
- **Costo de desarrollo:** se deberá tener en cuenta los costos no monetarios y monetarios detallados más adelante, con el fin de establecer el costo de desarrollo mano de obra y manufactura.
- **Rendimiento del producto:** se deberá tener en cuenta la vía útil del producto. El lugar de conservación del producto para así tener en cuenta su distribución.

Tabla 43*Análisis de costo beneficio*

Costos no monetarios (bajo medición cualitativa)	Beneficios no monetarios (bajo medición cualitativa)
Estrés Fatiga Revelaciones Renuncias Baja emotividad	Satisfacción Buen ambiente laboral Predisposición Compromiso
Costos monetarios (bajo medición cuantitativa)	Beneficios monetarios (bajo medición cuantitativa)
Suministros Capacitaciones Movilizaciones Publicidad gráfica Normas impresas Carteles Semiótica Iluminación	Incremento de facturación Mejores márgenes de ganancia Ahorros Reducir gastos

Materiales de aseo	
Organizadores	

Nota: Autor propia

Análisis costo beneficio

Tras analizar el producto se estima que el producto es viable y de larga duración. El costo beneficio establecido se espera que sea a partir de la 20 semana los ingresos netos para la reinversión sin generación de más gastos y obteniendo beneficios autosuficientes.

Conclusión

- Existe una buena oportunidad de negocio para colonias caninos debido a que existe un aumento continuo en el mercado. En la ciudad de Guayaquil más del 50% de los hogares tiene un can como mascota y, en los últimos años, la compra de caninos se ha incrementado.
- Se desarrolló una evaluación de mercado cualitativo, en el que se realizaron entrevistas a especialistas en el sector de producción, en los canales de comercialización y en productos de la competencia. Los datos obtenidos en las entrevistas confirmaron la viabilidad técnica del producto, la distribución de colonias caninos, hacia los canales de venta y las tendencias de compra actuales en el mercado.
- Al revisar los análisis se ha podido obtener información para identificar los gustos de nuestros clientes como presentación, color, olor de las colonias, también preferencia en cuanto el precio y lugar de compras y finalmente se identificó las necesidades de crear un producto que combate con estas enfermedades contra las garrapatas, pulgas, ácaros entre otros, manteniéndole a los caninos con un aroma agradable.
- El estudio legal amplió todas las operaciones requeridas y los costos para crear una nueva empresa, registrar una nueva marca y obtener las licencias y autorizaciones correspondientes.

- En el estudio técnico se calculó el Programa de producción de colonias caninos, se establecieron los requerimientos de materias primas, se determinaron los Programas de compra y también la tecnología necesaria para continuar con el proceso de producción.

Recomendaciones

- Verificar y analizar la oportunidad que existe en el mercado para caninos en la ciudad de Guayaquil, al existir demanda insatisfecha que brinda ventajas para la empresa.
- Sugestionar la demanda disgustada existente en el mercado a través de las campañas promovedoras que difunden los beneficios que poseen las colonias para el cuidado e higiene de caninos, en investigaciones de mercados se determinó que el shampoo Asuntol es el producto que los clientes más utiliza para sus mascotas al momento de nombrar una colonia para caninos.
- Formalizar convenios con clínicas veterinarias para promocionar el producto de colonias canino de forma personificada en el mercado potencial.
- Al finalizar el análisis financiero se presenta resultados positivos, por lo cual recomendados a la producción y comercialización de colonias sólida para uso de caninos.

Bibliografía

Acumbamail. (2022). benchmarking. En A. SL.

AGROCALIDAD. (2021). (Decisión-483-de-la-CAN, Ed.) Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/Decisio%CC%81n-483-de-la-CAN.pdf>

Calo, N., & Elizabeth, S. (mayo de 2013). *universidad tecnica de ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/4468>

Carlos Hernández Rodríguez*, M. C. (21 de 11 de 2017). LA IMPORTANCIA DEL BENCHMARKING COMO HERRAMIENTA PARA INCREMENTAR LA CALIDAD. *Investigador del Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas de la Universidad*, págs. 4-10.

Castillo, F., & Santiago, D. (2014). *Universidad San Francisco de Quito*. Obtenido de <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/3238>

CATERINA, C. (15 de Agosto de 2020). *significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/marco-de-referencia/>

Cordero, M. E. (5 de julio de 2013). produccion y comercizlizacion de jabon para caninos. *universidad de las fuerzas armadas* , págs. 3-15.

CUMBE TOBAR, N. P. (15 de diciembre de 2019). PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y. *UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL*, págs. 23-50.

Díaz, G. (diciembre de 2010). *Universidad Rafael Landívar*. Obtenido de http://courseware.url.edu.gt/Facultades/Facultad%20de%20Ciencias%20Econ%3%B3micas/T%3%A9cnicas%20B%C3%A1sicas%20de%20Investigaci%C3%B3n/Segundo%20ciclo%202010/Marco%20de%20referencia/01%20Marco%20de%20referencia/marco_contextual.html

- Doris, A., & wilma, V. (agosto de 2017). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3860/1/T-UTC-0401.pdf>
- Enfoque Estrategico. (julio de 2019). *enfoque estrategico*. Obtenido de <https://enfoque-estrategico.com/que-es-el-marco-juridico/>
- Española, R. A. (s/f). producto. En R. A. Español.
- Española, R. A. (s.f.). shampoo. En s/f, *Española, Real Academia*.
- FREIRE, C. E. (2 de febrero de 2022). TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA. *UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR*, págs. 16-29.
- gastronomia-com, D. d. (s.f.). aceite de oliva . En academiaiberoamerica.
- GOBIERNO DEL ECUADOR. (2021). *gobierno del ecuador*. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcfz/tramites/solicitud-registro-productos-uso-veterinario>
- HubSPOT, D. (s.f.). MARKETING . En D. HubSPOT.
- Medico.net, D. (s.f.). glicerina. En d. medico.net.
- NIZ, R. G. (9 de agosto de 2018). BENCHMARKING ., *Universidad de La Laguna Campus de Guajara s/n. 38071*, págs. 10-20.
- Nuevas Normas ISO. (2 de abril de 2018). *Nuevas Normas ISO*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/04/norma-iso-14001-que-es/>
- organosdepalencia.com. (diciembre de 2021). *organosdepalencia.com*. Obtenido de <https://organosdepalencia.com/biblioteca/articulo/read/164460-que-es-un-marco-contextual-de-un-proyecto>
- oscar andres, x. t. (15 de septiembre de 2020). champu rcologico solido para perros a a base de carbon de bambu . *universidad san ignacio de loyola*, págs. 35-100.
- Priscilla, M., & Ericka, R. (2020). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49295>

Real academia española. (s.f.). *perfume*. vigesimotercera edición. Recuperado el 11 de agosto de 2022, de <https://dle.rae.es/perfume?m=form>

Real Academia Española. (s/f). *crear*. En Diccionario de la Lengua Española. Recuperado el 21 de 07 de 2022, de <https://dle.rae.es/crear?m=form2>

Real Academia Española. (s/f). *Desarrollar*. En Diccionario de la lengua española (edición vigesimatercera). Recuperado el 21 de 07 de 2022, de <https://dle.rae.es/contenido/cita>

Real Academia Española. (s/f). *mercado*. En Diccionario de la Lengua Española (edición vigesimatercera). Recuperado el 21 de 07 de 2022, de <https://dle.rae.es/mercado?m=form>

Real Academia Española. (s/f). *posicionamiento*. En Diccionario de la Lengua Española. Recuperado el 21 de 07 de 2022, de <https://dle.rae.es/mercado?m=form>

Rodriguez, H., & Cano, C. (2017). Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/3577>

Significados.com. (04 de Agosto de 2022). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/marco-conceptual/>

vlex. (14 de mayo de 2008). *vlex.com*. Obtenido de https://app.vlex.com/#vid/643461529/cited_by/jurisdiction:EC+aplica_ley:643461529*/by_score/WW/vid/643461529

vlex. (14 de mayo de 2008). *vlex.com*. Obtenido de https://app.vlex.com/#vid/643461529/cited_by/jurisdiction:EC+aplica_ley:643461529*/by_score/WW/vid/643461529

vlex. (14 de mayo de 2008). *vlex.com*. Obtenido de https://app.vlex.com/#vid/643461529/cited_by/jurisdiction:EC+aplica_ley:643461529*/by_score/WW/vid/643461529

ANEXOS

Anexos 1 formato del Cuestionario realizado en la ciudad de Guayaquil

ENCUESTA DE APROBACIÓN

Dirigido a:

Toda persona que sea dueña de mascotas caninos que se encuentre en la capacidad de proporcionarle un tratamiento de limpieza contra pulgas y garrapatas al menos 4 veces al año.

Objetivo de la encuesta: Obtener opiniones de personas dueñas de caninos sobre el desarrollo de un producto para la eliminación de garrapatas en forma de colonia.

INFORMACIÓN GENERAL

Género de la persona: Hombre Mujer	Raza de mascota: _____
Edad de la persona: De 18 – 25 años De 26 - 35 años De 36 - 55 años Mayor de 55 años	Edad de la mascota: De 0 a 1 año De 1 a 3 años De 4 a 5 años De 6 a 8 años Mayor de 8 años

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

Se solicita a la persona encuestada que revise detenidamente el planteamiento de la pregunta y que nos proporcione una respuesta lo más aproximado a la realidad que vive con sus mascotas en la afección de pulgas y garrapatas.

1.- ¿Cuántas mascotas caninas tiene en casa?

1 can 2 caninos 3 caninos 4 o más canes

2.- ¿Qué tipo de producto utilizas para la eliminación de garrapatas en tu can?

Jabón Shampoo Talco

Otro (especifique) _____

3.- Según su experiencia ¿Qué marca consideras que tiene los mejores productos para el cuidado de tu mascota?

Asuntol

Tritoheidin Bolfo FRISKY DOGS Ninguna

4. ¿Dónde prefiere comprar los productos veterinarios para sus canes?

Veterinarias Farmacias Distribuidoras Mercados Populares

Otro lugar (especifique) _____

5.- ¿Por qué motivo adquiere el producto en ese lugar?

Precio Cercanía

Comodidad

6.- Revise los siguientes factores y califique de 1 al 5 sobre las ventajas que tienen algunos productos sobre otros en cuanto a la eliminación de garrapatas para can.

Califique del 1 al 5

5. Califique 1 como la mínima presencia de ese factor consultado
6. Califique 5 como la máxima presencia de ese factor consultado

EXPERIENCIAS o PERCEPCIONES	 Perfume para caninos TotoPet	 Perfume para can Dandy Dogs	 COLONIA P.A. DOG'S	 Perfume para can masKOTA	 Perfume para can VeterPet
Eficacia en la eliminación de garrapatas					
Aroma agradable del producto					
Efectos buenos en la piel de la mascota					
Efectos buenos sobre el pelaje					
Precio razonable y alta calidad					
Buena imagen del envase					
Rendidor en la aplicación					

7.- ¿Le gustaría que existiera un producto que elimine garrapatas y a la vez presente un aroma agradable tal que pareciera una colonia?

Si

No

En el caso que su respuesta sea negativa indique por qué _____

8.- ¿Cree usted que un eliminador de garrapatas acompañado de un buen aroma puede interpretarse como un producto de poca eficacia?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

9.- ¿Qué tipo de aroma preferiría en su mascota?

Vainilla

Coco

Menta

Lavanda

Rosa

Otro aroma(especifique)_____

10.- ¿Cambiaría el producto que actualmente utiliza por uno nuevo con beneficios de colonia con aromas agradables?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

11.- Aproximadamente ¿Cuánto estas dispuesto a gastar en una colonia para caninos con los beneficios de la eliminación de garrapatas?

Menos de 5 dólares

Entre 5 y 8 dólares

Entre 8 y 12 dólares

Más de 12 dólares

12.- ¿a través de qué medios le gustaría obtener información sobre nuestro producto?

Páginas web

Anuncios en televisión

Redes Sociales

Paneles publicitarios

Anexo 2 Encuesta On-line

Figura 21

Capture de la encuesta realizada por vía on-line

The figure displays two versions of an online survey form. The left version is a desktop browser view, and the right version is a mobile phone view. Both versions feature a header with logos from the Universidad de Guayaquil and the Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico. The main title of the survey is: **"Desarrollo de un nuevo producto basado en benchmarking entre colonias para perros que se comercializan en Guayaquil. Año 2022"**. The survey is directed to dog owners who provide flea and tick treatments for their pets at least twice a year. The objective is to gather opinions on developing a product for flea and tick elimination in colonies. The desktop version includes a 'Correo*' field, an 'Información general' section, and three multiple-choice questions: '¿Cuál es su sexo?' (with options 'Mujer' and 'Hombre'), and '¿Cuál es su edad?' (with options 'De 18 - 25 años', 'De 26 - 35 años', 'De 36 - 55 años', and 'Mayor de 55 años'). The mobile version shows the same content adapted for a smaller screen.

Nota: Autor Propio.

Anexo#3 formato de la entrevista a expertos

ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTO

Nombre del entrevistado: _____

Profesión: _____

Años de experiencia: _____

Fecha de la entrevista: _____

Lugar de la entrevista: _____

Objetivo de la entrevista:

- Conocer la opinión de un experto veterinario para desarrollar una colonia que sirva para la eliminación de garrapatas.

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1.- ¿Qué cuidado se debe tener para que la mascota no se contagie de pulgas y garrapatas?

2.- En sus años de experiencia como Veterinario, ¿qué producto considera que es más eficaz para la eliminación de garrapatas y por qué?

3.- ¿Qué producto es menos recomendable por los veterinarios para la eliminación de garrapatas?

4.- ¿Por qué no se le puede colocar colonia con alcohol a las mascotas?

5.- ¿Usted cree que es conveniente utilizar permetrina en una colonia para can?

Persona que realiza la entrevista:

Anexo#4 Realización de la entrevista a Expertos Veterinarios



Nota: Autor Propio

Anexo#5 Elaboración del producto



Ilustración: Ingredientes



Ilustración Colocación de accesorios de bio-seguridad

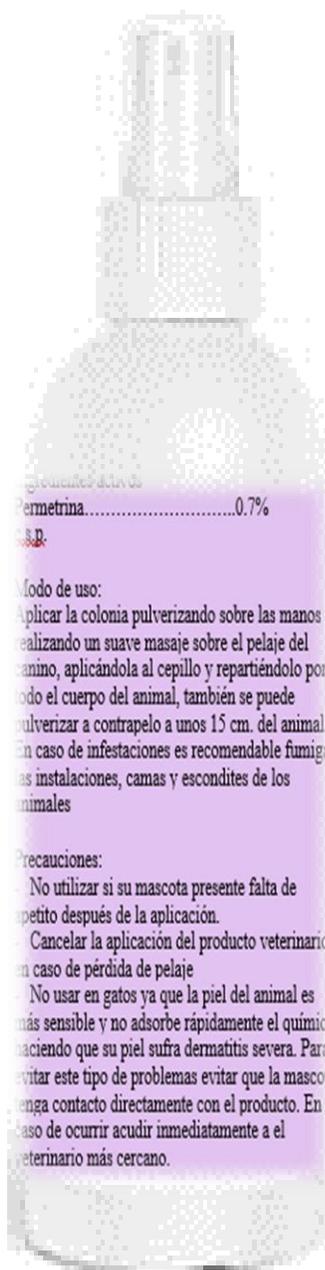
Nota: Autor Propio



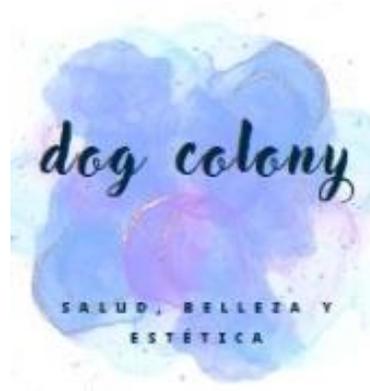
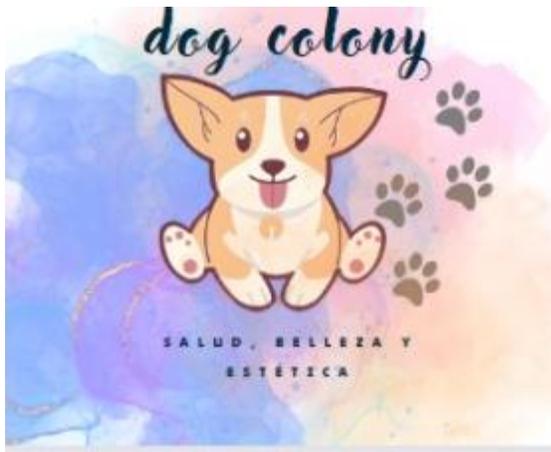
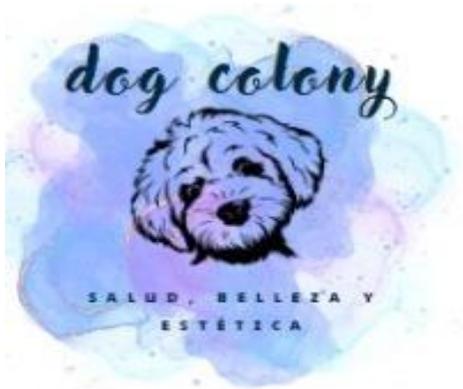


Ilustración: Producto terminado

Nota: Autor Propio



Anexo#6 Diseño de distintos Prototipos para nuestro Logotipo



Anexo#7 Prueba del producto



Nota: Autor Propio



Nota: Autor Propio



Nota: Autor Propio

Anexo#7 Ficha de evaluación del producto

FICHA DE EVALUACIÓN DE PRODUCTO

Tipo de producto: Colonia

Elaborado para: todo tipo de can

Tipo de presentación: Frasco Nolver 50ml

Beneficios generales del producto: Eliminación de garrapatas con esencia naturales y deja un agradable aroma.

Responsable de calificar la ficha

Nombre del dueño de la mascota: _____

Fecha de la evaluación: _____

Tipo de raza de la mascota en la que aplica el producto: _____

Edad de la mascota: _____

Solicitamos que la persona que colabora con esta ficha de evaluación nos proporcione la calificación en a la experiencia que ha tenido en los siguientes aspectos:

Recuerde califica de 1 a 5, tomando el 1 como el mínimo y el 5 como máximo

	ASPECTOS DE EVALUACIÓN	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
	APARACIENCIA DEL PRODUCTO					
1.-	¿El producto presenta partículas?					
2.-	¿El producto tiene un color desagradable?					
3.-	¿Su envase es adecuado?					
	AROMA					
1.-	¿Su aroma es agradable?					
2.-	¿El aroma duró más de 4hrs?					
3.-	¿La colonia cuenta con distintos tipos de aromas?					
	RESULTADO DE CORTO PLAZO					
1.	¿La colonia cumple con los beneficios mencionados?					
2.-	¿tuvo alguna caída abundante de pelaje?					
3.-	¿tuvo alguna reacción alérgica al producto?					
	EFECTOS SECUNDARIOS					
1.-	¿el can sintió fatiga o molestia?					
2.-	¿presentó mareo, fiebre, o vomito?					
3.-	¿presentó pérdida de apetito?					