

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



NEO Ice Cream

Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento 3

Presentado por:

Tomas Felipe Guzmán Tafur

Bogotá, D.C.

2024

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



NEO Ice Cream

Modalidad Trabajo de grado en Emprendimiento 3

Presentado por:

Tomas Felipe Guzmán Tafur

Marketing y Negocios Digitales

Bogotá, D.C.

2024

Agradecimientos

Este proyecto se dedica a todas aquellas personas que apoyaron y dieron su percepción para poder realizar este proyecto de la manera más objetiva, de igual manera se debe destacar la participación de la universidad del Rosario y cada uno de sus miembros los cuales brindaron sus esfuerzos para poder culminar este proyecto.

Tomas Felipe Guzmán Tafur

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “NEO Ice Cream”, en la opción de grado en emprendimiento y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Tomas Guzman

Tomas Felipe Guzmán

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

A handwritten signature in black ink that reads "Tomas Guzman". The script is cursive and fluid.

Tomas Felipe Guzmán

Tabla De Contenido

Resumen.....	8
Abstract.....	9
Keywords.....	9
1. Introducción.....	10
1.1 Justificación.....	10
1.2 Objetivos de Investigación.....	10
1.3 Objetivo General.....	11
1.4 Objetivos Específicos.....	11
2. Antecedentes.....	12
2.1. Perfil de la empresa.....	12
2.2 Portafolio de productos y/o servicio.....	13
3. Deck de inversión del emprendimiento.....	20
3.1 Logo, slogan y elementos marcarios de la empresa.....	20
3.2 Cuantificación del problema del emprendimiento.....	21
3.3 Hoja de ruta del emprendimiento. Principales hitos.....	23
3.4 Análisis económico.....	24
3.5 Descripción del equipo.....	26
3.6 Cantidad de capital requerida para crecer.....	27
4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo.....	28
5. Aprendizajes.....	32
6. Conclusiones.....	32
7. Referencias Bibliográficas.....	34

Índice de Figuras

Figura 2	16
Figura 3	19
Figura 4	20

Resumen

El proyecto "NEO Ice Cream" se propone revolucionar la industria de los helados al ofrecer una alternativa saludable y deliciosa dirigida a deportistas y personas preocupadas por mejorar sus hábitos alimenticios. Aprovechando la creciente tendencia hacia un estilo de vida activo y saludable, NEO se presenta como una opción innovadora que combina el placer de disfrutar un helado con los beneficios para la salud y el rendimiento deportivo.

NEO Ice Cream se distingue por su enfoque innovador en la elaboración de helados, utilizando ingredientes seleccionados cuidadosamente para garantizar su calidad nutricional y su contribución al bienestar del consumidor. La empresa se compromete a ofrecer una variedad de líneas deportivas atractivas que satisfagan requerimientos del público objetivo, sin comprometer los estándares de salud y calidad.

A diferencia de la percepción común sobre los productos fitness, NEO busca demostrar que es posible ofrecer un helado que sea tanto nutritivo como agradable al paladar del público, desmintiendo los prejuicios relacionados respecto a las alternativas saludables que existen en el mercado. Con un enfoque inclusivo y masivo, NEO Ice Cream tiene como objetivo llegar a una amplia audiencia, desde deportistas de alto rendimiento hasta personas con diversos niveles de actividad física, contribuyendo así a promover un estilo de vida más saludable y activo en la sociedad.

Palabras clave

Helados, salud, deporte, bienestar, nutrición, innovación, NEO, tendencia, requerimientos nutricionales.

Abstract

The "NEO Ice Cream" project aims to revolutionize the ice cream industry by offering a healthy and delicious alternative aimed at athletes and people concerned about improving their eating habits. Taking advantage of the growing trend towards an active and healthy lifestyle, NEO is presented as an innovative option that combines the pleasure of enjoying ice cream with the benefits for health and sports performance.

NEO Ice Cream is distinguished by its innovative approach to ice cream making, using carefully selected ingredients to ensure its nutritional quality and contribution to consumer wellness. The company is committed to offering a variety of attractive sports lines that meet the requirements of the target audience, without compromising on health and quality standards.

In contrast to the common perception of fitness products, NEO seeks to demonstrate that it is possible to offer an ice cream that is both nutritious and palatable to the public, dispelling the prejudices related to healthy alternatives that exist in the market. With an inclusive and massive approach, NEO Ice Cream aims to reach a wide audience, from high performance athletes to people with different levels of physical activity, thus contributing to promote a healthier and more active lifestyle in society.

Keywords

Ice cream, health, sport, wellness, nutrition, innovation, NEO, trend, nutritional requirements.

1. Introducción

1.1 Justificación.

Este proyecto busca diferentes estrategias comerciales y de apalancamiento para poder crecer en el mercado heladero colombiano, teniendo en cuenta que NEO Ice Cream tiene un enfoque orientado hacia la salud y cumplimiento de macronutrientes y micronutrientes de cada deportista y/o personas quienes practiquen algún deporte de manera convencional, pero buscan una opción acorde a sus objetivos personales sin dejar de lado el sabor con el bienestar.

Este estudio abordará los desafíos y obstáculos que se presenten en la creación y transición de una nueva receta y líneas de producto las cuales se evaluarán acorde a diferentes necesidades deportivas y nutricionales del público objetivo estandarizando mucho más toda la información en el modelo B2C el cual es el foco principal de la compañía.

De igual manera también se realiza un análisis económico que ayude a la compañía a identificar estrategias o un plan de desarrollo atractivo para que NEO Ice Cream se pueda extender a nivel nacional e internacional gracias a las tendencias y proyectos a futuro.

1.2 Objetivos de Investigación.

Evaluar diversas estrategias que lleven a la compañía NEO Ice Cream a tener una mayor visualización de la marca en el mercado colombiano heladero y específicamente en la industria de comida saludable.

1.3 Objetivo General.

Desarrollar estrategias para que la compañía pueda tener mayor visualización en el mercado colombiano deportivo y heladero.

1.4 Objetivos Específicos.

- Identificar diversas maneras de participar en eventos que aporten de manera significativa en diferentes disciplinas deportivas y puntos que se realice alguna actividad física.
- Demostrar que la participación de diferentes eventos puede ayudar a crecer la compañía a mediano y largo plazo.
- Definir el producto final que se implementara en el mercado para atraer al público objetivo.

2. Antecedentes

2.1. Perfil de la Empresa

Neo Ice Cream es una empresa colombiana dedicada a la comercialización de helados saludables, la cual tiene un enfoque específico en deportistas y/o personas que practican algún deporte o actividad física esporádicamente, las cuales buscan mantener buenos hábitos alimenticios sin comprometer el sabor. Reconociendo la creciente demanda de productos que satisfagan las necesidades nutricionales de quienes practican deportes o llevan un estilo de vida activo.

Actualmente Neo Ice Cream trabaja con otra compañía heladera, donde se tiene una alianza comercial, debido a que ellos cuentan con la fábrica de helados y prestan el servicio de tercerización para obtener el producto final. La empresa tiene en el mercado una línea de producto enfocada en el alto contenido de proteína, puesto que es uno de los productos con mayor atractivo en la industria deportiva.

La producción de la empresa se ve sujeta a la demanda y participación que se tenga en dichos eventos puesto que este proceso se lleva a cabo a través de un tercero quien proporciona la planta y equipo necesario para poder así fabricar el producto final, cabe aclarar que la receta y demás aspectos contemplados para la realización de este son de carácter confidencial puesto que la información suministrada por Neo Ice Cream como el tercero hace parte un conjunto de investigación y desarrollo llevado a cabo por cada uno de estos. El registro Invima del producto de Neo Ice Cream se encuentra en proceso ya que este se encuentra sujeto a la disponibilidad de tiempo por parte del tercero quien se encarga a la fabricación del producto final.

Adicionalmente, la compañía está en la búsqueda de participación en diferentes eventos y ferias deportivas en Colombia los cuales puedan promover la demanda del producto diseñado por la empresa puesto que el cliente final en el cual esta enfocado Neo Ice Cream es quien participa y acompaña a los participantes en estos eventos.

2.2 Portafolio de Productos y/o Servicio

El portafolio de la compañía Neo se compone actualmente de una única línea de producto la cual está enfocada en brindar un helado saludable que cumpla con las características demandas por el público. Este helado cuenta con un alto nivel de proteína y bajo nivel de azúcares añadidos, sin dejar de lado un sabor que cumpla con las expectativas del cliente. El producto está compuesto de diferentes ingredientes donde los principales son: yogurt griego el cual proporciona un bajo nivel de calorías y alto nivel de proteína; por otro lado, se añade proteína de suero de leche con el objetivo de proporcionar mayores cantidades de proteína por porción frente a otras fuentes de proteína que están en los alimentos se puede observar en la figura 1.

El objetivo principal de este producto es cumplir con el requerimiento nutricional en macronutrientes y calorías para el cliente final quien busca una alternativa de calidad para su desempeño deportivo indiferente del nivel de este. Cabe destacar que este producto esta en fase prematura de venta debido a limitaciones económicas, y por el momento se está vendiendo únicamente en la ciclovía de Bogotá y participaciones en ferias de emprendimiento con el fin de lograr mayor visibilidad. Frente al registro Invima este se encuentra en proceso, puesto que NEO Ice Cream no es fabricante, sino que maneja un modelo de tercerización con otra empresa que ya se encuentra en el sector heladero, pero no en la industria fitness.

Por otro lado, se esta estudiando junto con la empresa fabricante nuevas líneas de producto que se puedan incursionar y vayan de la mano con el objetivo de proyecto. Entre las partes hay un NDA firmado donde se estipulan clausulas de confidencialidad y exclusividad, debido a que hay información personal e intransferible de cada una de las partes en la creación de las recetas y producción.

El producto se ha visto envuelto en diferentes cambios en cuanto los insumos utilizados puesto que la empresa aún sigue en investigación constante para la mejora de este en cuanto su contenido proteico y calórico puesto que busca contar unas más funcionalidades para el cliente y poder llegar a ser un producto que cuente con un mejor margen en temas de costos para Neo Ice Cream.

Figura 1

Prototipo helado proteico



Fuente: elaboración propia

2.3 Mercado Actual

De acuerdo con estudios realizados por el Ministerio del deporte en Colombia en el año 2024 se ha visto reflejado un aumento exponencial de la participación de colombianos en eventos deportivos y programas de actividad física que promueve el ministerio. Teniendo en cuenta esto NEO Ice Cream quiere llegar a ser la opción número uno de elección en los consumidores a la hora de comprar un producto saludable y que incentive a la práctica del deporte, pues la compañía no solo se enfoca en la venta de productos bajos en azúcares, en grasas y demás compuestos poco saludables, sino que también apuesta por satisfacer necesidades en los deportistas y/o personas que realicen alguna actividad física esporádicamente si dejar de lado una dieta rica y equilibrada.

NEO Ice Cream actualmente no tiene una proyección de ventas fija, puesto que en este momento solo cuenta con una línea de producto la cual es significativa, sin embargo, se están trabajando en nuevas líneas de producto, ya que el objetivo diferenciador frente a la competencia es abarcar gran parte de las necesidades a nivel micro y macro nutricional que presentan los deportistas en su día a día, y no solamente tener un enfoque en llevar una dieta alta en proteínas.

En el mercado actual se encuentran dos competidores quienes están enfocados en un helado saludable sin embargo estos no cuentan con presencia en eventos o ferias deportivos pero su modelo de negocio el cual se basa en puntos de distribución en grandes cadenas comerciales hace que sean una competencia directa a largo plazo para la empresa Neo Ice Cream.

El primer competidor directo el cual tiene como razón social en la Cámara de Comercio de Aburra Sur Wellness Foods S.A.S. y tiene su marca registrada según la base de datos SIPI de la Superintendencia de industria y comercio bajo signos distintivos FREE/ZEN FREE BODY

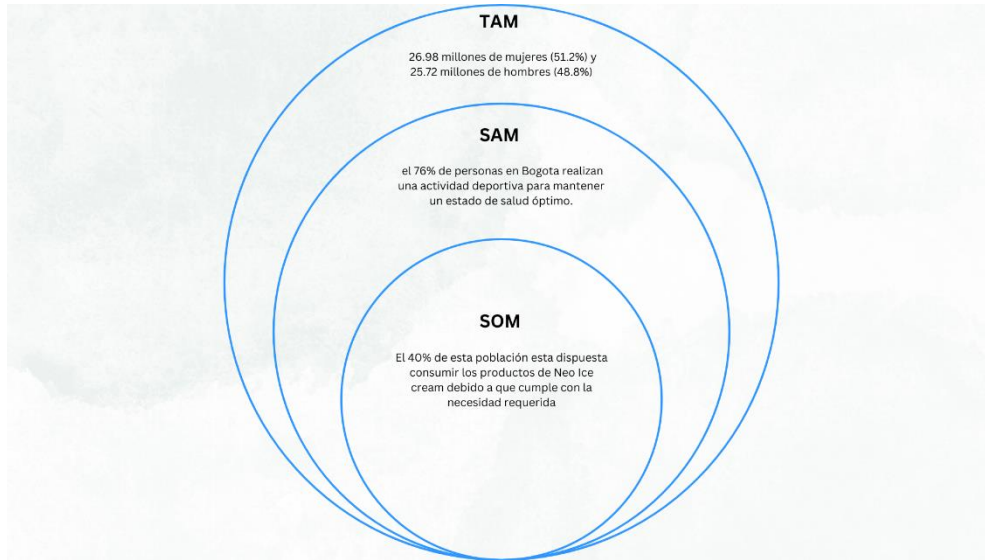
ZEN MIND, maneja un catálogo de productos similares con relación a los que maneja NEO Ice Cream, puesto que cuentan con una línea de helados altos en proteína; sin embargo hay varios factores diferenciadores entre las dos marcas ya que la compañía FREE/ZEN oferta su producto en una presentación en vaso el cual esta destinado para el consumo en el hogar según la compañía, por otro lado, maneja un portafolio de productos más amplio como por ejemplo galletas, confituras, entre otros.

El segundo competidor directo tiene como razón social Bodai Foods S.A.S registrada en la Cámara de Comercio de Aburra Sur y su registro de marca es BODAI, esta compañía maneja una línea de productos vegana, en donde entra a competir con una líneas de las que va a manejar la empresa NEO Ice Cream, puesto que se aspira a incursionar con un helado vegano, cabe destacar que no serán los mismo ingredientes que maneja la competencia ya que el ingrediente principal de los productos de BODAI es la leche de coco, por otro lado esta compañía también maneja diferentes productos tales como yogur y tortillas de harina de coco.

Adicionalmente se realiza un esquema de TAM SAM SOM como se puede observar en la figura 2, el cual tiene como objetivo conocer el alcance y tamaño del mercado objetivo de la compañía NEO Ice Cream.

Figura 2

Esquema de TAM, SAM, SOM.



Fuente: elaboración propia

2.4 Mercado

Los competidores directos de la compañía NEO Ice Cream presentan diferentes diseños al público los cuales están enfocados en ser consumidos en los hogares; a diferencia del propósito que tiene NEO puesto que el objetivo es estar presentes en eventos deportivos, ferias y demás lugares alusivos al deporte puesto que la necesidad del consumo de los clientes es de consumo inmediato. Sin embargo, NEO también manejará la distribución de sus productos vía domicilio, pero este no será el enfoque principal que tiene la compañía.

Por otro lado, NEO es competitiva frente a la competencia directa, ya que la línea de producto que actualmente maneja tiene un alto nivel de proteínas y muy pocas calorías por porción, lo que hace que sea un producto atractivo en el mercado heladero saludable; además la compañía esta en estudio de líneas atractivas de producto y con un enfoque preciso a nivel deportivo.

Frente a los competidores indirectos de NEO Ice Cream, cabe destacar que tienen un posicionamiento muy marcado en la industria heladera, sin embargo, debido a que tienen un enfoque en el consumo masivo y menores precios hace que los productos sean ricos, pero con un alto nivel calórico y los nutrientes no estén enfocados para llevar acabo una dieta saludable.

2.5. Modelo de Negocio

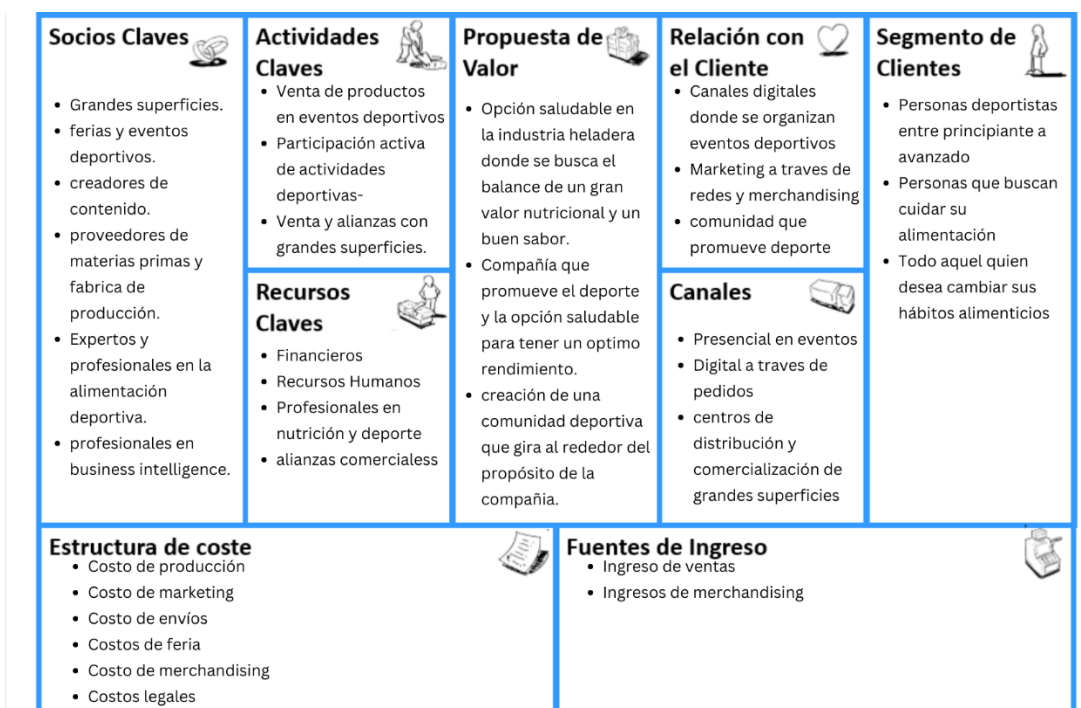
NEO Ice Cream actualmente está registrado como persona natural ante la Cámara de Comercio de Bogotá como Comercializadora Alimenticia Heladera TONA en el año 2024. El

modelo de negocio que maneja la compañía en el momento se rige bajo un canal de ventas B2C (Business to customer) a través de ferias, eventos deportivos y ventas por redes sociales, se puede observar este modelo bajo la figura 3. Cabe destacar que los ingresos actuales de la empresa se deben a las ventas de productos y elementos tales como manilla y otros accesorias que la empresa usa como merchandising

A largo plazo la compañía busca agregar el modelo B2B (Business to Business) en simultaneo con el otro modelo ya que, permitirá que NEO Ice Cream aumente su alcance, nivel de ventas, reconocimiento de marca y en consiguiente genere mayores ingresos. Se espera poder tener alianzas con mercados de grande superficie como, por ejemplo: Carulla y Farmatodo.

Figura 3

Business Model Canvas B2C



Fuente: elaboración propia

3. Deck de inversión del emprendimiento

3.1 Logo, Slogan y Elementos Marcarios de la Empresa.

NEO Ice Cream busca ser la marca de elección a la hora en la que los deportistas compran un helado saludable, por lo que se crea una marca mixta ya que cuenta con una tipografía diferente a la letra arial y tiene los siguientes colores: blancos, negro y un degradado de azul ultra y verde resaltando los colores neón que caracterizan a la marca.

En este momento la marca NEO Ice Cream se encuentra en proceso de estudio junto con los asesores registrados y autorizados ante la Superintendencia de Industria y Comercio bajo la clase 30 de la clasificación de Niza teniendo en cuenta que esta clase abarca:

Café, té, cacao y sus sucedáneos; arroz, pastas alimenticias y fideos; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; chocolate; helados cremosos, sorbetes y otros helados; azúcar, miel, melaza; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; vinagre, salsas y otros condimentos; hielo. (OMPI,2012)

En este momento se está realizando toda la investigación para pasar la solicitud de marca definitiva y evitar que vaya a ser rechazada.

Figura 4

Logo de la compañía NEO Ice Cream



Fuente: Elaboración propia

3.2 Cuantificación del Problema del Emprendimiento.

NEO Ice Cream llega a la industria heladera y fitness en el año 2024, por lo tanto, es un reto con una perspectiva positiva, ya que el interés en la población colombiana por la industria fitness ha crecido exponencialmente desde pandemia hasta la fecha, debido a que las personas empezaron a optar por mejores hábitos saludables y a su vez a dedicar mayor tiempo en la práctica de algún deporte para mejorar su salud y estado físico. Para el año 2021, un tercio de los bogotanos indicaron que practican algún deporte, donde la principal actividad física que se practica es la caminata y el trote con una participación por parte de las personas del 73%, según una encuesta realizada por el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD,2021).

Por otro lado, en Bogotá se han venido implementando estrategias que incentiven la práctica del deporte con el fin de disminuir el sedentarismo en la población; una de ellas es la reconocida y tradicional ciclovía, donde su recorrido en Bogotá se extiende a 127.69 kilómetros. Además, se determinó, gracias a un estudio realizado por el IDRD, que esta actividad tiene un

gran porcentaje de asistencia, ya que el 30% de las personas encuestadas afirmó que asiste a esta actividad, donde el 57% de ellos son hombres y el 43% mujeres.

En el mes de abril la Cámara de Comercio de Bogotá junto con el IDR y el ministerio del deporte formalizan y dan apertura al nuevo clúster numero 17 el cual estará enfocado en recreación y deporte de Bogotá y Cundinamarca, teniendo en cuenta que cada vez mas el deporte marca una gran parada en el sector económico del país. Actualmente según datos estadísticos de la CCB este sector apporto 1.07% del PIB del país el cual es una cifra que ha venido incrementado en los últimos años a pesar de que tiene un estimado de crecimiento mucho mayor, en Bogotá hay mas de 5.040 empresas enfocadas en el sector deportivo desatando más de 18.615 empleos a nivel nacional, por lo que se puede deducir que hay una gran oportunidad de inversión y creación de nuevas empresas que fomenten el deporte y así mismo ideas que vayan de la mano con una nutrición saludable.

NEO Ice Cream, ingresa al mercado con una propuesta innovadora en el sector puesto que su objetivo es suplir necesidades enfocadas en deportistas sin dejar de lado un sabor agradable y que cumpla con los requerimientos básicos de un producto saludable a diferencia de los competidores directos que se encuentran activos en el mercado los cuales están enfocados en ofrecer helados proteicos y bajos en azucares.

3.3 Hoja de Ruta del Emprendimiento. Principales Hitos.

NEO Ice Cream iniciara operando bajo el modelo B2C (business to customer) el cual se lleva a cabo por medio de ferias de emprendimiento y ventas por redes sociales como: Instagram y WhatsApp, ya que el proyecto está en primera fase en salir al mercado y su objetivo es que el cliente reconozca a NEO Ice Cream en el mercado. De igual manera a mediano y largo plazo la empresa tiene como objetivo distribuir sus productos no solo bajo un canal B2C sino también B2B (business to business), debido a que esto le proporcionará mayor apertura de ventas y alcance a la marca.

La hoja de ruta del emprendimiento dentro de los próximos 7 meses y cerrar el año 2024 lo que quiere decir en un corto plazo es tener un enfoque para lograr que el cliente vaya reconociendo la marca, por medio de ferias de emprendimiento que estén afín con el propósito de la empresa, posibles eventos deportivos con afluencia de personas, entre otros espacios que sean claves para la visibilidad de la empresa y así mismo impulsar las redes sociales los cuales son canales de venta estratégicos de NEO Ice Cream.

Así mismo, la empresa destinará una parte significativa de inversión para crear un marketing adecuado y que impulse las ventas de la compañía, para esto se tomaran diferentes asesorías mediante mentores especializados en ese tipo de estrategias, y se creara un contenido dinámico y atrayente para toda aquellas personas que practiquen deporte bien sea a nivel profesional o de forma esporádica, personas que cuiden des sus hábitos alimenticios y también aquellas que deseen iniciar e involucrarse en los hábitos saludables.

3.4 Análisis Económico

El sector de recreación y deporte al paso de los años va cogiendo más fuerza, cabe aclarar que en los años de pandemia COVID 19 se redujeron muchas actividades físicas al aire libre debido a las restricciones impuestas por el gobierno frente al aislamiento social y la realización de actividades con alta aglomeración. Sin embargo, durante este mismo episodio las personas empezaron a tomar conciencia acerca de la importancia de alimentarse bien y evitar el sedentarismo ya que a futuro causa problemas de obesidad lo cual es algo ampliamente preocupante a nivel mundial.

Durante el 2022 y 2023 el estado y el IDRDR identificaron deficientes estrategias para el desarrollo de la economía del sector deporte, recreación y actividad física. Es por esto por lo que empezaron un proyecto con el objetivo de impulsar y desarrollar estrategias de desarrollo económico. El IDRDR plantea una alternativa de solución en su plan de desarrollo el cual fue “fortalecer la interrelación de los actores del sector de la recreación, el deporte y actividad física dentro de la estrategia de especialización inteligente de Bogotá con el liderazgo del IDRDR” (IDRDR, 2023).

Esta alternativa mencionada anteriormente se lleva a cabo mediante tres estrategias las cuales son: “1. Lineamientos técnicos para la interrelación de los actores del mercado del sector de la recreación, el deporte y actividad física, 2. Iniciativa de clúster para el sector del deporte la recreación y la actividad física y 3. Alianzas con terceros para el desarrollo del sector de deporte, recreación y actividad física” (IDRDR, 2023).

Ya para el 2024 en el mes de abril se inauguró el clúster del deporte y recreación en alianza del IDRDR con la Cámara de Comercio de Bogotá y Cundinamarca, este clúster

comprende la inclusión de 59 municipios y al menos 1.600 empresas del sector de recreación; buscando fortalecer la cadena de valor desde y hacia la región, de tal forma que se puedan identificar nuevas oportunidades de negocio.

El clúster de recreación y deporte de acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá “es un escenario neutral donde líderes empresariales, gobierno, entidades de apoyo y academia trabajan colaborativamente para incrementar la productividad y competitividad del sector” (Cámara de Comercio de Bogotá, 2024). Actualmente se encuentran 5.040 empresas beneficiadas gracias a este clúster de las cuales el 94,3% son microempresas generando aproximadamente 18.615 empleos y un aporte al PIB de Bogotá equivalente al 1,07%.

Teniendo en cuenta este propósito para NEO Ice Cream es muy beneficioso ser partícipe de esta iniciativa como microempresa, ya que en primer lugar se tiene acceso a información especializada y tendencias esperadas del sector del deporte en Bogotá, lo que permite a la compañía generar estrategias de ventas según los análisis e interpretaciones que puedan realizarse. Por otro lado, la empresa aumenta networking y posibles colaboraciones con otras empresas que pertenezcan al sector; la Cámara de Comercio de Bogotá hoy en día tiene la posibilidad de dar visibilidad y promocionar a las empresas bien sea como persona natural o jurídica que se encuentren registradas ante la cámara por consiguiente es una oportunidad de valor y económica que la compañía NEO puedo aprovechar.

Finalmente cabe aclarar que la empresa NEO Ice Cream hasta el momento no tiene un estimado de ventas, ya que aún está finalizando testeo de tres productos para poder salir al mercado. Sin embargo, a pesar de que no se tiene un estimado de ventas la compañía cuenta con un ahorro de gastos significativos, ya que no se iniciara un proceso de maquila propio sino tercerizado. Se estima que para finales de mayo del 2024 la empresa participe en la primer feria

de emprendimiento con asociación entre la Universidad de La Sabana y el centro comercial Fontanar, teniendo en cuenta que es una oportunidad de valor, ya que es un concurso donde la empresa no tiene que pagar por la inscripción y el stand y puede empezar su proceso de reconocimiento ante un público objetivo teniendo en cuenta la ubicación y el estrato socio económico al que pertenece el Centro Comercial Fontanar.

Referente a la información suministrada el sector del deporte en Bogotá tiene una tendencia exponencial, por lo que la compañía tiene estrategias a fin de lo que se busca, y se espera que a final de año se tenga un crecimiento de ventas aproximadamente del 50%.

3.5 Descripción del Equipo

NEO Ice Cream tiene un equipo el cual esta conformado por Tomas Felipe Guzman Tafur, estudiante de último semestre de Administración de Negocios Internacionales con doble titulación en Marketing y Negocios Digitales y un Minor de Business Intelligence de la Universidad del Rosario el cual es el creador y desarrollador del proyecto junto con Nathalia Alfonso Roncancio quien es egresada de la Universidad de La Salle en el programa de Finanzas y comercio internacional.

El rol del creador Tomas Guzman es CEO de la compañía quien realiza todo plan estratégico para el crecimiento y desarrollo de NEO Ice Cream, también desempeña funciones esenciales tales como representación al público, explicar la filosofía de la compañía y liderar el equipo para la toma de acciones eficientes dentro de esta.

Nathalia Alfonso es la gerente general encargada de planificar, organizar y supervisar las actividades que desarrolla la empresa, así mismo administra los recursos de NEO Ice Cream

manejando una optimización de gastos para de esta forma poder tener un reconocimiento en la industria heladera saludable.

3.6 Cantidad de Capital Requerida para Crecer

En Neo Ice Cream se estima un valor aproximado de 25.000.000 millones de pesos en inversión, el 40% de este valor estará destinado en marketing digital y publicidad, ya que una de las estrategias de Neo Ice Cream es masificar y ser reconocida en el ámbito deportivo de tal forma que sea una necesidad en la gran mayoría de personas que practican alguna actividad física o llevan a cabo una dieta saludable; el 30% de este monto tendrá como destino el aumento y mejoras en producción de los productos que maneja actualmente la compañía, por otro lado el 20% de los 25.000.000 millones se usaran para investigación y desarrollo de nuevos productos para ampliar el catalogo de NEO Ice Crea y finalmente un 10% del valor requerido de inversión se usara en mejorar los empaques de tal forma que se puedan reducir costos y se realice una producción de mayor escala.

Adicionalmente ya haciendo una proyección a largo plazo se evaluarán los aspectos financieros de la compañía para poder diseñar, desarrollar y evaluar estrategias comerciales con mercados de grandes superficies tales como Farmatodo, Carulla entre otros ya que estos establecimientos permitirán que la marca tenga un mayor alcance para el cliente final y así poder un reconocimiento marca a nivel nacional.

4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo

NEO Ice Cream tiene una proyección a largo plazo en donde se busca contar con una cobertura amplia en las ciudades principales tales como: Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga entre otros puesto que son ciudades que económicamente en el país tienen un gran porcentaje de personas que realizan actividades físicas y este es uno de los propósitos de la compañía llegar en el momento indicado y ser la opción número uno de todas aquellas personas que son deportistas, practican alguna actividad física esporádicamente y cuidan de su alimentación.

Teniendo en cuenta las ciudades nombradas anteriormente se resalta la importancia de poder ingresar a estas ciudades. De acuerdo con la revista CNN (2022) resaltan que Medellín es la tercera de las mejores ciudades según Time Out lo que quiere decir que es una ciudad la cual es bastante reconocida e importante no solo a nivel nacional sino mundial gracias a su apetezido clima el cual oscila entre los 23°C y los 27°C y es por esto que es conocida como la “eterna primavera”, este factor es importante para la compañía ya que el clima al ser un poco más caliente que Bogotá sería muy atractiva para el consumo de helados puesto que son refrescantes y ricos así que puede impactar de manera positiva las ventas de NEO Ice Cream, otro factor distintivo de esta ciudad es el turismo y la cultura lo que genera gran flujo de extranjeros alrededor de la ciudad, y finalmente en Medellín se realiza una feria fitness llamada Expofitness la cual es la más grande de Colombia enfocada en salud y deporte donde participan marcas importantes de la industria y la empresa tiene como objetivo poder participar de ella y así ganar posicionamiento en la industria y contactar posibles aliados comerciales.

Por otro lado, Cali es una ciudad atractiva para la empresa con base a la alcaldía de Cali esta resalta a Cali como una ciudad deportiva por naturaleza la cual fue ratificada bajo el

“Ranking of Sports Cities 2023” de la agencia global de comunicaciones BCW (2023), por lo tanto es un escenario significativo para la empresa puesto que el propósito de la compañía tiene un enfoque deportivo y esto puede aumentar el espectro de ventas de la empresa así mismo generar alianzas con diversas marcas que vayan de la mano con el deporte y la nutrición.

Adicionalmente, la compañía tiene una estrategia de “Food truck”, puesto que hay eventos deportivos en ciudades aledañas en donde la accesibilidad no es sencilla, sin embargo, la afluencia de personas que asisten a estos eventos es alta, ya que vienen de ciudades principales; en este caso hay eventos como lo son: mountain bike, maratones, triatlones, entre otros. Así mismo, esta estrategia ayudaría a la compañía a impulsar el marketing y la visualización de la marca frente a sus competidores, de igual manera NEO Ice Cream mediante el Food truck disminuirá gastos fijos como lo puedo llegar a ser el pago de un local físico, servicios entre otros los cuales son significativos en el presupuesto de una empresa.

La compañía quiere abarcar todo el mercado deportivo del país supliendo las necesidades deportivas y nutricionales que requieren los atletas cuando realizan una actividad física, es por esto por lo que se trabajara exhaustivamente y se realizara una investigación para tener en el mercado las líneas de producto esenciales que demandan los clientes objetivos y estar en la vanguardia de las nuevas tendencias a nivel deportivo y nutricional para ser competitivos en el mercado.

Finalmente se quiere realizar una inversión amplia en marketing y publicidad que vaya de la mano con la tecnología a largo plazo a través de una estrategia que fomente el deporte en cada uno de los eventos que sean programados bien sea por la alcaldía o diferentes patrocinadores, generando recordación y fidelidad de marca a sus clientes.

4.1. Escenarios de Crecimiento para el Emprendimiento

La empresa tiene como objetivo crecer en el largo plazo a través del grupo de Mercado Común del Sur (MERCOSUR) en donde Colombia según el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio se encuentra en una relación comercial con Brasil la cual se rige por el Acuerdo de Complementación Económica (ACE-72), en el marco del Mercosur. Este acuerdo con Brasil se encuentra vigente de manera provisional desde diciembre del 2017 (MINCIT, 2021).

El escenario se plantea a largo plazo para la compañía ya que se ha realizado una investigación exhaustiva y Brasil es un país clave para NEO Ice Cream ya que en primer lugar los acuerdos mencionados anteriormente permiten que el libre comercio sea mucho más fácil y asequible entre ambos países lo que significa que el proceso de exportación desde Colombia no tenga tantas trabas a diferencia de otros países, en segundo lugar es un país relativamente cercano aproximadamente a 6 horas en un viaje directo vía aérea lo que sería adecuado para la exportación del tipo de producto que maneja la empresa.

Por otro lado, a nivel deportivo como bien se sabe Brasil es uno de los países que más invierte en el sector deportivo y de recreación pues ha sido una parte integral de su cultura y así mismo han sido reconocidos por formar muy buenos atletas y de esa manera contribuya de forma directa a la economía brasileña, gracias al reconocimiento de los atletas y el impulso económico que ha tenido Brasil es uno de los países con mayor atractivo para la realización de eventos deportivos. De acuerdo con los juegos panamericanos 2023 Brasil ocupó el segundo puesto seguido de Estados Unidos, esto se traduce en una potencia a nivel deportivo de los países suramericanos posicionándolos como los mejores en varias disciplinas. Adicionalmente cabe

destacar que la población brasileña cuida mucho de sus hábitos alimenticios, ya que este es uno de los primeros objetivos el cual es bajar de peso y lo fusionan con la actividad física de acuerdo con el artículo Tendencias Fitness para 2021 alrededor del mundo: Comparativa entre Brasil, China, Europa, España, Australia, México y Estados Unidos (2021, Manel Valcarce).

4.2. Riesgos y Alternativas para el Crecimiento.

Los riesgos asociados a la empresa Neo Ice Cream están relacionados con los proveedores puesto que los tiempos de entrega de materias primas o calidad de estas llegan a afectar directamente el producto final. Por otro lado, se identifica un riesgo a largo plazo que son las decisiones geopolíticas que se lleguen a tomar en aspectos de importación de materias primas por lo que podrán afectar dado que puede elevar el costo o restringir la entrada de estas en el país.

Para la empresa los temas de política interna como externa son fundamentales puesto que pueden afectar de manera directa o indirecta el desarrollo del proyecto, ya que el riesgo país y/o inversión en el sector se puede ver impactada por percepción del mercado interno como externo. Como alternativas de crecimiento, NEO Ice Cream tiene varias oportunidades gracias a las iniciativas que están sacando las alcaldías y el estado para impulsar la industria del deporte tal como se explica en el apartado de análisis económico, por consiguiente el desarrollo de la compañía se vería beneficiado, así mismo las tendencias actuales frente a la cantidad de deportes que están practicando y la demanda de los mismos genera buenas expectativas para lograr tener una proyección de ventas superiores a las estimadas.

5. Aprendizajes

El proyecto que se llevo a cabo durante el curso de opción de grado emprendimiento hizo que se pudiera forjar de manera solida y contundente un modelo de negocio en donde se obtuvo la oportunidad de recibir orientación de diversos mentores especializados en sectores como legal, financiero entre otros los cuales son parte fundamental de un negocio. Los conocimientos suministrados y el apoyo por parte del profesorado del área de emprendimiento hicieron que se lograra la constitución del proyecto Neo Ice Cream el cual está en la búsqueda de promover un estilo de vida más saludable y con esto tener un impacto positivo en las personas lo cual se verá reflejado en un aumento de ventas y reconocimiento de este en el mercado.

A lo largo de este proceso, hemos aprendido la importancia del aprendizaje y la adaptación continuos en un mercado que cambia rápidamente. Nos comprometemos a estar al día de las últimas tendencias y las mejores prácticas del sector, y confiamos en que nuestra atención a la salud, la sostenibilidad y las prácticas empresariales responsables nos diferenciarán y contribuirán a nuestro éxito a largo plazo.

6. Conclusiones

Neo Ice Cream es una empresa que se encuentra en una etapa temprana de crecimiento en Colombia. La estrategia que se planea para la compañía es investigar y desarrollar de manera conjunta sus productos y la visualización de la compañía frente al público ya que el compromiso de esta es poder ser la alternativa saludable para aquella toda persona que busca y desea tener o mejorar sus hábitos alimenticios. Además de eso, El proyecto está diseñado para atender a una

amplia gama de clientes, desde atletas de alto rendimiento que buscan una opción que cumpla con su necesidad nutricional hasta todo a que busque ser saludable a través de una alimentación saludable.

La compañía al enfocarse en incursionar en dos grandes industrias que han tenido un impacto y relevancia significativa en la económica Colombia como lo es la industria heladera y deportiva; demuestra que como lo fue expuesto en el análisis económico el crecimiento de Neo Ice Cream es posible gracias a la gran demanda y volúmenes que se observan en las dos grandes industrias por otro lado la expansión que se busca a largo plazo en la región puede llegar a presentar limitantes legales puesto que cada país de la región cuenta con su propia jurisdicción en temas de consumo y saneamiento sin embargo se busca que la compañía pueda llegar a un acuerdo internacional puesto que se busca un centro de distribución que cumpla con lo demandado por cada país de la región.

Para concluir, el proyecto de Neo Ice Cream está en constante investigación puesto que los mercados en los cuales se quiere llegar están en constante cambio puesto que los diversos avances tecnológicos han hecho que los hábitos de consumo han tenido diversos cambios que llevan a que el consumir final busque alternativas que sean accesibles y cumplan con la demanda deseada en ese momento.

7. Referencias Bibliográficas

- Alimentos, A. (2022, octubre 6). *¿Cómo le fue a los alimentos en el gasto de los hogares en octubre 2022?*. <https://www.andi.com.co/Uploads/2022%20-%2010%20Octubre.pdf>
- Arce.E. (2024, julio 24) *Cali es la única capital colombiana en el ranking de las ciudades deportivas del mundo*. <https://www.cali.gov.co/deportes/publicaciones/177185/cali-es-la-unica-capital-colombiana-en-el-ranking-de-las-ciudades-deportivas-del-mundo/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2022). *Cámara de Comercio de Bogotá*.
<https://www.ccb.org.co/empresarial/sectores-empresariales/turismo-recreacion-y-deporte/cluster-deporte-y-recreacion>
- Colombia Risk analysis. (2023, Octubre). *Tendencias de riesgo*.
https://mcusercontent.com/ec9dfe3030795aea9dd7ee1b6/files/5cf287ac-39b1-a41a-336e-6398f298e35d/Abreviado_OCTUBRE_2023_ESP.pdf.
- IDRD. (2021). *Plan de Desarrollo: un nuevo contrato social y ambiental para la Bogotá del siglo xxi*.
<https://bogota.gov.co/yo-participo/plan-desarrollo-claudia-lopez-2020-2024/>
- Colombia Risk analysis. (2024) *Colombia Risk analysis*.
<https://www.colombiariskanalysis.com/>
- DANE. (2024). *Estadísticas por tema*.
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema>
- DANE. (2022, junio). *Diseño Cuenta Satélite del Deporte (CSD) y estadísticas asociadas*
<http://chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/planes-departamentos-ciudades/13062022-CSD-indicadores-deporte-DSCN-DIMPE.pdf>

Data crédito. (2024). Directorio de empresas en Colombia - Data Crédito.

<https://www.datacreditoempresas.com.co/directorio/mochi-mochi.html>

Data crédito. (2024). Directorio de empresas en Colombia - Data Crédito.

<https://www.datacreditoempresas.com.co/directorio/bodai-foods-sas.html>

Diario La República. (2023, febrero 4). *La demanda de afiliaciones en los gimnasios aumentó 30% en el primer mes de 2023*. <https://www.larepublica.co/empresas/la-demanda-de-afiliaciones-en-los-gimnasios-aumento-30-en-el-primer-mes-de-2023-3537343>

Francesca Street y Lucy Sherriff de CNN Travel. (2022, julio 12). *Medellín, Colombia, es la tercera de las mejores ciudades de 2022, según Time Out*.

<https://cnnespanol.cnn.com/2022/07/12/medellin-colombia-mejores-ciudades-2022-time-out-trax/>

INVIMA (2024). Invima

https://app.invima.gov.co/blog_invima/blog_alimentos/?view=post&id=25

Manel Alcarce. (2021). *Tendencias Fitness para 2021 alrededor del mundo: Comparativa entre Brasil*. <https://www.manelvalcarce.com/blog/tendencias-fitness-para-2021-alrededor-del-mundo-comparativa-entre-paises?elem=200311>

Mariana, R. T. (2022, junio 14). *Cuenta Satélite del Deporte*.

<https://www.dane.gov.co/index.php/actualidad-dane/5506-cuenta-satelite-del-deporte>

Mencosur. (2018, abril 19). *En pocas palabras*. MERCOSUR.

<https://www.mercosur.int/quienes-somos/en-pocas-palabras/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021, octubre)

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/documentos-noticias/insumos-brasil-octubre-2021.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2024). <https://www.mincit.gov.co/inicio>

NIQ; NielsenIQ. (2018, agosto 13). *4 de cada 10 colombianos están cambiando a la versión saludable de su producto preferido.*

<https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2018/4-de-cada-10-colombianos-estan-cambiando-a-la-version-saludable-de-su-producto-preferido/>

OMPI. *Clasificación de Niza.* (2024). <https://www.wipo.int/classifications/nice/es/>

Super Intendencia de Industria y comercio. (2024). *SIFI-INICIO.*

<https://sifi.sic.gov.co/sifi/Extra/Default.aspx?sid=638507136554172148>