

PET SHOP

“MARCA LA DIFERENCIA”

Yuri Fernanda Carrillo Reina

Edgar Yesid Gonzalez Toro

**Daniel Andrey Penagos
Contreras**



En este trabajo se encuentra basado en plan de marketing de una empresa manufacturera encargada de realizar ropa y accesorios para mascotas entre ellos exclusivamente perros y gatos, del cual está teniendo un gran posicionamiento en el mercado nacional y nuestro objetivo es también hacernos conocer internacionalmente.

PET SHOP “MARCA LA DIFERENCIA”

YURI FERNANDA CARRILLO REINA
EDGAR YESID GONZALES TORO
DANIEL ANDREY PENAGOS CONTRERAS

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ
2017

PET SHOP “MARCA LA DIFERENCIA”

YURI FERNANDA CARRILLO REINA

EDGAR YESID GONZALES TORO

DANIEL ANDREY PENAGOS CONTRERAS

PRESENTADO A: PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
DOCENTE NESTOR GERARDO ECHAVARRIA SALAMANCA
GRUPO 10115

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ
2017

Contenido

DEDICATORIA.....	7
AGRADECIMIENTOS	8
INTRODUCCION	9
OBJETIVOS.....	11
ESTUDIO DE MERCADO	12
CARACTERIZACION DEL MERCADO	12
<i>CARACTERIZACIÓN TÉCNICA:</i>	12
<i>COMPOSICIÓN:</i>	15
<i>EMPAQUE, EMBALAJE, MARCA Y ETIQUETA DEL PRODUCTO</i>	17
<i>NORMAS DE CALIDAD</i>	21
<i>ISO 9001</i>	21
<i>CARACTERIZACION COMERCIAL</i>	21
<i>Plaza</i>	21
<i>Promoción</i>	22
<i>COMUNICACIÓN</i>	22
<i>Publicidad</i>	22
<i>Redes Sociales</i>	23
<i>Instagram</i>	23
<i>Embajador</i>	24
<i>Promoción en Ventas</i>	24
<i>Descuento por volumen:</i>	24
<i>Venta Personalizada</i>	25
<i>DISTRIBUCIÓN</i>	25
<i>DISTRIBUCION INTENSIVA</i>	25
<i>DISTRIBUCION EXCLUSIVA</i>	25
<i>DISTRIBUCION SELECTIVA</i>	26
ESTUDIO DE LA OFERTA.....	26
<i>ESTUDIO DE LA DEMANDA</i>	27
<i>Población</i>	27

<i>Muestra</i>	27
PLAN DE MARKETING	28
ESTUDIO TECNICO Y TECNOLOGICO	30
<i>ESTUDIO TECNICO</i>	30
<i>MACROLOCALIZACION</i>	30
<i>PROCESOS PRODUCTIVOS</i>	33
<i>ESTUDIO TECNOLOGICO</i>	36
<i>Materias primas</i>	38
<i>COMPOSICIÓN:</i>	39
<i>TECNOLOGIA</i>	44
<i>DISTRIBUCION DE OFICINA Y PLANTA</i>	46
ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	48
<i>LEGAL</i>	49
<i>ORGANIZACIONAL</i>	49
<i>MISIÓN</i>	49
<i>VISIÓN</i>	49
<i>OBJETIVO GENERAL</i>	49
<i>POLITICAS EMPRESARIALES</i>	50
<i>ORGANIGRAMA</i>	51
<i>MANUAL DE FUNCIONES</i>	53
<i>Logo, Eslogan y nivel</i>	64
ESTUDIO AMBIENTAL Y SALUD OCUPACIONAL	66
<i>AMBIENTAL</i>	66
<i>Alternativas para Mejorar el Impacto Ambiental</i>	67
<i>SALUD OCUPACIONAL</i>	68
<i>sistema de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo</i>	68
<i>subprograma de medicina preventiva y del trabajo</i>	68
<i>subprograma de higiene industrial</i>	69
<i>subprograma de seguridad industrial</i>	70
<i>políticas de salud ocupacional</i>	70

<i>panorama de riesgo y mapa de riesgo</i>	71
<i>determinación cuantitativa del nivel de peligro</i>	72
<i>Matriz de riesgos</i>	77
<i>Accidentes y enfermedades profesionales</i>	78
CONCLUSIONES	79
ANEXOS.....	81
CARACTERIZACION ARANCELARIA	81
<i>Posición arancelaria</i>	81
ENCUESTAS ESTUDIO DE LA OFERTA	84
<i>ISABELLE COURTENAY</i>	84
<i>ALIBABA</i>	85
<i>EUROPAGES</i>	86
<i>DISNAPET</i>	87
<i>FORMAS Y TEXTILES DEL VALLE</i>	88
<i>GRAFICAS DEL ESTUDIO DE LA OFERTA</i>	89
ENCUESTAS ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	92
<i>RECIEN PESCADO</i>	92
<i>MI MASCOTA FAVORITA</i>	93
<i>MY FRIEND PET</i>	94
<i>MANUMAN</i>	95
<i>CAT AND DOG</i>	96
<i>TABULACION</i>	97
<i>Resultados</i>	97
<i>Análisis</i>	97
GRAFICAS ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	99

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a cada una de nuestras familias quienes nos han observado y apoyado en nuestro proceso académico y personal del cual cada parte de han sido ese gran apoyo tanto emocional, físico y económico del cual nos han brindado de la mejor manera todo su amor, comprensión y apoyo en nuestros trabajos y llegadas en muy altas horas de la noche, el que estén despiertos o una simple llamada para cada uno de nosotros vale mucho por eso hoy queremos agradecer todo el esfuerzo que nos brindan.

¡MUCHAS, PERO MUCHAS GRACIAS!

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo va dedicado a la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, quien nos permitió ingresar a la educación superior y quien con su calidad de docentes nos ha permitido llegar a donde nos encontramos.

También a cada uno de los docentes que han sido grandes participes de nuestro avance profesional de los cuales queremos agradecer bastante a aquellos que con sus exigencias y bromas nos han llevado a ser mejores personas y mejores profesionales a cada uno de nosotros.

¡GRACIAS POR ESAS BELLAS ENSEÑANZAS Y CONSEJOS A NUESTRAS VIDAS!

INTRODUCCION

Este trabajo tiene como finalidad, la importancia del plan de marketing en una empresa, dando a conocer la vitalidad que este maneja, aun sabiendo que el marketing es la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia. En el cual en nuestro caso nuestros clientes más importantes son las familias quienes tengan a su mascota como un miembro más.

Esta es una idea muy creativa, aunque en Colombia no se ve el gran fanatismo de vestir a sus mascotas domésticas como en los Estados Unidos o en otros países que ven a esta mascota como un integrante más cercano de la familia.

PRO

- Ropa por temporada Halloween, navidad etc.
- Incluso muchos conjuntos para animales estarían diseñados para mantener calientes y secos a aquellos perros de pelaje corto durante los días fríos y de lluvia

CONTRA

- Algunas personas no están de acuerdo con vestir a los animales ya que creen que no se ve ni se siente natural para el animal.
- Tienden a ser costosas. Aunque menos material se utiliza para las prendas, el trabajo fino de costura y diseños únicos incrementan el precio del producto.
- Si una prenda no le queda bien a un perro entonces podría restringir sus movimientos, causar ampollas y ser incómoda en general para la mascota.

ROPA PARA ANIMALES DOMÉSTICOS, PERROS Y GATOS,

Este plan de empresa consiste básicamente en diseñar ropa para animales domésticos, tales como (Perros y Gatos) se realizará ropa creativa en donde el animal se sienta cómodo. Ya que hoy en día se muestra un gran interés hacia nuestras mascotas porque han dejado de ser un animal para convertirse en un miembro más de la familia. Nuestra empresa será de tipo industrial y comercial, ya que nosotros fabricamos el producto y lo distribuiremos a nuestros proveedores.

BENEFICIOS:

Muchas razas de animales no pueden tener capas gruesas tolerables para soportar el ambiente Al aire libre con comodidad. Para mantener a la mascota (perros y gatos) sana y para protegerlos de las estaciones frías se los puede proporcionar suéteres, chaquetas y sudaderas con capucha o si habláramos en caso contrario un clima de verano donde las temperaturas son altas camisas ligeras o un lindo bikini; para los roedores más que un diseño de una camisa son accesorios como moños, gorros que son más cómodos y no interrumpirá con la vida del animal. Además, pensando en la comodidad de este mismo en diferentes casos que pueden

ocurrir como fechas especiales en el año (navidad, amor y amistad Halloween) e incluso una reunión informal para la cual se podrá vestir a la mascota de la manera más adecuada. Del animal doméstico con las alergias, una camisa que pueda ayudarle a calmar la picazón y/o ardor en la piel en donde sea menos accesible a los parásitos; en última instancia, proporcionar comodidad para ellos.

Existe toda una variedad de tamaños de prendas para cada raza de animal doméstico se tienen prendas específicas. Si una prenda no le queda bien a la mascota entonces podría restringir sus movimientos, causar ampollas y ser incómoda en general, por eso queremos ofrecer diseños a la medida del animal en lo más posible para no tener este tipo de inconvenientes que son perjudiciales y causa la insatisfacción del cliente

OBJETIVOS

GENERAL

Abarcar el mercado nacional, enfocándonos en la producción de prendas de vestir para animales domésticos tales como perros y gatos, siendo nuestros productos altamente competitivos, a un precio asequible y de alta calidad

ESPECIFICOS

- Satisfacción a nuestros clientes humanos como caninos y felinos.
- Brindar la mejor calidad.
- Ser una gran empresa nacional con amplio reconocimiento
- Dar empleos primordialmente a madres y/o padres cabezas de familia

ESTUDIO DE MERCADO

CARACTERIZACION DEL MERCADO

CARACTERIZACIÓN TÉCNICA:

Productos de vestimenta

- ✓ Camiseta sin mangas: Tu perrito se lucirá con esta playera sin mangas con canalé angosto fabricada en hilado de algodón 100% peinado de 5,8 onzas. Disponible en seis colores y siete tamaños. El canalé con costura con doble aguja en colores contrastantes en el cuello, las sisas y el dobladillo inferior ofrecen un calce cómodo para tu peludo amigo. Seleccione un tamaño superior para perros de pelo largo. Es una combinación de 90% de algodón y 10 % de poliéster.



- ✓ Camiseta con mangas y bordes de colores: Viste a tu perro con esta excelente playera con canalé angosto de dos colores fabricada con hilado de algodón 100% peinado. Disponible en dos excelentes combinaciones de color y en cuatro tamaños. Canalé con costuras con doble aguja en el cuello, las sisas y el dobladillo inferior.



- ✓ Vestidos: Tu perra se lucirá con este excelente diseño, con canalé angosto de dos colores fabricados con hilado de algodón.



- ✓ Cucos y calzoncillos para mascotas: Protege la zona íntima y sus alrededores de tu mascota.



Accesorios

- ✓ Cachucha: Protege a tu mascota de los rayos del sol.



- ✓ Zapatos: protege las huellitas de tu mascota.



- ✓ Accesorios para la cabeza: renueva a tu mascota con varios accesorios.





COMPOSICIÓN:

Tejidos naturales:

El desarrollo de las fibras naturales depende de la situación geográfica, condiciones climáticas y alimenticias del animal o planta por ello presentan desigualdades y son de calidad variable:

Lana

La lana es el pelo de la oveja. La finura y el rizado de la lana determinan ampliamente su apariencia, conservación del calor, tacto y elasticidad. Las fibras de lana son como pequeños muelles que pueden alargarse hasta un 70% de su longitud original. Atendiendo a la raza y edad del animal podemos diferenciar varias categorías como:

- VIRGEN: que se obtiene del animal vivo y procede del esquila.
- LAMSWOOL: que se obtiene de los corderos.

Ventajas: buen aislante térmico, buena estabilidad dimensional, gran poder absorbente y gran capacidad de recuperación.

Desventajas: tiende a apelmazarse, amarillea y se apolilla si no se trata debidamente.

Alpaca

Pelo de la Alpaca, tipo de llama que vive en los países andinos, Bolivia y Perú. Es fino y brillante, casi nada rizado. Su color abarca una gama que va desde el rojo pardo hasta el blanco. Es, con el Cachemir, las mejores lanas, por la altura a la que viven los animales.

Seda

Hilo fino, brillante y casi continuo que se extrae del capullo del gusano de seda, crías de las mariposas "bombyx", la única que se reproduce en cautividad, la "bombyxmori". No admite

temperaturas muy altas ni centrifugado, con manchas rebeldes requiere la atención de un profesional y debe plancharse sin vapor y a baja temperatura.

Ventajas: fuerte, ligero, de tacto agradable y fija bien los colores.

Desventajas: delicado al frote y al sudor.

Procedencia vegetal:

Formadas principalmente por celulosa, tanto del tallo (lino, ramio), como de las semillas (algodón, miraguano), de la hoja (sisal o pita) o el fruto de los vegetales (coco).

Algodón

Es la fibra de las semillas del algodón. Su calidad depende de su finura, pureza, brillo y en especial de la longitud de la fibra. Encoge si se lava a demasiada temperatura, resiste bien la plancha y si tiene color debe lavarse las primeras veces la prenda sola.

Ventajas: fresco y flexible, no acumula electricidad estática, alta resistencia al rasgado y al frote, gran poder absorbente, no se apelmaza.

Desventajas: no fija bien los colores y tiende a arrugarse.

Lino

Fibras obtenidas del tallo de la planta de la cual coge su nombre. Se debe lavar siempre a mano, nunca debe centrifugarse, ni lavarse a temperaturas altas y resiste bien la plancha.

Ventajas: fresco y agradable al tacto y resiste bien la suciedad, no acumula electricidad estática.

Desventajas: fuerte tendencia a arrugarse sin tratamiento especial.

Ramio

Fibras obtenidas del tallo de la planta de la cual coge su nombre. Se debe lavar siempre a mano, nunca centrifugarse ni lavarse a temperaturas altas. Posee características comunes al algodón y al lino.

Ventajas: fresco, muy resistente, de aspecto y estructura algodonosa.

Desventajas: al igual al lino tiene tendencia a arrugarse.

Tejidos químicos artificiales:

Procedentes de materiales naturales y transformados por sustancias químicas. Son aquellas que proceden sobre todo de la celulosa de los vegetales o de la pelusa del algodón.

Tencelá

Fibra química artificial procedente de la pulpa de la madera y tratada con un disolvente no tóxico, un óxido amínico, para disolver directamente la celulosa y obtener una solución muy viscosa. Es, la última y más agradable las fibras celulósicas.

Ventajas: da la sensación y tiene el aspecto de las fibras naturales, de estructura mucho más resistente que todas las anteriores, encoge muy poco, absorbe la humedad, fija bien los colores y es totalmente biodegradable.

Tejidos químicos sintéticos:

Son aquellas que se obtienen por polimerización de sustancias no existentes en la naturaleza o por sustancias derivadas del petróleo.

Polyamidas

Primeras fibras químicas artificiales sintéticas fabricadas y utilizadas industrialmente.

Nylon

Que se obtiene a partir de la hexametilendiamina y el ácido adíptico, se la conoce con el nombre de poliamida 6-6.

EMPAQUE, EMBALAJE, MARCA Y ETIQUETA DEL PRODUCTO

ENVASE

El empaque primario de nuestro producto serán bolsas plásticas para proteger de la suciedad, humedad y calor. Con el fin de mantener la calidad del producto ofrecido.



EMPAQUE

Nuestro producto será empacado, entregado y distribuido en bolsas de papel craft representativas de la empresa.

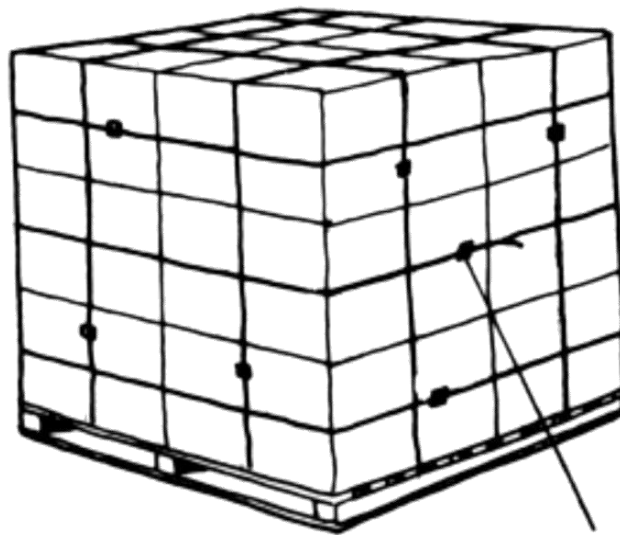


EMBALAJE

La distribución a los puntos de venta y/o aeropuerto serán en Cajas de cartón corrugado.



E igualmente el transporte aéreo dado el caso iría en estibas, con sus respectivos elementos de agarre.



Zunchos o elementos de amarre

MARCA

Nuestra Marca contendrá los siguientes elementos:

- ✚ Nombre de La empresa: Pet Shop “Marca la diferencia”
- ✚ Tela: tipo de tela con la que se realizó la
- ✚ prenda. Talla: S, M, L o XL
- ✚ Lugar de realización: Colombia
- ✚ Para los productos de exportación se realizará por la empresa encargada de distribuirlo en el país escogido este traerá el número de NIT si es pertinente.

Ejemplo:



ETIQUETA

Nuestra etiqueta trae las siguientes recomendaciones:

	Indica que el artículo puede lavarse con agua. Las cifras del interior indican la temperatura máxima de lavado a máquina
	Indica la posibilidad de uso de lejía en el lavado
	Los puntos dibujados en el interior de la plancha indican la temperatura máxima de planchado <ul style="list-style-type: none"> • Temperatura baja: máxima 110° C •• Temperatura media: máxima 150° C ••• Temperatura alta: máxima 200° C
	Hace referencia a la limpieza en seco. Las letras indican el tipo de disolventes o detergentes que se pueden utilizar
	Indica que la prenda no puede lavarse en seco
	Se puede secar en secadora. Los puntos indican la temperatura <ul style="list-style-type: none"> • A cualquier temperatura •• A temperatura moderada

Además, incluye los siguientes ítems:

- ✚ Tela: tipo de tela con la que se realizó la prenda
- ✚ Recomendaciones: las anteriormente mencionadas.
- ✚ Código de referencia: es el código de referencia que llevara internamente la empresa para el control de inventarios.



NORMAS DE CALIDAD

ISO 9001

La empresa Textilera y manufacturera Pet Shop “Marca la diferencia”, es un proyecto definido como sociedad por acciones simplificada S.A.S, fundada hace 2 años en donde tiene su ubicación manufacturera en la ciudad de Bogotá. Desde sus inicios se ha dedicado a la fabricación de ropa y accesorios para mascotas (perros y gatos) de la primera calidad para diversas ciudades de Colombia.

Con el advenimiento de los distintos TLC’s (Tratados de libre comercio) que el gobierno ha firmado en los últimos años, los socios observaron el potencial de poder maquilar sus productos para las más importantes empresas a nivel internacional, del cual hemos visto que necesitamos las certificaciones necesarias como sería la de ISO 9001, hoy en día nuestra empresa ya cuenta con este certificado el cual nos permite que nuestros proveedores en el exterior confíen más en nosotros en nuestros productos.

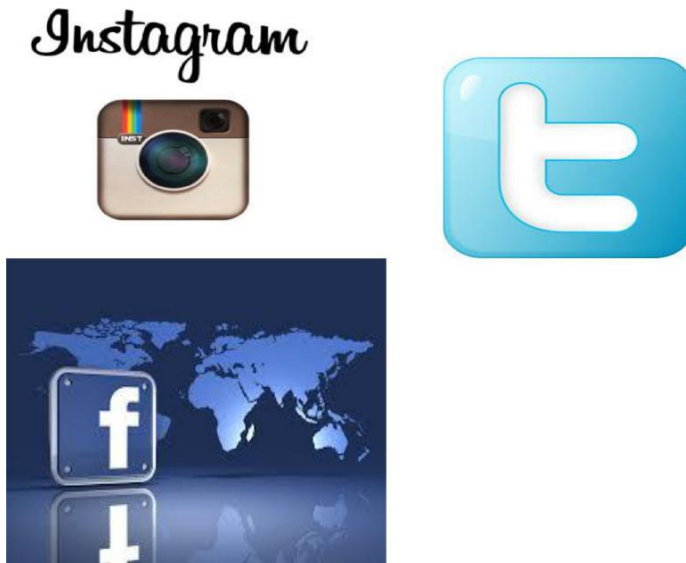
CARACTERIZACION COMERCIAL

Plaza

Nuestra empresa estará ubicada en el barrio Timiza con el fin de que ese punto de la ciudad es zona residencial y se reducirán los costos de impuestos y servicios además de que la actividad que realizaremos no requiere estar ubicada en una zona industrial; nuestros clientes principalmente estarán ubicados en la ciudad de Bogotá D.C. en diferentes puntos de venta los cuales estarán mayormente localizados en el norte de la ciudad porque la gente que se localiza allí, tienen más preferencias en vestir y colocar accesorios a sus mascotas.

Promoción

Nuestra empresa quiere darse a conocer por medio de las redes sociales primordialmente, con una página en Facebook, Twitter, e Instagram para dar a conocer nuestros productos 100% colombianos.



COMUNICACIÓN

Publicidad

Nuestra empresa se concentrará en dar a conocer los productos de forma digital, la estrategia de marketing digital lo implementaremos en las redes sociales, webzones y mediante Bloggers.

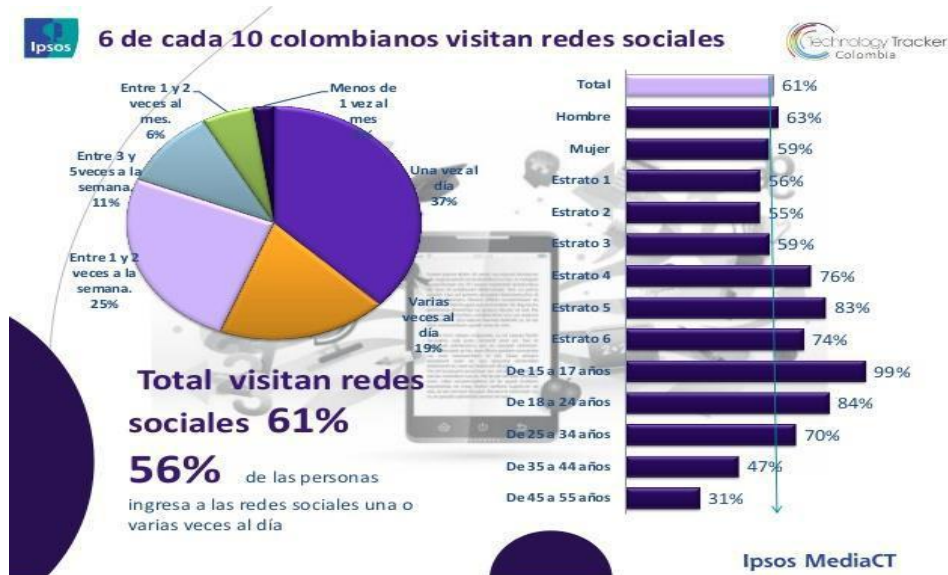
Otra estrategia de publicidad que implementaremos la cual será por medio de embajadores.

Nuestro mercado objetivo es Colombia y los estados unidos. De acuerdo a los estudios que hemos hecho, Bogotá es una ciudad potencial al consumo masivo de vestuario para mascotas al igual que los estados unidos.

¿Porque elegir publicidad digital?

La publicidad digital es la nueva era, ya que millones de personas en el mundo consumen redes sociales o están navegando a cada instante por la nube. Está demostrado que tiene un mayor impacto la pauta digital, las personas captan mejor el mensaje por medio digital.

Redes Sociales



Fuente: Ministerio TIC de Colombia

Según un estudio del Ministerio TIC de Colombia, el 61% de los colombianos consumen redes sociales, ¿Cuál es el plan de acción? La idea es darnos a conocer con nuestros diseños por medio de las mismas redes sociales para que el producto empiece a tener reconocimiento.

Acción

La idea es crear nuestros propios sitios en las redes sociales, como en Facebook, Twitter e Instagram. De esta forma, poco a poco ir dando el atractivo al consumidor para que a un futuro se vuelvan fieles compradores de nuestra marca. De igual forma implementaremos Blogs para tener un foro sobre el cuidado animal, y las prendas de moda según la temporada.

Instagram

Instagram



Instagram es la red social de moda, las personas a cada minuto revisan su Instagram y en promedio revisan su red social durante unos 15 minutos. Con este impacto de medio digital,

podemos beneficiarnos, ya que podemos mostrar nuestros productos para que sean virilizados por toda la comunidad.



Embajador

Boo es un perrito pomeranian de cinco años. Cuya fama invade el mundo por ser una mascota tierna y agraciada, cuyo carisma ha llevado a tener dos libros publicados. Y tener una página de Facebook con 16.636.440 likes. La idea es lograr ser la empresa que diseñe los vestuarios de Boo para que la marca sea reconocida en el mundo.

Promoción en Ventas

Para incentivar las ventas en nuestros canales web y retail, llevaremos a cabo tipos de descuentos para beneficiar a los compradores y a la vez incrementar nuestra lista de clientes.

Descuento por volumen: realizaremos un descuento a la persona que lleven más de 4 artículos, el descuento será escalonado de la siguiente manera:

1 Artículo: 5% de descuento.

2 Artículos: 10% de descuento

3 Artículos: 20% de descuento.

4 Artículos: 30% de descuento en todos los 4 artículos.

Descuento por temporada: realizaremos descuentos por temporada, liquidando todo aquello que no tuvo una buena demanda.

Liquidaremos de acuerdo a los artículos.

Artículos de diseño: descuento de 20%

Artículos tradicionales: descuento de 40%

Descuento Comercial: daremos unos descuentos comerciales dentro de los canales de ventas para mover a los consumidores al canal con menor venta.

- ✦ Si una persona compra un artículo de diseño se le obsequiara, un accesorio que la persona le guste en la tienda con el fin de que la persona llegue a comprar algo más en el almacén.
- ✦ Si una persona realiza una compra mayor a \$150.000 mil pesos. Se le dará un descuento del 15% en la tienda virtual.
- ✦ Se realizará concursos, donde se motivarán a las personas fieles de la marca. Donde los concursos pueden ser:
 - Decir cuál es el nuevo diseño de la temporada actual mediante las redes sociales.
 - Decir cuál es el último diseño que lleva nuestro embajador.

Venta Personalizada

Nuestra empresa realizara diseños exclusivos solo a quienes tengan los recursos monetarios para adquirirlos.

DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUCION INTENSIVA

Los convenios y las alianzas estratégicas se realizarán inicialmente en 20 establecimientos de acuerdo al cubrimiento de los sectores de la ciudad de Bogotá. Además de esto, tenemos la visualización de establecer alianzas con 10 tiendas de mascotas en Francia ya que es un país donde sus habitantes tienen demasiada preferencia por la vestimenta para sus mascotas y 20 tiendas en otros países tales como ESTADOS UNIDOS, MEXICO. Ahora se está encaminando el mercado nacional y el país de América Latina.

La relación con los proveedores es muy importante, ya que de ésta depende el éxito de todo el proceso productivo; la distribución se convierte en uno de los factores que se deben afrontar con mayor cuidado. Tener una eficiencia en términos de inventarios

DISTRIBUCION EXCLUSIVA

Si queremos facilitar la compra del producto en función del número de tiendas en alianza entonces para comercializar nuestro producto al por mayor; o a nivel minorista una de las estrategias más importantes es lograr una buena imagen de la marca que se comercializa, ya que se diferencia de las demás marcas; y de igual forma nosotros como fabricantes mantener un control por desarrollar una distribución exclusiva.

DISTRIBUCION SELECTIVA

Nuestra empresa selecciona los mejores puntos de venta para el producto en cada zona, también comercializar nuestros productos en grandes almacenes de cadena como éxito Falabella la polar etc... Donde hay grande circulación de gente de toda clase social.

ESTUDIO DE LA OFERTA

De acuerdo al estudio y la información contable que posee la empresa respecto a las ventas que se generan en el mercado, podremos establecer un equilibrio tanto en los ingresos de nuestros proveedores como en nuestro aumento de inventario, debido al promedio de ventas mensuales que generan la empresa, y nuestras necesidades para obtener la tela, y/o la materia prima es ahí donde nuestros proveedores podrán promediar la cantidad de material que requerimos para el movimiento de la empresa.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Población

La población seleccionada para la comercialización de nuestro producto fueron *20 locales comerciales especializados en mascotas* (veterinarias) pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 ubicadas específicamente en las localidades de Chapinero (5) , Usaquén (5) y Suba (5) en la ciudad de Bogotá. Dichos locales al poseer clientela con ingresos económicos medios y altos disponen de una mayor opción de compra y esto beneficia bastante a la comercialización de los accesorios para mascotas.

Muestra

Se tomó como muestra 5 (cinco) locales comerciales de los 20 seleccionados en la población con la cual se comercializará nuestro producto; 2 pertenecientes a la localidad de Chapinero, 2 a la localidad de Usaquén y 1 a la localidad de Suba. A cada local comercial especializado se realizó una encuesta.

PLAN DE MARKETING

<i>Variable</i>	<i>Tácticas</i>	<i>Acción</i>
1. Producto	<p>*Nuestros productos para mascotas, están hechos de la mejor calidad en cuanto a telas.</p> <p>*Nuestros productos son los vestidos, ropa para mascotas y accesorios para las mismas.</p> <p>*Manejaremos garantía para ofrecer mayor confiabilidad a nuestros clientes.</p>	<p>* Las telas que manejaremos serán Acetato, Acrílicos, Alpaca, Angora (Mohair), Cachemira, Crepé, Dril, Dry Feet, Gasa, Georgette, Mezclilla, Nailon o Nilón (Nylon), Organdí (Organdie), Paño, Poliéster, Supplex.</p> <p>*Manejaremos específicamente la Camiseta sin mangas, Camiseta con mangas y bordes de colores, Vestidos, Cucos y calzoncillos para mascotas, Cachuchas, Zapatos y Accesorios para la cabeza.</p> <p>*La garantía en ropa será de 6 meses y en accesorios de 3 meses.</p>
2. Precio	<p>*Nuestro punto de venta tendrá un precio psicológico.</p> <p>*Nuestro precio de lanzamiento, será a precio del mercado, en otras palabras, igual al de la competencia.</p> <p>*Nuestra empresa contara con mecanismos para la facilidad de pago</p>	<p>* En nuestro punto de venta se manejarán distintos juegos publicitarios con carteles para Que sea Más llamativo el precio base.</p> <p>*Nuestro lanzamiento será a precio del mercado, ya que nuestro producto llegará con mejor calidad que la competencia y con más variedad.</p> <p>*Los clientes podrán pagar nuestros productos con tarjeta de crédito y si lo desean a cuotas también</p>
3. Comunicación, promoción y publicidad	<p>*Nuestra empresa se concentrará en dar a conocer los productos de forma digital, la estrategia de marketing digital lo implementaremos en las redes sociales, webzones y mediante Bloggers.</p> <p>*Nuestra empresa quiere darse a conocer por medio de las redes sociales más usadas.</p>	<p>* La idea es crear nuestros propios sitios web y de esta forma, poco a poco ir dando el atractivo al consumidor para que a un futuro se vuelvan fieles compradores de nuestra marca. De igual forma implementaremos Blogs para tener un foro sobre el cuidado animal, y las prendas de moda según la temporada.</p> <p>*Tendremos una página en Facebook, Twitter, e Instagram para dar a conocer nuestros productos 100% colombianos.</p>

	<p>*Para incentivar las ventas en nuestros canales web y retail, llevaremos a cabo tipos de descuentos para beneficiar a los compradores y a la vez incrementar nuestra lista de clientes.</p>	<p>*Descuento por temporada: realizaremos descuentos por temporada, liquidando todo aquello que no tuvo una buena demanda. Liquidaremos de acuerdo a los artículos. Descuento Comercial: daremos unos descuentos comerciales dentro de los canales de ventas para mover a los consumidores al canal con menor venta.</p>
<p>4. Mercado</p>	<p>* Nuestra empresa maneja la distribución selectiva. *Nuestra empresa selecciona los mejores puntos de venta para el producto en cada zona. *También tendremos distribución exclusiva. *La idea es comercializar nuestros productos en grandes almacenes de cadena.</p>	<p>*Nuestro punto de ventas será ubicado en la ciudad de Bogotá D.C., en el norte de la ciudad porque la gente que se localiza allí, tienen más preferencias en vestir y colocar accesorios a sus mascotas. *Así mismo seleccionaremos las veterinarias y/o almacenes sobre mascotas donde más flujo de gente hay para proporcionar nuestros productos a dicho establecimiento. *Nuestra empresa realizara diseños exclusivos solo a quienes tengan los recursos monetarios para adquirirlos por lo tanto estos productos tendrán una distribución exclusiva ya que no todos los almacenes lo tendrán. *Hacer convenios y/o comercializar con almacenes de cadena como éxito, Falabella, la polar, etc... Donde hay gran circulación de gente de toda clase social.</p>

ESTUDIO TECNICO Y TECNOLOGICO

ESTUDIO TECNICO

MACROLOCALIZACION

Al ser una empresa productora y comercializadora de accesorios y vestimenta para mascotas para las veterinarias; la planta de producción está localizada en Colombia, en la ciudad de Bogotá D.C en el barrio Timiza, ya que es una zona residencial y para la actividad que realizaremos dicha localización es la adecuada por el bajo costo de servicios y otros beneficios



Los locales comerciales a los cuales proveeremos de nuestro producto estarán ubicados en Colombia, en la ciudad de Bogotá en las localidades de Chapinero, Usaquén y Suba.



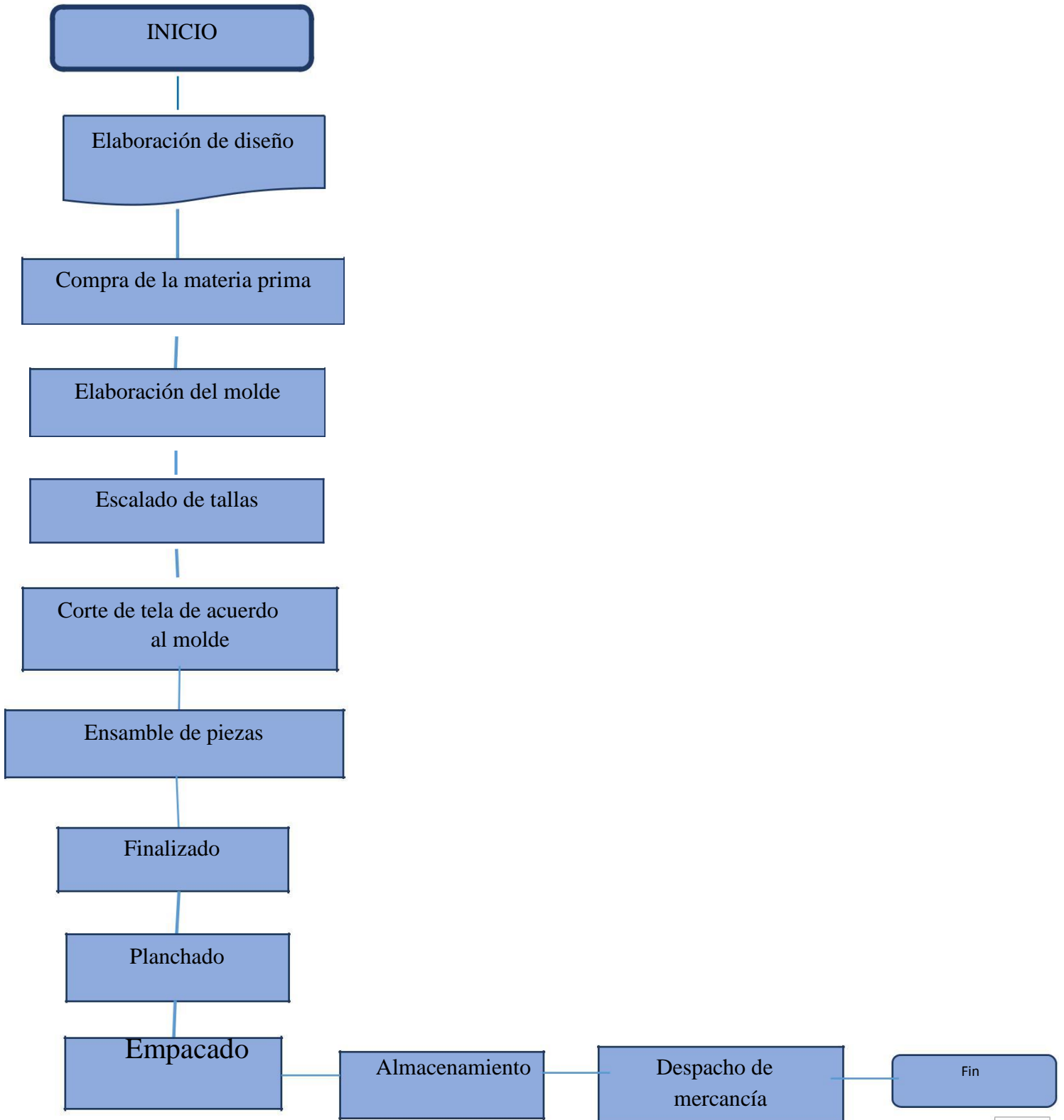
MICROLOCALIZACION

LUGARES	SERVICIOS PUBLICOS	ARRENDAMIENTOS	IMPUESTOS	ZONA RESIDENCIAL
Timiza, Bogotá	Incluidos En el arriendo por un Valor de \$500.000	Está en una totalidad De \$500.000	El impuesto en Timiza Solamente es el predial por ser una zona residencial	Esta zona es mayormente residencial lo que genera Bajos costos productivos

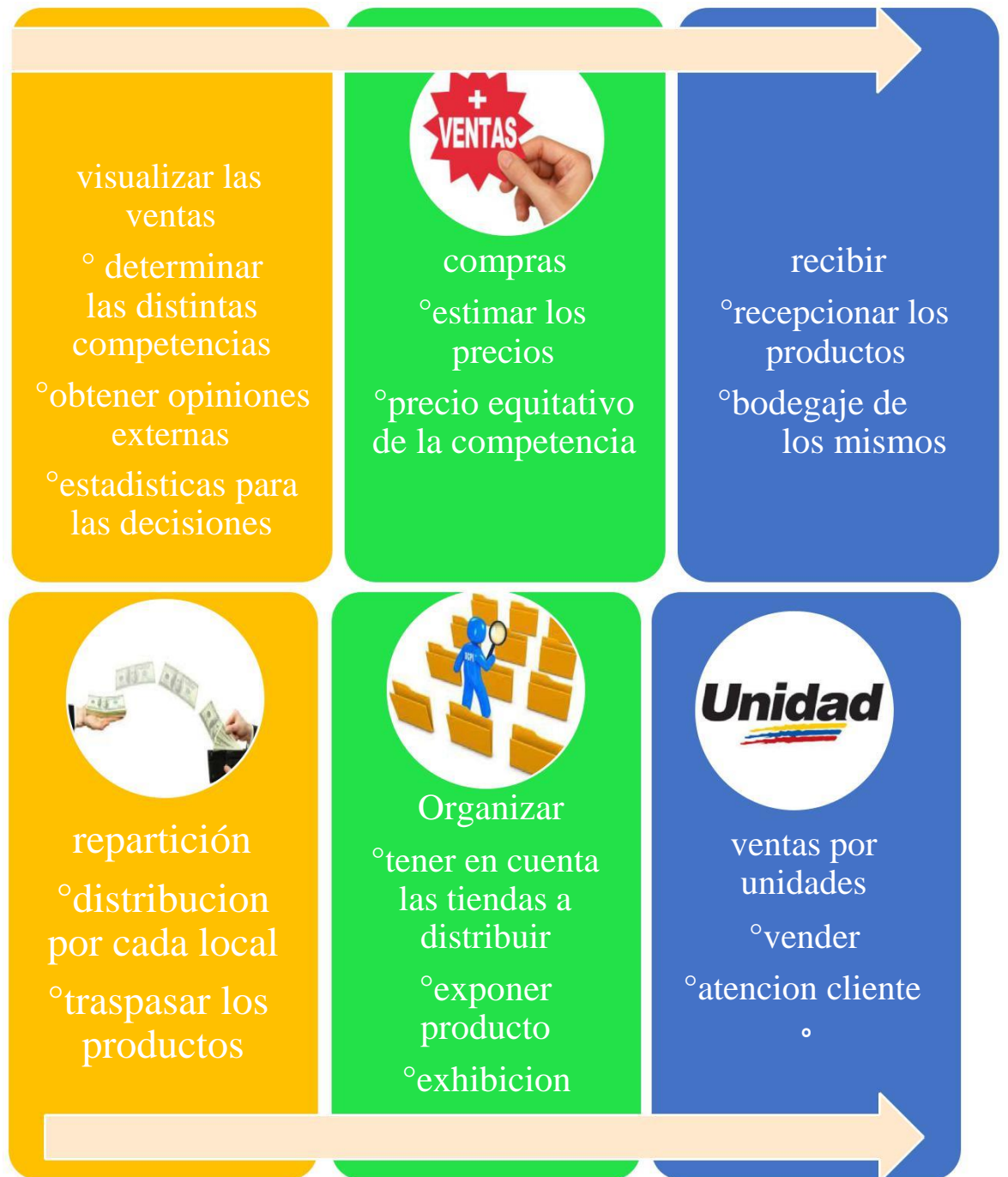
Nuestra posibilidad sería realizar una alianza estratégica con la zona de la Av. Caracas con calle 53 pues es un lugar donde se comercializan estos productos e inclusive las mascotas igualmente, se le ofrecerían nuestros productos a un buen precio al por mayor para que hagan conocer nuestra marca y la buena calidad que ofrecemos

PROCESOS PRODUCTIVOS

- Protocolo para la producción de nuestro producto



- Protocolo para la venta de nuestro producto

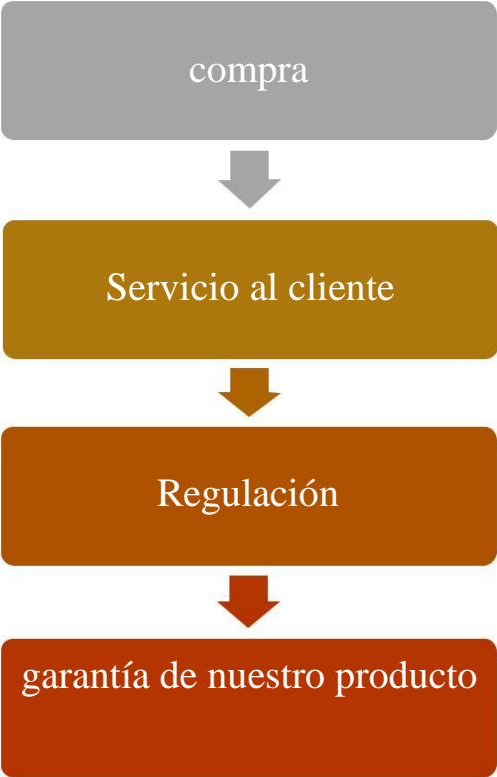




postventa °servicios
al cliente
°regularizacion
°garantias

→

- Protocolo para después de la compra de un producto



ESTUDIO TECNOLÓGICO

Materias primas

Producción

MAQUINARIA Y EQUIPOS

Las maquinarias y equipos presentados a continuación consideramos sean las ideales que nuestros satélites tengan para la producción de nuestros productos.

PARTES PRINCIPALES DE LA MAQUINA					
1	Cabezal	2	Mesada	3	Reg. De tensión
4	Reg. De Puntada	5	Volante	6	Porta Hilos
7	Cargados de Bobina	8	Atraque	9	Motor
10	Lev. Prénsatelas	11	Encendido	12	Pedal

Maquina plana industrial marca gemsy

Es una máquina plana posicionadora, doble pespunte, 1 aguja, lubricación mínima, ajustes desde liviano (telas finas), hasta semipesado (Jeans), cortahilos, posicionador de aguja, remata alza prénsatelas- accionados por el motor eléctrico servo integrado y caja de control.

Opción de corte lateral; coser y cortar bordes, cuellos, puños, etc. Opción de prénsatelas inteligente, trabaja telas difíciles de trabajar. Opciones de puller regulable eléctricamente; ayuda a transportar costuras largas y difíciles.

Cortadora De Tela Industrial Yamata Mod. Czd-3

De 32 cm de altura de corte, "pesada" para astilleros navales, velas de embarcaciones, Jeans, lonas, pampero, telas plásticas y todo lo que funcione con otras cortadoras ya que se baja la velocidad y corta sin fundir las telas.

Mesa de corte marca zazulie.

De 8 módulos de **1.20 X 1.83** (total de 9.60 MTS de largo), Totalmente desarmable y divisible.

Tijeras de costura 16” pulgadas 40 cm. De largo, de acero español.

Maquinas Fileteadora Brother Industrial De 4 Hilos:

Es un mecanismo de entrelazamiento de un hilo y dos hilazas produciéndose así una costura tejida llamada de sobrehilado. Se pueden coser polos, pijamas, ropa deportiva, camisas, vestidos todos en materiales livianos.

- Overlock 4 hilos tanque
- Lubricación automática
- Regulador de diferencial

- Regulación larga de puntada por pulsador
- Enfriador de agujas
- Siliconado de hilos
- Motor ½ HP, 2850 RPM
- 5000 PPM
- Opcional sistema de atraque

Máquina para confeccionar en tejidos (lana, hilo) o fundas automotor.

- Maquinas collarín marca gemsy industrial
- Cabezote, motor y mesa en formica

- Patas Metálicas ajustables
- Cajón Plástico
- Trae Folder 4 cm para camiseta
- Curso de Manejo
- Destornilladores
- Aceite

- Garantía de 6 meses
- Precio Directo de Fábrica \$1.300.000

Carro de mano plegable Ht1827

Para el transporte de las cajas de materia prima y producto terminado

Accesorios para telas

- Hilos, cremalleras, botones, estampados entre otros.

Accesorios para maquinas

- Paños de aguja para cada máquina plana, collarifileteadora.
- Rematadores de costura.
- Solventes para limpieza, pegamentos y aceites lubricantes para la maquinaria.

Planchas a vapor

Debe tener alrededor de 2200-2400w de potencia (más que suficiente para alcanzar rápidamente una temperatura óptima). La potencia de vapor debe estar entre los 30 y 40 gramos de vapor constante y entre 60 y 90 de golpe de vapor (importante para arrugas difíciles). Con esto y una suela resistente.

Máquina de coser Gemsy

Las máquinas de coser pueden hacer variedad de puntadas rectas o en patrones. Incluyen medios para arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la [aguja de coser](#) para formar el patrón de la puntada. La mayoría de las máquinas de coser caseras y algunas industriales usan una puntada de coser antiguas producen [cadenetas](#).

La aguja tiene varias características que determinan la eficacia de la formación del punto. La aguja de la máquina de coser debe estar siempre recta y afilada para una costura óptima. La aguja normal de máquina de coser se divide en las siguientes partes:

- **Talón:** Es la parte de la aguja que se fija en la empuñadura en la parte inferior de la barra de aguja del brazo. Tiene una forma cilíndrica y, a veces, presenta una sección longitudinal, lo que ayuda para el posicionamiento exacto de la aguja en la máquina.
- **Cono:** Es el final del talón, tiene un cono truncado para facilitar su inserción en la barra de la aguja.
- **Tronco:** También tiene una forma de cono truncado, conecta el extremo superior de la aguja con parte inferior.
- **Ranuras:** Este es un canal excavado a lo largo del tronco en la parte delantera del ojo para el hombro y tiene la función de contener el hilo superior durante el paso por el tejido, con el fin de no causar fricción. En algunos casos, puede ser una ranura en la parte posterior de la aguja, pero más pequeña
- **Ojo y punta:** El ojo es el orificio en donde se coloca el hilo, este por lo general tiene forma de ovoide. Debajo del ojo esta la punta, que debe estar siempre afilada

COMPOSICIÓN:

Tejidos naturales:

El desarrollo de las fibras naturales depende de la situación geográfica, condiciones climáticas y alimenticias del animal o planta por ello presentan desigualdades y son de calidad variable:

Lana

La lana es el pelo de la oveja. La finura y el rizado de la lana determinan ampliamente su apariencia, conservación del calor, tacto y elasticidad. Las fibras de lana son como pequeños muelles que pueden alargarse hasta un 70% de su longitud original. Atendiendo a la raza y edad del animal podemos diferenciar varias categorías como:

- VIRGEN: que se obtiene del animal vivo y procede del esquila.
- LAMSWOOL: que se obtiene de los corderos.

Ventajas: buen aislante térmico, buena estabilidad dimensional, gran poder absorbente y gran capacidad de recuperación.

Desventajas: tiende a apelmazarse, amarillea y se apolilla si no se trata debidamente.

Alpaca

Pelo de la Alpaca, tipo de llama que vive en los países andinos, Bolivia y Perú. Es fino y brillante, casi nada rizado. Su color abarca una gama que va desde el rojo pardo hasta el blanco. Es, con el Cachemir, las mejores lanas, por la altura a la que viven los animales.

Seda

Hilo fino, brillante y casi continuo que se extrae del capullo del gusano de seda, crías de las mariposas "bombyx", la única que se reproduce en cautividad, la "bombyxmori". No admite temperaturas muy altas ni centrifugado, con manchas rebeldes requiere la atención de un profesional y debe plancharse sin vapor y a baja temperatura.

Ventajas: fuerte, ligero, de tacto agradable y fija bien los colores.

Desventajas: delicado al frote y al sudor.

Procedencia vegetal:

Formadas principalmente por celulosa, tanto del tallo (lino, ramio), como de las semillas (algodón, miraguano), de la hoja (sisal o pita) o el fruto de los vegetales (coco).

Algodón

Es la fibra de las semillas del algodón. Su calidad depende de su finura, pureza, brillo y en especial de la longitud de la fibra. Encoge si se lava a demasiada temperatura, resiste bien

la plancha y si tiene color debe lavarse las primeras veces la prenda sola.

Ventajas: fresco y flexible, no acumula electricidad estática, alta resistencia al rasgado y al frote, gran poder absorbente, no se apelmaza.

Desventajas: no fija bien los colores y tiende a arrugarse.

Lino

Fibras obtenidas del tallo de la planta de la cual coge su nombre. Se debe lavar siempre a mano, nunca debe centrifugarse, ni lavarse a temperaturas altas y resiste bien la plancha.

Ventajas: fresco y agradable al tacto y resiste bien la suciedad, no acumula electricidad estática.

Desventajas: fuerte tendencia a arrugarse sin tratamiento especial.

Ramio

Fibras obtenidas del tallo de la planta de la cual coge su nombre. Se debe lavar siempre a mano, nunca centrifugarse ni lavarse a temperaturas altas. Posee características comunes al algodón y al lino.

Ventajas: fresco, muy resistente, de aspecto y estructura algodonosa.

Desventajas: al igual al lino tiene tendencia a arrugarse.

Tejidos químicos artificiales:

Procedentes de materiales naturales y transformados por sustancias químicas. Son aquellas que proceden sobre todo de la celulosa de los vegetales o de la pelusa del algodón.

Tencelá

Fibra química artificial procedente de la pulpa de la madera y tratada con un disolvente no tóxico, un óxido amínico, para disolver directamente la celulosa y obtener una solución muy viscosa. Es, la última y más agradable las fibras celulósicas.

Ventajas: da la sensación y tiene el aspecto de las fibras naturales, de estructura mucho más resistente que todas las anteriores, encoge muy poco, absorbe la humedad, fija bien los colores y es totalmente biodegradable.

Tejidos químicos sintéticos:

Son aquellas que se obtienen por polimerización de sustancias no existentes en la naturaleza o por sustancias derivadas del petróleo.

Polyamidas

Primeras fibras químicas artificiales sintéticas fabricadas y utilizadas industrialmente.

Nylon

Que se obtiene a partir de la hexametilendiamina y el ácido adípico, se la conoce con el nombre de poliamida 6-6.

OFICINAS

Escritorio de oficina

- 1 escritorios moduart (centro de trabajo Bilbao) localizados en Homencenter.

Sillas de oficina

- 1 silla de oficina
- 2 Sillas interlocutoras trineo negra.

Archivadores

Archivador industrias cruz (archivador metálico 2 cajones y una gaveta).

Papeleras

Home Collection Set x2 papeleras pedal bin acero 7Lt.

Lámparas de escritorio

Lámparas de escritorio Led clip negra y blanca.

Set de oficina 5 piezas

Sets de oficina 5 piezas en Homencenter.

Accesorios de papelería

- 8 Rexmas. \$44.000
- 3 Cajas de esferos. \$7.500
- 6 Az. \$25.200

- Una caja de Lápices. \$3.500
- 3 Cosedoras. \$10.800
- 3 Perforadoras. \$12.500
- Una caja de Ganchos. \$4.200
- 15 Carpetas legajadoras. \$4.500
- 3 Tijeras punta roma. \$3.600
- Cinta. \$2.500
- Una caja de Marcadores \$8.900
- Colbon. \$2.500
- Etc.

Aseo

- Carro de servicios Generales. \$65.000
- Jabón para manos líquido. \$12.000
- Toallas. \$35.000
- Papel higiénico. \$15.500
- Jabón de ropa. \$8.000
- Desinfectante de pisos. \$10.000
- Paños de limpieza. \$15.000

TRANSPORTE

Contrataremos el servicio de transporte de mercancías cuando sea necesario evitándonos así el costo de compra de un carro propio

SERVICIOS PUBLICOS

- Incluidos dentro del pago del arriendo en un total de \$500.000

Recursos Materiales	
Rollos de telas de algodón	4
caja de 12 und. Cuchillas de cortadora industrial	1
tijeras de costura	4
rematadores de costura	8
Hilos, cremalleras, botones y otros elementos de cierre para 150 prendas	2
Sillas	3
Asentí Silla de escritorio café	3
Escritorio oficina	1
Papelería	1
Archivadores	1
Mesa De Corte Para Confecciones 1,50 de largo y 2 de ancho	1
Mesa de empaque 1 metro de ancho y 150 de larga	1
Estantería Industrial Ideal Almacenamiento 5 Niveles	1
Empaques, sellos, ganchos especiales para ropa de animales	1
Jabón para manos líquido, papel higiénico, toallas secadoras de manos.	1

jabón para limpieza general, traperos, recogedores, escobas limpienes etc.	1
--	---

TECNOLOGIA

El avance tecnológico afecto a todas las empresas es de gran ayuda para contribuir a un futuro el desarrollo industrial. El equipo es de gran ayuda.

Utilizaremos las siguientes unidades:

OFICINAS

- 1 computador PC All in One Lenovo C 260

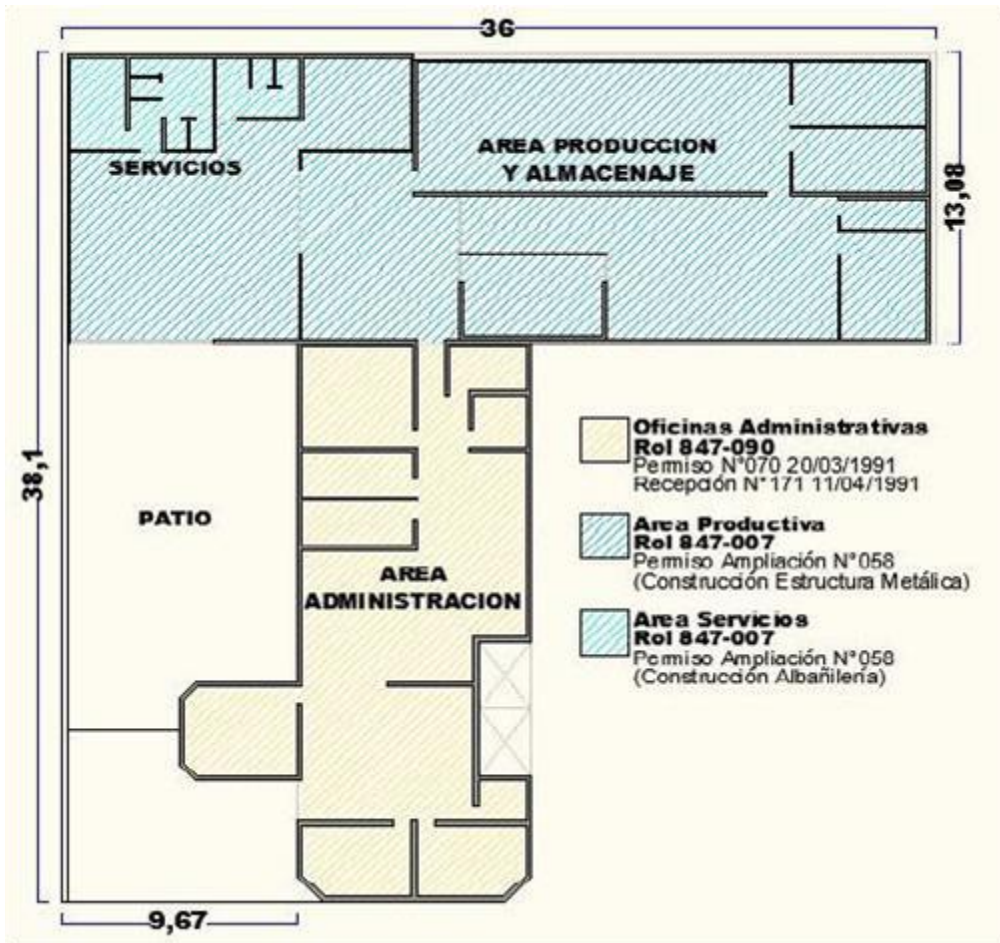
Marca	LENOVO
Procesador PC	Intel® Celeron®
PROCESADOR	Intel® Celeron® BayTrail N2830
Sistema Operativo	Windows 8.1
Memoria	4 GB
DISCO DURO	500 GB
PULGADAS	19.5 Pulgadas
Tamaño de Pantalla	18 a 22 Pulgadas
GARANTIA	12 meses

- 1 Impresora HP LaserJet P1102W

Marca	HP
TIPO IMPRESORA	Láser
VELOCIDAD DE IMPRESIÓN	19 Páginas por minuto blanco/negro
MEMORIA	8 MB
IMPRESORA CARTUCHOS	1 Cartucho Negro
CONECTIVIDAD	USB 2.0 HS, WIFI

Celular Nokia 106	3
Maquina Cortadora de tela Industrial yamata Mod. Czd 3	1
Impresora Hp 7610 Tabloide Tinta Multifunción Wifi Escáner	1

DISTRIBUCION DE OFICINA Y PLANTA



ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

LEGAL

TIPO DE SOCIEDAD	SI O NO	PORQUE
Sociedades por Acciones -S.A.-	NO	Una de las razones es porque piden mínimo 5 accionistas y nosotros somos 3. Se presta situación a problemas de prueba respecto a los actos de administración de la sociedad. Para solucionar este eventual inconveniente, se recomienda llevar un registro por escrito por parte del administrador de la sociedad.
Sociedades por Acciones Simplificadas -S.A.S.-	SI	Se requiere mínimo un accionista y no tiene un tope de límites, nos queda perfecto ya que somos 3 accionistas. Nosotros los empresarios podemos fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad.
Sociedad de Responsabilidad Limitada -LTDA-	NO	Cualquier cesión de cuotas sociales implica la necesidad de reformar el contrato social, con la obligación de publicarlo en el boletín oficial, e inscribirlo en la Inspección General de Justicia (u organismo provincial respectivo).
Sociedad Comanditaria (Simple o por Acciones)	NO	Es un tipo social que permite muchos socios y variedad de negocios, por esto tiene más requisitos para su conformación, su constitución es más costosa y está sujeta a mayores controles por organismos reguladores. El capital se divide en acciones y los socios tienen limitada su responsabilidad. Puede cotizar o no en bolsa. Debe llevar un libro de registro de acciones y presentar balances.
Sociedad Colectiva	NO	Dentro del campo de los negocios, cada socio es responsable de los actos de los otros socios. Esto significa que si su socio perjudica a un cliente o firma un de crédito de un millón de dólares en nombre de la sociedad, usted puede ser personalmente responsable por ello. Aun cuando

queden en el **negocio**, todas las ganancias están sujetas a impuestos.

MATRIZ

ORGANIZACIONAL

MISIÓN

Pet shop se concibe como una empresa manufacturera de prendas para animales domésticos con una alta calidad e innovación continua, enfocada en estilos únicos y modernos, generando así una mejora constante en nuestro posicionamiento nacional.

VISIÓN

A 2030 Pet shop, busca posicionarse en el mercado nacional como una de las empresas de confección y comercialización de accesorios y prendas de vestir para mascotas, más confiables del mercado, buscando siempre la satisfacción y fidelidad de nuestros clientes que encuentran en nosotros una alternativa para vestir con estilo a sus amigos peludos.

OBJETIVO GENERAL

Tener la mejor calidad de ropa para animales domésticos con una innovación continúa generando así una mejora constante para el posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estar atentos y abiertos a las tendencias de la moda y necesidades de los animales, para asimilarlas y responder en forma proactiva y práctica, manteniendo así la vigencia de la filosofía de la empresa.

META

- 🚩 Seguir innovando en diseños para estar activos en el mercado.

ESTRATEGIAS

- ❖ Estar a la vanguardia de la moda para mascotas, para mantenerse en el mercado.
- ❖ Siempre buscar los nuevos diseños que vayan de la mano con nuestro mercado objetivo.
- Implementar y mantener estrategias que propicien calidad de vida laboral, bienestar y salud en el trabajo que permitan desarrollar al interior de la organización.

META

- ✚ Buscar la forma de tener el emprendimiento social en nuestra empresa.

ESTRATEGIAS

- ❖ Darle espacios de recreación a nuestros trabajadores para que se puedan distraer de la carga laboral.
- ❖ Afiliar a nuestros trabajadores con unas buenas EPS las cuales beneficien su asistencia médica, y propiciar condiciones de salubridad en la empresa para evitar las enfermedades.
- ❖ Ser una marca reconocida por su variedad de diseños.

META

- ✚ Imponer la marca de calidad para que las personas la reconozcan por su producto.

ESTRATEGIAS

- ❖ Crear productos de calidad para que internacionalmente sea reconocida como nacionalmente.
- ❖ Dar a conocer nuestra empresa por medio de publicidad digital.

POLITICAS EMPRESARIALES

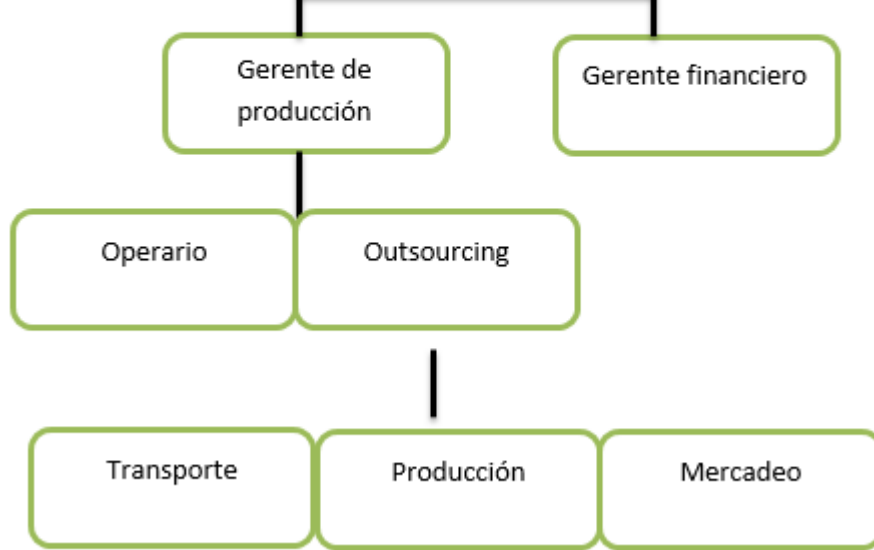
VALORES

- ❖ **Respeto:** Interactuamos respetando y aceptando nuestros intereses tanto colectivos como individuales, motivando así la tolerancia y la aceptación a la diversidad.

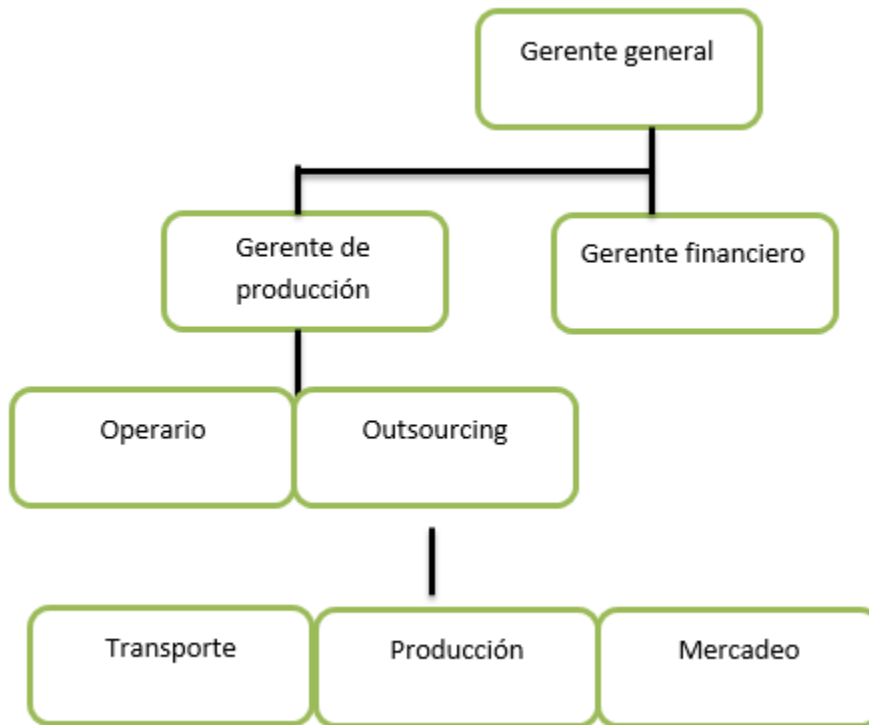
- ❖ **Trabajo en equipo:** La integración, ayuda y aportes de cada uno de nuestros trabajadores de la empresa al grupo laboral, para así fomentar mejores resultados gracias a un ambiente positivo.
- ❖ **Honestidad:** Promovemos este valor como herramienta con nuestros trabajadores para ser transparente tanto en la empresa, como con los clientes, generando así confianza y credibilidad.
- ❖ **Calidad:** Nuestra empresa trabaja cada día para que los productos ofrecidos sean de excelencia.
- ❖ **Equidad:** Buscando un impacto social positivo e inclusivo, realizamos nuestros procesos con imparcialidad e igualdad.
- ❖ **Responsabilidad:** Haciendo referencia a nuestros clientes, nuestra responsabilidad esta en ofrecer productos de calidad, al igual que un buen servicio. En tanto a trabajadores, en ser cumplidos con sus salarios y todo lo de ley.
- ❖ **Originalidad:** Apoyaremos y reforzaremos las innovaciones frente a nuestros productos y condiciones laborales, comprometidos siempre con ofrecer lo mejor y más original al mercado.
- ❖ **Seguridad:** Le daremos confianza a nuestros clientes para que queden satisfechos en sus necesidades y deseos.

PRINCIPIOS.

- ❖ **PROMOVER:** La realización o el desarrollo de una actividad Compromiso. Estar dispuestos en todo momento a satisfacer las necesidades de
- ❖ **RESPECTO:** Es fundamental para lograr una armoniosa interacción social. Tener conciencia de la realidad social para intervenir positivamente, mejorando la calidad de vida individual y colectiva.
- ❖ **CONFIANZA:** La confianza en nuestros clientes es importante ser honesto y actuar de forma correcta. Es importante crear nuevas oportunidades.
- ❖ **TRABAJO EN EQUIPO:** Tener los objetivos del equipo claro y aportar lo mejor de su trabajo para lograrlos.



truir soluciones a
as de los demás.



MANUAL DE FUNCIONES

DESCRIPCION DEL PUESTO	
INSTITUCIÓN:	PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA
ÁREA:	Área administrativa
CARGO:	Gerente General
REPORTA A:	Junta de socios
SUPERVISA A:	Área de talento humano y Área financiera.
RELACIONES INTERNAS:	Subalternos y superiores.
SALARIO:	Millón quinientos mil pesos (\$1'500.000) M/cte
CATEGORIA:	Administrativo
HORARIO:	9:00 AM a 5:00 PM
ADSCRIPCIÓN:	Junta de socios, PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA Bogotá Distrito capital
DESCRIPCIÓN GENERICA	Planear, organizar, ejecutar y evaluar el desarrollo de acciones del área administrativa.
DESCRIPCION ESPECIFICA	
FUNCIONES DIDACTICAS	<ul style="list-style-type: none">• Planear actividades de capacitación• Impartir conferencias, cursos o actividades que hayan sido programadas.
FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar informes sobre su gestión administrativa a sus superiores• Proponer mejoras a las actividades que realiza.• Actualizar su currículo profesional y Proporcionar copias de documentos comprobatorios.

ESPECIFICACION DEL PUESTO

CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en atención al cliente. • Conocimiento en finanzas. • Manejo Del idioma inglés en escritura, pronunciación y entendimiento.
HABILIDADES REQUERIDAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Microsoft office. • Elaboración de informes e exposición.
FORMACION:	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel superior: Postgrado en Administración de empresas, Ingeniería industrial, Economista ó Psicología.
MANEJO DE EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo de oficina.
IDIOMA:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo del idioma Inglés en todas sus áreas.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 1 año en empresa con actividad económica similar.
RESPONSABILIDADES:	
EN CUANTO A VALORES MONETARIOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de caja mayor.
EN CUANTO A EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de oficina.
EN CUANTO A SUPERVISION:	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa las áreas a su cargo.
EN CUANTO A TRAMITES:	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza trámites con relación a su cargo. • Representa legalmente la empresa.
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> • El gerente de la empresa se desempeñara en un ambiente adecuado para sus funciones.
ESFUERZO FISICO:	<ul style="list-style-type: none"> • Permanece la mayor parte de su horario sentado lo cual le podría desencadenar un problema en la columna.
REQUISITOS PSICOLOGICOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Sin trastornos de comportamiento.

DESCRIPCION DEL PUESTO	
INSTITUCIÓN:	PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA
ÁREA:	Área Financiera
CARGO:	Contador
REPORTA A:	Gerente General
SUPERVISA A:	Área de ventas.
RELACIONES INTERNAS:	Subalternos y superiores.
SALARIO:	Ciento cincuenta mil pesos (\$150.000) M/cte. Día laborado
CATEGORIA:	Administrativo
HORARIO:	Martes de 8:00 AM a 5:00 PM
ADSCRIPCIÓN:	Gerencia, PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA Bogotá Distrito capital
DESCRIPCIÓN GENERICA	Planear, organizar, ejecutar y evaluar el desarrollo económico y financiero de la empresa.
DESCRIPCION ESPECIFICA	
FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar informes sobre el estado económico y financiero de la empresa. • Proponer mejoras a las actividades económicas y financieras de la empresa.

	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar su currículum profesional y proporcionar copias de documentos comprobatorios.
--	--

ESPECIFICACION DEL PUESTO

CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en finanzas. • Manejo del idioma inglés en escritura, pronunciación y entendimiento.
HABILIDADES REQUERIDAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Microsoft office. • Elaboración de informes e exposición.
FORMACION:	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel superior: Postgrado en Administración de empresas, Economista o Contador.
MANEJO DE EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo de oficina.
IDIOMA:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo del idioma Inglés básico.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 1 año en empresa con actividad económica similar.
RESPONSABILIDADES:	
EN CUANTO A EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de oficina.
EN CUANTO A SUPERVISION:	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa las áreas a su cargo.
EN CUANTO A TRAMITES:	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza trámites con relación a su cargo.
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> • El contador(a) de la empresa se desempeñara en un ambiente adecuado para sus funciones.
ESFUERZO FISICO:	<ul style="list-style-type: none"> • Permanece la mayor parte de su horario sentado lo cual le podría desencadenar un problema en la columna.

DESCRIPCION DEL PUESTO	
INSTITUCIÓN:	PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA
ÁREA:	Área de Recursos Humanos
CARGO:	Subgerente
REPORTA A:	Gerente General
SUPERVISA A:	Área de ventas y Área de Mantenimiento.
RELACIONES INTERNAS:	Subalternos y superiores.
SALARIO:	Novecientos mil pesos (\$900.000) M/cte
CATEGORIA:	Administrativo
HORARIO:	9:00 AM a 5:00 PM
ADSCRIPCIÓN:	Gerente, PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA Bogotá Distrito capital
DESCRIPCIÓN GENERICA	Planear, organizar, ejecutar y evaluar el desarrollo de actividades relacionadas con el talento humano de la empresa.
DESCRIPCION ESPECIFICA	
FUNCIONES DIDACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Planear actividades de capacitación sobre prevención y atención de desastres naturales y/o causados por el hombre. • Impartir conferencias, cursos o actividades que hayan sido programadas. • Realizar evaluaciones de desempeño 360° cada año. • Realizar reclutamiento y selección de personal cuando se requiera. • Mantener en total orden el archivo general de la empresa.

ESPECIFICACION DEL PUESTO	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en Talento humano. • Manejo del idioma inglés en entendimiento.
HABILIDADES REQUERIDAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Microsoft office. • Elaboración de informes e exposición.
FORMACION:	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel superior: Postgrado en Administración de empresas, psicología o ingeniero industrial tecnólogo en talento humano.
MANEJO DE EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo de oficina.
IDIOMA:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo del idioma Inglés básico.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 1 año en empresa con actividad económica similar.
RESPONSABILIDADES:	
EN CUANTO A EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de oficina.
EN CUANTO A SUPERVISION:	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa las áreas a su cargo.
EN CUANTO A TRAMITES:	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza trámites con relación a su cargo. • Realiza el pertinente registro de los empleados para pensión y salud.
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> • Se desempeñara en un ambiente adecuado para sus funciones.
ESFUERZO FISICO:	<ul style="list-style-type: none"> • Permanece la mayor parte de su horario sentado lo cual le podría desencadenar un problema en la columna.
REQUISITOS PSICOLOGICOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Sin trastornos de comportamiento.

DESCRIPCION DEL PUESTO	
INSTITUCIÓN:	PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA
ÁREA:	Área de Ventas
CARGO:	Administrador punto de venta (Vendedor)
REPORTA A:	Área de recursos humanos y Área de contabilidad.
SUPERVISA A:	Ninguno
RELACIONES INTERNAS:	Superiores. y pares
SALARIO:	Quinientos sesenta y seis mil setecientos pesos (\$566.700) M/cte + comisiones de venta
CATEGORIA:	Administrativo
HORARIO:	10:00 AM a 7:00 PM
ADSCRIPCIÓN:	Área de recursos humanos, PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA Bogotá Distrito capital
DESCRIPCIÓN GENERICA	Buscar estrategias de mercadeo y publicidad para incrementar la comercialización de nuestro producto.
DESCRIPCION ESPECIFICA	
FUNCIONES DIDACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar estrategias de publicidad. • Implementar estudios de mercado. • Identificar clientes potenciales. • Identificar semestralmente las variables de segmentación.

ESPECIFICACION DEL PUESTO	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en Ventas de productos y servicios. • Manejo del idioma inglés.
HABILIDADES REQUERIDAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Microsoft office Excel. • Elaboración de informes e exposición.
FORMACION:	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel superior: Tecnólogo o técnico en ventas de productos y servicios.
MANEJO DE EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipo de oficina.
IDIOMA:	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo del idioma Inglés básico.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 1 año en empresa con actividad económica similar.
RESPONSABILIDADES:	
EN CUANTO A EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo de oficina.
EN CUANTO A DINERO:	<ul style="list-style-type: none"> • Se hará responsable de la caja menor de PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA
EN CUANTO A SUPERVISION:	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna
EN CUANTO A TRAMITES:	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza trámites con relación a su cargo.
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> • Se desempeñara en un ambiente adecuado para sus funciones.
ESFUERZO FISICO:	<ul style="list-style-type: none"> • Permanece la mayor parte de su horario de pie.
REQUISITOS PSICOLOGICOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Sin trastornos de comportamiento.

DESCRIPCION DEL PUESTO	
INSTITUCIÓN:	PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA
ÁREA:	Área de Mantenimiento
CARGO:	Operario (colaborador)
REPORTA A:	Área de producción
SUPERVISA A:	Ninguno
RELACIONES INTERNAS:	Superiores. y pares
SALARIO:	Seiscientos dieciseismil pesos (\$616.000,00) M/cte
CATEGORIA:	Administrativo
HORARIO:	6:00 AM a 2:00 PM
ADSCRIPCIÓN:	Área administrativa, PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA Bogotá Distrito capital
DESCRIPCIÓN GENERICA	Buscar estrategias de mercadeo y publicidad para incrementar la comercialización de nuestro producto.
DESCRIPCION ESPECIFICA	
FUNCIONES DIDACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar estrategias de publicidad. • Implementar estudios de mercado. • Identificar clientes potenciales. • Identificar semestralmente las variables de segmentación.

ESPECIFICACION DEL PUESTO	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en trabajos de confección
HABILIDADES REQUERIDAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Agilidad en el manejo de maquina FILETEADORA
FORMACION:	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel superior: Bachiller.
MANEJO DE EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinas(fileteadora)
IDIOMA:	<ul style="list-style-type: none"> • Sin especificación.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 1 año en empresa con actividad económica similar.
RESPONSABILIDADES:	
EN CUANTO A EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • El utilizado en su labor.
EN CUANTO A DINERO:	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna
EN CUANTO A SUPERVISION:	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna
EN CUANTO A TRAMITES:	<ul style="list-style-type: none"> • .Ninguna
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> • Se desempeñara en un ambiente adecuado para sus funciones.
ESFUERZO FISICO:	<ul style="list-style-type: none"> • Permanece la mayor parte de su horario de pie.
REQUISITOS PSICOLOGICOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Sin trastornos de comportamiento.

DESCRIPCION DEL PUESTO	
INSTITUCIÓN:	PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA
ÁREA:	Área de Producción
CARGO:	Diseñadora de modas
REPORTA A:	Área de producción.
SUPERVISA A:	Ninguno
RELACIONES INTERNAS:	Superiores. y pares
SALARIO:	Novecientos mil pesos (\$900.000,00) M/cte
CATEGORIA:	Administrativo
HORARIO:	8:00 AM a 3:00 PM
ADSCRIPCIÓN:	Área administrativa, PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA Bogotá Distrito capital
DESCRIPCIÓN GENERICA	Buscar estrategias de mercadeo y publicidad para incrementar la comercialización de nuestro producto.
DESCRIPCION ESPECIFICA	
FUNCIONES DIDACTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar estrategias de publicidad. • Implementar estudios de mercado. • Identificar clientes potenciales. • Identificar semestralmente las variables de segmentación.

ESPECIFICACION DEL PUESTO	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento diseños y en trabajos de confección
HABILIDADES REQUERIDAS:	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad e innovación en diseños textiles
FORMACION:	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel superior: profesional.
MANEJO DE EQUIPO:	Máquinas de coser
IDIOMA:	<ul style="list-style-type: none"> • ingles.
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Mínima de 1 año en empresa con actividad económica similar.
RESPONSABILIDADES:	
EN CUANTO A EQUIPO:	<ul style="list-style-type: none"> • El utilizado en su labor.
EN CUANTO A DINERO:	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguna
EN CUANTO A SUPERVISION:	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de calidad
EN CUANTO A TRAMITES:	<ul style="list-style-type: none"> • .Ninguna
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> • Se desempeñara en un ambiente adecuado para sus funciones.
ESFUERZO FISICO:	<ul style="list-style-type: none"> • Permanece la mayor parte de su horario de sentada.
REQUISITOS PSICOLOGICOS:	<ul style="list-style-type: none"> • Sin trastornos de comportamiento.

Logo, Eslogan y nivel

Logo

Existen 4 tipos de logo los cuales son: Isotipo, Logotipo, Imagotipo, Isologo. Se seleccionó el Isologo que consiste en texto e icono de la empresa agrupados, no funciona el uno sin el otro; Con el fin de que la compañía sea reconocida publicitariamente por su nombre e icono. El icono será una huella de canino con el nombre incluido como se muestra a continuación



Eslogan

El eslogan se define como una expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario resumido y representado en un dicho. PET SHOP al ser una empresa innovadora en el mercado de las mascotas con el propósito de marcar diferencia y tendencia ha decidido que su eslogan sea MARCA LA DIFERENCIA. Leído después del nombre “Pet Shop, Marca la diferencia”. Visualmente, el eslogan estará ubicado en la parte inferior del Isotipo (logo)



Nivel

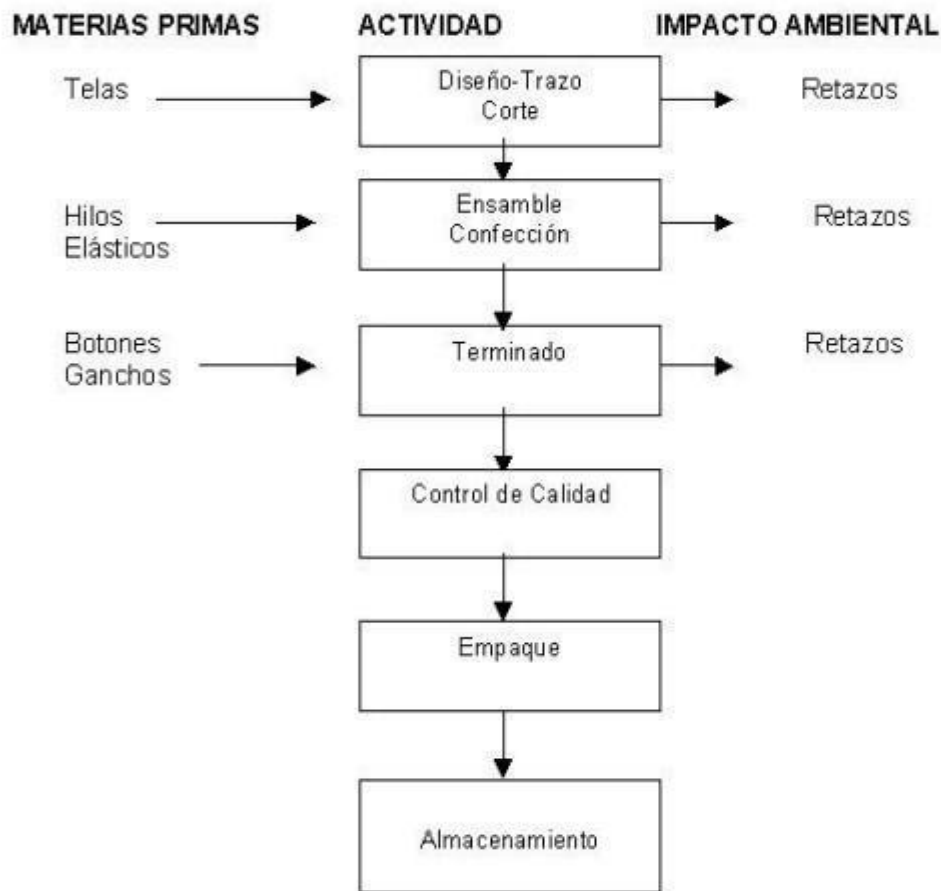
La musicalización o el sonorísimo de la marca debe ser breve y conciso; será Pet Shop dicho en coro conformado por dos niños y dos niñas menores de 13 años por su voz más aguda y sencilla seguido por dos ladridos de un canino cachorro sin importar su raza. “*Pet shop guau guau*”

ESTUDIO AMBIENTAL Y SALUD OCUPACIONAL

AMBIENTAL

La actividad de la confección de prendas se puede catalogar como de Potencial Preliminar Descontaminable PPD, pues si bien hay generación de residuos sólidos y pequeños problemas con fusionadoras o unidades de planchado, introduciendo pequeños correctivos puede llegarse a una operación ambientalmente sana. De otra parte, el sector ofrece alternativas en reusó de materiales, debido fundamentalmente a que los residuos producidos son retazos que pueden ser utilizados en otras actividades productivas, tales como rellenos de colchones, traperos, entre otros.

Proceso Productivo Textil



Fuente:

http://www.siame.gov.co/siame/documentos/Guias_Ambientales/Gu%C3%ADas%20Resoluci%C3%B3n%201023%20del%2028%20de%20julio%20de%202005/INDUSTRIAL%20Y%20MANUFACTURERO/Gu%C3%ADa%20Buenas%20Pr%C3%A1cticas%20Textiles.pdf

Alternativas para Mejorar el Impacto Ambiental

En este sector se pueden implementar estrategias que permitan aprovechar en un mayor porcentaje las materias primas (tela, hilos, botones, empaques entre otros). Realizar un diagnóstico previo con el fin de tener la información básica como es: el análisis de la maquinaria del sector, su eficiencia y consumo de energía; el impacto ambiental que se presenta en cada una de las etapas del proceso productivo, en especial la producción de retazos, con base a este diagnóstico determinar indicadores que nos permitan evaluar la gestión producto de implementar una Tecnología más Limpia, así mismo mejorar las condiciones de trabajo de los operarios y la presentación de nueva maquinaria y equipos que se encuentran disponibles en el mercado como información en procura de una reconversión a mediano plazo. En este subsector básicamente se abordarían dos temas de alta prioridad: 1. Gestión de Residuos La generación de retazos es uno de los principales problemas inherentes al sector de las confecciones. El adecuado manejo y aprovechamiento de los mismos requiere de un programa de gestión que puede ser implementado en las 29 industrias sin que esto represente para el industrial un elevado costo y por el contrario convirtiéndose en una nueva fuente de ingresos. 2. Programa de ahorro de energía En las operaciones de ensamble y de planchado el consumo de energía es elevado. Adicionalmente al consumo propio se presentan pérdidas debidas al mal uso de las distintas máquinas, por tal motivo se recomienda diseñar un programa de ahorro de energía para que se pueda implementar fácilmente con el apoyo de las empresas generadoras de energía.

SALUD OCUPACIONAL

sistema de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo

objetivos generales del programa.

objetivo general

Implementar el programa de salud ocupacional para la unidad productiva Pet Shop - Marcando la diferencia con el fin de prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales con el implemento de medidas preventivas minimizando los riesgos de probabilidad a ocurrir.

objetivos específicos

- Optimizar los entornos de trabajo, identificando los factores de riesgo y de esta manera aplicar las medidas de prevención más efectivas para el control de los mismos ejecutando una perspectiva de riesgo, evaluaciones médicas y estudio de puestos de trabajo.
- Diseñar el programa de salud ocupacional con el fin de implicar a la unidad productiva y así, junto con sus trabajadores en las diferentes actividades que se realicen en las áreas de trabajo promover acciones de salud.
- Prevenir las causas de los accidentes laborales y enfermedades ocupacionales.
- Minimizar los factores de riesgo de los trabajadores en sus labores de desempeño dentro de los procedimientos que realizan en la elaboración de los sacos de lana.
- Implementar el adecuado uso de los elementos de protección personal a los trabajadores con las pautas necesarias para la identificación, evaluación y control de los riesgos en los procesos de producción.

subprograma de medicina preventiva y del trabajo

Es el conjunto de actividades destinadas al desarrollo y control de la salud de los trabajadores, recomendando la forma óptima y el lugar adecuado para realizar las labores de manera eficaz.

En PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA no se evidencia un programa en el cual se emplee este subprograma se le recomienda integrar las acciones de medicina preventiva y medicina del trabajo, teniendo en cuenta las condiciones psicofisiológicas de los trabajadores, protegiéndolos de los factores de riesgos ocupacionales y manteniéndolos en aptitud de producción laboral.

objetivo general

Orientar a la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA en el mejoramiento y mantenimiento de las condiciones generales de salud y calidad de vida para los trabajadores ubicándolos en un puesto acuerdo a sus condiciones psicofísicas para así asegurar una buena producción laboral y evitar riesgos.

actividades a desarrollar

- Educar a todos los trabajadores de la unidad productiva con el fin de mantener la salud e integridad de los mismos.
- Capacitarlos acerca de los factores de riesgo, sus efectos sobre la salud y la manera de corregirlos.
- Prever tempranamente y de esta manera controlar las enfermedades laborales donde están expuestos los trabajadores.
- Reubicar al trabajador según sus condiciones psicofísicas en un cargo acorde, sus funciones si es necesario temporal o definitivo.
- Realizar un cronograma de seguimiento constante a los trabajadores y de esta manera identificar y vigilar a los expuestos de un riesgo en específico.

subprograma de higiene industrial

La higiene industrial consiste en reconocer, evaluar y controlar aquellos factores de riesgos que se originan en el lugar de trabajo, estos riesgos ambientales pueden causar enfermedades laborales e ineficiencias entre los trabajadores y las variables ocupacionales de la población eliminar los agentes biológicos, físicos y químicos que se encuentran dentro de una empresa o industria y que pueden ocasionar enfermedades a los trabajadores.

objetivo

Identificar localizar, evaluar y controlar mediante estudios los factores de riesgo en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA y así salvaguardar la salud a los trabajadores, de esta forma determinar y así mismo aplicar el control para aquellos riesgos que son relacionados directamente con el trabajo y de tal manera periódicamente verificarlos de manera eficiente.

actividades a desarrollar

- Estudios preliminares de cada uno de los agentes según el panorama de riesgos.
- Realizar mediciones de ruido e iluminación.
- Aplicar los correctivos necesarios según el riesgo identificado.
- Realizar seguimientos con el fin de conocer la evolución y minimización del riesgo como medida correctiva y preventiva.

subprograma de seguridad industrial

La seguridad industrial comprende el conjunto de técnicas y actividades que son destinadas con el fin de identificar, controlar y realizar una valoración de las causas de los accidentes laborales y las áreas multidisciplinarias que son encargadas de minimizar los riesgos en la industria.

objetivo general

Mantener un ambiente laboral seguro de acuerdo a las medidas correctivas controlando las causas que potencialmente puedan originar daño en la integridad física de los empleados y así mismo de los recursos de la unidad productiva.

objetivos específicos

- Identificar, controlar y valorar de manera cualitativa las causas de un accidente.
- Implementar mecanismos de control permanentes en los factores de un alto potencial de pérdida para la unidad productiva.
- Elaborar procedimientos adecuados de trabajo en la variedad de maquinaria con el fin de capacitar a los trabajadores con criterios de seguridad, producción y calidad.
- Relacionar actividades con los anteriores subprogramas para que haya la combinación y aplicación en cada uno de estos subprogramas y de esta manera asegurar la protección de los trabajadores.

políticas de salud ocupacional

La empresa PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA velara por aplicar el Programa de Salud Ocupacional de acuerdo a las leyes vigentes aplicables a este programa.

- Determinar recursos humanos, físicos y económicos necesarios para el avance y realización del Programa de Salud Ocupacional de acuerdo a la capacidad de la empresa.
- Realizar la elección de personal apto, con experiencia y conocimiento en Salud Ocupacional con el fin de brindar propuestas para el desarrollo del programa.
- Proveer y apoyar la creación del VIGÍA para su buen funcionamiento elegir una persona apta para la realización de las pruebas pertinentes.
- Desarrollar actividades de promoción y prevención para controlar los riesgos establecidos en este programa aplicables a las leyes del estado.
- Concientizar a los trabajadores para que utilicen implementos de protección personal y realizar las labores correctamente con el fin de no lastimar un órgano por realizar tareas repetitivas por medio del VIGIA.

Esta política se dará a conocer a los miembros de la empresa, ya que la colaboración en todas las actividades que certifiquen su desarrollo, son de carácter ineludible, de acuerdo a las normas establecidas por el decreto 614/84, por el cual se determinan las bases para la administración y funcionamiento de la Salud Ocupacional en el país.

panorama de riesgo y mapa de riesgo

Matriz de peligros

Según la Guía Técnica Colombia 45 (segunda actualización), en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA, la identificación de los factores de peligros se designó a un miembro para que este identifique los peligros a los cuales los trabajadores pueden llegar a estar expuestos; con ello se busca determinar las necesidades del personal para establecer unas pautas para disminuir estos peligros. Diagnosticando así todos aquellos peligros relacionados con cada actividad laboral que se desarrolla en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA.

Los aspectos que se tomaron en cuenta para realizar la matriz de peligros en PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA consistieron en verificar que las personas que realicen la actividad tengan las competencias para su adecuado desarrollo y de esta manera prevenir los peligros.

Para identificar esta serie de peligros se tuvo en cuenta una serie de preguntas: ¿Cómo puede ocurrir el daño?, ¿Cuándo puede ocurrir este daño? Y ¿Quién puede sufrir este daño?

CATEGORIA DE DAÑO	DAÑO LEVE	DAÑO MODERADO	DAÑO GRAVE
SALUD	Dolor de cabeza, irritación de ojos, dolor en las manos.	Pérdida parcial de la audición, pérdida de extremidades.	Muerte, invalidez.
SEGURIDAD	Heridas de poca profundidad como cortaduras.	Heridas profundas, quemaduras, esguince, fractura.	Amputaciones, trauma craneocefálico.

Fuente: Autores del presente trabajo

Como se muestra en la tabla anterior, las categorías de daño son salud y seguridad de los trabajadores de la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA, dependiendo así del daño de nivel, ya sea leve, moderada o grave.

Determinación cualitativa del nivel de peligro

Se evidencia a continuación ciertas escalas para determinar el nivel de deficiencia para así poder diagnosticar la valoración de peligros y riesgos que se pueden ocasionar en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA.

- **Biológicos**

Bacterias, Virus, Hongos Y Picaduras.

Muy alto, Provocaría una enfermedad más avanzada y puede llegar a propagarse entre los trabajadores, su riesgo es elevado.

Los riesgos Biológicos en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA están constituidos por tres determinantes como los son las bacterias, los virus y hongos los cuales tienen una incidencia alta por verse involucrados en los procesos

productivos de la empresa mediante la manipulación de la materia prima la cual dura almacenada durante un periodo determinante para la adquisición de estos elementos.

Se le recomienda a PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA desarrollar actividades para que los empleados vean la importancia de desarrollar las labores teniendo en cuenta cada una de las actividades adaptando nuevos aspectos con las condiciones de trabajo dadas.

La Unidad Productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA realizara medidas preventivas para que sus trabajadores tengan una buena salud como por ejemplo exigir el uso de tapabocas para evitar que los virus sean absorbidos por los pulmones además de exigir guantes para evitar la propagación de virus y bacterias a otras partes del organismo con el fin de prevenir enfermedades laborales de sus empleados.

Además de estos programas de capacitación para que los empleados realicen lavado de manos con frecuencia con desinfectantes con el fin de eliminar bacterias y hongos de este modo evitar la adquisición de virus.

- Físicos

Ruido en las maquinas industriales Medio, Las conversaciones pueden ser escuchadas a una intensidad normal y una distancia de 2m.

Temperatura (Calor).

Bajo, Sensación de confort térmico.

Iluminación (Deficiencia En Algunos Lados De La Producción).

Alto, Deficiencia de luz natural y artificial con algunas sombras evidentes.

Los riesgos físicos en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA están constituidos por tres determinantes como: ruido en las máquinas y su riesgo es medio, temperatura de sensación de confort térmico de calor con un riesgo bajo y por la iluminación que posee una deficiencia en algunos lados de la producción debido a que solo posee luz artificial y solo cuenta con luz natural en algunas sombras de la infraestructura su riesgo es alto.

Se le recomienda a PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA implementar un procedimiento formal para generar resultados sobre un sistema integrado de decisiones implicando el alto compromiso del vigía de salud ocupacional con el apoyo de la gerencia y en este caso con las áreas de producción que es donde se produce este riesgo adaptando nuevas perspectivas con las condiciones de trabajo con los empleados.

Se recomienda a la empresa adoptar medidas preventivas que actúen sobre las distintas determinantes de los riesgos físicos como el ruido, temperatura e iluminación logrando reducir el nivel máximo y mínimo de estos y proporcionándole al trabajador seguridad personal para recurrir a la utilización de esta maquinaria para elaborar la producción del producto. Se le recomienda a PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA medidas preventivas como: disponer y utilizar los equipos de protección auditiva para el riesgo del ruido elevado, además de eso pausas activas para evitar la exposición constante frente a la iluminación artificial y por ultimo alertar a los trabajadores y así exigirles ropa adecuada a la temperatura del ambiente.

- Psicosocial

En la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA, no existe una excelente comunicación personal entre los trabajadores, la toma de decisiones se fundamenta en cada uno de los trabajadores, la asignación de cargos es positiva, eficaz para la productividad y competitividad y jornada de trabajo sin pausas activas.

Medio, El dominio que se encuentra bajo estos peligros psicosociales es moderado por el estrés y por esto las acciones sistemáticas de intervención son darle una posible solución para prevenir efectos que perjudican la salud de los trabajadores.

Los riesgos psicosociales en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA, la empresa no realiza planeación de actividades lúdicas e integración entre los trabajadores excepto a final de año que se les brinda a los trabajadores un incentivo ya sea ancheta o dinero por su buen desempeño durante el año, sin necesidad de usar un protocolo para su realización. Se recomienda que realice actividades de integración entre los trabajadores, para que mejore las relaciones interpersonales, lo cual beneficiara su entorno laboral.

La unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA deberá adoptar medidas que ejecuten una buena organización al momento de que se realicen dichas actividades propuestas para la comunicación entre cada uno de los trabajadores y no hayan personas estresadas, malgeniadas y con mala actitud se realiza con fin de obtener un clima laboral apropiado. Se le recomienda a PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA implementar el dialogo trabajadores a dueño y entre ellos mismos, ya que el como dueño y gerente de la empresa debe saber controlar sus actitudes y la manera de responder a las inquietudes que tenga los trabajadores en el proceso del producto y la respuesta obtendrá estrés, violencia, acoso laboral, acoso sexual, inseguridad contractual desgaste profesional ya que así se pueden generar del ambiente.

- Biomecánica

Postura de encorvamiento prolongada.

Medio, las posturas son peligros y riesgos moderados ya existen posibilidades de darle al empleador posibles soluciones para que esta no afecte de manera futura al trabajador.

Manipulación manual de carga.

Medio, el peligro es moderado, significativo para lesión sobre las que precisa modificación, pero inmediata.

Movimiento repetitivo.

Alto, La actividad de confección exige movimientos repetitivos rápidos y continuos con la posibilidad de realizar pausas muy ocasionalmente, las concentraciones de movimientos son minúsculos durante más del 50% de trabajo.

La empresa PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA debe optar como medida principal proponer y estar pendiente de la participación de los empleados al momento de realizar las pausas activas y así evitar las enfermedades laborales como el mantenerse en una postura de encorvamiento prolongada, la Manipulación manual de carga y demás.

En la empresa los trabajadores deben exigir las pausas y los tiempos establecidos por ley para su descanso ya que esto no genere la probabilidad de sufrir un accidente laboral tales como la postura forzada, los movimientos repetitivos, la manipulación de manual de cargas, se les recomienda tener las medidas preventivas en un cartel o indicativos de que cada uno de los movimientos o posturas que tiene le traerán una mala consecuencia para su vida.

Determinación cuantitativa del nivel de peligro

Existen peligros que necesariamente se deben de valorar de manera cuantitativa como los presentados a continuación, permitiendo definir así, algunos cargos de comparación, precisando valores máximos y en restrictiva con la normatividad según la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA. El rango va de diez (10) a no se le asigna valoración (0), siendo diez (10) muy alto, seis (6) alta, dos (2) media y sin valoración (0) baja.

Clasificación	Descripción	Exposición	Exposición	Exposición	Exposición
		Baja	Media	Alta	Muy alta
BIOLOGICO	Bacteria				10
	Virus				
	Hongo				
	Picadura				
FISICO	Ruido		2		
	Temperatura	0			
	Iluminación			6	
PSICOSOCIAL	Comunicación		2		
	Toma de decisiones				
	Asignación de tareas				
	Jornada de trabajo				
BIOMECANICO	Postura		2		
	Carga		2	6	
	Movimiento repetitivo				

Fuente: Los autores del presente trabajo

Determinación de nivel de deficiencia para peligros químicos

A continuación, se presenta la tabla de clasificación y nivel de deficiencia de los peligros químicos que pudiesen existir en la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA.

El nivel de peligrosidad está entre uno (1) hasta cinco (5), siendo uno (1) el de menor peligro y cinco (5) el de mayor peligro.

Fuente: Los autores del presente trabajo

Nivel de deficiencia	Nivel de peligrosidad	Salud	Inflamabilidad	Reactividad
MEDIO	2	Polvo inorgánico.		
MEDIO	2	Material particulado.		

Matriz de riesgos

La gerencia es consciente que debe realizar acciones de prevención de riesgos, ya que en este tipo de industria los accidentes e incidentes son frecuentes, ya sea por los actos o por las condiciones sub - estándares existentes; sin embargo, esta situación podría ser diferente, todo está en decidir y generar mejoras en las condiciones de trabajo, debido a estos riesgos se han visto afectados los empleados en situaciones muy complejas que atentan contra su salud, al momento de ejercer alguna función con cualquier tipo de maquinaria pesada, también es sumamente evidenciada la falta de comunicación en el ámbito psicosocial, aunque tampoco hay que dejar a un lado las condiciones de seguridad ya que en el mapa de riesgos, se ha evidenciado los riesgos que posee la organización con las correspondientes señalizaciones.

Por lo cual se estableció la matriz de riesgos teniendo en cuenta la infraestructura de la empresa y con ayuda de, el señor Jhon Jairo Diaz para poder de allí partir y obtener algún resultado viable para la mejora continua de la empresa.

Accidentes y enfermedades profesionales

En la unidad productiva PET SHOP-MARCANDO LA DIFERENCIA se presentó el siguiente caso el día nueve (9) de mayo del 2010:

El señor Nicolás Sandoval junto con un compañero, cargaron la máquina cortadora con algunos materiales de confección, posteriormente, el Sr. Héctor tomó el control manual de la máquina y activó el sistema de agujas de esta.

Por lo cual el dedo del señor Nicolás sufrió varias lesiones, la maquina no se detenía porque con la misma mano que estaba accionando el control de activación la tenía cargándola por lo cual se le dificultaba.

Dado que la máquina ya estaba utilizando las cuchillas provocó heridas en el dedo y que saliera sangre de su herida. La máquina continuó activada ya que, el Sr. Nicolás mantenía el botón de accionamiento presionado y al tener la mano lesionada le fue imposible soltarlo.

Tanto las cuchillas como el mismo cable del control manual le lesionaron y presionaron, completamente, el dedo. Un compañero, encargado de llevar y traer las carretillas con ropa para el tejido trata de ayudarlo a soltarse, pero por el movimiento repetitivo de la máquina no lo logra; por lo que corta el flujo eléctrico para que la máquina se detenga.

Como parte del funcionamiento de la máquina, cuando se corta el flujo de electricidad, la tapa de la maquina se cierra por lo que, cuando cortaron la electricidad la tapa bajo quedándole el antebrazo prensado. Volvieron a activar la máquina para retirarle la tapa, pero como el trabajador mantenía presionado el botón de accionamiento la máquina continuó funcionando. Seguidamente, se presentó al lugar el Administrador Jhon Jairo y cortó el flujo eléctrico sin propiciar que se bajara la tapa. Entre los compañeros presentes cortaron el cable del control manual y las agujas que tenía en su dedo fueron retiradas.

Cabe la empresa no tiene a ningún trabajador afiliado a la EPS, ARL o demás entidades aseguradoras. Por ello la empresa cubrió los gastos en inyecciones y analgésicos y el accidente no fue más grave.

CONCLUSIONES

ESTUDIO DE MERCADO

- En nuestra empresa el objetivo es tener la mejor calidad en nuestros productos con el fin de satisfacer a todos nuestros clientes.
- Nos hemos dado cuenta que el lanzamiento y mercadeo de un producto y de una empresa debe ser muy importante ya que de este depende que la población nos conozca.

ESTUDIO DE OFERTA

- Con respecto a las encuestas que le realizamos a cada uno de nuestros proveedores, logramos fijarnos qué clase de proveedor vamos a escoger para la mejora de nuestro producto, es decir, que la calidad de las telas y los accesorios, sean indicados para nuestros clientes.
- Gracias a las certificaciones que cada uno de ellos nos suministren, logremos garantizarles a nuestros clientes la buena calidad de nuestros productos, teniendo en cuenta las diferentes formas, tamaños, colores y telas de cada uno de los productos que se van mostrar, ya que también tendremos en cuenta no solo sus referencias comerciales, sino también por la calidad que nos venden día a día.
- Al darnos cuenta de los resultados que logramos obtener en cada una de las encuestas que les realizamos a nuestros futuros proveedores, también llegamos a tener un apoyo para lograr escoger a los mejores proveedores.

ESTUDIO DE DEMANDA

- Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la muestra, nuestros productos tendrán una buena acogida en el mercado sin mayor necesidad de utilizar una gran publicidad

ESTUDIO TECNICO

- Con respecto a la macrolocalizacion, hemos decidido colocar varios puntos de venta en los sectores más conocidos como lo son suba, Usaquén entre otros del cual son personas que invierten mucho en sus mascotas.
- Con respecto a la microlocalizacion nos damos cuenta que a veces las mejores opciones son las zonas residenciales de la ciudad ya que nuestra actividad no requiere estar en una zona industrial y así tendremos demasiados beneficios en costos para el proyecto como ejemplo

los impuestos y el arrendamiento y servicios mayormente son más baratos.

ESTUDIO TECNOLÓGICO

- De acuerdo a este estudio pudimos observar la maquinaria y tecnología que debemos emplear en nuestra empresa en general, donde nos permite un buen funcionamiento de ella para tener grandes productos de calidad.

ESTUDIO DE LEGAL Y ORGANIZACIONAL

- Este trabajo se hace con el fin de dar a conocer las razones por las cuales se escogió el tipo de sociedad de nuestra empresa, los valores de nuestra empresa, nuestra misión y visión, no solo con eso también queremos dar a conocer nuestra manual de funciones, el perfil de la empresa y de la forma que vamos a realizar la organización de la empresa. No solo con eso queremos que quede claro los procesos de la creación del producto, el de la venta y su compra, lo que vamos dar a conocer en nuestra empresa.
- De acuerdo a la parte organizacional desarrollamos toda nuestra parte de misión, visión y políticas en donde aprendimos a conocer como se legaliza la empresa en general y que regirá a ella.

ESTUDIO AMBIENTAL Y SALUD OCUPACIONAL

- Para el estudio ambiental, pudimos observar que es de vital importancia que la empresa genere un muy buen reciclaje con respecto a los “retazos” que puedan ser los sobrantes e igualmente que maneje un ahorro de luz, agua etc. Con el fin de que se tenga un muy buen desarrollo de él, ya que esto impacta altamente nuestro país.
- Para el estudio de salud ocupacional, podemos observar que en cada empresa debemos mantener un buen ambiente laboral y estar pendiente de que nuestros trabajadores se mantengan sin enfermedades que la empresa llegue a ocasionar como lo podrían ser las malas posturas siempre tratar de evitar esos inconvenientes.

ANEXOS

CARACTERIZACION ARANCELARIA

Posición arancelaria

SECCIÓN:XI	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
CAPITULO:62	PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, EXCEPTO LOS DE PUNTO
62.02	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, excepto los artículos de la partida no 62.04.
62.02	Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares excepto los artículos de la partida no 62.04.
	- Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos similares:
<u>6202.11.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6202.12.00.00</u>	- - De algodón
<u>6202.13.00.00</u>	- - De fibras sintéticas o artificiales
<u>6202.19.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
	- Los demás:
<u>6202.91.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6202.92.00.00</u>	- - De algodón
<u>6202.93.00.00</u>	- - De fibras sintéticas o artificiales
<u>6202.99.00.00</u>	- - De las demás materias textiles

62.03	Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts" (excepto de baño), para hombres o niños.
	- Trajes (ambos o ternos):
<u>6203.11.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6203.12.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6203.19.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
	- Conjuntos:
<u>6203.22.00.00</u>	- - De algodón
<u>6203.23.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6203.29.10.00</u>	- - - De lana o pelo fino
<u>6203.29.90.00</u>	- - - Los demás
	- Chaquetas (sacos):
<u>6203.31.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6203.32.00.00</u>	- - De algodón
<u>6203.33.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6203.39.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
	- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts":
<u>6203.41.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6203.42.10.10</u>	- - - - Pantalones largos y pantalones con peto
<u>6203.42.10.20</u>	- - - - Pantalones cortos (calzones) y shorts
<u>6203.42.20.10</u>	- - - - Pantalones largos y pantalones con peto

<u>6203.42.20.20</u>	- - - - Pantalones cortos (calzones) y shorts
<u>6203.42.90.10</u>	- - - - Pantalones largos y pantalones con peto
<u>6203.42.90.20</u>	- - - - Pantalones cortos (calzones) y shorts
<u>6203.43.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6203.49.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
62.04	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts" (excepto de baño), para mujeres o niñas.
	- Trajes sastre:
<u>6204.11.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6204.12.00.00</u>	- - De algodón
<u>6204.13.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6204.19.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
	- Conjuntos:
<u>6204.21.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6204.22.00.00</u>	- - De algodón
<u>6204.23.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6204.29.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
	- Chaquetas (sacos):
<u>6204.31.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6204.32.00.00</u>	- - De algodón
<u>6204.33.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6204.39.00.00</u>	- - De las demás materias textiles

	- Vestidos:
<u>6204.41.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6204.42.00.00</u>	- - De algodón
<u>6204.43.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6204.44.00.00</u>	- - De fibras artificiales
<u>6204.49.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
	- Faldas y faldas pantalón:
<u>6204.51.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6204.52.00.00</u>	- - De algodón
<u>6204.53.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6204.59.00.00</u>	- - De las demás materias textiles
	- Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts":
<u>6204.61.00.00</u>	- - De lana o pelo fino
<u>6204.62.00.00</u>	- - De algodón
<u>6204.63.00.00</u>	- - De fibras sintéticas
<u>6204.69.00.00</u>	- - De las demás materias textiles

ENCUESTAS ESTUDIO DE LA OFERTA

ISABELLE COURTENAY

1. ¿Lleva la empresa más de 25 años posicionada en el mercado?

A. Si

B. No

2. ¿La empresa cuenta con alguna certificación Iso de calidad?

A. Si

B. No

3. ¿Cuenta la empresa con un cupo de 24.000.000 en adelante?

A. Si

B. No

4. ¿Su empresa le sirve como proveedor a más de 30 empresas?

A. Si

B. No

5 ¿Tiene usted alguna certificación, que muestre el excelente cumplimiento a sus clientes?

A. Si

B. No

ALIBABA

1. ¿Lleva la empresa más de 25 años posicionada en el mercado?

A. Si

B. No

2. ¿La empresa cuenta con alguna certificación Iso de calidad?

A. Si

B. No

3. ¿Cuenta la empresa con un cupo de 24.000.000 en adelante?

A. Si

B. No

4. ¿Su empresa le sirve como proveedor a más de 30 empresas?

A. Si

B. No

5. ¿Tiene usted alguna certificación, que muestre el excelente cumplimiento a sus clientes?

A. Si

B. No

EUROPAGES

1. ¿Lleva la empresa más de 25 años posicionada en el mercado?

A. Si

B. No

2. ¿La empresa cuenta con alguna certificación Iso de calidad?

A. Si

B. No

3. ¿Cuenta la empresa con un cupo de 24.000.000 en adelante?

A. Si

B. No

4. ¿Su empresa le sirve como proveedor a más de 30 empresas?

A. Si

B. No

5. ¿Tiene usted alguna certificación, que muestre el excelente cumplimiento a sus clientes?

A. Si

B. No

DISNAPET

1. ¿Lleva la empresa más de 25 años posicionada en el mercado?

A. Si

B. No

2. La empresa cuenta con alguna certificación Iso de calidad

A. Si

B. No

3. ¿Cuenta la empresa con un cupo de 24.000.000 en adelante?

A. Si

B. No

4. ¿Su empresa le sirve como proveedor a más de 30 empresas?

A. Si

B. No

5. ¿Tiene usted alguna certificación, que muestre el excelente cumplimiento a sus clientes?

A. Si

B. No

FORMAS Y TEXTILES DEL VALLE

1. ¿Lleva la empresa más de 25 años posicionada en el mercado?

A. Si

B. No

2. ¿La empresa cuenta con alguna certificación Iso de calidad?

A. Si

B. No

3. ¿Cuenta la empresa con un cupo de 24.000.000 en adelante?

A. Si

B. No

4. ¿Su empresa le sirve como proveedor a más de 30 empresas?

A. Si

B. No

5. ¿Tiene usted alguna certificación, que muestre el excelente cumplimiento a sus clientes?

A. Si

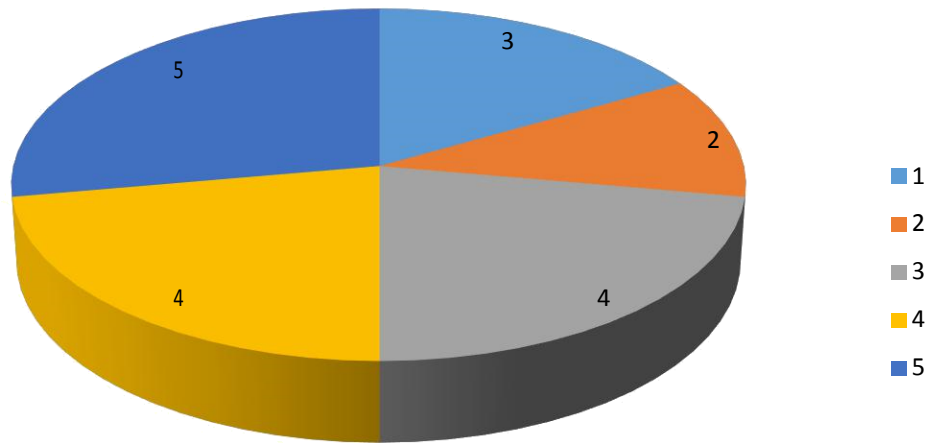
B. No

GRAFICAS DEL ESTUDIO DE LA OFERTA

Encuestado	Pregunt a # 1	Pregunt a # 2	Pregunt a # 3	Pregunt a # 4	Pregunt a # 5
ISABELLE COURTENAY	A	A	A	A	A
ALIBABA	A	B	A	A	A
EUROPAGES	B	B	B	A	A
DISNAPET	B	B	A	B	A
FORMAS Y TEXTILES DEL VALLE	A	A	A	A	A

		A	B	Total
Pregunta # 1	Lleva la empresa más de 25 años posicionada en el mercado	3	2	5
Pregunta # 2	La empresa cuenta con alguna certificación Iso de calidad	2	3	5
Pregunta # 3	Cuenta la empresa con un cupo de 24.000.000 en adelante	4	1	5
Pregunta # 4	Su empresa le sirve como proveedor a más de 30 empresas	4	1	5
Pregunta # 5	Tiene usted alguna certificación, que muestre el excelente cumplimiento a sus clientes	5	0	5

RESULTADO A



De acuerdo al resultado de la gráfica **NUMERO A**, logramos darnos cuenta cual es la mayor empresa con preguntas positiva y de esa forma logara una adecuada selección de empresas, con respecto a nuestros proveedores.



De acuerdo al resultado de la gráfica **NUMERO B**, logamos darnos cuenta cual es a mayor empresa con preguntas negativas y de esa forma, ver cual no nos conviene como proveedores.

ENCUESTAS ESTUDIO DE LA DEMANDA

RECIEN PESCADO

1. ¿Su trayectoria en el mercado es de más de 8 años?

A) Si

B) No

2. ¿El precio de sus productos es asequible a la mayoría de su clientela?

A) Si

B) No

3. ¿Tiene más de 50 clientes semanales en su local especializado?

A) Si

B) No

4. ¿Los accesorios y vestimenta para mascotas tienen buena aceptación frente a su clientela?

A) Si

B) No

5. ¿Según su experiencia, considera que los productos ofrecidos por nosotros tendrán mejor acogida por el público que los productos anteriormente ofertados siendo mismo tipo?

A) Si

B) No

6. ¿Considera que los productos ofertados por nosotros requieren modificaciones físicas o mejoras?

A) Si

B) No

MI MASCOTA FAVORITA

1. ¿Su trayectoria en el mercado es de más de 8 años?

A) Si

B) No

2. ¿El precio de sus productos es asequible a la mayoría de su clientela?

A) Si

B) No

3. ¿Tiene más de 50 clientes semanales en su local especializado?

A) Si

B) No

4. ¿Los accesorios y vestimenta para mascotas tienen buena aceptación frente a su clientela?

A) Si

B) No

5. ¿Según su experiencia, considera que los productos ofrecidos por nosotros tendrán mejor acogida por el público que los productos anteriormente ofertados siendo mismo tipo?

A) Si

B) No

6. ¿Considera que los productos ofertados por nosotros requieren modificaciones físicas o mejoras?

A) Si

B) No

MY FRIEND PET

1. ¿Su trayectoria en el mercado es de más de 8 años?

A) Si

B) No

2. ¿El precio de sus productos es asequible a la mayoría de su clientela?

A) Si

B) No

3. ¿Tiene más de 50 clientes semanales en su local especializado?

A) Si

B) No

4. ¿Los accesorios y vestimenta para mascotas tienen buena aceptación frente a su clientela?

A) Si

B) No

5. ¿Según su experiencia, considera que los productos ofrecidos por nosotros tendrán mejor acogida por el público que los productos anteriormente ofertados siendo mismo tipo?

A) Si

B) No

6. ¿Considera que los productos ofertados por nosotros requieren modificaciones físicas o mejoras?

A) Si

B) No

MANUMAN

1. ¿Su trayectoria en el mercado es de más de 8 años?

A) Si

B) No

2. ¿El precio de sus productos es asequible a la mayoría de su clientela?

A) Si

B) No

3. Tiene más de 50 clientes semanales en su local especializado?

A) Si

B) No

4. ¿Los accesorios y vestimenta para mascotas tienen buena aceptación frente a su clientela?

A) Si

B) No

5. ¿Según su experiencia, considera que los productos ofrecidos por nosotros tendrán mejor acogida por el público que los productos anteriormente ofertados siendo mismo tipo?

A) Si

B) No

6. ¿Considera que los productos ofertados por nosotros requieren modificaciones físicas o mejoras?

A) Si

B) No

CAT AND DOG

1. ¿Su trayectoria en el mercado es de más de 8 años?

A) Si

B) No

2. ¿El precio de sus productos es asequible a la mayoría de su clientela?

A) Si

B) No

3. ¿Tiene más de 50 clientes semanales en su local especializado?

A) Si

B) No

4. ¿Los accesorios y vestimenta para mascotas tienen buena aceptación frente a su clientela?

A) Si

B) No

5. ¿Según su experiencia, considera que los productos ofrecidos por nosotros tendrán mejor acogida por el público que los productos anteriormente ofertados siendo mismo tipo?

A) Si

B) No

6. ¿Considera que los productos ofertados por nosotros requieren modificaciones físicas o mejoras?

A) Si

B) No

TABULACION

Resultados

Encuesta	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6
RECIEN PESCADO	A	A	B	A	A	B
MI MASCOTA FAVORITA	A	A	A	A	A	B
MY FRIEND PET	B	A	A	A	A	A
MANUMAN	A	A	A	A	A	A
CAT AND DOG	A	A	B	A	A	A

Análisis

No. Pregunta	Pregunta	A	B	TOTAL
1	Su trayectoria en el mercado es de más de 8 años?	4	1	5
2	El precio de sus productos es asequible a la mayoría de su clientela?	5	0	5
3	Tiene más de 50 clientes semanales en su local especializado?	3	2	5
4	Los accesorios y vestimenta para mascotas tienen buena aceptación frente a su clientela?	5	0	5
5	¿Según su experiencia, considera que los productos ofrecidos por nosotros tendrán mejor acogida por	5	0	5

	el público que los productos anteriormente ofertados siendo mismo tipo?			
6	Considera que los productos ofertados por nosotros requieren modificaciones físicas o mejoras?	3	2	5

Análisis descriptivo de la demanda

1) Su trayectoria en el mercado es de más de 8 años? = El 90% de la muestra tomada respondió la opción A (SI) Lo cual demuestra que contamos con clientes que tienen buen posicionamiento en el mercado

2) El precio de los productos es asequible a la mayoría de su clientela? El 100% de la muestra tomada respondió A (SI). Demuestra un gran índice de acogida por parte de la clientela referente a los precios de comercialización de nuestro producto

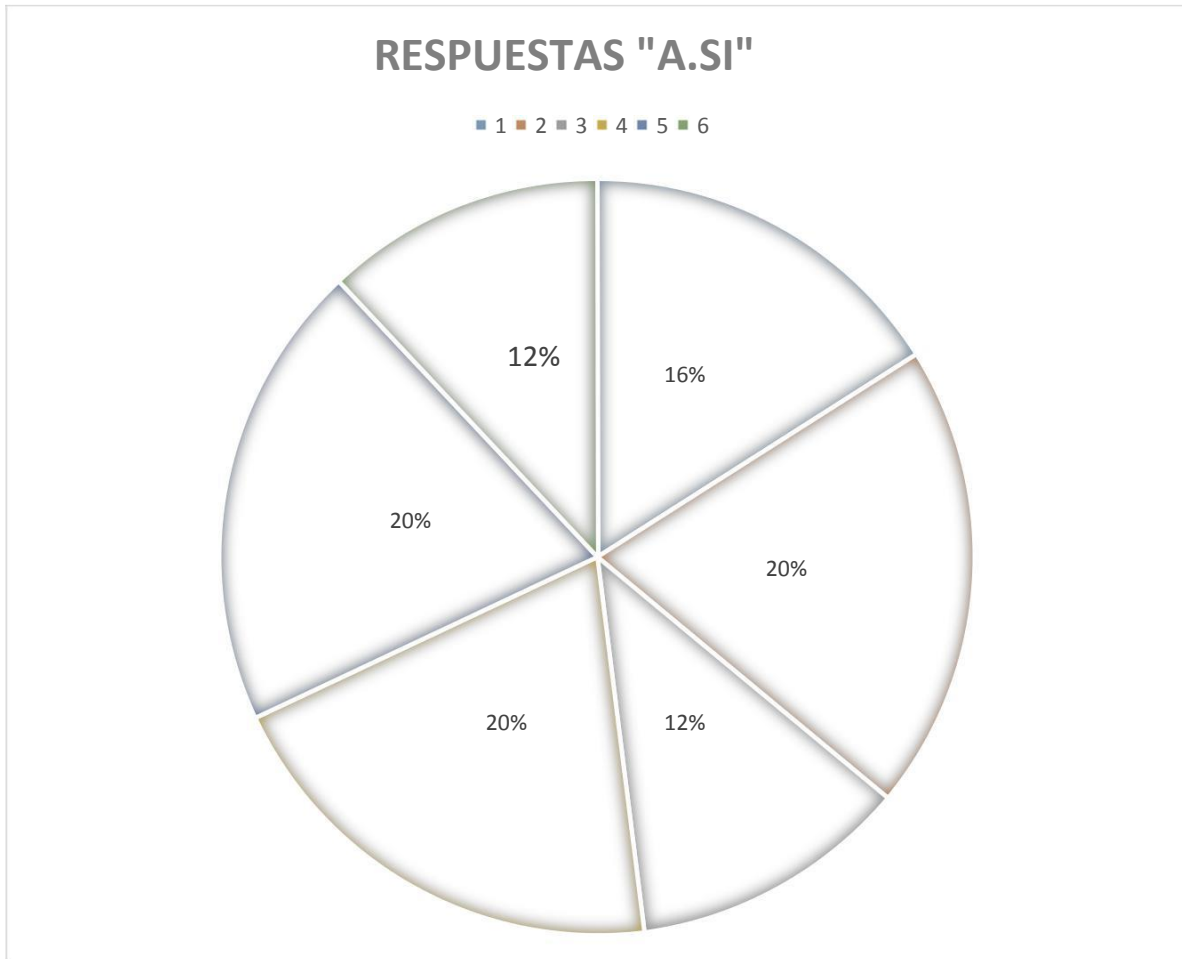
3) Tiene más de 50 clientes semanales en su local especializado? En un 60% de la muestra se obtuvo como resultado A (SI) mientras que el 40% mostró una respuesta negativa B (NO) lo cual se puede mejorar con promociones, descuentos y beneficios para los clientes

4) Los accesorios y vestimenta para mascotas tienen buena aceptación frente a su clientela? = La respuesta A (SI) Fue obtenida en el 100% de la muestra, lo cual da a entender que tenemos una muy buena acogida frente al público

5) ¿Según su experiencia, considera que los productos ofrecidos por nosotros tendrán mejor acogida por el público que los productos anteriormente ofertados siendo mismo tipo? = Ofrecemos muy buena calidad de producto, ya que el 100% de la muestra tiene como respuesta A (SI) lo cual significa que nuestros productos compiten plena y satisfactoriamente en el mercado frente a otras compañías

6) Considera que los productos ofertados por nosotros requieren modificaciones físicas o mejoras? = El 60% de los resultados obtenidos dicen que A (SI); nuestros productos mejorarán el su aspecto físico y de componentes para lograr que ese porcentaje disminuya y logre aumentar el actual 40% que cree que nuestros productos no requieren mejoras

GRAFICAS ESTUDIO DE LA DEMANDA



RESPUESTAS "B.NO"

