

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PET BELT
PARA MASCOTAS POST-QUIRÚRGICAS**

OSCAR JAVIER FORERO NIÑO

ADRIANA AZTRITH PÉREZ CUELLAR

ANA VICTORIA SÁNCHEZ PARDO

YEIMYS PATRICIA SANÍN CARBONELL

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA TECNÓLOGO GESTIÓN ADMINISTRATIVA

BOGOTA D.C. MAYO DEL 2017

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PET BELT
PARA MASCOTAS POST-QUIRÚRGICAS**

OSCAR JAVIER FORERO NIÑO

ADRIANA AZTRITH PÉREZ CUELLAR

ANA VICTORIA SÁNCHEZ PARDO

YEIMYS PATRICIA SANÍN CARBONELL

Trabajo de Grado para obtener el título de Tecnólogo en Gestión Administrativa



TUTOR: GILBERTO BETANCOURT VARGAS

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

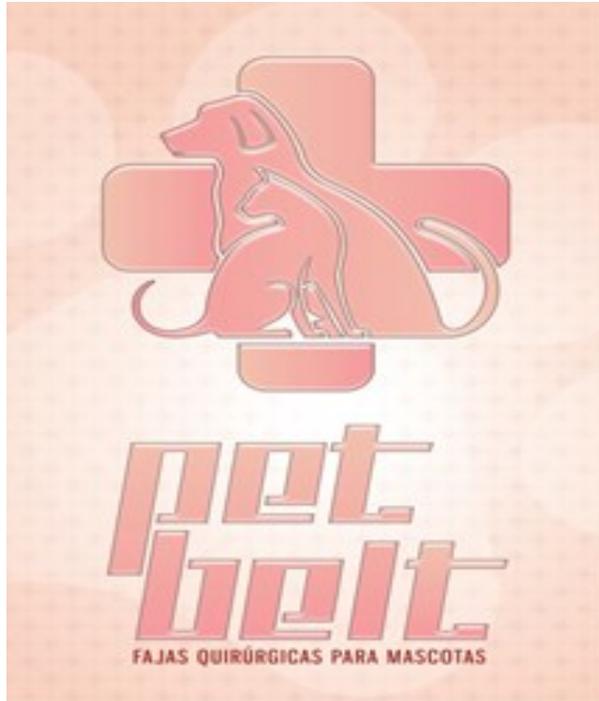
PROGRAMA TECNÓLOGO GESTIÓN ADMINISTRATIVA

BOGOTA D.C. MAYO DEL 2017

TABLA DE CONTENIDO

1.	NOMBRE DEL PROYECTO – MARCA DEL PRODUCTO – NOMBRE – ILUSTRAR...	5
2.	RESUMEN EJECUTIVO. ELEVATOR PITCH.....	5
3.	MARCO ESTRATÉGICO	8
3.1	MARCO LEGAL	10
3.2	MISIÓN.....	11
3.3	VISION	12
3.4	MATRIZ DOFA.....	13
4.	DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO.....	15
4.1	MERCADO.....	17
4.2	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	18
5.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	20
5.1	Planteamiento del Problema.....	20
5.1.1	Necesidades De Información.....	21
5.1.2	Planteamiento del Problema.....	21
5.2	OBJETIVOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	22
5.3	DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	23
5.4	APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	23
5.5	PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN	24
5.6	CONCLUSIONES Y ACCIONES A SEGUIR	28
6.	PLAN DE MERCADEO	29
6.1	IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO.....	30
6.2	INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA	33
6.3	INFORMACIÓN SECTORIAL.....	33
6.4	INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	35
6.5	ANÁLISIS DEL MARKETING MIX	35
6.5.1	PRODUCTO.....	35
6.5.2	PLAZA	36
6.5.3	PRECIO	36
6.5.4	PROMOCIÓN	37
7.	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	37
8.	CONCLUSIONES.....	38
9.	ANEXOS.....	40

1. NOMBRE DEL PROYECTO – MARCA DEL PRODUCTO – NOMBRE – ILUSTRAR



2. RESUMEN EJECUTIVO. ELEVATOR PITCH

Nombre Comercial. Fajas Pet Belt

Producto o Servicio.

Actualmente en el mercado nacional, no existe un producto óptimo y exclusivo post quirúrgico (esterilización), que garantice la recuperación adecuada de las mascotas, por esta razón tomamos la decisión de elaborar estas fajas postquirurgicas, en materia prima de algodón, Poliéster, ofreciendo diseños exclusivos sobre medidas, realizando ventas al por mayor y detal, con el fin de garantizar el bienestar de las mascotas.

Estas fajas serán utilizadas exclusivamente para perros y gatos, generando comodidad, durante

un periodo de 8 días que es el tiempo máximo de recuperación según indicadores médicos veterinarios.

Este producto se encuentra elaborado en material licrado, que permite la comodidad del animal.

En este proyecto se ha llevado a cabo una investigación acerca del mercado actual de las mascotas, con hallazgos que demuestra que está en constante crecimiento, debido a la necesidad de las personas en brindarle a sus mascotas tranquilidad e higiene al momento de estos procedimientos. Por lo tanto, es necesario brindar un producto de excelente calidad, al mejor precio.

Teniendo en cuenta principalmente al dueño de la mascota, que es el que le brinda los productos necesarios para el cuidado de este que se ha convertido en un miembro más de la familia.

Hemos seleccionado un mercado objetivo o meta, como es las clínicas veterinarias y las tiendas exclusivas para cuidado de mascotas, que se ha identificado mucho con este tipo de producto.

Hemos identificado que Colombia es el cuarto país de Latinoamérica, con alto crecimiento en el mercado de mascotas.

Una persona puede gastar en promedio mensual, cerca de \$800.000 en productos y el cuidado de su mascota.

Referente al precio, los que se ofrece en este proyecto están orientados a la satisfacción de una necesidad.

De acuerdo a nuestras estrategias, principalmente se encuentran la publicidad y un servicio al cliente con calidad, de esta manera ganar un espacio en la mente del consumidor final y tener un cliente feliz o satisfecho.

Se contará con un equipo de trabajo comprometido y capacitado en cada uno de los procesos que se requieran para sacar adelante este proyecto.

El margen de rentabilidad es significativo, ya que se trabajarán telas por rollos, minimizando el costo de este.

Localización de la Empresa. PET BELT fajas quirúrgicas abrirá sus puertas al público inicialmente en la ciudad de Bogotá y su zona Metropolitana, en la localidad de Suba, exactamente en el Centro Comercial Centro Suba, incursionando en diferentes partes del país, logrando una ampliación de su cobertura.

Potencial del Mercado. se tendrán aproximadamente **1.500** clientes al año, vendiendo en el primer año **4.000** unidades por un valor de **\$100,000,000**.

las ventas directas se realizarán en puntos estratégicos, como tiendas para mascotas y clínicas veterinarias, entre otras. este mercado ha venido con un crecimiento del **44%** en los últimos años según los resultados que arroja **FENALCO**.

Ventaja Competitiva. dentro de nuestras estrategias será marcar la diferencia en este producto innovador para mascotas con telas de alta calidad, obteniendo excelentes resultados en la recuperación óptima de la mascota después del procedimiento de esterilización.

Inversiones Requeridas. inversión requerida concerniente a maquinaria, equipamiento, infraestructura y materia prima e insumos es de \$15,000,000.

Proyección de Venta y Rentabilidad. se estima que para el primer año las ventas totales lleguen a \$100,000,000, con una variación año tras año del 52%.

3. MARCO ESTRATÉGICO

Como estrategia inicial, se buscará apalancamiento financiero, ya que en estos momentos no contamos con recursos propios para el arranque, para ello se solicitará un crédito con Bancolombia, que nos ofrece una baja tasa de interés muy baja, manejaremos como principal aliado y proveedor a Facol, ya que ellos nos brindan excelentes precios por volumen, disminuyendo así el costo del producto, quedando con precios muy económicos y productos de excelente calidad.

Dentro de los desarrollos a futuro, ampliaremos nuestro portafolio de servicios dando valor agregado a nuestra organización, con otros productos relacionados con el cuidado de las mascotas, ejemplo: Espuma medicada para el pelo, esta permite mantener un pelo saludable, cero caídas, aleja las pulgas y mantiene un olor agradable para el animal.

Se realizarán brigadas de salud animal, en las diferentes clínicas de la ciudad, dando a conocer la importancia de cuidar a nuestras mascotas, después de este tipo de procedimientos, con productos adecuados y especializados, creando la necesidad de nuestro público objetivo o mercado meta.

Pet Belt, hace énfasis en el contacto directo con el cliente final para explicar de manera personalizada los atributos del producto. para ello se invertirá tiempo determinado para capacitar a nuestros aliados en los puntos de venta o distribuidores.

se debe asumir que en la etapa de introducción se deben minimizar los gastos, teniendo en cuenta que cuando se lanza un producto al mercado las ventas no se disparan de manera inmediata, el mercado no conoce el producto y por lo tanto hay que hacer mucha publicidad para darlo a conocer y captar los primeros clientes.

como estrategia innovadora, obsequiaremos una galleta en forma de hueso después de la visita de

cada cliente, esto con el fin de que el cliente nos vea atractivos y quiere volver a comprar el producto, generando fidelización.

Como estrategia se tendrán en cuenta mecanismos de indicadores de control, teniendo en cuenta que nuestro equipo de trabajo estará compuesto por gente comprometida con sus tareas, que nos permite medir de manera cuantitativa y cualitativa el comportamiento de la organización. Hacer un análisis interno y externo del entorno, ya que según el análisis DOFA, podemos contrarrestar falencias que no permitan el crecimiento de esta organización. Investigaremos el comportamiento del mercado, con base a lo que actualmente hay, para mejorar en calidad y servicio, de la mano con todo lo relacionado con el tema del cuidado y la salud de las mascotas, competidores, posibles amenazas y tendencias económicas y culturales.

Se determinarán los recursos y variables internas, que afectan el comportamiento de Empresa, a través de lo anterior establecer los recursos que se pueden explotar, para la obtención de los objetivos.

Cada área contará con su director o representante, que pueda hacer un seguimiento detallado del comportamiento de cada una de ellas.

Dentro de las estrategias se tomó la decisión de implementar como software, el modelo de **BALANCED SCORECARD** o cuadro de mando central, que nos permiten enlazar estrategias y objetivos claves con desempeño y resultados a través de cuatro áreas críticas en cualquier Empresa: desempeño financiero, conocimiento del cliente, procesos internos de negocio y crecimiento.

También se trabajará el diseño de marca, que en nuestro consumidor final tenga recordación, al momento de elegir entre nosotros y otros competidores.

Para ello se tendrá en cuenta, el empaque, que será novedoso, ya que nos asesoraremos con

personal altamente calificado y experimentado en el tema de reconocimiento de marca.

Logrando así un posicionamiento en corto tiempo.

Contaremos con área de diseño, de corte, empaque y departamento logístico.

También inicialmente dos vendedores externos que agilicen la gestión de evacuación de productos en mercado meta nos moveremos, (Clínicas Veterinarias, tiendas de mascotas).

Se realizarán cada mes, en diferentes sectores de la ciudad, eventos promoviendo el uso de nuestro producto y dando a conocer la marca.

Esta organización trabajará, con el modelo de mejora continua de Deming, llamado ciclo **PHVA**, con esta herramienta mes a mes planearemos, haremos, verifiquemos y actuemos, de esta forma lograremos evaluar el proceso de las fajas, volviéndonos conocedores y fuertes en este producto para mascotas, y más fuerte frente a nuestros competidores.



3.1 MARCO LEGAL

Bajo la Ley 84 del 27 de diciembre de 1987 decretada por la Secretaría de Salud por la cual se adopta el Estatuto Nacional de protección de los animales.

A partir de la promulgación de la presente Ley, los animales tendrán en todo el territorio nacional especial protección contra el sufrimiento y el dolor causado directa o indirectamente por

el hombre.

La expresión animal utilizada genéricamente en este Estatuto comprende los silvestres, bravíos o salvajes y los domésticos y domesticados, cualquiera sea el medio físico en que se encuentren o vivan en libertad o cautividad.¹

Las disposiciones de la presente Ley tienen por objeto:

- a. Prevenir y tratar el dolor y el sufrimiento de los animales
- b. Promover la salud y el bienestar de los animales asegurándoles higiene, sanidad y condiciones apropiadas de existencia.
- c. Erradicar y sancionar el maltrato y los actos de crueldad para con los animales.
- d. Desarrollar programas educativos a través de medios de comunicación del Estado y de los establecimientos de educación oficial y privados, que promuevan el respeto y el cuidado de los animales.
- e. Desarrollar medidas efectivas para la preservación de la fauna silvestre

3.2 MISIÓN

Somos una Empresa dedicada a la elaboración de fajas postquirúrgicas para mascotas, integrada por un personal altamente competitivo y comprometido con la satisfacción de nuestros consumidores, brindando un servicio con calidad.

Nuestro compromiso es potenciar el mercado de fajas para el cuidado y recuperación satisfactoria, cuidar y preservar la calidad de vida de las mascotas de nuestros clientes por medio de un producto que facilita su proceso curativo.

¹ Ley 84 del 27 de diciembre de 1987



3.3 VISION

Fajas Pet Belt, en año el 2019, será una empresa reconocida a nivel nacional en productos con calidad, posicionándonos como empresa líder en cuanto distribución y venta de fajas postquirúrgicas para gran variedad de mascotas.



3.4 MATRIZ DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. No se cuenta con recursos propios, como objetivo se buscará la manera de apalancamiento de manera Financiera Fluida, es decir, recurrir a créditos con entidades financieras.2. Infraestructura, en este momento no se cuenta con medios técnicos e instalaciones necesarias, para llevar a cabo dicha actividad, colocando nuestro proyecto en desventaja frente a otros. Nuestro objetivo será buscar instalaciones adecuadas, que permitan desarrollar el proyecto de manera efectiva.	<ol style="list-style-type: none">1. Se evidencia producto único hasta el momento en el mercado para este tipo de procedimientos, como es la esterilización, generando esa necesidad y posicionamiento de marca. alto crecimiento de la población animal2. Cubrir la demanda del uso de fajas postquirúrgicas para mascotas, y lograr satisfacer las necesidades de cada cliente, buscando como objetivo tener siempre presencia de producto en el mercado.

FORTALEZA

1. Producto elaborado con materia prima de excelente calidad, teniendo como aliados estratégicos una industria textil como Facol. Nuestro objetivo es lanzar productos con buena textura y durabilidad, adecuados para el tipo de cirugía realizadas en dichas mascotas.
2. Garantizamos la pronta recuperación de la mascota, evitando infecciones, debido a que este producto protege del polvo y la humedad. Servicio al cliente eficaz y efectivo, para lograr la fidelización del consumidor final.

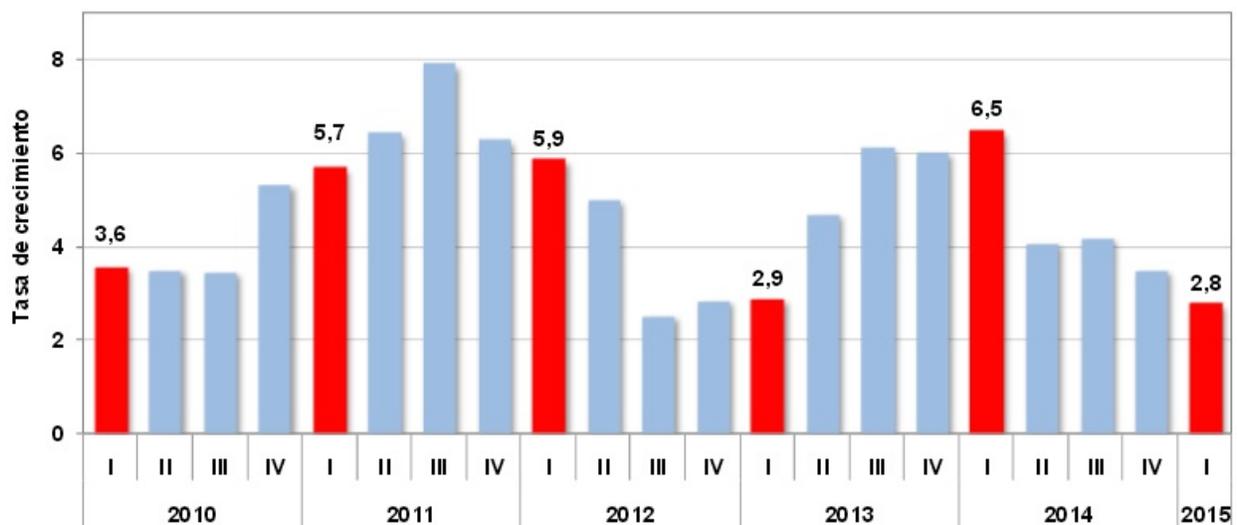
AMENAZAS

1. Desempleo, siendo una de las mayores amenazas en el mercado, según el incremento en los índices de desempleo en los últimos años, ya que los colombianos invierten en productos de primera necesidad.
2. Competencia, estar en peligro con la entrada de nuevos competidores, que salgan de manera informal con productos sustitutos. como objetivo se trabajará con estrategias de reconocimiento de marca, haciendo énfasis en calidad tanto de producto como de servicio, siendo cada día más eficaces y eficientes.

4. DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO

Nuestro proyecto no cuenta con un competidor perfecto directo y mucho menos definido, que influya directamente en el precio del producto, teniendo en cuenta que este lo define el mercado, ya que se evidencio que nuestro producto es único en el mercado, especializado para este tipo de procedimientos.

Producto Interno Bruto 2010 - 2015 (I trimestre) pr
Variación porcentual anual



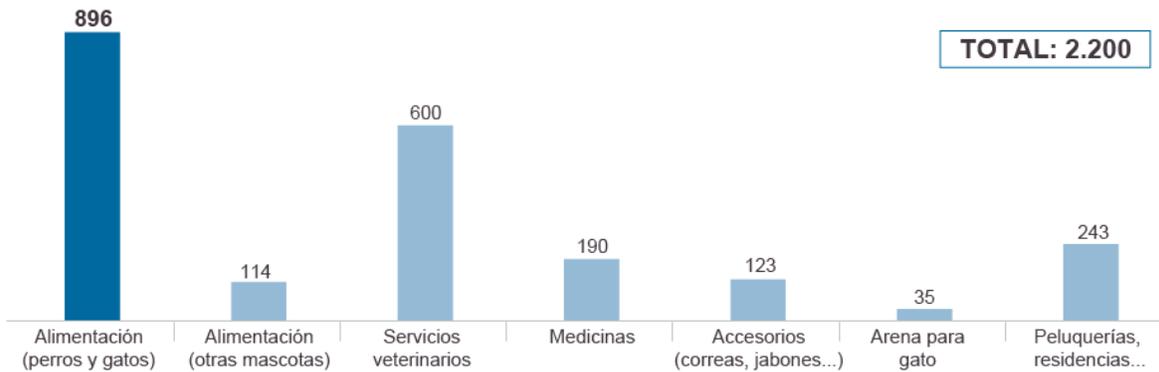
Mercado Actual.

El incremento de la población de gatos y perros en la ciudad de Bogotá, es cada vez mayor, al igual que el número de familias que tienen mascotas, sin embargo, no existen cifras exactas que determine esta población en Bogotá.

Para nadie es un secreto que la ciudad se encuentra inundada de tiendas con productos especializados para mascotas como, comidas, peluquerías, clínicas, accesorios y demás.

EL NEGOCIO DE LAS MASCOTAS

2014. Cifras en millones de euros



Fuente: Elaboración propia con datos de Nielsen, Veterindustria, Euromonitor y Openvet

EL PAÍS

Tamaño del Mercado.

En la actualidad Bogotá cuenta con 8.081 millones de habitantes, el cual el 15% corresponde al estrato cuatro, es decir 693,738 habitantes, el estrato cinco, 198,973 y el estrato seis 130,051 habitantes

Tendencia del Mercado.

Como ya se ha mencionado, el mercado referente a las mascotas ha crecido de manera acelerada, además de las necesidades básicas de un perro o gato, las personas desean que sus mascotas tengan una vida óptima, humanizando momentos y actitudes con sus mascotas

En los estratos 4,5 y 6 existe un mercado potencial, ya que las personas cuentan con muy buenos ingresos per cápita permitiendo el consumo de determinados productos.

4.1 MERCADO

Se tendrán aproximadamente 1.500 clientes al año, sabiendo que el primer año se venderán 4.000 unidades, por un valor de \$100.000.000.

las ventas directas se ofrecerán a puntos competentes, en tiendas para mascotas y clínicas veterinarias.

El mercado de productos relacionados con perros y gatos ha crecido el 44% en América Latina, durante los últimos 5 años, y se proyecta que crezca por lo menos el 15% en los últimos 5 años. Colombia no ha sido ajena a esta tendencia.

Según los últimos estudios Fenalco encontró, que más de la tercera parte de los hogares colombianos ha optado por incluir en sus hogares a una mascota, lo que indica que 1 de cada 3 familias poseen perros, gatos perros o peces. Esto nos indica que el mercado de mascotas es una gran oportunidad de aquellas sociedades donde el crecimiento poblacional se ha vuelto lento y donde el número de mujer por hijo descende.

Una mascota brinda diversión, compañía e inclusive seguridad.

En el país existen aproximadamente 2.700 establecimientos de comercio que ofrecen diferentes productos especializados para mascotas, indica el estudio.

Por otro lado, el documento, destaca el crecimiento del estudio del mercado de los gatos, la sorpresa es que el mercado de los gatos está creciendo en este siglo a un ritmo acelerado, mucho más veloz que el mercado de los perros. Ello, porque los miembros de una familia no permanecen todo el día en casa y el felino no requiere demasiada atención o contacto en comparación con los perros” asegura el comunicado con de Fenalco.

En los hogares colombianos viven por lo menos 900.000 gatos, de los 1.450.000 que se estima tiene el país, y los gatos en estas mascotas son del orden de 3 billones de pesos, cifras muy

significativas, y que muestra que ha crecido el gasto para este tipo de mascotas, si se tiene en cuenta que, según la cifra de medición de consumo, en los hogares, en mascotas, los hogares colombianos invierten al año aproximadamente 16,2 billones de pesos.

Los gatos para la manutención, los servicios de salud y el entrenamiento de las pequeñas mascotas son un segmento que va en aumento, se ha convertido en parte de la canasta familiar colombiana, y por ello, no es extraño que dentro de los productos de la misma se incluyan elementos para estos integrantes de la familia. Aunque la gran mayoría de los hogares decide tener una mascota por el enorme cariño y los vínculos afectivos que generan, es claro, que se debe tener una planificación organizada en términos monetarios, de tiempos y responsabilidades, que conlleva tener una “inclusión positiva” dentro de los nucleas familiares para ambas partes.

4.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Los consumidores de Fajas Pet Belt son dueños de perros de la ciudad de Bogotá, inicialmente de estratos 4, 5 y 6, con rango de edad entre 25 y 55 años, cuyo nivel de ingreso sea medio-alto, preferiblemente empleado y que no necesariamente cuente con un núcleo familiar. Que tenga el deseo de brindarle a su gato o perro una recuperación adecuada después de este procedimiento (Esterilización).

Se cuenta con un promedio de 137.000 hogares potenciales, en los cuales se encuentran 44.063 mascotas

La comercialización de nuestro producto se enfocará en ventas por puntos fijos y ventas por plataforma propia página web, el valor del producto está enfocado bajo los criterios del gasto de producción, su valor comercial es \$ 50.000

Según los estudios de mercadeo realizado en diferentes sectores de la ciudad Usaquén - suba-

Kennedy. Se obtuvo un resultado bajo las encuestas realizadas de un 80% de probabilidad de adquisición del producto.

Variables Demográficas

- Edad: entre 25 y 55 años
- Sexo: Hombres y Mujeres profesionales
- Tamaño de la familia: indiferente

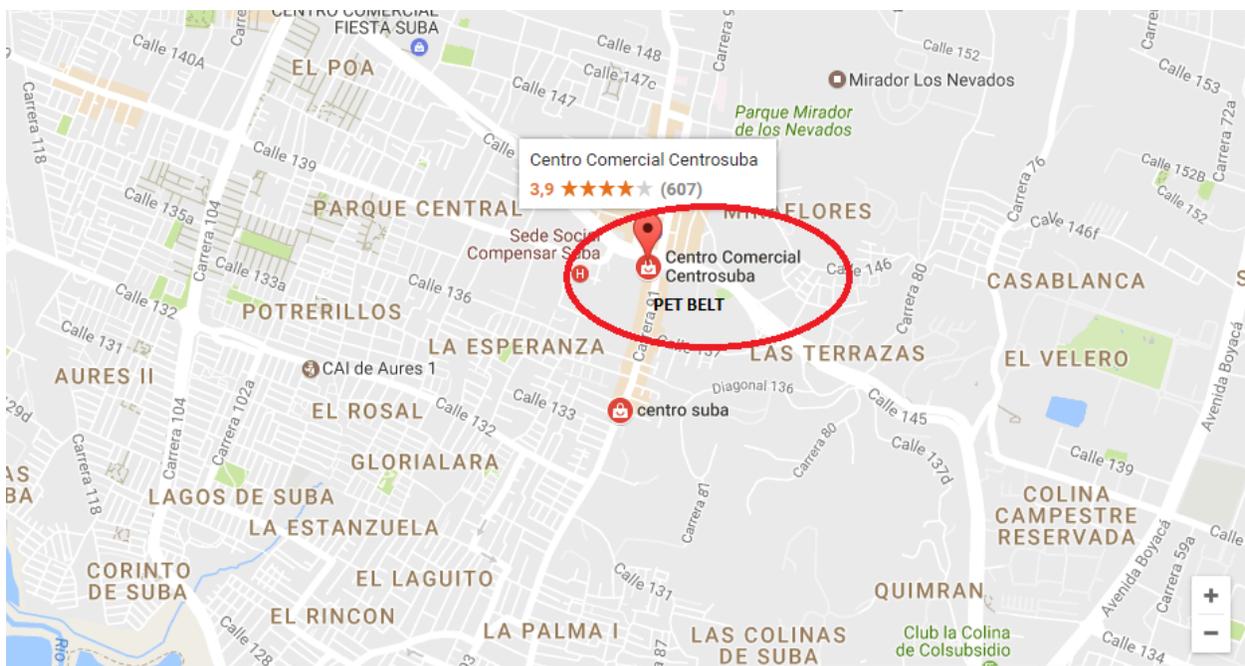
Variables Psicológicas

Clase social media-alta, modernos, con estilos de vida y hábitos saludables, amor por los animales.

Personas independientes, organizadas, sociables y sensibles

Para todas aquellas familias con interés de cuidar el bienestar y la salud de la mascota quien las siente que hace parte de la familia.

Geográficas:



5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1 Planteamiento del Problema.

A nivel mundial las mascotas tienen más importancia de lo que se piensa, pues con el exigente y veloz cambio de roles y la constante preocupación por alcanzar un mejor nivel socioeconómico, el hogar moderno ha tenido que moderar o evitar la procreación. así mismo se observa que existen individuos solitarios empeñados en alcanzar sus propias metas, manejando permanentemente altos índices de estrés y descuidando en cierta manera sus relaciones afectivas.

Esta situación ha obligado a Sociólogos y Psicólogos a buscar un canal afectivo capaz de llenar los vacíos emocionales y de esparcimientos, que interactúe con el individuo que padece la frialdad de la nueva era, con el objeto de equilibrar la balanza. es por ello que desde hace algunos años científicos han desarrollado estudios acerca de las ,mascotas y su influencia en el entorno familiar, obteniendo resultados sorprendentes. los científicos recomiendan las mascotas en muchos casos de soledad, estrés y depresión, ayuda a su amo en estos padecimientos.

adicionalmente se sabe a través de noticias que han dado vuelta al mundo de perros que de manera inteligente y valerosa han salvado vidas.

En la actualidad las mascotas son tratadas como miembros de la familia, con igualdad de condiciones y sentimientos propios de un ser humano, son consideradas como soluciones Psicológicas y terapéuticas. Al reflexionar sobre las reglas y principios para practicar las terapias asistidas con los animales, se observa que estos pueden considerarse como un símbolo para la rehumanización de la sociedad.

El animal es utilizado para propiciar en el niño sentimientos de autoestima, promover la

responsabilidad, la independencia y estimular el compañerismo.

5.1.1 Necesidades De Información

Frente a las posibilidades de crear fajas postquirúrgicas para mascotas, surge la necesidad de conocer aspectos relacionados con el comportamiento, hábitos, necesidades y expectativas de los hogares, en cuanto a: nivel de satisfacción, gustos y preferencias, y el nivel de aceptación, para evaluar oportunidades de mercado para este servicio, las cuales surgen las siguientes necesidades de la información:

- Segmentar el mercado objetivo
- Tener claro cuántos hogares de estratos 4,5 y 6 en Bogotá poseen mascotas.
- Identificar qué tipo de productos utilizan para sus mascotas, en el cuidado de la salud
- Medir el grado de satisfacción e identificar el mayor inconveniente que haya tenido el amo referente al cuidado de su mascota.
- Medir el nivel de aceptación de la creación de una empresa de fajas postquirúrgicas, para este tipo de procedimientos.

5.1.2 Planteamiento del Problema

El proyecto Fajas Pet Belt, ha detectado que, a nivel general, el mercado cada vez más busca mantener un cuidado especial referente a todo lo relacionado con sus mascotas, teniendo en cuenta que estos son tratados como un miembro más del hogar.

Fajas Pet belt llega con un proyecto innovador, capaz de solucionar la problemática que existe en la actualidad, al proteger la herida de las mascotas después de estos procedimientos.

5.2 OBJETIVOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

Estructurar una organización altamente competitiva y excelentes estándares de calidad, pensando cada día en la salud de las mascotas de nuestro público objetivo. Alcanzando una posición importante en el sector de artículos para mascotas.

A través de esta investigación lograremos saber que tanta aceptación tendrá introducir las novedosas fajas postquirúrgicas como oportunidad de negocio y que tanto están dispuestos a consumirlas.

Objetivo social: enfocada a nuestro consumidor final en este caso las mascotas

- Evitar que se pueda retirar los puntos de la Cirugía
- Proteger para evitar infecciones
- Comodidad
- Tranquilidad
- Recuperación
- Evitar gastos excesivos a sus propietarios

Objetivo Económico: teniendo en cuenta que es un producto innovador y a un muy buen costo con buenos materiales y el servicio que presta es muy beneficioso tanto al propietario como a la mascota, esto nos ayudará a tener éxito en el mercado.

- Posicionar la marca.
- Obtener ganancias para todos los accionistas de la empresa.

Objetivo Administrativo: somos una empresa organizada por medio de la distribución de las labores ya que contamos con una zona de corte - confección, distribución venta para poder llegar

al cliente de la forma adecuada y organizada.

- Coordinar las cargas administrativas de la empresa, asegurando el manejo eficiente de los recursos materiales y humanos con que cuenta la empresa.

5.3 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Ver anexo 1.

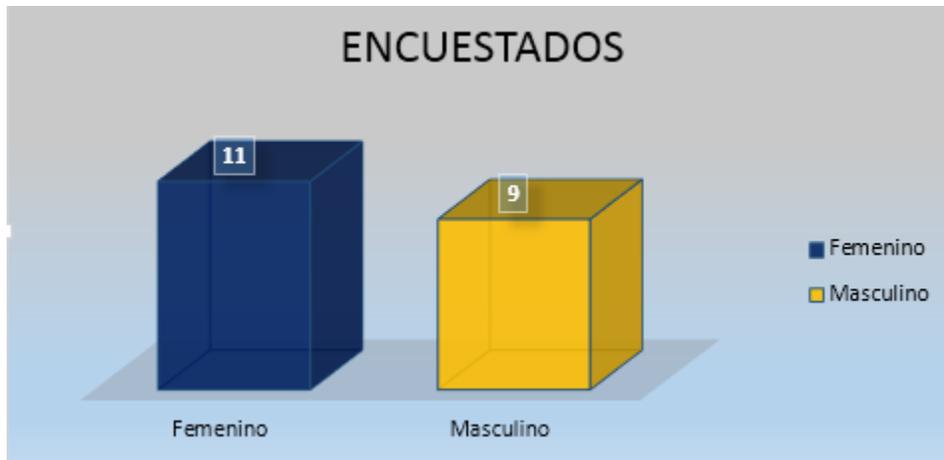
5.4 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como intención, conocer la importancia que usted le brinda a su mascota:

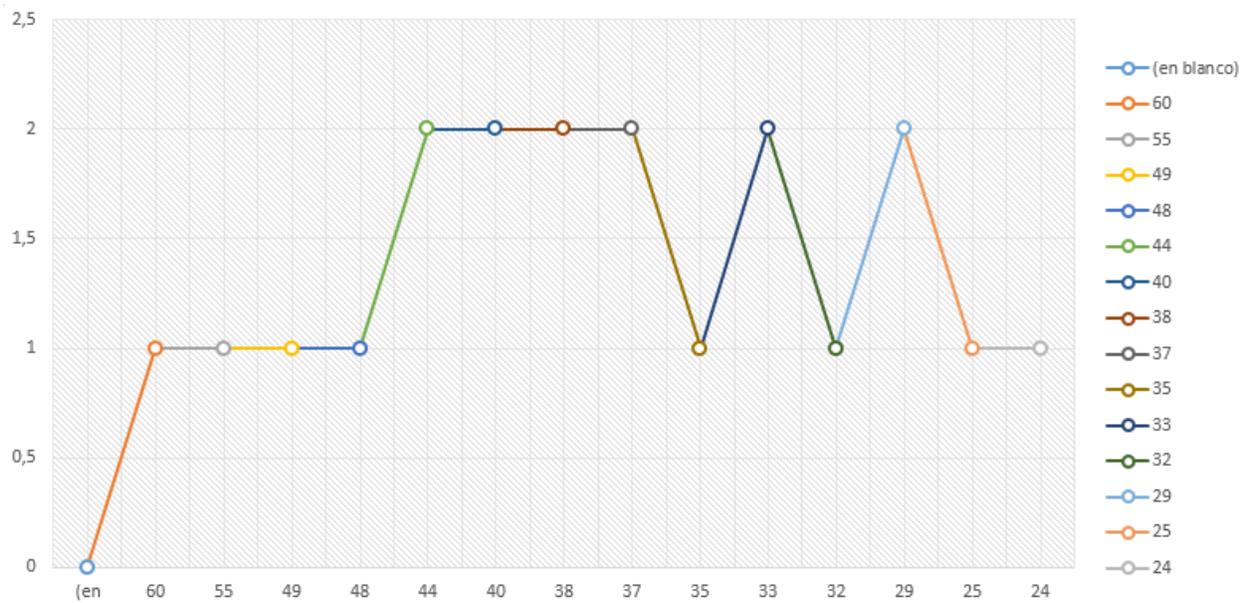
- ¿Tiene mascota?
- Considera a su mascota como parte de la familia
- De 1 a 10 elija qué importancia le da a su mascota
- Invertiría dinero para la protección de la salud de su mascota.
- ¿invierte productos en su mascota?
- ¿Qué piensa de la esterilización de la mascota?
- ¿Realizará la esterilización de la su mascota?
- ¿Sabe cómo cuidar a su mascota después de la esterilización?
- Si existiera un producto post quirúrgico para el cuidado de mascota lo compraría
- Estaría de acuerdo en pagar la faja post quirúrgica en los siguientes rangos.
- Por cual medio usted preferiría hacer la compra del producto (faja post quirúrgica)

5.5 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

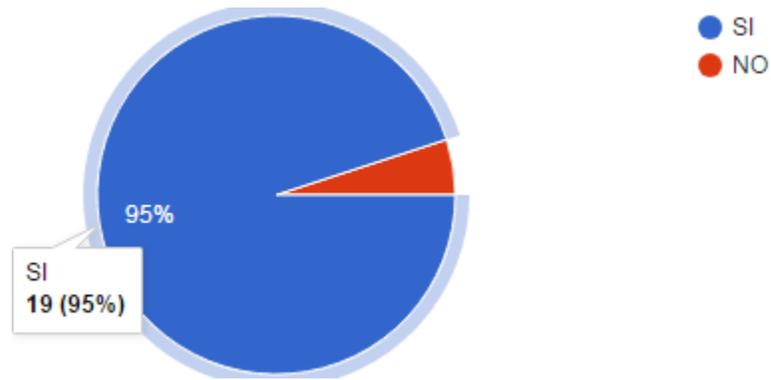
Género encuestado



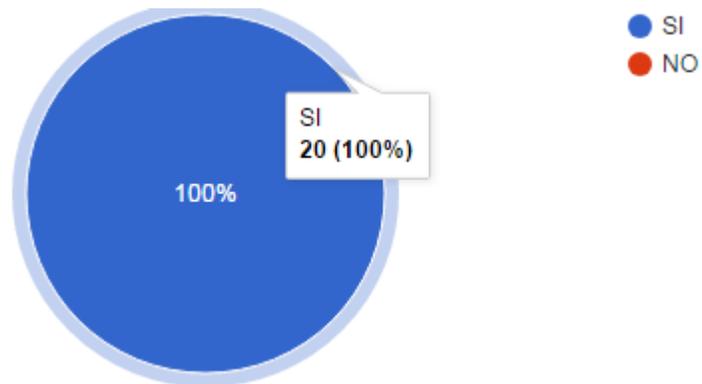
Edades



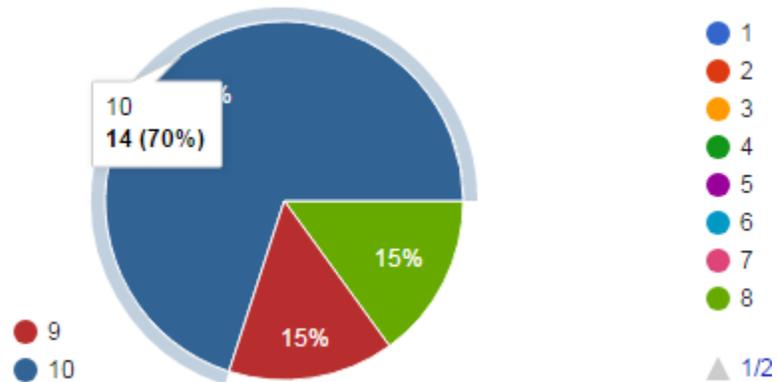
- ¿Tiene mascota?



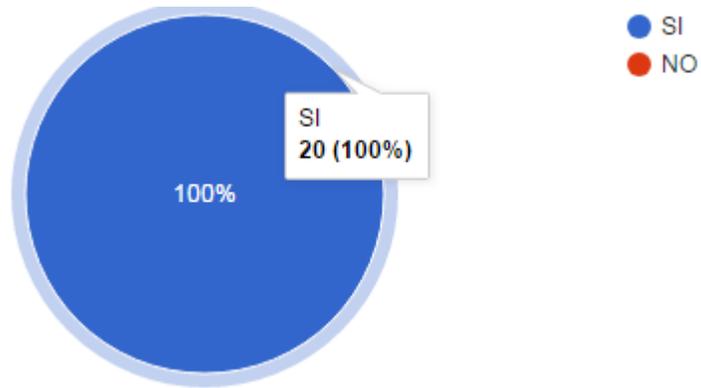
- Considera a su mascota como parte de la familia



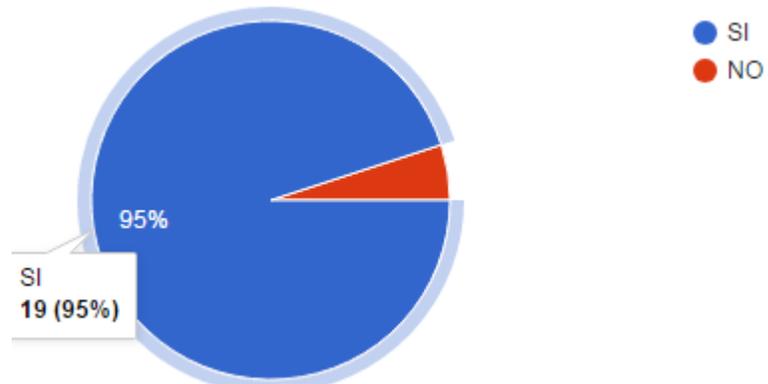
- De 1 a 10 elija qué importancia le da a su mascota



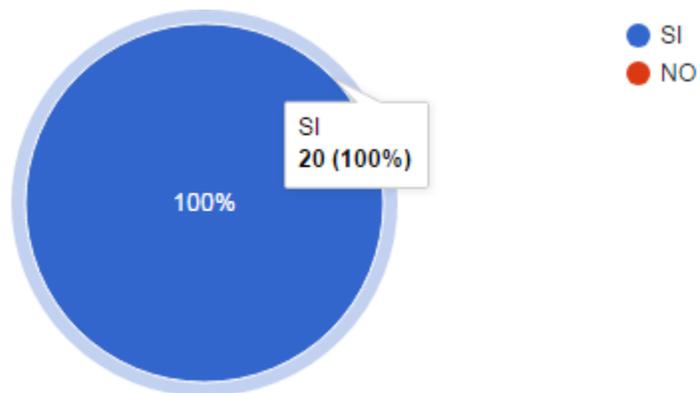
- Invertiría dinero para la protección de la salud de su mascota



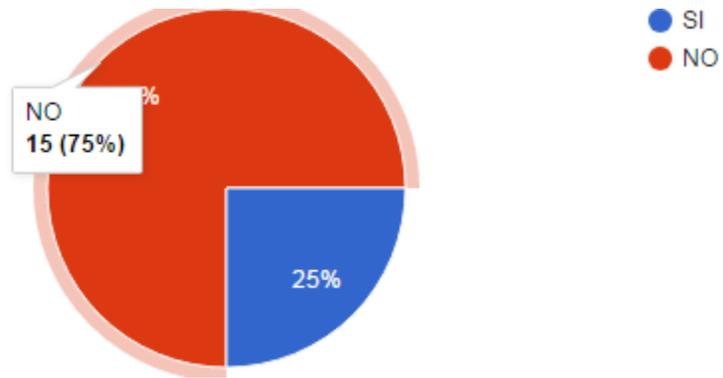
- invierte productos en su mascota



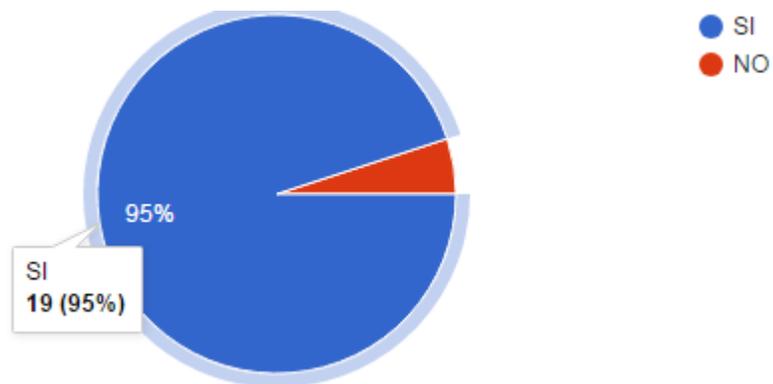
- Realizará la esterilización de la su mascota



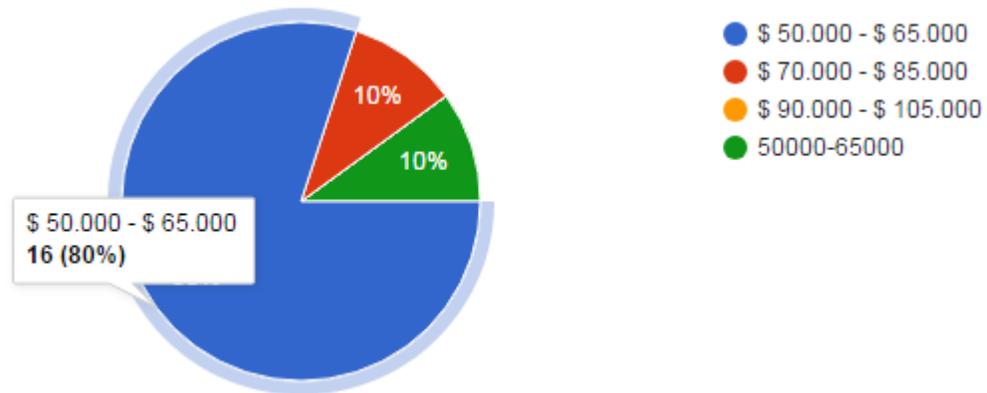
- Sabe cómo cuidar a su mascota después de la esterilización



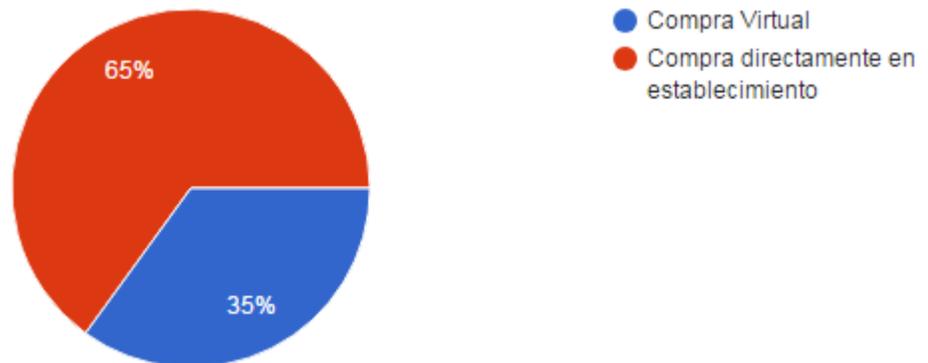
- Si existiera un producto post quirúrgico para el cuidado de mascota lo compraría



- Estaría de acuerdo en pagar la faja post quirúrgica en los siguientes rangos.



- Por cual medio usted preferiría hacer la compra del producto (faja post quirúrgica)



5.6 CONCLUSIONES Y ACCIONES A SEGUIR

Se identifica que en la actualidad entre hombres y mujeres las mujeres son las que tienen mascotas en sus hogares, en lo que se evidencia que el 75% desconoce el cuidado que se debe tener con la esterilización del animalito, por lo que realizan remedios caseros sin tener en cuenta el gran daño que le puede causar en la herida después de la esterilización. Por otro lado, se identifica que hay mayor demanda en la compra virtual del producto.

Por lo anterior debemos ser creativos en el diseño de nuestras fajas ya que las mujeres se atraen no solo por los beneficios que le puedan traer a su mascota en su salud, sino también realizar diseño de las fajas Post-quirúrgicas en colores llamativos. Ahora bien, en nuestra plataforma es muy importante activar el botón del pago para realizar compras virtuales y así hacer más fácil el acceso al producto a nuestros clientes,

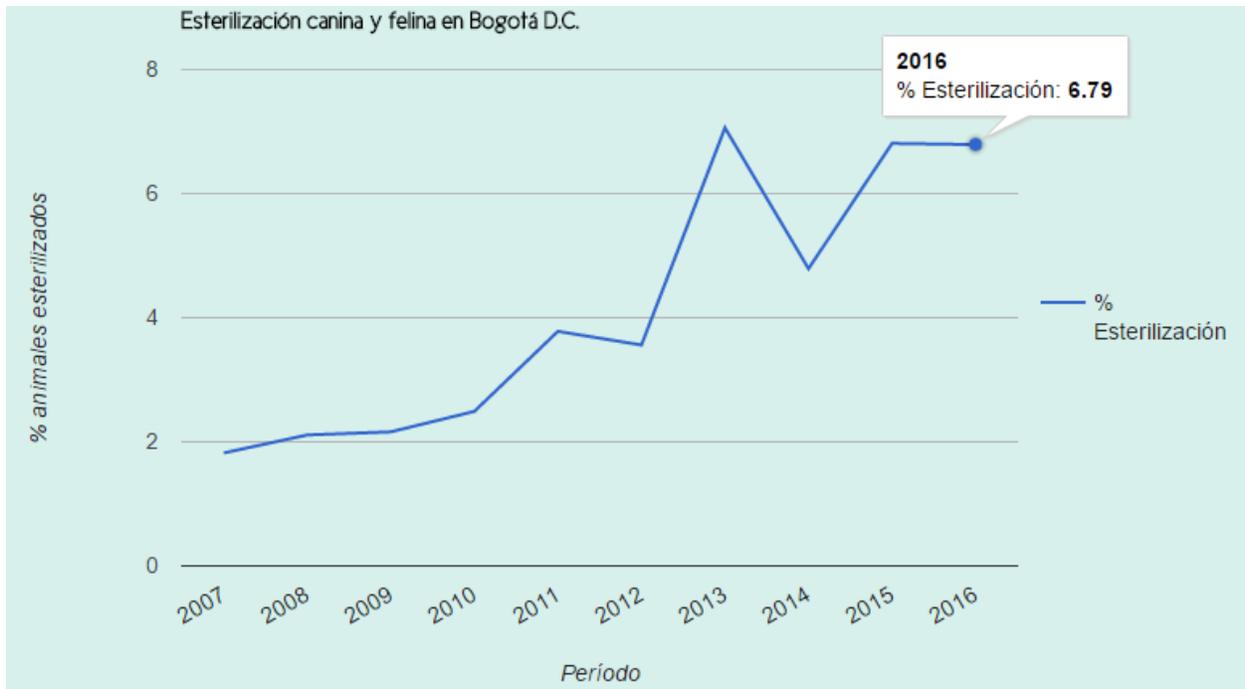
Sin embargo, como medidas se realizará más publicidad por medio de nuestros clientes como clínicas veterinarias y centros especializados de mascotas para potenciarnos más en el mercado.

Finalmente se realizará encuestas de satisfacción tanto a nuestro cliente externo como interno con el fin de tener siempre una mejora continua del servicio en pet belt.

6. PLAN DE MERCADEO

En la actualidad nos encontramos con una sobrepoblación de mascotas, lo que permite que algunas fundaciones no pongan problema, para realizar brigadas de esterilizaciones de la misma manera que los centros de salud de cada una de las localidades de la ciudad, permitiendo fortalecer los programas de esterilizaciones y además dando más oportunidades de empleo eficaz y eficiente.

Según estudios el impacto quirúrgico por esterilizaciones en el año 2016 se evidencia al evitar al evitar el nacimiento de 342.028 felinos y 243.027 como lo mostraremos a continuación;



Por lo anterior podemos ver el alto crecimiento y/o demanda de esterilización entre el año 2015 al 2016 lo que nos permite tener un buen mercado al brindar nuestras fajas post quirúrgicas pet belt y así incentivar a las familias al cuidado de la mascota.

Por lo anterior se identifica por medio de fenalco que en el país hay alrededor de 2.700 establecimientos dedicados a brindar productos a mascotas por lo que se identifica que por el momento no hay alguno que brinde ese tipo de producto.

6.1 IDENTIFICACIÓN DEL ENTORNO

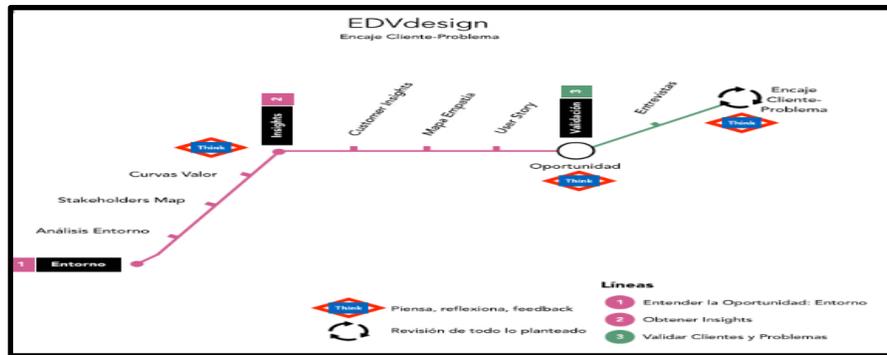
Análisis del entorno Económico: en un escenario económico como el actual en que las empresas se mueven hacia la globalización las grandes operaciones de fusión o las alianzas estratégicas, nace un profundo cambio en los modelos de negocio por esto la economía mundial avanza hacia un nuevo modelo basado en el conocimiento por encima de los demás factores económicos tangibles, en la nueva economía que se está configurando el conocimiento y su distribución entre las distintas unidades que componen el sistema económico es el elemento

clave para la creación de la riqueza de esta manera es posible definir una economía basada en el conocimiento, con aquella economía basada en la producción, distribución, y uso del conocimiento y de la información, el conocimiento como cualquier otro factor de producción, puede ser producido y utilizado en la creación de nuevos bienes y/o servicios de innovación en la mejora de los productos actuales y aprovechar su entorno, por este motivo Pet Belt es un producto innovador en el mercado con el conocimiento de las necesidades de nuestros clientes.

de esta manera se realizará el análisis económico de algunos productos como lo son:

Costos de fabricación, esto incluye costos de materia prima, de la infraestructura, maquinaria, herramienta, mano de obra, comercialización, también la relación del costo beneficio de su producción y rentabilidad para podernos sostener en el mercado, teniendo en cuenta nuestro entorno con los cambios de los ingresos, de los consumos, desempleo en los consumidores.

Análisis del entorno social: realizando la verificación del entorno los problemas los cuales se pueden presentar es tener una competencia en el mercado, teniendo en cuenta que nuestro producto es innovador, y va llegar al comercio pueden existir varias empresas que las quieran fabricar y llevarlas a un menor costo de venta, donde nos veríamos afectados como empresa, por este motivo el análisis del entorno debe realizarse a diario para conocer la información de que está sucediendo con nuestro producto, con nuestro cliente, realizar la evaluación y volver a traer un nueva oportunidad, basado en el siguiente proceso ya que se pueden presentar problemas políticos, legales ,económicos, con los proveedores, competencia, rivalidad, clientes, socioculturales, tecnológicos encaje - cliente - problema.



Análisis tecnológicos

Nuestro análisis tecnológico se basa en la transformación de material materia prima (lycra- hilo - velcro) con el uso de maquinaria de confección fileteadoras - collarín para llegar al producto final que es nuestra faja Pet Belt, su característica especial es el cubrimiento de la cirugía realizada a la mascota, por medio de un diseño moldeado al cuerpo de la mascota y a través de maquinaria de confección se da forma a nuestra faja.

Análisis del entorno Político

- Se encuentran las ideologías del cuidado y la protección hacia los animales.
- el cuidado a la fauna silvestre.
- también existe un partido político español que lucha por los derechos de los animales.
- Diferentes acuerdos y resoluciones que entre los años 2012 y 2015 surgieron para el cuidado y protección de los animales.
- existe la ley 84 de la secretaría de salud para la protección y cuidado de los animales.
- Existen convenios para mascotas en diferentes entidades privadas

6.2 INFORMACIÓN DE LA COMPETENCIA

Realizando la investigación se identifica que en el mercado NO se encuentra este tipo de producto, puesto que la competencia se enfoca más en vestuarios, vitaminas, alimentos y productos de aseo para mascotas, entre estos encontramos m los siguientes:

- Clínica Dover
- Pet center
- Clínica Veterinaria canes gatos
- Clínica Veterinaria Dingo
- Mundo Mascota
- CEBA
- Puppy Export Tienda para mascotas

6.3 INFORMACIÓN SECTORIAL

Análisis del sector

En Colombia es un sector relativamente nuevo el cual no ha sido abordado a fondo, sabiendo que día a día la relación de los humanos con los animales se ha incrementado, creando un sector económico de (Alimentos, accesorios, higiene y salud) puesto que las personas ven en sus mascotas una excelente compañía y como un miembro más de la familia.

En Bogotá podemos encontrar muchas tiendas de mascotas, en los cuales ofrecen alimentos, vestuarios y cuidado personal.

Actualmente las familias buscan la tranquilidad de sus animales, convirtiéndose cada vez más en un mercado potencial.

En España, por ejemplo, ya cuenta con una Empresa llamada Vital Ice Cream, compañía

Malagueña creadora y comercializadora del manjar, el primer helado del mundo, apto para mascotas, a precio de 5 Euros la tarrina de helado.

En Colombia también existen peluquerías y guardería para dichos animales.

Las personas aman tanto a sus mascotas que las cifras de negocio en esta nueva industria empiezan a ser verdaderamente impactantes.

Según la asociación de productos Manufacturados para Mascotas (APPMA) los norteamericanos gastan 41 billones de dólares al año en sus animales de compañía, no solo en servicios básicos como alimentación y Veterinaria, sino también en moda, belleza y otro tipo de actividades. Además, se calcula que el 63% de los hogares estadounidense tiene una mascota, ósea que el mercado justifica que haya hasta una semana de moda canina.

Esta extravagancia ya ha triunfado en todos los lugares del mundo, como en Tokio donde se celebró un encuentro Empresarial que tenía a los perros como protagonistas. una particular feria sectorial donde asistieron Empresas que venden aspiradores especiales para recoger desechos perrunos, estudios fotográficos para mascotas y hasta escuela de Yoga. pero según las crónicas el evento que más público atrajo, fue el desfile de moda canina en el que 8 Empresas Europeas, americana y japonesas, presentaron sus diseños como J 'adore, Bad girl, Bad Boy o Metallic, Rasta Jacked.

En Brasil también el mercado de productos y servicios para animales, tiene una participación creciente, solo en el estado de Río de Janeiro existen 2.000 puntos de ventas de productos para mascotas. con modelos y diseños cada vez más apropiados, para los usuarios estilistas de marcas Pet, afirma que cada uno posee un estilo diferente, una necesidad diferente.

Un grupo de estilistas d un Pet-Shop, en la provincia central de Hubei China, ofrecen un nuevo servicio artístico, que supera a toda la creatividad existente en mascotas.

Este grupo ofrece colorear algunos perros con diferentes colores completando todo un arco iris, después del tratamiento de belleza, los perros están listo para cualquier carnaval o evento dantesco.

6.4 INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

PET BELT es una empresa fundada por profesionales, dedicada a buscar el bienestar de nuestros clientes y sus mascotas por medio de la confección de fajas de tipo quirúrgico, que preserva el cuidado post operatorio de las mascotas, ofreciendo por medio de diseños ajustables a la anatomía y de materiales totalmente hipo alérgicos una recuperación, cicatrización y asepsia adecuada para nuestras mascotas.

6.5 ANÁLISIS DEL MARKETING MIX

Según Kotler, se entiende por mezcla del Marketing Mix, al conjunto de instrumentos tácticos controlables de la mercadotecnia, que la Empresa combina para producir la respuesta que quiere en el mercado meta. A continuación, relacionamos de qué manera influencia para FAJAS PET BEL la mezcla de las 4ps.

6.5.1 Producto

PET BELT es una faja de tipo quirúrgico, que preserva el cuidado post operatorio de las mascotas, ofreciendo por medio de diseños ajustables a la anatomía y de materiales totalmente hipo alérgicos una recuperación, cicatrización y asepsia adecuada para nuestras mascotas.

Elección de la marca: Pet Belt, se ha elegido este nombre dado que se pretende satisfacer el segmento del mercado de media-alta calidad, por lo tanto, fue un nombre que inspirará confianza, garantía y calidad.

Ofrece diseños propios sobre medidas, brindando excelente calidad y servicio a nuestro consumidor final.

Para los diseños propios sobre medidas, se les obsequiara un forro especial para guardar las fajas cuando ya no requiera su uso.

Las fajas irán empacadas en una bolsa en colores llamativos, con la marca Pet Belt para generará recordación en la mente de nuestros consumidores.

Para mayor satisfacción de los clientes, se brinda garantía del producto durante 3 meses.

Ver Anexo 2.

6.5.2 Plaza

Las Fajas Pet-Belt, estarán ubicadas en un establecimiento comercial en la ciudad de Bogotá, en el Centro Comercial CENTRO SUBA, este está ubicado en la localidad 11 de Suba. Esta localización se escogió estratégicamente ya que nuestro estrato socioeconómico objetivo se encuentra en el nivel 4,5 y 6

En Colombia el producto Pet-Belt, se podrá encontrar en clínicas veterinarias, tiendas exclusivas para cuidado de mascotas.

6.5.3 Precio

Según los resultados arrojados en la encuesta Pet-Belt, tiene un costo entre \$50.000 y \$80.000 dependiendo el tamaño y diseño personalizado (incluido IVA) al público. Para nuestros aliados hay un descuento del 25%.

El objetivo fundamental de la fijación de precios será orientado a las ventas, ya que se desea acrecentar el volumen de las ventas manteniendo y/o acrecentando su participación en el

mercado.

6.5.4 Promoción

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público. Nuestra política de promoción se trata de dar a conocer el producto por los siguientes medios:

- Publicidad por revistas: Se publicará en revistas de medicina para mascotas con el fin de promocionar el producto en cuanto al cuidado de procedimientos post-quirúrgicos.
- Promoción de ventas (Descuentos, promociones)
- Publicidad en el lugar de venta
- Internet: Crear la página web institucional donde las personas puedan conocer la empresa.
- Pendón: Se ubicarán en las campañas realizadas por las diferentes entidades en cuanto a la esterilización de mascotas.

7. PROYECCIÓN DE VENTAS

Se proyecta para el primer año que las ventas totales serán de \$100,000,000, para el segundo año \$210,000,000 y tercer año \$330,000,000, lo que refleja un incremento año tras año de un 52% en la producción

8. CONCLUSIONES

La realización de este proyecto ha sido de mucha utilidad para nuestra empresa PEL BELT ya que de esta manera logramos obtener datos de mucha importancia entre estos las necesidades que buscan los consumidores, se logró realizar un análisis financiero, un análisis al mercado que nos permitió identificar a quien se quiere dirigir el lanzamiento y los medios para llevar a cabo la campaña del producto.

Gracias a este proyecto y los datos con la información obtenida podemos observar las fortalezas y debilidades que tiene nuestro producto y la marca, las cuales debemos mejorar y sacar el mejor provecho ante otras marcas y otros productos en el mercado.

Para llevar a cabo el lanzamiento del producto tenemos que realzar las ventajas que obtuvimos del estudio.

- Tranquilidad para el dueño de la mascota
- Pronta recuperación
- Evitar infecciones
- Evitar retiro de puntos
- tranquilidad y comodidad para la mascota
- Excelente cicatrización
- Bajo costo en el mercado

Las fajas las podemos encontrar en diferentes tallas, colores y con logos estampados que permiten ser más agradables al consumidor, esto con el fin de estar al nivel del mercado.

la propuesta para el lanzamiento del producto fajas post quirúrgicas Pet Belt fue centrada fundamentalmente en dar a conocer las características, ventajas y beneficios que ofrece nuestro producto a todas aquellas personas que cuentan con una mascota en su familia y buscan el

bienestar y cuidado de ellas.

La motivación principal del desarrollo de este trabajo nos permitió observar que somos personas capaces y emprendedoras, responsables para llevar a cabo una investigación seria y de gran importancia como lo es la creación de un producto y una empresa.

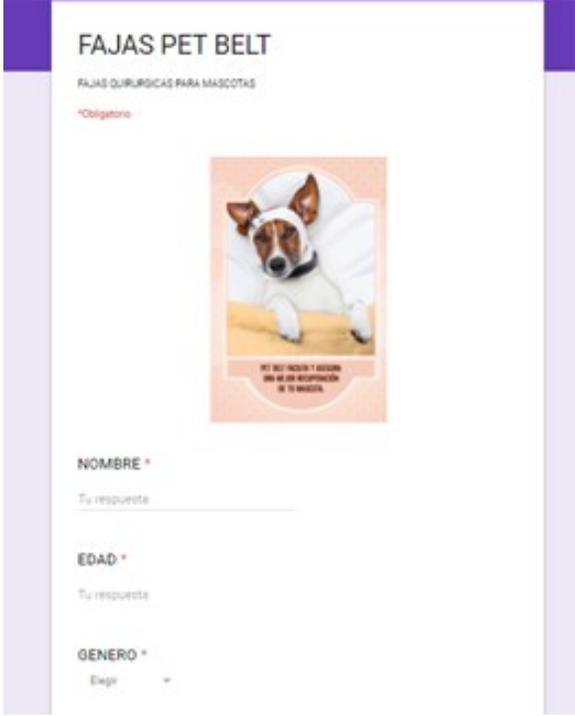
Del mismo modo nos queda nuestra satisfacción por haber dado nuestro mejor esfuerzo y compromiso de todo lo aprendido en el proceso de nuestra carrera.

9. ANEXOS

Anexo 1: Plantilla de la encuesta

La encuesta se encuentra en el siguiente link

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsG1keTmin_Nfdr8UFHfqAqEGNnQu7Qn_yjrr0za5qXtpL7Q/viewform?c=0&w=



The image shows a Google Form titled "FAJAS PET BELT" (Pet Belts). The subtitle is "FAJAS QUIRURGICAS PARA MASCOTAS" (Surgical Belts for Pets). A red asterisk indicates that the following field is mandatory. The form includes a central image of a dog wearing a white surgical belt. Below the image, there are three input fields: "NOMBRE *" (Name), "EDAD *" (Age), and "GENERO *" (Gender). The "NOMBRE" and "EDAD" fields have a placeholder text "Tu respuesta" and a horizontal line for input. The "GENERO" field is a dropdown menu with "Elegir" as the selected option.

¿Tiene mascota? *

- SI
 NO

¿Considera a su mascota como parte de la familia? *

- SI
 NO

Justifique su respuesta *

Tu respuesta

De 1 a 10 elija qué importancia le da a su mascota *

Elegir

¿Invertiría dinero para la protección de la salud de su mascota? *

- SI
 NO

¿Invierte productos en sus mascotas? *

- SI
 NO

¿Qué piensa de la esterilización de la mascota? *

Tu respuesta

¿Realizaría la esterilización de su mascota? *

- SI
 NO

¿Sabe cómo cuidar a su mascota después de la esterilización? *

- SI
 NO

¿Si existiera un producto post - quirúrgico para el cuidado de mascota lo compraría? *

- SI
 NO

¿Cuánto estaría de acuerdo en pagar por la faja post - quirúrgica? *

Elegir

¿Por cual medio usted preferiría hacer la compra del producto (faja post -quirúrgica)? *

Elegir

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

El formulario se creó en el interior de GDN. Denunciar abuso - Condiciones del servicio - Condiciones adicionales

Anexo 2:

Prototipo del producto



BIBLIOGRAFÍA

1. LEY 84 DEL 27 DE DICIEMBRE DE 1987 - Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo referente a su procedimiento y competencia.
2. BENASSINI, Marcela. Introducción a la Investigación de Mercados, Enfoque para América Latina 2A. ED. México: Pearson Educación, 2009.

CIBERGRAFÍA

1. [Mercado de mascotas crece, Colombia es cuarto en América Latina](#)
3. [Mercado de Mascotas en Colombia](#)