	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 1 de 7</b>

26.

<b>FECHA</b>	miércoles, 13 de junio de 2018
--------------	--------------------------------

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad


<b>UNIDAD REGIONAL</b>	Seccional Girardot
<b>TIPO DE DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Pregrado
<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Administración de Empresas

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
MENDOZA SOLANO	ROCIO DEL PILAR	1069177205

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 2 de 7</b>

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>
GODOY	JUAN ANDRES

<b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>
EVOLUCION Y PROYECCION DEL CASO DE EMPRENDIMIENTO MOMPETS GOURMET GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA DEL PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

<b>SUBTÍTULO</b> (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

<b>TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:</b> Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

<b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b>	<b>NÚMERO DE PÁGINAS</b>
2018	73

<b>DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS</b> (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
<b>ESPAÑOL</b>	<b>INGLÉS</b>
1. EMPRENDIMIENTO	ENTREPRENEURSHIP
2. REPOSTERIA CANINA	CANINE PASTRY
3. GALLETAS	COOKIES
4. MASCOTAS	PETS
5. CELEBRACION DE CUMPLEAÑOS	BIRTHDAY CELEBRATION
6. IDENTIFICACION CANINO	DOG IDENTIFICATION

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*





<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 3 de 7</b>

**RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS**  
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

MomPets Gourmet, es una idea que nace en la ciudad de Girardot Cundinamarca, con el fin de posicionar una nueva marca, para vender productos de alta calidad y servicios exclusivos con una excelente atención al cliente, promoviendo la capacitación del personal para garantizar el adecuado asesoramiento a los clientes en cuanto a nutrición, esparcimiento y cuidado de cada raza. Los productos que comercializamos deberán contar con altos estándares de calidad para garantizar el bienestar canino, contamos con productos como Helados de frutas, Helados de Proteínas, Galletas de Proteínas, Cupcake, Empanadas, Pizza y Torta de cumpleaños. También ofrecemos productos para la recreación como la piscina de pelotas y otros productos exclusivos de nuestra marca, y servicios innovadores como circuitos caninos, celebraciones de cumpleaños y fotografía canina. Por otro lado se quiere ser reconocido como una empresa innovadora en servicios y productos que se enfoca en el verdadero bienestar de las mascotas, promoviendo hábitos saludables, no solo para la mascota sino para su dueño también. También buscamos incentivar el cuidado del medio ambiente, promover la esterilización y la adopción.

MomPets Gourmet, is an idea that was born in the city of Girardot Cundinamarca, in order to position a new brand, to sell high quality products and exclusive services with excellent customer service, promoting staff training to ensure adequate advice to customers in terms of nutrition, recreation and care of each race. The products that we commercialize must have high quality standards to guarantee dog welfare, we have products such as fruit ice cream, protein ice cream, protein biscuits, cupcake, empanadas, pizza and birthday cake. We also offer products for recreation such as the pool of balls and other exclusive products of our brand, and innovative services such as canine circuits, birthday celebrations and dog photography. On the other hand, it wants to be recognized as an innovative print in services and products that focuses on the true welfare of pets, promoting healthy habits, not only for the pet but for its owner as well. We also seek to encourage the care of the environment, promote sterilization and adoption.

**AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN**

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2





<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 4 de 7</b>

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

<b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.		X
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.		X
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2





<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
	<b>PAGINA: 5 de 7</b>

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI \_\_\_ NO \_\_\_X\_.**

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**


Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 3</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2017-11-16</b>
		<b>PAGINA: 6 de 7</b>

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

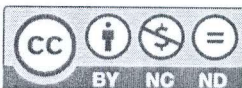
h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.





**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Evolución Y Proyección Del Caso De Emprendimiento Mompets Gourmet Gestado En La Universidad De Cundinamarca Del Programa Administración De Empresas.pdf	texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
MENDOZA SOLANO ROCIO DEL PILAR	

12.1.50

EVOLUCION Y PROYECCION DEL CASO DE EMPRENDIMIENTO MOMPETS GOURMET  
GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA DEL PROGRAMA ADMINISTRACION  
DE EMPRESAS

ROCIO DEL PILAR MENDOZA SOLANO

UNIVERSIDAD E CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GIRARDOT CUNDINAMARCA

2017



EVOLUCION Y PROYECCION DEL CASO DE EMPRENDIMIENTO MOMPETS GOURMET  
GESTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA DEL PROGRAMA ADMINISTRACION  
DE EMPRESAS

ROCIO DEL PILAR MENDOZA SOLANO

Proyecto de Emprendimiento para optar por el título Administradora de Empresas

DIRECTOR  
JUAN ANDRES GODOY

UNIVERSIDAD CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y CONTABLES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
GIRARDOT-CUNDINAMARCA

2017

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma de presidente del jurado

---

Firma del jurado



## **DEDICATORIA**

Le dedico este trabajo de grado a mi peluda Mara, que ha sido mi inspiración y el motor de mi corazón en todo lo que se ha logrado con MomPets, siempre fui una apasionada por los animales pero con ella aprendí cosas nuevas, aprendí que la mascota tiene un significado más a fondo, que lo que realmente son es familia, que ellos dan felicidad sin pedir algo a cambio, que nos ayudan a ser más responsables, mejoran nuestro estado de ánimo, gracias por ser la responsable de que este proyecto cobrara vida y el cual ha cambiado mi vida.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco principalmente a Dios, porque sin el en nuestras vidas nada sería posible, a mis padres Mauricio y Norma por su apoyo incondicional y su entrega constante en todo este proceso. Le agradezco a mi hija Camila Andrea por creer en mí y motivarme siempre a seguir adelante, a Fabián Mogollón por trabajar conmigo hombro a hombro logrando que nuestra empresa cada día sea mejor, a mi tía Marleny por apoyarme, a mis profesores, quienes fueron nuestros mentores en toda nuestra carrera, quienes nos dieron las bases necesarias para emprender este proyecto de vida.



## CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN.....	11
INTRODUCCION.....	12
1. ANTECEDENTES.....	13
2. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	14
2.1 Planteamiento del problema.....	15
3. JUSTIFICACION.....	16
4. OBJETIVOS.....	17
4.1 Objetivo general.....	17
4.2 Objetivos específicos.....	17
5. DISEÑO METODOLOGICO.....	18
5.1 Tipo de investigación.....	18
6. MARCO TEORICO.....	26
7. MARCO CONCEPTUAL.....	29
8. RESUMEN EJECUTIVO .....	30
9. MARCO LEGAL EMPRESA.....	31
9.1 Formación comercial.....	31
9.2 Matricula en el registro mercantil.....	31
10. MARCO GEOGRAFICO.....	32
11. DIFERENCIACION O VENTAJA COMPETITIVA.....	33
12. MISION DE LA EMPRESA.....	33
13. VISION DE LA EMPRESA.....	33
14. PLAN DE MERCADEO.....	34
14.1 El producto (producto líder).....	34
14.2 Características del producto.....	34
14.3 Ventajas comparativas o competitivas.....	35
14.4 Nombre de la empresa y del producto.....	35

14.5 El empaque.....	36
14.6 Análisis de mercado.....	37
14.7 Evaluación del macro entorno.....	37
14.8 Ciclo de vida del producto.....	37
14.9 Estrategias de promoción.....	38
14.10 Introducción (expectativa/informar).....	38
15. PIEZAS PUBLICITARIAS.....	39
15.1 Crecimiento (lanzamiento/persuadir).....	40
14.2 Tips en medios sociales.....	41
15.3 Alianzas con veterinarias.....	41
15.4 Estrategia de comunicación.....	41
16. LOGISTICA.....	42
16.1 Almacenamiento.....	42
16.2 Manejo de inventarios.....	42
16.3 Prueba de nuestros productos.....	42
17. NUESTRAS PIEZAS PUBLICITARIAS.....	43
18. ESQUEMA DE DISTRIBUCION DE LA EMPRESA.....	44
19 OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA EMPRESA.....	45
20. GRUPO EMPRENDEDOR.....	46
20.1 Funciones dentro de la empresa.....	47
21. NUESTROS PRODCUTOS.....	48
22 ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL.....	51
22.1 Análisis económico.....	51
22.2 Análisis tecnológico.....	51
22.3 Análisis socio-cultural.....	52
22.4 Necesidad de capital.....	52
22.5 Proveedores.....	53
22.6 Segmentación.....	54
22.7 Distribución.....	54
22.8 Maquinaria y equipo.....	55



22.9 Aspecto organizacional.....	56
22.10 Estructura organizacional.....	56
22.11 Áreas de la empresa.....	56
22.12 Manual de funciones.....	56
22.13 Funciones gerente administrativa.....	56
22.14 Manual de funciones asesor.....	57
23. COMPARACION DE EMPRESA CON OTRAS.....	58
24. CANVAS ESQUEMATICO.....	59
24.1 Canvas.....	59
24.2 Canvas continuación.....	60
25. ANALISIS DE LA CADENA PRODUCTIVA.....	61
26. MAPA DE LA EMPATIA.....	62
27. ANALISIS FINANCIERO.....	63
27.1 Gastos pre – operativos.....	63
27.2 Inventario inicial MomPets.....	64
27.3 Inventario stock.....	64
27.4 Capital de trabajo.....	65
27.5 Plan inversión.....	65
27.6 Gastos administrativos.....	66
28. ANALISIS IMPACTO.....	67
29. CONCLUSIONES.....	68
30. BIBLIOGRAFIA.....	69
31. ANEXO ENCUESTA.....	71
32. ANEXO EXAMEN MEDICO DE LA CATADORA.....	72

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Genero.....	19
Figura 2. Edad.....	19
Figura 3. Estrato.....	20
Figura 4. Tiene mascota.....	20
Figura 5. Que mascota tiene.....	21
Figura 6. Sabia de la existencia de MomPets Gourmet.....	21
Figura 7. Esta de acuerdo con la celebración de cumpleaños.....	22
Figura 8. Cuando está dispuesto a gastar en su mascota.....	22
Figura 9. Sabía usted de la comida artesanal para mascotas.....	23
Figura 10. Acostumbra a darle snacks a su mascota.....	23
Figura 11. Le gustaría tener más información acerca de nosotros.....	24
Figura 12. Mapa para llegar a MomPets.....	32
Figura 13. Logo símbolo.....	35
Figura 14. Empaque.....	36
Figura 15. Ciclo de vida del producto.....	37
Figura 16. Publicidad Doguiseta.....	39
Figura 17. Portada catalogo.....	39
Figura 18. Imagen stand.....	40
Figura 19. Almanaque 2017.....	41
Figura 20. Almanaque 2018.....	41
Figura 21. Stand publicitario.....	43
Figura 22. Tropezón y pendón.....	43
Figura 23. Plano.....	44
Figura 24. Invitación y gorros M.....	48
Figura 25. Invitación y gorros H.....	48
Figura 26. Torta de cumpleaños.....	48



Figura 27. Galletas por unidad.....	48
Figura 28. Cupcake de proteínas.....	49
Figura 29. Pizza.....	49
Figura 30. Stand de caja de galletas.....	49
Figura 31. Combo de cumpleaños.....	49
Figura 32. Helados.....	50
Figura 33. Celebración de cumpleaños.....	50
Figura 34. Celebración de cumpleaños.....	50
Figura 35. Grafica mascotas.....	51
Figura 36. Antes y después MomPets Gourmet.....	53
Figura 37. Alianza Spei Domus.....	54
Figura 38. Estructura organizacional.....	56
Figura 39. Cadena de distribución.....	61

## **RESUMEN**

Este documento contiene el desarrollo de la empresa MomPets Gourmet, una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos y servicios para mascotas en la ciudad de Girardot Cundinamarca. Está basado en la metodología definida por la Universidad de Cundinamarca, que incluyen los siguientes módulos: introducción, investigación de mercados, análisis técnico operativo entre otros. También encontramos los avances que ha tenido la empresa desde su nacimiento hasta el día de hoy.

## INTRODUCCION

En el mundo donde vivimos ahora las mascotas han marcado mucho la forma en que convivimos, desde la forma en comunicarnos hasta la forma de actuar. En la búsqueda de resolver esa gran afectación que sentimos hacia nuestras mascotas, hemos realizado este trabajo de emprendimiento. Es una nueva forma de brindar y recompensar a nuestras mascotas el afecto y amor que sentimos por ellas a través de nuestros productos o servicios.

Más allá de todo este amor algunas personas lo hacen con otro sentido, el sentido de la moda, cuando compran un producto o servicio están buscando la forma de diferenciarse al resto de personas, la moda ha tomado un giro a los productos artesanales. Uno de aquellos productos que satisfacen la necesidad de protección, que ha evolucionado a mediados del siglo XXI.

Debido a lo anterior este trabajo busca aprovechar estas dos situaciones del mundo moderno y aplicar una solución orientada al mercado, la solución planteada es por medio de nuestro plan de marketing dar a conocer a toda la ciudad de Girardot nuestros productos y servicios, no solo sabiendo que como empresa brindamos momentos únicos sino que creando conciencia en nuestra comunidad.

La evolución y proyección del caso de emprendimiento MomPets Gourmet, sirve para fomentar el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Girardot, estableciendo como finalidad contribuir a la productividad económica.



## 1. ANTECEDENTES

La empresa MomPets Gourmet realizó un estudio de investigación en la alimentación de productos naturales para las mascotas, para saber qué alimentos eran favorables para su salud y contribuyan en su dieta como un suplemento alimenticio, se realizaron cursos de repostería Canina y Felina para los procedimientos y manipulación que se realiza con los ingredientes; se trabajó en todo ello con veterinarios especializados en Zootecnia para mayor factibilidad en el procedimiento, se llevaron a cabo unas pruebas con perros y gatos bajo la supervisión de veterinarios expertos, se crearon varias recetas de acuerdo al tipo de animal y patología que existen en cada uno, obteniendo así un producto artesanal y saludable dirigido a cada nicho de mercado, dando lugar al inicio de esta empresa el día 29 de Septiembre del 2016 hasta la fecha, teniendo la vivencia de diferentes experiencias como eventos, fiestas y acompañamientos para dar a conocer a la comunidad de nuestros productos y servicios; ofreciendo hasta el momento: tortas de cumpleaños, galletas, gelatinas, helados, cupcake y bolas de proteínas; de esta misma forma hemos dado lugar a otros servicios como identificaciones para mascotas, PetShop y productos personalizados en ilustraciones con forma de caricatura, con nuestra labor hemos logrado culturizar a la comunidad de Girardot y sus alrededores logrando así tener un buen reconocimiento por parte de nuestra ciudad, tanto así que turistas nos han buscado para consentir a su mascota y pasar un tiempo agradable en nuestro establecimiento creado especialmente para ellos, nuestros peludos.

## 2. FORMULACION DEL PROBLEMA

Hoy en día existen muchas personas que han adoptado una o más mascotas como miembros de su familia, y cada vez son más las personas que se unen a esta tendencia. Estas personas suelen invertir cifras de dinero en productos y servicios para garantizar el bienestar de su mascotas, sin embargo encontramos que no había un sitio donde se pueda compartir de un momento agradable con la mascota y consentir con pasa bocas que sean de buen gusto para ellos, que normalmente se compraban galletas u otros snack en sitios como supermercados de cadena que no permiten el ingreso de ellos, también encontramos que se puede realizar compra de productos en la veterinaria pero eran pasa bocas no muy agradables para ellos debido a que son artificiales.

Debido a esta razón se quiso crear un sitio para el humano y su mascota donde puedan compartir de un espacio adecuado para ellos en tanto a la seguridad y a los snack saludables y llenos de sabor natural. Esta idea de negocio busca satisfacer la necesidad que surge gracias a los cambios de los nuevos estilos de vida, gustos y preferencias de las personas.

## 2.1 Planteamiento del Problema

El plan de negocio que se realizará tiene como fin analizar la implementación de una estrategia para producción y comercialización de los productos y servicios de MomPets Gourmet en la ciudad de Girardot y sus alrededores, Esto después de analizar como el producto se ha desarrollado desde su creación por DOWOLF, ellos iniciaron con este nuevo modelo de negocio que conocemos hoy en día en más de 30 ciudades, siempre buscando tratar de mejorar el producto e innovando en todos los aspectos.

Desde el inicio de la producción los productos han cambiado, debido a que siempre se ha buscado obtener la creación de un nuevo producto que sea artesanal, saludable y lo más importante que sea del agrado de nuestras mascotas.

La idea de negocio consiste en comercializar productos especializados para perros y gatos, ofreciendo servicios novedosos y atractivos hacia la vista de las personas que adoran su mascota y lo mejor de alta calidad que contribuyen positivamente a su bienestar y cuidado.

Con lo anterior es necesario responder la siguiente pregunta:

¿Introduciendo un nuevo modelo de producción y comercialización, será posible que se genere el espacio para una nueva empresa en el sector de la repostería canina y felina?



### 3. JUSTIFICACION

En el municipio de Girardot, Cundinamarca; se puede ver qué hay una gran afluencia de personas que van con fines de la humanización de las mascotas, proviniendo la alimentación adecuada y a todo lo que con lleva ofreciendo felicidad y bienestar al núcleo familiar. Quisimos informarnos más sobre el tema y leímos unos estudios que se realizaron por parte de la Universidad de Ohio (Estados Unidos), donde los investigadores concluyeron que los animales de compañía producen beneficios psicológicos y físicos en sus dueños y son una fuente importante de apoyo social. Otro estudio realizado por la Universidad de Australia Occidental mediante una encuesta, indicó que más del 70% de las personas que poseen mascotas señalaron que nunca o muy rara vez se sienten solos. Por medio de estas investigaciones concluimos que hoy en día las mascotas son seres que ayudan a reducir los niveles de estrés, dan notificación para realizar ejercicio físico, disminuyen la presión arterial, dan más posibilidades de sobrevivir después de sufrir un ataque cardiaco, una pérdida de un ser querido o una decepción amorosa y los niños tienden a ser más responsables, disciplinados, compasivos y generosos; también cuando crecen con una mascota tienden a enfermarse menos.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 OBJETIVO GENERAL**

- Crear una estrategia de marketing para la comercialización de los productos de la empresa MomPets Gourmet, que garantice su crecimiento, sostenibilidad y competitividad logrando así que sea una empresa rentable, escalable y repetible.

### **4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Entender las características principales del producto, su historia, desarrollo, los comportamientos de compra, los influenciadores en la toma de la decisión en el momento de adquirir el producto o servicio.
- Identificar la aceptación que tiene en la ciudad de Girardot, esto con el fin de identificar el segmento en el que tiene mayor aceptación
- Determinar las estrategias de comercialización definiendo los canales a utilizar a nivel local, regional y nacional
- Determinar la inversión en recursos financieros que se necesitan.

## **5. DISEÑO METODOLOGICO**

### **5.1 TIPO DE INVESTIGACION**

El tipo de investigación con el cual se llevó a cabo este proyecto es descriptivo; mediante encuestas se pretende conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa y su atención referente al ámbito laboral, económico y social, para ello se realizó una encuesta física y las otras encuestas fueron realizadas por medio de redes sociales, para llegar a más personas; a continuación encontraremos el anexo de la encuesta realizada física y su respectiva tabulación.

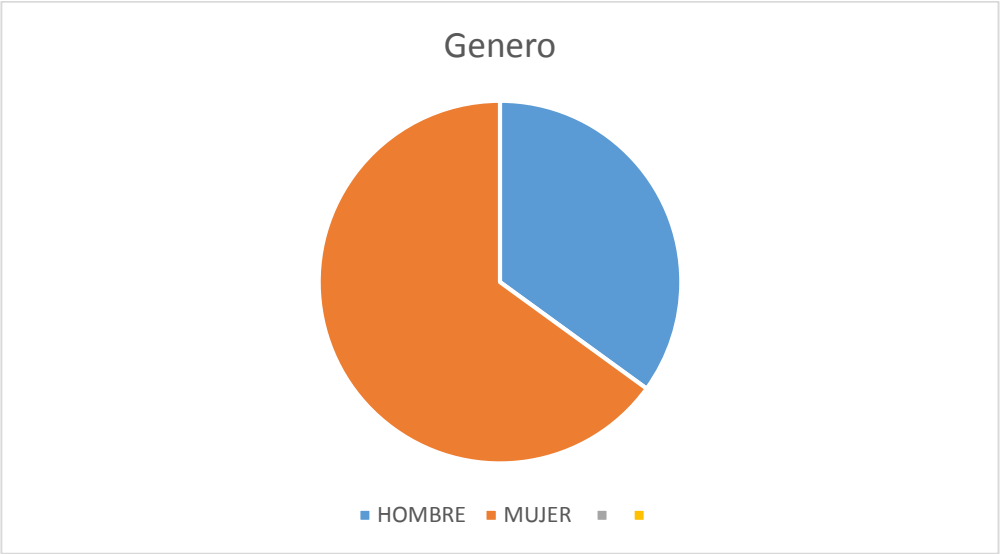
A partir del resultado de estos recursos se comenzaran a diseñar las estrategias pertinentes para dar a conocer más este nuevo mercado.

A continuación se mostraran los resultados de la encuesta realizada para detallar la información solicitada por parte de MomPets Gourmet, se realizaron 100 encuestas para calcular la información del presente proyecto



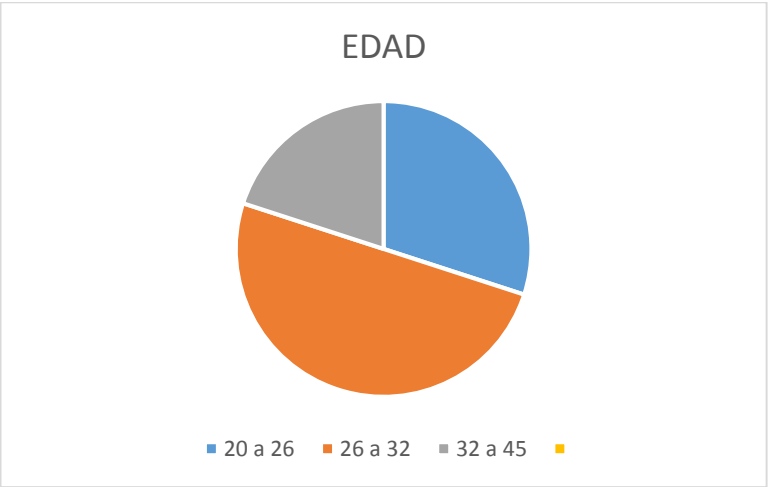
**Figura 1. Genero**

- 1. Género (100 respuestas)  
35% Hombres  
65% Mujeres



**Figura 2. Edad**

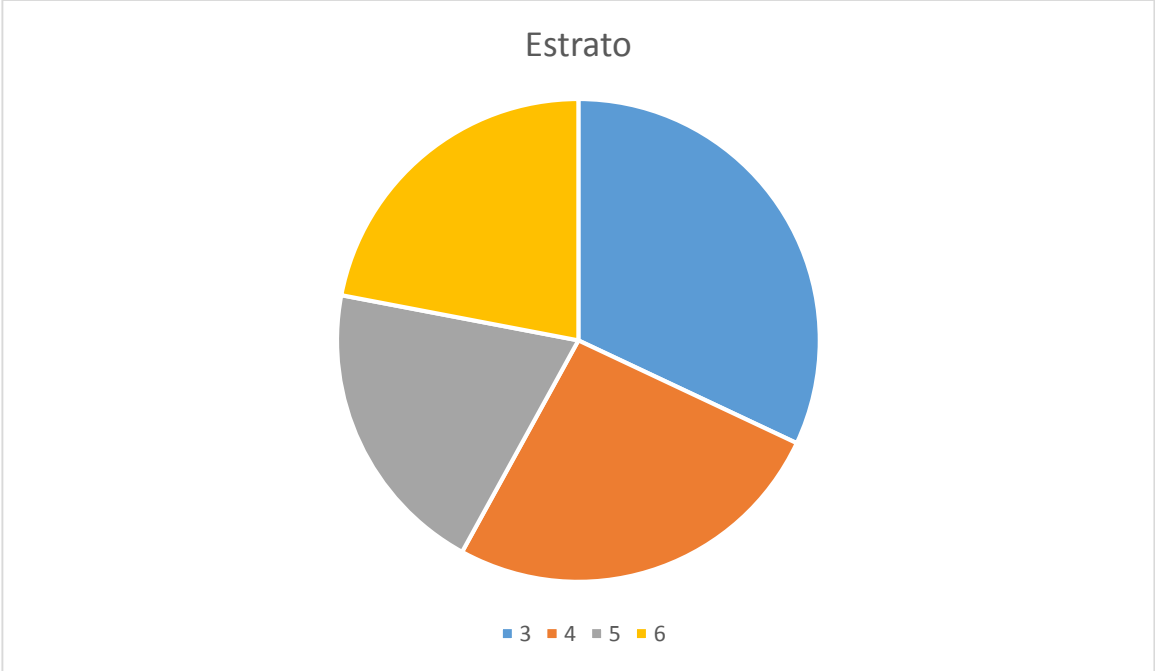
- 2. Edad (100 respuestas)



**Figura 3 Estrato**

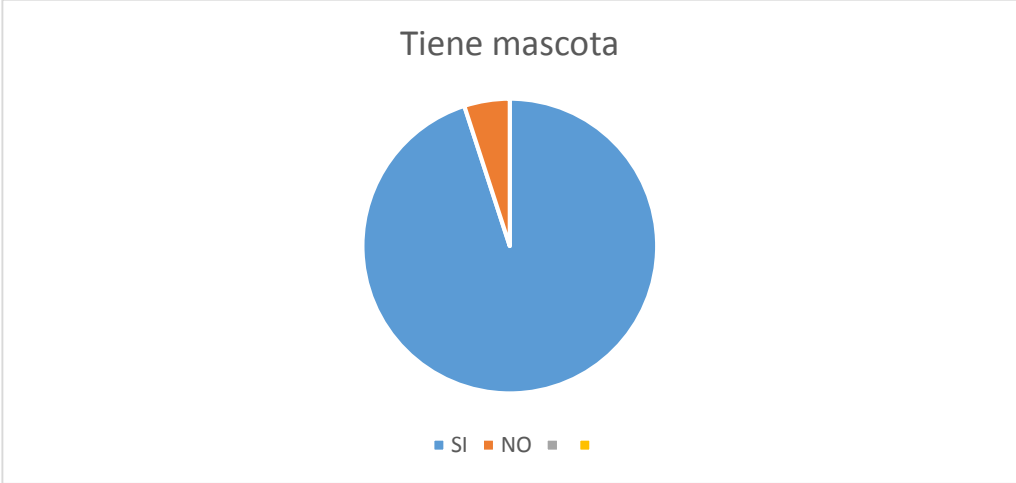
**3. Estrato (100 respuestas)**

3	32%	5	20 %
4	26%	6	22%



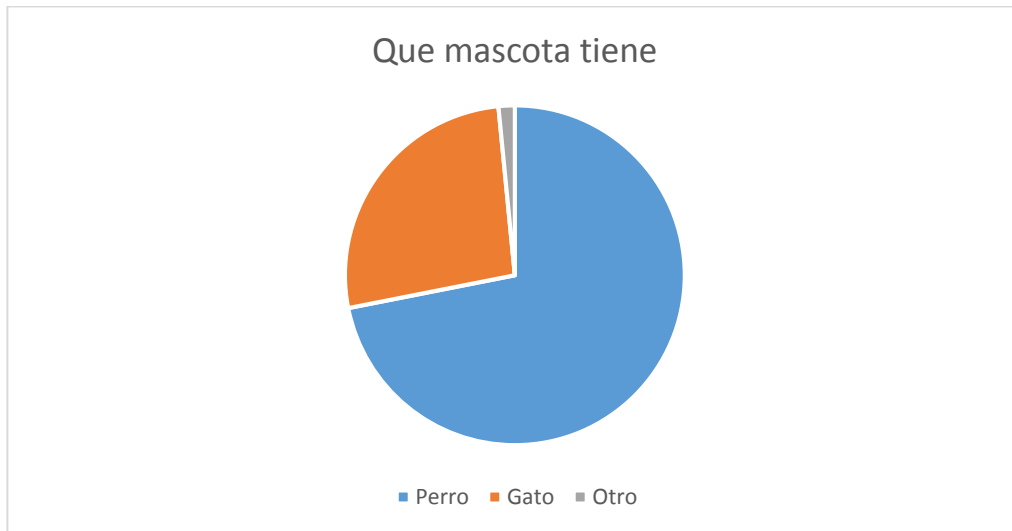
**Figura 4 Tiene Mascota**

**4. Tiene Mascota (100 respuestas)**



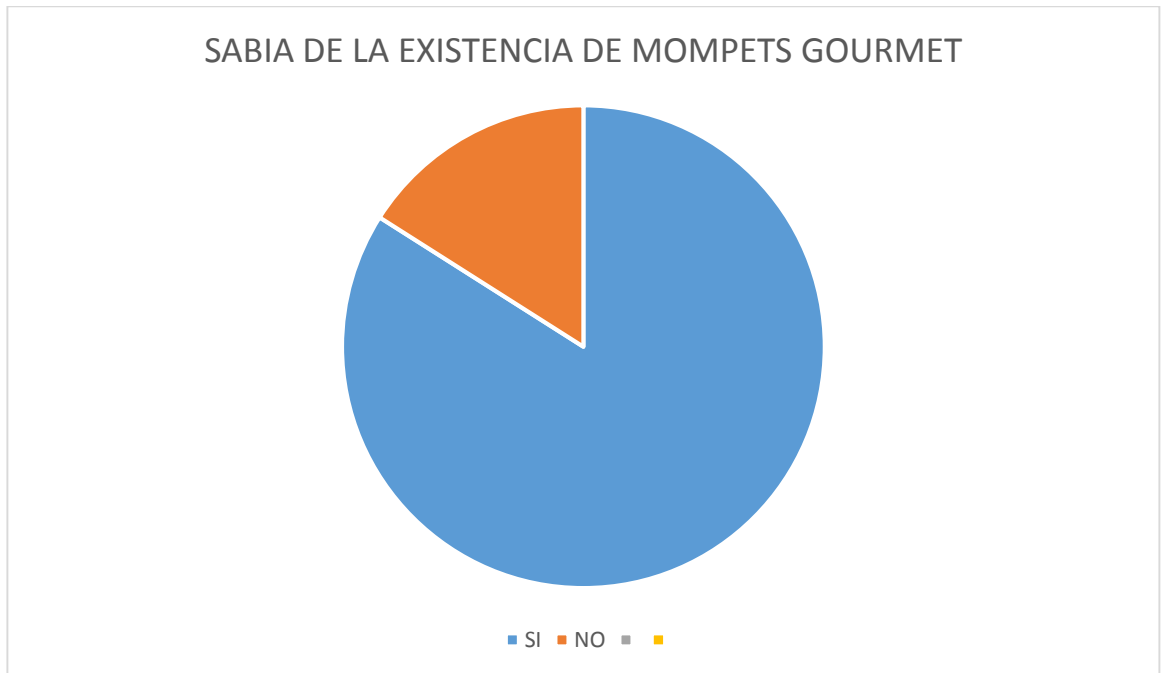
**Figura 5 Que mascota tiene?**

5. Que mascota tiene (100 respuestas)



**Figura 6 Sabia de la existencia de MomPets Gourmet?**

6. Sabia de la existencia de MomPets Gourmet (100 respuestas)



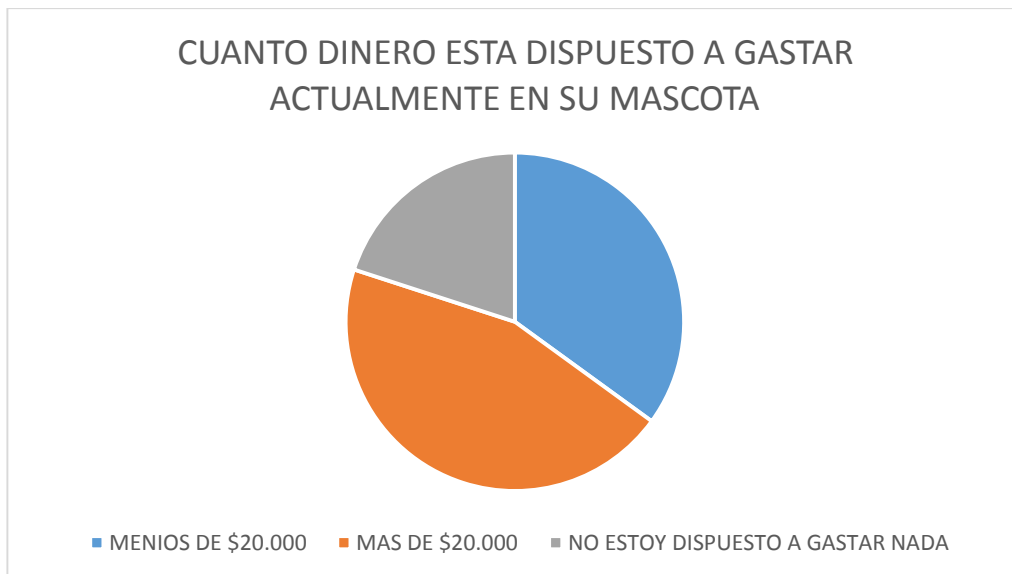
**Figura 7 Esta de acuerdo con la celebración de cumpleaños para mascotas?**

7. Esta de acuerdo con celebrar el cumpleaños a su mascota?



**Figura 8 Cuanto está dispuesto a gastar en su mascota**

8. Cuánto dinero está dispuesto a gastar en su mascota?





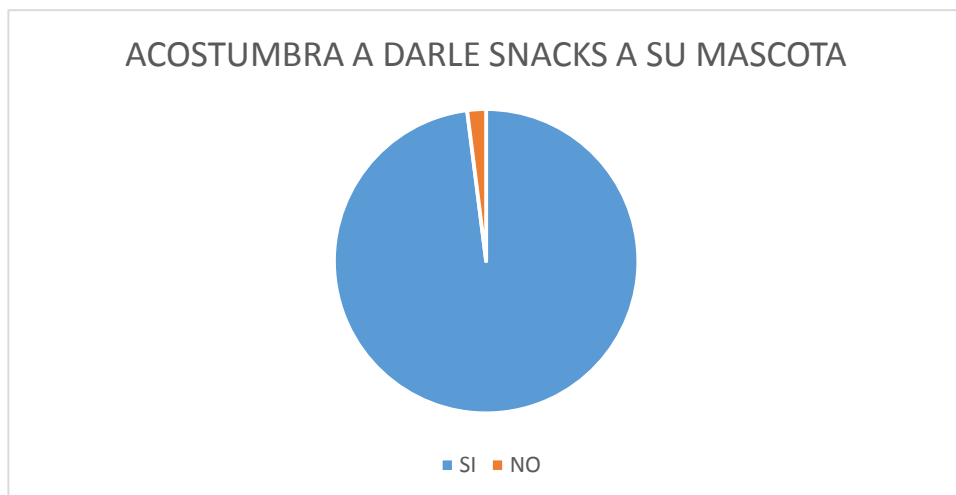
**FIGURA 9 SABIA USTED DE LA COMIDA ARTESANAL PARA MASCOTA**

9. Sabía usted de la comida artesanal para mascota



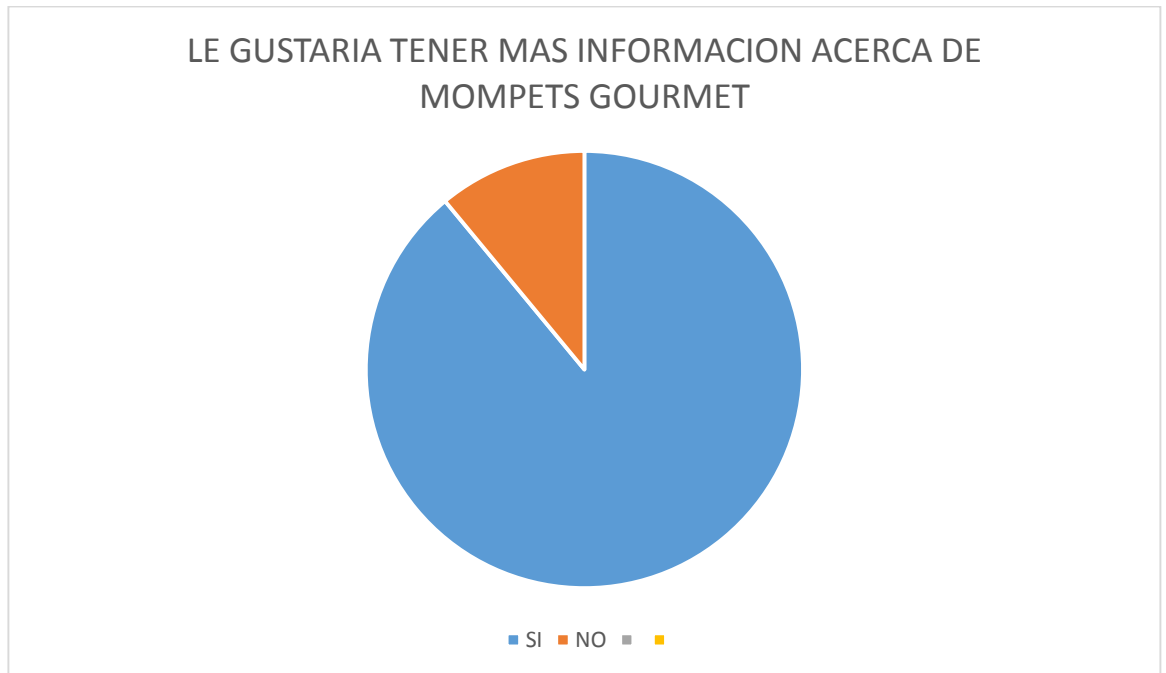
**Figura 10 Acostumbra a darle snack a su mascota**

10. Acostumbra a darle snack a su mascota



**Figura 11 Le gustaría tener más información acerca de MomPets Gourmet**

**11. Le gustaría tener más información**



**CONCLUSIONES:** Se realizaron 100 encuestas en diferentes veterinarias de la ciudad de Girardot, los resultados arrojan que los encuestados fueron en su mayoría mujeres con un resultado de 65% por otro lado se encontró que las edades en que se encuentran estas personas esta entre los 20 y 45 años, los estratos más relevantes en la encuesta son el 3, 4 y 5. Continuo a esto hallamos que la mayoría de estas personas tienen como mascota un perro, que el 16% no saben acerca de nosotros y un 76% está de acuerdo en celebrarle el cumpleaños a su mascota debido a que lo ven como un agradecimiento a todo el afecto que

ellos le brindan es como una forma de pago a tanto amor, el 45% está dispuesto a pagar más \$20.000 en productos para consentir a su mascota y que más de la mitad ya sabía de la existencia de la comida artesanal para ellos debido a que han visto que es algo novedoso y han notado el cambio del perro al no querer comer concentrado todos los días, el 98% está acostumbrado a darle snack a su mascota debido a que lo usan como premio o en forma de educar o adiestrar a la mascota para un mejor comportamiento, también lo manejan en forma de consentir, al 89% de los encuestados quieren obtener más información acerca de nosotros, para estar pendiente de las actividades promociones o descuentos que realicemos.

## 6. MARCO TEORICO

Disfrutar de este proyecto fue romper ese gran paradigma de que emprendo pero no vendo; porque si se quiere ser emprendedor se debe ser un buen vendedor,<sup>1</sup> Y dejar de esperar a que alguien proporcione un mapa en el camino y comenzar a dibujarlo tu mismo<sup>2</sup>, MomPets Gourmet es la primera venta con inspiración y apasionamiento, es un sueño de emprendimiento donde se vende a la mente humana no a la gente; porque comunica las pocas cosas que quiere escuchar la mente humana y juega con la aplicación de las técnicas científicas de Retroventa para satisfacer las necesidades<sup>3</sup> de un núcleo familiar y es ahí donde MomPets Gourmet incrementa la calidad de vida reinventando la necesidad, mejorando el producto y creando nuevas historias de vida.

La solidez de la creación de este proyecto se fundamentó en la teoría del estudio del consumidor “Arellano, R (2002)” lineamiento para la construcción de un plan de negocio “J. MARSHALL” Neuromarketing<sup>4</sup>, uso de las redes sociales para mercadear; con el fin de reconstruir el concepto del cuidado de la mascota ofreciendo en el mercado un producto novedoso, el cual a partir de una receta natural para repostería canina, sumado al estudio de buenas prácticas o ejemplos en Colombia como la empresa “Pete Gourmet”, incursiona a MomPets en el mercadeo de galletas artesanales, logrando reconocimiento al traer un valor enriquecedor y nutritivo en el cuidado y bienestar de la mascota.

El proyecto MomPets Gourmet conjugo la idea de una receta natural en repostería canina que cuenta con la aprobación de una resolución del ICA para productores de alimentos para animales en Colombia, como es Pet Gourmet, con una receta alternativa, también natural pero con una dieta artesanal,<sup>5</sup> bajo la supervisión de la Nataly Parra, médica veterinaria de la Universidad de la Salle, con quién se busca constantemente mejorar el producto, realizando seguimiento a los



estándares de calidad (Deming<sup>6</sup>), a través de un permanente contacto con el consumidor y pruebas de laboratorio en uno de los consumidores habituales; para garantizar que este tipo de recetas no son menos saludables, legales, comerciales, funcionales, prácticas y rentables, generando el valor agregado de la confianza para que como marca MomPets Gourmet logre la aceptación y reconocimiento de los Girardoteños y en sus alrededores, y así progresivamente en 3 años pudiera tener los resultados económicos y sociales esperados de su visión y objetivos corporativos; y mantener una propuesta de valor<sup>6</sup> que se inspira en el cuidado de la mascota, para beneficiar a la familia reinventando los productos de repostería artesanal para perros y gatos.

### **Nuevas alternativas para alimentar a su mascota saludablemente**

Según Arellano, R; la compra es “aquella actividad interna o externa del individuo o grupo de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”<sup>7</sup>; esto define el comportamiento del consumidor por buscar, comprar y utilizar los productos y servicios que consideran van a satisfacer su necesidad, según expresa este mismo autor, así las cosas, en una comunidad como lo es la ciudad de Girardot, ¿qué motivará a las personas a realizar la compra de las galletas artesanales? ¿Qué ocurre en la mente de la persona durante el proceso de decisión de compra?, pues se hizo un diagnóstico del conocimiento de la venta de este tipo de productos, y en esta observación en la que participaron algunos veterinarios, se concluyó que: “la repostería canina y felina era un boom en otras ciudades como Bogotá, Cali y Medellín; y que en Girardot no se tenía aquella cultura para la compra de este producto”<sup>8</sup>; según fuentes de esta observación, además pudo determinarse con la información suministrada por los veterinarios de esta ciudad que “este modelo de negocio era un concepto ambiguo, y que por desconocerlo podía ser poco aceptado”<sup>9</sup>; pues “todo lo que se ignora se desprecia” (Antonio Marchado)

Entonces, es aquí donde MomPets Gourmet materializa su iniciativa frente al negocio, ya que “un emprendedor ve oportunidades allá donde otros sólo ven problemas”.<sup>10</sup> y plantea la primera estrategia de ventas, situando al cliente en el proceso demostración, un paso de la venta consultiva,<sup>11</sup> donde su intención es enamorar al cliente practicando los tres tips de neuroventa que expone (Jurgen Klaric) 1.) Si no sabes vender, no sabes emprender cuando estés con el cliente siempre indica su nombre maneja un verbo y colócalo en la situación que tú quieres 2.) Quitarse los lentes 3.) No es lo mismo vender a una mujer que a un hombre, práctica que se traduce en saber comunicar esas pocas cosas que quiere escuchar la mente humana.

Por ello con disciplina, dedicación y motivación se trabajó en vender la idea de nuevas alternativas para alimentar a su mascota saludablemente, teniendo la vivencia de nuestras experiencias con nuestros clientes ofreciendo nuevos productos y servicios.

### **MomPets Gourmet como un “Plan de Negocio”**

Según el significado de sofisma, es el razonamiento incorrecto que aparenta ser correcto, tenemos el ejemplo de que se debe tener plata para tener un negocio; en realidad para crear empresa se debe tener las ganas de emprender; el plan de negocios es el elemento clave para un negocio exitoso y a menudo es ignorado<sup>12</sup> nos realizamos la pregunta ¿Para qué hacer un plan de negocios? Nos será útil para muchas razones; como: definir y enfocar nuestro objetivo usando la información y análisis apropiado, su puede usar como una herramienta de venta para relaciones comerciales importantes.

Jurgen Klaric. Como venderle a la mente y no a la genre.<sup>1</sup>

Hazlo Seth Godin. Libro de Emprendimiento <sup>2</sup>

Jurgen Klaric. 3 Tips de Neuroventas <sup>3</sup>

<http://www.puomarketing.com/44/18130/claves-neuromarketing-para-conquistar-consumidor.html><sup>4</sup>

<http://www.petgourmet.com.co/><sup>5</sup>

Giovanni Quijano. Conferencista y experto en marketing<sup>6</sup>

Antonio Marchado Ruiz. Poeta español<sup>7</sup>

<https://www.scu.edu/mobi/espanol/2-el-plan-de-negocios/><sup>8</sup>

## 7. MARCO CONCEPTUAL

**Perro Domestico:** El perro fue el primer animal en ser domesticado. Ha acompañado al ser humano durante unos 10.000 años. Algunos científicos afirman que todos los perros, tanto domésticos como salvajes, tiene un antepasado común en el pequeño lobo del sudeste asiático.<sup>13</sup>

**Bienestar Canino:** La palabra bienestar hace referencia a una completa satisfacción de las necesidades biológicas, psicológicas y sociales de un individuo. Los perros no son la excepción, ya que como nosotros y como cualquier otro ser vivo, son seres integrales conformados por una mente, un cuerpo y un alma.<sup>14</sup>

**Animal Doméstico:** Los animales domésticos son pequeños o grandes animales que pueden llegar a ser domésticos por el hombre y, por tanto, convivir con ellos. Cuando pensamos en animales domésticos lo hacemos en perros, gatos, etc.<sup>15</sup>

**Alimentación Canina:** La alimentación canina comienza desde el agua que toman los perros hasta el alimento procesado que se les da de comer. Un perro bien alimentado será un perro que podrá crecer sano y hacerle frente a las enfermedades que pudieran quejarlo. Para que una alimentación canina sea balanceada, debe contar con una variedad de nutrientes en su dieta <sup>16</sup>

<https://www.nationalgeographic.es/animales/perro-domestico><sup>9</sup>

<https://paraperros.mx.wordpress.com/2017/03/17/que-es-bienestar-canino/><sup>10</sup>

<https://www.anipedia.net/mundo-animal/animales-domesticos/><sup>11</sup>

<https://www.dogalize.com/es/2017/01/alimentacion-canina-dieta-canina/><sup>12</sup>

## 8. RESUMEN EJECUTIVO

**MomPets Gourmet**, es una idea que nace en la ciudad de Girardot Cundinamarca, con el fin de posicionar una nueva marca, para vender productos de alta calidad y servicios exclusivos con una excelente atención al cliente, promoviendo la capacitación del personal para garantizar el adecuado asesoramiento a los clientes en cuanto a nutrición, esparcimiento y cuidado de cada raza. Los productos que comercializamos deberán contar con altos estándares de calidad para garantizar el bienestar canino, contamos con productos como Helados de frutas, Helados de Proteínas, Galletas de Proteínas, Cupcake, Empanadas, Pizza y Torta de cumpleaños. También ofrecemos productos para la recreación como la piscina de pelotas y otros productos exclusivos de nuestra marca, y servicios innovadores como circuitos caninos, celebraciones de cumpleaños y fotografía canina. Por otro lado se quiere ser reconocido como una empresa innovadora en servicios y productos que se enfoca en el verdadero bienestar de las mascotas, promoviendo hábitos saludables, no solo para la mascota sino para su dueño también. También buscamos incentivar el cuidado del medio ambiente, promover la esterilización y la adopción.

## 9. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

Para la constitución y formalización de la empresa MomPets Gourmet, en Girardot se cumplió con una serie de requisitos básicos para lograr el buen funcionamiento de acuerdo con las normas existentes para este afecto en el país

### 9.1 FORMACION COMERCIAL

La empresa fue constituida como régimen simplificado de pequeña empresa, inscrita en la cámara de comercio desde el 10 de Octubre de 2016, ubicado en la ciudad de Girardot. Dentro de la cual se refiere cumplir con los requisitos de la matrícula.

### 9.2 MATRICULA EN EL REGISTRO MERCANTIL

**Nombre o Razón Social:** MomPets Gourmet

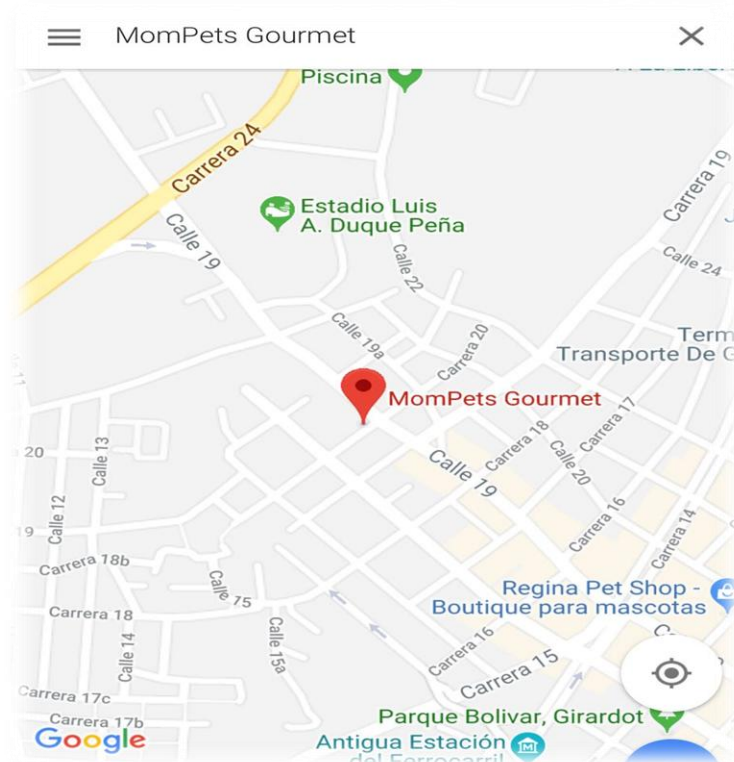
**Objeto Social:** Producción y comercialización de productos alimenticios para mascotas

**Representante Legal:** Rocio Del Pilar Mendoza Solano

**Aportes de Capital:** El aporte inicial fue de \$1.300.000



## 10. MARCO GEOGRAFICO



**Figura 12** MAPA PARA LLEGAR A MOMPETS

Estamos ubicados en Girardot, Cundinamarca, en Colombia.

Nuestra oficina se encuentra localizada en la Cra 20 No. 18-81 Barrio La Estación. Decidimos iniciar labores en este sector debido al estudio que realizamos de localización en el momento de la búsqueda de nuestro punto de venta directo, debido a que este local cumplían con todos lo necesario para la adecuación, ambientación y seguridad de nuestras mascotas.

Considerando siempre el objetivo de extendernos a nivel nacional e internacional

## **11. DIFERENCIACION O VENTAJA COMPETITIVA**

La empresa MomPets Gourmet busca entrar a un mercado en Colombia que aunque es nuevo ya tiene bastante afluencia por personas que al igual que nosotros han decidido emprender en este ámbito, pero nuestra ventaja es que no solo nos quedamos en la innovación de una repostería sino que seguimos avanzando en el lanzamiento de nuevos productos y en capacitarnos constantemente en los alimentos y recetas, esta sería la primera empresa de la ciudad que ofrece los productos y servicios, también tratamos de estar informados del comportamiento de otras reposterías.

## **12. MISION DE LA EMPRESA**

Somos una empresa innovadora en repostería, producimos y comercializamos productos artesanales como tortas, galletas, cupcakes, empanadas, pizza, helado, gelatinas; para caninos y felinos.

También producimos y comercializamos otros productos exclusivos de nuestra marca MomPets, buscando satisfacer la necesidad afectiva de las personas por sus mascotas, proporcionándoles nuestros productos y servicios para consentirles y premiarles

## **13. VISION DE LA EMPRESA**

Ser la empresa líder en repostería Canina y Felina; y demás productos de nuestra marca en la región y sus alrededores, actualizarnos constantemente de manera eficaz y responsable en el trabajo, todo nuestro equipo de trabajo deberán ser personas con perfil de emprendedor

## **14. PLAN DE MERCADEO**

### **MARKETING MIX**

#### **14.1 El Producto (Nuestro producto líder)**

La galleta hace parte de la canasta familiar de la familia, debido a que siempre se ha tenido la costumbre de comprar el paquete o caja de galletas para premiarle, educar o consentir a la mascota, en este caso estamos hablando de las galletas de supermercado o veterinaria.

Las galletas artesanales de proteínas y verduras es un producto nuevo que se debió buscar la aceptación en el mercado, debido a su popularidad se hizo más fácil la aceptación de ellas hacia el cliente y gracias a su sabor se logró la mejor aceptación de la mascota, la comercialización de este producto no es tan riesgoso debido a que tiene salida por el uso que las personas le dan a los snack de las mascotas.

#### **14.2 Características del Producto**

Existen varias recetas para la elaboración de las galletas artesanales, hay diferentes sabores ya que se realizan de proteínas y verduras o frutas, nosotros nos caracterizamos por la elaboración de las galletas de hígado, ternera, pollo, carne, atún y verduras como espinaca, zanahoria y perejil. Adicional a esto también manejamos una receta para perros que sufren de patologías y sus snack deben ser medicados, esto se realiza según la especificación de nuestro cliente.

### 14.3 Ventajas Comparativas o Competitivas

La innovación es una ventaja para cualquier producto, pero no solo debemos quedarnos en la innovación que se realizó cuando nos dimos a conocer en el mercado sino seguir actualizándonos constantemente para lograr llegar hacer los líderes en el mercado, otra cosa que tenemos a favor es que manejamos precios asequibles para cada uno de los estratos socioeconómicos permitiéndoles hacer parte de este nuevo nicho de mercado.

### 14.4 Nombre de la Empresa y Del Producto

El nombre de la empresa es MomPets Gourmet, este nombre fue escogido ya que la creación de la empresa fue por motivos personales, debido a ello quisimos expresar el porqué de nuestro luego, aunque marca mucho la línea del producto se espera seguir utilizando la personalización de el en todos nuestros productos.

El logotipo fue diseñado pensando en la motivación que nos llevó a la creación de la empresa, plasmando en el nuestra inspiración, la mascota y la personalización en una caricatura, algo que también es innovador, la elección de colores en el texto fue para dar a entender que se mezcló el color original de nuestra mascota con los colores que llaman la atención para el producto líder que es la comida.



Figura 13 Logo símbolo

***Un Banquete Para Tu Mascota!***

Slogan

## 14.5 El empaque

El empaque del producto será una caja ya que el producto no solo será para comercialización dentro de la ciudad sino que también será enviado por correo a otras ciudades y necesitara empaque. La caja llevara el logotipo y el slogan de la marca para que su reconocimiento sea mayor. Se escogió el color azul para que haya una unidad grafica acorde al fondo del logo símbolo, también teniendo en cuenta que este es uno de los colores que tiene mayor aceptación por las personas. Las dimensiones de la caja serán de 27,905 cm de largo y 31,772 cm de ancho. Tendrá un peso aproximado de 50/ 70 g, que es el peso de 7 galletas tamaño grande

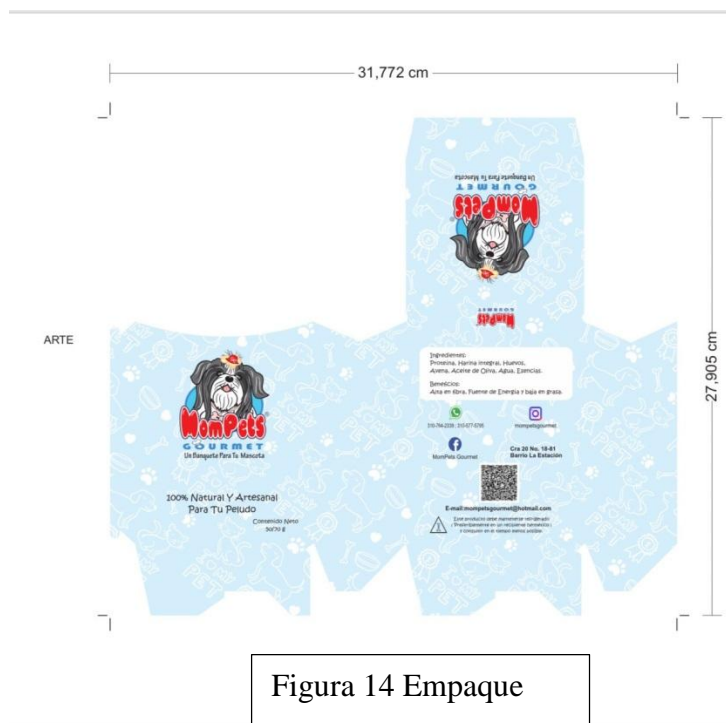


Figura 14 Empaque



## 14.6 Análisis del Mercado

Siendo MomPets Gourmet una empresa que mezcla un producto como las galletas con una forma artesanal de producirlas con componentes como la proteína y verduras que se está desarrollando actualmente en el mercado de Colombia, el análisis de este mercado es fundamental para comprender como reaccionan las personas ante esta nueva modalidad de consentir a las mascotas y compartir tiempos agradables haciendo actividades fuera de lo común. También tenemos en cuenta que hay países que desarrollan esta actividad, como lo son México, Panamá, Estados Unidos y entre otros. Como influenciador de esta nueva tendencia en el mercado, se tendrá que estudiar a fondo el mercado Colombiano empezando por nuestra ciudad para saber cómo esta y con qué propuesta de mercadeo se debe presentar

## 14.7 Evaluación del Macroentorno

El sector artesanal es uno de los sectores más favorecidos económicamente ya que combina el costo relativamente bajo de mano de obra con la alta creatividad en nuestro trabajo en este caso agregando la innovación.

## 14.8 Ciclo de vida del Producto

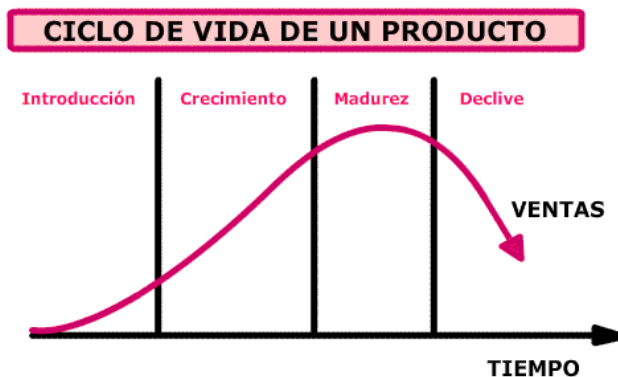


Figura 15 Ciclo de vida

**14.9 Estrategia de Promoción.** Estrategias y acciones considerando el ciclo de vida del producto.

**14.10 Introducción (Expectativa/ informar)**

- Informar acerca de MomPets Gourmet en la ciudad de Girardot, sus productos y servicios.
- Se desarrollara una estrategia de expectativa teniendo en cuenta que MomPets es el primer establecimiento dedicado a la elaboración y servicios para mascotas.

Despliegue de estrategias de promoción se realizan publicaciones pagas, donde se busca el grupo objetivo por medio de gustos y conductas de compra, A continuación encontramos el despliegue de forma más detallada.

**Facebook:** Es uno de los medios sociales pagos que se usa dos veces a la semana, donde se muestran los productos y clientes satisfechos con el trabajo que realizamos logrando así que más personas se interesen.

**Instagram:** Una de las redes sociales más utilizadas por los consumidores, por esta red publicamos constantemente usando hashtag que sean populares y tengan relación alguna con el entorno de personas que tenemos como posibles clientes, también cuenta con la opción de historia donde la ciudad ubica un grupo de personas que

aunque no nos siga tiene la posibilidad de ver nuestras historias y así llegar a más personas.

## 15. PIEZAS PUBLICITARIAS INTRODUCCION



Figura 16 Publicidad Doguista

Realizamos un Catálogo para tener mejor aceptación de la persona en el momento de enseñar el producto



Figura 17 Portada Catalogo

Imagen del Stan de exhibición de las cajas de galletas



Figura 18 Imagen Stand

### 15.1 Crecimiento (lanzamiento/persuadir)

Persuadir a nuestro público objetivo para que consuma los productos y que sean de preferencia en el mercado.

Realizamos almanaques donde premiamos la fidelidad del cliente permitiendo que su peludo aparezca en un mes del almanaque, desde el inicio de la empresa estamos realizando estos almanaques para volver esto como una tradición.



FIGURA 19 Almanaque 2017



FIGURA 20 Almanaque 2018

## 15.2 Tips en medios sociales: Durante esta etapa se tiene en cuenta los

Contactos de los medios sociales con el motivo de la creación de piezas de Contenido para el bienestar de la mascota.

## 15.3 Alianzas con veterinarias: Locales como Spei Domus y otras que ayudan a la divulgación y promoción de nuestros productos en la ciudad.

**15.4 Estrategia de Comunicación.** MomPets Gourmet mantiene una comunicación cercana con sus clientes potenciales, reconociendo el amor y cariño que se sienten por los animales, siempre se busca un contacto directo con los clientes informando acerca de cómo pueden mejorar la salud de la mascota por medio de nuestros productos y servicios, además se dan tips por nuestras redes sociales.



## **16. LOGISTICA**

**16.1 Almacenamiento.** El almacenamiento estará en una bodega pequeña en la cual se encuentran ubicados los implementos de la oficina como también los insumos para la elaboración de los productos para mascotas, por otro lado tenemos la estantería para los productos básicos de MomPets Gourmet, nuestra logística es la siguiente: realizamos llamadas mensuales para pedidos de productos e insumos para la empresa para poder tener al día y organizado todo lo del mes, de este modo el proveedor llegara con los pedidos a la bodega y el encargado recibirá el pedido y lo guardara en la nevera o estantería, después realizara el inventario en Excel de los productos ingresando las fechas de vencimiento y pagos.

**16.2 Manejo de Inventarios.** Se organiza el inventario cada vez que hay rotación de mercancía y nuevos productos.

**16.3 Prueba de nuestros productos** Es necesario para garantizar que las características organolépticas del producto se encuentre en sus óptimas condiciones, por ello realizamos pruebas o muestras de productos en cada tanda de producción



## 17. NUESTRAS PIEZAS PUBLICITARIAS

Stand, pendones, tropezón, afiches publicitarios, correo directo y material pop



Figura 21 Stand Publicitario



Figura 22 Tropezón y Pendón

## 18. ESQUEMA DE DISTRIBUCION DE LA EMPRESA

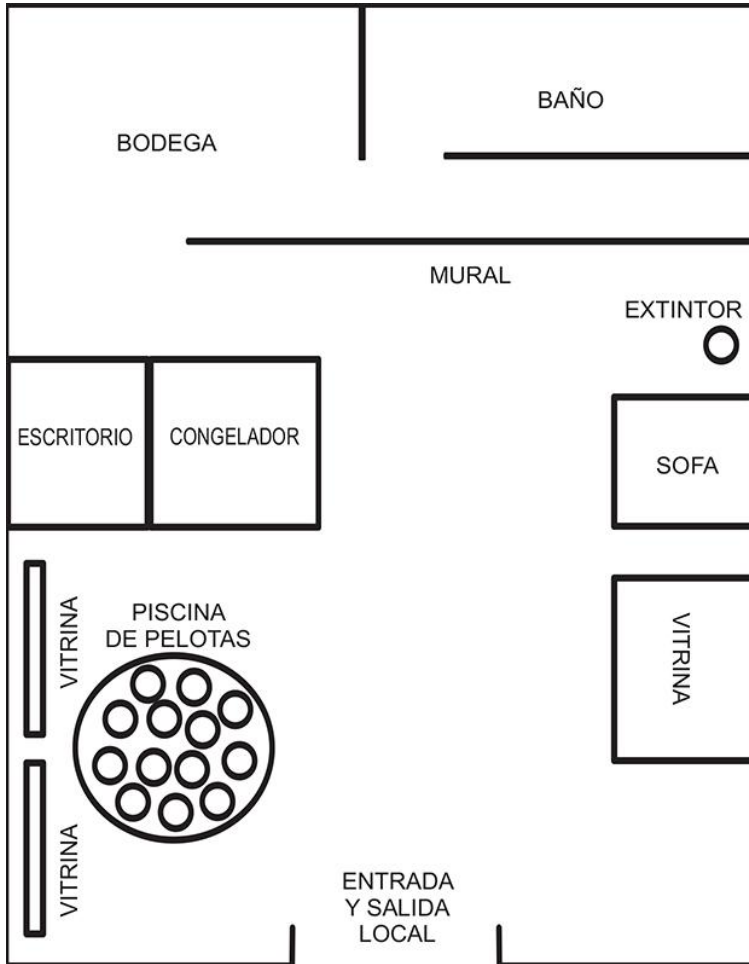


Figura 23 Plano

Se distribuyó de acuerdo a las necesidades, ya que se ubicó de la mejor manera logrando comodidad y al mismo tiempo pueda tener todo al alcance de los clientes directos o consumidores finales, y que a su vez se permita el buen funcionamiento con las condiciones necesarias para el trabajo y la operación.

## 19. OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA EMPRESA

### Matriz Dofa.

	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo posicionamiento en el mercado por ser una empresa nueva</li> <li>• Inventario limitado a iniciar la empresa</li> <li>• Al ser una idea de negocio nueva e innovadora, no hay mucha experiencia en el desarrollo</li> </ul>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contamos con canales de distribución fáciles y prácticos para adquirir productos y servicios.</li> <li>• Productos y servicios innovadores</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencia para los dueños de mascotas</li> <li>• Demanda de productos y servicios para caninos y felinos</li> <li>• No tenemos competencia directa en la ciudad de Girardot</li> <li>• Ampliación de la cartera de productos para satisfacer nuevas necesidades de los clientes</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar una estrategia de publicidad para tener un posicionamiento exitoso</li> <li>• Hacer un esfuerzo mayor en capacitaciones de mercadeo y todo lo relacionado con las mascotas</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar innovando en nuestros productos y servicios, realizando estrategias de mercadeo y servicio al cliente para mantener la fidelidad del cliente.</li> <li>• Aprovechar las alianzas con otras empresas para obtener mayor prestigio</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia en el mercado de mascotas</li> <li>• Incremento en ventas de productos</li> <li>• Cambio de gusto de los consumidores</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reunirnos con el equipo de trabajo para elaborar estrategias y planes que ayuden al crecimiento de la empresa</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar campañas de publicidad que fomenten la buena imagen de la empresa y los beneficios que contienen los productos para la salud y bienestar de la mascota</li> </ul>

## 20. GRUPO EMPRENDEDOR

**Emprendedora:** Rocio del Pilar Mendoza Solano

Estudiante de Administración de Empresas, de la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot, siempre me han gustado las ventas fue lo que me motivo a iniciar la carrera de administración, me gustaba también la carrera de veterinaria porque me gustan los animales pero le tengo terror a la sangre, siempre tuve mascotas pero en esta ocasión las cosas fueron distintas, la responsabilidad de educar a mi perrita estaba sobre mí, ya no era mi mama la que se quería hacer cargo de esa responsabilidad debido a que me gustaba tener mascota para llegar a casa a jugar con ella, me desentendía de la responsabilidad que traía consigo el tener una mascota, con mara (mi perrita) todo fue muy distinto llego como un obsequio por la muerte de una mascota que tuvimos mis padres no me la querían recibir porque estaban ya cansados de las mascotas y de la forma en como murió la anterior, decidí recibirla llego de 2 meses y la responsabilidad era muy alta, se volvió como tener un hijo, pero no me importaba tener que abstenerme de cosas o actividades por esa responsabilidad porque ella me estaba dando una felicidad absoluta, en el momento que ella cumplió 6 meses me toco empezar a viajar cada ocho días, pero cada vez que viajaba le traía una torta de una panadería canina para que se pusiera feliz, cuando ya no tenía que seguir viajando me dio pesar que ella ya se había acostumbrado a las tortas así que decidí investigar y opte por

pedirle asesoría a la doctora acerca de la elaboración de los productos, la doctora me motivo a que no solo sea para Mara sino para más mascotas, pero el negocio estaba estable, seguía como una tienda virtual, hasta que en una oportunidad vi clases con el profesor Giovanni Quijano y con mucha pena conté de que trataba mi nuevo modelo de negocio, esa clase de innovación con el me inspiro a que no solo quedara en una red social a que viera más allá de las cosas y pensara en grande logrando así tener un local mi punto de venta directo donde la persona puede ir con su mascota a compartir un momento agradable y celebrar con él, después de ello los otros docentes empezaron a guiarme acerca de cómo puedo lograr el crecimiento de mi empresa.

## **20.1 Funciones dentro de la empresa**

- Planeación estratégica
- Diseño de estrategias publicitarias
- Administrar y dirigir actividades y procesos de la empresa
- Elaboración de productos

## 21. NUESTROS PRODUCTOS



Figura 24 Invitaciones y Gorros M



Figura 25 Invitaciones y Gorros H



Figura 26 Torta de Cumpleaños



Figura 27 Galletas por unidad





Figura 28 Cupcake de Proteínas



Figura 29 Pizza



Figura 30 Stand de caja de galletas



Figura 31 Combo de Cumpleaños





Figura 32 Helados



Figura 33 Celebración de Cumpleaños



Figura 34 Celebración de cumpleaños

## 22. ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL

La empresa MomPets Gourmet pertenece al sector: Elaboración de alimentos preparados para animales, con un código CIU 1090

### 22.1 Análisis Económico

En los últimos ocho (8) años la creación de las reposterías Caninas y Felinas han venido creciendo, en este segmento de mercado está incluido la celebración de cumpleaños de la mascota, que se ha venido celebrando en diferentes ciudades del país. Debido a que actualmente son consideradas un miembro más de la familia.

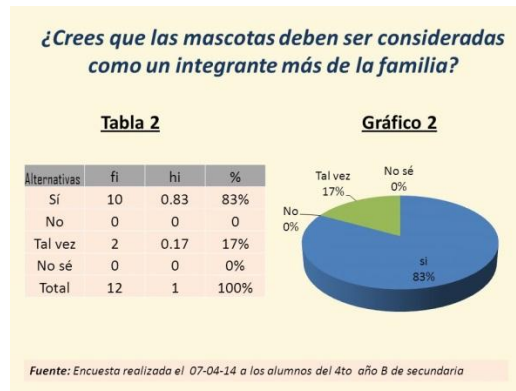


Figura 35

### 22.2 Análisis Tecnológico

Gracias a las redes sociales la empresa ha tenido mayor reconocimiento y ventas en el mercado, hemos aprovechado al máximo del uso de ellas para realizar la publicidad, para organizar pedidos, para estar pendiente de nuestros clientes, las redes sociales han logrado llamar bastante la atención del cliente y hemos visto que no solo en jóvenes sino es una moda que ha logrado llegar a personas adultas que mantienen muy pendiente de nuestra página en Instagram y nuestra Fan Page de Facebook, lo que nos ha permitido llegar a la elaboración de nuestra página web que en este momento se encuentra en creación.

### **22.3 Análisis Socio-Cultural**

La población colombiana tiene una alta aceptación por las reposterías caninas, debido a que nuestra mascota ya no es el animal que se tenía para cuidar el hogar sino que es considerado un miembro más de la familia, encontramos varios casos donde incluso personas de edad adulta decidieron o por circunstancias no fue posible tener hijos y deciden tener una mascota para lograr una afectación como el amor de madre hacia un hijo, estudios realizados por varias universidades comprueban que el amor hacia la mascota es un lazo tan fuerte que se podría decir que es el mismo amor de una madre hacia su hijo, no hay necesidad de compartir la misma sangre para tener un lazo tan fuerte, todo esto nos ha permitido ver que es un negocio rentable siempre y cuando se cumpla con los requisitos de salud para la mascota que sean productos que no afecten a su bienestar, también pudimos notar que algunas personas se dejan llevar por la moda o lo que se encuentre actualmente como tendencia debido a ello encontramos clientes esporádicos que mientras van cogiendo la conciencia de que la mascota es familia van haciendo compras por moda haciendo parte de un grupo de personas que quieren ser diferentes.

### **22.4 Necesidad de Capital**

Gracias a que dimos inicio a la empresa como tienda Virtual el 29 de Septiembre de 2016 esto nos ayudó para que el capital fuera mínimo y de ahí poder ahorrar para el momento que tuviéramos nuestro punto de venta directo se pudieron realizar las adecuaciones necesarias y las compras de los electrodomésticos para la ambientación del lugar, como tienda virtual la inversión fue de \$1.000.000, de ahí hasta el 2 de junio que se inauguró nuestro local la inversión para ello fue de \$7.000.000 debido a las mejoras que se realizó en él, a continuación anexo el antes y después



## 22.5 Proveedores

Los proveedores son muy importante en este mercado, debido a que los animales no pueden consumir la mayoría de alimentos e ingredientes que usamos nosotros los humanos, debido a ello se deben buscar proveedores que cuenten siempre con los alimentos para el momento que se necesiten, también tenemos proveedores no solo para los productos de alimentos sino también para los accesorios que se necesitan para llevar a cabo las celebraciones y la entrega de nuestro producto.

## 22.6 Segmentación

La segmentación facilita encontrar los clientes que tengan las características que el producto o servicio ofrece, así mismo identifica donde se encuentran estas personas y los factores más importantes para que estas personas sean un grupo. Para ello debes saber cómo se comporta el mercado, después definir los factores claves del producto.

## 22.7 Distribución

En este momento nos encontramos distribuyendo nuestros productos y servicios en algunas veterinarias de la ciudades de Girardot, Ibagué y Bogotá, actualmente también estamos organizando un punto de venta directo en la ciudad de San Gil, Santander por el momento estamos manejando tienda virtual mientras se realizan las adecuaciones del sitio.



Figura 37 Alianza Spei Domus

## **22.8 Maquinaria y Equipo**

Este proyecto se puso en marcha con la inversión familiar y propia con el fin de no adquirir deudas con ninguna entidad financiera.

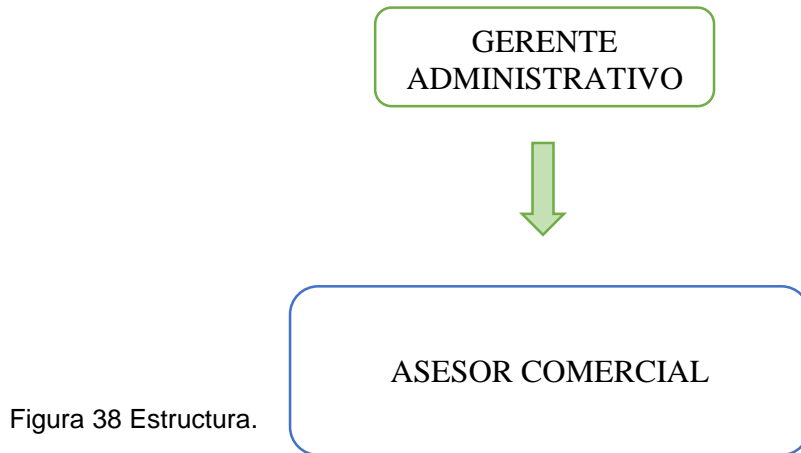
Para la comercialización y distribución de nuestros productos se hizo una inversión de los siguientes equipos como:

- Horno
- Picadora
- Batidora
- Pesa
- Computador
- Impresora de Carnets
- Teléfono
- Ventilador
- Congelador Mabe
- Teatro en casa
- Televisor
- Cámara Digital
- Puff
- 2 Sillas
- Silla Escritorio
- Mesa de eventos
- Stand
- Nevera
- Cámaras de seguridad
- Monitor de cámaras



## 22.9 Aspecto Organizacional

### 22.10 Estructura Organizacional



### 22.11 Áreas de la empresa

- Gerente Administrativo: Encargado de planear, dirigir y controlar todos los procesos y gestiones que se realicen para el desarrollo y crecimiento de la empresa, también se encargara de presentar y negociar con a los clientes potenciales
- Área comercial o de ventas: Encargado de comercializar el producto al cliente directo o consumidor final, con un excelente servicio.

### 22.12 Manual de Funciones

#### 22.13 FUNCIONES GERENTE ADMINISTRATIVO

- Representar a la sociedad y administrar su patrimonio.
- Delegar funciones en asuntos específicos.
- Queda facultado para la elaboración de reglamentos que determinen su función
- Definir los niveles de los cargos que conforme la estructura organizacional de la empresa.



- Asignar las funciones y requisitos para el desempeño de los cargos y establecer los sistemas de remuneración.
- Desarrollar planes de incentivos de desempeño y productividad.

#### **22.14 MANUAL DE FUNCIONES ASESOR COMERCIAL**

- Mantener aseado el lugar de trabajo para un conservar un ambiente libre de bacterias e infecciones.
- Usar los implementos de higiene requeridos para preservar la calidad del producto y del negocio.
- Desinfectar mesas y tablas de corte al final de la jornada por higiene y para prolongar la vida útil de los elementos.

**23. CUADRO COMPARATIVO DE EMPRESAS EXISTENTES  
EN EL MERCADO**

<b>EMPRESA</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>SERVICIOS</b>	<b>PRECIO</b>
<b>MOMPETS GOURMET</b>	GALLETAS - PIZZA - EMPANADA - TORTAS CUPCAKE - HELADOS -	IDENTIFICACION DE MASCOTAS CELEBRACION DE CUMPLEAÑOS	Galletas \$5.500 Porción Pizza \$2.000 Empanada - \$2.000 Tortas varia el precio dependiendo el tamaño Cupcake -\$5.000 Helados -\$2.500
<b>SPOT PET</b>	GALLETAS - TORTAS CUPCAKE-	CELEBRACION DE CUMPLEAÑOS	Galletas -\$6.000 Tortas \$45.000 Cupcake \$5.500
<b>DOWOLF</b>	GALLETAS- HELADOS- TORTAS SUSHI-	RESTAURANTE Y CELEBRACION DE CUMPLEAÑOS	Galletas x4 \$4.200 Helado \$4.000 Tortas \$70.000 Sushi \$5.000
<b>ANTOJITOS DE SIMONA</b>	TORTAS GALLETAS- CUPCAKE-	CELEBRACION DE CUMPLEAÑOS	Tortas \$30.000 Galletas \$6.000 Cupcake -\$6.000

El precio siempre varía dependiendo el tamaño de la torta, en los cumpleaños dependiendo la cantidad de perritos así mismo varia el combo y su respectivo kit.

## 24. CANVAS ESQUEMÁTICO

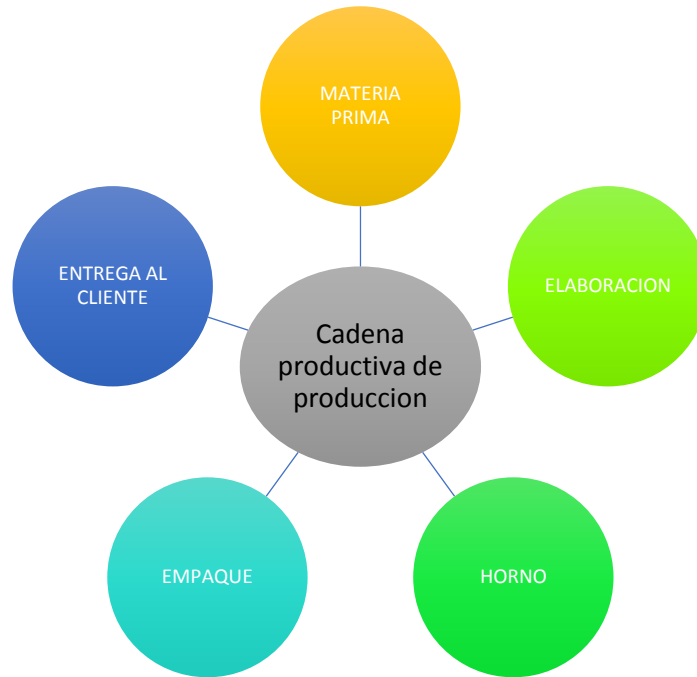
### 24.1 CANVAS

Segmento de Clientes	Propuesta de Valor	Canales
<p>Hombres y mujeres que aman a los perros y gatos, los tienen como mascotas, estas personas tienen aproximadamente entre 20 y 59 años de edad y pertenecen a los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5. Tienen nivel de vida medio y medio-alto y gozan de una vida plena.</p> <p>Son personas modernas y animalistas, cuidan y protegen a su mascota como un integrante esencial y único en su familia. Se esfuerzan en dedicarle tiempo y dinero necesario para garantizar el bienestar de su mascota.</p>	<p>Brindar productos y servicios de alta calidad enfocados en las nuevas tendencias de alimentación canina y felina, buscando siempre que nuestros productos garanticen el bienestar canino.</p> <p>Ofrecer facilidad en la distribución del producto y servicio al cliente.</p> <p>Brindar a los clientes caninos y humanos experiencias únicas y divertidas, realizando actividades.</p>	<p>Nuestros canales de distribución son el punto de venta directo, el domicilio, nuestras redes sociales y la implementación del marketing online ofreciendo compra de productos y servicios a través de la página web.</p>

## 24.2 CANVAS (CONTINUACION)

Relación con el cliente	Recursos claves	Actividad clave
<p>MomPets Gourmet, hará grandes esfuerzos en este punto, brindándole un servicio al cliente excepcional y especializado en el bienestar de la mascota.</p> <p>Se han implementado estrategias de fidelización a través de promociones, descuentos al cliente frecuente, concursos, y actividades donde la persona se anima a estar más involucrada con todo lo correspondiente al tema.</p>	<p>Es necesario contar con el conocimiento de personas expertas en las siguientes áreas: administrador de empresas, diseñador gráfico, veterinario zootecnista.</p> <p>También es indispensable contar con los siguientes recursos físicos: computador, estantería, neveras, stock, celular, utensilios y equipamiento para empresa</p>	<p>Venta de productos y servicios novedosos y de alta calidad en un canal de distribución atractivo como lo son las redes sociales.</p> <p>Asistencia de los colaboradores a congresos de mascotas y capacitaciones de bienestar canino logrando nutrir positivamente la idea de negocio</p>

## 25. Análisis de la Cadena Productiva



**Figura 39. Cadena de distribución**

La cadena productiva para el óptimo desarrollo de todos los procesos que se deben llevar a cabo para la elaboración de los productos del negocio MomPets Gourmet.

## 26. MAPA DE LA EMPATIA

### **Piensa y Siente:**

No tengo tiempo para hacer todo lo que quiero

Me estreso por todo

Quiero que todo me salga bien

Me preocupo demasiado

Me gusta que las personas se sientan satisfechas con mi trabajo

### **Que ve?**

Productos innovadores

Comida saludable

Bienestar para la mascota

Variedad de productos

### **Que dice y que hace?**

Me apoyo en mi familia

Los hábitos han cambiado

La actitud sufre de altibajos

Me preocupa algo en especial

### **Que oye?**

Apoyo y cariño

Colaboración de las personas que me rodean

Halagos que me permiten mejorar

### **Esfuerzos**

Productos diferentes

Me canso con facilidad

### **Resultados**

Me siento bien

Calidad de vida

## 27. ANALISIS FINANCIERO

Los recursos financieros de MomPets Gourmet, son los aportes de los dos socios, la utilidad de la empresa es repartida 25% y 25% para socios y el 50% será el capital del trabajo

### 27.1 GASTOS PRE- OPERATIVOS

Gastos puestos en marcha

<b>GASTOS PUESTO EN MARCHA</b>	<b>VALOR</b>
Registro mercantil	\$90.000
Inscripción libro contable	\$20.000
Registro de Marca	\$1.000.000
<b>TOTAL GASTOS PUESTO EN MARCHA</b>	<b>\$1.110.000</b>



## 27.2 INVENTARIO INICIAL MOMPETS GOURMET

INFRAESTRUCTURA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Teatro en casa	1	\$300.000	\$300.000
Televisor Smartv	1	\$730.000	\$730.000
Congelador	1	\$750.000	\$750.000
Computador	1	\$1.200.000	\$1.200.000
Impresora de Carnets	2	\$3.000.000	\$6.000.000
Nevera Bar	1	\$400.000	\$400.000
Sillas	2	\$20.000	\$40.000
Puff	1	\$100.000	\$100.000
Maniqués	2	\$75.000	\$150.000
Stand	1	\$550.000	\$550.000
Ventilador	1	\$350.000	\$350.000
Celular	1	\$3.156.000	\$3.156.000
Cámara digital	1	\$550.000	\$550.000
Teléfono Fijo	1	\$80.000	\$80.000
Silla de escritorio	1	\$190.000	\$190.000
Horno	1	\$450.000	\$450.000
Batidora	2	\$65.000	\$130.000
Picadora	1	\$70.000	\$70.000
Licuadora	1	\$50.0000	\$50.000
Elementos de cocina	12	\$20.000	\$240.000
Envases	500	\$400	\$200.000
Escritorio	1	\$450.000	\$450.000
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$13.006.400</b>	<b>\$16.136.000</b>

### 27.3 INVENTARIO STOCK MOMPETS GOURMET

Producto	Cantidad	Precio de compra	precio de venta	Ganancia
Ropa Canina	37	\$ 290.500	\$ 436.000	\$ 145.500
Decoración fiesta	1858	\$ 782.400	\$ 3.723.000	\$ 2.940.600
Petshop y otros	173	\$ 888.500	\$ 2.955.000	\$ 2.066.500
<b>total</b>	2068	<b>\$ 1.961.400</b>	<b>\$ 7.114.000</b>	<b>\$ 5.152.600</b>

### 27.4 CAPITAL DE TRABAJO

<b>INVERSION TOTAL DEL PROYECTO</b>	<b>\$39.760.000</b>
<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>\$16.136.000</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$25.000.000</b>
<b>RECURSO A FINANCIAR</b>	<b>\$0</b>

La inversión total de la empresa MomPets Gourmet es de \$39.760.000 de los cuales el 75% fueron recursos propios y el restante fue recaudado de la ganancia del trabajo

## 27.5 PLAN DE INVERSION MOMPETS GOURMET

PLAN DE INVERSIONES			
CANTIDAD	DETALLE	P/UNIT	TOTAL
	gastos pre-operativos		\$1.110.000
	Capital de trabajo		\$25.000.000
1	COMPUTADORES	\$1.200.000	\$1.200.000
1	ESCRITORIOS	\$450.000	\$450.000
1	MUEBLES Y ENSERES	\$12.000.000	\$12.000.000
		TOTAL	\$39.760.000

## 27.6 GASTOS DE ADMINISTRACION

Presupuesto de gastos de administración y ventas			
ITEM	DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	SERVICIOS PUBLICOS	\$100.000	\$1.200.000
1	ARRIENDO	\$420.000	\$4.800.000
1	TELEFONIA E INTERNET	\$82.000	\$540.000
2	GASTOS VARIOS	\$200.000	\$2.400.000
	TOTAL	\$745.000	\$8.940.000

## **28. ANALISIS DE IMPACTO**

### **IMPACTO SOCIAL Y CULTURAL**

El impacto social al cual MomPets Gourmet está comprometido se ubica en su razón de empresa, aquella en la que busca el bienestar canino, partiendo de capacitaciones y tips para aquellas personas que son amantes de los animales y desean saber más acerca del cuidado de ellos, con esto buscamos que las personas se informen más acerca de cada raza y la alimentación adecuada que debe tener. Por otro lado se buscara crear cultura no solo hacia el animal sino el cuidado ambiental y la limpieza que debemos tener con él al relacionar nuestras mascotas con el medio ambiente.

### **IMPACTO ECONOMICO**

Es una empresa que a medida del tiempo generara empleo a diferentes personas que quieran participar del cuidado de la mascota y la atención que con ella conlleva, promoviendo el empleo en el sector de las mascotas como también a nivel administrativo y comercial.

## 29. CONCLUSIONES

Finalmente MomPets Gourmet, nos enseña que es una idea para romper paradigmas tradicionales de venta de productos y servicios para las mascotas. Hoy en día esta tendencia de las mascotas está tendiendo un incremento exponencial gracias a que las personas están viendo y tratando a sus mascotas como miembros de la familia, debido a esto, sus compras se están volviendo algo más que un costo monetaria y por el contrario, ahora están dispuestos a encontrar e invertir en productos y servicios a conciencia, que garantice y promuevan el bienestar de su mascota.

En el transcurso del trabajo pudimos evidenciar que las personas son receptivas a la propuesta de negocio, calificando en su gran mayoría un porcentaje mayor a la 60% el cual nos muestra que MomPets en la ciudad de Girardot atrae a la vista de las personas por sus productos y servicios innovadores teniendo una propuesta de valor atractiva, que impulsa a diferentes tipos de perfiles en la ciudad a comprar productos artesanales y de calidad con precios competitivos, además mostrando la viabilidad financiera del negocio que abre las puertas a desarrollar una idea que es más que un proyecto sino un estilo de vida nuevo.

## BIBLIOGRAFIA

Bruce Cameron. W (20017) *La razón de estar contigo*. Estados Unidos, ROCA EDITORIAL.

Godin. S (2012) *Hazlo! Cuando fue la última vez que hiciste algo por primera vez?* Barcelona, España, Ediciones B, S. A.

Anzures. F (2013) *El consumidor es el medio*, Colombia, Zetta Comunicadores S.A

Millán. I (2016) *Recetas para consentir a tu perro*, Ciudad de México, México, LAROUSSE

Horowitz. A (2011) *En la mente de un perro*, Barcelona, RBA LIBROS

REVISTA DINERO. La comida de perros se vende como pan caliente. [en línea] [consultado 17 de Febrero de 2016] Disponible en internet: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-perros-colombia/205854>

REDACCIÓN ECONOMÍA. En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas [en línea]. En: El Espectador, Colombia. [Consultado el 16 de Agosto del 2016] Disponible en internet: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>

Perro domestico [en línea]. En: España. [consultado el 27 de Mayo del 2016]. Disponible en <http://www.nationalgeographic.es/animales/mamiferos/perro-domestico>  
Internet:

PERIODISMO.COM. ¿Cuáles son los países con más mascotas en el mundo? [En línea]. [Consultado 02 de Octubre de 2016]. Disponible en internet: <http://www.periodismo.com/2016/05/31/cuales-son-los-paises-con-mas-mascotas-en-el-mundo/>

EL COLOMBIANO. En seis de cada diez hogares en Colombia hay una mascota. 2015. [en línea]. En: Envigado, Antioquia, Colombia. [Consultado 12 de marzo de 2016] Disponible en internet: <http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/en-seis-de-cada-diez-hogares-en-colombia-hay-una-mascota-LH1180296>

Dog Friendly, la tendencia que se impone en los restaurantes del país [en línea]. El colombiano, Envigado, Antioquia. 16, abril, [consultado el 12 Marzo de 2016] Disponible en internet: <http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/dog-friendly-la-tendencia-que-se-impone-en-los-restaurantes-del-pais-YC1730643>

ACTUALÍCESE. Tipos de Sociedades y sus diferencias [en línea]. (Ltda., S.A., Comanditas, S.A.S., Colectivas). [Consultado el 20 de Septiembre de 2016]. Disponible en internet: <http://actualicese.com/actualidad/2015/04/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>

Jurgen Klaric. Como venderle a la mente y no a la gente. <https://www.youtube.com/watch?v=vPRZ4WeNP7E>

LA CLAVE PARA EMPRENDER <https://www.infobae.com/play-tv/2017/06/06/crear-en-uno-mismo-la-clave-para-emprender/>



## UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

Encuesta para la recolección de información de la empresa MomPets Gourmet en la ciudad de Girardot y sus alrededores

- Género: Masculino  Femenino
  - Edad: \_\_\_\_\_
  - Estrato Económico: \_\_\_\_\_
1. Tiene mascota? SI  NO
  2. Que mascota tiene? Perro  Gato  Otro
  3. Sabía usted que la ciudad de Girardot, Cundinamarca; cuenta con una repostería canina y felina?  
SI  NO
  4. Esta de acuerdo con celebrarle el cumpleaños a las mascotas? Por favor justifique su respuesta  
SI  NO   
Porque: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
  5. Cuánto dinero estaría dispuesto a gastar mensualmente en pasabocas saludables para su mascota? Por favor justifique su respuesta:  
  
Menos de \$20.000  Más de \$20.000  No estaría dispuesto en gastar nada   
Porque: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
  6. Sabía usted que hay comida artesanal elaborada especialmente para perros y gatos?  
SI  NO   
Cual: \_\_\_\_\_
  7. Acostumbra a darle snacks a su mascota?  
SI  NO   
Pienso: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
  8. Le gustaría tener más información acerca de MomPets Gourmet y todos los productos y servicios que ofrece?  
Porque?  
SI  NO   
Porqué: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



# CLINICA VETERINARIA SPEI DOMUS

NO.971

## LABORATORIO CLINICO VETERINARIO

Nombre del propietario: Pilar Mendoza    Nombre de la mascota: Mara  
Especie: Canino    Raza: Shih tzu  
Sexo: Hembra    Fecha: 21- 03- 18

WBC	9.6X 10 <sup>9</sup> / L	6.0 – 17.0
Lym #	2.7 x 10 <sup>9</sup> / L	0.8 – 5.1
Mid #	1.4 x 10 <sup>9</sup> / L	0.0 – 1.8
Gran #	5.5x 10 <sup>9</sup> / L	4.0 – 12. 6
Lym %	27.7%	12.0 – 30.0
Mid %	15.0%	2.0 – 9.0
Gran%	57.3 %	60.0 – 83.0
RBC	6.79x 10 <sup>12</sup> / L	5.50 – 8.50
HGB	19.3 g /dL	11 - 19
HCT	52.7 %	37.0 – 56.0
MCV	77.7 fL	62.0 – 72.0
MCH	28.4 pg	20.0 – 25.0
MCHC	36.6 g/dL	30 - 38
RDW	12.0 %	11.0 – 15.5
PLT	214x 10 <sup>9</sup> / L	117 - 460
MPV	11.4fL	7.0 – 12.0
PDW	***	

NATALI ANDREA PARRA  
MEDICO VETERINARIO ULS

Muestra analizada mediante URIT 2900-VETPLUS



## CLINICA VETERINARIA SPEI DOMUS

### LABORATORIO CLINICO VETERINARIO

**Propietario:** Pilar Mendoza **Mascota:** Mara **Especie:** Canino

**Sexo:** Hembra **Raza:** Shitzu **Fecha:** 21-marzo/18

ANALITO	RESULTADO	PARAMETROS NORMALES
CREATININA	1.19 mg/dl	0.6-1.4 mg/dl
ALT	33U/L	20-70U/L

NATALI ANDREA PARRA  
MEDICO VETERINARIO ULS

Muestra analizada mediante BS-3000M