PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO
FRIENDLY APP

NATALIA FERNANDEZ

Presentado a: José Escobar

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

ÉNFASIS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

2018

INTRODUCCIÓN

FUNDAMENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA:

El objetivo para el proyecto de emprendimiento, es generar una aplicación que permita al usuario tener presente una ruta que le permita encontrar espacios, clínicas, tiendas de venta de artículos para perros, facilitando la contactabilidad y acceso a una ubicación geográfica a través de Google Maps, indicando dirección, horarios de atención, especialidades y claro está la cercanía a sus hogares o lugar de trabajo. Por lo tanto, nuestro enfoque es netamente al cuidado y protección de los perros como mascota y como integrante de las familias del sector Usaquén; a este formato se le ha nombrado como ***Friendly App,*** el nombre se debe a ser amigables con los animales, en este caso los perros, dado que se quiere contribuir al 'bien común' estando en las vitalidades de la mascota, ya que son una especie doméstica que implica mantener en buen estado físico y dedicación de tiempo en general.

CARÁCTERÍSTICAS DEL SECTOR

Para comenzar, se delimita como espacio de trabajo en primera instancia la localidad de Usaquén, ésta se ubica en el extremo nororiental de Bogotá y limita, al occidente, con la autopista Norte, que la separa de la localidad de Suba; al sur, con la calle 100, que la separa de la localidad de Chapinero; al norte, con los municipios de Chía y Sopo, y al oriente, con el municipio de La Calera. Usaquén es la quinta localidad con mayor extensión del Distrito, se toma como punto central el sector de Los cedros o cedritos, ya que es uno de los sectores que componen la localidad y dispone de más espacios de recreación de la mascota como también tiendas y clínicas veterinarias de atención las 24 horas.

Por otra parte, se define un perímetro inicial sobre Usaquén, el cual se compone de los barrios: Paseo de los libertadores, Verbenal, La Uribe, San Cristóbal Norte, Toberín, Cedritos, Usaquén, Country Club y Santa Bárbara; en estos barrios se trabajará inicialmente con una labor de campo, para delimitar los espacios verdes autorizados, tiendas de venta de artículos para perros, clínicas y locales comerciales que abren sus puertas a compartir con las mascotas (Trujillo Corredor, R, 2013).

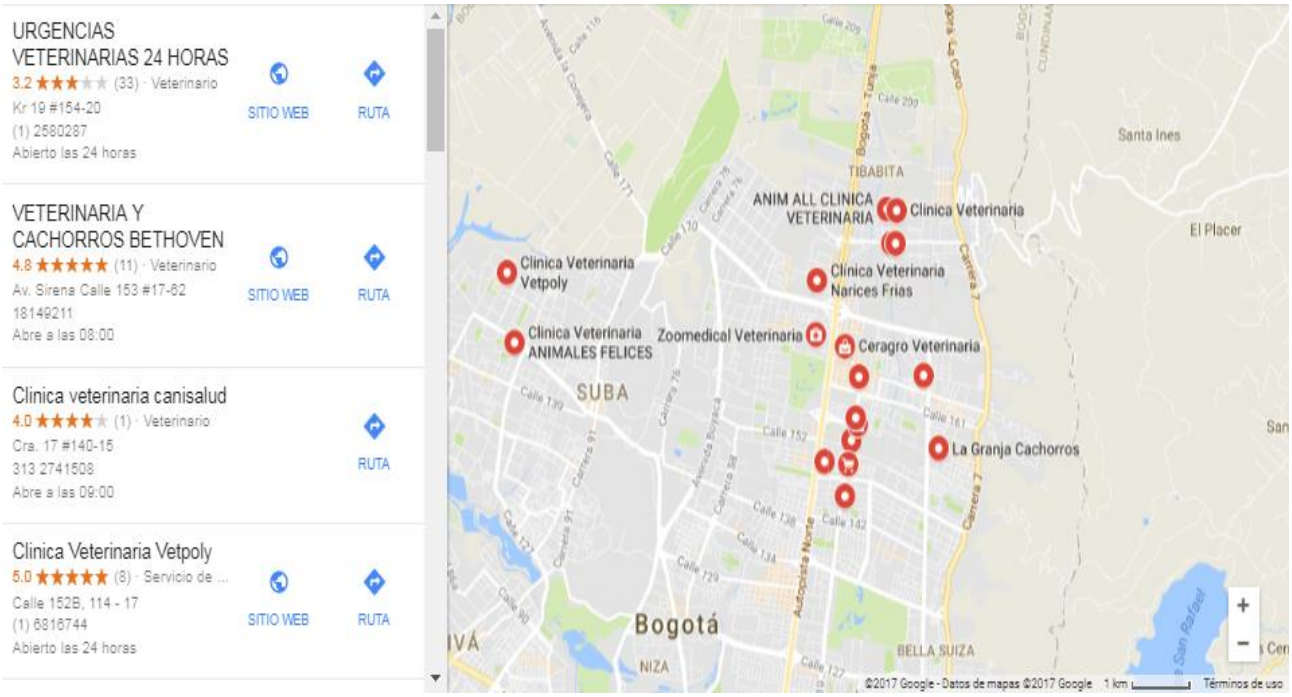
Siendo así, una de las premisas que impulsaron esta idea de negocio es que para muchas personas los animales se han convertido en un tema supremamente importante, especialmente los perros, pues no solo son animales de compañía, también llegan a complementar la armonía de los hogares, ya que un perro ayuda a niños con discapacidades de socializar (autismo), a adultos con discapacidades visuales, en rescates de fenómenos naturales o algún tipo de accidente, debido a sus características y facultades con las que son dotados, son fieles compañeros en diferentes profesiones del país (guardas de seguridad, policía, ejercito, urgencias, atención de desastres) entre otros casos, un perro puede llegar a brindar infinidad de ayuda en el crecimiento personal de un humano, como

también brinda seguridad a las familias, es por estas razones que en la actualidad, millones de personas tienen un canino en sus casas y son criados como un ser humano, pero esta crianza requiere un compromiso y unos conocimientos básicos en cuanto a su cuidado, manutención y conservación, como la adecuada elección de alimentos, estar al día con las vacunas, generar una identidad al animal como una placa con nombre y números de contacto del responsable del perro, cuidado y acondicionamiento corporal del animal (peluquería), pasear y ejercitar al canino.

Por otro lado, la tenencia de un perro, genera un compromiso de cuidado y compañía para con el animal, ante este panorama hay un impedimento de espacios para poder ingresar a los perros, en donde no se pueden transportar a todos los lugares donde los seres humanos pueden ir, y esta situación se ha convertido en un obstáculo para los dueños de animales domesticados, como ingresar a sitios de reunión social, como centros comerciales, boutiques, parques de diversión, peluquerías, entre otros, pues los sitios que son recurridos tiene prohibido ingresar con ellos; pero el auge que ha producido el tener una mascota y no querer separarse de ella ha logrado que muchos establecimientos permitan el acceso a este tipo de animales; así que dentro de la ubicación geográfica que brindará ***Friendly app***, estarán referenciados sitios que abren las puertas a las mascotas para que compartan con sus dueños sin restricciones, con esta iniciativa la aplicación brindará información básica para los amantes de perros.

Para cumplir con las expectativas de la idea de negocio, se establecen unos puntos que permitan el desarrollo de la aplicación que se regirá bajo una estrategia de marketing digital y mobile planificada, especialmente con el uso de redes sociales y herramientas gratuitas que nos permitan obtener los mejores resultados con una mínima inversión necesaria:

En primer lugar, es establecer una ruta que relacione los lugares específicos en la localidad de Usaquén, donde el amo pueda llevar a su perro sin tener que dejarlo en su casa, como lo son terrazas de Juan Valdez Café, Beer Company, Capital Bagels, Centros comerciales como Hacienda Santa Bárbara, Santafé, Atlantis y Bima aunque estos últimos dos centros comerciales están un poco fuera del rango de la localidad de Usaquén, cabe mencionarlos, ya que cuenta con una ciudad para que las mascotas realicen actividades de recreación y reciban consultas veterinarias, así lo informa el periódico El Tiempo en un artículo publicado el 7 de agosto de 2015.



En segunda instancia, se quiere generar un directorio, con la ayuda de Google Maps, encontrar locales autorizados como clínicas veterinarias, peluquerías, distribuidoras de alimentos y accesorios, tiendas que brinden productos y servicios en general relacionados a los perros, para que el cliente pueda acceder a estos servicios de una forma más cómoda, en donde ***Friendly App*** sea el intermediario, haciendo llegar lo solicitado a su hogar o destino

de preferencia. Además, las personas que descarguen esta aplicación en sus celulares, bien sea a través de Google Play para Android o App Store para IOS, automáticamente la aplicación generará alertas diarias de noticias innovadoras acerca del cuidado de sus perros y del medio ambiente, como lo es el cuidado de los perros cuando llegan a la vejez, anuncios de perros desaparecidos, curiosidades, videos divertidos de los perros como mascotas, consejos para cuidados de cada raza, perros reconocidos que laboran con la fuerza pública; estas son algunas de noticias que llaman más la atención de la sociedad que ama a los perros; las fuentes que se tendrán en cuenta son El Tiempo noticias, www.animalistas.org www.igualdadanimal.org y páginas y grupos de Facebook locales, para tener en cuenta referentes como animales en adopción, por ejemplo la página de Zoonosis Bogotá.

Con lo anterior, la estrategia de producción se basará en un equipo interno que estará conformado por un Comunicador Social, un Desarrollador de sistemas y un Publicista, con tareas definidas que permitirán velar por los resultados de los recursos externos que elaborarán el producto final y brindarán apoyo en las áreas de desarrollo, diseño, marketing y finanzas, para fundamentar nuestra misión en ser un recurso tecnológico amigable con el medio ambiente y fácil de usar, para servir a personas ocupadas laboralmente, discapacitados, apasionados por los animales, que se empeñan en dar bienestar a sus mascotas, queremos ser una herramienta recursiva que no solo brinde ubicación geográfica a nivel local, nuestra meta esta en ser reconocidos a nivel nacional a mediano plazo.

MISIÓN:

Ofrecer la mejor plataforma digital que permita a los dueños de los perros domésticos, llevar el control de las actividades de su mascota desde cualquier lugar, hacer las compras para cubrir las necesidades de las mismas y adicionalmente brindar un servicio de calidad poniendo por encima de todo el bienestar de las mascotas de nuestros clientes, otorgando información de las marcas de productos y servicios de mascotas, veterinarios y todo lo relacionado a sus perros, inicialmente en la Localidad de Usaquén, siendo prácticos y con rápido acceso, facilitando la vida a las personas.

VISIÓN:

"Ser la aplicación de referencia en 3 años a nivel nacional, para el bienestar de los perros, a través de la incursión de adaptación en nuevas plataformas virtuales".

OBJETIVO GENERAL:

Contribuir a la buena crianza y cuidado de los perros en Bogotá, para facilitar la convivencia entre perro y dueño del mismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

a) Brindar recursividad y fácil acceso, para lograr el desarrollo de la aplicación ***Friendly App***.

b) Contribuir al mejoramiento de la relación entre perros y el ingreso a lugares comerciales, brindando una ubicación geográfica de establecimientos y zonas de recreación para los perros.

c) Fomentar la cultura de la cooperación y respeto hacia la presencia de los animales, en este caso los perros primordialmente.

VALORES CORPORATIVOS:

Accesibilidad: Tener buena cobertura y brindar información geográfica de los establecimientos aliados a nuestra marca, determinación de puntos sin restricciones de ingreso a mascotas en establecimientos comerciales, ubicación de parques aptos para la ejercitación y distracción de la mascota.

Foco en el cliente: Facilitamos la vida de nuestros clientes, queremos brindar un servicio fácil y práctico para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios y de este modo hacerlos feliz.

Honestidad: Brindamos al usuario información real y coherente, asegurándonos que nuestros clientes estén informados de todo lo relacionado con el cuidado de su perro, creando así confianza entre ellos y la aplicación. También, nos comprometemos a ejercer la aplicación de la Ley 1581 del 2012, ley de protección de datos o Habeas data emitida por el Ministerio de Tecnologías, Información y Comunicación (MINTIC, 2013), referente a hacer uso de datos personales de clientes regidos bajo la seguridad del contacto, y ligados a no solicitar datos sensibles como lo son números de tarjetas de crédito, claves personales, números de cuenta y demás datos relacionados, nos comprometemos a hacerle saber esta información al cliente cuando se registre en la plataforma e inicie sesión.

POSTURA ÉTICA:

Nuestra aplicación será diferente en todos los aspectos, no buscamos lucrarnos, ni mucho menos ser una competencia agresiva. Nuestro principal objetivo, es convertir a nuestros clientes en amigos, ser un apoyo en la crianza de sus mascotas y primordialmente queremos ser una aplicación con una huella que nos diferencie de todas las demás, Nuestro propósito humanista será recaudar **$1 USD**, por cada solicitud que haga el cliente a través de nuestra aplicación, incitando al cliente a brindar propina a quien voluntariamente se vincule con nosotros para la función domiciliaria, y así recaudar más recursos con el fin de generar fondos que serán destinados a fundaciones en Bogotá que se dediquen exclusivamente al cuidado de los perros desprotegidos, además de permitir el establecimiento de comedores ambulantes para perros desamparados, ya que con nuestros proveedores, generaremos alianzas para promover la esterilización y vacunación.

Principales razones para plantear esta idea de negocio

Los perros son sociales por naturaleza y compartieron hogar con los humanos mucho antes que cualquier otro mamífero. Hemos creado un vínculo emocional tan fuerte con este tipo de mascotas que han desempeñado un papel fundamental en la sociedad y requieren de un cuidado especial. Se trata de proporcionar a las mascotas afecto y cuidar de sus necesidades con amor, para obtener a cambio momentos memorables llenos de risas y alegría.

Es por este tipo de experiencias nace ***Friendly App***, dado que en mi entorno familiar, siempre se ha visto la presencia o la imagen de una mascota, en mi caso los perros, en mi infancia cuando mis padres no se encontraban conmigo en casa, mi perro no solo era mi

compañía, era mi juguete, mi protector en los pasos que daba y, a medida que iba creciendo la presencia de ellos cada vez fue más notoria, no solo en el ámbito de la compañía netamente, también, a la hora de la recreación familiar, solíamos salir al parque compartir todos momentos agradables, en donde gracias al amor que le tenemos a las mascotas que han pasado por nuestra familia, hemos afianzado momentos memorables y que nos une como familia. Este tipo de experiencias, me han llevado a pensar ahora en todo lo que concierne a los perros, porque ellos dan todo a sus amos hasta que mueren y nosotros ¿qué hacemos por su existencia?, el hecho de alimentar, pasear, vacunar a un perros, no es un cuidado integral, también demanda tiempo y esfuerzo, como lo es dedicar unos minutos al juego y cariño para con ellos, como lo es salir a hacer ejercicio con el perro, pasearlo por centros comerciales, matricularlo en un colegio, afiliarlo a un seguro de salud, después de trabajar pasearlo un poco, normalmente los perros, en la localidad de Usaquén dado a su arquitectura y urbanización, tienen poco espacio en sus hogares, como apartamentos dúplex, pequeños, sin zonas verdes, o conjuntos con muy reducidos espacios para su recreación, impiden el libre desarrollo de los perros.

1999	caninos	599.621	10,32
	humanos	6.189.030	
2004	caninos	608.421	11,07
	humanos	6.734.041	
2005	caninos	775.631	8,82
	humanos	6.840.116	
2006	caninos	686.943	10,11
	humanos	6.945.216	
2007	caninos	604.674	11,66
	humanos	7.050.228	
2009	caninos	599.513	12,11
	humanos	7.259.597	
2010	caninos	599.515	12,28
	humanos	7.363.782	
2013	caninos	934.419	8,48
	humanos	7.674.366	

Fuentes: Departamento Administrativo Nacional de Estadística D.A.N.E. – Censo 2005
Secretaría Distrital De Salud; Dirección de Salud Pública - Estudios Población canina 1999,2005,2013

Es por ello que es trascendental, mencionar como estos animales pueden ayudar a mantener la salud tanto física como mental de un ser humano, por lo que es importante agradecer su compañía. Basta con enseñarles comandos básicos de obediencia

recompensados, darles un buen trato y llevarlos a pasear todos los días; motivo principal por el cual creamos nuestra aplicación para facilitarle la vida a los dueños de estas mascotas ya que podrán ir hacer sus actividades en compañía de sus perros.

Es por ello, que para el cuidado de los perros, nos basamos en el decreto 596 de 2011 de la Policía Distrital de Salud Ambiental, que indica las líneas de intervención en los eventos transmisibles de origen zoonótico, las cuales tiene como objetivo principal mejorar la calidad de vida y salud de los habitantes del distrito, a través de intervenciones integrales sobre los determinantes que generan eventos transmisibles de origen animal comunes a las personas. El decreto 596 de 2011 básicamente indica enfoque en incrementar en un 10% (2013-2014) anual el número de hembras caninos y felinas esterilizadas en el Distrito, a través, de actividades como lo son: Vacunación antirrábica canina y felina, observación de animales mordedores, recolección o recogida de caninos callejeros, desarrollo de programas de adopción , jornadas de esterilización , eutanasia dependiendo el caso del estado del animal y educación sanitaria, para desarrollar entornos ambientalmente saludables.

En 2014, los equipos de territorios ambientalmente saludables abordaron a 46.000 familias con la estrategia de vivienda saludable, se dan a conocer la resolución 0240 de 2014 la cual, establece directrices en materia de prevención, vigilancia y control de Zoonosis en Bogotá, por ende se genera un protocolo de acciones responsables en comercialización de animales e instrumento de verificación en el Acuerdo 509 de 2012, establecido por la Secretaría de Salud Distrital (saludcapital.gov.co, 2015).

Otras de las razones que impulsa esta idea de negocio es la importancia de tener una estadística de cuantos animales hay por ciudadano Bogotano, pues este tipo de datos

permite establecer un plan de acción, una estructuración de cuidado y preservación de los perros, definir los índices de abandono, muerte y lo más importante índices de población, para así aplicar planes de contingencia y de mejoramiento para que los animales tengan un bienestar y una segunda oportunidad de encontrar un hogar que los acoja como miembro de la familia.

Público objetivo:

Segmento: Habitantes de la localidad de Usaquén inicialmente los barrios: Cedritos, Country, Santa Bárbara y Usaquén, después de establecer un margen de rendimiento trabajaremos con los barrios Paseo de Los Libertadores, Verbenal, La Uribe, San Cristóbal Norte y Toberín.

Nicho: Hombres y mujeres de estrato 4, 5 y 6, mayores de 15 años que tienen mascotas y un teléfono móvil donde se pueda descargar la aplicación Friendly, una aplicación exclusiva para las personas amantes a los perros que no pueden separarse ni un segundo de su mascota y quieren pasar su tiempo libre con ella en un centro comercial, restaurante o algún tipo de establecimiento público o que tienen el deseo de brindarle a su mascota un espacio de ejercitación, liberación de estrés y diversión completamente diferente con el objetivo de darle unas horas de felicidad a su perro sacándolos de la rutina convencional mientras el dueño aprovecha para hacer compras, comer, mercar, etc.

Marco teórico:

El enfoque digital de la actualidad, va dirigido a la practicidad e inmediatez de la información, es por ello, que para entender el uso de las nuevas tecnologías en el campo del consumismo, se entiende que las culturas digitales han desatado los lenguajes, las estéticas, las narrativas, los modos de pensar, sentir y expresar; este fenómeno reventó, sobre todo, el discurso de "la" nación que según Omar Rincón ensayista colombiano, manifiesta en una de sus cátedras narrativas, que "la" Nación, se narraba por medio de instituciones establecidas como la Patria, la Familia, la Religión, la Escuela y los Medios de Comunicación. La nación se diversificó al mutar en lo digital, dejó de ser un solo discurso, se convirtió en diversidad de relatos y potenció nuevos modos inéditos de estar juntos; pero lo digital no es reducible a las tabletas, las aplicaciones, los computadores, las conexiones, las bandas anchas, eso es lo tecnológico-global; lo local-nacional son los contenidos, los relatos, las estéticas, las voces, las narrativas de la colombianidad: eso, de lo que estamos hechos como sujetos y como colectivos culturales, de donde se puede generar un manifiesto que usen los movimientos sociales que van mancomunados con el tema de medio ambiente y animalistas, ya que por medio de las herramientas tecnológicas se ha llegado a expandir su discurso.

Siendo así, los contenidos digitales nos permiten manifestar una premisa, un ideal que respalde un principio de convivencia como en lo quiere dar a conocer Frindly App, una aplicación de la gente para la gente, que desea facilitar el cuidado y preservación de su mascota en este caso el enfoque a los perros, quienes brindan no solo compañía, sino que son parte de la familia, se le construye una identidad dentro de la nueva sociedad digital e incorporada en el concepto de convivencia ciudadana, como un sujeto que tiene un espacio,

con la ayuda de lo digital es compleja la nueva invención de la realidad, porque nos ha cambiado los modos de estar juntos: lo que cambió, mutó, se transformó fue el modo de estar juntos, y ahora más con el uso de este tipo de aplicaciones, ´podemos estar al día con nuestras mascotas al instante.

Por otra parte, cabe mencionar lo que indica Jesús Martín Barbero en la *XVIII Cátedra Anual de Historia "Ernesto Restrepo Tirado" Narrativas digitales de la nación,* respaldada por El Museo Nacional, donde Barbero cita: *"mi amigo Alejandro Piscitelli, hace tiempo que está tratando de sacarnos de los grandes textos y de ponernos a mirar desde las formas de interacción nuevas, y también Henry Jenkins que se ha hecho famoso por hablar de la convergencia entre culturas. Piscitelli y Jenkins nos dicen que todo lo que hemos vivido los seres humanos en los últimos siglos tendió a separar las culturas, y que esta última transformación tecno-cultural lo que posibilita es todo lo contrario: juntar culturas"* (Museo Nacional de Colombia 2015).

De lo anterior, lo que está planteando Jenkins quien indica que donde las narrativas se están refundando más profundamente es en los videojuegos, porque en los videojuegos se está forjando una generación de nuevos ciudadanos, y de ello se toma el desarrollo de otras plataformas que generan contenidos interactivos, como lo son las aplicaciones de descarga gratuita, ya que para su elaboración se brindan espacios gratuitos online que brindan plantillas y la oportunidad de ejecutar y crear una aplicación de uso comercial, interactivo y social. La red digital es ahora parte de un único mundo en el que nos movemos en un continuum que va desde sus aspectos más abstractos y desmaterializados (ciberespacio) hasta los más materiales y encarnados (realidad aumentada). A medida que la tecnología invade todo y nos va invistiendo de poderes superiores o distintos de los que la evolución,

la biología y la sociabilidad analógica nos habían dotado, estamos conectados todo el tiempo a todo gracias a las notificaciones sociales, los datos vía satélite, los códigos QR y los sensores de todo tipo (Greenfield, 2006) Este tipo de espacios digitales, no solo generan un lucro, también un reconocimiento de marca de una manera práctica y de fácil acceso para muchos.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que el uso de una aplicación y su elaboración, requiere de otras aplicaciones, en este caso para ***Friendly App***, se usará a manera de Mashups, que es una forma de integrar aplicaciones de la web a nuevas plataformas. Por ejemplo, emplear Google maps en una página web que requiera Georeferenciaciones, función fundamental que otorgará ***Friendly App***, ya que no solo generaremos la opción de conocer las tiendas veterinarias, clínicas y demás cercanas a el lugar de domicilio de los usuarios, también conocerán espacios que permitan el acceso a los animales para tener interacción con los seres humanos.

De lo anterior, cabe resaltar que a lo largo de este proyecto siempre se va a ejercer el posicionamiento de marca, el cual lo tendremos en cuenta desde el Branding ya que nos brinda la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos los elementos diferenciadores de la identidad de una marca (tangibles o intangibles) y que contribuyen a la construcción de una promesa y de una experiencia de marca distintiva, relevante, completa y sostenible en el tiempo, así lo define AEBRAND (Asociación Española de Empresas de Branding); *por lo tanto el branding ejerce un control esencial en Friendly App, ya que permitirá no solo posicionar la marca como emprendedores también bridar este ejercicio comercial a los locales proveedores y aliados que tendremos a lo largo del desarrollo de este proyecto animalista.*

En consecuencia, de que el proyecto se enfocará en términos digitales a una experiencia de cercanía de los amos con sus mascotas, la elaboración de esta aplicación permite generar una interacción gratuita que brinda beneficios a los usuarios, siendo así para el uso de la aplicación, los usuarios deberán tener una cuenta de acceso o suscripción para ello es necesario unos datos de identificación, estos datos tienen unos términos y condiciones, que van de la mano del marketing móvil, esto se denomina **Publicidad In-App**, un perfil que los desarrolladores y marcas tienen para **monetizar una aplicación móvil, que en este caso aplica para nuestro modelo de negocio como** Fremium, es decir, que se brinda la descarga gratuita de la app que incluye opciones de compra en su interior (mejor calidad del servicio, más funcionalidades, etc.) y un perfil de identificación dentro de la plataforma.

Así mismo, se entiende el formato del uso de apliciones para brindar servicios en el desarrollo del broadcast por ejemplo Netflix esta plataforma reinventó el paradigma de broadcast, Uber (con sus luchas intestinas) el del transporte individual privado, Amazon (el comercio minorista), imaginamos que Minerva (o Teamlabs así como una recombinación operacional de todos los puntos tratados más arriba) puede ser un nuevo normal educativo (Pisatelli, 2015). De lo que no cabe duda es de que necesitamos un nuevo normal educativo y de que este parece ser incompatible con las universidades tal y como las hemos conocido en el último milenio y el uso de las plataformas virtuales y el marketing móvil, las aplicaciones como anteriormente se mencionó tienen la funcionalidad de otorgar una identidad al usuario, todo este proceso se llama comercio electrónico, dado que no solo el usuario tendrá interacción con una comunidad que comparte ideas, también tendrá unos

derecho y deberes como ciberconsumidor, el comercio electrónico comprende el envío, transmisión, recepción, almacenamiento de mensajes de datos por vía electrónica.

Las dudas que surjan respecto de la eficacia y validez de los mensajes de datos y demás actividades vinculadas al comercio electrónico se interpretarán de conformidad con la ley 527 de 1999 de usos de medios electrónicos emitida por el Congreso de la República de Colombia, reglamenta y define el acceso y uso de los mensajes de datos del comercio electrónico, esta ley incluye tener en cuenta que el usuario conozca del uso y manejo de las Cookies, es decir, cadenas de texto enviadas virtualmente que son almacenadas por el uso de la plataforma por el administrador, para la consulta de las actividades y preferencias de los usuarios; así mismo los consumidores, es decir, toda persona natural que, como destinatario final, use la plataforma para solicitar por medio de ésta un mandato remunerado, cuyo encargo consiste en la celebración de un contrato de compraventa o cualquier otro tipo de contrato lícito, con el fin de adquirir bienes o servicios (Congreso de la República de Colombia, 1999).

Paralelamente, a la definición del ámbito tecnológico que compone a ***Friendly App***, se acota la importancia del perro o mascota en este caso beneficiaria de los servicios que se prestarán a través de la plataforma, y para ello es necesario conocer más de este ser, que normalmente se define como *"El perro es el mejor amigo del hombre"* fue la frase que hizo famosa el abogado George Graham Vest, de Estados Unidos, durante el juicio del asesinato de un galgo llamado Old Drum. Con su discurso no sólo conmovió al jurado y logró que su cliente recibiera una considerable suma de dinero, sino que desde entonces sus palabras se hicieron populares.

El perro es un ser vivo y tiene derecho a una existencia digna y aun lugar en la sociedad, de igual forma tiene derecho a moverse con libertad y a hacer ejercicio; las ciudades deben reservar espacios equitativos para él y sus propietarios. "*El amor por los animales hace que las personas los traten como seres humanos y por eso se pueden ver restaurantes de lujo para perros, escuelas, fiestas de cumpleaños, clubes, peluquerías, almacenes de ropa y otros establecimientos dedicados a someter a los animales a actividades propias de las personas"*. (Millán C, 2016)

Tener una mascota en casa, en este caso un perro se ha convertido en tener una compañía incondicional porque con los perros hay socialización, pues para el humano, este se convierte en su confidente, el que le guarda los secretos, su compañero de viajes, el que siempre lo espera y lo recibe con una buena actitud sin importar si ha sido o no un buen día o si llega tarde, así lo menciona el veterinario Humberto Cortez en una publicación en la página Animalistas.

Posicionamiento de marca: La publicidad es un medio de comunicación fundamental para lograr posicionarnos en el mercado, a través de la cual se quiere crear una percepción a los posibles consumidores sobre lo que es la APP, esto lo haremos por medio de la red social que más influencia tiene en este momento, Facebook, este será el espacio para hacer el despliegue de esta aplicación, donde mostraremos nuestra identidad visual, nuestro símbolo, nuestra comportamiento y claramente nuestra comunicación que en este caso comenzaremos haciéndolo por medio de Facebook.

Además de esto la idea es interactuar con nuestros usuarios por medio de nuestra Fan page, respondiendo así inquietudes, quejas, sugerencias etc. De acuerdo con la definición de Stanton W. cuando hablamos de posicionamiento de marca hablamos de una imagen, es decir se formaría fuera de la empresa y en la mente del consumidor a partir de 4 pilares: identidad visual (colores, formas, tipografías, mascotas), cultura (comportamiento histórico de la compañía) comportamiento (la forma como vemos que actúa la compañía) y su comunicación (es decir cómo nos habla a nosotros y a los otros grupos de interés).

Simultáneamente se hará un convenio en una veterinaria por cada sector, es decir una alianza estratégica la cual nos permitirá realizar la distribución de los productos que ustedes soliciten y serán nuestros primeros proveedores, los cuales nos harán publicidad por medio de volantes y encuestas que desarrollaran sus clientes.

Marco legal:

Llevar a tu mascota a un establecimiento público tiene ciertos reglamentos como lo afirma la ley 746 de julio 19 de 2002 emitida por el Congreso de la República de Colombia, en donde se manifiesta la normatividad de tenencia de perros en Bogotá en las áreas urbanas y rurales, obligando al propietario que el alojamiento, aspecto sanitario e higiénico alimentación y custodia sean adecuados. Determina que en las zonas comunes o públicas, los ejemplares deberán estar sujetos por medio de una traílla, y provistos de bozal si son de las razas potencialmente peligrosas como Stafford terrier, Bullmastiff, Doberman, Dogo argentino, Dogo de Burdeos, Fila brasilero, Mastín napolitano, Pitbull terrier, Presa canario, Rottweiler y Tosa japonés. También estipula la ley, que los menores de edad no pueden ser

propietarios de razas peligrosas. Si un perro ataca a otra mascota, su propietario estará obligado a pagar por todos los daños causados, adicionalmente podrá ser sancionado por la autoridad municipal competente. La ley prohíbe dejar las deposiciones fecales de los caninos en las vías, parques o lugares públicos; el incumplimiento de la norma podrá generarle una sanción monetaria o de trabajo comunitario, según lo disponga la autoridad, así se manifiesta en el nuevo Código de policía, ejerciendo protección a la integridad de los perros como sujeto de convivencia ciudadana. (Código de Policía Nacional, 2017)

Por otra parte, como se va a hacer uso de datos, y administrar información sensible de los clientes se tendrá en cuenta que el envío, transmisión, recepción, almacenamiento de mensajes de datos por vía electrónica, son datos que se manejaran con la debida eficacia y validez de almacenamiento de datos y demás actividades vinculadas al comercio electrónico se interpretarán de conformidad con la ley 527 de 1999, de Usos de medios electrónicos definida como norma constituyente emitida por el Congreso de la República de Colombia, acobija los derechos de las personas que hagan brinden autorización para el tratamiento de sus datos, ya que reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones, ya que este será vigilado por la Superintendencia de Industria y Comercio, pues no solo se manejaran datos básicos que el usuario pueda generar a través de la cuenta de ingreso como Facebook o Google, también se contempla trabajar bajo datos personales que es toda información que permite identificar o hacer identificable a una persona física, que reúna las condiciones establecidas en el Estatuto del consumidor por la Superintendencia de industria y comercio, en el numeral 11 del artículo 5 de la ley 1480 de 2011es decir, quien de manera habitual, directa o indirectamente, comercializa

productos y ofrece servicios a través de la plataforma, para acceder a las ofertas de productos y servicios de los consumidores. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2012).

Y es necesario contemplar que toda la información puesta a disposición en la plataforma como imágenes, publicidad, nombres, marcas, lemas y demás elementos de propiedad intelectual; son utilizados legítimamente por el operador sea porque son de su propiedad, porque tienen autorización para ponerlos a disposición o porque en virtud de las decisiones 351 de 1993 y 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones, o en virtud de la ley 23 de 1982 emitida por la legislación que ejerce el Ministerio de Tecnologías, Información y Comunicaciones (MINTIC, 1985), se encuentra facultado para hacerlo, en dado caso que el usuario ya no requiera del producto o servicio solicitado a través de ***Friendly App***, está en todo su derecho de retractarse del pedido, debido a que los productos que se comercializan a través de la plataforma son productos perecederos, el operador informa a los Consumidores que los Expendedores no se encuentran obligados a otorgar el derecho de retracto consagrado en el artículo 47 de la ley 1480 de 2011.

Por último es de considerar que bajo la cabalidad del cumplimiento de las disposiciones colombianas sobre mensajes de datos según la ley 527 de 1999, se comunica que la legislación nacional reconoce validez a los mensajes de datos y por tanto ellos adquieren carácter y entidad probatoria. En consecuencia, entienden los Consumidores, que mediante el cruce de mensajes de datos los intervinientes pueden dar lugar al nacimiento, modificación y extinción de obligaciones, siendo de su resorte exclusivo el contenido, consecuencias, responsabilidades y efectos de la información generada.

La transacción comercial que nace por este medio entre Consumidores y Expendedores, es la celebración de un contrato de compra-venta por medios electrónicos, el cual se describe en la ventana emergente que acepta el Consumidor al momento de la celebración del negocio jurídico, en ningún momento se configura relación contractual diferente como suministro, distribución o demás similares**.**

REGULACIÓN DE DESARROLLOS Y APLICATIVOS EN MINTIC

Para el uso y ejecución de aplicaciones en Colombia, se debe regir bajo los fundamentos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC) en ello se conoce como la aplicación de un Protocolo de internet en este momento se ejerce la versión 6, que según se define en este portal, el IPv6 fue diseñado para coexistir con IPv4 durante una fase de transición, hasta que de forma transparente, IPv4 deje de utilizarse y desaparezca de la red, este protocolo IPv4 es el que se ha usado desde que se empezó a generar el uso comercial por vía internet, por ende el uso de la Versión 6, es porque complementa y amplía la recepción en bits de la información que se maneja en internet. A continuación se define el uso y explicación de los protocolos en internet definidos por MINTIC para Colombia:

> “ Para que los dispositivos se conecten a la red, necesitan una dirección IP. Cuando se diseñó IPv4, casi como un experimento, no se pensó que pudiera tener tanto éxito comercial, y dado que sólo dispone de 2^32 direcciones (direcciones con una longitud de 32 bits, es decir, 4.294.967.296 direcciones), junto con el imparable crecimiento de

usuarios y dispositivos, implica que en pocos meses estas direcciones se agotarán. Por este motivo, y previendo la situación, el organismo que se encarga de la estandarización de los protocolos de Internet (IETF, Internet Engineering Task Force), ha trabajado en los últimos años en una nueva versión del Protocolo de Internet, concretamente la versión 6 (IPv6), que posee direcciones con una longitud de 128 bits, es decir 2^128 posibles direcciones 340.282.366.920.938.463.463.374.607.431.768.211.456), o dicho de otro modo, 340 sextillones." (Art. 5892, MINTIC 30 de junio 2015)

Según el protocolo, anteriormente explicado en su mejora MINTIC realiza el despliegue de IPv6 de manera gradual, mientras se adapta y coexiste con IPv4, para ir desplazando y adaptando los dispositivos electrónicos con conexión a Internet, equipos de red, aplicaciones, contenidos y servicios se vayan adaptando a la nueva versión del protocolo de Internet, es importante que se entienda el despliegue del nuevo protocolo de Internet, tanto si somos usuarios residenciales, como corporativos, proveedores de contenidos, proveedores de servicios de Internet, así como la propia administración pública, así lo establece el MINTIC.

FINANCIACION

En cuanto a la financiación del proyecto al ser 3 socios estaremos invirtiendo $3 500.000 pesos cada uno como fondos propios, lo que cubriría la inversión inicial. Inicialmente la fuente de financiación de este proyecto estará enfocado en buscar cubrir con las marcas que vamos a generar alianzas en la aplicación y las tiendas de mascotas que formaran parte de la red tiendas que ofrecerán sus domicilios, a través de la aplicación, el primer mes de publicidad será gratuito. Además, que por cada envío a domicilio que el usuario solicite se

tendrá como política humanista, sea aportada una propina a libre decisión para ser donada a fundaciones animalistas que luchen en pro de los derechos de los animales, en especial aquellas que promueven los comederos comunales para perros de la calle.

Por otro lado, en vista de que el ROI (retorno de inversión) es a partir del segundo año, en el primer año apuntamos a fuentes de financiación como independientes, orientados a tecnología y con alta red de contactos en el mercado objetivo o capitalistas que ofrezcan financiamiento orientado a la tecnología en función de mejorar la calidad de vida de las personas.

A continuación se describe un estimado de proporción en:

Activos Tangibles: Se consideran activos tangibles tales como:

- Materias primas: El uso de la plataforma que nos permite desarrollar la aplicación, y la creación del contenido que solicitamos para el empleo de Friendly.

- El inmobiliario: Por el momento no contamos con oficina o sucursal, pero se está gestionando una alternativa que a través de la aplicación, se tenga un espacio para buzón de sugerencias interactivo como un chat entre domiciliario y usuario.

- Las maquinarias: Se hará uso de 3 computadores con las actualizaciones pertinentes que permitan el pleno desarrollo de la actividad de la aplicación y 3 bicicletas que será aquellos insumos de movilidad para la entrega de los servicios y/o productos solicitados por los clientes.

- El dinero: Lo presupuestado hasta el momento es de $ 1.200.000, dado que para iniciar con los domicilios es necesario tener una base por domiciliario en este caso, tendremos 3 colaboradores en bicicleta, a quienes les otorgaremos una base de $230.000 c/u, para que generen las compras de los clientes y se reincorpore el dinero con pago contra entrega, el restante de base monetaria en presupuesto de $510.000, se dejara como dinero de emergencia para eventualidades, como falla en la entrega o envió de la encomienda, mantenimiento y manutención de los domiciliarios y mantenimiento de las maquinas, en este caso los computadores y de los medio de movilidad correspondiente a las bicicletas.

- De otra parte, el dinero que empezará a generar ganancias humanistas, (el aporte a las fundaciones y la proyección social de Friendly) en el momento en que sea entregado el pedido al usuario, ya que brindaremos la posibilidad de pago en efectivo, efectuando debidamente la información del aporte voluntario más las propinas todo con el fin de mantener el capital base suministrado para poder generar el uso de la aplicación. Toda esta información igual, va con previo aviso a los usuarios en el momento en que ejerzan uso de la aplicación aceptando términos y condiciones.

Activos Intangibles: Se consideran activos intangibles tales como:

- El conocimiento del saber hacer: Se tendrá apoyo del desarrollador web, quien aportará de manera voluntaria el diseño de la aplicación en el momento de lanzamiento, ya

cuando la aplicación genere ingresos el reconocimiento monetario del desarrollador web se tendrá en cuenta para el nuevo presupuesto del equipo de trabajo, ello con la finalidad de ejercer un compromiso de lealtad con la empresa, es decir, al inicio el servicio que se preste será voluntario, al ver las ganancias, se acordará el aporte por sus actividades.

- Nuestras relaciones con los clientes: Esta se verá reflejada en la publicidad en diferentes medios, ofrecer servicios innovadores a los dueños de las mascotas, mantener a nuestros clientes informados de noticias y eventos, llevar el registro de la información necesaria de las mascotas, para tener un orden de la información al momento que el cliente la consulte.

- Nuestros procesos operativos: Se manejarán estados financieros (recaudos sociales), y se mantendrá un informe semanal de la operatividad de la App, así manejaremos y conoceremos a través de estadísticas la viabilidad de la estrategia generada para el desarrollo tecnológico.

- Tecnología de la información y bases de datos: En la acogida de datos de los usuarios y de la caracterización de las mascotas, se quiere mantener un informe semanal, en donde se evidencie, los porcentajes de visitas, descargas, usos, frecuencia de descarga de la aplicación, ya que con estos índices se puede fomentar a tener una estadística referente a la estabilidad de Freindly App, además de generar planes de mejoramiento en el servicio y un plan en caso de crisis empresarial, que brindaría un plus y arrojaría las alertas de manera temprana, con este informe semanal, también se empezará a gestionar

una base de datos para vincular y administrar de manera óptima la clasificación de productos y servicios por prioridad, según la cantidad de solicitudes por cliente.

Por lo tanto, al momento de que se generen los indicadores semanales aplicar los planes de contingencia correspondientes para siempre tener mejoras en el servicio, atención, rapidez de la aplicación, accesibilidad, determinar los errores programáticos de la aplicación, y demás ítems anteriormente mencionados, para tenerlos en cuenta y así generar un resultado óptimo que cumpla con los estándares de calidad que queremos incorporara en el uso de aplicaciones móviles.

- ¿Cuál es producto o servicio que se va a vender?

El producto o servicio, que se ofrece es una aplicación que permita al usuario tener presente una ruta que le permita encontrar espacios, clínicas, tiendas de venta de artículos para perros, facilitando la contactabilidad y acceso a una ubicación geográfica a través de Google Maps, indicando dirección, horarios de atención, especialidades y claro está la cercanía a sus hogares o lugar de trabajo. Por lo tanto, nuestro enfoque es netamente al cuidado y protección de los perros como mascota y como integrante de las familias del sector Usaquén; a este formato se le ha nombrado como ***Friendly App.***

- ¿Cuáles son las características de su producto y/o servicio?

Friendly App es una aplicación móvil, la cual creará alianzas con clínicas veterinarias, tiendas, y distribuidores de insumos de alimentos, aseo y recreación para perros, creará alianzas con los diferentes establecimientos que permitan el ingreso a mascotas con sus dueños, sin restricciones, creará y mantendrá un canal de distribución, se mantendrá actualizado el sitio o la aplicación en la interfaz de noticias, se hará publicidad de esta aplicación, a través, de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, además del uso de Google Apps y Appstore, se otorgará siempre al usuario de que califique la utilidad y eficiencia de la aplicación, y por último se tendrá en cuenta el manejo de publicidad en la aplicación para generar ingresos adicionales.

Otra de las características de ***Friendly App***, es que se usará a través de los recursos de las propinas, se tendrá un desarrollador IOS, Android, WEB, marketing, branding digital.

- ¿Qué problema o necesidad del cliente va a resolver?

La tenencia de un perro, genera un compromiso de cuidado y compañía para con el animal, ante este panorama hay un impedimento de espacios para poder ingresar a los perros, en donde no se pueden transportar a todos los lugares donde los seres humanos pueden ir, y esta situación se ha convertido en un obstáculo para los dueños de animales domesticados, como ingresar a sitios de reunión social, como centros comerciales, boutiques, parques de diversión, peluquerías, entre otros, pues los sitios que son recurridos tiene prohibido ingresar con ellos; pero el auge que ha producido el tener una mascota y no querer separarse de ella ha logrado que muchos establecimientos permitan el acceso a este

tipo de animales; así que dentro de la ubicación geográfica que brindará ***Friendly app***, estarán referenciados sitios que abren las puertas a las mascotas para que compartan con sus dueños sin restricciones, con esta iniciativa la aplicación brindará información básica para los amantes de perros.

Para cumplir con las expectativas de la idea de negocio, se establecen unos puntos que permitan el desarrollo de la aplicación que se regirá bajo una estrategia de marketing digital y mobile planificada, especialmente con el uso de redes sociales y herramientas gratuitas que nos permitan obtener los mejores resultados con una mínima inversión necesaria:

se quiere generar un directorio, con la ayuda de Google Maps, encontrar locales autorizados como clínicas veterinarias, peluquerías, distribuidoras de alimentos y accesorios, tiendas que brinden productos y servicios en general relacionados a los perros, para que el cliente pueda acceder a estos servicios de una forma más cómoda, en donde ***Friendly App*** sea el intermediario, haciendo llegar lo solicitado a su hogar o destino de preferencia. Además, las personas que descarguen esta aplicación en sus celulares, bien sea a través de Google Play para Android o App Store para IOS, automáticamente la aplicación generará alertas diarias de noticias innovadoras acerca del cuidado de sus perros y del medio ambiente, como lo es el cuidado de los perros cuando llegan a la vejez, anuncios de perros desaparecidos, curiosidades, videos divertidos de los perros como mascotas, consejos para cuidados de cada raza, perros reconocidos que laboran con la fuerza pública; estas son algunas de noticias que llaman más la atención de la sociedad que ama a los perros; las fuentes que se tendrán en cuenta son El Tiempo noticias, www.animalistas.org,www.igualdadanimal.org y páginas y grupos de Facebook locales, para

tener en cuenta referentes como animales en adopción, por ejemplo la página de Zoonosis Bogotá.

- ¿Existen productos y/ o similares en el mercado?

Si, según el portal de Publimetro.com, se estableció un top 10 de aplicaciones que brindan servicios para mascotas domésticas, según el artículo perros y gatos, como a continuación se referencia:

1.Pet Master Pro: Esta app es como un recordatorio, nunca más olvidará las obligaciones de su mascota. Puede documentar sus datos, citas con el veterinario, medicamentos que toma, enfermedades y más. Es muy útil si usted cree que es de esas personas olvidadizas y necesita tener todo apuntado. Disponible en iOS y Android.

2.Pet first aid: Se trata de una aplicación que sirve de guía de primeros auxilios para su mascota. Por medio de vídeos, imágenes e ilustraciones podrá averiguar cómo ayudar a su mascota en caso de que tenga heridas leves o cómo actuar ante cualquier tipo de alteración de su salud.

En la app se pueden ver diferentes vídeos, textos informativos, guías y consejos. Disponible en iOS y Android.

3.Dog Whistler: Educar a su peludo es muy importante, pero muchas veces se les puede salir de las manos. Esta aplicación, le ayudará a entrenar a su perro.
Esta aplicación trabaja en distintas frecuencias de sonido, tal como lo hacen los reales

silbatos de perro. Con las diferentes frecuencias programables de los sonidos se podrá entrenar y educar en función de las necesidades de cada situación. Se les puede dar instrucciones, regañar o felicitar. Disponible en iOS y Android.

4. Game for Cats: Esta es una aplicación gratuita para el iPad y tiene como principal atracción el desarrollo del instinto animal de los gatos por seguir y cazar los objetos pequeños.

En la versión básica, su felino deberá cazar el punto de una luz láser, pero si ve que tu mascota comienza a aburrirse, no se preocupes podrá cambiar ese punto por un ratón o una mariposa. El juego cuenta con un registro de puntuaciones global, por lo que podrá ver qué tan ágil es su gato en comparación con todos los mininos que se encuentran cazando puntos, en otras partes del mundo.

5. Mascotas bienvenidas: ¡Que su mascota empaque la maleta! esta aplicación le permitirá encontrar los lugares donde puede ir con su perro o gato: peluquerías, cafés, hoteles.

También lo puede sacar de apuros ya que si lo está paseando y se le ocurre comprar un libro o unos zapatos, puede ver en qué lugares admiten a su perro.

6.Tagg The Pet Tracker: Si a su gato le agrada pasear fuera de su casa o apartamento esta app le ayudará a no perderlo de vista. Colóquele una etiqueta GPS en su collar y localícelo siempre a través de su celular.

7. Dogbook: Si su mascota es solo derroche de amor y quiere hacerle una especie de altar; puedes crearle su propio Facebook en una de las redes sociales para perros más conocidas de internet.

Como buena red social, la app le permite conocer a otros dueños, subir fotos, compartir las actividades de su perro, etc. También le muestra los parques más cercanos en cualquier lugar del mundo.

8. Snapcat: Las fotos generalmente representan un problema para los amos de los felinos, pues éstos suelen no posar para cuando se les quiere hacer una foto.

Así que lo que los creadores de esta aplicación proponen es que sean los mismos gastos quienes e hagan la foto. Sí, gatos haciéndose selfies en una Tablet.

9.Spending on my dog: Criar a un perro implica gastos por concepto de alimentos, atención veterinaria, entrenador, peluquería, juguetes, ropa además de todos los cuidados extras que le quiera brindar. La aplicación Spending on my dog te permita llevar cuenta de tus gastos, verlos en forma de gráficas y exportarlos a una hoja de cálculo.

10. Perfect Dog: Si está pensando adoptar a un cachorro y quiere conocer las características de cada raza canina y cuál le vendría mejor según su casa o apartamento y sus hábitos, esta es la aplicación perfecta para usted. Esta app es una completa guía de más de 200 razas de perros. Disponible en iOS y Android.

- Plus o ventaja competitiva de su producto y/o servicio.

La propuesta de valor que brinda ***Friendly App***, es ofrecer a los clientes un punto único de contacto para acceder a diferentes servicios y bienes (comida, servicios, medicinas), para perros. Desde pedir un domicilio hasta contratar un entrenador, colegio, paseador o veterinario específico. En segundo lugar se pretende mantener un registro de información de perros para dar avisos a los clientes en cuanto alimentos y vacunación, se quiere generar una comunidad de personas con perros que puedan compartir experiencias o consultar al resto de personas sobre situaciones, o recomendaciones de perros y sus cuidados. En tercer lugar es importante para ***Freindly App***, tener una base de datos para las tiendas de mascotas y marcas de productos para que el usuario escoja la de su preferencia ya sea, por conocida, cercanía, calificación, para así poder brindar un espacio para canal de ventas y promociones, como acumulación de puntos por número de compras o valor de la compra, así fidelizar y tornar interactiva y animada nuestra aplicación.

Sin embargo, la finalidad más importante de ***Friendly App*** es la definición de las rutas que tendremos en alianza con los proveedores de servicios y/o productos de manutención de los perros, con ayuda de Google Maps, definimos la ubicación de los puntos de servicio más cercanos a casa o trabajo de nuestros usuarios, la idea principal radica en que definiendo un perímetro en el sector de Usaquén, inicialmente en los barrios de Cedritos, Santa Ana y Country, después avanzaremos a tomar los barrios que comprenden toda la Localidad como los Libertadores, San Cristóbal norte, entre otros barrios que comprende Usaquén.

Por otro lado, se brindará un informe mensual de clasificación de las tiendas con mejor servicio, a través, de la calificación en servicio como lo es, el tiempo de entrega, calidad de los productos, variedad de productos y servicios; todo definido bajo calificación en encuesta de satisfacción que vendrá incluida en la App.

- ¿Cómo generará ingresos?

En cuanto a la financiación del proyecto al ser 3 socios estaremos invirtiendo $3 500.000 cada uno como fondos propios, lo que cubriría la inversión inicial. Inicialmente la fuente de financiación de este proyecto estará enfocada en buscar cubrir con las marcas que vamos a generar alianzas en la aplicación y las tiendas de mascotas que formaran parte de la red tiendas que ofrecerán sus domicilios, a través de la aplicación, el primer mes de publicidad será gratuito. Además, que por cada envío a domicilio que el usuario solicite se tendrá como política humanista, sea aportada una propina a libre decisión para ser donada a fundaciones animalistas que luchen en pro de los derechos de los animales, en especial aquellas que promueven los comederos comunales para perros de la calle.

Por otro lado, en vista de que el ROI (retorno de inversión) es a partir del segundo año, en el primer año apuntamos a fuentes de financiación como independientes, orientados a tecnología y con alta red de contactos en el mercado objetivo o capitalistas que ofrezcan financiamiento orientado a la tecnología en función de mejorar la calidad de vida de las personas.

- ¿Cuál es el aporte en términos de innovación de su producto y /o servicio?

Friendly App, está comprometida con los cliente de manera integral, el aporte de innovación es ser una aplicación de fácil acceso, que permita interacción con otros usuarios, no solo para hacer un grupo de amigos con sus perros, también un espacio en el que la facilidad del servicio y la calidad del mismo, sea lo más amena posible, brindar la oportunidad de que nuestros usuarios estén informados de noticias para sus mascotas como lo son a través de portales web reconocidos como, El tiempo y páginas de organizaciones animalista y movimientos animalistas y ambientalistas en pro de los derechos de los animales, la aplicación no solo fomentará facilitar optimizar el tiempo en compra de productos para el perro, también brindará datos de interés como índices de abandono de canes, aportes de Zoonosis como información de animales extraviados, adopción de perros, y demás información que toca la sensibilidad de los usuarios que se encuentran siempre, interconectados con sus mascotas.

- ¿Hasta qué punto ese producto y/o servicio le ofrece al cliente una utilidad única?

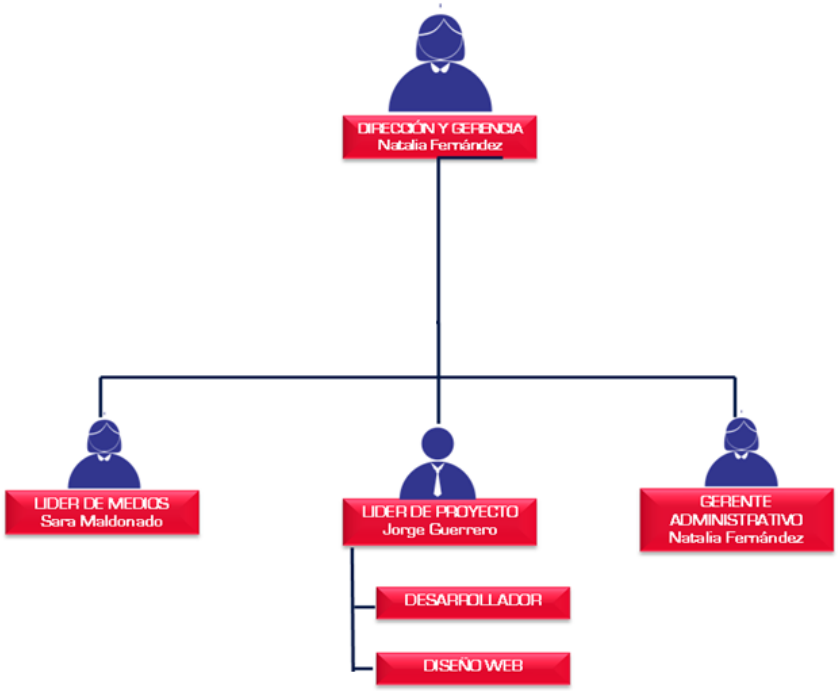
Friendly App, ofrece flexibilidad, agilidad, tranquilidad a nuestros clientes ya que mientras él no esté cerca de su perro, nosotros nos haremos cargo del bienestar de su perro, con la rapidez en la contra entrega de los productos solicitados por el usuario, como también brindar siempre una solución a los usuarios en cuanto a la ubicación de un lugar de convivencia con su perro y su familia sin incomodar a nadie y sin faltar a ninguna norma. Somos la única herr**amient**a digital para perros que hará todo por el usuario, desde

brindar ubicación de la tienda más cercana hasta brindar un itinerario completo al usuario para que cada día o según la disposición de tiempo del mismo, visite los lugares que georreferenciamos en la aplicación, para que el usuario comparta con su perro.

1. **¿**Cuáles son las personas que conforman su equipo de trabajo?

Friendly App se ubica en la ciudad de Bogotá, su sede administrativa empleará en forma directa a 3 personas encargadas de las áreas de dirección, mercadeo y producción.

El siguiente diagrama ilustra la organización propuesta.



2. ¿Cuál es el rol de cada integrante y en qué sobresalen? (Anexar cuadro de perfiles y de competencias).

Nombre del cargo	Gerente
Jefe inmediato	Natalia Fernández
Cargos que se reportan	- Líder Medios y Redes Sociales - Líder de Proyectos - Gerente Administrativo
Objetivo del cargo	Planeación Estratégica de la compañía para alcanzar las metas propuestas.
Responsabilidades	- Representante Legal de la Empresa. - Analizar el entorno para posicionar la compañía. - Define lineamientos administrativos y operativos - Realizar seguimiento a los líderes de cada área.

Nombre del cargo	Líder de Marketing, Medios y Redes Sociales
Jefe inmediato	Gerente
Cargos que se reportan	Ninguno
Objetivo del cargo	Posicionar la aplicación en el mercado objetivo usando Google Play y App Store, manejando las redes sociales y otros medios de marketing y mercadeo. Potencializar la imagen de ***Friendly App.***
Responsabilidades	- creación, modificación y desarrollo del Plan de Mercadeo. - Tendrá funciones de community manager encargándose del

	manejo de redes sociales, y generación de contenido de las mismas. - Manejo de publicidad con los proveedores y colaboradores. - Seguimiento de campañas publicitarias, publicidad en la aplicación de noticias para el mantenimiento de los perros, a través de la interfaz de ***Friendly App.*** - Realizará estudios de mercado sobre nuevas funcionalidades, herramientas y ventajas. - Definirá los indicadores de performance de la aplicación y hará seguimiento a los mismos.

Nombre del cargo	Líder de proyecto
Jefe inmediato	Natalia Fernández
Cargos que se reportan	- Desarrolladores - Diseñadores Gráficos
Objetivo del cargo	Planeación, Diseño, Desarrollo, Pruebas y liderará el equipo de soporte.

Responsabilidades	- Realiza la planeación del desarrollo de los productos en cada etapa, es decir, maneja los procesos de cargue y descargue de los datos correspondiente a base de datos de los proveedores y alianzas estratégicas de ***Friendly App***. - Elabora cronogramas con tiempos, recursos y presupuestos de los productos y servicios presentados en la aplicación, entregando al área administrativa y de Marketing informes mensuales de estadísticas de descarga, uso, quejas y reclamos de aplicación. - Supervisa la entrega de los productos, verificando el cumplimiento de las especificaciones y la calidad ofrecida desde los principios de servicio que diferencian a ***Friendly App*** de la competencia. - Programar las soluciones técnicas definidas para la app. - Soporta el área del diseño de la interfaz de usuario de la aplicación. - Realizar todas las piezas gráficas requeridas por el área de marketing. - Hacer el diseño gráfico de la marca y hacer el manual de usuario de la misma.

Nombre del cargo	Gerente Administrativo
Jefe inmediato	Gerente

Cargos que se reportan	- Asistente contable y administrativo
Objetivo del cargo	- Asistir, coordinar y ejecutar tareas gerenciales, entrega de informes de labores y presentación de cumplimiento de metas.
Responsabilidades	- Diseñar los presupuestos y flujos de caja de la compañía para lograr la mayor rentabilidad. - Analiza los aspectos financieros para tomar decisiones. - Analiza los requerimientos de capital y las alternativas de financiación para lograr las ventas proyectadas. - Gestionar los medios necesarios para mantener los estados financieros actualizados en todo momento

3. ¿Qué experiencia tienen cada integrante para aportar a su idea de negocio?

GERENTE:

Natalia Fernández: A lo largo de su experiencia laboral y académica, aporta a la idea de negocio los conocimientos como Comunicadora Social, en el ámbito de manejo de comunicación interna y externa, diseño de planes estratégicos, desarrollo y análisis de Matríz DAFO, matríz PEST. Como gerente tiene la obligación manejar personal, por ende sería la primera experiencia en este aspecto laboral, en su formación académica brinda conocimiento como responsable del crecimiento de la aplicación a nivel de usuarios, proveedores y

ventas, en la implementación del plan de marketing estratégico administrando los recursos designados y haciendo el control y seguimiento requerido.

LIDER DE MEDIOS

Sara Maldonado: En su experiencia laboral como profesional en Marketing digital, medios y área comercial, aporta a este proyecto de emprendimiento los conocimientos de manejo de convenios y alianzas comerciales, manejos de campañas comerciales y pautas publicitarias, su fuerte es el diseño y creación de páginas web para organizaciones de pequeña y medianas empresas en pro del desarrollo en el uso de innovación tecnológica, brindando apoyo de proyectos de invención empresarial conjunta a manejo de redes sociales. Dentro de su experiencia laboral también se resalta el manejo de bases de datos para ejercer contacto comercial y relaciones públicas, que en ***Friendly App*** apoyaría a la innovación y renovación del mercado digital, con el uso de la ruta estructurada y propuesta por este proyecto de emprendimiento.

LIDER DE PROYECTO.

Jorge Enrique Guerrero González: Tiene experiencia académica en Seguridad Informática, Desarrollo Informático, Digitación de textos y actualmente se especializa en Ingeniería de Sistemas. En su experiencia laboral nos aporta conocimientos en soporte y asesoría técnica de internet, correo, aplicativos SVA, en cuanto área de mantenimiento y soporte de estructura nos colabora con diagnósticos, reparaciones de equipos, montajes y desmontes de puestos de trabajo. Con su experiencia se encarga de manejar el personal de logística, en

cuanto a entregas de los domicilios, soporte técnico de la aplicación, generación de diseño y contenido digital para montaje en código HTML, que brindan el blindaje de protección de datos y manejo de la aplicación, según manifiesta la Ley Colombiana a través de MINTIC. (Documentos y protocolo mencionado en el marco legal).

4. ¿Cuál es su red de contactos en cuanto a proveedores?

En este momento la malla y base de datos de proveedores está en constante construcción y desarrollo, para estar alimentando la aplicación cada mes con la ampliación de red de contacto, a continuación se definen los primeros negocios consultados que tienen conocimiento del proyecto:

Estos son algunos de estos lugares para que vaya y disfrute los planes de la capital en compañía de su mascota.

STARBUCKS

Es uno de los establecimientos que cuenta con una terraza exclusiva, en donde siempre que pida una bebida habrá un plato de agua asegurada para su perro. No hay restricciones en el tamaño del animal, en algunos casos y si es necesario se recomienda el uso del bozal.

Cl. 69 #58, Bogotá

Lunes a jueves: 7:00 a.m – 9:00 p.m

JUAN VALDEZ

Hay tres locales de la franquicia de café colombiano que permiten la entrada de animales a sus locales: el de la calle 73, el de Avenida Chile y el de la zona G.

Cl. 70 #6-9

Calle 72 # 10-30

PAN PA YA'

Es otra de las franquicias que en varios de sus locales recibe a los usuarios junto a sus mascotas. En este caso el local de Rosales y la Calle 76 son los primeros en no poner ninguna restricción para que su perro lo acompañe a comer ya que cuentan con terrazas especiales. No hay restricciones por el tamaño de su perro.

Cr5 70 A-45 (Rosales)

Cra. 11 # 86ª -76

OMA

Un establecimiento más que en varias de sus sedes reciben a su perro sin ningún tipo de restricción (Calle 72 y Calle 73), al igual que en otros lugares de la lista la principal recomendación es llevar a su mascota con correa y si es el caso con bozal.

Cl. 77 #14-04

Cl. 72 No.10-34

CREPES & WAFFLES

En el establecimiento de la Zona G y en la heladería de la calle 73, esta franquicia ofrece a sus usuarios la posibilidad de ir a comer con sus mascotas. Como en la mayoría de lugares su perro tendrá asegurado agua y un lugar donde comer.

Cra. 9 #73-33 (Zona G)

Carrera 9 No. 73-33

ARCHIE'S

Como en la mayoría de sitios que se encuentran en la lista la entrada de mascotas solo está permitida en la terraza, por lo que si va a ir con su perro a la sede de la calle 71 es mejor seguir las recomendaciones de la correa y el bozal.

Calle 71 # 4 - 55

RANDY'S

En su sede de la calle 71, este establecimiento de comidas rápidas ofrece a sus usuarios una terraza exclusiva para llevar a sus mascotas y poder compartir con ellas. Al igual que en muchos de los lugares amigables con los animales, no hay restricción por la raza o tamaño del perro.

Calle 71 # 9-83

5. ¿Quiénes son sus aliados estratégicos?

- Clínica Veterinaria Lassie
- DogKat

Estos dos aliados nos están brindando la libertad de ofertar a través de la app, promociones y descuentos exclusivos para los usuarios frecuentes, es decir quienes generen mínimo 7 pedidos al mes, dado que esto garantizará la fidelidad a nuestra marca, con estas ventajas en nuestras alianzas comerciales garantiza el beneficio al negocio tanto a la aplicación como al proveedor, con el beneficio de compra y pago registrado al momento de entregar el pedido.

Con esta alianza estratégica lo que se evidenciará será el intercambio de publicidad con el uso de redes sociales y banner que serán incorporados en la aplicación.

PLAN DE MERCADEO

1. ¿Cuáles son los clientes o grupos de clientes potenciales?

Una vez analizada la situación del mercado, Friendly App determina que

se tendrá que tener en cuenta los clientes en función del tipo de producto o servicio a ofrecer y como consecuencia, podrá hacerse una idea de los competidores que se encontrará, y es así como hallamos nuestros grupos focales de clientes:

- **Persona natural:** Según la ruta que quiere fijarse Friendly App, los clientes potenciales en un primer momento se han estimado alrededor de las personas naturales que deseen descargar la aplicación, en su teléfono celular o tablet, centrando la ruta y el origen de los recursos de proveedores en la Localidad de Usaquén.
- En este caso, y en un primer momento, las personas que se interesan en el bienestar de su perro, no solo tendrán en cuenta los productos ofrecidos acorde a su mascota, también la ruta que le indica los espacios de esparcimiento que tendrá con su perro, los locales comerciales más cercanos a su casa, centros comerciales y demás espacios que permitan la interacción con su mascota sin restricciones.

- **Clientes potenciales:** Estos son los primeros usuarios que descarguen la aplicación Friendly App y la usen frecuentemente. En este punto juega un papel clave, la calificación y la experiencia conseguida por los usuarios, en este sentido, los clientes potenciales para Friendly App son aquellos que buscan el desarrollo y adaptación de aplicaciones como guías de información, donde se encuentren localizados los establecimientos comerciales que brindan los servicios y productos de cuidado de los perros y lo más importante que diferencia a Friendly App de la competencia, es una ruta que traza no sólo un

directorio de productos y servicios para el bienestar canino, también los espacios de esparcimiento como restaurantes, centros comerciales, cafés y demás locales comerciales que inicialmente fueron pensados solo para la reuniones sociales, pero ahora con la participación de la mascota.

- Clientes corporativos: Dentro del planteamiento de nuestra App, nuestra pieza clave serán los proveedores los cuales nos proporcionaran los recursos para distribuir a nuestros clientes.

2. ¿Cuáles son las necesidades y problemas más significativos del cliente?

Dentro de las necesidades de los usuarios, más que de ellos como clientes, es la necesidad de tener al cuidado su perro de la mejor manera, es por ello que esta necesidad de autorrealización permite que el usuario respete a su perro, con ello apoya al desarrollo del perro como un ente social, le da reconocimiento como un ser en la sociedad y en el núcleo familiar; esto conlleva a que más que la conservación del animal sea la necesidad social en cuanto al desarrollo afectivo, aceptación, desarrollo emocional y relaciones sociales, que se lograrían en lugares como los centros comerciales, que son partícipes de esta iniciativa de llevar consigo a los perros a las tiendas.

Asimismo, nuestro cliente potencial lo que valora en la integridad de su perro es la seguridad, por ende esta necesidad lleva al dueño del perro a brindar el sustento a sus necesidades básicas, como lo es: un hogar digno, cuidado, salud psicológica y física, esto conlleva a que Friendly App este presente con la prestación de productos y/o servicios, como la ruta que señala a nuestro cliente el mejor lugar para compartir con su mascota, o en caso de emergencia recurrir para la solicitud de

medicamentos, alimento, peluquería, accesorios y demás productos que compensen las necesidades de su perro, sin salir de casa, o movilizarse de la oficina.

Por lo tanto, la necesidad principal de nuestro cliente potencial es la falta de tiempo y por ende el acceso de perros a lugares de reunión social, definido este ítem nuestro objetivo general como empresa, siendo así la propuesta de valor que brinda Friendly App, es la definición de las rutas que tendremos en alianza con los proveedores de servicios y/o productos de manutención de los perros, con ayuda de Google Maps, definimos la ubicación de los puntos de servicio más cercanos a casa o trabajo de nuestros usuarios, la idea principal radica en que definiendo un perímetro en el sector de Usaquén, inicialmente en los barrios de Cedritos, Santa Ana y Country, después avanzaremos a tomar los barrios que comprenden toda la Localidad como los Libertadores, San Cristóbal norte, entre otros barrios que comprende Usaquén.

3. ¿Quién, dónde está, y porqué compra el cliente?

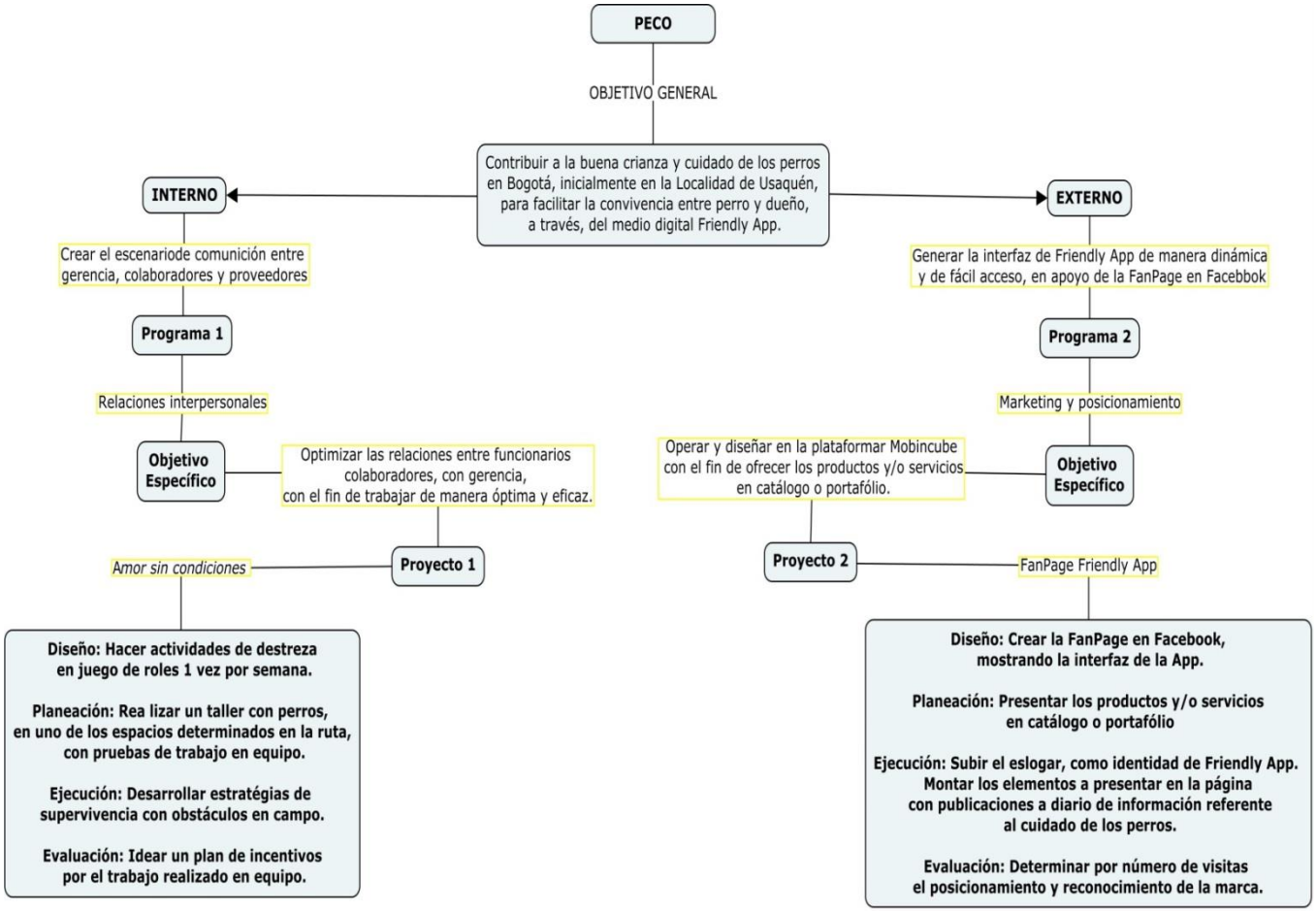
Somos un servicio totalmente tecnológico, por lo tanto nuestro recurso más valioso es el reconocimiento comercial y el ser una plataforma digital, así que nuestros clientes nos pueden ubicar desde cualquier lugar, es por ello que Friendly App es la mejor alternativa para solventar las necesidades de tiempo, movilidad, utilidad y agilidad en el uso y manejo de los tiempos de ubicación y entrega de productos y servicios, para el bienestar de sus perros.

Siendo así, como nuestro foco es la Localidad de Usaquén estamos en la búsqueda de mantener una estadística que nos guíe a manejar nuestra ruta de servicios a domicilio, para así establecer un margen del tipo de usuario que nos permita segmentar nuestros clientes potenciales, como lo es en edad, sexo,

estrato y estilos de vida, ya que con ayuda de la Alcaldía de la Localidad de Usaquén se llega a la conclusión que por el momento a nivel local y distrital no se mantiene una estadística de éstas características, por el momento dado al nuevo Código de Policía se maneja un censo correspondiente a 839 registros que arrojan el resultado de la autorización de la tenencia de perros catalogados potencialmente peligrosos.

4. ¿Cómo se debe llegar al cliente?

Tal y como lo indicamos anteriormente, Friendly App es una plataforma digital gratuita y de fácil acceso, por lo tanto llegar a nuestros clientes se deriva directamente en el uso de publicidad, como lo es en redes sociales como Facebook, y como complemento el contacto vía correo electrónico.



Así mismo, nuestra visión es tener un reconocimiento por ahora local, es por ellos que tendremos relaciones públicas establecidas en la participación de las diferentes ferias de emprendedores, expuesta en el Centro de Convenciones Corferias, unas de las ferias más opcionadas para nuestro perfil son:

- **7ma edición de EXPO MiPyme DIGITAL 2018:** Plataforma de capacitación y actualización gratuita en tecnología para empresarios, se desarrolla en torno a la programación académica enfocada en capacitar y actualizar a los asistentes en temas de productividad, marketing digital, seguridad informática, gerencia digital; entre otros. Estaremos participando de

este evento los días 2 y 3 de Agosto.

- **EXPO AGROFUTURO**: Una plataforma del sector Agro que promueve: Transferencia de conocimiento Acceso a tecnología Acceso a Capital Networking. Estaremos presentes del 22 al 24 de agosto.

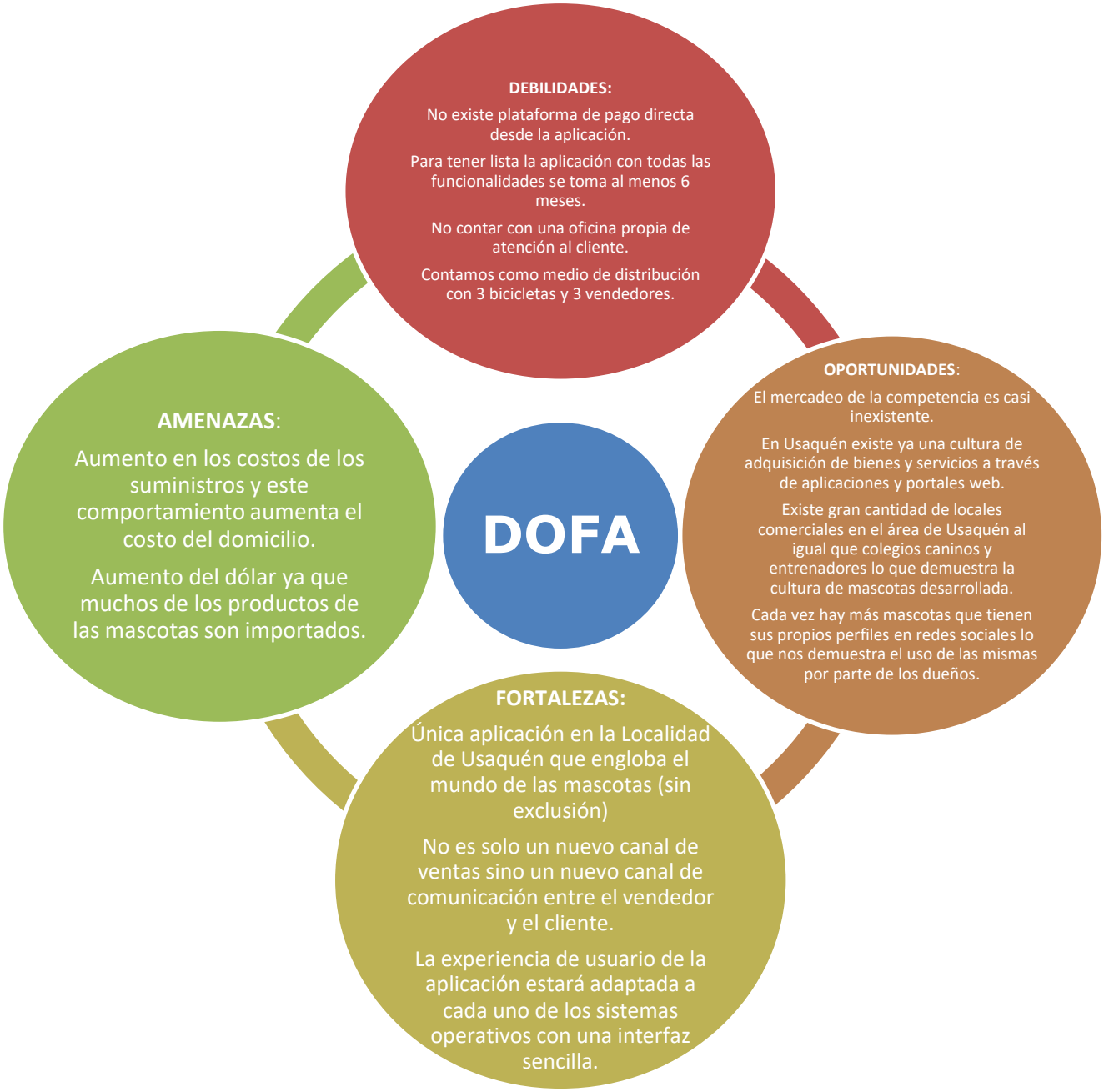
- **EXPO PET COLOMBIA**: Feria Internacional de Animales de Compañía, es la plataforma comercial en donde la mascota es la gran protagonista, en un ambiente de negocios, actualización, familia, entretenimiento y diversión, se desarrollará en el mes de octubre del 18 al 21.

5. ¿Quiénes son los principales proveedores de mi competencia?

Friendly App ofrece una ruta de ubicación y prestación de productos y servicios para perros, por el momento se ha definido la marca de proveedores competentes como lo son **Google Maps** en el trazo de ubicación en Localidad de Usaquén.

	APLICACIONES A COMPARAR		
DOFA	**FRIENDLY APP**	**MYWAK**	**MASCOTAS BIENVENIDAS!**
DEBILIDADES	No existe plataforma de pago directa desde la aplicación. No contar con un parque motorizado	Genera costo por cancelación no programada de productos y/o servicios.	No maneja servicio en pago débito o efectivo, u otros medios de pago
OPORTUNIDADES	Existe gran cantidad de locales comerciales en el área de Usaquén al igual que colegios caninos y entrenadores lo que demuestra la cultura de mascotas desarrollada.	Brindar el servicio de suministros para el animal, en caso que el usuario no tenga correa, bozal y demás accesorios.	Brindar una mejor interfaz de la página web, que sea más fácil de usar para el usuario que desee consultar servicios y beneficios.
FORTALEZAS	Unica aplicación en la Localidad de Usaquén que engloba el mundo de las mascotas (sin exclusión)	Cuenta con cuidadores y paseadores (wakpro) certificados por el Centro Canino de la Cruz Roja Colombiana Seccional Cundinamarca y Bogotá.	A través del sitio web los usuarios podrán conocer qué establecimientos admiten a sus mascotas a nivel internacional y nacional.
AMENAZAS	Aumento en los costos de los suministros y este comportamiento aumenta el costo del domicilio	Generación de aplicaciones que brindan una ruta para el cliente para accesos productos y/o servicios, como una hoja de ruta para acceso a locales comerciales y demás que incluyan de acompañante a los perros.	Sobrecostos que pueden acarrear los servicios de traslado de las mascotas, no incluidos en la membresía del cliente.

6. ¿Cuáles son sus puntos fuertes y débiles?



7. ¿Cuáles son nuestros competidores directos e indirectos o sustitutos?

Definimos competencia para Freindly App la aplicación **Spending on my dog,** la cual define una guía para criar a un perro implica gastos por concepto

de alimentos, atención veterinaria, entrenador, peluquería, juguetes, ropa además de todos los cuidados extras que le quiera brindar. La aplicación Spending on my dog te permita llevar cuenta de tus gastos, verlos en forma de gráficas y exportarlos a una hoja de cálculo.

MYWAK	MASCOTAS BIENVENIDAS	PERROS ROBOT O A CONTROL REMOTO
Esta aplicación es la competencia más fuerte, ya que permite el acceso a una ruta para el esparcimiento de los perros, el plus de esta aplicación es: 1. Tienen cuidadores y paseadores (wakpro) certificados por el Centro Canino de la Cruz Roja Colombiana Seccional Cundinamarca y Bogotá. 2. Tiene un sistema de georeferenciación. Para tener la ubicación del perro en tiempo real. 3. Mantiene aliados de alta calidad.	Es una aplicación con casa matriz en España, brinda servicios de hospedaje e información de establecimientos que permiten el ingreso a perros, con acceso a una larga lista de centros clínicos, establecimientos y tiendas que respaldan la cobertura de esta App, no es competencia mayor dado a su origen.	Es una innovación tecnológica que sustituye la necesidad del usuario de suplir necesidades en cuanto manutención y cuidado a la mascota de compañía, además que ahorra costos con adiestramiento, este aparato, perdería toda noción afectiva de parte del dueño, pasa de ser sujeto a objeto. Garantiza ahorro de tiempo y dinero.
Descarga gratuita - Costo por planes de 1 hora con paseador, pasa a 4 horas u 8 horas, dependiendo el plan oscila de COP40.000	Descarga gratuita- Pero mantiene costosos acceso a servicios dependiendo la necesidad del cliente.	Fácil adquisición por plataformas vía online como OLX y Mercado libre, costo estimado de COP 315.000 a COP 1.200.000 o más dependiendo la marca y las capacidades del robot.

7 ¿Cómo se puede diferenciar el producto de la competencia?

Friendly App, maneja el plus entorno a la hoja de ruta que se pone a disposición del cliente, no es un manual para aprender a criar un perro y ver el gasto que genera tener una mascota, como lo presenta Spending on my dog.

Friendly App, es un recurso más fresco, que brinda la oportunidad de encontrar los espacios para compartir con el perro en distintos puntos de Usaquén, no solo un parque, también locales y centros comerciales, en donde se logra familiarizar con el perro.

Freindly App, se destaca por su compromiso social dado que por cada envío a domicilio que el usuario solicite, se tendrá como política humanista, sea aportada una propina a libre decisión (1 USD) para ser donada a fundaciones animalistas, en este caso nuestra aliada Fundación Huella Roja, la cual trabaja en pro de los derechos de los animales, en especial aquellas que promueven los comederos comunales para perros de la calle.

8 ¿Cómo está segmentado su mercado?

El desarrollo de nuestra ruta se determina inicialmente geográficamente en la Localidad de Usaquén, ya que en nuestro foco en cuanto población, densidad de población animal (perros) y se define por la frecuencia de animales en lugares de integración social, con la geolocalización Friendly App busca facilitar el acceso a búsqueda de locales comerciales aliados a nuestra red, en especial nuestro proveedor Dog Kat.

Siendo así, como se manifestó anteriormente se sigue trabajando por la validación de un CENSO local, que nos permita identificar aspectos categóricos como lo son: Estrato, cantidad de perros por familia, edad promedio del canino y del dueño al momento de adquirir un perro, género, estilos de vida, ya que la única información suministrada por l Alcaldía Local

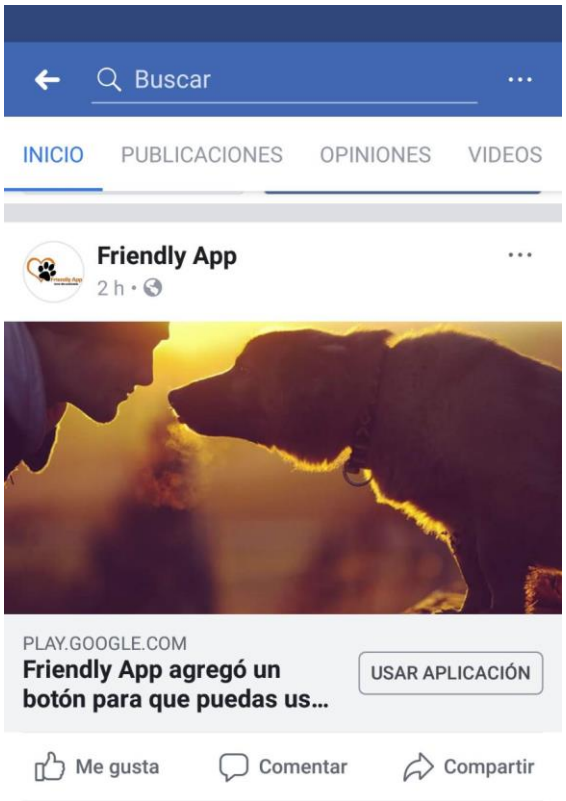
de Usaquén es referente a la inscripción de perros denominados potencialmente peligrosos, con una base de 839 caninos registrados bajo la jurisdicción del Código de Policía.

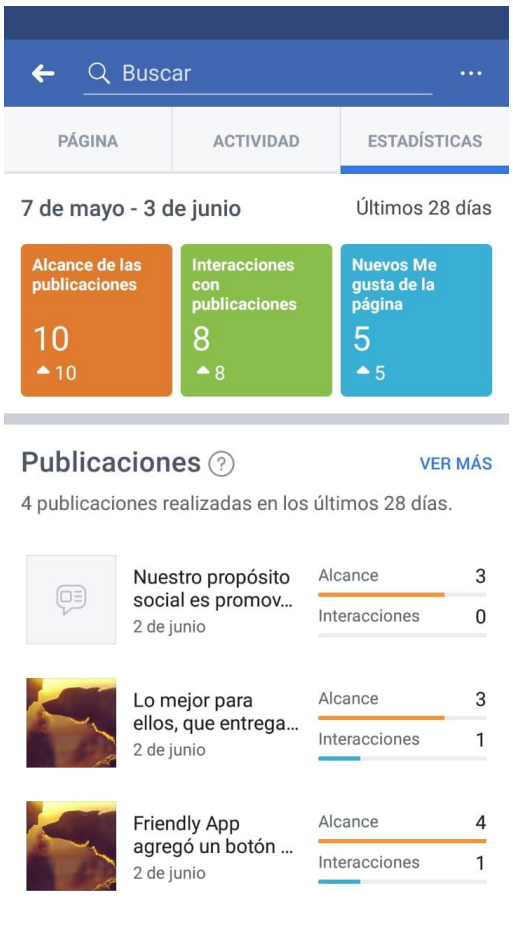
9 ¿Qué estrategias utilizará para captar la atención del cliente?

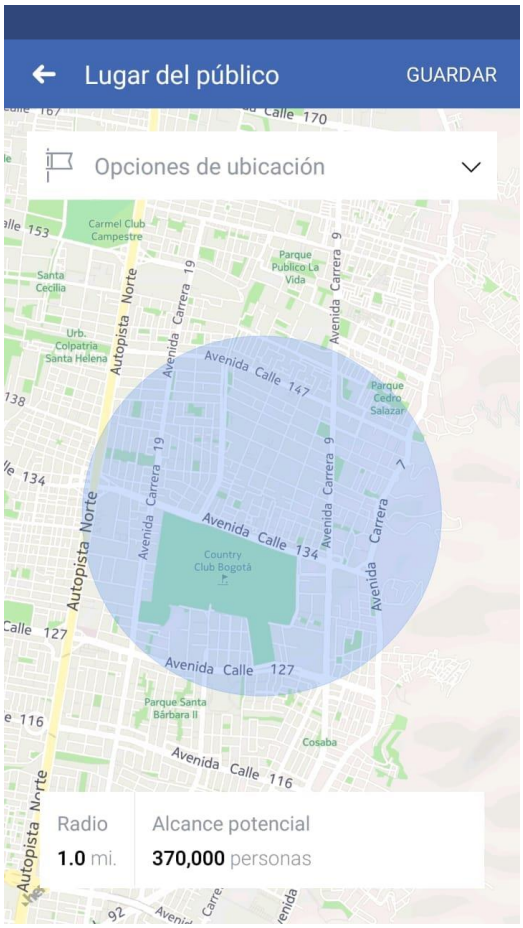
De la mano con nuestros proveedores directos hasta el momento la tienda DogKat ubicada en la Calle 150 # 18ª-34, llegamos al acuerdo de manejar promociones para los clientes que paguen en efectivo, como por la compra de un alimento o juguete inicialmente lo manejaremos con muestras gratis de algún producto nuevo de nuestra marca

PURINA.

Ya fue creada la FanPage de Friandly App:




Buscar
PÁGINA
ACTIVIDAD
ESTADÍSTICAS
7 de mayo - 3 de junio
Últimos 28 días
Alcance de las publicaciones
10
10
Interacciones con publicaciones
8
8
Nuevos Me gusta de la página
5
5
Publicaciones
VER MÁS
4 publicaciones realizadas en los últimos 28 días.
Nuestro propósito social es promov...
2 de junio
Alcance 3
Interacciones 0
Lo mejor para ellos, que entrega...
2 de junio
Alcance 3
Interacciones 1
Friendly App agregó un botón ...
2 de junio
Alcance 4
Interacciones 1


Lugar del público
GUARDAR
Opciones de ubicación
Radio
1.0 mi.
Alcance potencial
370,000 personas

Friendly App
Publicidad
Conectar con Friendly App
Friendly App
Conectar con Friendly App
Me gusta
Comentar
Compartir

11 ¿A qué medios de comunicación recurrirá para hacerlo?

Manejaremos la información directamente en Facebook y haremos uso de la página web de DogKat www.dogkat.com.co

12 ¿Qué precio tiene su producto o servicio?

Como se manejó en nuestro planteamiento inicial de Friendly App, nuestro aporte social, se rige bajo la voluntad del usuario, por el pago del domicilio y la propina que convenga al cliente brindar. Se considera 1 dólar, propuesto en pro de nuestro compromiso social, dado que por cada envío a domicilio que el usuario solicite, se tendrá como política humanista, sea aportada una propina a libre decisión (1 USD) para ser donada a fundaciones animalistas, en este caso nuestra aliada Fundación Huella Roja, la cual trabaja en pro de los derechos de los animales, en especial aquellas que promueven los comederos comunales para perros de la calle.

13 ¿Cuál es el precio del producto y / o servicio de nuestra competencia?

Nuestra competencia principal la aplicación Spending on my dog, rige el costo dependiendo las condiciones impuestas por los proveedores. En marcas y tipo de producto o servicio.

14 ¿Cuál sería el precio que un cliente estaría dispuesto a pagar?

La propina voluntaria respecto a nuestro principio social, respecto a la

ayuda a fundación huella roja para apoyo alimenticio a perros callejeros. Se toma como valor referente, dado que por los esquemas anteriores a ser Apps gratuitas brindar una opción voluntaria de aporte, la diferencia radica en que Freindly App tiene un valor diferencial, pues gracias a nuestro proveedor podemos brindar incentivos a nuestros cliente en su primera compra, con el obsequio de muestra gratis del producto que en el momento presente lanzamiento al mercado.

15 ¿Qué método de pago es el preferido por los clientes?

Para nuestro cliente potencial Freindly App, deja abierta la brecha a comodidad de nuestro cliente, el pago puntual en efectivo, dado a lo definido anteriormente por nuestro enfoque social. Pero en general el pago preferido corresponde a pagos online con Paypal o tarjeta de crédito.

16 ¿Cómo se puede distribuir su producto?

Freindly App, en si cumple la función de tercerizar el envió del producto o servicio solicitado por el cliente por ende tenemos a tres domiciliarios.

17 ¿Cómo se llega a los clientes?

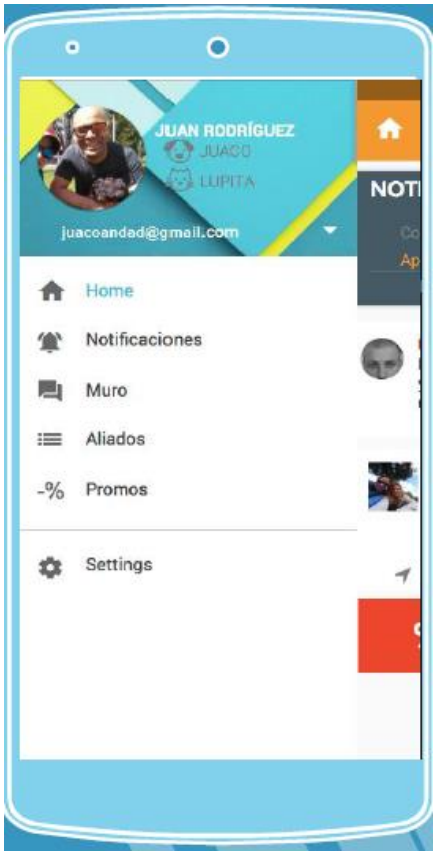
Friendly App, es 100% digital así que nuestro medio de acceso comercial es Facebook y la página web de nuestro aliado DogKat.

18 ¿Cuál su estrategia de posicionamiento?

Para Friendly App, es fundamental el desarrollo de la imagen corporativa porque así nos permite estandarizar la *primera impresión* que se llevaran nuestros clientes. Friendly App aplicara el uso de Facebook con un logotipo referente a la temática animal y un eslogan ya definido como *"Amor sin condiciones"*.

IDEA - INTERFAZ FRINDLY APP

PERFIL: ***MENU:*** ***MURO:***



ANÁLISIS DE RIESGOS

1. **¿Cuáles son los riesgos que puedo tener en mi modelo de negocio?**

(Financieros viabilidad de captar recursos/legislativos: evaluar los requisitos

legales / mercado: incremento en la competencia, daños técnicos, baja productividad, menor o mayor aceptación del producto o servicio).

RIESGO	DESCRIPCIÓN	AGENTES GENERADORES	CAUSAS	EFECTOS
Riesgo de factor económico, influye en el aporte voluntario que genera el cliente, al solicitar productos y/o servicios por Friendly App.	Los clientes son el rol más importante para Friendly App, no solo porque son nuestro mejor portador de información y de marca, también porque son el pilar económico que tiene Friendly App ya que con el aporte voluntario de 1USD, ayuda no solo a fortalecer la plataforma, también es el capital de nuestra labor social, en convenio con la Fundación Huello Roja. Si, los clientes dejan de usar nuestra marca, tendremos pérdidas por descarga, uso y visitas.	Competencia	▪ Más productos y/o servicios ▪ Menor costo en P y/o S ▪ Beneficio en ofertas	Pérdida económica Pérdida de la labor social
		Clientes	▪ Variación de ingresos ▪ Falta de comunicación Cliente-vendedor ▪ Gustos regidos en la moda	
		Área de marketing	▪ Falta de estrategias de mercadeo ▪ Falta de comunicación cliente – vendedor ▪ Falta de un análisis de mercado más exhaustiva	
Aumento en los costos de los suministros	Los suministros los obtenemos de los proveedores en este caso de DogKat, en el manejo de la mercancía (medicamentos, alimentos, accesorios, etc), dependiendo la demanda y los factores económicos nacionales, los costos pueden subir y obliga a	Proveedores	▪ Valor de abastecimiento de mercancía ▪ Alzas según la marca del suministro ▪ Rotación por fecha de vencimiento	Aumento en el costo del domicilio Aumento en el aporte de la donación voluntaria
		Clientes	▪ Demanda por determinado producto y/o servicio ▪ Distancia en el momento de la entrega del domicilio	

	Friendly App a alzar el coste del domicilio y de los productos y servicios.	Gerente	▪ Falta de conocimiento en el manejo de costos ▪ Falta de un buen estudio de mercado ▪ Clasificación por costo de P y/o S y por prioridad en número de pedidos	
Falta de ampliación en la hoja de ruta y actualización según demanda	En el momento en que no se actualice la plataforma con los diferentes lugares de convivencia de lugares de reunión social. En caso de falta de información referente a nuevos lugares que habilitan espacios para perros ocasiona pérdida de clientes ya que encontrarían más viable una búsqueda por cuenta propia, causando una baja en la demanda de Py/o S.	Desarrollador web	▪ Falta de investigación y trabajo de campo ▪ Falta de actualización ▪ Falta de incorporación de nuevas herramientas entra de la nueva plataforma	Caída de la demanda del uso de Friendly App Ser una app obsoleta y sustituible a corto plazo
		Community manager	▪ Falta de nuevas alianzas estratégicas ▪ Falta de estudio de mercado y reconocimiento y de nuevos mercados ▪ Falta de actividad de redes sociales	
		Clientes	▪ Exige más productos y/o servicios ▪ Necesidad de conocer otros establecimientos para compartir con el perro	
Pérdida de la propiedad intelectual de Friendly App	Directamente desde el punto de vista lícito la falta de pago a impuestos llegaría afectar a futuro, el funcionamiento de la app, ya que se genera un ingreso, si no se sustenta la inversión o proyección social. Como también es un riesgo el mal	Gerente	▪ Falta de manejo de información sobre estatutos, clausulas, reformas y demás legislación propia por impuestos.	Cierre de Friendly App Sanciones y multas costosas Pérdida de licencia Hackeo de datos sensibles
		MINTIC	▪ Ente regulador en el tratamiento de datos ▪ Regula el manejo de protocolos de manejo tecnológico de la app.	
		Desarrollador	▪ Seguridad de la	

	manejo de datos bajo ley de Habeas Data, generaría un problema con el tratamiento de datos personales y en caso de pago por tarjeta de crédito, el de datos sensibles. (Hackeo)	Web	información	
		Cliente	▪ En caso de mal trato de datos sería demandante ▪ Principal afectado por el riesgo de seguridad	
Aparición de una app similar al concepto de Friendly App	El problema de la operación de un app similar es que nos confundirán con otra marca y perderemos clientes y posicionamiento de marca, así se genera una copia de nuestro concepto Friendly App y nuestro potencial como lo es la hoja de ruta.	Competencia	▪ Entrada fuerte en el mercado por posicionamiento ▪ Costos bajos ▪ Más productos y /o servicios ▪ Plataforma más moderna	- Pérdida económica - Caída en posicionamiento de marca - Pérdida de identidad comercial
		Clientes	▪ Buscará el costo más có0modo ▪ Preferirá más productos y/o servicios para poder escoger ▪ Buscará la plataforma más completa, con más alternativas	
		Gerente	▪ Falta de un buen estudio de mercado ▪ Falta de encuestas de satisfacción ▪ Falta de actualización constante en la ruta y en la implementación de nuevos P y/o S.	
Rotación de personal	Nuestra mano de obra se limita al momento a 6 personas: 1 Desarrollador web, 1 gerente, 1 Community manager, 3 domiciliarios; la rotación de personal dependerá directamente del factor económico y del comportamiento	Gerente	▪ Falta de apoyo en el manejo de personal. ▪ Ausencia de políticas de selección y retención de personal ▪ Falta de inducción y capacitación ▪ Manejo de perfil laboral para los cargos ▪ Salario ▪ Mal manejo de	- Pérdida económica - Deterioro de imagen corporativa - A falta de empleados y socios, se cae la productividad y posicionamie

en la ejecución de tareas, dependiendo el cargo y labor. Teniendo en cuenta, que el personal tenga el compromiso de prestar una labor social diferente al aporte por parte del cliente, asimismo que el perfil de la planta, mantenga un comportamiento y atención integral, ser empático con el cliente y, ante todo honesto y respetuoso.		clima laboral ▪ Falta de incentivos	nto de marca
	Competencia	▪ Oferta laboral ▪ Fuga de información ▪ Buen clima laboral e incentivos	
	Empleados	▪ Falta de motivación ▪ Exceso de trabajo ▪ Baja remuneración ▪ Falta de compromiso ▪ Falta de aspiración y crecimiento en la compañía. ▪ Deficiencia en el desempeño laboral	

2. **¿Cómo serán afrontados estos riegos?**

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DAFO	
FRIENDLY APP	
FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA	FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA
DEBILIDADES	**AMENAZAS**

1. No existe plataforma de pago directa desde la aplicación

2. Para tener lista la aplicación con todas las funcionalidades se toma al menos 6 meses

3. No contar con una oficina propia de atención al cliente

4. Contamos como medio de distribución con 3 bicicletas y 3 vendedores

1. Aumento en los costos de los suministros y este comportamiento aumenta el costo del domicilio.

2. Aumento del dólar ya que muchos de los productos de las mascotas son importados.

FORTALEZAS

1. Única aplicación en la Localidad de Usaquén que engloba el mundo de las mascotas (sin exclusión).

2. Es una aplicación multi plataformas

4. La experiencia de usuario de la aplicación estará adaptada a cada uno de los sistemas operativos con una interfaz sencilla.

OPORTUNIDADES

1. El mercadeo de la competencia es casi inexistente.
2. En Usaquén existe ya una cultura de adquisición de bienes y servicios a través de aplicaciones y portales web.

4. Cada vez hay más mascotas que tienen sus propios perfiles en redes sociales lo que nos demuestra el uso de las mismas por parte de los dueños.

MATRIZ FODA (Cruce Estratégico de Variables)		
Fecha: 11 DE ABRIL 2018	**FORTALEZAS**	**DEBILIDADES**
Consultores: NATALIA FERNÁNDEZ	F1 Única aplicación en la Localidad de Usaquén que engloba el mundo de las mascotas (sin exclusión).	D1 No existe plataforma de pago directa desde la aplicación
	F2 Es una aplicación multi plataformas	D2 Para tener lista la aplicación con todas las funcionalidades se toma al menos 6 meses
	F3 No es solo un nuevo canal de ventas sino un nuevo canal de comunicación entre el vendedor y el cliente.	D3 No contar con una oficina propia de atención al cliente
	F4 La experiencia de usuario de la aplicación estará adaptada a cada uno de los sistemas operativos con	D4 Contamos como medio de distribución con 3 bicicletas y 3 vendedores

	una interfaz sencilla.	
Empresa: FREINDLY APP		
OPORTUNIDADES	***Plan de Acción del Cuadrante I FO Maxi-Maxi***	***Plan de Acción del Cuadrante II DO Mini-Maxi***
O1 El mercadeo de la competencia es casi inexistente.	Friendly App, es pionera no solo es brindar productos y servicios de alta calidad, también se enfoca en imponer una ruta en la cual los Friendly partners, encuentren los lugares que brindan la oportunidad de compartir con el perro en zonas sociales, como parques, centro comerciales, tiendas, restaurantes, cafés, entro otros. Nuestro plus, la hoja de ruta, permite ser únicos en la localidad de Usaquén, siendo así, con el manejo de nuestra plataforma Friendly App, se enfocará en brindar buen rendimiento, fácil acceso. Nuestra competencia, MyWak, evidentemente tiene muchos servicios esto ayuda a qué se reconocen este tipo de apps, el mercado se pondrá tenso y aún más competitivo, pero seremos líderes en tener un portafolio amplia y nuestra enfoque social, en pro de los perros callejeros, tocará la sensibilidad de nuestros usuarios, influirá en hacer una obra social, y no ser lucrativo sólo para el sector privado, al ser así, nuestro mercadeo fluirá más, será mucho más sensible y apoyado en pro de un perro que podría ser el del usuario.	Puede que el manejo y ofrecimiento de servicios para perros por medio de aplicaciones móviles, en el momento no son inexistentes, pero si son de bajo reconocimiento comercial, por lo tanto, lo que un cliente buscará, será, aparte de fácil acceso, también pago online, todo en uno. Por ahora Friendly App manejará el efectivo, pero la solución oportuna para que nuestros clientes no falten al uso de Friendly o busquen a la competencia por el acceso a pago por plataforma bancaria o PayPal, será, la implementación de pago online con convenios a bancos y terceros como servientrega, efecty o baloto, servicios de pago que están al alcance de muchos.

O2 En Usaquén existe ya una cultura de adquisición de bienes y servicios a través de aplicaciones y portales web.	Por ser un servicio multiplataforma, en el uso de Fanpage, Gmail y la app Friendly, favorece la utilidad, ya que el costo-beneficio que se maneja hoy en día en la adquisición de bienes y servicios, se basa en el ahorro de tiempo y gasto, siendo así Friendly App brinda el aporte a lo que es un servicio de fácil acceso y descarga gratuita, generando en nuestros Friendly partners, fidelidad a nuestra marca ya que para la Localidad de Usaquén , no solo es una necesidad el uso de app, ya es un servicio que va de la mano en el diario vivir, siendo así, no solo para productos personales, también en lo que es la dedicación de tiempo a sus perros, es por ello que nuestra hoja de ruta, no solo va a brindar puntos estratégicos de reunión familiar con el perro, también dará ubicaciones de centros veterinarios, clínicas 24 H, parques, centros comerciales que admiten la entrada de perros, y demás. Este servicio completo, va a generar en el cliente la necesidad de tener nuestra app instalada en su teléfono o iPad, porque sabrá que en nosotros podrá confiar el cuidado de su perro.	Al ser nueva la aplicación en el medio de servicios móviles, una falla es la agilidad de desarrollo web en interfaz y habilitar el servidor para su uso, ya que lo que se necesita es incursionar en el mercado ya de manera funcional al 100%. Es por ello, que una solución oportuna para ser reconocido inicialmente es el manejo de la FanPage, no solo nos dará reconocimiento comercial en marca y utilidad, también en fortalecer nuestra comunidades sociales, el uso de contenido multimedia creado por los mismo Friendly partners, esta actividad social, fortalece los lazos en reconocimiento con la marca, también realizar encuentro masivos con la comunidad, en espacios ofrecidos en la hoja de ruta de Friendly, así mismo se va dando a conocer el servicio estrella de la marca, y se reconocen los espacios aliados a la red de rutas.

O3 Existe gran cantidad de locales comerciales en el área de Usaquén al igual que colegios caninos y entrenadores lo que demuestra la cultura de mascotas desarrollada.	El servicio de nuestra hoja de ruta brinda lo que es ubicación y presentación de productos y/o servicios, que presta determinado local comercial afiliado a nuestra red de servicios vinculados a nuestra ruta, por lo tanto, al momento de ya tener Friendly App, en su equipo celular, está asegurando un directorio al alcance, con todos los datos que nuestros Friendly partners necesita saber sobre dicho espacio comercial que desea visitar con su perro o , probar los servicios y/o productos de aquel proveedor que nos complementa como loes DogKat.	Para aquellos amantes de los perros que están chapados a la antigua, y usan las aplicaciones móviles esporádicamente, o solo cuando lo creen necesario en casos extremos, una oficina o un espacio presencial sería de gran ayuda para llegar a otros públicos. para ello, fue pensado llegar a participar en ferias distritales en donde el enfoque no solo sea cultural también ambientalista, como lo organiza Corferias algunas de las ferias que aplican a nuestro perfil emprendedor son: - **7ma edición de EXPO MiPyme DIGITAL 2018**: Plataforma de capacitación y actualización gratuita en tecnología para empresarios, se desarrolla en torno a la programación académica enfocada en capacitar y actualizar a los asistentes en temas de productividad, marketing digital, seguridad informática, gerencia digital; entre otros. Estaremos participando de este evento los días 2 y 3 de Agosto. - **EXPO AGROFUTURO**: Una plataforma del sector Agro que promueve: Transferencia de conocimiento Acceso a tecnología Acceso a Capital Networking. Estaremos presentes del 22 al 24 de agosto. - **EXPO PET COLOMBIA**: Feria Internacional de Animales de Compañía, es la plataforma comercial en donde la mascota es la gran protagonista, en un ambiente de negocios, actualización, familia, entretenimiento y diversión, se desarrollará en el mes de octubre del 18 al 21. De esta manera, llegaremos más públicos, para que se adapten a lo digital, y reconozcan en su entorno los locales y lugares en los cuales puede llegar a compartir con la familia y su perro.

O4 Cada vez hay más mascotas que tienen sus propios perfiles en redes sociales lo que nos demuestra el uso de las mismas por parte de los dueños.	El hecho de mantener una app sencilla de manejar nos permite ser una plataforma, que no solo brinda productos y servicios, también generar comunidades virtuales, como lo es con el uso de la Fanpage, y la creación del perfil del perro en la app, ya que con este perfil, se está dando un lugar, a una identidad al perro, así el dueño, disfruta compartir contenido multimedia con la comunidad afiliada a Friendly App, y así generar encuentros en parques de amigos Friendly Partners, en interacción social y con el ambiente.	Los medios que se tiene el momento para generar el suministro del domicilio a los clientes es pobre y casi obsoleto, en el momento todo es digital o motorizado, en el momento queremos implementar lo ambiental en pro del cuidado de los recursos que no solo nos dan sostenibilidad al humano, también a los animales, como los perros y más es una ciudad como Bogotá y la Localidad de Usaquén la cual es bastante urbanizada y comercial, está el estilo de vida nos impulsa al uso de bicicletas, para acortar trayectos, y brindar agilidad en el domicilio, como también al momento afecta el número de colaboradores, la idea es crecer y abrir una convocatoria a través de las actividades en los lugares de nuestra red en la hoja de ruta, como también la ferias, para que voluntarios nos ayuden a prestar nuestros productos y servicios, así, ampliaremos nuestra mano de obra, y tendremos más usuarios con el voz a voz de nuestros propios empleados, con el manejo de hashtag nombrando nuestra Fanpage.
AMENZAS	***Plan de Acción del Cuadrante III FA Maxi-Mini***	***Plan de Acción del Cuadrante IV DA Mini-Mini***

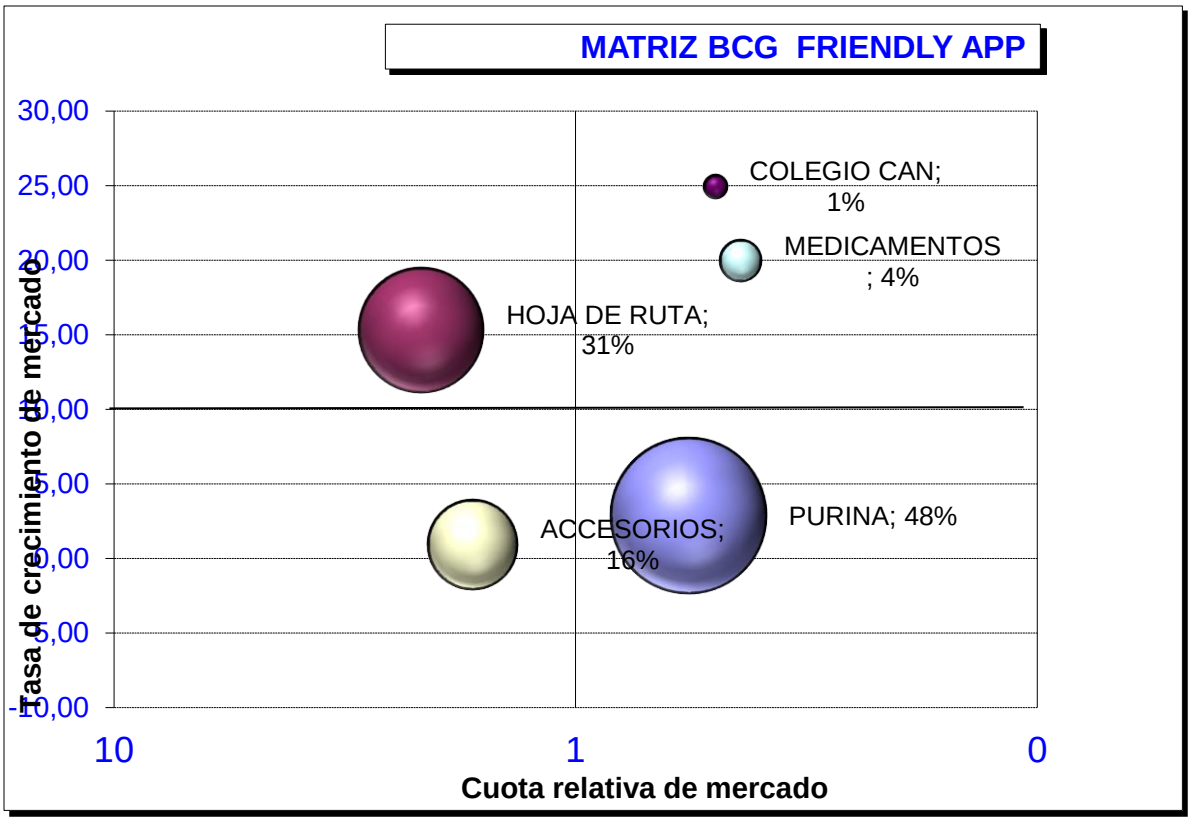
A1 Aumento en los costos de los suministros y este comportamiento aumenta el costo del domicilio.	El presupuesto inicial de Friendly App, va ligado al alcance que tenga la descarga de la plataforma, al ser único servicio vinculado a una sola localidad, nos lleva mantener un constante uso de redes sociales, como nuestro FanPage y motivación en la comunidad de Usaquén en el uso de la app, esto puede lograrse con un lanzamiento que invite a una reunión en uno de los parque más grande de cedritos, como lo es el parque de las rampas, este espacio es muy concurrido en los días de ciclo vía, esto nos favorece en realizar comunicación alternativa, con el uso de volantes que incluyan al cliente en un día de actividad que reúna a la familia y al perro. Ya con este reconocimiento y acercamiento entre el usuario y su perro, se influencia al cliente a nuestra labor social, apoyar a los perros de la calle con el mínimo aporte voluntario, así mismo se mantiene un valor inicial para la entrega de domicilios, por lo tanto, el manejo de costos iría ligado con lo que es manejo del tipo de productos y servicios a ofrecer al cliente y que el cliente consuma por preferencia, así el cliente ya no prestará atención al valor que se genere por la prestación de un servicio y el apoyo a los perros de la calle que patrocina la Fundación Huella roja.	El costo va ligado a beneficio, al momento no contar con una plataforma virtual que nos brinde el pago de inmediato, tanto para el cliente como para Friendly resulta ser un inconveniente financiero, el cual a medida de solución se puede manejar con el manejo de un protocolo de presentación de productos y servicios en catálogo con una tabla de precios que se asemeje a la necesidad del cliente en cuanto presupuesto.

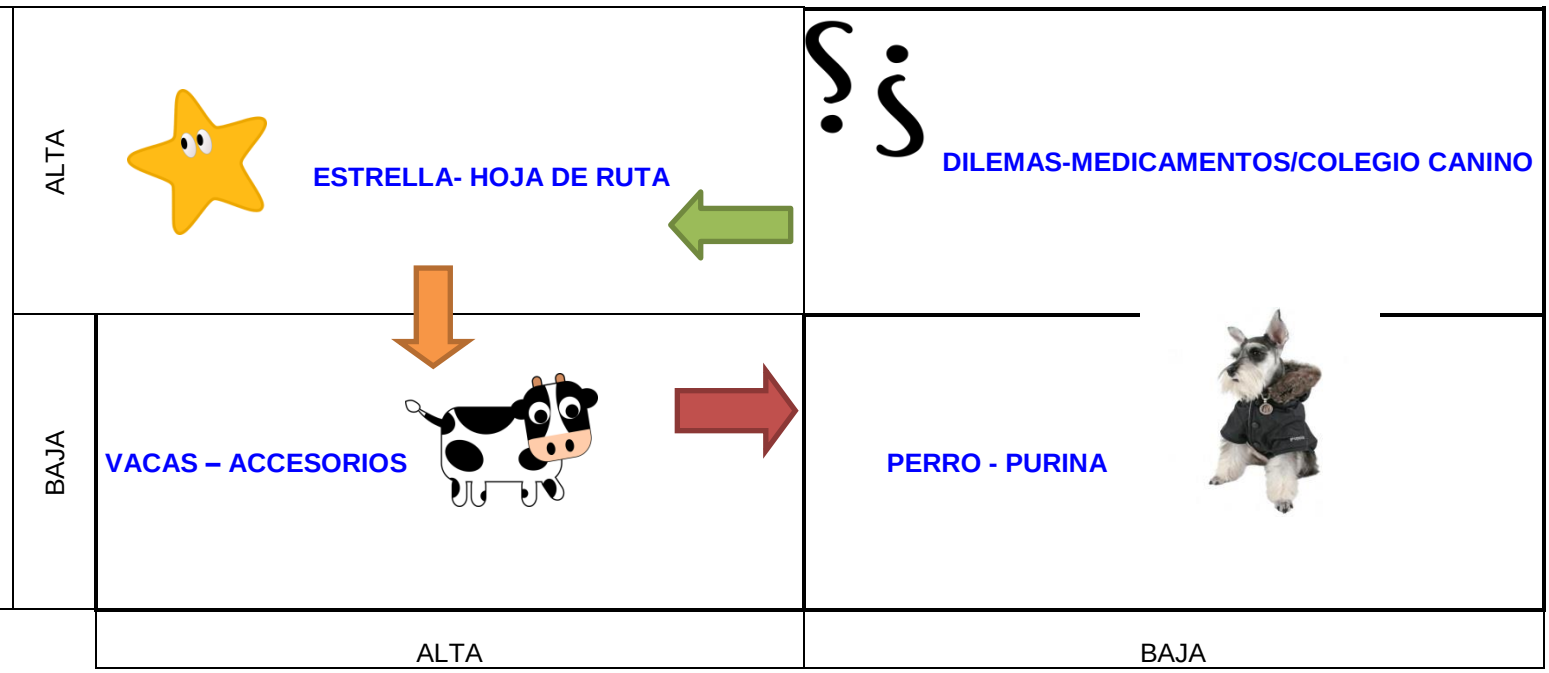
A2 Aumento del dólar ya que muchos de los productos de las mascotas son importados.	La prestación de productos y/o servicio, efectivamente de alta calidad, debe dar a conocer una carta de precios, como también de marca, según raza o preferencia del cliente, ya sea por uso continuo del producto o por conocer una nueva marca del mismo producto, en este caso el manejar una carta de precios dependiendo el producto o servicio, brinda satisfacción al cliente, ya que tiene, por escoger o por probar. Por lo tanto, el aumento en costos, no será mayor problema en el momento en el consumo de los clientes, pues escogerán según su presupuesto y actividad económica.	El desarrollo de la app, va de la mano con costos de igual manera, el aspecto financiero inicialmente nos es difícil, al incursionar en el mercado, pero, al manejar nuestra Fanpage vamos conociendo alternativas de productos y servicios de bajo presupuesto con la interacción entre la comunidad, pues todos buscarán el bien común de disminuir costos, de allí tomaríamos las estrategias de manejo de costos, con promociones o entrega de combos o de muestras gratis con el alza mínima del costo en domicilio, como se indicado anteriormente tener en cuenta, al cliente para tener un buen producto y un comodín es costo -beneficio.

Se hará uso de un plan de actuación en el caso que la actividad de la empresa se vea comprometida por los resultados obtenidos durante su ciclo de vida.

Si el problema viene dado por un factor económico, la aplicación ha de estar dispuesta a mirar hacia otras líneas de negocio donde utilizar la infraestructura desplegada, centrando más recursos hacia esta última. En el caso que el nivel de adhesión de los clientes sea elevado pero focalizado en determinadas funcionalidades, Friendly App estudiará la posibilidad de centrarse únicamente en esas funcionalidades concretas.

3. ¿Cómo se reducirá su impacto?





ESTRELLA: HOJA DE RUTA

El plus de Friendly app es su hoja de ruta, recurso que nos diferencia de la competencia, en cuanto mostrar un servicio de geolocalización, el cual ubica al cliente para realizar su ruta con su perro, escoger el mejor destino o elegir ir a un espacio que admitan perros.

VACAS: ACCESORIOS

Los accesorios son productos que el cliente siempre va a pedir, como ropa, collares, placas, pesas, juguetes, y demás. Este producto haría grandes ingresos a Friendly app, ya que es la oportunidad de mostrar un catalogo de productos, e informas nuevos accesorios al cliente por medio del Fanpage y la interfaz de noticias de la aplicación móvil.

DILEMAS: MEDICAMENTOS/COLEGIO CANINO

Son servicios poco solicitados, de igual manera se mantienen, cómo necesarios, más no como prioritarios, se tendría un directorio con la ubicación de las clínicas, colegios, hospedajes y tiendas, para que el cliente lo tenga a la mano para emergencias en una interfaz de la app como también en Fanpage.

PERRO: PURINA

Es el producto más solicitado por ser fundamental en el cuidado del perro, se mantiene como necesario.

PLAN FINANCIERO

1. ¿Cuál es la inversión mínima requerida para iniciar operaciones?

La inversión total aproximada para realizar el proyecto es de $13.500.000, de los cuales $10.500.000 son recursos propios dados en aportes por los socios, distribuidos $6.232.900 cada uno para activos fijos. $1.200.000 para activos intangibles y $3.067.100 para capital de trabajo. Para realizar operaciones con prontitud se espera obtener un crédito por valor de $3.000.000 que será destinado a capital de trabajo:

- Contratación y labores del Desarrollador Web.
- Manejo de redes sociales y actualización de contenido en plataforma Friendly App
- Domiciliarios de servicio (al momento se considera tener 3 personas para los primeros 6 meses de prueba con la app)

Dentro de los activos fijos se encuentran 3 equipos de cómputo y una impresora funcional donada por uno de los socios, no se estiman costos en muebles y enseres puesto que el primer año se trabajará en modalidad remoto desde la casa de los socios.

Etapa	Actividad	Recursos	Cantidad	$ mano de obra	$ de materiales	Total por tarea	Fuente de cotización
	Inicio de operaciones	Inversionistas	3	3'500.000	x	10'500.000	http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crearempresa
Diseño	Ampliar el capital inicial	Crédito inicial	1	x	x	3'000.000	Propio

	Distribución: Domicilio tendra un costo en marial es por mantenimiento por herramientas de movilización (bicicletas)	Domicilio	x	Inicialmente voluntario	x	X	
Total				3'500.000	20.000	13'500.000	
Planeación	Activos fijos	Computadores e impresora funcional	4	x	5'232.900	5'232.900	http://www.dell.com/co/empresas/p/inspiron-laptops-netbooks
	Contratación	Desarrollador web	1	1'500.000	1'500.000	1'500.000	http://www.dell.com/co/empresas/p/inspiron-laptops-netbooks
	Herramientas	Bicicletas	3	x	150.000	450.000	MercadoLibre.com
	Volantes	Papeleria+tinta +diseño	Indf	100.000	167.100	167.100	MercadoLibre.com
	Domicilio	Colaboradores	3	450.000	x	1'350.000	
	Publicidad	Redes sociales (Facebook FanPage)	1 año	150.000	x	1'800.000	https://www.tusclicks.cl/facebook/planes-y-precios.html
Total				2'350.000	7'050.000	10'500.000	
	Primer contacto	Computador+Community Manager	1	x	x	X	
	Estadística por número de descarga	Excel+Google Play/App Store	1	x	x	X	
Ejecución	Actualización de la plataforma	Computador	x	x	x	X	
Total							
Evaluación	Mirar la cantidad de suscriptores	Computador	1		x		
		Personal	2		x		
Total				x		X	
Honorarios				x	x	X	
Total	Inicio de operatividad en periodo de 1 año					13'500.000	

Diseño propio

1. ¿Cuándo se espera la recuperación de la inversión?

La apertura de actividad de Friendly App, iniciaría para dentro de 2 meses, los costos que se han calculado es a 1 año de operación inicial, para ver el movimiento de la aplicación tanto en número de suscriptores como número de descarga fallida, dependiendo de estas operaciones iniciales, se tiene en cuenta, según nuestra visión corporativa en el 2do año de operaciones tener el retorno de la inversión ROI ¿Por qué?, bueno después de tener el estudio de mercado, se piensa en plantear un plan de ventas, el cual se ejecutaría con el apoyo de nuestro proveedor DogKat, éste consistiría en el plan de promociones y descuentos especiales para aquellos usuarios que tengan más de 15 pedidos generados por la aplicación, tendrán una membresía especial que los hará acreedores de descuentos, muestras gratis de productos en lanzamiento, la posibilidad de personalizar la hoja de ruta que el usuario escoja por ser visitante recurrente; se planea poner en acción esta propuesta con el fin de lograr más visualizaciones, más descargas, más consumo y por lo tanto más recursos para poder realizar nuestro propósito social, de la mano con Fundación Huella Roja, y tener de vuelta nuestra inversión.

En vista de que el ROI, es a partir del segundo año, en el primer año apuntamos a fuentes de financiación como financiación externa, orientados a tecnología y con alta red de contactos en el mercado objetivo o Venture Capitals (tipo de financiación destinado a empresas start-up en fases tempranas, pero que bien ya demuestran o esperan obtener unas elevadas tasas de crecimiento) que ofrezcan financiamiento a start-ups orientas a la tecnología en función de mejorar la calidad de vida de las personas. De ser necesario se podría ceder hasta el 9% de la compañía.

	FRIENDLY APP AÑO 1	FRIENDLY APP AÑO 2
COSTO	$13'500.000	$13'500.000
GANANCIA	$27'000.000	$40'500.000
ROI ($)	$13'500.000	$27'000.000
ROI (%)	1%	2%

Fuente: Diseño propio

Esta tabla nos indica que el retorno de la inversión por cada peso inyectado al proyecto tendrá en 1% de ganancia, este calculo dado para el primer año de operaciones y en el segundo año se retorna la inversión por cada peso tendrá ganancia de 2%, así que desde el primer año de funcionamiento se podrá no solo terminar de pagar obligaciones externas, también las internas, y poder generar una ampliación de capital para poder tener una página oficial con dominios pagos y manejo de Google Addwords.

1. **¿Requiere financiación externa y qué tan necesaria es?**

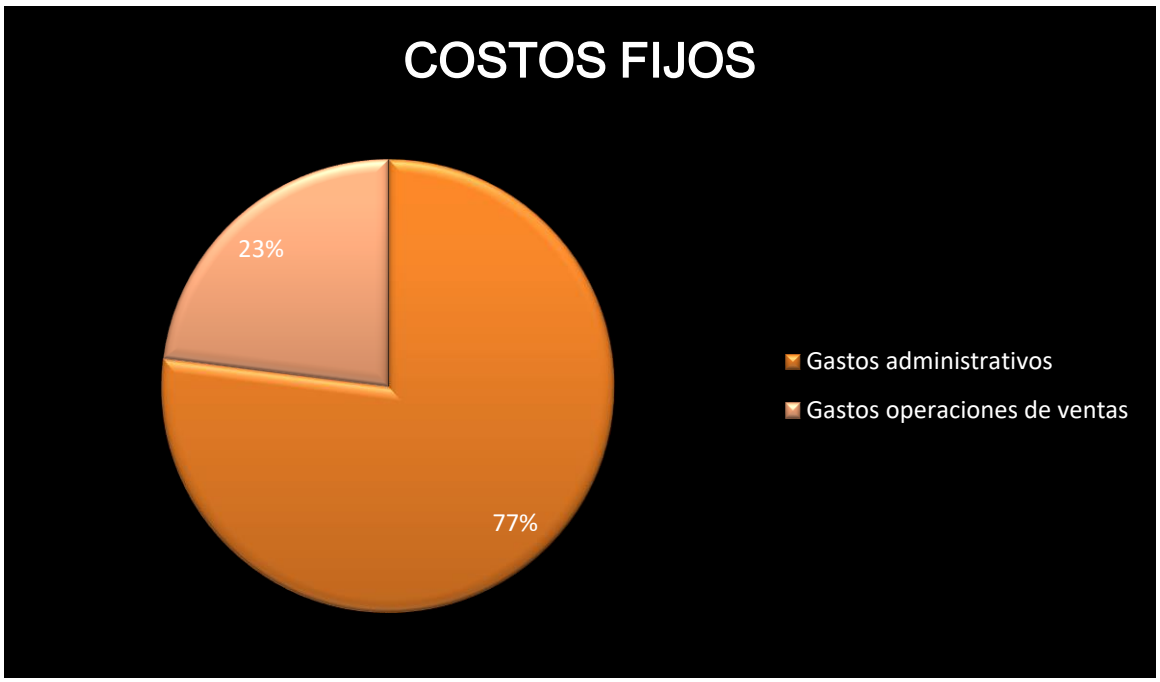
A parte, de que para el inicio de operación para Friendly App, los 3 socios harán su aporte, se considera que es importante tener dinero extra, recurriendo a un préstamo de libre inversión por entidad bancaria, como lo sería para el primer año de $3'000.000 destinado a capital de trabajo, como también manejar la administración de nuestros proveedores

iniciales DogKat, en donde podemos acordar mejores plazos de pago, mejores precios y mejores garantías de manejo de recursos con un bien común. Así mismo, como se mencionó anteriormente, también llegaremos a tomar como opción de financiación externa el Venture Capitals para el segundo año de operaciones, el cual se caracteriza por ser un tipo de financiación destinado a empresas start-up en fases tempranas, pero que bien ya demuestran o esperan obtener unas elevadas tasas de crecimiento, sería la opción ideal para podernos financiar en el mercado, es por ello que estas instancias la proporción para este financiamiento, se considera estaría cercano a la inversión inicial de la app, porque con este método se tendrá más oportunidad de manejo mediatico y de mercados, con un apoyo administrativo y con más experiencia nos daría la oportunidad de poder tener una página oficial con dominios pagos y manejo de Google Addwords.

2. **Definir costos fijos, variables y punto de equilibrio.**

a. **COSTOS FIJOS**

TIPO DE COSTO	AÑO 1
Gastos administrativos	$ 8'082.900
Gastos operacionales de venta	$2'417.100
Total	$ 10'500.000



Por ser una empresa netamente digital, no tendremos costes por alquiler, así que en gastos administrativos como costes fijos se contemplan lo que es los computadores, impresora, desarrollador web y colaboradores; como gastos administrativos se tendrán en cuenta insumos como lo son manejo de redes sociales (Fanpage), las bicicletas y la impresión de volantes.

Descripción de gastos fijos:

Gastos administrativos: Gastos vigentes para el primer año de operación.

CONCEPTO	COSTO AÑO 1
COMPUTADORES/IMPRESORA/SERVICIOS BÁSICOS	$ 5'232.900

DESARROLLADOR WEB	$ 1'500.000
COLABORADORES	$ 1'350.000
TOTAL	$ 8'082.900

Gastos operacionales: Gastos vigentes para el primer año de operación.

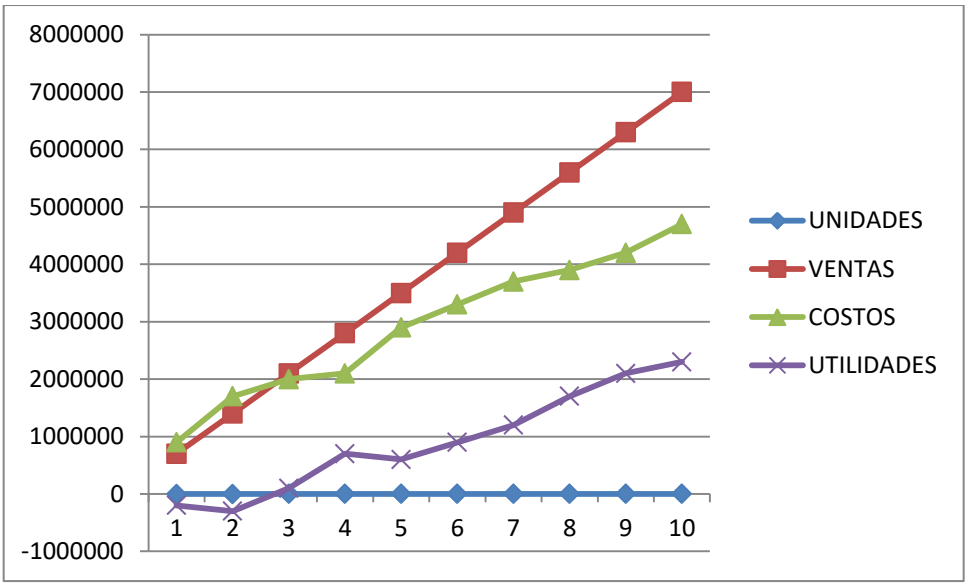
CONCEPTO	COSTO AÑO 1
PUBLICIDAD (FACEBOOK FANPAGE)	$ 1'800.000
BICICLETAS	$ 167.100
COLABORADORES (DOMICILIARIOS)	$ 450.000
TOTAL	$2'417.100

a. COSTOS VARIABLES

Dentro de la producción de la prestación de productos y servicios, un factor externo que se podría considerar variable sería la posibilidad un numero de descargas de la app a tal punto que genere cobro, como también que alguno de los colaboradores exija algún alza en salario o urgencia, como algún accidente,

daño de productos en camino de entrega, reposición de productos con algún defecto.

b. PUNTO DE EQUILIBRIO



UNIDADES	VENTAS	COSTOS	UTILIDADES
100	$ 700.000,00	$ 900.000,00	$ (200.000,00)
200	$ 1.400.000,00	$ 1.700.000,00	$ (300.000,00)
300	$ 2.100.000,00	$ 2.000.000,00	$ 100.000,00
400	$ 2.800.000,00	$ 2.100.000,00	$ 700.000,00
500	$ 3.500.000,00	$ 2.900.000,00	$ 600.000,00
600	$ 4.200.000,00	$ 3.300.000,00	$ 900.000,00
700	$ 4.900.000,00	$ 3.700.000,00	$ 1.200.000,00
800	$ 5.600.000,00	$ 3.900.000,00	$ 1.700.000,00
900	$ 6.300.000,00	$ 4.200.000,00	$ 2.100.000,00
1000	$ 7.000.000,00	$ 4.700.000,00	$ 2.300.000,00

MODELO CANVAS – App: FRIENDLY APP

ALIADOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE	SEGMENTOS DE CLIENTES
-Clínica Veterinaria Lassie. -Tienda DogKat. -Fundación La Huella Roja.	· Crear Aplicación. · Crear alianzas con una gran marca de alimentos · Crear alianzas con los diferentes establecimientos que atienden perros · Crear y mantener un canal de distribución · Mantener actualizados el sitio y las aplicaciones · Hacer publicidad del producto · Manejar publicidad en la aplicación **RECURSOS CLAVE** - Físico: Dinero, cobro 1 dólar, bicicletas, impresora, computador, domiciliarios. - Humanos: aliados. - Intelectuales: Ingeniero de Sistemas. Comunicadora Social. Relacionista Pública. Administrador de Empresas.	-Ofrecer a los clientes un punto único de contacto para acceder a diferentes servicios y bienes (comida, servicios, medicinas) para mascotas. Desde pedir un domicilio hasta contratar un entrenador, colegio, paseador o veterinario específico. -Mantener un registro información de las mascotas para dar avisos a los clientes en cuanto a alimentos y vacunación. -Esencial, el manejo y actualización constante de la hoja de ruta, para mantener a nuestros clientes satisfechos con el itinerario de actividades y lugares de integración con los perros y familia. -Comunidad de personas con mascotas que podrán compartir experiencias o consultar al resto de las personas sobre situaciones, o recomendaciones de perros. -Generación de base de datos útiles para las tiendas de mascotas y marcas de productos. -Nuevo canal de ventas y promociones	· Chat en la App donde se podrán presentar quejas, reclamos, sugerencias, felicitaciones etc. · Hacer publicidad en diferentes medios · Ofrecer servicios innovadores a los dueños de los perros. · Mantener al cliente informado de noticias, eventos · Llevar el registro de la información necesaria de los perros **CANALES** · Medios virtuales (redes sociales, web(en desarrollo)) · volantes · voz a voz	-Dueños de perros – Sector de Usaquén. -Aliados: Fundación La huella roja. Veterinaria Clínica Lassie DogKat.

COSTOS	INGRESOS
· Desarrollar sitio web, app en IOS y Android · Actualización Android · Actualización Web · Diseño grafico · Publicidad (Web, redes sociales, promotoras) · Gastos administrativos: registro de empresa. · Espacio de oficina · Domicilio de compras · Finanzas/Administración.	· Todos los servicios y productos que sean solicitados por el cliente a través de la aplicación, automáticamente se generará un cobro de 1 USD. · Abono voluntario para el aporte de nuestra gestión social. · Mensualidad a los establecimientos por aparecer en la aplicación. (patrocinio) · Actividades en establecimientos públicos (bazares, rifas, actividades lúdicas para perros etc).

Manual de Imagen Corporativa – Friendly App

Friendly App
Amor sin condiciones

MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

1. LOGOTIPO

La marca de Friendly App está compuesta por un logotipo de imagen y tipografía Eurostile, se toman los colores blanco, negro y naranja. El logotipo se compone de un corazón y una huella que argumenta nuestro eslogan "Amor sin condiciones"

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

La marca Friendly App, esta formada principalmente por el corazón y la huella, la complementa el nombre de nuestra marca y eslogan, con una tipografía cuadrada que no cansa al leer. Nuestro enfoque a la hora de componer nuestra imagen, es la entrega que hay del dueño a su perro, en su cuidado y bienestar.

LOGOTIPO Y SÍMBOLO

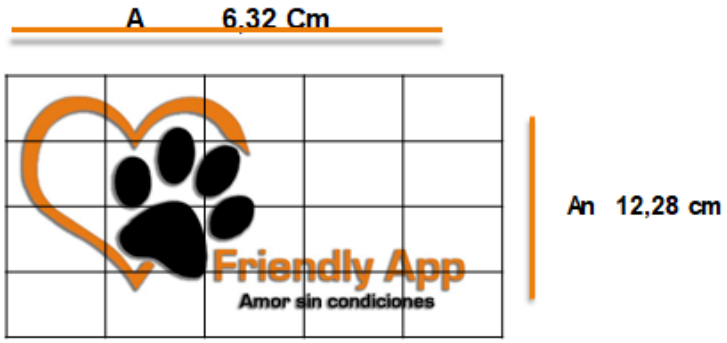
SÍMBOLO

LOGOTIPO

Friendly App

Amor sin condiciones

ZONA DE SEGURIDAD Y USO MÍNIMO DEL LOGOTIPO



ZONA DE SEGURIDAD Y USO MÍNIMO DEL LOGOTIPO

A 12,53 Cm An 24,31 cm

USO MÍNIMO Y MÁXIMO DE LOGOTIPO

En el menor tamaño posible del logotipo para uso digital sin perder nitidez y siempre sea legible, el tamaño mínimo corresponde a:
Altura 4,24 cm
Ancho 8,21 cm

USO MÍNIMO Y MÁXIMO DE LOGOTIPO

En el menor tamaño posible del logotipo para papelería sin perder nitidez y siempre sea legible, el tamaño mínimo corresponde a:

Altura 5,52 cm
Ancho 10,68 cm

USO CORRECTO DE LOGOTIPO

Uso en positivo

Uso en negativo

Uso en escala de grises

Uso en fondo claro

USO INCORRECTO DE LOGOTIPO

Uso en positivo

Uso en negativo

Uso en escala de grises

Uso en fondo claro

COLOR COPORATIVO

El color que nos define a nivel corporativo son los colores: Naranja, Negro y blanco. De esta manera el color naranja esta en la mayoria de nuestra identidad, es un color cálido, como el amor hacia nuestro perro, el blanco nos define la serenidad y tranquilidad como los cuidados que debe tener nuestro animal y el negro es el color neutro que le da solidez a nuestra

NEGRO

NARANJA

BLANCO

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA

Eurostile

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

Alfabeto Minúsculo/Lowercase

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m
n	o	p	q	r	s	t	u	v	x	z	w	y
n	o	p	q	r	s	t	u	v	x	z	w	y

Alfabeto Maiúsculo/Upercase

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	X	Z	W	Y
N	O	P	Q	R	S	T	U	V	X	Z	W	Y

PLANTILLAS

CARTA Y DISEÑO GENERAL

PLANTILLAS

TARJETA DE PRESENTACIÓN

BIBLIOGRAFIA

org, A. (2017).). Cite a Website - Cite This For Me.. [online] Animalistas.org. Available at: http://www.animalistas.org

Trujillo Corredor, R. (2013). *"Dinámica De Las Construcciones Por Usos De La Localidad De Usaquen En Los Años 2002 Y 2012*.. [online] Catastrobogota.gov.co. Available at: https://www.catastrobogota.gov.co

Igualdadanimal.org. (2017). *Igualdad Animal | Organización Internacional de Derechos Animales*. [online] Available at: http://www.igualdadanimal.org

Molano Vega, D. and Granados Guida, S. (2013). *Decreto 1377 de 2013 Ley 1581 del 2012*. [online] Mintic.gov.co. Available at: https://www.mintic.gov.co

Saludcapital.gov.co. (2017). *Secretaría Distrital de Salud de Bogotá Inicio*. [online] Available at: http://www.saludcapital.gov.co

Piscitelli, A. (2015). *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*. [online] Telos.fundaciontelefonica.com. Available at:

https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2015070109210001&idioma=es

Greenfield, A. (2006). Debates in the digital humanities. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Museo Nacional de Colombia (2015). *Narrativas digitales de la nación: ¿Cómo nos vemos, nos contamos y nos reconocemos en la red?*. [online] Museo Nacional de Colombia. Available at: http://www.museonacional.gov.co/Publicaciones/catedra/Documents/catedra-narrativas-digitales.pdf

Congreso de la República de Colombia (2012). *Estatuto del Consumidor | Superintendencia de Industria y Comercio Ley 1480 de 2011*. [online] Sic.gov.co. Available at: http://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor

Garzón, M. (2016). *10 aplicaciones para amantes a las mascotas*. [online] Publimetro Colombia. Available at: https://www.publimetro.co/co/estilo-vida/2016/05/27/10-aplicaciones-amantes-mascotas.html

Congreso de la República de Colombia (1999). *11 ley 527 de 1999 se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio ele*. [online] issuu. Available at: https://issuu.com/redconsumidor/docs/11-ley_527_de_1999._se_define_y_reg

Congreso de la República de Colombia (2002). *Ley 746 de 2002*. [online] issuu. Available at: https://issuu.com/xiodaos/docs/746_2002

Policía Nacional de Colombia (2017). *Código nacional de policía y convivencia*. [online] issuu. Available at: https://issuu.com/danielastefaniaariza/docs/codigo_nacional_de_policia_y_conviv

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2017). *Ley 23 de 1982 - Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. [online] Mintic.gov.co. Available at: http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3717.html

app, M. (2018). Productos y servicios. [online] MyWak. Available at: http:// mywak.com.co/

Cardullo, Mario (1999). Technological Entrepreneurism, Research Studies Press.

Collins-Dodd, C.; Gordon, I.M. y Smart, C. (2004). Further evidence on the role of gender in fi nancial performance. Journal of Small Business Management.

Gimeno, J. Folta, T. Cooper, A. y Woo, C. (1997). Survival of the fi ttest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming fi rms. Administrative Science.