

WHERE IS MY PET?

JESSICA TATIANA ROJAS ZAPATA

SARA CATALINA BARRETO TORRES

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

DIVISIÓN DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C

2016

TABLA DE CONTENIDO

1.	ELEMENTOS PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	1
1.1	Justificación de la empresa	1
1.2	Ubicación y tamaño de la empresa.....	3
1.3	Misión	3
1.4	Visión.....	3
1.5	Objetivos	4
1.5.1	Objetivo General	4
1.5.2	Objetivos específicos.....	4
2.	MERCADO	4
2.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	4
2.1.1	Justificación y antecedentes del proyecto	4
2.1.2	Análisis del sector	6
2.1.3	Análisis de mercado	7
2.1.4	Análisis de la competencia.....	9
2.2	ESTRATEGIAS DE MERCADOS.....	11
2.2.1	Concepto del producto/servicio	11
2.2.2	Estrategias de distribución.....	13
2.2.3	Estrategias de precio.....	14
2.2.4	Estrategias de promoción	16
2.2.5	Estrategias de comunicación	17
2.2.6	Estrategias de servicio.....	18
2.2.7	Presupuesto de la mezcla de mercadeo	19
2.2.8	Presupuesto de aprovisionamiento	19
2.3	PROYECCIONES DE VENTAS	20
2.3.1	Proyección de ventas	20
3.	OPERACIÓN	20
3.1	OPERACIÓN	20
3.1.1	Ficha técnica del producto/servicio-.....	20
3.1.2	Descripción del proceso del servicio.....	22
3.1.3	Necesidades y requerimientos-	23
3.1.4	Plan de producción	23
3.2	PLAN DE COMPRAS	23
3.2.1	Consumo por unidad de producto.....	23

3.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN	24
3.3.1 Costos de producción.....	24
3.4 INFRAESTRUCTURA	24
3.4.1 Infraestructura	24
4. ORGANIZACIÓN.....	25
4.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	25
4.1.1 Análisis DOFA	25
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	26
4.2.1 Estructura organizacional	26
4.2.2 Constitución empresa y aspectos legales	28
4.3 COSTOS ADMINISTRATIVOS.....	29
4.3.1 Gastos de personal.....	29
4.3.2 Gasto de puesta en marcha	29
4.3.3 Gasto anual de administración	30
5. FINANZAS	31
5.1 INGRESOS.....	31
5.1.1 Fuentes de financiación	31
5.1.2 Formatos financieros	32
Tabla 11. Balance general inicial y proyectado- 2016/2021	32
5.2 EGRESOS.....	35
5.2.1 Egresos	35
5.3 CAPITAL DE TRABAJO	36
5.3.1 Capital de trabajo.....	36
6. PLAN OPERATIVO	36
6.1 PLAN OPERATIVO	36
6.1.1 Cronograma de actividades	37
6.2 METAS SOCIALES.....	38
6.2.1 Metas sociales de plan de negocio	38
6.2.2 Empleo	38
6.2.3 Emprendedores.....	38
7. IMPACTO	39
7.1 Impacto económico, local, social y ambiental	39
8. ANEXOS	41
9. REFERENCIAS.....	43

1. ELEMENTOS PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

1.1 Justificación de la empresa

Where is my pet? surge como una idea académica, la cual se fue desarrollando al lograr identificar la necesidad de seguridad y bienestar en las mascotas. Obedece a la importancia que en los últimos años las mascotas han representado en el hogar de la familia colombiana especialmente de estrato socioeconómico 3, 4, 5 y 6.

Una problemática que durante los últimos años se ha venido incrementando debido al descuido o a diferentes circunstancias que ponen en riesgo la vida de las mascotas es la perdida de estas presentando aproximadamente 60.000 y 50.000 casos anuales caninos y felinos respectivamente. Esto ha hecho que se hayan disparado las tendencias de consumo en los propietarios de estas al interesarse cada vez más por su cuidado y salud. (Duque, 2010). Sin embargo y con poco éxito, tan solo el 10% de los animales extraviados son rescatados; lo cual pone en consideración la labor por parte de las entidades protectoras de animales. (López, 2015)

Por otra parte, es importante destacar los problemas de salud que ocasiona el sedentarismo en perros y gatos. Esto se debe en el mayor de los casos a la falta de tiempo por parte de los propietarios, a causa de sus horarios laborales u otras actividades diarias donde se olvidan de lo indispensable que es realizar actividad física en las mascotas. Los principales problemas a destacar son la obesidad y sobrepeso, ya que no gasta las calorías necesarias del alimento que consume; problemas articulares, al desarrollar sobrepeso traen consigo artrosis debido a la falta de movimiento; y problemas trascendentales como diabetes y cardiopatías, como consecuencia al exceso de grasa. (Pinedo, 2014)

Por esta razón y teniendo en cuenta la importancia que en los últimos años las mascotas han representado en el hogar de la familia colombiana se quiere llevar a cabo una idea de negocio

que permita al propietario tener un control de la mascota acorde a sus necesidades cuando no está en casa o por un descuido personal proporcionando tranquilidad que su mascota se encuentra dentro de una zona de confort creada por el mismo usuario. A su vez le proveerá información acerca de su actividad física por medio de rutinas preestablecidas que garantizan la adecuada práctica dependiendo del tipo de mascota e información adicional (raza, peso, edad, entre otros) para así promover su bienestar.

La relación de WMP (Where is my pet? con el Plan de Desarrollo Distrital de la actual alcaldía de Enrique Peñalosa es dar lugar a una ley de protección animal en Bogotá. Junto a esta se creara un centro especializado el cual estará a cargo de las secretarías de Salud y Ambiente. “Tenemos tres proyectos fundamentales: crear una institucionalidad específica para el tema de protección animal, fortalecer la esterilización y la adopción, y la construcción de una Casa Ecológica de fauna doméstica”, explicó el secretario de Salud, Luis Gonzalo Morales.

Mientras se pone en marcha esta iniciativa, se llevaran a cabo proyectos para la protección animal y quien los infrinja tendrá una penalización. (El Espectador, 2016)

El impacto que va a generar WMP una vez desarrollado se verá reflejado de manera positiva en las cifras de mascotas perdidas en la ciudad de Bogotá disminuyendo considerablemente los casos mencionados anteriormente (60.000 caninos y 50.000 felinos), también se lograra crear conciencia en los propietarios de las mascotas en cuanto a responsabilidad de la decisión de tener un animal en casa y las necesidades que surgen en cada una de las etapas del ciclo de vida de estas a través de la creación y fortalecimiento de un vínculo más cercano entre amo- mascota brindando al usuario recomendaciones, sugerencias y un plan de actividad física acorde a su condición actual.

De igual forma WMP va a generar un impacto social que se verá reflejado en una fundación para perros y gatos sin hogar la cual va a estar soportada por un porcentaje del valor del

servicio mensual por el uso de la aplicación móvil, contribución por parte de los patrocinadores y creación de alianzas estratégicas; se tendrán voluntarios de últimos semestres de carreras afines con veterinaria, zootecnia, etc..., quienes cercioraran el cuidado adecuado y profesional de las mascotas.

1.2 Ubicación y tamaño de la empresa

La oficina de WMP va a estar ubicada inicialmente en la localidad de Usaquén en el barrio Santa Bárbara Oriental, ya que gran parte del target se encuentra ubicado en este sector de la ciudad. Además, se considera un punto central para el envío del producto solicitado cumpliendo con las políticas de entrega en los tiempos establecidos.

De acuerdo al número de trabajadores y según el código de comercio WMP estaría catalogada como una microempresa al contar con una planta de personal no superior a los 10 trabajadores.

1.3 Misión

Brindar servicios con excelencia a nuestros clientes, integrando innovación en los métodos de rastreo por medio de tecnología que permita la seguridad y bienestar del felino y canino.

1.4 Visión

En el 2018 consolidarnos como la marca de accesorios tecnológicos de rastreo preferida a nivel nacional por su eficaz servicio y bienestar para las mascotas, donde se trabajara con un capital humano enfocado en que su labor genere impacto social por medio de nuestra fundación Pet's Home.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Implementar en el mercado colombiano un dispositivo de geolocalización para mascotas a través de un aplicativo móvil que les permita a sus propietarios conocer su ubicación y de igual forma implementar el servicio de actividad física por medio de rutinas para mejorar su bienestar.

1.5.2 Objetivos específicos

- Realizar una investigación de mercado con el propósito de evaluar la situación actual e identificar oportunidades, posibilidades y estrategias de ventas
- Elaborar una estructura organizacional que facilite establecer estrategias administrativas que aseguren el óptimo funcionamiento de la empresa al igual que una apropiada administración del talento humano.
- Desarrollar una evaluación financiera del proyecto con el fin de demostrar sostenibilidad, rentabilidad de la empresa y factibilidad.
- Evaluar los impactos sociales que genera.
- Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las mascotas.
- Innovar en el mercado colombiano en tecnología de rastreo para propietarios de mascotas.

2. MERCADO

2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1.1 Justificación y antecedentes del proyecto

Para esta idea de negocio se tiene en cuenta un informe sobre la población estimada de mascotas en Bogotá siendo de 616.826 perros y 144.945 gatos para el año 2013 (Anexo 1).

Tabla 1. Población canina y felina en Bogotá, 2013

LOCALIDAD	2013	
	Caninos	Felinos
Usaquén	72.047	7677
Chapinero	8.587	3.720
Santa Fe	5.422	4.707
San Cristóbal	36.869	16.170
Usme	4.281	6.858
Tunjuelito	8.897	4.980
Bosa	39.625	8.336
Kennedy	79.531	15.949
Fontibón	32.336	6.590
Engativá	95.604	8.689
Suba	83.244	16.061
Barrios Unidos	17.918	5.941
Teusaquillo	17.565	4.257
Los Mártires	6.130	2.547
Antonio Nariño	5.332	2.838
Puente Aranda	17.860	5.018
La Candelaria	601	1.655
Rafael Uribe	29.749	5.689
Ciudad Bolívar	51.911	16.843
Sumapaz	1.305	420
TOTAL	616.826	144.945

Fuente: Secretaría Distrital de Salud- 2015

Teniendo en cuenta los datos de la tabla anterior y las localidades de Suba, Teusaquillo, Chapinero y Usaquén nuestro tamaño del segmento inicial es de 213.158 mascotas, siendo esta una cifra considerable con gran potencial de mercado.

Tabla 2. Total de población canina y felina en las localidades de Suba, Teusaquillo, Chapinero y Usaquén, 2013

LOCALIDAD	2013	
	Caninos	Felinos
Suba	83.244	16.061
Teusaquillo	17.565	4.257
Chapinero	8.587	3.720
Usaquén	72.047	7.677
TOTAL	181.443	31.715

Fuente: Secretaría Distrital de Salud- 2015

2.1.2 Análisis del sector

Desde el 2011 el auge de las aplicaciones móviles ha venido en ascenso, este se debe principalmente a la innovación que ha tenido la cadena de valor de telecomunicaciones e internet. Se estima que en los próximos cinco años este sector tenga un crecimiento del 23,6% con respecto a la aceptación de aplicaciones móviles en América Latina. Entre las aplicaciones con más demanda en el mercado se encuentran de: música, redes sociales y juegos en línea. Además se han visto que nuevas plataformas se han unido al mundo de lo aplicativos móviles como Windows Phone, ya que iOS de Apple y Android siempre se han mantenido a la vanguardia en este mercado.

El desarrollo histórico de las aplicaciones móviles, también ha tenido muy buena reacción por parte de los usuarios, este es dinamizado por la convergencia de plataformas, la penetración

de la telefonía móvil, un mejor acceso a redes 3G y 4G, la accesibilidad de tecnología de Smartphone y más opciones de contenido digital en diversos formatos.

Cada día son más los usuarios que se unen al mundo de las aplicaciones, puesto que encuentran en estas múltiples soluciones a problemas o tan solo un escape de la rutina diaria. La razón por la cual las aplicaciones móviles captan más público es porque permiten conectarse a la red de forma rápida y sencilla. (Gómez, 2012)

En un estudio arroja que las apps del iPhone son las reinas indiscutibles por delante del gigante Google. Las últimas cifras revelan que la compañía Apple ha registrado hasta la fecha 15.000 millones de descargas desde su App Store, mientras que Google llegó a los 4.500 millones desde su Android Market.

Es por esto que se decide crear WMP, una aplicación móvil que parte de la funcionalidad de geolocalización para mascotas la cual contara con diferentes beneficios para sus usuarios. Es el mejor momento para salir al mercado, teniendo en cuenta que tan sólo en el 2015 un informe de KPCB afirma que habrá nada menos de 1.600 millones de Smartphone en el mundo. En cuanto a dispositivos móviles se calcula una suma de 5.600 millones. Sin duda una gran audiencia. Según un reciente estudio de la GSMA para 2020 la cifra de Smartphone podría ser de 6.000 millones. (Forero, 2015)

2.1.3 Análisis de mercado

La tenencia de mascotas y por ende el consumo de productos para estas, más que todo en la clase media y alta ha estado en continuo crecimiento puesto que el consumidor ya está un poco más enterado e interesado en adquirir todo tipo de producto relacionado con estas haciendo que este sea cada vez más audaz a la hora de realizar cualquier tipo de compra ya que los mercados cada día tienen más opciones de productos y servicios.

De acuerdo a estudios realizados por la firma Euromonitor International, empresa reconocida mundialmente por sus estudios de mercadeo; los productos para mascotas han venido en

aumento en los últimos años debido a la importancia que las mascotas han representado en los hogares siendo parte de la familia. Menciona, que esta categoría de mercado tiene un gran potencial, a medida que la población de mascotas continúa creciendo y los colombianos tienen dinero para gastar en sus mascotas, productos innovadores con una buena promoción y distribución van a tener éxito. (Euromonitor, 2015)

Nuestro mercado objetivo se centra inicialmente en Bogotá en estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 de las localidades de Suba, Teusaquillo, Chapinero y Usaquén ya que de acuerdo a estudios realizados por el DANE, en estos estratos se encuentra gran parte de la población que tiene mayor ingreso per cápita y a su vez se podría suponer que al pasar del tiempo su gasto e inversión hacia sus mascotas también podría aumentar. (DANE, 2014)

De igual forma, un análisis realizado por la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) quien contrato un estudio con la firma B&Optimos con el fin de cuantificar este negocio concluyo que “en las familias de clase alta es donde más se tienen este tipo de animales. Aquí el porcentaje en los hogares alcanza el 44%, mientras que en los estratos más bajos éste es de 33%.” (Fenalco, 2014)

A pesar de que muchos amantes de las mascotas estén acostumbrados a adquirir los productos para sus compañeros ya sea en súper e hipermercados, tiendas especializadas para mascotas o en tiendas de barrio tal y como se mencionó anteriormente, el “boom” de la tecnología y por tanto de los aplicativos móviles han hecho que se den facilidades de adquisición de estos por medio de páginas en internet como por ejemplo ciudaddemascotas.com quienes según su gerente Juan Carlos Martínez menciona ya con dos años de experiencia en este segmento, “El primer año facturamos 300 millones de pesos; el segundo, 750 millones y en el tercer año esperamos vender 1.700 millones” (Rincón, 2015)

Así mismo, Fenalco señala, “Los gastos para la manutención, los servicios de salud y el entrenamiento de las pequeñas mascotas es un tema que va en aumento, pero también es un

hecho que se ha convertido en parte de la canasta familiar y por ello no es raro que dentro de los productos de la misma se incluyan estos elementos para estos integrantes de la familia.” (Fenalco, 2014)

Teniendo en cuenta la respuesta al requerimiento SDQS No. 1638062015 a la Secretaria Distrital de Salud sobre información actualizada de censo canino y felino realizado por La Organización Mundial de La Salud, el Ministerio de la Protección Social y la Secretaria Distrital de la Salud, Bogotá posee alrededor de 616.826 caninos y aproximadamente 144.945 felinos, y las cifras correspondientes a las localidades del mercado objetivo (Suba, Teusaquillo, Chapinero y Usaquén) son de 181.443 caninos y 31.715 felinos, por lo tanto nuestro tamaño del segmento inicial es de 213.158 mascotas (Anexo 1).

Actualmente en Colombia se encuentra un producto sustituto, el chip subcutáneo o llamada Cédula Animal. Este dispositivo se puede adquirir en distintas veterinarias los cuales oscilan entre \$50.000 y \$180.000, teniendo en cuenta que solo funcionan como un lector de información de la mascota que en caso de pérdida no suele ser tan eficiente ya que su modo de operar es la siguiente: la persona que lo encuentre podrá llevarlo a la veterinaria más cercana y así leer la información registrada del animal, lo cual podría tardar días o incluso semanas. (Cédula Animal, 2013)

2.1.4 Análisis de la competencia

Los aplicativos móviles de geolocalización para mascotas en Colombia apenas se han venido incluyendo en el mercado. WMP incursionara en este mercado supliendo la necesidad de seguridad y salud para las mascotas. Es por esto que se hace un estudio de dos de los mercados con mayor demanda en este sector, Estados Unidos y Austria. Los siguientes productos son los más destacados en estos países.

- **My Pet Tracker:** Es un dispositivo de localización de mascotas que encuentra perros y gatos perdidos. Es fácil de configurar y funciona a través de la tecnología GPS. El dispositivo

se une al collar de su mascota y proporciona información sobre la ubicación en tiempo real a través de SMS. (My Pet Tracker)

- **Geodog:** El sistema Geodog viene con el collar, conectado a un software que trabaja con PC basados en Windows (XP/Vista/7), así como Android o Windows Mobile Smartphone.

Cuando usted nota que su perro no está presente, llama al dispositivo Geodog y recibirá un mensaje de texto con las coordenadas GPS del perro desaparecido. (Geodog Austria)

- **Tagg:** Es un dispositivo adherible a la mayoría de los collares que permite rastrear al perro por medio del ordenador o del Smartphone. El procedimiento de configuración sencilla le permite crear su propia zona de Tagg, el área donde su perro pasa la mayor parte de su tiempo. Si su perro no está en la zona, sabrá con rapidez y precisión dónde está.

- **Tractive:** Maneja tres tipos de dispositivos

- Gps Pet Tracking: El dispositivo rastreador de mascotas GPS Tractive para mascotas y animales le permite rastrear a su mascota en cualquier momento y en cualquier lugar. Esté tranquilo al saber dónde está su mascota y reciba notificaciones.

- Motion Pet Activity Tracking: Realiza el seguimiento de la actividad de su mascota las 24 horas del día. Se conecta “Tractive Motion” al collar de la mascota y obtiene los datos directamente en el teléfono móvil. Por lo tanto se requiere un dispositivo móvil Bluetooth.

- Pet Remote- Training: Trabaja en conjunto con una aplicación gratuita para iOS, Android y Windows Phone y se comunica con Bluetooth inteligente. Pet-Remote es un collar de entrenamiento que sin duda no hará daño a su querido perro. Simplemente utilizamos vibración que su perro puede sentir y reaccionar a ella. (Tractive)

- **Petmobi:** Es una red social para mascotas en la cual se pueden compartir fotos y actualizaciones de estado. Por medio de esta se puede tener un seguimiento de la ingesta

diaria de calorías que contienen los alimentos para las mascotas y así ayudarlos a mantenerse en forma. (Petmobi)

Actualmente, en Colombia ha llegado al mercado un GPS de localización satelital para el rastreo de mascotas el cual se controla de igual forma por medio de un aplicativo móvil pero que sin embargo no tiene relación con respecto al bienestar y salud de estas.

- **Appet:** Dispositivo de localización satelital especializado para uso en mascotas. Este dispositivo se adhiere al collar de la mascota. (Appet)

2.2 ESTRATEGIAS DE MERCADOS

2.2.1 Concepto del producto/servicio

Where is my pet? Ofrece un producto tecnológico e innovador para usuarios amantes de las mascotas, que gracias a su funcionamiento permite llevar un control de la actividad física realizada por la mascota que a su vez llevará un registro estadístico que mantenga al propietario informado de su rendimiento diario para tomar medidas sobre la salud y bienestar como el peso, alimentación y rutinas que se deben llevar a cabo de acuerdo a los resultados dados por la aplicación. El producto es un collar que posee un dispositivo de rastreo GPS, para poder estar al tanto de la ubicación de la mascota, donde el usuario tendrá la opción de escoger entre los 6 colores disponibles del collar (morado, rosado, azul, verde, blanco y negro) y los cuatro diferentes tamaños (XS 22-28 cms, Small 28- 36 cms, Medium 36- 46 cms y Large 46- 57 cms).

El control y manejo de este servicio se hará a través un Micro Chip de ubicación satelital instalado en el collar que proporciona el lugar exacto donde está la mascota, también se creará una zona de seguridad de la mascota lo cual indicará y enviará un alerta por medio de la aplicación cuando salga de esta. Para usar esta herramienta es necesario adquirir un plan de

datos ofrecido por la empresa de telefonía móvil (MOVISTAR- contratada directamente por WMP), por medio de una tarjeta sim, el cual tendrá un costo mensual de 5 USD por el servicio. Este servicio estará sincronizado con una aplicación móvil para teléfonos Android y iOS la cual se podrá descargar por medio de una plataforma Play Store o App Store respectivamente, dicha descarga generará un costo de 1.99 USD. El 15% del costo del servicio mensual de la aplicación se justificara brindando apoyo a la fundación de Pet's Home, de la cual será responsable WMP; que se dedica principalmente a cuidar a perros y gatos sin hogar, mientras son adoptados y ubicados en una familia responsable.

WMP va a manejar dos paquetes dirigidos a sus usuarios:

- **Paquete Básico:** Este consta del servicio de ubicación de la mascota y el historial de los lugares donde estuvo en todo su recorrido diario, semanal o mensual. De igual manera, tendrá disponible rutinas de actividad física según la condición en la que se encuentre el animal. (3 meses) En el empaque del producto vendrá un código de acceso para registrarse en el sitio web de WPM donde se podrá crear un perfil de la mascota en nuestra red social Pet'sbook, en el que indique diferentes intereses, gustos, consejos y además en el que pueda estar en contacto con otros usuarios de la comunidad. Esta red social permitirá fomentar la participación en eventos programados de Pet's Home en función del bienestar y cuidado de las mascotas que se encuentren vinculadas en esta fundación.
- **Paquete Premium:** Este paquete además de las funcionalidades del básico, tendrá acceso a múltiples beneficios adicionales. Además de la actividad física, contara con un plan de alimentación acorde a la misma condición corporal y física en la que se encuentra la mascota sugiriendo la cantidad adecuada durante el día. También, medirá la actividad energética de la mascota de acuerdo a su raza, edad, tamaño y alimentación contando a su vez con una rutina de entrenamiento físico; también permitirá el vínculo con veterinarias

24 horas de acuerdo a la ubicación de donde se encuentre el animal, donde se diligenciará un formato sencillo que informará a la veterinaria datos básicos y motivo de consulta; además, permitirá encontrar zonas sociales tales como restaurantes, atracciones y hoteles donde se permita el ingreso de las mascotas en la cual se podrá hacer reservación inmediata sujeta a disponibilidad.

Para los felinos se implementará un juego interactivo “Catch it!”, el cual se basará en el tradicional juego de atrapar el ratón cuyo objetivo es crear una “pincelada” con cada movimiento que realice para atraparlo creando así una obra de arte de tu felino.

2.2.2 Estrategias de distribución

Las actividades de venta se harán por medio de compras en línea a través de la página web o acercándose a cualquier punto de venta autorizado por WMP en los que se encuentran dos grandes hipermercados veterinarios Agrocampo y CEBA o tiendas/ boutiques especializadas en mascotas Wawaw, Am Mascotas, Mundo Mascota y PetCol, donde el cliente podrá escoger entre los 6 colores disponibles (morado, rosado, azul, verde, blanco y negro) y cuatro diferentes tamaños (XS 22-28 cms, Small 28- 36 cms, Medium 36- 46 cms y Large 46- 57 cms).

* Entrega de productos adquiridos a través de la página web: WMP se compromete a hacer la entrega del producto inicialmente en Bogotá. El producto que sea ordenado por el cliente se enviara únicamente después de haber diligenciado la pre-orden y enviado el comprobante de pago, donde se autorizara un único despacho del producto dentro del plazo establecido (Ver estrategias de precio- Plazo de entrega del producto). Cada persona que se encuentre en el lugar de despacho del producto, estará debidamente autorizado por el cliente para recibir su pedido. En dado caso que el producto no sea entregado en el domicilio señalado, WMP procederá a concederle al cliente un plazo de 8 días hábiles para realizar nuevamente el

reenvío de esta cuyos gastos correrán por parte del cliente, este reenvío se realizara siempre y cuando se compruebe el correspondiente pago de transporte.

2.2.3 Estrategias de precio

Teniendo en cuenta la apertura del mercado de aplicativos móviles en mascotas; WMP organiza su estrategia de precios, teniendo en cuenta los siguientes factores:

1. Empieza su fase de lanzamiento con un precio de pre venta al público de 115 USD. La fase de lanzamiento está planeada para un periodo de un 1 año. Los clientes que adquieran el servicio en esta fase, serán los pioneros y tendrán beneficios en cuanto a tarifas, ya que la descarga de la aplicación para estos tendrá un costo de 0.99 USD; los primeros 2 (dos) meses tendrán acceso a la aplicación al Paquete Premium de forma gratuita. Después de cumplir los 2 (dos) meses, el costo mensual del uso de la aplicación será de 5 USD (Teniendo en cuenta la TRM vigente del día en que empieza a utilizar el servicio), el cual se mantendrá durante un año, que se contarán desde el momento de descarga de la aplicación y anualmente aumentara el precio de la tarifa según el IPC proyectado para ese año.
2. Después del primer año de entrar al mercado, WMP estará al servicio con un precio de 121 USD. Las personas que se hagan usuarios tendrán que pagar 1.99 USD (Teniendo en cuenta la TRM vigente del día que se quiera realizar la descarga) por descargar la aplicación, y un mes de acceso al paquete Premium. Pasado este mes se cobrara mensualmente a los clientes según el paquete escogido (Básico-Premium). Después del primer año; el cual se cuenta desde el momento que hace la descarga de WMP aumentara su precio según el IPC de ese año.
3. Cuando WMP, este en su fase de madurez y según las condiciones del mercado, se harán diferentes promociones durante periodos; dónde se busque atraer clientes potenciales y los actuales sigan perteneciendo a nuestra red de servicios. Cada año se trabajara con el IPC de referencia y la TRM vigente del día de la descarga, o de pago mensual.

*** Opciones de Pago**

Estas son las formas de pago disponibles para los clientes de WMP.

- Tarjeta débito o crédito (La cual tendrá que estar inscrita a una cuenta PayPal)
- Franquicias autorizadas en la banca colombiana
- Factura del teléfono móvil (Movistar)

*** Términos y condiciones**

Todos los precios de WMP tendrán que ser facturados a la TRM vigente del día en que se haga la descarga y/o canon mensual. En el momento de descarga de la aplicación, aparecerá dos vínculos: Paquete Básico/ Paquete Premium y el precio de descarga (según las condiciones). Esta oferta se ajustara según las condiciones mencionadas en la estrategia de precio.

Donde se encuentran la siguiente:

1. El paquete Premium (ya sea por 30 o 60 días), le otorga al cliente el acceso a todos los servicios de la aplicación móvil; contados desde el momento en el que se activa el periodo de prueba Premium. En esta prueba el cliente reconoce y acepta que después de haberse acabado el periodo vencido gratuito se empieza a pagar su canon mensual establecido. Por esta razón en esta prueba el nuevo usuario debe suministrar datos de pago.

Después de esta prueba, se procederá con el cobro ya establecido mensualmente. Cuando se cumpla el año de servicio si no se hace una petición con 1 mes de anticipación se renovara el servicio automáticamente con el IPC ajustado al año fiscal vigente.

*** Plazo de Entrega del Producto.**

1. Cada envío tendrá un plazo de entrega de 24 horas, las cuales se harán efectivas desde su solicitud.
2. Si se retrasa algún envío por fuerza mayor; se alargará el plazo automáticamente por el tiempo de la misma proporción.

3. Si WMP incumpliera con el tiempo establecido (numeral dos) el cliente tendrá derecho a determinar un plazo fijo de tiempo de entrega del producto.

2.2.4 Estrategias de promoción

El objetivo de las estrategias de promoción de WMP es beneficiar a los consumidores proporcionando la información necesaria sobre la disponibilidad del producto y sus usos.

Estas se van a realizar por medio de las siguientes actividades:

- Enviar correo directo: Por medio de una base de datos; enviar correos a clientes potenciales, con el fin de relacionarse con la marca y que estén informados sobre los nuevos productos y servicios que se lanzan al mercado por parte de la compañía.
- Crear actividades o eventos: WMP se encargará de realizar trimestralmente actividades en lugares estratégicos de la ciudad, donde puedan conocer las características del servicio, los beneficios que trae consigo y las ventajas que tiene en el mercado.
- Organizar concursos o sorteos: Dentro de los eventos mensuales se crearan diferentes tipos de concursos, cuya finalidad será que todos los clientes puedan participar y se sientan parte de una comunidad la cual les brinda distintos premios atractivos para ellos y por supuesto para sus mascotas.
- Participar en ferias: WMP asistirá a las ferias de interés más importantes que se realicen en Colombia, con el fin de darse a conocer en el mercado y exhibir los productos y beneficios que tiene el servicio.
- Obsequiar artículos promocionales: Se realizara entrega de artículos que resulten útiles para nuestros clientes objetivo los cuales llevaran impreso el logotipo de WMP, así mismo se obsequiaran algunos productos de nuestros patrocinadores con el fin de crear una relación de fidelización.
- Beneficios por cumplimiento de rutina: Se calculara el cumplimiento mensual del usuario con su mascota por medio de los puntos recomendados en la actividad física. Este premiara la

fidelidad y otorgara beneficios con nuestros aliados estratégicos (restaurantes, hoteles, spa caninos, colegio canino, guardería, entre otros).

2.2.5 Estrategias de comunicación

Las estrategias que se implementarán para incursionar en el mercado serán:

- Publicidad a través de redes sociales: WMP, aprovechará las redes más influyentes en el mercado como lo son: Facebook, Twitter, Instagram, etc. Todo con el fin de comunicar, transmitir y fidelizar a clientes objetivo, con estas estrategias también se busca medir el número de frecuencia y cuántos seguidores tenemos en nuestras páginas. Se medirá exactamente Número de Seguidores en Twitter y fans de Facebook, número de Me Gusta en Facebook y Retweets/ Favoritos en Twitter. En la red social Facebook, usaremos específicamente Facebook Ads; gracias a esta herramienta que permite la creación de una página personalizada sobre la idea de negocio que se desea mostrar al mercado.

Las principales ventajas de Facebook Ads:

- Grandes niveles de Segmentación: se podrá segmentar los anuncios no solo por datos demográficos, sino también por intereses de los usuarios, lo que es una gran ventaja a la hora de apuntar al cliente ideal de WMP.
- Viralización absoluta de los anuncios: WMP hará un seguimiento de las personas suscritas a la página para que ellos mismos sean quienes se encarguen de expandirlo de forma masiva entre sus amigos.
- Es muy económico ya que solo se paga por los clics obtenidos: esto quiere decir que si se logra realizar un buen trabajo de segmentación, se estará pagando solo por aquellos usuarios interesados en el negocio que hayan ingresado a los anuncios.
- Interactuar con los usuarios: WMP tendrá la posibilidad de realizar sorteos, concursos o simples encuestas con opciones, que ayudarán a conocer los intereses de los fans y así crear un lazo más estrecho con ellos.

- Medir resultados: Facebook ha desarrollado informes muy detallados que ayudarán a optimizar las campañas y mejorar el performance.

- Anuncios utilizados en Facebook: “Me Gusta” de la página: aquí el fin será aumentar el número de fans calificados de la página. Esto permitirá que se trabaje exclusivamente con los clientes que se encuentran interesados por el servicio.

- Interacción con una publicación de la página: WMP tiene por objetivo promocionar una o varias publicaciones de nuestra página de Facebook para la empresa, aumentando así los “Me Gusta”, los comentarios y las veces que es compartida la publicación, o el número de reproducciones en el caso de videos.

- Publicidad virtual: A través de Internet, WMP dará a conocer el portafolio por parte de la organización para la captación de nuevos clientes. Con esta estrategia WMP busca el cierre de ventas por medio de una plataforma virtual, donde los usuarios puedan ver el trabajo hecho por la empresa, cotizar su servicio y hacer una compra.

- Contacto directo: Encuentro personal inicialmente con impulsadoras/asesores comerciales encargados de llevar más allá la necesidad del cliente. Se visitará a nuestro target en las localidades de Usaquén, Chapinero, Suba y Teusaquillo (estratos 3, 4, 5 y 6) para darles a conocer la calidad de nuestros servicios y que se relacionen con la labor hecha por parte de nosotros. Las impulsadoras estarán encargadas de entregar un flyer con una breve y clara descripción del funcionamiento de WMP y sus beneficios.

2.2.6 Estrategias de servicio

*** Notificación de defectos y garantía**

1. Las quejas solicitadas por defectos de empaque o producto, deberán realizarse por escrito en el plazo de una semana después de la entrega. En defectos no visibles, el plazo se hará a partir del reconocimiento de este.

2. Si se reconoce un producto defectuoso WMP decidirá libremente, si este se repara o se reemplaza por uno nuevo. El producto y/o parte que sea cambiado serán propiedad de WMP.
3. Si se presentara un defecto del producto y/o parte; por negligencia de un operario de WMP, los gastos de este serán asumidos por parte de la compañía, como también los gastos de transporte.
4. El plazo de garantía de WMP, tendrá un plazo de 12 meses a partir de la fecha de entrega. Esta garantía no aplica para piezas sujetas a desgaste como la batería del collar.
5. Esta garantía no cubre productos y/o piezas que hayan sido empleadas de forma incorrectas o sometidos a condiciones de uso inapropiados.

2.2.7 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

Tabla 3. Presupuesto mezcla de mercadeo

Ítem	Precio
Artículos promocionales/ sorteos	\$ 7.450.000
Beneficios (alianzas restaurantes)	\$ 2.200.000
Volantes	\$ 1.750.000
Tarjetas	\$ 140.000
Feria	\$ 8.000.000
TOTAL	\$19.540.000

Fuente: Autores

2.2.8 Presupuesto de aprovisionamiento

Teniendo en cuenta los requerimientos aduaneros WMP se adapta a una política de negociación con el proveedor ubicado en China el cual cubre todos los gastos de envío hasta el aeropuerto en Bogotá (Aeropuerto Internacional Hongqiao-El Dorado).

Con este proveedor se fija una política de crédito de pago a 15 días hábiles.

2.3 PROYECCIONES DE VENTAS

2.3.1 Proyección de ventas

Tabla 4. Proyección de ventas- 2016/2021

DISPOSITIVO					
Año 1					TOTAL
Trimestre	1	2	3	4	
	\$ 50.173.012,03	\$ 94.074.397,56	\$ 62.716.265,04	\$ 106.617.650,57	\$ 313.581.325,20
Año 2					TOTAL
Trimestre	1	2	3	4	
	\$ 51.176.472,27	\$ 95.955.885,51	\$ 63.970.590,34	\$ 108.750.003,58	\$ 319.852.951,70
Año 3					TOTAL
Trimestre	1	2	3	4	
	\$ 56.422.060,68	\$ 105.791.363,78	\$ 70.527.575,85	\$ 119.896.878,95	\$ 352.637.879,25
Año 4					TOTAL
Trimestre	1	2	3	4	
	\$ 62.064.266,75	\$ 116.370.500,15	\$ 77.580.333,44	\$ 131.886.566,84	\$ 387.901.667,18
Año 5					TOTAL
Trimestre	1	2	3	4	
	\$ 65.167.480,09	\$ 122.189.025,16	\$ 81.459.350,11	\$ 138.480.895,18	\$ 407.296.750,54

Fuente: Autores

La tabla anterior representa la proyección de ventas para los próximos 5 años, teniendo en cuenta la cantidad a vender anualmente (Ver- 3.1.4 Plan de producción) discriminado por trimestre por su precio unitario (se tiene en cuenta únicamente el precio del dispositivo- no incluida descarga app ni servicio mensual).

3. OPERACIÓN

3.1 OPERACIÓN

3.1.1 Ficha técnica del producto/servicio-

Tabla 5. Ficha técnica

Batería	3.7V 800-860mAh Litio
Microprocesador	MediaTek Helio P20
Dimensiones GPS	36mm x 36mm x 5.8mm
Peso	15gr

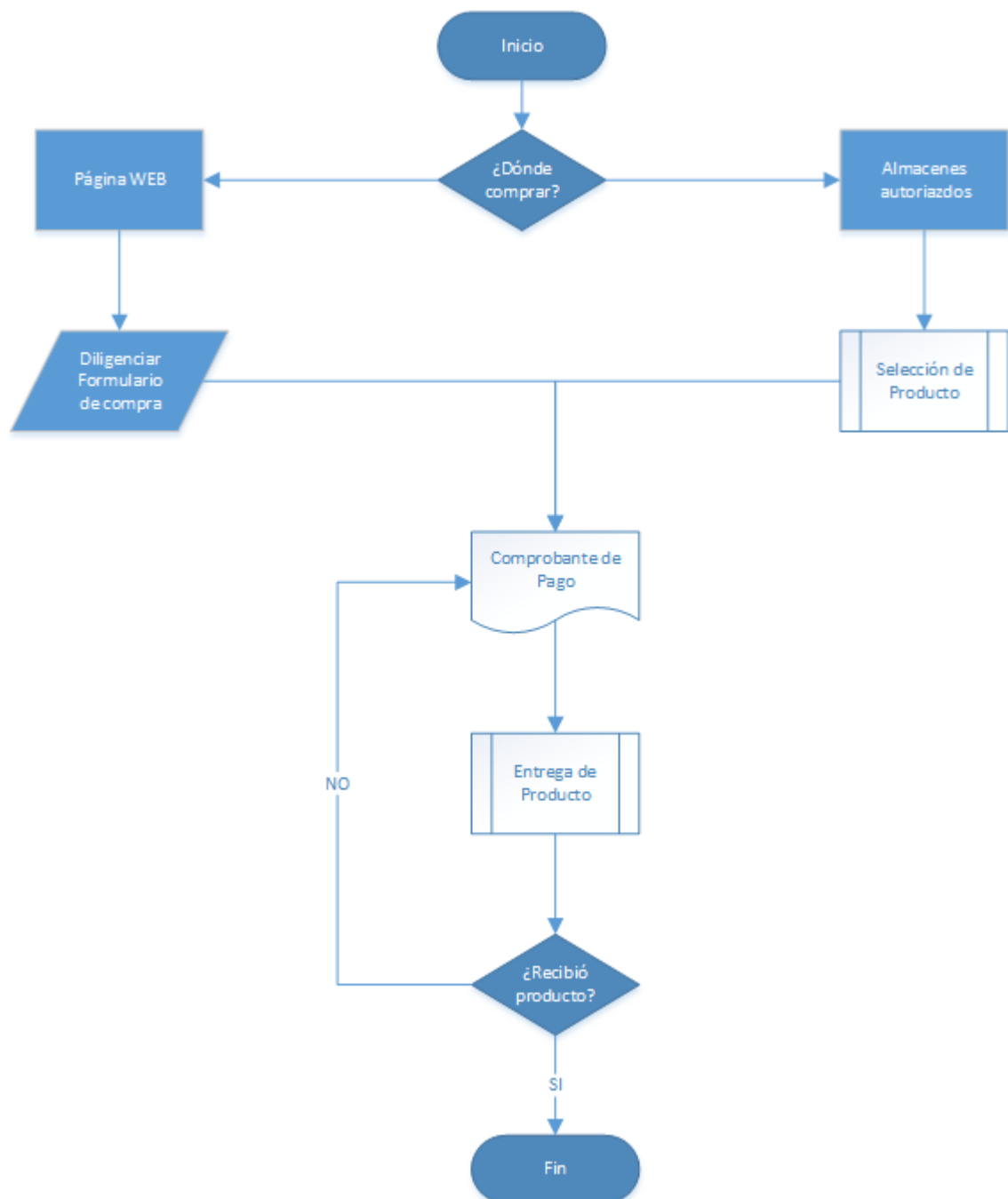
Fuente: Autores

Especificaciones técnicas

- * Duración batería: Esta batería recargable tiene una duración de aproximadamente de 5 a 7 días (dependiendo de su uso).
- * SoC: Gracias al pequeño microprocesador se logra reducir su tamaño y consumo de batería manteniendo un alto desempeño.
- * Red GSM: Cuando se está lejos de la mascota, la red permite conectarse a través de la red móvil.
- * Compatibilidad iOS/ Android: Cuenta con conexión a diversos Smartphone donde se permite descargar la aplicación por un costo de 1,99 USD en App Store y Play Store.
- * Almacenamiento de 4MB: Capacidad de almacenamiento de información y datos de la mascota.
- * Bluetooth 4.0: A menos de 30 metros de la mascota, el collar se enlaza con el Smartphone brindando los datos de la mascota por Bluetooth.

3.1.2 Descripción del proceso del servicio

Gráfica 1. Diagrama de proceso del servicio



Fuente: Autores

3.1.3 Necesidades y requerimientos-

WMP va a realizar importación de su producto final, por lo tanto no cabe relacionar materia prima ni maquinaria para ser transformada.

3.1.4 Plan de producción

Tabla 6. Plan de producción- 2016/2021

Trimestre	Año 1				Total
	1	2	3	4	
	125	234	156	265	780
Trimestre	Año 2				Total
	1	2	3	4	
	127	239	159	271	796
Trimestre	Año 3				Total
	1	2	3	4	
	134	251	167	284	835
Trimestre	Año 4				Total
	1	2	3	4	
	140	263	175	298	877
Trimestre	Año 5				Total
	1	2	3	4	
	147	276	184	313	921

Fuente: Autores

El plan de producción está basado en número de unidades a importar anualmente.

3.2 PLAN DE COMPRAS

3.2.1 Consumo por unidad de producto

No se requiere ningún tipo de insumo para la fabricación del producto final puesto que este se va a importar desde Shangai.

Sin embargo, como podemos observar en el plan de producción, la cantidad a vender durante cada trimestre en el transcurso del año observamos dos picos importantes; en el segundo y cuarto trimestre. Esto se debe al periodo de vacaciones en donde las personas tienden a realizar viajes y dejar sus mascotas en el hogar o muchas veces en guarderías pero no

quedando tranquilos, y donde adquirir WMP permitirá que puedan disfrutar de sus vacaciones estando al tanto de su mascota a distancia.

3.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

3.3.1 Costos de producción

Teniendo en cuenta que el producto final va a ser importado directamente desde Shanghai-China se contempla un costo de transporte de 20.000 USD. Los costos de transporte de entrega de productos en Bogotá es de aproximadamente \$4.800.000 en consumo de gasolina. De igual manera, los costos de empaque del producto serán en promedio de \$3.266.200.

3.4 INFRAESTRUCTURA

3.4.1 Infraestructura

Tabla 7. Muebles y enseres

	Tipo	Cantidad	Precio un.	Costo total
Equipo de oficina	Teléfono	2	\$55.900	\$111.800
	Computador	5	\$1.349.900	\$6.749.500
Equipo de computo	Impresora	2	\$329.900	\$659.800
	Conexión internet	1	\$75.000	\$75.000
Oficina	Juegos de escritorio	5	\$199.900	\$999.500
	Archivadores	2	\$139.500	\$279.000
				\$8.874.600

Fuente: Autores

Estos equipos mencionados anteriormente se requieren para dar inicio a la operación y por tanto se encuentran incluidos dentro de la inversión inicial de la compañía.

La oficina estará ubicada en Santa Bárbara Oriental, con un área de 25 m², su costo de arrendamiento es de \$800.000 mensuales incluidos servicios.

4. ORGANIZACIÓN

4.1 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

4.1.1 Análisis DOFA

Tabla 8. Matriz DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
* Falta de reconocimiento de la compañía por ser nueva dentro del mercado.	* Crecimiento de la población canina y felina en Bogotá. * Crecimiento del mercado de mascotas. * Mayor importancia de las mascotas en el hogar colombiano. * Mayor preocupación por la alimentación y bienestar de las mascotas. * Incremento de cifras de mascotas perdidas. * Aumento de consumo en productos de lujo para mascotas.
FORTALEZAS	AMENAZAS
* Innovación en el mercado de mascotas en Bogotá. * Creación de leyes de protección animal. * Crecimiento del mercado de aplicativos móviles. * Incremento de las tasas de adopción canina y felina. * Aumento de establecimientos comerciales Pet Friendly.	* Entrada de nuevos competidores. * Incremento de TRM. * Existencia de servicios sustitutos (paseadores caninos).

Fuente: Autores

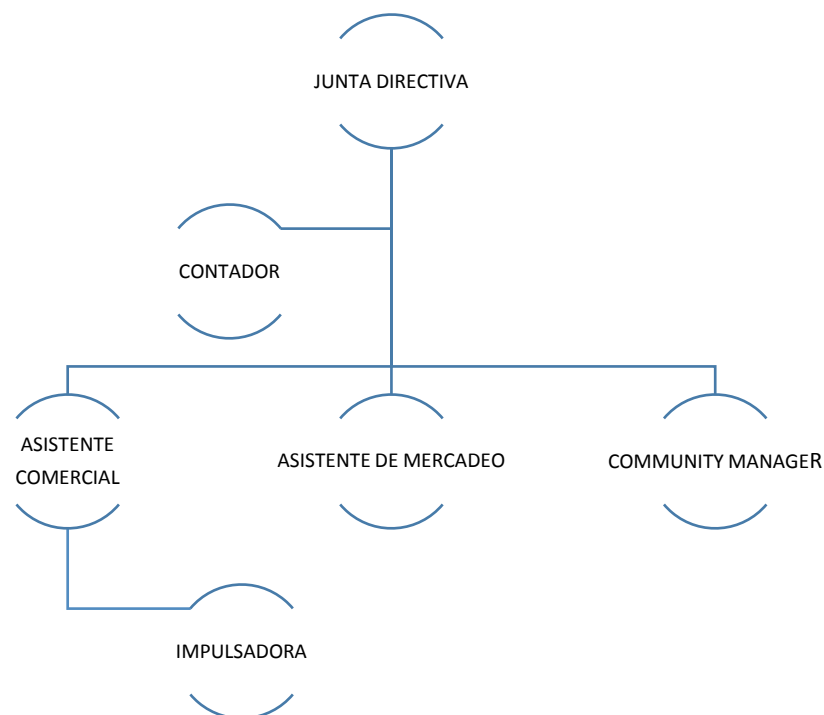
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Estructura organizacional

WMP dará inicio a sus operaciones con seis personas, las socias mayoritarias y creadoras de esta idea de negocio Sara Barreto y Jessica Rojas, el contador el cual va a manejarse por outsourcing y tres impulsadoras quienes estarán ubicadas en los puntos mencionados anteriormente (una en Agrocampo, otra en CEBA y otra en las tiendas/ boutiques Wawaw, Am Mascotas, Mundo Mascota y PetCol- turnada por cada fin de semana).

Sin embargo, para el año 2017 para el mes de Marzo el objetivo es que el equipo de trabajo este conformado por aproximadamente 9 personas quienes en sus respectivas posiciones y actividades velaran por cumplir los objetivos establecidos en pro de un mejoramiento continuo.

Gráfica 2. Estructura Organizacional WMP



Fuente: Autores

A continuación se mencionan las principales responsabilidades de las posiciones directivas y administrativas.

Grafica 3. Funciones estructura organizacional

- Formular el plan anual de trabajo con su respectivo presupuesto.
- Tomar decisiones estratégicas que redireccionen el negocio.
- Conseguir nuevas alianzas estratégicas.
- Definir las políticas con respecto a responsabilidades social y ambiental.
- Liderar el equipo de trabajo a un objetivo en común.
- Dirigir y controlar todos los negocios de la sociedad.

JUNTA DIRECTIVA



- Gestionar los procesos contables, nómina, impuestos y de tesorería.
- Elaborar informes financieros mensuales
- Suministrar informes gerenciales mensuales.

CONTADOR



- Desarrollar de estrategias que conlleven a desarrollar nuevos negocios.
- Planificar, coordinar y ejecutar actividades junto con el equipo comercial encaminadas a la oferta del producto basado en asistencia técnica especializada enfocada a procesos innovadores.
- Dirigir y desarrollar el compromiso y el desempeño de equipos de ventas.

ASISTENTE COMERCIAL



- Diseñar campañas de mercadeo que garanticen un alto impacto de marca y penetración con la mayor eficiencia de los recursos disponibles, beneficiando el performance del producto y generando crecimiento.
- Crear y gestionar campañas publicitarias de marketing y medios interactivos generando experiencias de marca únicas con alto impacto y recordación.

ASISTENTE MERCADEO



- Crear contenido atractivo y de calidad en las redes sociales.
- Investigar sobre las diversas herramientas de automatización disponibles en el mercado y estar al tanto de la actualidad generada por la tecnología, el marketing y la industria.
- Incrementar la cantidad y la calidad de la comunidad de usuarios de la marca en las redes sociales.

COMMUNITY MANAGER



Fuente: Autores

El número de colaboradores por cada cargo administrativo y operativo será el siguiente:

Tabla 9. Número empleados WMP

CARGO	# EMPLEADOS
Socio	2
Asistente comercial	1
Asistente mercadeo	1
Community manager	1
Impulsadora	3
Contador	1

Fuente: Autores

4.2.2 Constitución empresa y aspectos legales

La compañía que se va a crear será con ánimo de lucro y bajo la figura de SAS, es la opción más apropiada para los objetivos que se tiene como organización; puesto que permite la creación mediante documento privado; esto representa menos inversión en tiempo y dinero. Con esta asociación empresarial WMP está en la libertad de tener un objeto social indeterminado, esto favorece a la organización ya que no se tiene que estudiar y explicar detalladamente las actividades que la conforman.

La sociedad por acciones simplificadas se rige bajo la Ley 1258 de 2008 teniendo en cuenta para su creación los requisitos mencionados en el artículo 5 de la misma.

4.3 COSTOS ADMINISTRATIVOS

4.3.1 Gastos de personal

Tabla 10. Salarios WMP

CARGO	# EMPLEADOS	SALARIO
Socio	2	\$2.000.000
Asistente comercial	1	\$850.000
Asistente mercadeo	1	\$850.000
Community manager	1	\$689.454
Impulsadora	3	\$750.000
Contador	1	\$300.000

Fuente: Autores

Los contratos que se realicen con los cargos anteriormente mencionados serán por medio de prestación de servicios.

4.3.2 Gasto de puesta en marcha

Para la puesta en marcha de la operación de WMP se debe tener en cuenta las licencias de uso del App Store y Play Store las cuales funcionan de la siguiente forma:

* iOS Developer Program: esta opción tiene un coste de 99 USD al año, y nos ofrece adicionalmente las siguientes opciones:

- Documentación técnica (de versiones beta)
- Herramientas de desarrollo (de versiones beta)
- Descarga de firmwares beta para probar nuestras app.
- Permite instalar aplicaciones en nuestros dispositivos registrándolos previamente en la Web de Apple.

- Permite publicar en la App Store nuestras aplicaciones y comercializarlas con unos beneficios del 70% sobre el precio de venta que establezcamos. (Díaz Rubio, 2011)

- * Play Store: Cuando una aplicación comprueba el estado de licencia, el servidor de Google Play firma la respuesta de estado de licencia mediante el uso de un par de claves que se asocia exclusivamente con la cuenta de su editor. La aplicación almacena la clave pública en un archivo APK compilado y la utiliza para descryptar la respuesta sobre el estado de las licencias. Se debe tener en cuenta que las claves de licencia actualmente se proporcionan por aplicación en lugar de por programador.

Todas las aplicaciones que se publiquen a través de Google Play pueden utilizar el servicio de licencias de Google Play, y se pueden administrar las licencias para todas las aplicaciones a la vez desde la cuenta actual de la consola para programadores de Google Play. No se requiere ningún registro o cuenta especial. Además, dado que el servicio no utiliza API de marco específico, se puede agregar licencias a cualquier aplicación heredada que utilice un nivel de API 3 o superior. El servicio es gratuito y está disponible para todos los editores de Google Play. (Google, 2012)

4.3.3 Gasto anual de administración

Los gastos administrativos anuales a tener en cuenta están basados en arrendamiento y servicios. Este gasto es de \$9.600.000 tal como se mencionó anteriormente la oficina estará ubicada en Santa Bárbara Oriental.

5. FINANZAS

5.1 INGRESOS

5.1.1 Fuentes de financiación

Como primera fuente de financiación se cuenta con el aporte de cada una de las socias (Sara Barreto- Jessica Rojas), este es de \$15.000.000 en efectivo y \$5.000.000 financiados por el Fondo Emprender (Fonade).

5.1.2 Formatos financieros

Tabla 11. Balance general inicial y proyectado- 2016/2021

	0	1	2	3	4	5
BALANCE GENERAL						
Activo Corriente						
Efectivo	1.325.400	4.919.303	11.222.329	27.957.246	63.327.749	79.206.187
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	17.861.243	18.218.577	20.021.993	21.006.893	23.113.193
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	1.325.400	22.780.546	29.440.906	47.979.239	84.334.642	102.319.380
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	9.600.000	9.120.000	8.640.000	8.160.000	7.680.000	7.200.000
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres Neto	8.874.600	7.099.680	5.324.760	3.549.840	1.774.920	0
Equipo de Transporte Neto	15.200.000	12.160.000	9.120.000	6.080.000	3.040.000	0
Equipo de Oficina Neto	0	0	0	0	0	0
Semovientes pie de cria	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	33.674.600	28.379.680	23.084.760	17.789.840	12.494.920	7.200.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	35.000.000	51.160.226	52.525.666	65.769.079	96.829.562	109.519.380
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	8.710.000	8.888.667	9.790.375	10.282.825	11.335.975
Impuestos X Pagar	0	808.575	766.814	4.072.673	11.247.473	9.620.873
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
TOTAL PASIVO	5.000.000	14.518.575	14.655.480	18.863.048	26.530.298	25.956.848
Patrimonio						
Capital Social	30.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	164.165	319.852	1.270.142	3.894.552
Utilidades Retenidas	0	0	1.149.156	2.083.275	7.785.017	22.219.275
Utilidades del Ejercicio	0	1.641.651	1.556.864	9.502.905	26.244.105	22.448.705
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	30.000.000	36.641.651	37.870.185	46.906.031	70.299.264	83.562.532
TOTAL PAS + PAT	35.000.000	51.160.226	52.525.666	65.769.079	96.829.562	109.519.380

Fuente: Fonade
Elaboración: Autores

Tabla 12. Estado de Resultados- 2016/2021

	1	2	3	4	5
ESTADO DE RESULTADOS					
* Ventas	323.544.000	330.180.800	363.225.000	399.122.700	419.147.100
Devoluciones y rebajas en ventas	16.177.200	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	209.040.000	213.328.000	234.969.000	246.787.800	272.063.400
Depreciación	5.294.920	5.294.920	5.294.920	5.294.920	5.294.920
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	13.441.654	3.420.754	3.572.054	3.734.954	3.905.754
Utilidad Bruta	79.590.226	108.137.126	119.389.026	143.305.026	137.883.026
Gasto de Ventas	19.540.000	19.540.000	19.540.000	19.540.000	19.540.000
Gastos de Administracion	57.600.000	86.273.448	86.273.448	86.273.448	86.273.448
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	2.450.226	2.323.678	13.575.578	37.491.578	32.069.578
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	0	0	0	0	0
Ajuste Depreciación Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0	0	0
Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0	0	0
Total Corrección Monetaria	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	2.450.226	2.323.678	13.575.578	37.491.578	32.069.578
Impuestos (35%)	808.575	766.814	4.072.673	11.247.473	9.620.873
Utilidad Neta Final	1.641.651	1.556.864	9.502.905	26.244.105	22.448.705

Fuente: Fonade
Elaboración: Autores

* Se hace la discriminación de esta cuenta de la siguiente forma:

Venta dispositivo (producto terminado)

Aplicativo móvil

Servicio mensual

Tabla 13. Flujo de caja- 2016/2021

	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		2.450.226	2.323.678	13.575.578	37.491.578	32.069.578
Depreciaciones		5.294.920	5.294.920	5.294.920	5.294.920	5.294.920
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-808.575	-766.814	-4.072.673	-11.247.473
Neto Flujo de Caja Operativo		7.745.146	6.810.023	18.103.684	38.713.825	26.117.025
Flujo de Caja Inversión						
Variación Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Variación Inv. Materias Primas e insumos3		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		-17.861.243	-357.333	-1.803.417	-984.900	-2.106.300
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		0	0	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar		8.710.000	178.667	901.708	492.450	1.053.150
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-9.151.243	-178.667	-901.708	-492.450	-1.053.150
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	-9.600.000	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-8.874.600	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	-15.200.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-33.674.600	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-33.674.600	-9.151.243	-178.667	-901.708	-492.450	-1.053.150
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	5.000.000					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	-328.330	-467.059	-2.850.871	-9.185.437
Capital	30.000.000	5.000.000	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	35.000.000	5.000.000	-328.330	-467.059	-2.850.871	-9.185.437
Neto Periodo	1.325.400	3.593.903	6.303.026	16.734.917	35.370.503	15.878.438
Saldo anterior		1.325.400	4.919.303	11.222.329	27.957.246	63.327.749
Saldo siguiente	1.325.400	4.919.303	11.222.329	27.957.246	63.327.749	79.206.187

Fuente: Fonade
Elaboración: Autores

Tabla 14. Criterios de decisión

TIR (Tasa Interna de Retorno)	25,73%
VAN (Valor actual neto)	23.794.696
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,04

Fuente: Fonade

Elaboración: Autores

5.2 EGRESOS

5.2.1 Egresos

Se hace aclaración de las inversiones iniciales para el inicio de la operación de WMP mencionados en el flujo de caja.

Tabla 15. Inversión

Inversión en Construcciones	9.600.000
Inversión en Muebles	8.874.600
Inversión en Equipo de Transporte	15.200.000

Fuente: Fonade

Elaboración: Autores

* La inversión en construcciones se justifica en el arriendo anual de las oficinas donde estará ubicado WMP.

* Inversión en muebles- Ver Tabla 7. Muebles y encerados.

* Inversión en Equipo de Transporte hace referencia a una Van que va a ser adquirida por WMP para realizar la entrega de los pedidos en la ciudad de Bogotá.

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Capital de trabajo

Tabla 16. Costos operacionales

Costos Operacionales	1	2	3	4	5
Costo mp	\$ 209.040.000	\$ 213.328.000	\$ 234.969.000	\$ 246.787.800	\$ 272.063.400
Transporte (importacion)	\$ 66.450.800	\$ 67.779.816	\$ 69.135.412	\$ 70.518.121	\$ 71.928.483
Transporte (entrega pedido)	\$ 4.800.000	\$ 4.896.000	\$ 4.993.920	\$ 5.093.798	\$ 5.195.674
Empaque	\$ 3.266.200	\$ 3.298.862	\$ 3.331.851	\$ 3.365.169	\$ 3.398.821
Arrendamiento y servicios	\$ 9.600.000	\$ 9.696.000	\$ 9.792.960	\$ 9.890.890	\$ 9.989.798
					\$ 65.630.551

Fuente: Autores

6. PLAN OPERATIVO

6.1 PLAN OPERATIVO

6.1.1 Cronograma de actividades

Tabla 17. Cronograma de actividades

No.	ACCIONES O ACTIVIDADES	CRONOGRAMA																								RESPONSABLE	OBJETIVO	
		MESES																										
		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre														
1	Creación formal de la empresa (documentos)																									Socios	Formalizar la compañía frente a los entes competentes.	
2	Desarrollo aplicativo móvil																										Socios/ Agencia de medios	Ofrecer el servicio de manera eficiente a los usuarios.
3	Creación página web																										Socios/ Agencia de medios	Facilitar conexión entre usuarios, realizar compra virtual del producto y brindar soporte e información requerido por este.
4	Adecuación de locación																										Socios	Crear un lugar adecuado para la puesta en marcha de las actividades.
5	Contratación de personal																										Socios	Elegir el personal más apto para cada cargo con el fin de cumplir con las tareas requeridas.
6	Capacitación de personal																										Socios	Instruir al personal de tal forma que se genere un impacto dentro de la sociedad.
7	Compra de material																										Socios	Dar inicio a la actividad .
8	Publicidad																										Socios/ Analista mercadeo	Dar a conocer la compañía por medio de campaña de publicidad.
9	Actividades de lanzamiento																										Socios/ Community manager	Captar nuevos clientes.
10	Participación en feria																										Socios/ Impulsadoras	Consolidar nuevas oportunidades de negocio.

Fuente: Autores

6.2 METAS SOCIALES

6.2.1 Metas sociales de plan de negocio

La meta social proyectada para WMP es la fundación Pet's Home, la cual se pondrá en marcha de acuerdo al avance de las actividades de la compañía lo cual logre dar un sustento soportado por un porcentaje de la prestación del servicio de la aplicación y otra parte por el apoyo de los patrocinadores, socios suscritos y algunos usuarios que deseen dar un aporte a esta.

6.2.2 Empleo

Como se mencionó anteriormente, el objetivo es contar con un equipo de trabajo de 9 personas.

Las personas contratadas para ocupar el cargo de impulsadoras, serán personas beneficiadas bajo el programa de generación de empleo para mujeres cabeza de familia vulnerables, quienes recibirán constantes capacitaciones enfocadas a las ventas y todo tipo de estrategias encaminadas a estas y que por supuesto generen beneficio mutuo tanto para ellas como para la compañía.

WMP apoyara a los estudiantes recién egresados para que tengan la oportunidad de incursionar en el mercado laboral más conocido como el programa “Mi primer empleo”. Por eso, se les dará prioridad a los recién egresados de programas de educación superior (técnicos, tecnólogos y profesionales)

6.2.3 Emprendedores

Como se mencionó anteriormente el aporte de cada una de las socias (Sara Barreto- Jessica Rojas) para dar inicio a la operación es de \$15.000.000 en efectivo.

7. IMPACTO

7.1 Impacto económico, local, social y ambiental

El impacto que va a generar WMP a nivel económico se ve reflejado en el crecimiento de la economía colombiana, como lo afirma el ministro de Hacienda y Crédito Público Mauricio Cárdenas, quien no se imaginó que el creciente número de gatos y perros en los hogares colombianos le fuera a representar un dinerito extra por concepto de IVA y ventas totales de las fábricas de alimento y concentrado para animales.

Así mismo, el gerente de mercadeo y ventas de Cipa S.A, Luis Horacio Restrepo manifestó que esta industria vende cerca de 900.000 millones de pesos y al paso en que crece superará el billón de pesos muy pronto. “Hay una realidad y es que el segmento de mascotas marca fuertemente en el PIB pecuario, ya dejó de ser un pequeño renglón”. (Ñúñez, 2015)

WMP estará a favor del plan de desarrollo de la alcaldía de Enrique Peñalosa, quien propone tres cambios importantes dentro de su mandato: crear una institucionalidad de protección animal, promover la esterilización y la adopción y la construcción de una Casa Ecológica de fauna doméstica.

Finalmente, WMP se enfocara en un tema que últimamente ha tenido gran impacto en la sociedad colombiana y cuyo inicio se dará en la capital, Ley de Protección Animal. El proyecto de ley 087 que modifica el Código Penal, el cual pretende lo siguiente:

1. Conseguir que los animales como seres vivos sintientes reciban especial protección contra el sufrimiento injustificado causado directa o indirectamente por los humanos.
2. Unificar y sancionar las conductas que hagan daño a los animales por medio de un procedimiento sancionatorio a nivel administrativo y judicial.
3. Sancionar con prisión de 12 a 36 meses o con multas de hasta 60 salarios mínimos mensuales vigentes a las personas que agredan a un animal y le causen la muerte o le generen lesiones que afecten su integridad física.

4. La Policía Nacional podrá retener preventiva e inmediatamente a cualquier animal que esté siendo víctima o se encuentre en peligro de manera injustificada.
5. Multas de 2 hasta 20 salarios mínimos a quienes abandonen a un animal. (El Tiempo, 2015)

8. ANEXOS

011100
Bogotá, D.C.

Señora
JESSICA ROJAS ZAPATA
Jessicat.rojasz@gmail.com
Bogotá D.C.

Asunto: Respuesta al requerimiento SDQS No. 1638062015

Respetada señora Jessica:

De acuerdo a su solicitud, nos permitimos informarle que en el año 2013 la Organización Mundial de la Salud, el Ministerio de la Protección Social y la Secretaría Distrital de Salud estimaron que en la ciudad de Bogotá la población de caninos es de 934.419 y 330.060 felinos para un total de 1.264.479 de los cuales el 34% (429.922) corresponden a mascotas semiconfinadas (animales con propietario, que pasan más del 70% del tiempo en vía pública) o con un tenedor parcial.

Cordialmente,


LUZ MERY VARGAS GÓMEZ
Subdirectora de Determinantes en Salud

Anexo (1) Folio. Tabla adjunta, encuentra el número de caninos por localidad para el año 2013.

Proyectó: Mónica Paola Gómez Moreno. Profesional Especializado. Centro de Zoonosis.

"Respetado Ciudadano – Ciudadana. La Secretaría Distrital de Salud con el propósito de mejorar la atención que brinda en su Sistema de Quejas y Soluciones, amablemente lo invita a darnos su opinión y sugerencias en la ENCUESTA VIRTUAL que hemos dispuesto para usted en el link <http://fapp.saludcapital.gov.co/encuestas/index.php?sid=72934> o en acceder pagina www.saludcapital.gov.co - link de CONTACTENOS y/o servicio al ciudadano-link Encuesta de Satisfacción del SDQS. Para contestar la encuesta y si también quiere conocer cómo vamos en los resultados de la encuesta, debe digitar como contraseña el número que le asignaron a su petición o requerimiento. Sus comentarios nos comprometen a mejorar, no le tardará más de 4 minutos el responderla. MUCHAS GRACIAS".

Gra. 32 No. 12-81
Tel.: 364 9090
www.saludcapital.gov.co
Info: Línea 195



BOGOTÁ
HUMANANA



SECRETARIA DISTRITAL DE SALUD 02-10-2015 09:19:11
AL Contestar Cite Este No.:2015EE67902 O 1 Fol:1 Anex:0 Rec:3
ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. ORIGEN: 011100.SUBDIRECCION DE DETERMINANTES EN SAL
SECRETARIA DE SALUD DESTINO: PERSONA PARTICULAR/JESSICA ROJAS ZAPATA
TRAMITE: CARTA-RESPUESTA
ASUNTO: SDQS 1638062015 PROY ZONOSIS



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE SALUD

LOCALIDAD	2012	
	Caninos	Felinos
Usaquén	72.047	7677
Chapinero	8.587	3720
Santa Fe	5.422	4707
San Cristobal	36.869	16170
Usme	4.281	6858
Tunjuelito	8.897	4980
Bosa	39.625	8336
Kennedy	79.531	15949
Fontibón	32.336	6590
Engativa	95.604	8689
Suba	83.244	16061
Barrios Unidos	17.918	5941
Teusaquillo	17.565	4257
Los Mártires	6.130	2547
Antonio Nariño	5.332	2838
Puente Aranda	17.860	5018
La Candelaria	601	1655
Rafael Uribe	29.749	5689
Ciudad Bolívar	51.911	16843
Sumapaz	1.305	420
TOTAL	616.826	144945
Habitantes	7.467.804	

Cra. 32 No. 12-81
Tel.: 364 9090
www.saludcapital.gov.co
Info: Línea 195



BOGOTÁ
HUMANANA

9. REFERENCIAS

- Appet*. (s.f.). Obtenido de Appet: <http://appet.co/>
- Cédula Animal. (2013). *Sirab*. Obtenido de Sirab: <http://www.sirab.co/>
- DANE. (2014). *Cuentas Nacionales*. Bogotá.
- Díaz Rubio, M. (30 de 12 de 2011). *Miguel Díaz Rubio*. Obtenido de Miguel Díaz Rubio: <http://www.migueldiazrubio.com/2011/12/30/desarrollo-ios-tipos-de-licencias-de-desarrollo/#>
- Duque, G. (17 de 03 de 2010). Las cifras más importantes alrededor del cuidado de una mascota. *Portafolio*.
- El Espectador. (05 de 02 de 2016). Bogotá tendrá el primer Instituto de Bienestar Animal. *El Espectador*.
- El Tiempo. (25 de 03 de 2015). Cinco claves del proyecto de ley que busca cárcel por maltrato animal. *El Tiempo*.
- Euromonitor. (2015). *Pet Products in Colombia*. Euromonitor International.
- Fenalco. (15 de 02 de 2014). *Fenalco*. Obtenido de Fenalco: <http://www.fenalco.com.co/contenido/934>
- Forero, H. (2015). 5 razones para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Batura*.
- Gómez, R. (23 de 10 de 2012). Aplicaciones móviles para la educación. Bogotá, Cundinamarca, Colombia.
- Google. (13 de 08 de 2012). *Google*. Obtenido de Google: <https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/186113?hl=es-419>
- López, P. (12 de 10 de 2015). Si su mascota se pierde la puede encontrar a un clic. *Publimetro*.
- Ñúñez, G. E. (20 de 07 de 2015). En el crecimiento económico ya pesa hasta el gato y el perro. *Confidencial Colombia*.
- Pinedo, C. (20 de 02 de 2014). Tu canal de Mascotas. *Eroski Consumer*.
- Rincón, A. (15 de 02 de 2015). El mercado de las mascotas mira hacia las mujeres. *Portafolio*.