

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**MY PET APP**

**TRABAJO DE GRADO (EMPRESARIATO)**

**JOSE MANUEL MORENO HERNANDEZ**

**ANA MILENA MORENO CUELLAR**

**BOGOTA D.C**

**2018**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**MY PET APP**

**TRABAJO DE GRADO (EMPRESARIATO)**

**JOSE MANUEL MORENO HERNANDEZ**

**ANA MILENA MORENO CUELLAR**

**CENTRO DE EMPRESARIATO UR**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**BOGOTÁ D.C**

**2018**

## CONTENIDO

CONTENIDO .....	
INDICE DE TABLAS .....	
RESUMEN.....	
<i>Palabras claves:</i> .....	
ABSTRACT .....	
<i>Key words:</i> .....	
1. INTRODUCCIÓN.....	5
<b>1.1 Planteamiento del problema</b> .....	6
<b>1.2 Justificación</b> .....	7
<b>1.3 Equipo emprendedor</b> .....	7
<b>1.4 Objetivos</b> .....	9
1.4.1 Objetivos generales .....	9
1.4.2 Objetivos específicos .....	9
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL.....	10
<b>2.1 Definición y actividad de la empresa</b> .....	10
<b>2.2 Propuesta de valor</b> .....	10
<b>2.3 Modelo de negocio</b> .....	11
<b>2.4 Análisis de mercado</b> .....	11
2.4.1 Descripción del entorno de negocios .....	11
2.4.2 Tamaño de mercado.....	14
2.4.3 Segmento objetivo .....	15
.....	17
2.4.4 Validación de la necesidad .....	18
<b>2.5 Análisis de la competencia</b> .....	21
2.5.1 Análisis DOFA.....	23
3. PROPOSITO.....	24
<b>3.1 Meta a corto plazo</b> .....	24
<b>3.2 Meta a largo plazo</b> .....	25
3.2.1 Indicadores de gestión .....	25
4. DESARROLLO DEL PROYECTO.....	27
<b>4.1 Producto y Servicio:</b> .....	27

4.2	<b>Uso de la plataforma</b> .....	28
4.3	<b>Prototipo</b> .....	30
4.4	<b>Cronograma:</b> .....	30
4.5	<b>Estructura administrativa</b> .....	31
4.6	<b>Análisis de cargos</b> .....	32
4.7	<b>Política de contratación</b> .....	32
4.8	<b>Política Salarial:</b> .....	33
5.	<b>ESTRATEGIA DE MERCADEO</b> .....	34
5.1	<b>Servicio:</b> .....	34
5.2	<b>Precio</b> .....	34
5.3	<b>Distribución</b> .....	35
5.4	<b>Comunicación</b> .....	35
5.5	<b>Posicionamiento</b> .....	36
6.	<b>PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO</b> .....	38
6.1	<b>Plan de inversiones:</b> .....	38
6.2	<b>Estructura de costos:</b> .....	40
6.3	<b>Determinación punto de equilibrio:</b> .....	42
6.4	<b>Estados financieros:</b> .....	43
6.4.1	Balance General .....	43
6.4.2	Estado de resultados: .....	43
6.4.3	Flujo neto de efectivo: .....	44
6.5	<b>Análisis de la rentabilidad económica de la inversión:</b> .....	44
6.5.1	Valor presente neto: .....	44
6.5.2	Tasa interna de retorno: .....	45
6.5.3	Periodo de recuperación de la inversión: .....	45
7.	<b>JURIDICO Y TRIBUTARIO</b> .....	46
7.1	<b>Forma Jurídica</b> .....	46
7.2	<b>Obligaciones tributarias o fiscales:</b> .....	47
7.3	<b>Protección MyPetApp:</b> .....	47
8.	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	48

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y actividad de la empresa .....	10
Tabla 2: Estimación de la demanda y tamaño de mercado para my pet app.....	15
Tabla 3: Características principales dueños de mascotas usuarios de my pet app.....	16
Tabla 4: Ecuación y variables para muestreo en la validación del segmento de mercado .....	16
Tabla 5: Resultados de aplicación de ecuación para muestreo .....	17
Tabla 6: Características principales segmento veterinario.....	17
Tabla 7: Resultados de aplicación de ecuación para muestreo .....	18
Tabla 8: Necesidades latentes, usuarios y veterinarias.....	18
Tabla 9: Análisis de la demanda, principales actores.....	22
Tabla 10 Análisis DOFA .....	23
Tabla 11 Índices de gestión .....	26
Tabla 12: Logo inicial my pet app .....	27
Tabla 13: Prototipo inicial, diseño e interacción principal .....	30
Figura 14: Calendario de lanzamiento my pet app .....	30
Figura 15: Estructura organizacional inicial my pet app .....	31
Figura 16: Descripción de cargos my pet app .....	32
Figura 17: Política Salarial y seguridad social .....	33
Tabla 18 Distribución de servicios My Pet App.....	35
Tabla 19 Proceso y campaña de comunicación My Pet App .....	35
Tabla 20 Plan de inversiones My Pet App .....	40
Tabla 21 Estructura de costos My Pet App .....	41
Tabla 22 Punto de equilibrio en margen de utilidad y market share.....	42
Tabla 23: Balance general proyección 5 años .....	43
Tabla 24: Estado de resultados proyectado 5 años .....	43
Figura 25: Flujo neto de efectivo proyección a 5 años .....	44
Tabla 26 Principales indicadores financieros .....	45
Tabla 27 Periodo de recuperación de la inversión .....	45
Tabla 28 Obligaciones tributarias o fiscales.....	47

## **RESUMEN**

Como dueños de mascota, entendemos por lo que pasan los amos de animales a la hora de ir al veterinario o a un centro de servicio y no encontrar el nivel de atención esperada, no conocer todas las opciones presentes en el mercado para satisfacer la necesidad, además de no tener información de calidad ni un servicio eficaz, poniendo en peligro el bienestar y la vida del animal.

Entendemos la importancia que tienen los animales en la vida de su amo, y el significado de estos en la familia, conociendo que se convierten en un miembro fundamental e incondicional, considerándolo un amigo, hijo, hermano o simplemente parte indispensable de la vida cotidiana. Además de esto y lo más importante, tener una mascota implica una responsabilidad gigante en el cuidado, el amor y la atención.

Bogotá tiene 8.081 millones de habitantes, de los cuales, dato sacado del periódico Portafolio, hay alrededor 551 mil perros y aproximadamente 144.928 gatos, lo que corresponde a que por cada 10 personas hay un perro y por cada 50 hay un gato, es decir de tres hogares uno tiene mascota. Con esto se puede concluir que el negocio de las mascotas en Bogotá es muy amplio y no está completamente cubierto, por lo que se genera esta idea de negocio, pretendiendo satisfacer una necesidad latente.

Es por esto y por la información brindada anteriormente que decidimos atacar esta necesidad y vacío en el mercado mediante una aplicación, decisión tomada con base al crecimiento exponencial del uso de estas y de la facilidad de acceso, conclusión a la que se llegó después de realizar validación con los clientes y consumidores.

MyPetApp es una empresa S.A.S (sociedad por acciones simplificadas), que mediante una aplicación permitirá que los usuarios tengan acceso a los servicios indispensable para sus mascotas, además de encontrar su historia clínica actualizada en tiempo real y disponible en cualquier momento, darle una calificación de acuerdo con la experiencia vivida, reservar citas en sus lugares favoritos, tener acceso a un perfil con toda la información de la mascota, brindar alarmas para recordar baños, desparasitaciones, citas y consejos.

Por otro lado, están los oferentes de servicios veterinarios, los cuales son socios principales de la aplicación, para ellos se brinda un espacio donde podrán tener publicidad obtener reconocimiento, ordenar su agenda, lograr reputación a través de su buen servicio y tener acceso a todas las historias clínicas de sus clientes, registradas en la aplicación, dándoles más información para tomar decisiones acertadamente.

Para el desarrollo del proyecto se tuvieron en cuenta los dos segmentos, analizándolos desde diferentes puntos de vista, de esta manera validar la necesidad y establecer la pertinencia de la solución, teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y legales.

La prioridad principal con la que trabaja MyPetApp, es el bienestar de las mascotas, propósito que se comparte con sus amos y por el cual será un trabajo de calidad, ya que entendemos que una mascota es parte fundamental de la familia y ayudamos a sus dueños a estar tranquilos, ahorrando tiempo y en ocasiones dinero.

**Palabras claves:** Mascotas, servicios para mascotas, red social, aplicación, mercado, amos de mascotas.

## **ABSTRACT**

As pet owners, we understand what it feels when we go to a veterinary, service point for pets or pets business and we do not find the service level expected, the required service, the quality, information and prices, increasing the risk over our pets.

We understand the importance of pets in people's daily life and the meaning if these in the families, they become a fundamental and an unconditional member also considering them as son, daughter, brothers or simply an indispensable member.

Bogota has 8,081 million inhabitants, of which, data taken from the newspaper Portfolio, there are around 551 thousand dogs and approximately 144,928 cats, which corresponds to that for every 10 people there is a dog and for every 50 there is a cat, it means that for each three homes one has a pet. With this, we can conclude that the pet business in Bogota is very broad and is not completely covered, so this business idea is generated, trying to satisfy a latent need.

Because of this and the information given above, we decided to attack this need and emptiness in the market through an application, decision made based on the exponential growth of the use of these and the ease of access, conclusion that was reached after making validation with customers and consumers.

My Pet App is a SAS company (simplified stock company), which through an application will allow users to have access to the essential services for their pets, as well as to find their medical history updated, in real time and available at any time, giving to the places and business a rating According to the experience lived, book appointments in your favorite places, have access to a profile with all the information of the pet, provide alarms to remember baths, deworming, appointments and advice.

On the other hand, there are the providers of veterinary services, which are the main partners of the application, for them a space is provided where they can have publicity, obtain recognition, order their agenda, achieve reputation through their good service and have access to all the clinical histories of their clients, giving them more information to make decisions correctly.

For the development of the project, these two segments were taken into account, analyzing them from different points of view, in this way validating the need and establishing the pertinence of the solution, taking into account economic, social and legal aspects.

The main priority with which MyPetApp works is the welfare of the pets, a purpose that is shared with their masters and for which it will be a quality work, since we understand that a pet is a fundamental part of the family and we help its owners to be quiet, saving time and sometimes money.

***Key words:*** Pets, services for pets, social network, application, market, pet owners.

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado de las mascotas ha crecido exponencialmente en Colombia, convirtiendo este en tendencia y generando diversas opciones de negocio. A pesar de ser un segmento grande y llamativo no se ha explotado completamente, por esta razón se encuentra aquí una gran oportunidad para emprender y en la cual se basa el proyecto.

Es muy común encontrar en el mercado oferentes de servicios para mascotas que buscan reconocimiento y mayor rentabilidad, al igual que amos de animales que no cuentan con la información necesaria ni verídica acerca de cómo cuidarlo, teniendo en cuenta esto y el aumento del uso de la tecnología en los hogares, se pretende suplir esta necesidad a través de una aplicación en la cual se encuentren y comuniquen las dos partes, entablando relaciones basadas en la confianza y veracidad.

Sumado a esta falta de información, se encuentra la falta de estandarización en la información clínica de las mascotas, ya que la mayoría de estas no cuentan con una historia clínica archivada en una base de datos que se pueda compartir en cualquier lugar, teniendo siempre la información relevante acerca de la salud de los animales y garantizando la calidad del servicio prestado.

MyPetApp, pretende suplir esta necesidad latente en el mercado a través del uso de bases de datos y sistemas de información, teniendo siempre claro que lo más importante es el bien de la mascota. A lo largo de este trabajo se explicarán todas las variables que afectan al proyecto, analizando su viabilidad y conveniencia.

Para el desarrollo del proyecto se tuvieron en cuenta los dos segmentos del mercado, analizándolos desde diferentes puntos de vista, de esta manera validar la necesidad y establecer la pertinencia de la solución, teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y legales.

## 1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad el mercado de las mascotas ha crecido exponencialmente en Colombia, convirtiendo este en tendencia y generando diversas opciones de negocio. A pesar de ser un segmento grande y llamativo no se ha explotado completamente, por esta razón se encuentra aquí una gran oportunidad para emprender y en la cual se basa el proyecto.

Es muy común encontrar en el mercado oferentes de servicios para mascotas que buscan reconocimiento y mayor rentabilidad, al igual que amos de animales que no cuentan con la información necesaria ni verídica acerca de cómo cuidarlo, teniendo en cuenta esto y el aumento del uso de la tecnología en los hogares, se pretende suplir esta necesidad a través de una aplicación en la cual se encuentren y comuniquen las dos partes, entablando relaciones basadas en la confianza y veracidad.

Sumado a esta falta de información, se encuentra la falta de estandarización en la información clínica de las mascotas, ya que la mayoría de estas no cuentan con una historia clínica archivada en una base de datos que se pueda compartir en cualquier lugar, teniendo siempre la información relevante acerca de la salud de los animales y garantizando la calidad del servicio prestado.

MyPetApp, pretende suplir esta necesidad latente en el mercado a través del uso de bases de datos y sistemas de información, teniendo siempre claro que lo más importante es el bien de la mascota. A lo largo de este trabajo se explicarán todas las variables que afectan al proyecto, analizando su viabilidad y conveniencia.

Para el desarrollo del proyecto se tuvieron en cuenta los dos segmentos del mercado, analizándolos desde diferentes puntos de vista, de esta manera validar la necesidad y establecer la pertinencia de la solución, teniendo en cuenta aspectos económicos, sociales y legales.

## 1.2 Justificación

En la actualidad el mercado de las mascotas ha crecido exponencialmente en Colombia, convirtiéndose en tendencia y generando diversas opciones de negocio. A pesar de ser un segmento grande y llamativo no se ha explotado completamente, por esta razón se encuentra aquí una gran oportunidad para emprender y en la cual se basa el proyecto.

*El mercadeo de productos relacionados con perros y gatos ha crecido 44% en Latinoamérica durante los últimos cinco años, y se proyecta que crezca por lo menos 15% en los próximos años. Colombia no ha sido ni será ajena a esta tendencia. (Forero, 2016)*

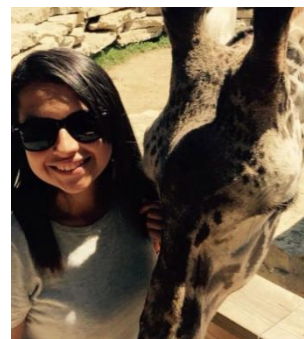
Es muy común encontrar en el mercado oferentes de servicios para mascotas que buscan reconocimiento y mayor rentabilidad, al igual que amos de animales que no cuentan con la información necesaria ni verídica acerca de cómo cuidarlo, teniendo en cuenta esto y el aumento del uso de la tecnología en los hogares, se pretende suplir esta necesidad a través de una aplicación en la cual se encuentren y comuniquen las dos partes, entablando relaciones basadas en la confianza y veracidad.

## 1.3 Equipo emprendedor

**Ana Milena Moreno Cuellar**, estudiante de la universidad del Rosario, en los programas Administración de negocios internacionales y Administración en logística y producción.

Milena tiene experiencia en operaciones logísticas en “DSV, Global and Logistics”, se ha destacado por ser una excelente líder de proyectos y posee excelentes habilidades analíticas las cuales ayudaran a que este proyecto pueda hacerse realidad.

Inicio la carrera de administración de negocios internacionales en la universidad del rosario y luego de tres años



decide profundizar realizando el pregrado en logística y producción para complementar su formación académica.

Le gustan las mascotas, ver películas y escuchar música en su tiempo libre.

Es muy ordenada, responsable y dedicada.

“Para mí, emprender es un arte, es dedicación por lo que te apasiona, no es simplemente crear un negocio y ganar dinero como muchos piensan, sino también es sentirte orgulloso del trabajo realizado y aportar para que la sociedad sea cada día mejor.”

Ana Milena en el emprendimiento tiene el rol de analizar los factores que puedan afectar el proyecto en cualquiera de sus variables, además de desarrollar la parte financiera y la viabilidad del proyecto.

**José Moreno Hernández**, tiene experiencia en operaciones comerciales y negociación de la empresa GlaxoSmithKline Colombia, se ha destacado por liderar, negociar e implementar proyectos globales, posee excelentes habilidades de negociación, liderazgo, gestión y comunicación.



Inició la carrera de Administración de Negocios internacionales en la Universidad del Rosario y en el segundo año de carrera decide complementar su formación académica con el pregrado en logística y producción.

Es una persona muy activa, en su tiempo libre le gusta hacer deporte, ver películas y cocinar. Se destaca por ser responsable, dedicado y creativo.

“Emprender es más que crear una empresa, emprender es tomar tu propio camino en la vida y aportar un poco a la sociedad, porque el cambio inicia con nuestros propios esfuerzos hacia la sociedad, luego la sociedad nos devolverá lo que le entregamos.”

José Manuel aporta al emprendimiento lo relacionado con el mercadeo, negociación e implementación efectiva de la campaña de comunicación en el canal mediante la cual MyPetApp se dará a conocer.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivos generales**

Fortalecer la relación entre oferentes de servicios para animales y dueños de mascotas, mediante una herramienta que permita la interacción en tiempo real y la efectiva toma de decisiones.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

Generar una base de datos confiable y veraz, donde se tengan la información de las mascotas, respecto a su historia clínica.

- Posicionarse como una de las Apps de mayor acogida en el segmento de las mascotas y servicios veterinarios, penetrando el mercado por zonas.
- Ser la primera App que permita la interacción en tiempo real entre los oferentes de servicios y los dueños de mascotas, compartiendo información clínica.
- Generar empatía en el corto plazo con los usuarios y las veterinarias.

## 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y CONCEPTUAL

### 2.1 Definición y actividad de la empresa

MyPetApp S.A.S, de acuerdo con el código CIIU, se encuentra en la siguiente categoría:

	Número	Descripción
Sección	J	Información y comunicaciones
División	63	Actividades de servicios de información
Grupo	631	Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas y portales web
Clase	6311	Procesamiento de datos, alojamiento (hosting) y actividades relacionadas

*Tabla 1: Definición y actividad de la empresa*

*Fuente: Elaboración propia*

Según las proyecciones realizadas en este plan de negocio, la aplicación entraría a prestar sus servicios en agosto del 2018, en el norte de la ciudad de Bogotá, con sus funcionalidades iniciales nombradas anteriormente. A futuro se incorporará un *market net* y otras funcionalidades como una red social de animales, donde las mascotas podrán encontrar pareja o encontrar animales para adoptar, además de expandirnos al resto de la ciudad y a otras ciudades de Colombia.

### 2.2 Propuesta de valor

MyPetApp, busca dar solución a la complejidad operativa del negocio de las mascotas, ofrecemos al cliente una forma personalizada, sencilla e inteligente de acudir a los servicios veterinarios, con seguridad y confianza, teniendo los datos clínicos, los cuales ayudaran a la toma de decisiones acertadas. Tendrán acceso personalizado en cualquier lugar y solo con tener un PC o un dispositivo móvil a alcance de la mano.

Además de esto se encontrarán sitios veterinarios, spa, lugares de ocio y tiendas para cualquier tipo de animal doméstico y la oportunidad de crear un perfil para la mascota, en donde llegaran alarmas para citas próximas (citas que se pueden pedir por medio de la aplicación), desparasitaciones, baños y cumpleaños, además de consejos sobre el cuidado de los animales.

Nuestro producto llegara al cliente por medio de características como: Calidad, confiabilidad, rapidez, seguridad y sobre todo amor por la mascota, la cual es un miembro de la familia tan importante y fundamental como cualquier otro. Donde además de una aplicación encontraran un lugar que se preocupa tanto de ellos como el mismo dueño, logrando empatía con el cliente y de esta manera mejor resolución de problemas.

## **2.3 Modelo de negocio**

MyPetApp tiene dos segmentos de mercado, uno dirigido a los dueños de mascotas, quienes buscan confiabilidad en los servicios que utilizan y tener un riesgo del 0% respecto a la salud de sus animales, que para efectos del modelo de negocio serán los usuarios de la aplicación, el segundo es el de oferentes de servicios para mascotas, los cuales buscan reconocimiento, mayores ingresos y asertividad en sus decisiones, este último serán los clientes, quienes pagaran un determinado porcentaje por servicio conseguido y por publicidad. Para el futuro, cuando se cuente con más acogida y usuarios, se les cobrara por historia clínica conseguida. La descarga de la aplicación para las veterinarias y para los usuarios será gratuita.

A largo plazo, MyPetApp será un servicio necesario para todos los dueños de las mascotas ya que, si un usuario no está registrado en el sistema, por seguridad, no podrá ser atendido.

## **2.4 Análisis de mercado**

### **2.4.1 Descripción del entorno de negocios**

*Cada día son más las personas que deciden tener mascotas en sus hogares. Según uno de los últimos estudios que se han sacado del tema, Fenalco encontró que más de la tercera parte de los hogares colombianos ha optado por incluir en sus núcleos familiares a una mascota, lo que indica que aproximadamente 1 de cada 3 familias poseen alguna, sea un perro, gato, aves o peces principalmente. (Forero, 2016)*

Existen alrededor de 2700 establecimientos de comercio dedicados a la venta de productos para mascotas, las mujeres son el principal cliente, pues tienen una participación sobre las ventas del 65%; los hogares con mascota en Colombia invierten aproximadamente el 10% de un salario mínimo en su mascota, lo que representaría alrededor de COP \$600.000'000.000 (seiscientos mil millones de pesos) anuales. [4]

Por ejemplo, Andrés Vargas jefe de proyecto Expopet - Corferias, afirma que las personas gastan en promedio mensualmente \$300.000 en comida, \$100.000 en médico, \$300.000 en peluquerías – spa y en otras cosas aproximadamente \$150.000.

Actualmente para el cliente existe un portafolio muy amplio de productos y servicios para mascotas, entre los cuales podemos destacar: Pólizas de seguro, servicios de funeraria, comida, consulta médica, psicólogo de animales, hogares geriátricos, ropa para mascotas, juguetes, spa, salón de belleza, celebración de cumpleaños, servicios a través de la web, centros de adopción, asistencia médica al hogar, casas para mascotas, paseadores, cuidadores de mascotas, entre otros.

Basados en la información suministrada anteriormente, se puede ver que es un mercado muy amplio y con grandes oportunidades, debido a que no ha sido explotado en su totalidad, es por esto que decidimos incursionarnos en este sector sabiendo que realmente existe una necesidad y varias opciones de negocio.

El mercado de las mascotas es uno de los sectores más rentables en la actualidad, este ha presentado un crecimiento del 44% en Latinoamérica en los últimos años y se espera que presente un crecimiento del 15% para los próximos años, en Colombia 1 de cada 3 familias tienen una mascota, este mercado sin lugar a dudas se ha convertido en tendencia, las personas tienen mascotas por motivos distintos, ya sea para agregar un nuevo miembro a la familia, porque en realidad aman a los animales, porque es moda o quieren una compañía incondicional.

Según un estudio realizado por Fenalco en asociación con la firma B&Optimos más de la tercera parte de los colombianos tienen animales en casa, específicamente el 37% de los hogares, el perro es el favorito, ya que el 69% de los hogares tienen uno; a pesar de que las mascotas están presentes en todos los estratos, las familias de clase alta son las que tienen un índice más alto, por lo que se traduce en un mercado altamente rentable.

Otras fuentes afirman que para el año 2018 se estima un crecimiento del mercado de mascotas de entre el 6% y el 8% con respecto al 2017, y en cuanto a la tenencia de mascotas se estima un crecimiento del 2.2%. Por otra parte, es importante resaltar que el mercado de las mascotas mueve anualmente USD \$2.000 millones.

El mercado potencial aumenta cada día más, y es el momento adecuado para explotarlo, en primera medida el proyecto se concentrará en la zona norte de Bogotá, estratos del 3 en adelante, con planeación para cubrir toda la ciudad y el resto del país a futuro.

Entre las tendencias más recientes que marcan un fuerte crecimiento del mercado de las mascotas podemos encontrar:

- Los papas de las mascotas, “*Pets Parents*”: son aquellas personas que lo dan todo por sus mascotas gato, perro, etc., se ocupan de ellos como si en realidad fueran seres humanos o en algunos casos estos reemplazan a un hijo y el lazo de afectividad es muy grande. Estos se caracterizan por pagar colegio, seguros, psicólogo, terapias, comida especial, en general el nivel de cuidado es muy alto.
- Establecimientos *pet friendly*: se ha empezado a implementar espacios para que las mascotas puedan acompañar a sus dueños a cualquier lugar, esto se debe a que han empezado a notar la importancia de este mercado y de la relación entre las mascotas y sus dueños.
- Negocios especializados: Negocios como colegios, spa, peluquerías, supermercados, ropa para mascotas, marcan tendencia y crecen cada vez más rápido
- Razas pequeñas: la atención médica y compra de artículos para razas pequeñas marca un crecimiento constante durante los últimos años.
- Humanización de las mascotas

- Adopción: en los últimos años, grupos sociales han marcado tendencia para que la gente prefiera la adopción de las mascotas en vez de generar de ellas un negocio, reproducirlas y venderlas.

#### 2.4.2 Tamaño de mercado

El tamaño de este mercado es muy significativo, como se mencionó anteriormente, en Colombia uno de cada tres hogares tienen mascota, cifra que va aumentando exponencialmente cada vez a mayor velocidad, existen alrededor de 150 veterinarias en la ciudad de Bogotá formalmente constituidas a esto le sumamos que según el periódico El País existen alrededor 2700 establecimientos de comercio dedicados a la venta de productos para mascotas en Colombia, lo cual deja ver un mercado llamativo con altos índices de crecimiento.

A continuación, se puede ver el mercado potencial que tendría MyPetApp, en el norte de Bogotá, específicamente en las localidades de Usaquén y mitad Suba, tanto de veterinarias como de dueños de mascotas, dando un acercamiento a la demanda esperada y el mercado objetivo.

Población Bogotá 2018	8.164.178
Población Bogotá 2019	8.264.029
Población Bogotá 2020	8.363.671
Hogares Bogotá 2018	2.678.371
Hogares Bogotá 2019	2.737.038
Hogares Bogotá 2020	2.795.867
% de hogares / población 2018	33%
% de hogares / población 2019	33%
% de hogares / población 2020	33%
variación hogares 2018-2019	2%
variación hogares 2019-2020	2%
% de familias con mascota en Bogotá (1 de cada 3)	33%
Hogares en Bogotá con mascota año 2018	892.790
Hogares en Bogotá con mascota año 2019	912.346
Hogares en Bogotá con mascota año 2020	931.956
Población localidad Usaquén + Suba [3]	1.049.621
Hogares Localidad Usaquén + Suba 2018	344.343
Hogares Localidad Usaquén + Suba 2019	351.229
Hogares Localidad Usaquén + Suba 2020	358.254
Hogares Localidad Usaquén + Suba 2021	365.419
Hogares Localidad Usaquén + Suba 2022	372.728
Hogares localidad Usaquén + Suba con mascota 2018	113.633
Hogares localidad Usaquén + Suba con mascota 2019	117.076
Hogares localidad Usaquén + Suba con mascota 2020	119.418
Hogares localidad Usaquén + Suba con mascota 2021	121.806

Hogares localidad Usaquén + Suba con mascota 2022	124.243
Veterinarias localidades Usaquén + Suba 2018	55
Veterinarias localidades Usaquén + Suba 2019	62,15
Veterinarias localidades Usaquén + Suba 2020	70,2295
Veterinarias localidades Usaquén + Suba 2021	79,359335
Veterinarias localidades Usaquén + Suba 2022	89,67604855
<b>Mascotas por veterinaria 2018</b>	<b>2.066</b>
Cada mascota va a consulta aproximadamente 2 veces al año	4132
<b>Mascotas por veterinaria 2019</b>	<b>1.884</b>
Cada mascota va a consulta aproximadamente 2 veces al año	3768
<b>Mascotas por veterinaria 2020</b>	<b>1.700</b>
Cada mascota va a consulta aproximadamente 2 veces al año	3401
<b>Mascotas por veterinaria 2021</b>	<b>1.535</b>
Cada mascota va a consulta aproximadamente 2 veces al año	3070
<b>Mascotas por veterinaria 2022</b>	<b>1.385</b>
Cada mascota va a consulta aproximadamente 2 veces al año	2771
Promedio de mascotas que se atienden mensualmente 2018	344
Promedio de mascotas que se atienden mensualmente 2019	314
Promedio de mascotas que se atienden mensualmente 2020	283,3994756
Promedio de mascotas que se atienden mensualmente 2021	255,811916
Promedio de mascotas que se atienden mensualmente 2022	230,9098711

*Tabla 2: Estimación de la demanda y tamaño de mercado para my pet app*

*Fuente: Elaboración propia, información tomada de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>*

### 2.4.3 Segmento objetivo

Al realizar el proceso de observación y tras un análisis a profundidad, se concluyó que los usuarios de la aplicación se dividen en dos partes:

- El primer grupo de usuarios son las personas dueñas de mascotas o que quieren llegar a tener una, se considera relevante trabajar para este mercado, ya que, son los principales interesados en tener la información de su mascota actualizada y poder acceder a estos datos de manera rápida y en cualquier establecimiento veterinario. Aunque todos los dueños de mascotas se preocupan por estas y siempre quieren darles lo mejor se limitan a brindarles las pocas opciones que conocen, sintiéndose insatisfechos y desconociendo información como precio, variedad y servicios adicionales que podrían obtener. Al no tener dichos datos ni contar con las referencias deseadas, se crea un vacío de información que perjudica tanto al animal como a la persona, muchas veces sintiéndose inconforme y hasta en ocasiones poniendo en riesgo a su mascota, además, creando un sesgo en la decisión, ya que cuando no se tiene todo el panorama se toman decisiones con lo poco que hay creyendo que es lo

mejor que se puede conseguir. Por otra parte, las personas que quieren tener mascotas también tendrán acceso a información que pueda brindarles alternativas y opciones para satisfacer su deseo.

DEMOGRAFIA	SOCIOECONOMIA	PSICOGRAFIA
26 años a 40 años	Hogares en estrato mayor a 3, residente de la localidad de Usaquén y Suba.	Personas con mascotas, las cuales se volvieron parte fundamental en la familia, quieren y cuidan a su mascota de la mejor manera posible.

*Tabla 3: Características principales dueños de mascotas usuarios de my pet app.*

*Fuente: elaboración propia*

Al segmento anteriormente descrito se le realizó una encuesta para analizar las posibilidades y determinar si la necesidad realmente existe y está latente en el mercado, para determinar el número mínimo de encuestados, se recurrió a la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}\right)}$$

Tamaño de la muestra MyPetApp		
	Tamaño de la población	113633
e	Margen de error	0,1
z	Nivel de confianza	0,9
p	Valor	0,5

*Tabla 4: Ecuación y variables para muestreo en la validación del segmento de mercado*

*Fuente: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-muestreo-estratificado>*

El resultado para el primer segmento, el referente a los dueños de mascotas es el siguiente:

$z^2$	0,81
$1-p$	0,5
$e^2$	0,01
$Z^2 * P(1-P)$	0,2025
$Z^2 * P(1-P) / e^2$	20,25
$(Z^2 * P(1-P)) / e^2 * N$	0,000178205
$1 + (Z^2 * P(1-P)) / e^2 * N$	1,000178205
<b>n</b>	<b>20,24639199</b>

**Tabla 5: Resultados de aplicación de ecuación para muestreo**

**Fuente: Elaboración propia**

Se deben realizar mínimo 21 encuestas para tener una muestra y unos resultados representativos, para este segmento se realizaron 67 encuestas.

El segundo grupo de usuarios son los directamente involucrados con el negocio de las mascotas, lo que quiere decir, son los dueños de negocio como veterinarias, peluquerías, farmacias, primeros auxilios, centros de adopción, fabricantes de artículos, comida, spa y demás, que por naturaleza y supervivencia en el mercado necesitan mayor reconocimiento, aumentar su nivel de ventas, mostrar sus ventajas frente a la competencia, generar mayores utilidades, tomar decisiones acertadas y rapidez basados en información previa.

DEMOGRAFIA	SOCIOECONOMIA	PSICOGRAFIA
Comercializadoras o prestador de servicios para animales.	Estrato mayor a 3, personas naturales o jurídicas.	Ofrecen servicios de calidad y buscan reconocimiento en el mercado por medio de nuevas tecnologías.

**Tabla 6: Características principales segmento veterinario**

**Fuente: elaboración propia**

El resultado para el segundo segmento, referente a los establecimientos veterinarios, es el siguiente:

Tamaño de la muestra MyPetApp		
N	Tamaño de la población	55
e	Margen de error	0,1
z	Nivel de confianza	0,9
p	Valor	0,5

$z^2$	0,81
$1-p$	0,5
$e^2$	0,01
$Z^2 * P(1-P)$	0,2025
$Z^2 * P(1-P) / e^2$	20,25
$(Z^2 * P(1-P)) / e^2 * N$	0,368181818
$1 + (Z^2 * P(1-P)) / e^2 * N$	1,368181818
N	14,80066445

**Tabla 7: Resultados de aplicación de ecuación para muestreo**  
Fuente: Elaboración propia

Se deben realizar mínimo 14 encuestas para tener una muestra y unos resultados representativos, para este segmento se realizaron 15 encuestas, resultados que van a estar adjuntos a este trabajo, en un formato Excel.

#### 2.4.4 Validación de la necesidad

Después de realizar validación con nuestro mercado objetivo, nos dimos cuenta de algunas necesidades latentes tanto para los dueños de mascotas como para el oferente de servicios, las cuales se presentarán a continuación:

DUEÑOS DE MASCOTAS	OFERENTES DE SERVICIOS PARA ANIMALES.
Servicios de calidad	Reconocimiento en el mercado
Información confiable y en tiempo real	Disponibilidad de información clínica, para tomar decisiones acertadas, disminuyendo riesgos
Optimización de tiempo y ahorro de dinero	Aumentar su nivel de ventas
Disponibilidad información médica de su mascota en cualquier lugar.	Incremento en ingresos.
Más opciones de servicios	Mostrar sus ventajas frente a la competencia

**Tabla 8: Necesidades latentes, usuarios y veterinarias.**  
Fuente: Elaboración propia

Para lograr lo anterior, se realizaron algunas técnicas para identificar adecuadamente el segmento y si la necesidad era real.

- La primera fueron 15 entrevistas a los dueños de mascotas, realizadas en el transcurso del mes de Septiembre del 2017 y 6 a los oferentes de los servicios para animales realizadas en el mismo periodo de tiempo, esto con el fin de corroborar si el problema detectado está presente o no, para conocer mejor las necesidades y deseos de los consumidores, para identificar los perfiles de los posibles usuarios y sobre todo determinar si el producto se usaría o no, al igual saber qué beneficios se esperan.

Se quería validar que tan importante era para los usuarios tener la historia clínica de sus mascotas y que tan relevante es para ellos al momento de escoger el lugar a donde llevaran al animal.

Por otro lado, con los oferentes de servicios para mascotas, se quería validar que tan interesados estarían en el proyecto, para tener una visión de la viabilidad del negocio, respecto a la necesidad.

- Se realizó observación en algunos supermercados, tiendas y veterinarias para saber cuál es la tendencia de las personas al realizar la selección de los productos para su mascota, que dificultades presentan, cuál es su método de selección y si están conformes con lo que obtienen.
- Para entender mejor nuestro usuario, se realizará un mapa de empatía, el cual tendrá en cuenta que piensa, que siente y como actúa, identificando los *insights* tanto del cliente como de la aplicación.

Las preguntas que se realizaron fueron las siguientes:

**Modelo de preguntas Entrevista MyPetApp para usuarios dueños de mascotas:**

1. ¿Qué mascota tienes?
2. ¿Cómo se llama tu mascota y cuántos años tiene?
3. ¿Por qué decidiste tener una mascota?
4. ¿Te gusta la experiencia?
5. ¿Crees que tu mascota es parte fundamental de tu familia?
6. ¿Para ti que es lo más importante a la hora de cuidar tu mascota?

7. ¿Cómo lo haces?
8. ¿Cuáles son los principales problemas que tiene a la hora de buscar un servicio para tu mascota?
9. ¿Qué servicios para mascotas conoces?
10. ¿Utilizas todos estos? ¿por qué?
11. ¿Cuánto pagas por estos servicios?
12. ¿te gustaría tener acceso a una aplicación que los reúna?
13. ¿Cómo crees que esta aplicación te podría ayudar? ¿La usarías?
14. ¿Estarías dispuesto a pagar por esta?
15. ¿Sabes cómo otras personas cuidan de sus mascotas?
16. ¿Te gustaría tener contacto con estos usuarios para dar u obtener consejos?
17. ¿Te gustaría que fuera un espacio totalmente personal o que te de opciones de productos ofertados en el mercado?

Al realizar estas preguntas a las personas encuestadas, surgirán otras que harán más fluida la conversación y nos llevarán a conocer mejor a nuestro usuario.

#### **Modelo de preguntas Entrevista MyPetApp para ofertantes de servicios:**

1. ¿Cuánto llevas con tu negocio?
2. ¿Qué servicios ofreces en tu negocio?
3. ¿Cómo logras reconocimiento para tu negocio?
4. ¿Crees que has obtenido el reconocimiento esperado?
5. ¿Te gustaría generar mayor reconocimiento o crees que así está bien?
6. ¿Conoces los medios virtuales?
7. ¿Qué medios virtuales conoces?
8. ¿Invertirías para que tu negocio fuera reconocido en un espacio exclusivo para tu nicho de mercado?
9. ¿Qué esperarías obtener de esta inversión?
10. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar y por qué?

Al realizar estas preguntas a las personas encuestadas, surgirán otras que harán más fluida la conversación y nos llevarán a conocer mejor a nuestro usuario.

## 2.5 Análisis de la competencia

Aunque no existe en el mercado una aplicación que incluya todo lo que se ofrecerá en MyPetApp, existen algunas que ofrecen servicios y beneficios similares a los que recibirán con nuestra aplicación, a continuación, se nombrarán y se dará una pequeña descripción:

Aplicación	Ventajas	Desventajas
<b>PET MASTER PRO</b>	Con esta aplicación podrás tener controlado todo lo relativo a tu mascota. Introduces sus datos, los medicamentos, sus alergias, la gestión de citas, su microchip, documento de registro. Así podrás tener organizada de forma fácil la vida de tu animal doméstico. Es gratuita para iOS.	En Android se deben pagar 3,5 euros para tener la aplicación, es más una gestión personal si el usuario la quiere realizar para hacer seguimiento a las variables que afectan la salud de su mascota.
<b>PET FIRST AID: FOR YOUR DOG</b>	Se trata de una aplicación que sirve de guía de primeros auxilios para tu perro. En ella, a través de vídeos, imágenes e ilustraciones podrás averiguar cómo ayudar a tu mascota en caso de que tenga heridas leves o cómo actuar ante cualquier tipo de alteración de su salud. Además, te permite crear una ficha completa de tu mascota en la que incluyas la medicación que está tomando, el teléfono de su veterinario y los datos necesarios	Cuesta 3,59 euros para sistemas iOS y 2,27 euros para Android. Funciona como un tutorial y auto aprendizaje. No hay interacción en tiempo real con las veterinarias ni con proveedores de insumos.

<b>MASCOTAS BIENVENIDAS</b>	Esta aplicación, gratuita para sistemas iOS y Android, ofrece lugares donde dejar a las mascotas cuando no podemos llevarlas con nosotros. Hay listados de hoteles, cafeterías, restaurantes, peluquerías y veterinarios.	Solo es un soporte informativo para los usuarios que no les gusta dejar a su mascota a un lado y prefieren salir con ella. No hay interacción en tiempo real con los lugares en la ciudad. No ofrece atención personalizada.
<b>II PETS: CUIDA TU MASCOTA</b>	Ofrece un completo conjunto de funcionalidades, recordatorios de todos los cuidados necesarios, organización de datos médicos y seguimiento de todas las incidencias médicas. Ayuda a cuidar mascotas de un modo consiente y efectivo.	Es más, una gestión personal si el usuario la quiere realizar para hacer seguimiento a las variables que afectan la salud de su mascota.
<b>CIUDAD MASCOTA</b>	Se accede a través de una página web, está dirigido a atender los caprichos y necesidades de perros, gatos, aves, peces y hámsteres sin importar su raza, tamaño, color. Es un market place que ofrece precios muy competitivos en relación con el mercado.	Aunque funciona como market place y tiene mucho reconocimiento se limitó a la venta de elementos para el cuidado de la mascota y no tiene interacción en tiempo real con las veterinarias y servicios.

**Tabla 9: Análisis de la demanda, principales actores.**

**Fuente: Elaboración propia.**

De acuerdo con la información anterior, podemos ver que MyPetApp no tendría competencia directa en este momento en el mercado, esto se evidencia en la comparación que se realizó, con las aplicaciones existentes, cada uno ofrece un servicio para las mascotas diferente, pero ninguna ofrece la historia clínica de la mascota actualizada en tiempo real.

La competencia analizada, apunta a algunos servicios complementarios que ofrece MyPetApp, pero ninguna trabaja con el mismo Core de negocio expuesto a través de este trabajo.

Debido a lo anterior, se tiene una gran oportunidad para penetrar al mercado como primer jugador, lo cual trae ventajas competitivas y comparativas a largo plazo se si maneja adecuadamente la información y la escasas de competidores directos.

### 2.5.1 Análisis DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	O1. Bajas barreras de entrada O2. Bajo nivel de competencia directa  O3. Existe una necesidad la cual esta validada O4. Alta posibilidad de expansion O5. Mercado inatendido O6. Anulación de costos fijos O7. Posibilidad de alianzas con patrocinadores o grupos que apoyen el empendieno, como el fonde de emprender	A1. Legislación A2. El pago por internet no es completamente aceptado A3. Plataforma similares con mayor capital
DEBILIDADES		
D1. No se cuenta con un programador en el equipo emprendedor  D2. Bajo capital inicial  D3. No tenemos contactos en el mercado de las mascotas  D4. Inexperiencia de los emprendedores	D1. Realizar alianza etrategica con programador, creando valor al proyecto D3. Por medio de investigación y citas programados lograr acercamiento al sector, obteniendo experiencia. D2, O7. Aplicar a oportunidades de financiamiento, de esta manera recibir fondos necesarios D4. Capacitarse y estudiar sobre el tema con el apoyo de la universidad del Rosario.	A3. Crear competencias comparativas y competitivas sostenibles y dificil de imitar A2. Posicionarnos como una marca donde la seguriad del cliente es primero que cualquier cosa, generando confianza y credibilidad.
FORTALEZAS		
F1. Proyecto innovador  F2. El equipo emprendedor cuenta con los conocimientos y capacidades requeridas para la ejecución del proyecto  F3. Se cuenta con el apoyo y la guia de la universidad del Rosario F4. Teneos un enfoque de sostenibilidad, contemplando aspectos economicos, politicos y sociales.	F1,O1,,O2,O3,O5 LA innovacion sera un factor fundamental a la hora de posicionar el negocio, utilizandola como propuesta de valor generando un impulso inicial de crecimiento. O7,F2,F3. Al unir el conocimiento del equipo emprendedor y las posibles alianzas se crea valor, generando un equipo mas fuerte y consolidado, ademas de apoyo y guia para la realizacion y el desarrollo del proyecto	F1, A3. Mediante la innovación crear valor agregado y dificilmente imitable, minimizando el riesgo y posicionando la marca.

**Tabla 10 Análisis DOFA**

**Fuente: Elaboración propia.**

### 3. PROPOSITO

MyPetApp tiene como principal propósito garantizar el bienestar de las mascotas y entender la importancia de los animales en una familia, de esta manera y basados en esto, satisfacer una necesidad latente en el mercado, referente a la falta de información médica de cada mascota, servicios de calidad, organización de citas y sistemas de recordatorios para asegurar la calidad de vida de este miembro tan importante en la vida personas.

De esta manera, tener una empresa rentable y con proyección hacia el futuro, con responsabilidad social e impacto en la economía de Colombia, aportando a su crecimiento y al reconocimiento del país.

Creemos en una cultura de trabajo honesto, confiable y con valor, donde el cliente es el principal aliado en todos los términos. Sabemos la importancia que tiene una mascota en la familia y creemos en que su bienestar no solo garantiza la calidad de vida del animal sino también de su amo.

Creemos en la economía colombiana y tenemos la convicción de que falta trabajo y compromiso, enfocándonos en esto pretendemos ayudar en su desarrollo y reconocimiento mundial.

Creemos en la importancia de la responsabilidad social de la empresa como estrategia de sostenibilidad dentro de la misma, teniendo un compromiso no solo económico, también social y legal.

#### 3.1 Meta a corto plazo

Para el año 2021 la meta de MyPetApp, es generar ingresos y aumentar de manera exponencial el nivel de ventas y de clientes, logrando una conexión con los mismos, y por consiguiente reconocimiento en el mercado de mascotas. Consolidando una empresa estable que perdure en el tiempo, posicionando la marca y creando lealtad en los consumidores, a través del

buen servicio y de la satisfacción efectiva de la necesidad, anticipándonos a los deseos y requerimientos de los usuarios.

### **3.2 Meta a largo plazo**

Para el año 2025, la meta es expandir el negocio, es decir ofrecer otros servicios y complementar su funcionalidad mediante un *Market net* y una red social de animales donde pueden encontrar personas que compartan los mismos problemas o que puedan ayudarlos, como adopciones o consejos.

A largo plazo, la meta principal es volver indispensable estar inscritos a la plataforma para que sea atendido en cualquier establecimiento de mascotas, creando una base de datos consolidada, donde estén todas las mascotas de Colombia.

#### **3.2.1 Indicadores de gestión**

Los indicadores con los que se medirá el cumplimiento de estas metas, tanto en el corto como en el largo plazo, son los siguientes:

<b>KPI</b>	<b>Medición</b>	<b>ENTREGABLE</b>	<b>Responsable</b>
Numero de historias nuevas	Numero de historias nuevas con respecto al mes anterior	Reporte mensual de usuarios registrados.	Mypetapp-Negocio
Número de descargas de la aplicación	% con respecto al mes anterior	Reporte mensual de numero de descargas	MyPetApp
Número de citas agendadas por medio de la App	% a convenir con al negocio	Reporte mensual de citas agendadas por medio de la App sobre ingresos.	MyPetapp - Negocio
Numero de Likes en la fan page de Mypetapp	% con respecto al mes anterior	Reporte mensual de numero de descargas	Mypetapp-Negocio
Número de usuarios por mes	% con respecto al mes anterior	Reporte mensual de usuarios	MyPetapp
Ingresos por elementos comprados	% a convenir con el negocio	Reporte mensual de ventas por medio de la app	MyPetapp-Negocio
Publicidad vista en nuestra pagina	% a convenir con el negocio	Reporte de views	Mypetapp-Compañías interesadas

**Tabla 11 Índices de gestión**

**Fuente: Elaboración propia.**

## 4. DESARROLLO DEL PROYECTO

### 4.1 Producto y Servicio:



para el desarrollo adecuado de la salud del animal.

MyPetApp es una aplicación para dispositivos móviles, con la opción de descarga gratuita, que permite al usuario tener la historia clínica de su mascota actualizada y disponible en su celular a cualquier momento, además de esto buscar con facilidad todos los servicios para las mascotas, saber precios, ubicaciones, tener referencias de otros usuarios a cerca de los servicios utilizados, crear un perfil de la mascota donde encuentren alarmas y consejos

Desde el punto de vista del oferente de servicios, la aplicación le ofrece un espacio en tiempo real exclusivamente para el mercado de las mascotas que le permita tener los datos e información clínica, darse a conocer en cualquier sitio, mostrar su portafolio de productos y servicios, pagar publicidad, manejar estadísticas y recibir comentarios prácticos.

Los servicios que ofrecerá la aplicación son:

- Historia clínica en tiempo real: Cada amo de mascota tendrá la información médica relevante actualizada en tiempo real, disponible en cualquier lugar y momento. Con respecto al establecimiento veterinario, contará con todas las historias clínicas de los animales registrados en la aplicación ayudándole a tomar mejores decisiones y ser acertado en el diagnóstico.
- Ubicación e información sobre oferentes de servicios: en la aplicación se podrá ver y obtener información acerca de los oferentes de servicios que están cerca al usuario en el momento que active la aplicación, ya sea una emergencia, un baño o cualquier otro servicio, a la hora que lo requiera.
- Calificación del servicio: el usuario tiene la opción de calificar el servicio prestado, de una a cinco estrellas, de esta manera dar su opinión, informar a la aplicación en caso de que

algo este mal con el oferente y ayudar a otros usuarios a saber que lugares son mejores, creando una comunidad basada en la confianza y veracidad.

- Reservación de citas: MyPetApp brinda el servicio de reserva de citas, de esta manera el usuario no pierde tiempo en el lugar esperado que su mascota sea atendida. Igualmente, para el dueño del lugar, organizar su agenda y saber la disponibilidad, sin perder clientes y brindando un servicio de calidad.
- Sistema de alarmas: Para acceder a la aplicación se creará un perfil de la mascota con el fin de suministrar alarmas de recordatorios para el bienestar del animal, además de esto recordar las citas reservadas y consejos de acuerdo con el estado de salud de la mascota.
- Reconocimiento y publicidad: en cuanto a la otra parte del segmento, ellos podrán tener un espacio para realizar publicidad y generar reconocimiento con base a su buen servicio y la calidad.

## 4.2 Uso de la plataforma

Para el uso de la plataforma es importante seguir las siguientes indicaciones:

- Descarga e instalación de la App por parte del propietario y de los usuarios-
- Crear la cuenta
- Diseñar el perfil de usuario/ mascota
- En el caso del negocio, diseñar el perfil del negocio y registrarlo en la plataforma.

Los requisitos para poder realizar esto son: tener acceso a internet mediante computador o mediante un dispositivo móvil (Android, IOS).

Por parte del negocio, se realizará la migración de a la base de datos de nuestra App para hacer seguimiento a los perfiles de las mascotas y además cada negocio será independiente de establecer los indicadores que consideren necesarios para medir el rendimiento del negocio y de la aplicación.

Es importante que en este punto el negocio sepa transmitir a los usuarios la necesidad de uso de la aplicación y logre influenciar este comportamiento en el consumidor para que la inversión tenga un retorno apropiado.

El usuario, al descargar la aplicación deberá seleccionar una de las opciones del menú principal como:

- Tienda online.
- Agenda tu cita.
- Mapa.
- Mi perfil.

Una de las características principales del producto será que el usuario podrá, en tiempo real, hacer seguimiento al calendario y disponibilidad de las veterinarias, agendar sus citas, buscar lugares y si es necesario podrá hacer uso del *Pet Market*.

El negocio podrá definir los espacios de disponibilidad en la agenda para reservar las citas, y será un servicio totalmente personalizado aprovechando que construimos un perfil por cada usuario con registro de tendencias e historia clínica.

### 4.3 Prototipo

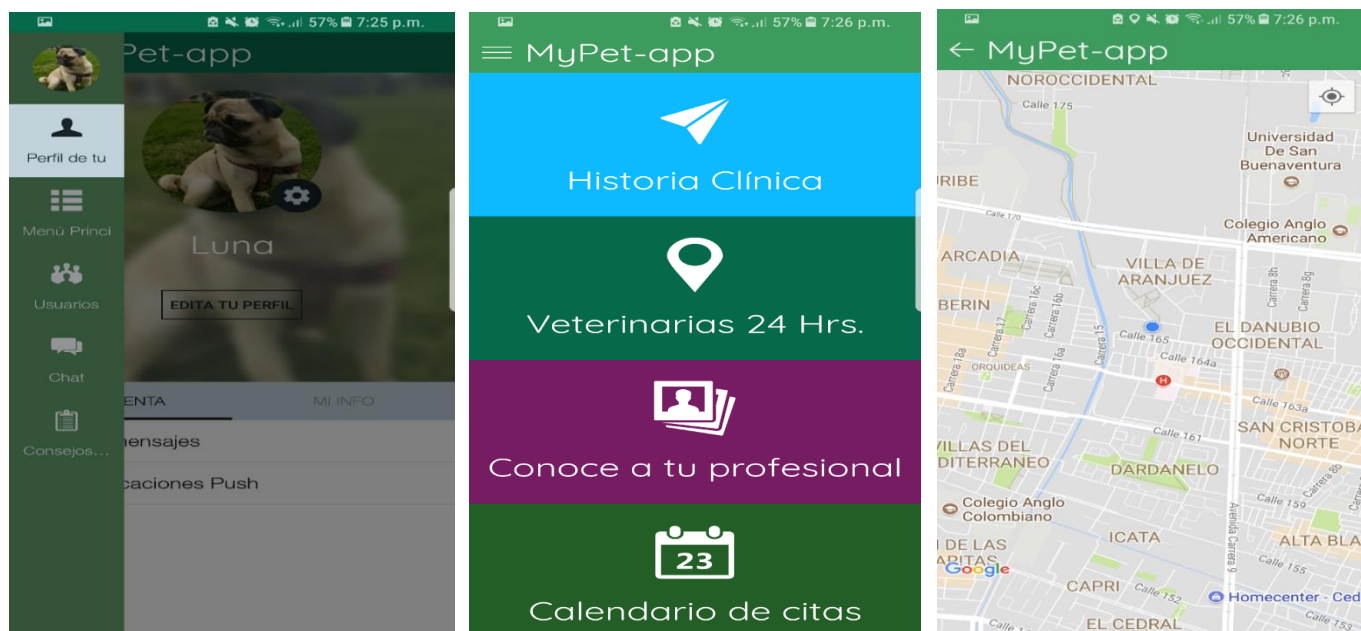


Tabla 13: Prototipo inicial, diseño e interacción principal

Fuente: Elaboración propia

Además de la aplicación, se contará con una página Web, en donde se encontrará todos los servicios que ofrece MyPetApp.

- En el siguiente link se encontrará la versión inicial: <http://mypetapp.gq>

### 4.4 Cronograma:

CRONOGRAMA ACTIVIDADES MYPETAPP									
ACTIVIDAD	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	
Desarrollo App	█	█							
Solicitud de citas		█	█						
Reunion personal y negociacion		█	█						
Presentacion App a los oferentes de servicios para animales		█	█						
Generacion expectativa a los usuarios			█	█					
Inicio funcionamiento de la App (prueba diagnostico)			█	█	█	█	█	█	█
Periodo de feedback				█	█	█	█	█	█
Replantear de acuerdo a sugerencias					█	█	█	█	█
Promocion en redes sociales - estrategia digital					█	█	█	█	█

Figura 14: Calendario de lanzamiento my pet app

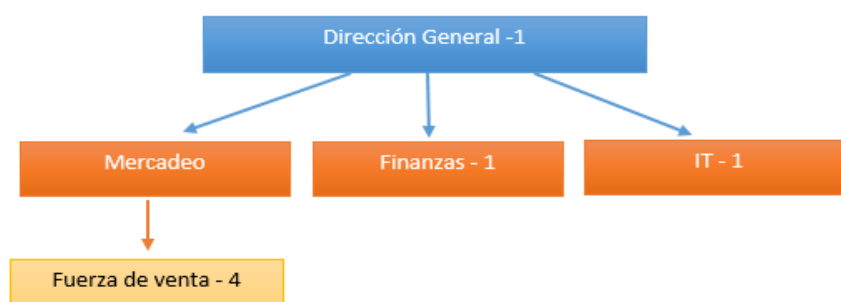
Fuente: Elaboración propia

El cronograma de actividades de MyPetApp comienza en agosto del año 2018, con el desarrollo de la aplicación, pruebas y versión definitiva, a partir de ese momento se avanzará en el proyecto conforme se relacionó anteriormente, sacando la versión definitiva al público el mes de enero de 2019.

#### 4.5 Estructura administrativa

MyPetApp tiene tres áreas funcionales esenciales para el óptimo funcionamiento y el cumplimiento de las metas propuestas: El área de mercadeo, el área de finanzas y el área de tecnología, estas tres son las actividades primarias en la cadena de valor, para controlar y dirigir estas áreas se encuentra en la cabeza la gerencia general, y para el apoyo del área de mercadeo esta la fuerza de ventas.

A continuación, se relaciona la estructura administrativa en una versión inicial con prospección a dos años, a medida que pase el tiempo se realizaran contrataciones de acuerdo con el ritmo de crecimiento de la compañía y a las necesidades presentadas.



**Figura 15: Estructura organizacional inicial my pet app**  
**Fuente: Elaboración propia**

## 4.6 Análisis de cargos

A continuación, se relacionarán las funciones de cada cargo, el área a donde pertenecen, la persona a la que reportan los resultados y el tipo de contrato que se tendrá.

MATRIZ ANALISIS DE CARGOS				
AREA	CARGO	FUNCIONES	REPORTE	TIPO DE CONTRATO
Gerencia general	Gerente general	Dirigir, planificar, organizar, controlar y analizar las actividades realizadas dentro de la compañía, buscando el aumento de las ganancias y la rentabilidad de la empresa. Inicialmente se encargara de las contrataciones necesarias		Contrato a termino indefinido
Finanzas	Gerente financiero	Cuidar y administrar los recursos economicos de la empresa, optimizando el flujo de efectivo y cumpliendo con los indicadores propuestos como metas.	Gerencia general	Contrato a termino indefinido
Mercadeo	Gerente comercial	Establecer los objetivos de ventas de la empresa, determinando los canales por los cuales se van a llegar a los clientes y los tiempos utilizados para esto. Realizar informes trimestrales de cifras y solucionar problemas rapidamente tomando las desiciones pertinentes.	Gerencia general	Contrato a termino indefinido
	Representante de cuenta	Salir a los establecimientos oferentes de servicios para mascotas, ofrecer el producto, dar a conocer sus caracteristica y beneficios, conceguir clientes que confien en la aplicación, crear una relacion de lealtad y una comunicación efectiva entre la empresa y los usuarios.	Gerente comercial	Contrato por prestacion de servicios
Tecnologia	Especialista IT	Es el encargado de toda la parte de actualizaciones, reformas, cambios y mejoras en la aplicación, responsable del optimo funcionamiento de la plataforma, solucionando problemas eficientemente y en corto tiempo.	Gerente general	Contrato a termino indefinido

**Figura 16: Descripción de cargos my pet app**  
Fuente: Elaboración propia

## 4.7 Política de contratación

- **Objetivo:**

Garantizar un proceso de contratación eficaz y ofrecer una experiencia positiva para el usuario, al mismo tiempo se centra en la calidad y el costo.

- **Responsabilidades respecto la contratación**

Gerencia general:

- ✓ Liderar el proceso de reclutamiento brindando retroalimentación a los involucrados en cada paso y apoyando a los directores de cada área en la decisión final.
- ✓ Aprobar/rechazar las requisiciones y mantenerse involucrado durante el proceso de reclutamiento como parte interesada.
- ✓ Asegurarse de tener los documentos necesarios solicitados de los candidatos y seguir los procedimientos legales para la contratación.
- ✓ Gestión del riesgo en el proceso de contratación

Directores de área:

- ✓ Comenzar la requisición, mantenerse involucrado durante el proceso de reclutamiento, revisar y aprobar/rechazar a los candidatos finales, aprobar las cartas de oferta y brindar retroalimentación a los candidatos internos.
- ✓ Revisar las cartas de oferta, preparar el análisis de las propuestas salariales de acuerdo con la información proporcionada por gerencia general
- ✓ Asegurarse de cumplir todos los requisitos legales previos a la contratación, y asegurarse de realizar los respectivos exámenes médicos de acuerdo con las políticas de cada país.
- ✓ Entrevistar candidatos internos y darles la retroalimentación adecuada

#### 4.8 Política Salarial:

MyPetApp basara su política salarial en lo que está establecido por ley en Colombia, como sigue a continuación:

PRESTACIONES	VALOR	DEFINICION
CESANTIAS Artículo 249 C.S.T	Provisión Mensual \$ 72.454,42	Un mes de salario por cada año de servicios y proporcionalmente por fracciones de año
Intereses de CESANTIAS Ley 52 de 1975	Provisión Mensual \$ 8.694,53	Intereses legales del 12% anual sobre el valor de la cesantia acumulada al 31 de diciembre de cada año
<u>PRIMA DE SERVICIOS</u> Art. 306 C.S.T	Provisión Mensual \$ 72.454,42	Un mes de salario pagaderos por semestre calendario así: 15 días el último día de junio y 15 días en los primeros 20 días de diciembre de cada año
DOTACION <u>Ley 11 de 1984, Art 7.</u>	Un par de zapatos y un vestido de labor Entregas así: 30 de abril, 31 de agosto, 20 de diciembre	Se entrega a quienes devenguen hasta \$1.475.434- (2 salarios mínimos mensuales). Con más de 3 meses de servicio.

Figura 17: Política Salarial y seguridad social

Fuente: tomado de <http://www.accounter.co/boletines/salarios-y-prestaciones-sociales-minimo-legal-ano-2018-colombia.html>

El salario base dependerá del cargo que desempeñe dentro de la compañía, las prestaciones se pagaran según lo relacionado anteriormente.

## **5. ESTRATEGIA DE MERCADEO**

### **5.1 Servicio:**

Cada veterinaria o centro de servicio será responsable de brindarle al usuario el bien o servicio requerido dentro de los tiempos y la promesa de valor establecida, usarán sus propios recursos (mano de obra y tecnología) para lograr los objetivos, ya que así mismo serán calificados por los usuarios en la App, la clasificación será publica y serán vulnerables de comentarios negativos en caso de incumplir con los servicios, el stock disponible será responsabilidad de cada centro de servicio.

### **5.2 Precio**

MypetApp basara sus ingresos en el establecimiento que ofrece los servicios para mascotas, se les cobrara el 8% los servicios adquiridos mediante la aplicación. En primera instancia se les darán las historias clínicas sin costo, para lograr fidelización y que más aliados estratégicos de la aplicación.

Para el futuro se cobrará por historia clínica y se incorporará un Market Place, en donde se ganará por publicidad y margen de utilidad sobre producto vendido. Igualmente se abrirá una versión Premium para usuarios que quieran más beneficios, valor que se establecerá en el futuro de acuerdo con el crecimiento del negocio y a las oportunidades de mercado que haya en el momento.

### 5.3 Distribución

A continuación se referenciará el flujo del proceso y como el servicio va a llegar al usuario:

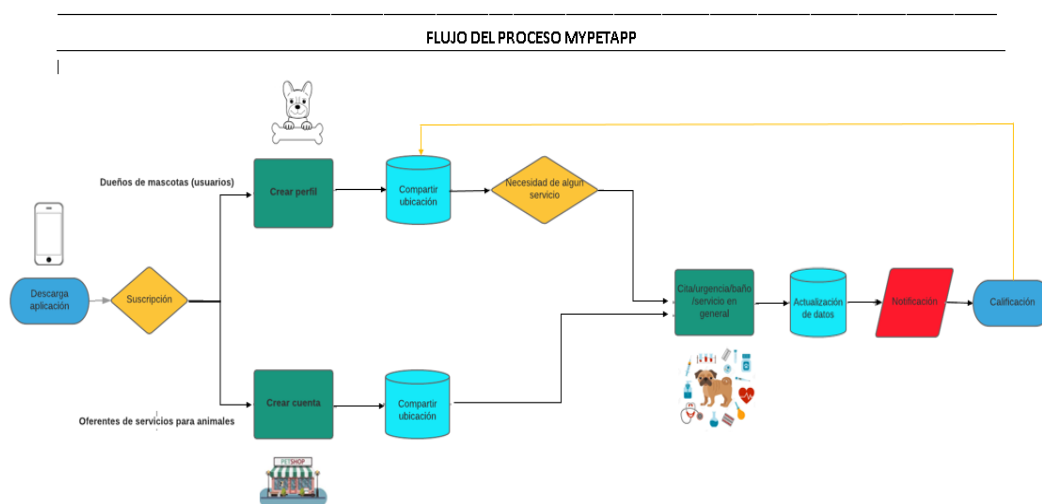


Tabla 18 Distribución de servicios My Pet App  
Fuente: Elaboración propia

### 5.4 Comunicación

Estrategia de promoción:

Fase 1:

Comunicación para negocios iniciales

1. Solicitud de citas con veterinarias
2. Reunion personal con business owners
3. Presentación de la aplicación



Comunicación para usuarios

1. Generación de expectativas en redes, columnas de opinión.

Fase 2:

1. Webinars para stakeholders
2. Eventos informativos
3. Reuniones corporativas de ~~feedback~~

1. Redes sociales: Lanzamiento en Facebook, Instagram y twitter.
2. Posicionamiento SEM en buscadores para que descarguen la app
3. Posicionamiento SEO en redes

Tabla 19 Proceso y campaña de comunicación My Pet App  
Fuente: Elaboración propia

El plan de comunicación se divide en dos, debido a cada uno de los segmentos, y a dos fases.

La primera fase de cara a los negocios se trata del acercamiento inicial, como la solicitud de las citas para la presentación de la idea, el modelo de negocio y la aplicación, de esta manera buscar los clientes iniciales y los primeros aliados. La segunda fase de este mismo segmento se desarrollará en el momento que se tengan varios establecimientos involucrados, para informarles sobre modificaciones, actualizaciones y reclutar más clientes, de esta manera crecer a un ritmo exponencial.

Para el segundo grupo, la fase inicial es la generación de expectativa mediante redes sociales, voz a voz e información de los establecimientos a los que visitan, después de esto se realizará el lanzamiento oficial por medio de las redes sociales, las cuales consideramos el mejor aliado en el tema de publicidad, logrando posicionarnos en los buscadores de manera gratuita por reconocimiento y número de descargas.

Después de realizado lo anterior, llegaría otra fase la cual es de cara al usuario y con el objetivo de mantenerlo y fidelizarlo, esto se realizará por medio de notificaciones, las cuales ayudaran a el adecuado cuidado del animal, convirtiéndonos en un aliado y apoyo para los dueños de mascotas.

Las notificaciones se enviarán de acuerdo con información suministrada por el mismo usuario, con respecto al cumpleaños de la mascota, las desparasitaciones, los baños y el control trimestral que se le debe dar un animal en el veterinario, esto en el objetivo de hacernos fundamental para el usuario y por ende para el oferente de servicios.

## **5.5 Posicionamiento**

Como se mencionó anteriormente, las redes sociales serán las principales aliadas para realizar la publicidad y el reconocimiento de la marca, para esto se contratará un *Community Manager*, quien estará a cargo de todo el manejo y la pauta en redes sociales.

De igual manera se tendrán otros canales de publicidad como el voz a voz, el cual dependerá de la experiencia que haya tenido el cliente en la aplicación, y los carteles o avisos promocionales en los establecimientos prestadores de servicios, los cuales aparte de ser nuestros clientes directos, serán nuestros principales aliados para que los usuarios conozcan MyPetApp.

Además de esto se tendrán estrategias de fidelización como:

- Servicio personalizado: Los prestadores de servicios trataran a cada uno de los usuarios por su nombre desde el primer momento, generando un sentimiento de exclusividad y reconocimiento.
- Correos en fechas especiales: Se les enviaran correos el día del cumpleaños y fechas determinadas, de esta manera entablar una relación más cercana con nuestros usuarios.
- Sistema de puntos: Por cada servicio reservado mediante MyPetApp, se acumularán puntos, los cuales se podrán redimir por juguetes o accesorios para mascotas.

Para los oferentes de servicios para mascotas, nuestra estrategia se basa en convertirnos en aliados, esto se va a lograr mediante colaboración y negociación gana-gana, a los primeros establecimientos que confíen en nosotros les daremos beneficios, como financiación y publicidad privilegiada en la aplicación.

Se realizarán eventos tipo informativos en los parques de barrios representativos, con el fin de darnos a conocer a los usuarios, dará beneficios y obsequios generando expectativa y lealtad. También asistiremos a eventos como ExpoPet, de esta manera llegar a más personas y a oferentes de una manera efectiva.

## 6. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO

### 6.1 Plan de inversiones:

<b>INVERSIÓN TOTAL MYPETAPP</b>	\$75,780,204.20
---------------------------------	-----------------

<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
<b>MYPETAPP</b>	\$49,996,310.00

MyPetApp	
Aplicación	\$ 38,000,000.00
Página Web	\$ 1,200,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$39,200,000.00</b>

Equipo de cómputo Año 0			
<i>Artículo</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio /unidad</i>	<i>Valor total</i>
Computador para manejo de sistema	1	00.00	\$4,339,000.00
Computadores	2	00.00	\$2,100,000.00
Impresora multifuncional	1	.00	\$758,310.00
<b>TOTAL</b>	<b>10.00</b>		<b>\$9,297,310.00</b>

<b>Equipo de cómputo Año 2</b>	<b>Equipo de cómputo Año 3</b>
<i>Valor total</i>	<i>Valor total</i>
\$4,200,000.00	\$2,100,000.00
<b>\$ 4,200,000.00</b>	<b>\$ 2,100,000.00</b>

<b>Muebles y enseres</b>			
<i>Canti</i>			
<i>Artículo</i>	<i>dad</i>	<i>Precio /unidad</i>	<i>Valor total</i>
Sillas oficina	3	99900	\$299,700.00
Sillas auxiliares	7	49900	\$349,300.00
Escritorios	3	200000	\$600,000.00
Mesas para reuniones	1	250000	\$250,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1,499,000.00</b>
			<b>0</b>

**INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO**

Inversión K trabajo	Costos		
	30%	Operacionales.	
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>
Necesidad K trabajo		\$25,783,89	\$29,112,621.89
	\$25,783,8	\$3,328,727	\$2,186,5
<b>Inversión K trabajo</b>	<b>94.20</b>	<b>.69</b>	<b>18.14</b>

	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	\$31,299,	\$32,703,	\$34,218,
140.04		310.57	910.55
	<b>\$1,404,1</b>	<b>\$1,515,5</b>	
<b>70.53</b>		<b>99.98</b>	<b>\$0.00</b>

Tabla 20 Plan de inversiones My Pet App

Fuente: Elaboración propia

## 6.2 Estructura de costos:

A continuación, se muestra un resumen de los costos en los que incurrirá MyPetApp, el de talle de estos estará en el archivo de Excel adjunto en este trabajo:

<b>COSTOS OPERACIONALES</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>
		\$
Servicios	\$ 39,780,720.00	41,668,712.97
		\$
Aseo	\$ 236,000.00	247,200.56
		\$
Papelería	\$ 416,000.00	435,743.36
		\$
Nomina	\$ 8,655,944.00	14,685,525.77
		\$
Publicidad	\$ 5,657,650.00	6,067,186.32
		\$
Transportes	\$ 1,200,000.00	2,513,904.00
		\$
Mantenimient o	\$ 30,000,000.00	31,423,800.00
		\$
<b>TOTAL</b>	<b>\$85,946,314.00</b>	<b>\$97,042,072.98</b>

AÑO 3		
AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 43,646,310.09	\$ 45,717,763.97	\$ 47,887,529.04
\$ 258,932.70	\$ 271,221.64	\$ 284,093.82
\$ 456,423.74	\$ 478,085.61	\$ 500,775.55
\$ 17,964,098.16	\$ 18,431,385.68	\$ 19,055,279.10
\$ 6,456,314.68	\$ 6,877,064.43	\$ 7,332,646.26
\$ 2,633,213.88	\$ 2,758,186.21	\$ 2,889,089.73
\$ 32,915,173.55	\$ 34,477,327.68	\$ 36,113,621.66
<b>\$104,330,466.79</b>	<b>\$109,011,035.2</b> <b>3</b>	<b>\$114,063,035.17</b>

**Tabla 21 Estructura de costos My Pet App**  
**Fuente: Elaboración propia**

### 6.3 Determinación punto de equilibrio:

A continuación, se dará el punto de equilibrio del porcentaje de mercado que se debe tener, posteriormente se mostrara el porcentaje mínimo del margen sobre ventas de las veterinarias, los detalles sobre cómo se determinó.

PUNTO DE EQUILIBRIO						
FLUJO DE OPERACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos por ventas		\$133,447,572.25	\$228,065,823.53	\$324,889,880.51	\$433,894,171.66	\$556,291,829.79
(-) Costos operac. y func.		\$85,946,314.00	\$97,042,072.98	\$104,330,466.79	\$109,011,035.23	\$114,063,035.17
(-) Costos financieros		\$9,384,620.49	\$7,507,696.39	\$5,630,772.29	\$3,753,848.20	\$1,876,324.10
(-) Depreciaciones		\$3,398,903.33	\$2,365,868.89	\$3,077,179.26	\$2,851,386.17	\$2,000,857.45
(=) Utilidad Gravable	\$0.00	\$34,717,734.43	\$121,149,985.27	\$211,851,462.17	\$318,277,902.06	\$438,351,013.07
(-) Impuesto de renta	\$0.00	\$11,456,852.36	\$39,979,495.14	\$69,910,982.52	\$105,031,707.68	\$144,655,834.31
(=) Utilidad Neta	\$0.00	\$23,260,882.07	\$81,170,490.13	\$141,940,479.65	\$213,246,194.38	\$293,695,178.76
(+) Depreciaciones		\$3,398,903.33	\$2,365,868.89	\$3,077,179.26	\$2,851,386.17	\$2,000,857.45
(-) Abono K		\$13,640,436.76	\$13,640,436.76	\$13,640,436.76	\$13,640,436.76	\$13,640,436.76
<b>(=) FLUJO OPERACIONAL</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$13,019,348.65</b>	<b>\$69,895,922.26</b>	<b>\$131,377,222.16</b>	<b>\$202,457,143.80</b>	<b>\$282,055,599.45</b>
FLUJO DE INVERSIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Inversión fija	\$49,996,310.00		\$4,200,000.00	\$2,100,000.00		
(+) Inversión K de trabajo	\$25,783,894.20	\$3,328,727.69	\$2,186,518.14	\$1,404,170.53	\$1,515,599.98	\$0.00
(-) Préstamo	\$68,202,183.78					
<b>(=) FLUJO DE INVERSIÓN NET</b>	<b>\$7,578,020.42</b>	<b>\$3,328,727.69</b>	<b>\$6,386,518.14</b>	<b>\$3,504,170.53</b>	<b>\$1,515,599.98</b>	<b>\$0.00</b>
INVENTARIO FINAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Recuperación activo fijo						\$5,402,972.35
(+) Recuperación K de trabajo						\$34,218,910.55
(-) Deudas						\$0.00
(+) Valor de continuidad						\$1,011,749,764.88
<b>(=) VALOR RESIDUAL</b>						<b>\$1,051,371,647.78</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO TD</b>	<b>-\$7,578,020.42</b>	<b>\$9,690,620.95</b>	<b>\$63,509,404.12</b>	<b>\$127,873,051.62</b>	<b>\$200,941,543.82</b>	<b>\$1,333,427,247.23</b>
<b>YPN PUNTO DE EQUILIBRIO</b>		<b>-</b>	<b>\$48,012,014.25</b>	<b>\$99,986,366.65</b>	<b>\$175,126,996.98</b>	<b>\$565,062,138.44</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO	
AÑO	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
AÑO 1	9.47%
AÑO 2	15%
AÑO 3	20%
AÑO 4	25%
AÑO 5	30%

PUNTO DE EQUILIBRIO	
AÑO	EQUILIBRIO MARGEN DE UTILIDAD
AÑO 1	7.58%
AÑO 2	8%
AÑO 3	8%
AÑO 4	8%
AÑO 5	8%

Tabla 22 Punto de equilibrio en margen de utilidad y market share  
Fuente: Elaboración propia

## 6.4 Estados financieros:

### 6.4.1 Balance General

BALANCE GENERAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>					
(+) Caja	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00
(+) Banco	\$ 61,236,943.23	\$ 182,355,408.14	\$ 347,375,265.50	\$ 589,467,092.43	\$ 912,733,443.27
(=) TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 61,736,943.23	\$ 182,855,408.14	\$ 347,875,265.50	\$ 589,967,092.43	\$ 913,233,443.27
(+) Aplicación y pagina Web	\$ 64,983,894.20	\$ 42,528,727.69	\$ 41,386,518.14	\$ 40,604,170.53	\$ 40,715,599.98
(+) Propiedad, planta y equipo	\$ 10,796,310.00	\$ 11,597,406.67	\$ 11,331,537.78	\$ 8,254,358.52	\$ 5,402,972.35
(-) Depreciaciones acumuladas	\$ 3,398,903.33	\$ 2,365,868.89	\$ 3,077,179.26	\$ 2,851,386.17	\$ 2,000,857.45
(=) TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 72,381,300.87	\$ 51,760,265.47	\$ 49,640,876.66	\$ 46,007,142.88	\$ 44,117,714.88
<b>ACTIVOS TOTALES</b>	<b>\$ 134,118,244.10</b>	<b>\$ 234,615,673.62</b>	<b>\$ 397,516,142.16</b>	<b>\$ 635,974,235.31</b>	<b>\$ 957,351,158.15</b>
<b>PASIVOS</b>					
(+) Impuesto de renta	\$ 19,251,553.17	\$ 44,018,508.41	\$ 72,784,606.53	\$ 107,211,435.02	\$ 145,935,502.22
(=) TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 19,251,553.17	\$ 44,018,508.41	\$ 72,784,606.53	\$ 107,211,435.02	\$ 145,935,502.22
(+) Deuda a largo plazo	\$ 68,202,183.78	\$ 54,561,747.02	\$ 40,921,310.27	\$ 27,280,873.51	\$ 13,640,436.76
(=) TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	\$ 68,202,183.78	\$ 54,561,747.02	\$ 40,921,310.27	\$ 27,280,873.51	\$ 13,640,436.76
<b>PASIVOS TOTALES</b>	<b>\$ 87,453,736.95</b>	<b>\$ 98,580,255.44</b>	<b>\$ 113,705,916.80</b>	<b>\$ 134,492,308.53</b>	<b>\$ 159,575,938.98</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
(+) Capital de los accionistas	\$ 7,578,020.42	\$ 7,578,020.42	\$ 7,578,020.42	\$ 7,578,020.42	\$ 7,578,020.42
(+) Utilidades y/o pérdidas de ejercicios anteriores		\$ 39,086,486.73	\$ 128,457,397.76	\$ 276,232,204.95	\$ 493,903,906.36
(+) Utilidades y/o pérdidas del ejercicio	\$ 39,086,486.73	\$ 89,370,911.02	\$ 147,774,807.19	\$ 217,671,701.41	\$ 296,293,292.40
(=) TOTAL PATRIMONIO	\$ 46,664,507.15	\$ 136,035,418.18	\$ 283,810,225.37	\$ 501,481,926.78	\$ 797,775,219.17
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 134,118,244.10</b>	<b>\$ 234,615,673.62</b>	<b>\$ 397,516,142.16</b>	<b>\$ 635,974,235.31</b>	<b>\$ 957,351,158.15</b>

Tabla 23: Balance general proyección 5 años

Fuente: Elaboración propia

### 6.4.2 Estado de resultados:

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS	\$ 140,885,450.57	\$ 228,065,623.53	\$ 324,889,880.51	\$ 433,894,171.66	\$ 556,291,829.79
(-) Costo de venta	\$ 30,000,000.00	\$ 31,423,800.00	\$ 32,915,173.55	\$ 34,477,327.68	\$ 36,113,621.66
(=) UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	\$ 110,885,450.57	\$ 196,641,823.53	\$ 291,974,706.97	\$ 399,416,843.98	\$ 520,178,208.14
(-) Gastos operacionales	\$ 15,513,594.00	\$ 23,266,616.09	\$ 27,053,626.72	\$ 28,066,636.32	\$ 29,277,015.09
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 95,371,856.57	\$ 173,375,207.44	\$ 264,921,080.25	\$ 371,350,207.65	\$ 490,901,193.04
(+) Ingresos no operacionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Gastos no operacionales	\$ 37,033,816.67	\$ 39,985,788.00	\$ 44,361,666.53	\$ 46,467,071.22	\$ 48,672,398.42
(=) UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$ 58,338,039.90	\$ 133,389,419.44	\$ 220,559,413.72	\$ 324,883,136.43	\$ 442,228,794.62
(-) Impuesto de renta y complementarios	\$ 19,251,553.17	\$ 44,018,508.41	\$ 72,784,606.53	\$ 107,211,435.02	\$ 145,935,502.22
(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 39,086,486.73	\$ 89,370,911.02	\$ 147,774,807.19	\$ 217,671,701.41	\$ 296,293,292.40

Tabla 24: Estado de resultados proyectado 5 años

Fuente: Elaboración propia

### 6.4.3 Flujo neto de efectivo:

FLUJO DE OPERACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos por ventas		\$140,885,450.57	\$228,065,623.53	\$324,889,880.51	\$433,894,171.66	\$556,291,829.79
(-) Costos operac. y func.		\$85,946,314.00	\$97,042,072.98	\$104,330,466.79	\$109,011,035.23	\$114,063,035.17
(-) Costos financieros		\$9,384,620.49	\$7,507,696.39	\$5,630,772.29	\$3,753,848.20	\$1,876,924.10
(-) Depreciaciones		\$3,398,903.33	\$2,365,868.89	\$3,077,179.26	\$2,851,386.17	\$2,000,857.45
(=) Utilidad Gravable	\$0.00	\$42,155,612.74	\$121,149,985.27	\$211,851,462.17	\$318,277,902.06	\$438,351,013.07
(-) Impuesto de renta	\$0.00	\$13,911,352.21	\$39,979,495.14	\$69,910,982.52	\$105,031,707.68	\$144,655,834.31
(=) Utilidad Neta	\$0.00	\$28,244,260.54	\$81,170,490.13	\$141,940,479.65	\$213,246,194.38	\$293,695,178.76
(+) Depreciaciones		\$3,398,903.33	\$2,365,868.89	\$3,077,179.26	\$2,851,386.17	\$2,000,857.45
(-) Abono K		\$13,640,436.76	\$13,640,436.76	\$13,640,436.76	\$13,640,436.76	\$13,640,436.76
(=) FLUJO OPERACIONAL	\$0.00	\$18,002,727.12	\$69,895,922.26	\$131,377,222.16	\$202,457,143.80	\$282,055,599.45
FLUJO DE INVERSIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Inversión fija	\$49,996,310.00		\$4,200,000.00	\$2,100,000.00		
(+) Inversión K de trabajo	\$25,783,894.20	\$3,328,727.69	\$2,186,518.14	\$1,404,170.53	\$1,515,599.98	\$0.00
(-) Préstamo	\$68,202,183.78					
(=) FLUJO DE INVERSIÓN NETA	\$7,578,020.42	\$3,328,727.69	\$6,386,518.14	\$3,504,170.53	\$1,515,599.98	\$0.00
INVENTARIO FINAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Recuperación activo fijo						\$5,402,972.35
(+) Recuperación K de trabajo						\$34,218,910.55
(-) Deudas						\$0.00
(+) Valor de continuidad						\$1,011,749,764.88
(=) VALOR RESIDUAL						\$1,051,371,647.78
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO TOTAL</b>	<b>-\$7,578,020.42</b>	<b>\$14,673,999.42</b>	<b>\$63,509,404.12</b>	<b>\$127,873,051.62</b>	<b>\$200,941,543.82</b>	<b>\$1,333,427,247.23</b>

Figura 25: Flujo neto de efectivo proyección a 5 años  
Fuente: Elaboración propia

## 6.5 Análisis de la rentabilidad económica de la inversión:

### 6.5.1 Valor presente neto:

El valor presente del flujo neto de efectivo, el cual se realizó con el interés esperado de la inversión, se mostrará a continuación:

VPN	\$3,896,978.74	\$51,059,433.46	\$103,883,345.38	\$179,025,975.72	\$568,959,117.18
-----	----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------

### 6.5.2 Tasa interna de retorno:

A continuación, se mostrará la tasa interna de retorno la cual se estima bajo el supuesto de que todo lo que se recibe de la aplicación se vuelvo a invertir en la misma, también se podrá ver la TVR, la cual se calcula bajo la tasa real, es decir todo lo que se genera se invierte en el mercado financiero.

INDICADORES		
INTERÉS ESPERADO	27.878000%	EA
INTERÉS MDO FRO	4.940000%	EA
TIR	389.0209377%	EA
TIR	14.1415996%	MV
TVR	197.8463647%	EA
TVR	9.5214938%	MV

*Tabla 26 Principales indicadores financieros*

*Fuente: Elaboración propia*

### 6.5.3 Periodo de recuperación de la inversión:

	INVERSION	INGRESO MENSUAL	MESES
PRI	\$ 75,780,204.20	\$ 11,740,454.21	6.454622864

*Tabla 27 Periodo de recuperación de la inversión*

*Fuente: Elaboración propia*

La inversión se recuperará en el mes seis del primer año, a partir de este momento MyPetApp empieza a generar ganancias.

## 7. JURIDICO Y TRIBUTARIO

### 7.1 Forma Jurídica

MyPetApp se va a construir bajo la forma de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S).

*“Las S.A.S o Sociedades por Acciones Simplificadas fueron introducidas en la legislación colombiana con la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, con el fin de simplificar y crear nuevas estructuras jurídicas que se adapten a las necesidades y diferentes escenarios empresariales. Por su versatilidad, facilitan la creación de empresas que requieran un amplio campo de maniobra para su viabilidad financiera y operativa, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo económico del país.*

*Las principales características de las S.A.S son: Tipo societario autónomo, Naturaleza comercial, Sociedad de capitales, accionistas responden hasta el monto de sus aportes, Estructura de gobierno flexible, Estructura de capitalización flexible, Simplificación de los trámites de constitución, Prohibición de acceder al mercado público de valores” (López, 2013)*

Esta forma jurídica es la más apropiada para la clase de sociedad que se tiene en la empresa, ya que su estructura en general es flexible y no se tiene aporte mínimo, de igual manera se limitan las responsabilidades de los socios y no se tiene que respaldar con patrimonio familiar. Además, es la clase de sociedad más sencilla de realizar y no es costosa, permitiendo la creación de negocios sin tanto tramite ni papeleo.

Loa aportes de esta sociedad limitan la responsabilidad del socio, además de “que el pago de los aportes puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años y no se exige una cuota o porcentaje mínimo inicial. Esto facilita su constitución.” (DINERO, 2009)

## 7.2 Obligaciones tributarias o fiscales:

Impuesto de Renta y complementarios (CREE) - [ ganancias ocasionales]	33%
Impuesto de Valor Agregado [ IVA]	19%
Impuesto de Timbre	1.5%
Impuesto a los gravámenes financieros	[4*1000]
Impuesto a la riqueza Patrimonio	> 1000 millones
Retención en la fuente	3.5%

*Tabla 28 Obligaciones tributarias o fiscales  
Fuente: Elaboración propia*

## 7.3 Protección MyPetApp:

Con el objetivo de proteger algunos aspectos de la aplicación contra la copia, encontramos los siguientes elementos:

- Diseño aplicación: Derechos de autor, legislación sobre diseños industriales.
- Bases de datos (direcciones, veterinarios, clientes): Derechos de autor.
- Tratamiento de datos: Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Contenido y programas informáticos: Derecho de autor.
- Marca: Registro de marca.
- Idea: Ley de propiedad intelectual.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

11 Pets. Recuperado de <https://www.11pets.com/es/petcare/>

Accounter: Salarios y prestaciones sociales (11 de enero de 2018). Recuperado de <http://www.accounter.co/boletines/salarios-y-prestaciones-sociales-minimo-legal-ano-2018-colombia.html>

Alcaldía Mayor de Bogotá: Bogotá y sus localidades. Recuperado de <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/bogodatos/bogota-y-sus-localidades>

Ciudad de mascotas. Recupeado de <http://www.ciudaddemascotas.com/Gatos/>

Comision federal de comercio. (s.f.). Comision federal de comercio de los Estados Unidos. Obtenido de <https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/s0018-aplicaciones-moviles-que-son-y-como-funcionan>

DANE: Información estrategica. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Dinero: Mascotas en Colombia: Cariño con millones (17 de junio de 2016). Recuperado de <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>

DINERO, R. (2009). DINERO. Obtenido de <http://www.dinero.com/negocios/articulo/sas-tipo-sociedad-usado-colombia/84554>

Ecoticias.com: Conoce las mejores aplicaciones para animales (13 de julio de 2016). Recuperado de <http://www.ecoticias.com/naturaleza/117131/Conoce-mejores-aplicaciones-animales>

El Colombiano: La nueva tendencia urbana: Los papas de mascotas (22 de febrero de 2016).

Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/los-papas-de-mascotas-una-nueva-tribu-urbana-HA3640977>

El Espectador: En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas. Recuperado de

<https://www.elespectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>

Entrepreneur: Infografía: El mercado de las mascotas en números (Julio de 2017). Recuperado de

<https://www.entrepreneur.com/article/297877>

Forero, R. A. (17 de Junio de 2016). *Dinero*. Obtenido de

<https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/mascotas-en-colombia-carino-con-millones-por-raul-avila/224703>

López, C. M. (2013). *FinanzasZone* . Obtenido de <http://finanzaszone.com/s-a-s/>

Obeso, P. (2018). *Marketing de contenidos*. Obtenido de Marketing de contenidos:

<https://marketingdecontenidos.com/que-son-las-redes-sociales/>

Rodríguez, M. (18 de Junio de 2014). *Noticias de perros*. Obtenido de

<https://noticiasdeperros.com/el-origen-y-significado-de-la-palabra-mascota/>

Tiempo, P. E. (MAYO de 2017). *EL TIEMPO* . Obtenido de

<http://www.eltiempo.com/economia/empresas/polizas-de-seguros-para-enfrentar-los-ataques-informaticos-88860>

Zoovete. (28 de 02 de 2018). *Zoovete*. Obtenido de Zoovete:

[https://zoovetesmpasion.com/veterinaria/#que\\_es\\_la\\_veterinaria](https://zoovetesmpasion.com/veterinaria/#que_es_la_veterinaria)

