

SMART PET

INTEGRANTES

Mateo Villegas Betancur

ASESORES

Alina María Berrio Betancur

Fabio Alexander Muñoz Echavarría

UNIVERSIDAD CES

FACULTAD DE MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

MEDELLÍN

2020

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|--|----|----|
| <u>RESUMEN EJECUTIVO</u> | 5 | |
| <u>1.JUSTIFICACIÓN</u> | 7 | |
| <u>2.OBJETIVOS</u> | 8 | |
| <u>2.1 Objetivo general:</u> | 8 | |
| <u>2.2 Objetivos específicos:</u> | 8 | |
| <u>3. ANÁLISIS DEL MERCADO</u> | 9 | |
| <u>3.1 Producto</u> | 9 | |
| <u>3.2. Mercado objetivo (segmentación del mercado)</u> | | 14 |
| <u>3.4 El plan de marketing</u> | 15 | |
| <u>3.4.1 El precio</u> | 15 | |
| <u>3.4.2 Distribución:</u> | 16 | |
| <u>4. ANÁLISIS DEL SECTOR</u> | 21 | |
| <u>4.1 Análisis del sector:</u> | 21 | |
| <u>4.2 Competencia:</u> | 21 | |
| <u>4.3 Proveedores:</u> | 22 | |
| <u>5. ANÁLISIS FODA O DOFA DE LA NUEVA EMPRESA</u> | | 27 |
| <u>6. ANÁLISIS TÉCNICO</u> | 28 | |
| <u>6.1 Ubicación:</u> | 28 | |
| <u>6.2 Ficha técnica del producto o servicio</u> | | 28 |
| <u>6.3 Descripción del proceso productivo</u> | | 29 |
| <u>6.4 Capacidad de producción</u> | 30 | |
| <u>6.5 Parametros técnicos especial</u> | 30 | |

| | | |
|---|----|----|
| <u>6.6 Distribución de la planta</u> | 30 | |
| <u>6.7 Descripción de los activos fijos requeridos</u> | | 30 |
| <u>6.8 Requerimientos de personal</u> | 31 | |
| <u>7. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO Y LEGAL</u> | | 32 |
| <u>7.1. Estructura organizacional</u> | 32 | |
| <u>7.2. Funciones y cargos</u> | 32 | |
| <u>7.3. Tipo de sociedad a construir</u> | 35 | |
| <u>7.4. Licencias y permiso para su funcionamiento</u> | | 35 |
| <u>7.5. Pasos para construir legalmente una empresa</u> | | 35 |
| <u>8. ANÁLISIS FINANCIERO</u> | 37 | |
| <u>8.1 Estructura de costos y gastos</u> | 37 | |
| <u>8.1.1. Costos variables</u> | 37 | |
| <u>8.1.2. Costos y gastos fijos</u> | 38 | |
| <u>8.2. Punto de equilibrio</u> | 38 | |
| <u>8.3. Margen de contribución presupuesto de ventas</u> | | 38 |
| <u>8.4 Presupuesto de inversión</u> | 38 | |
| <u>8.4.1 Activos fijos</u> | 39 | |
| <u>8.4.2 Gastos preoperativos</u> | 39 | |
| <u>8.4.3 Capital del trabajo</u> | 39 | |
| <u>8.5 Fuentes y condiciones de financiación</u> | | 39 |
| <u>9. IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIOECONÓMICO</u> | | 40 |
| <u>10. CONCLUSIONES</u> | 41 | |
| <u>11. BIBLIOGRAFÍA</u> | 42 | |
| <u>12. ANEXOS</u> | 43 | |

LISTA DE IMÁGENES

| | |
|------------------------------------|----|
| <u>IMAGEN 1 EMPAQUE</u> | 11 |
| <u>IMAGEN 2 EMPAQUE</u> | 11 |
| <u>IMAGEN 3 DISEÑOS</u> | 12 |
| <u>IMAGEN 4 MODELO</u> | 18 |
| <u>IMAGEN 5 MODELO</u> | 19 |
| <u>IMAGEN 6 MODELO</u> | 19 |
| <u>IMAGEN 7 LOGO</u> | 20 |
| <u>IMAGEN 8 PRESUPUESTO</u> | 24 |
| <u>IMAGEN 9 NOMBRE</u> | 50 |
| <u>GRÁFICA 1</u> | 15 |

RESUMEN EJECUTIVO

Concepto del negocio

El producto que se ofrece al público es una línea de collares para mascotas (caninos tanto de raza grande como de raza pequeña y para felinos), que tengan un sistema de memoria o de USB, en el que se puede guardar todos los datos de animal, el cual se tiene para así ir recopilando toda la información clínica del paciente, cada vez que tenga visita al veterinario.

Potencial del mercado en cifras

En el año 2018 había un aproximado de que 5 millones de mascotas en el país y el 30% de familias tienen mascotas en los hogares. 3.5 millones de hogares de las familias colombianas con mascotas de los cuales el 67% son perros, 18% gatos y el 16% ambos, datos de un estudio hecho en el 2018.

Ventajas competitivas y propuesta de valor

El material para la elaboración de los collares sería el cuero, gracias a que es resistente al ambiente y el cuál permite la elaboración de diseños que el cliente escoja. El almacenamiento de la información o USB sería en la hebilla para cerrar el collar, la cual puede ser elaborada en metal.

Resumen de las inversiones requeridas

| INVERSIÓN REQUERIDA | | |
|----------------------|----------------------|--------|
| ACTIVOS FIJOS | \$ 2.970.000 | 3,00% |
| GASTOS PREOPERATIVOS | \$ 58.955.000 | 59,56% |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ 37.063.152 | 37,44% |
| TOTAL | \$ 98.988.152 | |

Margen de contribución y punto de equilibrio

| PRODUCTO/SERVICIO | PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MENSUAL | PRECIO DE VENTA UNITARIO | COSTO VARIABLE UNITARIO | MARGEN DE CONTRIBUCION DEL PRODUCTO EN PESOS | VENTAS DEL MES | MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL EN PESOS |
|-------------------|---|--------------------------|-------------------------|--|----------------------|---------------------------------------|
| Collar pequeño | 52 | \$ 180.000 | \$ 131.953 | \$ 28.447 | \$ 8.261.870 | \$ 1.468.909 |
| Collar mediano | 89 | \$ 180.000 | \$ 132.993 | \$ 27.007 | \$ 11.015.827 | \$ 1.859.403 |
| Collar grande | 52 | \$ 180.000 | \$ 133.953 | \$ 26.047 | \$ 8.261.870 | \$ 1.344.981 |
| | | | | TOTALES | \$ 27.539.567 | \$ 4.673.292 |

Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

Al tener un aproximado de 5 millones de mascotas en el país de las familias colombianas, de las cuales el 39% de las familias que tienen mascotas son de estrato medio y el 47% son de un estatus social alto. Esto le puede facilitar a la empresa la venta de los collares, gracias a que a este tipo de público es al que van dirigido el producto.

Se hizo un análisis de mercado que concluyo que se requiere producir un mínimo 172 collares para estar en el punto de equilibrio, lo cual no indica que Smart Pet es una empresa con una muy buena viabilidad en el mercado de las mascotas.

Equipo de trabajo

- La empresa estará conformada por el siguiente equipo de trabajo: un administrador, un diseñador, un mensajero, un contador, un fotógrafo.
- A su vez la empresa tendrá como aliados o colaboradores como: clínicas

- veterinarias, tiendas para mascotas.
- Y para la elaboración de collares se contaría con la colaboración de una empresa maquiladora.

1.JUSTIFICACIÓN

El producto ofrecido al mercado colombiano puede ayudar a evitar la omisión de información que los médicos veterinarios puedan llegar a necesitar, acerca de las mascotas las cuales están atendiendo, creando un sistema organizado del perfil de los animales de compañía. Y así almacenando toda la información del paciente en toda su vida. La empresa a su vez pretende facilitarle a los propietarios el recordar eventos importantes para la salud de sus mascotas como: vacunas, horarios para administrar medicamentos, citas en la peluquería, desparasitación...

Otro problema para solucionar es evitar de que los propietarios de los animales pierdan todo el seguimiento de su perro o gato, que usualmente es entregado en papel. Y también poder localizar las mascotas con un sistema de GPS.

2.OBJETIVOS

2.1 Objetivo general:

Evaluar la viabilidad y factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de collares inteligentes para mascotas, que tengan un sistema de memoria o de USB y sistema de GPS.

2.2 Objetivos específicos:

- Identificar la competencia de los collares que se pretenden ofrecer, para conocer sus fortalezas y debilidades, y así poder generar un factor diferenciador.
- Definir los recursos necesarios para la puesta en marcha de la nueva empresa.
- Determinar la estructura organizacional más adecuada para el proyecto, sus funciones y perfiles.
- Calcular los ingresos y egresos, el margen de contribución y el punto de equilibrio del proyecto para definir su viabilidad financiera.

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Producto

El producto que se va a ofrecer al público es una línea de collares para mascotas (caninos tanto de raza grande como de raza pequeña y para felinos), que tengan un sistema de memoria o de USB, en el que se puede guardar todos los datos de animal, el cual se tiene para así ir recopilando toda la información clínica del paciente, cada vez que tenga visita al veterinario. (Se almacenará toda la información como: datos del ya mencionado anteriormente, historial de vacunas, procedimientos hechos, tratamientos administrados, terapias, datos del veterinario que atiende a las mascotas...)

Los collares tendrán diseños inspirados en la naturaleza, hechos con

Los collares tendrán diseños inspirados en la naturaleza, hechos con materiales de muy buena calidad, que puedan resistir al medio ambiente (Lluvias y días soleados) y manejando un sistema de almacenamiento de información (eficaz, de fácil manejo y un sistema ordenado). A su vez tendrán un sistema reflectivo para que la mascota pueda ser vista en la carretera o en las vías, para evitar posibles accidentes en las horas de la noche.

Teniendo en cuenta que el propietario puede extraviar el collar, habría una aplicación en el celular en el que se subiría automáticamente toda la información que llega al sistema de almacenamiento de este, para así evitar cualquier pérdida de información que es lo que se quiere evitar. Esta aplicación también tendrá un sistema de notificaciones para avisarle al propietario eventualidades de su animal de compañía (administración de medicamentos, próximas citas con el veterinario, peluquería, próximas vacunas o desparasitaciones, etc...)

Los collares manejan un sistema de GPS, que permite conocer la ubicación exacta de la mascota, a través de la aplicación del celular.

El material para la elaboración de los collares inteligentes sería el cuero, gracias a que es resistente al ambiente y que permiten trabajar para elaborar diseños que los propietarios elijan. El almacenamiento de la información sería en la hebilla para cerrar el collar, la cual puede ser elaborada en metal.

Empaque:

Hay dos opciones de empaque, que permiten evitar el uso de plástico:

a. En caja:

Imagen 1 empaque



(Pinterest, 2020)

b. Un sistema que fija el collar.

Imagen 2 empaque



(Pinterest, 2020)

Diseños:
Imagen 3 diseños





(Pinterest, 2020)

Servicios adicionales:

- **Garantía:** el producto tendrá una garantía de 6 meses, la cual cubre fallas técnicas en el sistema de almacenamiento o si el producto viene defectuoso de fábrica. No tendrán garantía el producto que se vea que haya tenido un mal uso o cuidado.
- **Atención al cliente:** el producto estará a la venta mediante una aplicación llamada Instagram, donde se tendrá un horario de atención establecida:
Lunes a viernes: 8 AM hasta las 9 PM
Sábados y domingos: 8 AM hasta las 4PM.
Por la cual se estará respondiendo todas las dudas que el cliente se le generen.

Se manejará domicilios los cuales tendrán un costo adicional.

3.2. Mercado objetivo (segmentación del mercado)

Clientes: Los productos estarán orientados hacia los propietarios de mascotas (perros y gatos), de estrato socioeconómico medio o alto, inicialmente de la ciudad de Medellín y el Área Metropolitana, pero ofreciendo a las familias colombianas.

Producto ofrecido a personas que les gusta tener productos innovadores y facilitarse la vida, que se preocupan por sus mascotas y las consideran como miembros de su familia.

También se busca ofrecer el producto a las clínicas veterinarias y tiendas de mascotas.

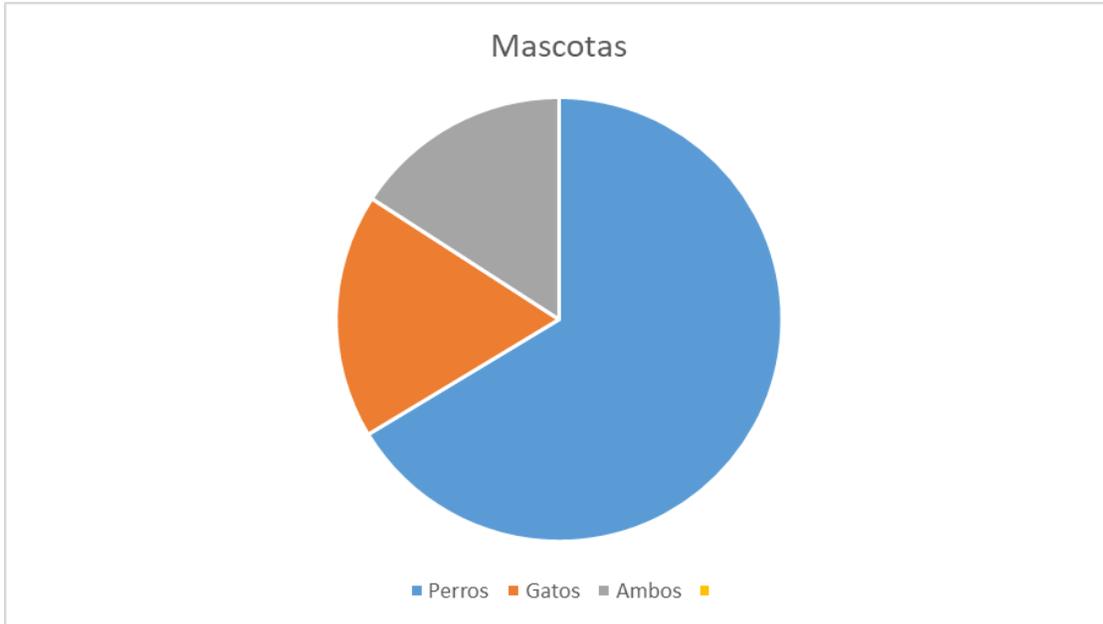
Usuario final: Gatos y perros de razas de talla grande, mediano y pequeño

Estudio final. Gatos y perros de razas de tamao grande, mediano y pequeño.

3.3 Dimensión o tamaño del mercado (mercado potencial)

En el año 2018 había un aproximado de 5 millones de mascotas en el país y el 30% de familias tienen mascotas en los hogares.

3.5 millones de hogares de las familias colombianas con mascotas de los cuales el 67% son perros (representado color azul en la grafica), 18% gatos (representado color naranja en la grafica) y el 16% ambos (representado color gris), datos de un estudio hecho en el 2018. Estos datos están representados en la siguiente grafica.



Gráfica 1

(Revista Dinero, 2018)

Fenalco hizo una investigación que indico que el 39% de las familias de Colombia que tienen mascotas son de estrato medio y el 47% son de un estatus social alto.

3.4 El plan de marketing

3.4.1 El precio

Para determinar el precio de venta se tomaron como principales argumentos los costos y el precio de la competencia, determinando un precio de \$160.000 para cada uno de los collares.

3.4.1.1 Precio promedio del mercado: los collares inteligentes tienen un rango aproximado de 300.000 a 1.120.000 pesos colombianos (80 a 300 dólares), estas empresas de collares los venden a su vez por páginas Web y ya las personas las encargan. Que sería el mismo manejo para Smart Pet.

3.4.1.2 Formas de pago: se va a manejar los dos tipos de pago, tanto de contado como a cuotas, gracias a que las ventas se hacen en su mayoría por la pagina que se manejara en Instagram.

3.4.2 Distribución:

Smart Pet, tiene pensado vender principalmente a Colombia, pero teniendo la visión de expansión para ventas internacionales más adelante.

Como estrategia de venta Smart Pet ha pensado fidelizar a los clientes que

Como estrategia de venta Smart Pet ha pensado identificar a los clientes que adquieran el producto haciendo sus mascotas "Modelos de la marca", y en enfocarse en llamar la atención del cliente por medio de las redes sociales, gracias a que hoy en día es la era digital.

También por medio de la página de Instagram proporcionar consejos para el cuidado de las mascotas, volviendo la página de Smart Pet, además de un sitio donde puede adquirir el producto, una página informativa, educativa, en parte de entretenimiento y un espacio que a su vez va a ser creativo.

Canales de distribución:

- **Directo:** Este se puede utilizar vendiendo el producto ofrecido por una página virtual que sería Instagram, en la que el cliente puede observar el producto, puede conocer de él y al cual puede acceder. Comprándolo por la página y llegando directamente a su casa. También se asistirá como empresa a festivales y bazares en los que se ofrecerá el producto.
- **Indirecto:** Ofreciendo los collares a través de las clínicas veterinarias y tiendas de mascotas.

3.4.3 Comunicación: se tratará de ir a los bazares, eventos grandes, en los que la marca pueda participar, para poder hacerla conocer a muchas personas. Muy importante en la parte de comunicación es que la marca sea conocida voz a voz. También poder mostrar el producto en revistas científicas o tecnológicas, gracias a que es un producto innovador, que debe de ser conocido. Usar medios de comunicación como lo podría ser el uso de la radio.

Marcar la diferencia como marca momento especiales, hacer la marca más humana.

Ejemplo: En el día de la madre hacer fotos de perritas o gatas que sean madres para montarlas a la página, en festividades hacer fotos que tengan que ver con lo que se está viviendo en el momento (San Valentín, Navidad, Halloween, Pride...). Enviar regalos a las personas más fieles a la marca, y enviar regalos a "posibles influencers" de la marca para que se vuelva más reconocida.

Costos significativos de la empresa serian: costos de materiales para las fotos, posiblemente a las mascotas que vayan a modelar para la marca y también al fotógrafo que se vaya a contratar.

A su vez se sabe que para poder estas en eventos se debe pagar algún costo para poder tener toldos y tener el stand, para mostrarse como marca.

En ambas estrategias de mercadeo incluirán los costos de transporte.

Imagen 4 modelo



(Pinterest, 2020)

Imagen 5 modelo



(Pinterest, 2020)

Imagen 6 modelo



(Pinterest, 2020)

3.4.3.1 Logo y slogan:
Smart Pets, with you and for you.

Imagen 7 logo





3.4.3.2 Selección de medios, estrategias y presupuesto:

El medio de comunicación pensado para la empresa Smart Pets, fue Instagram, gracias a que es una aplicación que hoy en día tiene muchísimo alcance alrededor del mundo, y puede ser conocida por mayor número de personas.

Para poder lograr un mayor alcance en la aplicación se tendría que tener una estrategia de publicidad que presta la aplicación, que se llama promoción que es para aumentar el alcance del perfil.

Esto que proporciona Instagram permite ser muy selectivos con el público al cual se quiere dirigir la empresa, que el perfil principal serían personas que tengan mascotas, o personas que les interesa la innovación y tecnología.

Los precios de esta opción varían según el presupuesto.

- Presupuesto mínimo: \$ 4.000 pesos diarios
- Presupuesto máximo: \$ 2.000.000 pesos diarios

También se puede escoger la duración de esta promoción que va desde 1 día hasta los 30 días, y ya dependiendo de la opción que se escoja esta tiene un alcance estimado de personas a las que mi perfil va a llegar.

4. ANÁLISIS DEL SECTOR

4.1 Análisis del sector:

Como ya dicho anteriormente el crecimiento en el mundo de las mascotas ha incrementado de una manera exponencial gracias a que la mayoría de las familias, en sus hogares tienen una o varias mascotas, lo que hace que todo el mercado de las mascotas crezca demasiado (servicios veterinarios, venta de productos para mascotas, entrenadores, alimento para mascotas). Se cree a su vez que al pasar los años este seguirá creciendo aún más, gracias a que las nuevas generaciones prefieren tener mascotas que hijos.

4.2 Competencia:

• Collar inteligente Buddy y Whistlelabs:

Fortalezas:

- Ya son empresas existentes que llevan mucho más en el mercado, mientras Smart Pet es una empresa que apenas va a surgir.
- Su sistema tecnológico y lo que le ofrece al mercado es bueno.
- Whistle Lab tiene una página de Instagram que tiene una estética muy atractiva.

Debilidades:

- Son empresas que no son tan conocidas en el mercado colombiano.
- La parte del mercadeo o de cómo hacen conocer sus marcas no llegan a un mayor alcance.
- No ofrecen tantos beneficios.

• Tkstar Pet GPS Tracker Y Tractive GPS Pet Tracker:

Fortalezas:

- Se especializa en el rastreo por GPS.
- Puede ser usado por cualquier dispositivo telefónico.
- No necesita un SmartPhone para ser usado.

Debilidades:

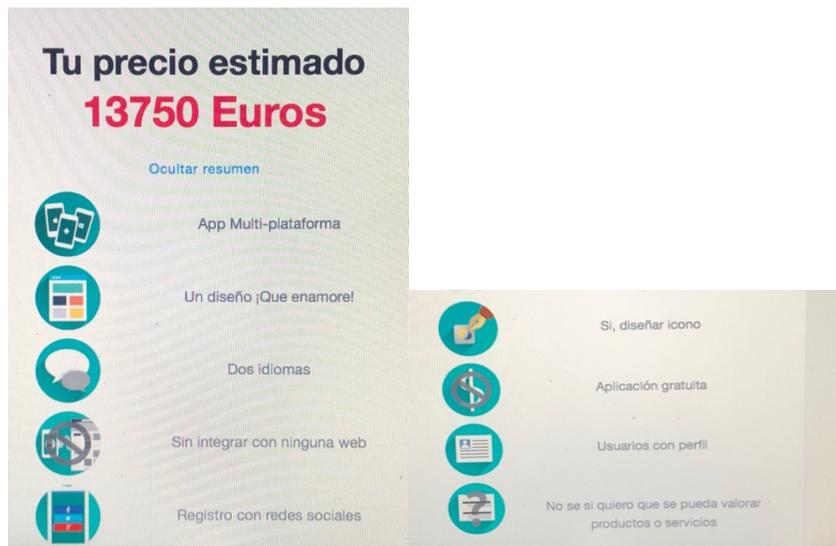
- Solo utiliza GPS
- No es una empresa conocida en el mercado colombiano.

4.3 Proveedores:

- Un creador de aplicaciones como **Farebase**: allí donde se almacenaría automáticamente la información que llegue al collar.

Valor de la aplicación:

Imagen 8 presupuesto



(¿Cuánto cuesta crear una APP, 2020)

Desventajas de este servicio:

- Que no puedan usarlo todos los dispositivos y que sea únicamente selectivo para dispositivos tales como iPhone o Android.
- Que la aplicación pueda presentar alguna falla.
- Que la calidad del servicio prestado en la aplicación no sea la adecuada.
- Inconformidad por parte del usuario.
- No tener disponibilidad de Internet o red.

Ventajas del servicio del proveedor:

- Rapidez para obtener la información del animal el cual está usando el producto.
 - El fácil almacenamiento de la información.
 - Mediante este servicio prestado por Farebase, no se perderían los datos, si en algún momento se llega a dañar o extraviar el collar.
- **Biocueros Colombia**: los cuales ofrecen el cuero que sería el cual se usaría para hacer los collares, gracias a que el cuero tiene buena

usaria para hacer los collares, gracias a que el cuero tiene buena resistencia a los cambios climáticos.

Precio promedio del cuero: Tiras de cuero de un grosor de 10mm y una cantidad de 10 metro tiene un valor de \$ 96.000 pesos colombianos.

Desventajas:

- Que no halla puntualidad en los días acordados para la entrega del producto.
- Durabilidad del producto no sea la ideal o esperada.
- Podría haber inconformidad con el cliente con el uso de cuero en los collares, gracias a que están hechos con el cuero de otro animal.

Ventajas:

- Que los collares tengan una durabilidad extensa gracias a que el cuero es resistente.
- Tener un proveedor directo.
- Una buena calidad del producto.

- **Cajas y empaques de Colombia:** encargada de crear los empaques de los collares para ofrecerle a los clientes.

Precio promedio del empaque: caja con medida 10x10x6cm con un valor de \$ 1.713 por caja

Ventajas:

- Que la empresa tenga un gran portafolio de empaques con diferentes diseños para ofrecerle a los clientes, lo que permite que haya variedad de colores y formas a la hora de elegir el empaque de los collares.
- Por medio de un acuerdo la empresa puede crear empaques únicos para la marca, lo que crearía una diferenciación en el producto y nos ayudaría a despertar el interés de compra de nuevos consumidores.
- Al tener por exclusividad con esta compañía para la creación de los empaques se podría llegar a un acuerdo de que la empresa nos de varios días para pagar los empaques a crédito, además, al comprar gran cantidad de empaques la empresa nos puede hacer un buen descuento a la hora de la compra.
- Cajas y empaque de Colombia utiliza material amigable con el medio ambiente para la realización de los productos, lo que promueve la responsabilidad social por parte de la marca y eso hace que los consumidores estén más interesados por la marca.

Desventajas:

- Por su lema de excelente calidad esta empresa no ofrece garantía postventa, si sucede algún imperfecto en la realización de algún empaque, la empresa no responde por el imperfecto.

- **Proinco:** quienes ofrecen la oferta de la venta de las USB, que tendrán los collares de las mascotas en las que se recopilara la información.

Precio promedio de la USB: USB con una capacidad de 128 GB es de \$ 70.000.

Ventajas:

- La empresa tiene acceso a una alta tecnología lo que permite ofrecer USB con mucho alcance para almacenar la información con facilidad y a tiempo real, esto hace que tengamos una alta diferenciación del producto.
- Acompañamiento después de la venta de cada una de las USB, para garantizar un buen servicio postventa y resolver dudas e inquietudes que se presenten para la utilización de la información de las USB.

Desventaja:

- Constantemente se debe pagar por actualizaciones del software utilizado por las USB, esto hace que haya unos costos fijos por el uso de esta tecnología.
- La empresa utiliza un sistema con aplicaciones que sólo sabe utilizar su personal, este ocasiona que, para cualquier situación inesperada con las USB, se deba pagar a la empresa para que resuelvan los daños y que ayuden con la información.

5. ANÁLISIS FODA O DOFA DE LA NUEVA EMPRESA**Fortalezas:**

- Buena publicidad y promoción.
- Excelente servicio al cliente.
- Innovación en la tecnología de los collares.
- Calidad de productos.
- Ofrecer ofertas y rebajas cada cierto tiempo.

Debilidades:

- No conocer muy bien el estado actual de la competencia.
- Tener proveedores únicos por producto.

Oportunidades:

- Buscar oportunidades para hacer conocer Smart Pets
- Nuevas tecnologías.
- Demanda de los collares por parte de los clientes.

Amenazas:

- Aumento de la competencia (local).

- Situación económica del país.
- Incremento del precio de insumos

6. ANÁLISIS TÉCNICO

6.1 Ubicación:

Inicialmente la empresa funcionara desde la residencia del emprendedor, ubicada en el barrio el Poblado de la ciudad de Medellín.

Ventajas de la ubicación: El poblado es un sector de Medellín que la mayoría de sus habitantes es de estrato medio o alto, lo que es una gran oportunidad a la empresa gracias a que este tipo de clientes es el que puede acceder a la línea de collares.

Desventajas de la ubicación: Puede ser un problema al enviarle el producto a algún cliente, gracias que esto puede generar un precio adicional.

6.2 Ficha técnica del producto o servicio

Los collares tendrán diseños inspirados en la naturaleza, hechos con materiales de muy buena calidad, que puedan resistir al medio ambiente (Lluvias y días soleados) y manejando un sistema de almacenamiento de información (eficaz, de fácil manejo y un sistema ordenado). A su vez tendrán un sistema reflectivo para que la mascota pueda ser vista en la carretera o en las vías para evitar posibles accidentes en las horas de la noche.

Teniendo en cuenta que el propietario puede extraviar el collar, habría una aplicación en el celular en el que se subiría automáticamente toda la información que llega al sistema de almacenamiento del mismo, para así evitar cualquier pérdida de información que es lo que se quiere evitar. Esta aplicación también tendrá un sistema de notificaciones para avisarle al propietario eventualidades de su animal de compañía (administración de medicamentos, próximas citas con el veterinario, peluquería, próximas vacunas o desparasitaciones, etc...)

Los collares manejan un sistema de GPS, que permite conocer la ubicación exacta de la mascota, a través de la aplicación del celular.

El material que Smart Pet pensó para la elaboración de los collares será el cuero, gracias a que es resistentes al ambiente y permite trabajarse para elaborar los diseños que los propietarios elijan. El almacenamiento de la información sería en la hebilla para cerrar el collar, la cual puede ser elaborada en metal.

Hay dos opciones de empaque, que permiten evitar el uso de plástico, puede ser el uso de una caja o un sistema que fija el collar.

6.3 Descripción del proceso productivo

- Los clientes escogen el diseño que quieren para el collar.
- Los collares se mandan a sublimar en el material escogido.
- Otro proceso diferente de al de elaborar los collares y los diseños, es el de elaborar la parte de la información que los collares le brinda a los usuarios.
- Los collares van a tener un dispositivo de GPS, el cual va a permitir ubicar las mascotas que tengan los collares.
- También la creación de la aplicación en el celular en el que se subiría automáticamente toda la información que llega al sistema de almacenamiento del mismo, para así evitar cualquier pérdida de información que es lo que se quiere evitar. Esta aplicación también tendrá un sistema de notificaciones para avisarle al propietario eventualidades de su animal de compañía (administración de medicamentos, próximas citas con el veterinario, peluquería, próximas vacunas o desparasitaciones, etc...)

6.4 Capacidad de producción

Se requiere producir mínimo 172 collares para estar en el punto de equilibrio, lo cual es viable ya que la producción será a través de maquila.

6.5 Parametros técnicos especial

No aplica.

6.6 Distribución de la planta

Por la empresa estar ubicada en la residencia del emprendedor y la producción ser contratada a través de maquila, dicho ítem no aplica.

6.7 Descripción de los activos fijos requeridos

Se requiere la dotación de oficina:

- Escritorio
- Silla
- Celular
- Computador
- Impresora

6.8 Requerimientos de personal

- Administrador
- Diseñador
- Mensajero
- Contador
- Empresa maquiladora
- Fotógrafo

7. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO Y LEGAL

7.1. Estructura organizacional

7.2. Funciones y cargos

Cargo: Administrador

Funciones:

- Poder planear objetivos y buscar estrategias para poder lograrlos.
- Monitorear y dirigir actividades necesarias y corregir los errores.
- Persona capaz de liderar, y motivar.
- Diseña planes de trabajo.

Perfil:

- **Profesional:** Administrador de empresas.
- **Otros conocimientos:** Sobre el mercado de las mascotas.
- **Experiencia:** sin necesidad de experiencia laboral, con pregrado en administración de empresa.
- **Otros:** una persona ágil, trabajadora, con mucho carisma y buena actitud.

Cargo: Diseñador

Funciones:

- Capaz de crear campañas publicitarias.
- Diseño de logotipos, empaques.
- Creación de diseños.
- Las demás que le asigne el jefe inmediato.

Perfil:

- **Profesional:** Diseñador gráfico.
- **Otros conocimientos:** No aplica.

- **Experiencia:** sin necesidad de experiencia laboral, con pregrado.
- **Otros:** una persona ágil, creativa, enérgico, con mucho carisma y buena actitud

Cargo: Mensajero

Funciones:

- Transportar los domicilios requeridos.
- Las demás que le asigne el jefe inmediato.

Perfil:

- **Profesional:** No requerido.
- **Otros conocimientos:** No necesarios.
- **Experiencia:** Conducción de automóvil o motocicleta.
- **Otros:** persona productiva, didáctica, organizada, responsable, analítico, exigente, con carácter, adaptable.

Cargo: Contador

Funciones:

- Documentación de informes financieros.
- Análisis de ganancias y gastos.
- Redacción sobre el estado financiero
- Mantener información contable al día.
- Las demás que le asigne el jefe inmediato.

Perfil:

- **Profesional:** Contador público.
- **Otros conocimientos:** Únicamente el pregrado.
- **Experiencia:** con experiencia laboral previa.
- **Otros:** constante, ético, cooperativo, alerta, eficaz, sincero.

Cargo: Fotógrafo

Funciones:

- Capturar fotos
- Edición de las fotos.

Perfil:

- **Profesional:** Fotógrafo.
- **Otros conocimientos:** fotografía en animales y de producto.
- **Experiencia:** Portafolio de fotografías.
- **Otros:** productivo, creativo, libre, con agilidad mental, entusiasta, eficaz y con buen gusto.

7.3. Tipo de sociedad a construir

La empresa se constituirá como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Con un solo propietario.

7.4. Licencias y permiso para su funcionamiento

Requisitos para poder abrir una empresa en Colombia:

- Registro mercantil del negocio o empresa.
- Permiso sanitario que se saca en la secretaria de salud.
- El RUT que es obtenido en la DIAN.
- Permiso de planificación que es dado por el municipio.
- Disponibilidad del nombre.
- Realizar una aclaratorio de los estatutos y abrir una cuenta bancaria de la empresa, y certificar esta cuenta en la cámara de comercio.
- Registro de la empresa en la cámara de comercio y también registrarla en el Instituto de Seguridad Social.

7.5. Pasos para construir legalmente una empresa

Paso 1. Consulte que sea posible registrar el nombre su compañía, es decir, que está disponible por no ser el de ninguna otra.

Paso 2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía. Éstos son el contrato que regulará la relación entre los socios; y entre ellos y la sociedad. Recomendamos cualquiera los siguientes.

Paso 3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.

Paso 4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Paso 5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Paso 6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.

Paso 7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

Paso 8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

Paso 9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Paso 10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

8.1 Estructura de costos y gastos

8.1.1. Costos variables

| | | |
|-------------------------|-----------------------|----------------|
| PRODUCTO: | Collar pequeño | |
| Precio de venta: | \$ | 160.000 |
| Referencia: | 40 centímetros | |
| COSTOS VARIABLES | | |
| Cuero | \$ | 3.840 |
| Maquila (10%) | \$ | 16.000 |
| Transporte | \$ | 8.000 |
| Empaque | \$ | 1.713 |
| USB | \$ | 70.000 |
| Comisión 20% | \$ | 32.000 |
| TOTAL C.V. | \$ | 131.553 |

| | | |
|-------------------------|-----------------------|----------------|
| PRODUCTO: | Collar mediano | |
| Precio de venta: | \$ | 160.000 |
| Referencia: | 55 centímetros | |
| COSTOS VARIABLES | | |
| Cuero | \$ | 5.280 |
| Maquila (10%) | \$ | 16.000 |
| Transporte | \$ | 8.000 |
| Empaque | \$ | 1.713 |
| USB | \$ | 70.000 |
| Comisión 20% | \$ | 32.000 |
| TOTAL C.V. | \$ | 132.993 |

| | | |
|-------------------------|----------------------|----------------|
| PRODUCTO: | Collar grande | |
| Precio de venta: | \$ | 160.000 |
| Referencia: | 65 centímetros | |
| COSTOS VARIABLES | | |
| Cuero | \$ | 6.240 |
| Maquila (10%) | \$ | 16.000 |
| Transporte | \$ | 8.000 |
| Empaque | \$ | 1.713 |
| USB | \$ | 70.000 |
| Comisión 20% | \$ | 32.000 |
| TOTAL C.V. | \$ | 133.953 |

8.1.2. Costos y gastos fijos

| COSTOS Y GASTOS FIJOS MENSUALES | |
|--|---------------------|
| Salarios Administrativos | \$ - |
| Obligaciones Laborales | \$ 500.000 |
| Cuota Préstamo | \$ 1.269.671 |
| Internet | \$ 90.000 |
| Teléfono | \$ 60.000 |
| Servicios Públicos | \$ 480.000 |
| Honorarios Contador | \$ 500.000 |
| Papelería y publicidad | \$ 280.000 |
| Mantenimiento | \$ 20.000 |
| Arrendamiento | \$ 300.000 |
| Depreciaciones | \$ 101.083 |
| Aseo y cafetería | \$ 200.000 |
| Impuestos generales | \$ 50.000 |
| Honorarios Diseñador | \$ 300.000 |
| Honorarios fotógrafo | \$ 300.000 |
| Subtotal | \$ 4.450.755 |
| Imprevistos (5% del subtotal) | \$ 222.538 |
| Total Costos y Gastos Fijos | \$ 4.673.292 |

8.2. Punto de equilibrio

| | | | | |
|----------------------------|--------------|---|--------------|---------|
| Punto de Equilibrio en \$= | \$ 4.673.292 | = | \$27.539.567 | Mensual |
| | 16,97% | | | |

8.3. Margen de contribución presupuesto de ventas

| PRODUCTO/SERVICIO | PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MENSUAL | PRECIO DE VENTA UNITARIO | COSTO VARIABLE UNITARIO | MARGEN DE CONTRIBUCION DEL PRODUCTO EN PESOS | VENTAS DEL MES | MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL EN PESOS |
|-------------------|---|--------------------------|-------------------------|--|----------------------|---------------------------------------|
| Collar pequeño | 52 | \$ 160.000 | \$ 131.553 | \$ 28.447 | \$ 8.261.870 | \$ 1.468.909 |
| Collar mediano | 69 | \$ 160.000 | \$ 132.993 | \$ 27.007 | \$ 11.015.827 | \$ 1.859.403 |
| Collar grande | 52 | \$ 160.000 | \$ 133.953 | \$ 26.047 | \$ 8.261.870 | \$ 1.344.981 |
| TOTALES | | | | | \$ 27.539.567 | \$ 4.673.292 |

| | |
|-------------------------------------|--------|
| Margen de Contribución Total en % = | 16,97% |
|-------------------------------------|--------|

8.4 Presupuesto de inversión

| INVERSIÓN REQUERIDA | | |
|----------------------|----------------------|--------|
| ACTIVOS FIJOS | \$ 2.970.000 | 3,00% |
| GASTOS PREOPERATIVOS | \$ 58.955.000 | 59,56% |
| CAPITAL DE TRABAJO | \$ 37.063.152 | 37,44% |
| TOTAL | \$ 98.988.152 | |

8.4.1 Activos fijos

| Activo | Valor Unitario | Cantidad | Valor Total |
|----------------------------|----------------|----------|---------------------|
| Escritorio | \$ 600.000 | 1 | \$ 600.000 |
| Silla | \$ 80.000 | 2 | \$ 80.000 |
| Celular | \$ 800.000 | 1 | \$ 800.000 |
| Computador | \$ 1.000.000 | 2 | \$ 1.000.000 |
| Impresora | \$ 490.000 | 1 | \$ 490.000 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | | | \$ 2.970.000 |

8.4.2 Gastos preoperativos

| | |
|---|----------------------|
| Gastos de constitución, marcas y patentes | \$ 955.000 |
| Adecuaciones Local | \$ 400.000 |
| Software | \$ 56.000.000 |
| Mercadeo y publicidad | \$ 1.600.000 |
| TOTAL | \$ 58.955.000 |

8.4.3 Capital del trabajo

| | | | | | |
|---------------------------|---|---------|---|---|--------------|
| Costos y gastos fijos mes | * | 3 meses | = | + | Inventario |
| \$4.673.292 | * | 3 | = | + | \$23.043.275 |

| | |
|----------------------------------|---------------------|
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO= | \$37.063.152 |
|----------------------------------|---------------------|

8.5 Fuentes y condiciones de financiación

El 50,51% del valor requerido será financiado a través de un crédito bancario en las siguientes condiciones:

| | |
|------------|---------------|
| CREDITO= | \$ 50.000.000 |
| PLAZO= | 60 |
| TASA MES= | 1,5% |
| CUOTA MES= | \$ 1.269.671 |

El resto del dinero será aportado por el emprendedor.

9. IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIOECONÓMICO

- **Impacto ambiental:** Smart Pet como empresa pretende contribuir al medio ambiente, usando materiales amigables con la naturaleza.
- **Impacto social:** Se van a generar en promedio 3 empleos directos y 3 indirectos. De igual manera se impacta la calidad de vida de los clientes y sus mascotas.
- **Impacto económico:** La nueva empresa generará ingresos para sus empleados y el propietario, otorgando así recursos económicos para cubrir sus necesidades. De igual manera se impacta positivamente a los propietarios de las mascotas, ya que el producto les permitirá un mayor control de las mismas y les evitará gastos innecesarios.

10. CONCLUSIONES

- Se logro identificar las fortalezas y debilidades de las principales competencias de Smart Pet, y se pudo observar que la empresa ofrece muchos beneficios que otras compañías no ofrecen, pudiendo ser un producto muy apetecido por las familias que tengan mascotas. Por lo anterior, la nueva empresa podría sobresalir en el mercado de las mascotas.
- Al tener un aproximado de 5 millones de mascotas en el país de las familias colombianas, de las cuales el 39% de las familias que tienen mascotas son de estrato medio y el 47% son de un estatus social alto. Esto le puede facilitar a la empresa la venta de los collares, gracias a que a este tipo de publico es al que van dirigido el producto.
- Se hizo un análisis de mercado que concluyo que se requiere producir un mínimo 172 collares para estar en el punto de equilibrio, lo cual no indica que Smart Pet es una empresa con una muy buena viabilidad en el mercado de las mascotas.
- Se definieron las personas necesarias para el funcionamiento de la empresa. Se creo una estructura organizacional adecuada, y se le pudieron asignar las funciones a cada uno de los empleados.

11. BIBLIOGRAFÍA

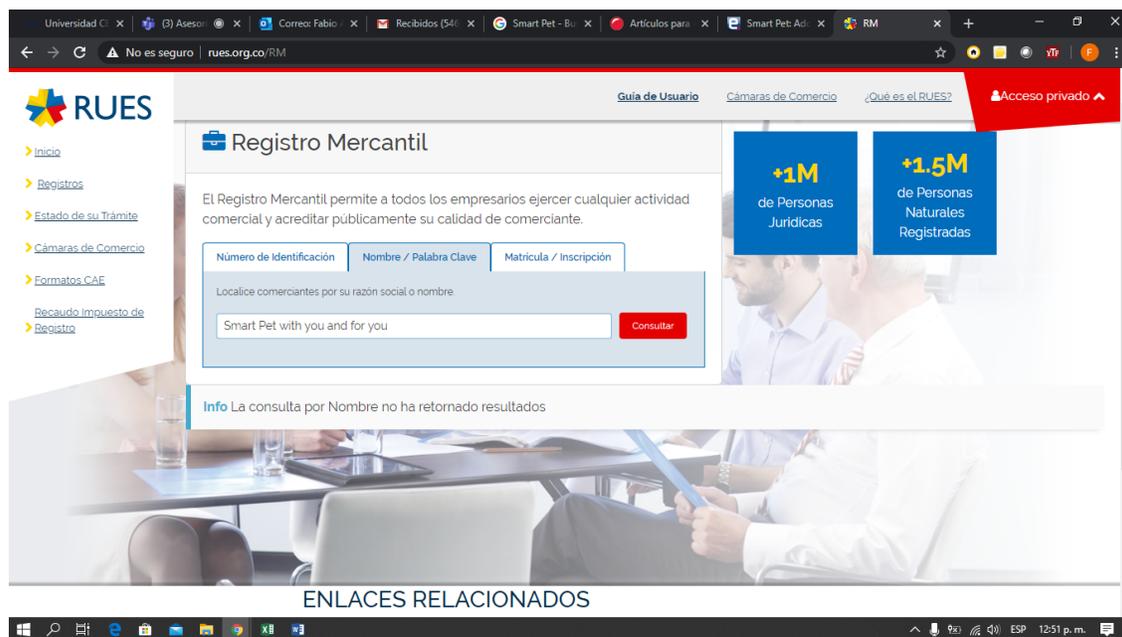
- Corporación CRES (29 Enero 2018) *10 pasos para formar empresa en Colombia*. Recuperado de: <https://corpocres.edu.co/informate/2018/01/29/10-pasos-formar-empresa-colombia/>
- ¿Cuánto cuesta crear una app? (2020) Imagen de presupuesto [web log post] recuperado de: <https://cuantocuestaunaapp.com/presupuesto/resultados/>
- Pinterst (2020) Imagen 1 de empaque [web log post] recuperado de: <https://pin.it/ViJmemA>
- Pinterest (2020) Imagen 2 de empaque [web log post] recuperado de: <https://pin.it/dXGquqr>
- Pinterest (2020) Imagen 3 diseños [web log post] recuperado de: <https://www.pinterest.es>

- Pinterest (2020) Imagen 4 modelo [web log post] recuperado de: <https://www.pinterest.es/pin/826129125382009165/>
- Pinterest (2020) Imagen 5 modelo [web log post] recuperado de: <https://www.pinterest.es/pin/480266747746449308/>
- Pinterest (2020) Imagen 6 modelo [web log post] recuperado de: <https://www.pinterest.es/pin/685039793297008565/>
- Revista Dinero (22 Noviembre 2018) *Las familias colombianas tienen más mascotas y menos hijos*, *Dinero: sección de negocios*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/mascotas-en-los-hogares-de-colombia-en-2018/264423>
- RUES (2020) Imagen de consulta de nombre. Recuperado de: <http://www.rues.org.co/RM>

12. ANEXOS

ANEXO 1. Consulta de nombre

Imagen 9 nombre



(RUES, 2020)

ANEXO 2. Validación con expertos de la oportunidad de negocio

Experto 1. María Alejandra Córdoba:

Opinión: Realmente veo el proyecto o la propuesta muy positivo para los médicos veterinarios, ya que puede ahorrar tiempo en la atención porque puede saber sobre la historia del paciente, si de pronto es por una urgencia, saber que enfermedades ha tenido anteriormente, saber que la ha pasado realmente al paciente, esto hace que se ahorre en la atención y ser más eficaz a la hora de actuar

Experto 2. Daniel Jaramillo

Opinión: Me parece muy útil porque los propietarios a veces llegan y olvidan información muy importante, por ejemplo, alergia a algún medicamento, eso es algo muy importante saberlo antes de iniciar cualquier tratamiento, si esa información está toda organizada es mas fácil para uno entenderá, a veces los propietarios no saben mucho de la historia, digamos, alguna vez tuvo diarrea y no

propietarios no saben mucho de la historia, digamos, alguna vez tuvo diabetes y no saben cual fue la causa, entonces es correlacionar las enfermedades que el paciente haya tenido anteriormente, que tratamiento ha tenido, y digamos un tratamiento funcionó en el pasado no funcionó en el pasado para la misma enfermedad, entonces ya digamos cambiar de tratamiento o pensar en otra causa que esté generando x o y patología y los propietarios muchas veces no saben eso, que tratamientos han tenido los pacientes en el pasado, esa información es muy valiosa en ese sentido.

Documento elaborado por:

Alfonso León Restrepo Garay
Fabio Alexander Muñoz E.

Soportado en el formato que utiliza el Fondo Emprender para las convocatorias y el libro Formulación y Evaluación de Proyectos de Rafael Méndez.

| |
|---------|
| GERENTE |
|---------|

|

| |
|----------------|
| ADMINISTRACIÓN |
|----------------|