

Caso de negocios

Millennial Pet



Sonríe más, ladra menos

Presentan:

Andrea García Ruiz

Daniel Martínez Pineda

Erick I. Bárcenas

Ciudad Universitaria, a 14 de mayo de 2018

Millennial Pet México S.A de C.V

Tel. 7169 9416

www.millennialpet.com

millennialpet@gmail.com



Contrato

En Ciudad Universitaria, a 14 de Mayo de 2018

Reunidos

DE UNA PARTE: El Inversionista asesor Ricardo Vidal Castro

DE OTRA PARTE: **Daniel Martínez Pineda, Erick I. Bárcenas Martínez, Andrea García Ruiz**

Representantes legales y propietarios de la empresa Parvus Pet, con misma razón social que el nombre de la parte en cuestión y con Cédula de Identificación Fiscal SAGJ8211109W5.

Se reconocen ambas partes con poder, competencia y legitimación bastante para formalizar el presente Contrato

Exponen

PRIMERO.- El presente Contrato se refiere a la información que EL DIVULGANTE proporciona al INVERSOR, ya sea de forma oral, gráfica o escrita y, en estos dos últimos casos, ya esté contenida en el “Caso de Negocios” o en cualquier otro tipo de documento, con ocasión de las negociaciones que se van a desarrollar a fin de que Ricardo Vidal Castro, inversionista, está interesado en aportar capital económico para el proyecto denominado “Parvus Pet” y de más y presentaciones del mismo, con una aportación de capital de \$ 1,419,772 MXN (Un millón cuatrocientos diecinueve mil setecientos setenta y dos pesos Moneda Nacional).

SEGUNDO.- Que **Daniel Martínez Pineda, Erick I. Bárcenas Martínez, Andrea García Ruiz** se comprometen a que se realicen y se destinen los recursos para el negocio convenido y se sujeta a las leyes vigentes para el cumplimiento de lo que en adelante se estipule en este contrato y todo el contenido en este plan es propiedad intelectual de los ya mencionados.

Por todo ello formalizan el presente Contrato con base en las siguientes cláusulas:

I. Objeto

1ª.- El objeto del presente Contrato es la realización, por parte de la empresa de actividades y manufacturas para dar continuidad al proyecto de relanzamiento y re-abastecimiento del mercado del producto denominado “Parvus Pet”. Así como las gestiones pertinentes, trabajos y gestiones necesarias para el lanzamiento del mismo producto en otras presentaciones y con prestaciones adicionales al cliente, todo esto contando con el capital que el Inversionista aporta sujeto a las garantías y condiciones que se establezcan en el presente contrato y citadas en las siguientes cláusulas.

2ª.- La Empresa no se compromete a cumplir con lo estipulado en este caso de negocios, sino que constituye la mejor estimación de lo que puede llevarse a cabo; asumiendo la realización del trabajo propio en el que únicamente interviene La Empresa, contemplando todas y cada una de las operaciones de fabricación, venta, distribución y cobranza. Así como establecer que



La Empresa se reserva el derecho de actuar sobre el capital que la inversionista aporta de la forma que la empresa crea más conveniente para el éxito del negocio, el cual se recibe en una sola exhibición a la firma del presente contrato.

3ª.- La empresa informará de los avances y estados de resultado cuando El Inversionista lo requiera y dará acceso una vez por mes a copias fotostáticas previo cotejo con original de facturas de venta emitidas mensualmente por la Empresa, notas y pagarés de crédito, Estados de cuenta bancarios de la(s) cuenta(s) de la empresa y en general toda la documentación necesaria para que la Inversionista conozca el destino y Estatus de las mercancías que elabora y comercializa la Empresa. así como a recibos de honorarios de personas que presten servicios requeridos por la Empresa de cualquier persona física o empresa que preste el tipo de servicio indispensable para el funcionamiento del aparato de manufactura, comercialización, distribución y gestión de cobranza de la Empresa, incluyendo servicios de Telecomunicaciones, Renta, Electricidad, Gas, Agua, Combustibles, etc. En general, cualquier servicio que la Empresa requiera y que hará valido ala Inversionista mediante presentación de facturas del servicio requerido, ya que todos estos gastos repercuten dentro de la utilidad neta que recibirá la Inversionista Mensualmente.

II. Plazo de ejecución

4ª.- La duración prevista para el desarrollo del proyecto y generación de utilidades para el inversionista será de 3 años, finalizando en Junio de 2020, pudiendo prorrogarse o renovarse de mutuo acuerdo si ambas partes consideran oportuna su prosecución. La Empresa informará con un mes de antelación a la Inversionista cualquier modificación de la cuantía mínima del capital requerido para conservar el mismo porcentaje o, en su defecto, uno menor al 35% pero nunca mayor al mismo (35%).

III. Precio y forma de pago

5ª.- Como aportación para la realización del proyecto en cuestión, El Inversionista se compromete a abonar a la Empresa la cantidad de \$ 1,419,772 MXN (Un millón cuatrocientos diecinueve mil setecientos setenta y dos pesos Moneda Nacional), que hará efectiva a la firma de este contrato en una sola exhibición.

6ª.- El abono de dicha cantidad se hará efectivo en la cuenta n° 5527663 Sucursal 253 abierta en el BANCO NACIONAL MEXICANO (Banamex), a nombre de Parvus Pet, mediante cheque por el monto total, mismo que será presentado ante esta H. Notaría en forma física para ser citado en número y anexada copia fotostática a este contrato.

No. de copia: 1

Índice

Contrato	1
	2



Índice	3
1. Resumen Ejecutivo	5
2. Introducción	7
2.1 Antecedentes	7
1.2 Objetivo	8
2. Descripción del servicio	8
3. Análisis del mercado	8
3.1 Perfil de cliente y mercado potencial	8
3.1.1 Mercado potencial	8
3.1.2 Tamaño del mercado potencial	9
3.2 Estudio sobre el consumo de accesorios para mascotas	9
3.3 Segmentación del mercado	12
3.5 Pronóstico de mercado	14
4. La compañía	14
4.1 Cultura organizacional	14
4.1.1 Misión	14
4.1.2 Visión	15
4.1.3 Valores	15
5. Métodos y planeación estratégica	16
5.1 Análisis FODA	16
5.1.1 Fortalezas	16
5.1.2 Oportunidades	17
5.1.3 Debilidades	18
5.1.4 Amenazas	18
6. Plan de mercadotecnia y ventas	19
6.1 Objetivos	19
6.2 Generalidades	20
6.3 Estrategias de marketing	21
Oferta inicial	21
Marketing local	22
Publicidad de accesorios	23
Marketing virtual	23
6.4 Productos	23
7. Competencia	25
Mascotastudio Fotografía de Mascotas	25
PicPet · Fotografía de Mascotas y Animales	25
Adol producciones	25
Maskota - +KOTA	26



8. Plan de recursos humanos	27
8.1 Currícula	27
8.1.1 Dirección general	27
8.1.2 Marketing y ventas	27
8.1.2.2 Vendedores	28
8.1.2.3 Fotógrafo	28
8.1.2.4 Auxiliar de fotografía	28
8.1.3 Departamento de Recursos Humanos	28
8.1.3.1 Contador	28
8.1.3.2 Capacitor	29
8.1.3.3 Reclutador y encargado de entrevistas	29
8.1.4 Departamento de sistemas	30
8.1.4.1 Operadores encargados de sistemas	30
8.1.5 Administración y finanzas	30
8.1.5.1 Cajeros	30
8.2 Organigrama	31
9. Plan financiero	31
9.1 Primera inversión	31
9.2 Punto de equilibrio	32
9.3 Costos de producción	32
9.4 Proyección de ingresos	32
10. Contabilidad de costos	33
10.1 Costes fijos	33
Para más información respecto a los salarios, , véase el apéndice. Tabla 2, Capital de trabajo.	33
10.2 Costos variables	33
10.3 Costos indirectos	33
11. Determinación de la ubicación	34
12. Conclusiones y recomendaciones	39
APÉNDICE	40



1. Resumen Ejecutivo

Parvus Pet es una empresa dedicada a las mascotas, enfocados particularmente a las sesiones fotográficas de los animales de compañía solos o con sus dueños. La primera sucursal de la empresa se encontrará ubicada en la zona de la colonia Condesa, delegación Cuauhtémoc en la Ciudad de México.

El servicio: En Parvus Pet, el servicio principal que ofrecemos son la toma, edición y diseño de sesiones fotográficas para las mascotas, tanto retratos y sesiones familiares como fotomontajes digitales. Este será entregado al cliente a modo impresión y formato digital.

Los productos: Parvus Pet, además de prestar el servicio antes mencionado, también forma parte de la distribución de accesorios para mascotas así como alimento y productos para la higiene y salud para ellos.

Ventaja competitiva: Pese a haber una gran cantidad de empresas dirigidas al mercado de mascotas, Parvus Pet aventaja en el concepto de negocio, nos dedicamos hacia el entretenimiento más que a la venta y distribución.

Mercado: El mercado está dirigido a personas de entre 18 y 35 años, con mascotas, solteros, que quieran consentir y demostrar su cariño a su mascota, ya sea con fotografías o videos, accesorios para la vida cotidiana o productos específicos.

La propuesta de negocio de Parvus Pet entra dentro del creciente mercado de mascotas que ha aumentado significativamente durante los últimos 10 años, mostrando un crecimiento promedio del 10% y se espera que siga creciendo. Además de ello, es importante mencionar que durante los últimos años, este mercado se ha vuelto una parte muy importante en la cultura de las nuevas generaciones.

Características

El espacio en tienda estará dividido en dos partes: La primera, donde se venderán los productos de uso y consumibles para las mascotas, y al fondo el estudio fotográfico perfectamente equipado para atender a los clientes con sus mascotas.

Nuestra principal característica será el tiempo de entrega con respecto a otras empresas que ofrecen el servicio de fotografía, ya que contaremos con un editor de fotos especializado.



Estrategias de negocio

Nos enfocamos al sector B/C+ ya que este sector siempre busca darle un valor agregado al producto que adquiere y buscaremos sacar el mayor provecho de ello.

El equipo

Contrataremos a gente especializada en la atención a clientes para que sean los primeros que aborden a todos nuestros usuarios tanto en tienda como a domicilio.

En las cuestiones del estudio fotográfico se contratarán a personas que sean especialistas en el diseño por computadora para la edición y personal que tenga la experiencia de tratar con mascotas para que sepan lidiar con los conflictos que éstas puedan ocasionar.

Inversión inicial: \$ 1,419,772.98

Proyecciones de costos y retorno de inversión

COSTOS DEL PROYECTO	COSTOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	1	2	3	4	5
Renta	\$ 40,000.00	\$ 528,000.00	\$ 576,000.00	\$ 624,000.00	\$ 672,000.00	\$ 720,000.00
Agua	\$ 300.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
Luz	\$ 225.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00
Salarios	\$ 36,500.00	\$ 384,000.00	\$ 438,000.00	\$ 438,000.00	\$ 438,000.00	\$ 438,000.00
Permisos	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Compra de productos	\$ 39,139.65	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80
Teléfono	\$ 420.00	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00
TOTAL	\$ 117,084.65	\$1,399,015.80	\$1,501,015.80	\$1,549,015.80	\$1,597,015.80	\$1,645,015.80

Retorno de inversión: Se prevee el retorno de la inversión inicial en un plazo de 3 años.



2. Introducción

2.1 Antecedentes

Desde que el ser humano domesticó a los primeros animales, estos se volvieron una parte casi indispensable en la vida diaria. Con el paso de tiempo, algunos animales se volvieron de ayuda para la cacería, otros fueron incluso animales venerados en ciertas culturas, transformándolos en deidades. En su caso, los perros fueron importantes compañeros de los reyes medievales, además de ser factores determinantes del éxito en las cacerías y en las guerras.

Hoy en día, los animales son una parte importante de la sociedad, generando un sector de consumidores muy amplio, ya que requieren de cuidados y atenciones con amplia variedad. Los dueños están obligados a cubrir las necesidades básicas de sus mascotas, tales como alimento, higiene y techo. Las nuevas generaciones han cambiado de parecer con respecto a las familias, pues en muchas ocasiones, deciden tener mascotas en lugar de hijos y estos son tratados como tal. “A medida que la clase media en México ha adquirido mayor poder adquisitivo, sus mascotas han comenzado a gozar de una calidad de vida superior.”¹

Es así como el mercado de mascotas tanto en su venta como en accesorios y cuidados para ellos ha crecido de manera exponencial. La demanda de accesorios para mascotas ha ido en aumento, puesto que las mascotas han pasado a ser un integrante más de la familia. “El mercado de productos y servicios para mascotas [...] crece a una tasa promedio anual de 10% desde el 2008.”², sin embargo, al ser también un tema controversial el maltrato animal que se produce en la reproducción de especies de razas puras, es importante que en un negocio de este tipo se tome en cuenta este punto.

¹ Mascotas en México, un negocio de 2000 mdd. El Economista. Febrero 2014. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/02/08/mascotas-mexico-negocio-2000-mdd>

² Mascotas en México, un negocio de 2000 mdd. El Economista. Febrero 2014. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/02/08/mascotas-mexico-negocio-2000-mdd>



1.2 Objetivo

El objetivo de Parvus pet es plasmar momentos y recuerdos inolvidables con los compañeros más fieles de las personas con fotografías de nivel profesional; brindando también un ambiente de armonía y diversión para sus mascotas en donde podrán adquirir tanto elementos para las necesidades básicas de los animales de compañía como otros accesorios que serán útiles para su óptimo desarrollo.

2. Descripción del servicio

En Parvus pet nos dedicamos a la distribución de artículos para mascotas que van desde artículos básicos como alimentos, productos de higiene, medicamentos y recreación hasta accesorios de viaje y con aplicaciones específicas. Además de ello, contamos con un estudio fotográfico que capturará a las mascotas de los clientes en un ambiente divertido y acogedor caracterizados de acuerdo al mismo, creando un recuerdo de los mejores amigos de nuestros clientes.

La visita al estudio fotográfico se genera a través de una cita previamente agendada en la recepción. Para la comodidad del cliente, se manejan una serie de paquetes, procurando que estos en su mayoría se ajusten a las necesidades del cliente:

Además, parte del servicio incluye una estrecha relación con los albergues de la ciudad de modo que un pequeño porcentaje de las ganancias de la empresa serán destinados al apoyo de los mismos.

3. Análisis del mercado

3.1 Perfil de cliente y mercado potencial

3.1.1 Mercado potencial

Personas con mascotas, con nivel adquisitivo medio/alto (Clase B/C+, de acuerdo con la AMAI), de entre 18 y 35 años. Preferentemente solteros, con planes para construir una familia.



3.1.2 Tamaño del mercado potencial

Según el INEGI, en la delegación Cuauhtémoc hay 531 831 personas, de las cuales el 23.7% son personas de 15 a 29 años, dándonos un total de 126 044. Por otro lado, en 2015 hubo 2734 matrimonios entre personas de 30 a 34 años, las cuales son las más propensas a tener mascotas.

Hablando de la colonia Condesa, donde nos ubicaremos; en un radio de 432[m] alrededor del local, se encuentran 2115 personas de 15 a 29 años y 4592 de 30 a 59 años. De las anteriores el 70% tiene mascotas y han comprado alguna vez productos para estas. Estimamos un mercado directo de entre 4500 y 5000 personas teniendo en cuenta la edad y nada más de la zona Condesa.³ Este mercado contemplado sería el mínimo que tendríamos, pero el más directo.

3.1.2 Perfil del cliente

Personas de entre 16 y 40 años, con mascotas, solteros, que quieran consentir y demostrar su cariño a su mascota, ya sea con fotografías videos o accesorios para la vida cotidiana o con productos específicos.

3.2 Estudio sobre el consumo de accesorios para mascotas

Los datos fueron obtenidos mediante un estudio cuantitativo por medio de una entrevista personal con la técnica Computer-Assisted Web Interviewing (CAWI).

Se realizó con usuarios de Mercawise (empresa especializada en estudios de mercado y realización de encuestas Ad-hoc) en México , que cumplieron con los siguientes criterios:

Usuarios dueños de mascotas, incluidos: perros, monos, cerdos, tarántulas, víboras, hamsters, cuyos, peces en general, pericos u otras aves, hurón, gato e iguanas. En total 305 unidades muestrales válidas, con un nivel de confianza de 95%. Datos del 17/02/2015.

- La mitad de los encuestados compran productos para sus mascotas.

³ Datos recuperados de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/inv/>.



- Los productos más comunes son correas, collares, shampoo, croquetas y ropa para mascotas. Constituirán nuestros productos con más existencias.
- Los lugares más comunes para la compra de los accesorios de mascotas son la veterinaria, estética canina y el supermercado.
- Al año, la mayoría de los consumidores no gastan más de 1100 pesos al año en sus mascotas. En el D.F. se concentra la población demás de 1100.



- Los consumidores basan su compra en la calidad del producto, así como su precio y el impacto en la interacción con su mascota.
- En general, para los consumidores los accesorios para mascotas son caros. Un menor porcentaje, pero importante, opina que son justos.
- Los consumidores gastan entre 350 y 450 para comida especializada en su mascota.



3.3 Segmentación del mercado

México es un gran consumidor de productos para mascotas en América latina. De acuerdo con un reporte de Euromonitor International, en 2009 México ocupó el segundo lugar (sólo después de Brasil) en América Latina con 14% de las ventas del mercado de productos del cuidado y alimento para mascotas.⁴

Asimismo, en el año 2010, el consumo relacionado con las mascotas albergaba un total de 1,377.2 millones de dólares; para el 2013, cerró con un monto de 2,222.8 millones de dólares, según datos de Euromonitor⁵, agencia especializada en tendencias del mercado global. La demanda en este sector va en aumento, a nivel nacional y a nivel internacional.

En vista de que según el INEGI, la CDMX concentra el 16.5% del PIB, estableceremos el local comercial en dicha ciudad, donde se concentrará la primera fase del proyecto. Por otro lado, el mercado al que se dirige el proyecto es a la clase A/B, tomando en cuenta el estudio realizado por AMAI⁶.

Según las características dadas en el estudio AMAI, la población que buscamos en la Ciudad de México está concentrada, según la siguiente imagen⁷, en las

⁴ El costo de mantener un perro. Giovanni Rueda. Abril 2010. Recuperado de:
http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2010/bol169_mantenimiento.asp

⁵ Pet Care. Euromonitor International. Recuperado de : <http://www.euromonitor.com/pet-care>

⁶ Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de mercado y opinión pública AC. <http://nse.amai.org/data/>

⁷ Presupuestos de las delegaciones de la CDMX. Kristobal M. Meléndez Aguilar. Noviembre 2016. Recuperado de:
<http://ciep.mx/presupuesto-de-las-delegaciones-de-la-cdmx-2016/>



delegaciones Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc.

La primera tiene una producción de \$2092775.5: mientras que Cuauhtémoc \$1487774. Tomando en cuenta una noticia del financiero⁸, analizamos las delegaciones con menor natalidad, que según el artículo son las personas que invierten más en sus mascotas. De este modo encontramos que la delegación Miguel Hidalgo tiene una baja natalidad, mientras que Cuauhtémoc se encuentra en un rango medio.

9

Por todo lo anterior nuestro mercado queda entonces definido en estas delegaciones, ya que cumplen además con la edad promedio de nuestro mercado potencial.. Según datos de extraído del Consejo de integración juvenil^{10 11}, la edad

⁸ ¿Cuánto gastas en tu perro? El financiero. Abril 2014. Recuperado de:
<http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/y-tu-cuanto-gastas-en-tu-perro.html>

⁹ Censo Nacional de Gobiernos Municipales y delegaciones 2011. Nacimientos por delegación de residencia habitual. Junio 2014. Recuperado de: http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/CDMX_ANUARIO_PDF15.pdf

¹⁰ Diagnóstico del contexto socio-demográfico del área influencia del CIJ Cuauhtémoc Oriente. Recuperado de:
<http://www.cij.gob.mx/ebco2013/centros/9420SD.html>

¹¹ Diagnóstico del contexto socio-demográfico del área influencia del CIJ Miguel Hidalgo. Recuperado de:
<http://www.cij.gob.mx/ebco2013/centros/9430SD.html>



promedio de dichas delegaciones es de 33 a 35 años en Miguel Hidalgo y de 25 a 26 años en la delegación Cuauhtémoc.

Segmentando el nicho de acuerdo con nuestro mercado potencial, las siguientes son las colonias en las que el segmento de mercado se concentra:

- Condesa-Roma
- Lomas de chapultepec
- Polanco
- Bosques de las Lomas

3.5 Pronóstico de mercado

Con base en los puntos dados, el cliente concentrará su compra en productos de primera necesidad: comida y artículos de higiene. Además, guiará su compra de acuerdo a la calidad, precio y la relación producto-mascota. El presupuesto para lo anterior no excede los 1,000 pesos al mes por consumidor. Además, el cliente tiene una preferencia de compra en clínicas veterinarias o tiendas departamentales.

Las mascotas más comunes son perros y gatos, los cuales deberán tener más peso en las existencias del inventario. Los productos en general son percibidos como caros, siendo aprovechable para elevarlos a la categoría de justos o razonables.

Todo eso es nada más de los accesorios, sin embargo en lo que respecta al estudio fotográfico hay buenos prospectos, ya que en un 73% las personas gastarían más de tres mil pesos, de acuerdo a una encuesta hecha por nosotros en la colonia Condesa en abril del 2017.

4. La compañía

4.1 Cultura organizacional

4.1.1 Misión

- a) Ser una empresa comercializadora de calidad y confianza para los clientes.
- b) Fomentar las relaciones con albergues de manera que las adopciones sean una parte de nuestra cultura como empresa.



- c) Brindar un servicio integral a la atención de la mascota, mejorando la calidad de la relación dueño-animal.

4.1.2 Visión

- a) Convertirnos en la empresa número uno reconocida en el sector comercial en un lapso de 10 años.
- b) Ser reconocidos como la empresa con el mejor servicio web para conexión entre dueños de mascotas.

4.1.3 Valores

- a) *Trabajo en equipo*: Las relaciones en el trabajo deben basarse en la cortesía y el respeto.
- b) *Respeto*: Nuestra conducta siempre debe ser de integridad, confianza y lealtad, así como de valoración del ser humano y animal en su privacidad, individualidad y dignidad.
- c) *Servicio al cliente*: Nuestro compromiso con la satisfacción del cliente deberá reflejarse en el respeto por sus derechos como consumidor y la búsqueda de soluciones, de acuerdo con las metas de rentabilidad de la compañía.
- d) *Puntualidad*: Puntualidad en la llegada de los productos solicitados y entrega de los paquetes fotográficos en tiempo y forma.
- e) *Líderes y no empleados*: Todos los empleados deben actuar como verdaderos líderes incluso cuando no tengan un rol formal en tal sentido. Sólo contando con líderes y no simples empleados alcanzaremos nuestra misión y definiremos un nuevo estándar de mercado para la actividad.
- f) *Meritocracia*: Parvus Pet reconocerá el mérito de todos los empleados y asegurará que se genere igualdad de oportunidades de acuerdo con el cumplimiento de cada uno de ellos. No puede haber recompensas adicionales debidas a relaciones personales sino al claro cumplimiento de metas.
- g) *Búsqueda continua de utilidades*: El valor a largo plazo para los accionistas será el resultado de la generación de utilidades continuas. Todas las decisiones se tomarán de acuerdo con este principio.



5. Métodos y planeación estratégica

5.1 Análisis FODA

	INTERNO	EXTERNO
+	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
	<ul style="list-style-type: none">● Ambientación● Concepto innovador● Enfoque a la generación millennial● Ubicación	<ul style="list-style-type: none">● Mercado creciente● Calidad de vida superior en las mascotas● Mercado informal en venta de mascotas
-	DEBILIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none">● Primer emprendimiento de los socios.● Concepto poco conocido en el mercado tradicional● Falta de un seguro a empleados.● Riesgo de que la mascota dañe el estudio	<ul style="list-style-type: none">● Negocios informales con venta de alimento por mayoreo.● Franquicias establecidas● Inseguridad en la zona● Enfermedades

5.1.1 Fortalezas

- *Ambientación.* El ambiente del lugar es de suma importancia para la atracción del cliente, es por eso que será decorado haciendo uso de la psicología del color.¹² En el área de accesorios, se exhibirán con tonalidades de naranja y los productos de oferta serán remarcados con el color rojo debido a ser más atractivo para el cliente. Para decorar las paredes del local se usarán fotografías de algunas sesiones fotográficas con el sello de la marca.

¹² Cómo usar los colores en marketing. Entrepreneur Staff. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/262456>



- *Concepto innovador:* La mayoría de las tiendas de mascotas solo ofrecen a los clientes productos de comercialización* y en algunos casos, una pequeña área de venta de mascotas. Nosotros en Parvus Pet tomamos esta idea de negocio y añadimos el servicio de estudio fotográfico para capturar un recuerdo invaluable de los mejores amigos de nuestros clientes.
- *Ubicación:* La ubicación de Parvus Pet fue seleccionada analizando el sector de mercado al que queremos llegar, de ese modo, se encuentra más al alcance de nuestro mercado objetivo.
- *Enfoque a la generación millennial:* De acuerdo a Forbes la generación millennial prefiere hacerse cargo de una mascota en lugar de contraer matrimonio y tener hijos, debido a que una mascota requiere menos capital en cuanto a su salud, higiene y educación, y además no requieren tanto cuidado en los primeros años como lo demanda un bebé.¹³

5.1.2 Oportunidades

- *Mercado creciente:* Desde los últimos años, el mercado dedicado a la comercialización de productos para mascotas ha tenido un crecimiento constante. De acuerdo a El Financiero, el mercado de mascotas creció alrededor de un 8% en el año 2015, y continuará su crecimiento para los años posteriores.¹⁴
- *Calidad de vida superior en las mascotas:* Los dueños por lo regular se comprometen más con el cuidado de sus mascotas. Las mascotas representan para ellos una parte fundamental de su familia, por lo cual tratan de proveerles la mejor calidad de vida posible.
- *Mercado informal en venta de mascotas:* Al ser en su mayoría (un 90% de acuerdo al gerente de Dangu)¹⁵, manejar las adopciones atraerá al público que está a favor del cuidado animal.

¹³Por qué los millennials están sustituyendo las mascotas por los bebés. Recuperado de:

<http://forbes.es/actualizacion/6244/por-que-los-millennials-estan-sustituyendo-las-mascotas-por-los-bebes>

¹⁴ Mercado de mascotas crecerá este año hasta el 8%. (Septiembre 2015). El Financiero. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/mercado-de-mascotas-crecera-este-ano-hasta.html>

¹⁵ Mercado de mascotas crecerá este año hasta el 8%. (Septiembre 2015). El Financiero. Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/mercado-de-mascotas-crecera-este-ano-hasta.html>



5.1.3 Debilidades

- *Primer emprendimiento de los socios:* Ninguno de los socios ha puesto en marcha una empresa ni ha formado parte de la estructura organizacional de alguna.
- *Riesgo de que la mascota dañe el estudio:* Debido a la naturaleza de las mascotas es probable que se pueda salir de control la situación dentro del estudio y dañe el equipo de fotografía.
- *Falta de seguro en los empleados:* Debido a que la contratación va a ser por honorarios, el empleado no contará con ningún beneficio como el seguro de empleado o la antigüedad, haciendo con esto un punto por el cual no sientan una seguridad de empleo lo suficientemente grande como para no buscar otros empleos.
- *Concepto poco conocido en el mercado tradicional:* A pesar de que existen empresas con conceptos similares o que incluyen un servicio del mismo tipo, es muy poco conocido en el mercado de las mascotas. Las sesiones fotográficas son una idea de la que no se tiene mucha idea de la aceptación, ya puede sorprender a muchos de los clientes de manera positiva pero de la misma forma, puede pasar desapercibido.

5.1.4 Amenazas

- *Negocios informales con venta de alimento por mayoreo:* Collares, correas, casas, placas, alimento, bolsas para recoger heces, ropa, zapatos, camas, transportadoras, platos, juguetes, mochilas, entre otras tantas distintas en color, marca, tamaño y precio.¹⁶
- *Franquicias establecidas:* Las franquicias establecidas tales como + Kota y Petco representan una amenaza para Parvus Pet ya que su reputación los precede y, aunque el enfoque del negocio es distinto, los clientes suelen decantarse por el negocio conocido.
- *Inseguridad en la zona:* Se tiene antecedentes de que en la colonia Hipódromo

¹⁶ En este mercado encontrarás todo para tus mascotas. Selene Alonzo. Enero 2017. Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/01/26/1142408>



existió una señora que asesinaba perros y eso puede causar inseguridad en las personas que visiten la zona con su mascota ya sea para visitar la tienda o solo ir de paseo.

- *Enfermedades:* Pese a las medidas preventivas siempre existe la posibilidad que las mascotas puedan contagiar de alguna enfermedad tanto a otros animales como al personal que esté en contacto con ellos.

6. Plan de mercadotecnia y ventas

6.1 Objetivos

Como la publicidad se encontrará en el periodo de introducción, deberá:

- Informar sobre la existencia del producto y sus principales características.
- Atraer consumidores y estimular la demanda general.
- Facilitar la prueba del producto.

De lo anterior, derivan los objetivos generales y específicos de la mercadotecnia de Parvus Pet, en su periodo inicial.

Objetivos generales

1. Generar una campaña de información sobre los diversos productos que ofrecemos.
2. Persuadir a quienes cumplan con el perfil del cliente potencial para realizar compras en nuestra tienda, además de generar una sensación de conexión y seguimiento con el mismo.
3. Permanecer en el recuerdo de nuestro mercado objetivo, siendo una opción de consumo viable.

Objetivos específicos

1. Promover la compra de paquetes de fotografías de mascotas y otros trabajos multimedia, posicionando el producto en la colonia Condesa.
2. Mostrar a la oferta de la mercancía con un punto de vista orientado a la funcionalidad y disfrute de las mascotas, mitigando objeciones por precio, originalidad, diseño y tendencia en nuestro mercado objetivo.



3. Promocionar los valores de la empresa y el compromiso social, objetivamente hacia los animales domésticos, construyendo una reputación que suponga un medio adecuado para comercializar nuestros productos y ser un destino adecuado para generar y fortalecer vínculos con sus mascotas.

6.2 Generalidades

Inversión

- La inversión para la publicidad introductoria está considerada dentro de la inversión inicial.

Mensaje

- ❖ En Parvus pet, nos preocupamos por los canes, felinos y demás amigos tanto de nuestros clientes como cualquier otro. Por dicha razón, nos esforzamos por mejorar sus vidas y traer productos y experiencias que propicien su bienestar y su relación con las personas.
- ❖ En Parvus pet, los precios de los productos son justos, y siempre trataremos de mantenerlos a favor de nuestros clientes.

Medios

- ★ Personas físicas.
- ★ Cobertura en redes sociales.
- ★ Publicidad física dentro del local.
- ★ Cobertura en nuestros productos.

Medición

- Opiniones de los clientes en redes sociales.
- Compras de nuestros productos.



6.3 Estrategias de marketing

Utilizaremos tanto neuromarketing como endomarketing que son dos estrategias de publicidad que consideramos fundamentales para generar clientes en las primeras etapas. El endomarketing se basa en empezar desde dentro de la organización teniendo una plantilla de trabajadores contenta y motivada, con esto buscamos que se hable bien de el negocio desde adentro hacia afuera, buscando que gracias a esto el público hable bien de nuestros servicios.

El neuromarketing es la publicidad que vende sensaciones al consumidor y esto lo se estimulará por medio de la ambientación del local y de los servicio de Parvus pet. Una vez que el cliente ingrese o salga de nuestro estudio fotográfico, se encontrará con una serie de productos novedosos y llamativos que indirectamente los persuadirán a comprar algún de estos.

Oferta inicial

Para generar interés en el producto núcleo, fotografía de mascotas, se ofrecerá tomar una fotografía rápida de la mascota del cliente potencial en cuestión, de la forma que éste prefiera, regalando el resultado como cortesía, pero dejando en claro los paquetes que manejamos, el método de producción y el profesionalismo impreso en el trabajo. La oferta inicial podrá cumplirse dentro del estudio de la tienda, y en las áreas verdes que circundan la colonia Condesa.

Asimismo, se podrá dar la opción para agregar la foto en cuestión a “el muro de la fama” de forma física dentro de la tienda, con el recuerdo de la fotografía dentro de las instalaciones, y con alguna leyenda personalizada, como “¡Regresa pronto!”, escrita en ella. También, se podrá publicar la foto en la redes sociales de la empresa, como una forma de hacer “famosa” a su mascota, y mostrar a los demás cómo disfruta de la convivencia o amistad de su mascota.



Marketing local

Concentramos nuestras acciones de marketing físico en una zona concreta, concentrando nuestro público objetivo en donde el negocio tiene influencia directa.

Mediante el uso de la fachada del edificio, el cual incluirá imágenes alusivas a la empresa, atraeremos la atención de los transeúntes, aprovechando la atención que brinda la novedad para generar un recuerdo en los espectadores.

El rango de la vista de la publicidad está delimitado por las líneas azules en las imágenes anteriores. El área de mayor impacto está señalada en color rojo en la imagen siguiente, y el sentido predilecto con la flecha azul:

En el área de mayor impacto, deberá ser visible el ofrecimiento de la oferta inicial. Asimismo, el área de alcance de la tienda ideal de la publicidad será de 432 m, alcanzando las siguientes dimensiones:



Las áreas verdes se encuentran a 432 y 544 m a la redonda, por esto mismo se hace necesario cubrir la oferta inicial fuera del estudio.

Publicidad de accesorios

Los accesorios para mascotas poseen una estimación alta hacia el sentimiento de que los precios son caros, por lo que se utilizará una táctica de comparación para volver dicha apreciación más relativa y despreciable. El método será comparar el estilo de vida de los clientes, con compras de productos de ropa, calzado y diversión excedentes por un gran margen a los precios de los productos para mascotas.

Se enfocará principalmente en ropa, correas y productos de higiene. Será mostrado principalmente por redes sociales.

Marketing virtual

Uso de redes sociales, principalmente facebook y twitter. Se realizará la publicación de trabajos realizados y productos existentes en el inventario. Cada semana se hará un pequeño concurso de los clientes del estudio fotográfico, donde su foto seleccionada podrá ser vista y votada, y ganará con el conteo de likes, shares y reacciones. En twitter, por retweets y comentarios.

6.4 Productos

Características de la compra de productos adquiridor por alibaba.com



Los productos ofertados muestran un rango de precios negociable, además de FOB o “Free On Board” que significa que el proveedor también pagará costes asociados con el transporte de los productos al puerto. Una vez en el puerto, Parvus pet asumirá el coste de transporte por mar hasta el almacén en México, DF.

El método de pago predilecto es por medio de Paypal, que además será usado como método de pago de los clientes de la tienda virtual de Parvus pet.

Los productos se compran en dólares, por lo tanto el costo de la mercancía varía con el tiempo, ya que el valor de la moneda cambia, por lo que hace necesaria la modificación del precio de la mercancía a lo largo del tiempo, de acuerdo al volumen de compra de cada uno.

Inventario:

1. Tapete para perro
2. Capa de lluvia para perro
3. Cojín para perro
4. Correa para perro
5. Correa para perro retráctil
6. Juguetes mordedores
7. Arnés para perro
8. Arnés para perro para paseo nocturno
9. Lanzador de bolas automático
10. Premios para perro
11. Lanzadores para perro
12. Juguete de cuerda
13. Pelota de tennis
14. Tazón doble para mascotas
15. Peine para perros
16. Playeras para perros
17. Jaula para perros y gatos
18. Cama hecha de felpa, forrada con tela
19. Cuerda para perro



Estudio fotográfico:

- Paquete 1: Sesión rápida de 30 minutos, entrega de 20 fotografías finales.
- Paquete 2: Sesión de 1 hora. Entrega de 30 fotografías finales + mini album de 5 fotografías impresas.
- Paquete 3: Sesión de 1 hora. Entrega de 30 fotografías finales + 3 fotografías impresas + 1 fotomontaje digital.
- Paquete 4: Sesión de 1 hora y media. 45 fotografías finales + album + 2 fotomontaje digital.

Ver apéndice tabla 3.

7. Competencia

En la Ciudad de México que es la fase inicial de nuestro proyecto, se detectaron:

Mascotastudio Fotografía de Mascotas

Su descripción es: modifica la dimensión de su trabajo de un caso empresarial a un proyecto personal. No se publican precios en su página. Tiene amplias galerías con fotos de sus trabajos, videos explicativos de su trabajo e información para su contacto. Ofrece entregar todos los reportajes de forma personalizada, sustentado con fotos de sus anteriores trabajos. Tiene un segmento dedicado a los testimonios de clientes anteriores, dándoles seguimiento. Cobertura en redes sociales muy baja.

PicPet · Fotografía de Mascotas y Animales

Maneja cuentas de facebook, instagram, twitter y página web. Todas con muy pocas visitas. Su página web es más básica que Mascotastudio. Maneja una galería con su trabajo anterior. Contacto vía e-mail o telefónica. La sección de preguntas frecuentes contesta lo básico para la contratación del servicio.

Uno de sus atractivos en facebook es el mensaje: “En PicPet también dedicamos nuestro tiempo a rescatar animales en situación de calle, buscándoles casa, esterilizándolos y vacunándolos”. Parte de las ganancias de Fotografía de Mascotas son para apoyar a albergues e instituciones que benefician a los perros callejeros”.



Adol producciones

Producciones Adol es una Agencia de fotografía fundada por Andrés Romo en el año 2004, situada en la ciudad de México.

Desarrollan toda clase de proyectos de fotografía profesional, cuentan con un área de diseño gráfico. Con precios altos.

Maskota - +KOTA

+KOTA FOOD: Únicamente alimentos y accesorios. Cuenta con servicio a domicilio.

+KOTA TRADICIONAL: Cuenta con mascotas a la venta y productos para el cuidado, alimentación y entrenamiento. Se expande por medio de franquicias, tiene acceso a una tienda en línea. En su tienda anuncia promociones, marcas que vende y productos organizados por tipo de animal. Cuenta con cobertura para: perros, gatos, aves, reptiles, peces y roedores.

Cuenta con asociación de tarjetas de crédito BBVA Bancomer para 3 meses sin intereses en compras en línea. Además, contempla otras 6 formas de pago electrónicas.

La cobertura en redes sociales es amplia, con likes, views y diversas publicaciones, tanto artículos como videos. Cuenta con apartados de prensa donde se publican artículos referentes a las mascotas, además de mascotas en búsqueda de adopción.

También, permite ponerse en contacto con especialistas y consultar otros servicios de la empresa. Contempla facilidades de compra como puntos Maskota.

Petsy

Es una tienda de accesorios para mascotas en línea. Tiene una promoción para los clientes que compren por primera vez, y cuenta con envíos a todo el país. Cuenta con productos para perros, gatos, roedores, peces, reptiles, aves, además de una farmacia. Petsy cuenta con una app que permite realizar compras, accediendo al catálogo y con la tarjeta de crédito como método de pago.



Analizando sus precios, localización, proceso de entrega. Se encontró que los tres estudios no satisfacen en los siguientes servicios:

1. Disponibilidad
2. Tiempo de entrega
3. Selección de fotos

8. Plan de recursos humanos

Como parte de la cultura de Parvus Pet, es importante que nuestros clientes, tanto humanos como mascotas, estén siempre satisfechos con nuestro servicio. Es por ello que la relación que se mantendrá con el cliente antes, durante y después del servicio es crucial para nuestro desarrollo y crecimiento como empresa.

8.1 Currícula

8.1.1 Dirección general

Este puesto tiene como función la administración general de la empresa y sus recursos. Durante el inicio de la empresa, es el encargado de manejar las cuentas al recibir los depósitos de los clientes y emitir las notas de compra del servicio. Eventualmente, evaluará los resultados y se encargará de la toma de decisiones relacionadas con la empresa.

Entre sus aptitudes el Directo debe tener un conocimiento general de administración empresarial para poder evaluar al personal de manera eficiente. Un aspecto importante a tomar en cuenta es el liderazgo y la capacidad de negociación para mejorar las relaciones de la empresa y el ambiente interno.

8.1.2 Marketing y ventas

Tiene como función principal procurar el contacto con los clientes y potenciales clientes, así como con los posibles inversionistas. Entre sus deberes se encuentra la



planeación e implementación de programas que impulsen el desarrollo de la empresa. Su trabajo consiste en incrementar la rentabilidad y promover la satisfacción de los clientes.

8.1.2.2 Vendedores

Vendedor: Su tarea es mostrar la mercancía a los clientes. Saludar al entrar y auxiliar en la búsqueda del cliente. Surtir el tipo de comida deseada. Mantener en orden los exhibidores, limpieza general de la tienda. Su función principal es el primer contacto del cliente con la empresa que determinará la atracción y recomendación de más clientes, por ello, en la recepción es esencial el trato amable y respetuoso para con los clientes.

8.1.2.3 Fotógrafo

El trabajo del Fotógrafo va a dar pie al negocio principal de Parvus Pet, es quien se encargará del diseño y desarrollo de las sesiones fotográficas así como la edición e impresión para la entrega final de las mismas. Su trabajo requiere habilidades tanto de diseño como sociales pues su trato con los clientes les dará pie a volver o recomendar el servicio de las sesiones fotográficas de Parvus Pet. Como parte del departamento de recursos humanos, es importante recalcar que el fotógrafo será quien evalúe el trabajo de su auxiliar.

8.1.2.4 Auxiliar de fotografía

Su función como auxiliar en el set fotográfico radica principalmente en programar sesiones, y ayudar en la planeación de la sesión, así como dar seguimiento al cliente posterior a la sesión, y adaptación a redes sociales de los trabajos realizados.

8.1.3 Departamento de Recursos Humanos

Su trabajo consiste en dirigir y supervisar la organización, reclutamiento, capacitación, evaluación y control del personal.



8.1.3.1 Contador

Se encargará de todos los libros y registros de Parvus Pet, registrará todos los movimientos monetarios de bienes y derechos. También tendrá la labor de ocuparse de la liquidación de los impuestos de la empresa y de la revisión de informes financieros elaborados por otros colegas, lo que se conoce como “auditoría de estados contables”.

8.1.3.2 Capacitor

Tendrá la labor de reclutar a las personas inmersas en la empresa y buscar constantemente cursos de capacitación en el IMECAF¹⁷, los que considere pertinentes para cada empleado; motivándolos así a su preparación profesional y hacerles ver que es importante actualizarse y mejorar su trabajo y como personas mismas..

8.1.3.3 Reclutador y encargado de entrevistas

Aquél que se ocupará de reclutar solamente a las personas más aptas para nuestros propósitos como empresa, reclutará a las personas que cumplan con las siguiente características y parámetros.

Para el fotógrafo:

- 30% calidad de educación recibida
- 30% experiencia laboral anterior
- 20% permanencia en trabajos anteriores (no necesitamos gente con alta probabilidad de rotación, necesitamos invertir en formarla y que permanezca por largo tiempo en la empresa)
- 10% manejo del inglés
- 10% vivienda cercana al lugar

Para el vendedor:

- 15% calidad de educación recibida
- 40% experiencia laboral anterior
- 30% permanencia en trabajos anteriores (no necesitamos gente con alta probabilidad de rotación, necesitamos invertir en formarla y que permanezca por largo tiempo en la empresa)
- 10% manejo del inglés
- 5% vivienda cercana al lugar

Para el contador:

- 35% calidad de educación recibida
- 25% experiencia laboral anterior

¹⁷ Instituto Mexicano de Contabilidad, Administración y Finanzas, recuperado de <http://www.imecaf.com/>



- 20% permanencia en trabajos anteriores (no necesitamos gente con alta probabilidad de rotación, necesitamos invertir en formarla y que permanezca por largo tiempo en la empresa)
- 10% manejo del inglés
- 10% vivienda cercana al lugar

Para el auxiliar del fotógrafo

- 15% calidad de educación recibida
- 30% experiencia laboral anterior
- 30% permanencia en trabajos anteriores (no necesitamos gente con alta probabilidad de rotación, necesitamos invertir en formarla y que permanezca por largo tiempo en la empresa)
- 10% manejo del inglés
- 15% vivienda cercana al lugar

Para los cajeros

- 15% calidad de educación recibida
- 40% experiencia laboral anterior
- 20% permanencia en trabajos anteriores (no necesitamos gente con alta probabilidad de rotación, necesitamos invertir en formarla y que permanezca por largo tiempo en la empresa)
- 10% manejo del inglés
- 15% vivienda cercana al lugar

8.1.4 Departamento de sistemas

Este departamento se encarga de desarrollar y mantener los sistemas que utiliza la empresa. Los desarrolladores con los que contamos van a ser los encargados de montar toda la página web y la base de datos para que los clientes se registren y puedan agendar las citas. Además se van a encargar de montar otra base de datos que sirva para llevar un registro interno del inventario de la empresa y todas las transacciones que se realizarán. Así como el control y mantenimiento de las mismas.

8.1.4.1 Operadores encargados de sistemas

Son los encargados directamente de la base de datos y de montar todo lo descrito en el punto previo..

8.1.5 Administración y finanzas

La principal función de este departamento es mantener bajo control los ingresos y egresos de la empresa. En él se contará con el trabajo de un contador, de este modo,



el director de finanzas será el encargado de asesorar al director general para las decisiones financieras de la empresa.

8.1.5.1 Cajeros

Cajero: cobro tanto del estudio fotográfico como de los accesorios. Seguimiento a cuentas por cobrar. Control de la caja. Devoluciones o cambios según la política de la compañía. Mantener limpia y en orden la zona de caja. Calcular los pagos totales recibidos, cotejar las entradas con los recibos y los rollos de la caja y mantener los registros de otras transacciones.

Su función principal es el primer contacto del cliente con la empresa que determinará la atracción y recomendación de más clientes, por ello, en la recepción es esencial el trato amable y respetuoso para con los clientes.

8.2 Organigrama



9. Plan financiero

9.1 Primera inversión

Se tiene considerada una inversión inicial de \$ 1,419,772.98 M.N. ¹⁸

9.2 Punto de equilibrio

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 839,825.28	\$ 1,251,339.67	\$ 1,639,254.96	\$ 2,376,919.70	\$ 3,636,687.14
COSTOS FIJOS	\$ 929,340.00	\$ 977,340.00	\$ 1,025,340.00	\$ 1,073,340.00	\$ 1,121,340.00
COSTOS VARIABLES	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80
COSTOS TOTALES	\$ 1,399,015.80	\$ 1,447,015.80	\$ 1,495,015.80	\$ 1,543,015.80	\$ 1,591,015.80
PUNTO DE EQUILIBRIO \$	\$ 2,108,562.26	\$ 1,564,591.08	\$ 1,437,092.71	\$ 1,337,659.54	\$ 1,287,637.56
PUNTO DE EQUILIBRIO %	2.51	1.25	0.88	0.56	0.35

Nota: El punto de equilibrio indica el porcentaje de ventas que se debe tener para cubrir los costos totales, sin que se tenga ganancias, es lo mínimo que se debe vender en porcentaje y en valor (\$) para no tener pérdidas.

9.3 Costos de producción

ESTUDIO FOTOGRÁFICO	Coste por fotografía	Coste mensual	Coste anual
Iluminación y ambientación*	\$ 2.78	\$ 464.08	\$ 5569.00
Licencias de programas de edición fotográfica	\$ 0.14	\$ 23.33	\$ 280.00
Tinta de impresión	\$ 1.72	\$ 286.00	\$ 3432.00
Papel fotográfico	\$ 2.88	\$ 2158.50	\$ 5760.00
TOTAL	\$ 7.52	\$ 2931.92	\$ 15041.00

9.4 Proyección de ingresos

	VENTAS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	MENSUAL	1	2	3	4	5
Total	\$ 69,985.94	\$ 838,825.28	\$ 1,251,339.67	\$ 1,639,254.96	\$ 2,376,919.70	\$ 3,636,687.14

Para más información consultar apéndice tabla 4 *Proyecciones de ingresos*.

¹⁸ Véase tabla *INVERSIONES* en el apéndice.



10. Contabilidad de costos

10.1 Costes fijos

Costos fijos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Renta	\$ 528,000.00	\$ 576,000.00	\$624,000.00	\$672,000.00	\$720,000.00
Agua	\$3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
Luz	\$2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00
Salario	\$384,000.00	\$ 438,000.00	\$ 438,000.00	\$ 438,000.00	\$ 438,000.00
Permisos	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Teléfono	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00	\$ 5,040.00
TOTAL	\$ 929,340.00	\$ 1,031,340.00	\$ 1,079,340.00	\$ 1,127,340.00	\$ 1,175,340.00

Para más información respecto a los salarios, véase el apéndice. Tabla 2, Capital de trabajo.

10.2 Costos variables

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compra de productos	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80	\$ 469,675.80
TOTAL	\$469,675.80	\$469,675.80	\$469,675.80	\$469,675.80	\$469,675.80

10.3 Costos indirectos

CONCEPTO	COSTE TOTAL
Paquete de cajas y software de ventas	15000
Equipo para impresión	6999
Seguridad	3490
TOTAL	25489



11. Determinación de la ubicación

Para poder elegir un lugar que se adecue a nuestra idea de negocio es necesario echar un vistazo a ciertos puntos clave antes de poder tomar una decisión. Cabe aclarar que en esta sección sólo se harán descripciones de por qué el lugar evaluado es un buen candidato para llevar a cabo el proyecto. En el apartado 13 se incluyen los aspectos legales que conlleva y su resolución necesaria.

Al momento de considerar que se trata de un estudio fotográfico para mascotas, a su vez de una pequeña comercializadora y sobre tomando en cuenta nuestro perfil del cliente y mercado potencial escogimos una zona popular en la CDMX bien conocida por el alto grado de mascotas per cápita. A continuación se hace el análisis para la colonia Condesa y su impacto en nuestro proyecto, con ayuda del censo del INEGI en 2010.

Puntos a considerar:

- La cercanía del mercado y clientes. Ésta área está cubierta, debido a que se encuentra dentro una zona catalogada como habitacional. México es también el país con la mayor cantidad de perros y gatos, aunque con un 70% de la comunidad en condiciones de abandono.¹⁹
- La densidad de la población. En la delegación Cuauhtémoc el valor es de 16400 habitantes por km², el cual no es tan alto como en otras delegaciones. Ver imagen 1.
- La distancia conveniente a las áreas de influencia. Las áreas de influencia cercanas al local son: Parque México (750m.), Parque España (500m.) y el Bosque de Chapultepec (1.5Km a la entrada de Constituyentes).
- La pirámide de población por edades. Los picos más altos están registrados en el rango de edades de 15 a 39 años. Ver imagen 1.

¹⁹ Para más información acceder a:

<http://www.informador.com.mx/tecnologia/2010/224780/6/poblacion-de-perrosy-gatos-en-mexico-la-mas-grande-de-al.htm>
<http://www.lacronica.com/EdicionEnLinea/Notas/VidayEstilo/08102015/1015398-Sabias-que-de-cada-100-hogares-en-Mexico-70-tienen-una-mascota.html>



- El nivel de ingreso de la población. El 46.35% de la población que residen en esta delegación, percibe más de 2 salarios mínimos por hora trabajada, eso puede traducirse en un salario mayor a 25,612.8 pesos al mes.²⁰ Por lo tanto, el nivel de ingreso de la población los hace clientes potenciales para este negocio.
- El nivel de formación o educación. La tasa de alfabetización en general es de al menos 96%. Los niveles de educación medio superior y superior suman un 60% del total de la delegación y solo un 53% de las personas entre 15 y 24 años asiste a la escuela.
- La tasa de desempleo. Al 2016 se registra un mínimo histórico desde el 2006. Ver imagen 2. Más información en https://data.finanzas.cdmx.gob.mx/egresos/pe2016/Desempeno_Economico_DF_2015_Perspectivas_2016.pdf
- Servicios disponibles. Al menos se cubren en un 96.5% los servicios de agua entubada, electricidad, servicios sanitarios y drenaje. Ver imagen 1.
- Ayudas económicas e incentivos fiscales. La ventaja que se presenta es que al rentar el local se facilita el permiso de uso de suelo, aspecto que se clarifica en el punto 13.
- Mano de obra calificada y posibilidades de subcontratación.
- La evaluación de la cercanía de los proveedores, que facilita y reduce los gastos de aprovisionamiento del negocio. Este quizá podría representar una debilidad, debido a que la mayor parte del inventario de la comercializadora es a través de la importación. Además no se cuenta con una bodega dentro del local.
- Suministro de agua, luz y teléfono, así como de la infraestructura necesaria para el tipo de empresa que vaya a implantar. Cumple con las condiciones.

²⁰ Secretaría de desarrollo económico. Ciudad de México. Población ocupada por delegación según nivel de ingreso. 2016. Recuperado de: <http://reporteeconomico.sedecodf.gob.mx/index.php/site/main/114>



Imagen 1a²¹

²¹ Recuperado el día 1 de Mayor del 2017 de: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825003351>



Imagen 1b.²²

²² Recuperado el día 1 de Mayor del 2017 de: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825003351>



Imagen 2²³

Tomando en cuenta lo anterior se decide que el local más conveniente tiene la siguiente ubicación:

Imagen 3.²⁴

La ventaja que presenta este local por sobre los demás en renta es que incluye permiso de uso de suelo, además está ubicado en una esquina, es decir que es más visible para los transeúntes y además la superficie con la que cuenta es aproximadamente la adecuada para montar un negocio con nuestras características.

²³ Recuperado el día 1 de Mayo del 2017 de:
<http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/02/15/desempleo-cerro-2016-minimo-10-anos>

²⁴ Recuperado el día 1 de Mayo del 2017 de: <http://ciudadmex.df.gob.mx:8080/seduvi/>



12. Conclusiones y recomendaciones

Consideramos que la idea de negocio que se presenta en este caso tiene potencial para llegar a ser una empresa lucrativa si se toman en cuenta todos los factores importantes que permitirán la difusión del producto y de la idea misma. Es necesario seguir las estrategias planteadas y mejorarlas conforme a la respuesta del mercado. El mercado objetivo tiende a su vez al cambio respecto a las novedades que se puedan presentar, es por eso que se recomienda la flexibilidad que permitirá a la empresa adaptarse a la demanda.

Es importante considerar los posibles riesgos a los que nos atenemos con este negocio y plantear las mejores estrategias para mitigarlos, logrando la menor pérdida posible.

Debemos mencionar que para los cálculos realizados en este trabajo se tomó en cuenta un escenario medio de ventas. La rotación de inventario dependerá de la respuesta del mercado y del número de ventas.

Creemos firmemente en este proyecto ya que el mercado al que nos dirigimos es un mercado que está creciendo año con año, la forma de ver a las mascotas está cambiando, ahora son parte fundamental de este sector ya que son considerados un miembro más de la familia. Reinventamos los conceptos de tiendas de mascotas adicionando la posibilidad de llevar un recuerdo de por vida de las mascotas de nuestros clientes.

Sin embargo, debemos de decir que aunque es un proyecto viable y todo apunta a ello, hay riesgos y no podemos asegurar el éxito del mismo. Mitigamos la mayoría pero siguen siendo considerables pues no pueden ser eliminados. Recomendamos hacer un análisis de riesgos más a profundidad para poder estar mejor preparados.



APÉNDICE

INVERSIONES						
CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS	INAE	TOTAL
ACTIVO FIJO						
RENTA DE INMUEBLE	obra	1	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00
JUEGOS DE ESTANTES	pieza	10	\$ 1,160.00	\$ 11,600.00	\$ 11,600.00	\$ 11,600.00
SERVICIOS DE TELÉFONO E INTERNET	equipo	1	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00
LICENCIA DE PAGINA WEB	equipo	1	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00	\$ 2,200.00
LICENCIA DE SOFTWARE	equipo	1	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00
CÁMARA	equipo	3	\$ 12,666.66	\$ 37,999.98	\$ 37,999.98	\$ 37,999.98
LENTES	equipo	8	\$ 5,250.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00	\$ 42,000.00
ILUMINACIÓN	equipo	2	\$ 6,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
RECURSOS MATERIALES	equipo	1	\$ 11,500.00	\$ 11,500.00	\$ 11,500.00	\$ 11,500.00
PROVEEDORES CROQUETAS	obra	1	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
PROVEEDORES ARTÍCULOS	obra	1	\$ 374,745.00	\$ 374,745.00	\$ 374,745.00	\$ 374,745.00
AUTOMÓVILES (Camionetas)	Equipo	2	\$ 350,000.00	\$ 700,000.00	\$ 700,000.00	\$ 700,000.00
COMPUTADORAS	equipo	5	\$ 20,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00
SUBTOTAL				\$ 1,384,264.98	\$ 1,384,264.98	\$ 1,384,264.98
CAPITAL DE TRABAJO						
Equipo de trabajo	presupuesto	1	\$ 32,000.00	\$ 32,000.00	\$ 32,000.00	\$ 32,000.00
Servicios y otros	presupuesto	1	\$ 3,508.00	\$ 3,508.00	\$ 3,508.00	\$ 3,508.00
SUBTOTAL				\$ 35,508.00	\$ 35,508.00	\$ 35,508.00
TOTAL				\$1,419,772.98	\$1,419,772.98	\$1,419,772.98

CAPITAL DE TRABAJO

EMPLEADOS	No. de contratados	Sueldos	Salario anual	Prestaciones	Coste anual total mínimo	Bono mensual máximo	Bono anual máximo	Coste anual total máximo
Cajeros	2	7000	84000	5250	89250	0	0	89250
Vendedores	2	6500	78000	4875	82875	1500	18000	100875
Fotógrafo	1	16000	192000	12000	204000	0	0	204000
Auxiliar del fotógrafo	1	4000	48000	3000	51000	1500	18000	69000



TOTAL	6	33500	402000	25125	427125	3000	36000	463125
-------	---	-------	--------	-------	--------	------	-------	--------

NOTA: Para los empleados considerados como acreedores de bonos, se toma en cuenta un mínimo y un máximo mensual de acuerdo a las ventas y otras actividades realizadas que les permitan obtener los mismos.

TABLA 3. MEMORIAS DE CÁLCULO

CONCEPTO	PRESENTACIÓN	COSTO DE INSUMOS	VENTAS MENSUALES	COSTO MENSUAL	P. VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
Fotografías							
Paquete 3	Paquete 3	\$ 4,200.00	2.00	\$ 8,400.00	\$ 6,930.00	\$ 13,860.00	\$ 166,320.00
Paquete 2	Paquete 2	\$ 2,200.00	3.00	\$ 6,600.00	\$ 3,630.00	\$ 10,890.00	\$ 130,680.00
Paquete 1	Paquete 1	\$ 900.00	6.00	\$ 5,400.00	\$ 1,440.00	\$ 8,640.00	\$ 103,680.00
Paquete básico	Paquete básico	\$ 105.00	12.00	\$ 1,260.00	\$ 799.00	\$ 9,588.00	\$ 115,056.00
Alimentos para mascotas							
Fisca	Bolsas de 5kg	\$ 210.93	5.00	\$ 1,054.65	\$ 337.49	\$ 1,687.44	\$ 20,249.28
Dog Chow	Bolsas de 5kg	\$ 200.00	5.00	\$ 1,000.00	\$ 320.00	\$ 1,600.00	\$ 19,200.00
Royal Canin	Bolsas de 5kg	\$ 240.00	5.00	\$ 1,200.00	\$ 384.00	\$ 1,920.00	\$ 23,040.00
Royal Premium	Bolsas de 5kg	\$ 270.00	5.00	\$ 1,350.00	\$ 432.00	\$ 2,160.00	\$ 25,920.00
Beneful	Bolsas de 5kg	\$ 185.00	5.00	\$ 925.00	\$ 296.00	\$ 1,480.00	\$ 17,760.00
Eukanova	Bolsas de 5kg	\$ 300.00	5.00	\$ 1,500.00	\$ 480.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
Proplan	Bolsas de 5kg	\$ 155.00	5.00	\$ 775.00	\$ 248.00	\$ 1,240.00	\$ 14,880.00
Accesorio para perro							
Arenero automatico	Artículo	\$ 2,500.00	2.00	\$ 5,000.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00
Aspiradora pelo de gato	Artículo	\$ 1,225.00	2.00	\$ 2,450.00	\$ 1,960.00	\$ 3,920.00	\$ 47,040.00
Collares	Artículo	\$ 62.50	10.00	\$ 625.00	\$ 100.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Cuerda para bicicleta	Artículo	\$ 500.00	2.00	\$ 1,000.00	\$ 800.00	\$ 1,600.00	\$ 19,200.00
Cuerdas mordedera (juguete)	Artículo	\$ 60.00	10.00	\$ 600.00	\$ 96.00	\$ 960.00	\$ 11,520.00
Cama individual para perro	Artículo	\$ 180.00	4.00	\$ 720.00	\$ 288.00	\$ 1,152.00	\$ 13,824.00
Tapete para perro	Artículo	\$ 30.00	6.00	\$ 180.00	\$ 48.00	\$ 288.00	\$ 3,456.00
Capa de lluvia para perro	Artículo	\$ 90.00	6.00	\$ 540.00	\$ 144.00	\$ 864.00	\$ 10,368.00
Cojín	Artículo	\$ 110.00	5.00	\$ 550.00	\$ 176.00	\$ 880.00	\$ 10,560.00
Correas	Artículo	\$ 28.00	15.00	\$ 420.00	\$ 44.80	\$ 672.00	\$ 8,064.00
Correa retráctil	Artículo	\$ 34.50	5.00	\$ 172.50	\$ 55.20	\$ 276.00	\$ 3,312.00
Mordedores para perro	Artículo	\$ 95.00	20.00	\$ 1,900.00	\$ 152.00	\$ 3,040.00	\$ 36,480.00
Arnés para perro	Artículo	\$ 82.50	5.00	\$ 412.50	\$ 132.00	\$ 660.00	\$ 7,920.00
Arnés para paseo nocturno	Artículo	\$ 93.50	5.00	\$ 467.50	\$ 149.60	\$ 748.00	\$ 8,976.00



Lanzador de pelotas automático	Artículo	\$ 1,810.00	1.00	\$ 1,810.00	\$ 2,896.00	\$ 2,896.00	\$ 34,752.00
Premio con forma de hueso	Artículo	\$ 11.75	25.00	\$ 293.75	\$ 18.80	\$ 470.00	\$ 5,640.00
Lanzador de pelotas de tennis	Artículo	\$ 18.00	2.00	\$ 36.00	\$ 28.80	\$ 57.60	\$ 691.20
Bola de peluche con cuerda para perro	Artículo	\$ 13.00	5.00	\$ 65.00	\$ 20.80	\$ 104.00	\$ 1,248.00
Pelota de tennis	Artículo	\$ 30.00	10.00	\$ 300.00	\$ 48.00	\$ 480.00	\$ 5,760.00
Tazón doble para perros y gatos	Artículo	\$ 30.00	8.00	\$ 240.00	\$ 48.00	\$ 384.00	\$ 4,608.00
Cepillos para perros	Artículo	\$ 7.10	10.00	\$ 71.00	\$ 11.36	\$ 113.60	\$ 1,363.20
Playeras para perros	Artículo	\$ 34.10	10.00	\$ 341.00	\$ 54.56	\$ 545.60	\$ 6,547.20
Jaula portátil para perros y gatos	Artículo	\$ 308.80	2.00	\$ 617.60	\$ 494.08	\$ 988.16	\$ 11,857.92
Total				\$ 39,139.65		\$ 70,945.44	\$ 851,345.28

TABLA 4. PROYECCIONES DE INGRESOS

TABLA 5. ESTADOS DE RESULTADOS



TABLA 6. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

TABLA 7. FLUJO MENSUAL



TABLA 8. FLUJO DE EFECTIVO ANUAL

TABLA 10. PERIODO DE RECUPERACIÓN