



**FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA
LA FUNDACIÓN PLAN PERRITOS**

JOAN SEBASTIÁN LAGOS CÁRDENAS

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA
FACULTAD DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA
BOGOTÁ D.C

2017

**FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA
LA FUNDACIÓN PLAN PERRITOS**

JOAN SEBASTIÁN LAGOS CÁRDENAS

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OPTAR AL
TÍTULO DE:
ESPECIALISTA EN GERENCIA

LEIDY YOLANDA GONZÁLEZ
DIRECTORA

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA
FACULTAD DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA
BOGOTÁ D.C
2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

CONTENIDO

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	11
JUSTIFICACIÓN.....	14
OBJETIVOS.....	16
OBJETIVO GENERAL	16
OBJETIVOS ESPECIFICOS	16
MARCO TEÓRICO	17
PLAN DE NEGOCIOS	17
LAS ESALES Y SUS PARTICULARIDADES	18
CAMPAÑAS Y VOLUNTARIADO.....	20
BLANCOS DE INTERVENCIÓN	22
MARCO LEGAL	29
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA COMO ESTRUCTURA INTERNA DE LA FUNDACIÓN	33
VISIÓN DE LA FUNDACIÓN	34
MISIÓN DE LA FUNDACIÓN.....	34
OBJETIVOS DE LA FUNDACIÓN.....	34
DESCRIPCIÓN DE LA FUNDACIÓN.....	35
CAPÍTULO II. DESARROLLO DEL PLAN DE MERCADEO	37
ANÁLISIS DEL MERCADO	37
ANÁLISIS DEL ENTORNO	37
ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL.....	41
SEGMENTO DEL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO	44
VENTAJA COMPETITIVA	45
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	46

ESTRATEGIAS DE MERCADO	47
ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO	47
ESTRATEGIA DE PRECIO	48
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	51
ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN	53
LOCALIZACIÓN DE LA FUNDACIÓN	53
ÁREA DE TRABAJO (DISTRIBUCIÓN)	55
CAPITULO III. CADENA DE VALOR Y DIAGRAMA DE OPERACIONES	56
ORGANIZACIÓN	58
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	59
CAPITULO IV. ESTUDIO FINANCIERO Y DESARROLLO DE CAMPAÑA	60
PRESUPUESTO DE CAMPAÑA	60
CONCLUSIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis de la competencia	47
Tabla 2. Presupuesto de la campaña VIDEO. Tenencia responsable de mascotas en el SITP	60

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1. Proyección población 2005	41
Gráfica 2. Proyección población 2010	42
Gráfica 3. Proyección población 2015	42
Gráfica 4. Proyecciones poblacionales 2005-2015 obtenida en el marco del Convenio de cooperación técnica DANE- SDP No 096-2007	42
Gráfica 5. Flujos mundiales de CIRN de los mayores cooperante en Colombia.	50

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Organizaciones No Gubernamentales	18
Imagen 2. Mascota en la antigüedad	22
Imagen 3. Tenencia Responsable de Mascotas	23
Imagen 4. Maltrato Animal	24
Imagen 5. El Neolítico acompañado por su mascota.....	25
Imagen 6. Humanización de la Mascota.....	27
Imagen 7. Logotipo de la Fundación Plan Perritos	33
Imagen 8. Evolución Logotipo de la Fundación Plan Perritos	36
Imagen 9. Promoción de campaña por Facebook.....	43
Imagen 10. Evento público de la fundación	45
Imagen 11. Hoja de ruta definida por APC-Colombia	50
Imagen 12. Localidad de partida establecidas por la fundación.....	53
Imagen 13. Población proyectada de caninos y felinos (2016), número de ejemplares callejeros	54
Imagen 14. Análisis Final Localidad de Teusaquillo	55
Imagen 15. Distribución ideal de la Sede Principal	55
Imagen 16. Cadena de Valor de la Fundación Plan Perritos	56
Imagen 17. Diagrama de flujo de los proceso principales.....	57
Imagen 18. Organigrama jerárquico de la Fundación	58

RESUMEN

De acuerdo a cifras y referentes históricos, el maltrato animal de perros y gatos es un problemática latente, sin embargo, la tenencia responsable de mascotas se propone como una solución flexible que promueve la creación, conformación y mantenimiento de entidades sin ánimo de lucro alrededor de este temática. Respecto a los antecedentes históricos de creación de estas entidades, se encontró que frecuentemente se omiten los procesos de legalización y consolidación de la entidad, el desarrollo de la planificación estratégica como metodología para plasmar la identidad y objetivos de la organización para que perduren en el tiempo y lugar donde se creó. En relación a esto, el presente trabajo pretende realizar el diseño de un plan de negocios que recopila cada uno de los componentes y contenidos necesarios para la consolidación interna de la fundación Plan Perritos, como entidad sin ánimo de lucro, la cual debe llevar a cabo sus propósitos misionales entre los que vale la pena resaltar, la realización de campañas culturales con los animales de compañía y la ejecución de actividades de integración con estrategias de educación en la comunidad. Finalmente, se hace hincapié respecto al logro alcanzado a partir de este trabajo, dado que la Fundación Plan Perritos fue formalizada, reorganizada y reestructurada durante el último año dando garantías de la labor teórica, puesta en práctica.

ABSTRACT

According to the figures and historical annals, animal abuse of dogs and cats is a problematic latent, however, responsible pet ownership is proposed as a flexible solution that promotes the creation, conformation and maintenance of the nonprofit organization around this subject. Regarding the historical background of the creation of these entities, which is frequently found in processes of legalization and consolidation of the entities, the development of the strategic methodology to capture the identity and the objectives of the organization so that they will last in time and place where it was created. In relation to this, the present investigation intends to carry out the design of a business plan that includes all the components and contents necessary for the consolidation of the Plan Perritos Foundation, as a nonprofit organization which must carry out its objectives missionaries among which are

worth noting, the realization of cultural campaigns with animals and the implementation of integration activities with education strategies in the community. Finally, it has been done in relation to the achievement obtained from this work, given that the Plan Perritos Foundation it was formalized, reorganized and restructured during the last year and that guarantees of the theoretical work, put into practice.

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

De acuerdo a cifras reportadas recientemente, se encontró que “en la ciudad de Bogotá hace 20 años habitaban alrededor de 5’952.563 personas, hace 10 años 7’050.228 personas y con ellos alrededor de 604.674 individuos caninos”, (DANE¹, y SDS²-estudios población canina 1999, 2005,2013) pero para “el 2016 las cifras ascendieron a 7’980.001 personas y se proyectaron 903.573 individuos caninos y felinos” (SDP³ y OPS⁴, Dinámica poblacional canina y Felina). De acuerdo con estas cifras, se estimó que de cada 100 perros que tienen vivienda, 38 deambulan por las calles y son considerados callejeros, pero expertos de la SDS aseguran que el 10% de la población reportada de caninos y felinos corresponde a el número de ejemplares callejeros, en este orden para el 2016 se proyectaron 90.000 ejemplares en la ciudad de Bogotá siendo las localidades de Kennedy (16.000), Usme (15.000), Suba (12.000), Engativá (10.000) y Ciudad Bolívar (7.000), las de mayor proporción de población de canes vagando por sus calles, asegura Carol Malaver en un reportaje publicado en el TIEMPO.

Estas cifras tan representativas, conducen al interés distrital, local e institucional respecto a las fundaciones (ESAL⁵), y medios que atacan algunos o la mayoría de los problemas como el abandono, el maltrato, la educación en tenencia responsable, esterilizaciones masivas para el control de población, adopciones y otros problemas.

Es importante destacar que todos los animales tienen funciones dentro de las civilizaciones, pero “los perros, está comprobado que por instinto natural, saben que ganan la vida solo demostrando amor y cariño profundo por su amo; ya sea a través de expresiones o acciones

¹ DANE, **Departamento Administrativo Nacional de Estadística**, es una entidad oficial tiene como propósito la producción y difusión de investigaciones y estadísticas en aspectos industriales, económicos, agropecuarios, poblacionales y de calidad de vida encaminadas a soportar la toma de decisiones en ese país.

² SDS, **Secretaría Distrital de salud**, es la entidad responsable de garantizar el derecho a la salud a través de un modelo de atención integral e integrado y la gobernanza, para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población del Distrito Capital.

³ SDP, **Secretaría Distrital de Planeación**, coordina la elaboración, ejecución y seguimiento de los planes de desarrollo distrital y locales; coordinar la elaboración, reglamentación, ejecución y evaluación del Plan de Ordenamiento Territorial - POT-; al igual que la regulación del uso del suelo, de conformidad con la normativa que expida el Concejo Distrital y en concordancia con la normatividad nacional.

⁴ OPS, **Organización Panamericana de la Salud**, fundada el 02 de diciembre de 1902.

⁵ ESAL, **Entidad sin ánimo de Lucro**, son personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de una o más personas (naturales o jurídicas) para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general. Las ESALES no persiguen el reparto de utilidades entre sus miembros.

naturales hacia las personas que finalmente generan felicidad ” (Carnegie, 1936, p. 27), por esta observación del autor, se identifica que en la ciudad de Bogotá y en cualquier otra; si existen problemas con estos animales, es porque se omite el tiempo que necesitan para su desarrollo estable y sano, la falta de atención y educación en la tenencia de mascotas domésticas (perros y gatos) dentro de los hogares, que resultan proporcionales al nivel de educación y cultura de los sectores de la ciudad, por ejemplo, en zonas perimetrales se observó que no existe una cultura marcada de tenencia responsable; los propietarios de estos animales carecen de conciencia respecto a los problemas y responsabilidades que conlleva la adopción, rescate, tenencia o compra de una mascota y finalmente son usados para otros fines.

En la ciudad de Bogotá, actualmente se proponen dinámicas de adopciones, rescates y atención por parte del gobierno, pero se deja a un lado la creación de espacios y actividades para relacionar a las personas con sus animales en ambientes controlados donde se pueda disfrutar de un momento agradable.

Las redes sociales funcionan como plataforma de divulgación, pues en los últimos años se ha mostrado bastante influencia respecto a la culturización e instauración de programas y aplicaciones que informan a las personas a nivel Global sobre los problemas referentes al tema, pero en la ciudad son un grupo reducido las entidades legalmente constituidas que tienen un plan de acción que genere impacto y las personas que actualmente tienen iniciativas sobre el asunto, no tienen mayor dominio en las redes sociales. Esto representa la necesidad de crear una idea que se incluya en el sector y genere valor agregado en el desarrollo de las propuestas.

Ahora bien, el apoyo para la ejecución de estas ideas puede tener origen de diferentes partes, tales como: Instituciones educativas privadas o públicas cuyo PRAE⁶ deben dar cumplimiento, entidades privadas o públicas que requieran de un plan de gestión ambiental donde por cierto, “el actual alcalde Enrique Peñalosa evalúa profundamente la representación de los animales domésticos, su incidencia como área de inversión, trabajo el cual incluirá en el plan de desarrollo para el periodo administrativo de 2016 a 2019, a través de la

⁶ PRAE, **Proyectos ambientales Escolares**, son proyectos pedagógicos que promueven el análisis y la comprensión de los problemas y las potencialidades ambientales locales, regionales y nacionales, y generan espacios de participación para implementar soluciones acordes con las dinámicas naturales y socioculturales.

presentación de leyes ambientales que favorezcan y protejan las razas de perros y toda la dinámica correspondiente, según reseña del periódico El Tiempo, también pueden participar corporaciones nacionales e internacionales entre otras.

JUSTIFICACIÓN

La fundación Plan Perritos nace bajo la necesidad de implantar programas, actividades y campañas de gran impacto social y ambiental acorde a las problemáticas de la sociedad respecto a problemáticas de tenencia responsable, maltrato y sufrimiento de perros y gatos, actualmente contamos con un equipo de jóvenes líderes en el tema con iniciativa propia, comprometidos, capacitados e idóneo para la gestión y desarrollo del proyecto.

El propósito principal del proyecto pretende impactar en la conciencia de las personas, para la tenencia responsable de mascotas en la ciudad de Bogotá, trabajo que se desarrolla bajo la figura legal y financiera conocida como entidad sin ánimo de lucro (ESAL), la cual permite el desarrollo de iniciativas ciudadanas donde existe un trabajo íntegro entre personas, estudiantes y profesionales dispuestos a apoyar una idea en común con un beneficio colectivo, a través de la actividad económica asesorada por personal de CCB⁷ identificada con el CIU⁸ 9499, Actividades de otras asociaciones n.c.p.

La ciudad de Bogotá cuenta con muchas personas, que respaldan las iniciativas de apoyo hacia los animales, en especial si se trata de seres que sienten (Perros y gatos) y comparten día a día con cada uno de nosotros, a través de las fundaciones existentes, se han logrado adopciones exitosas, esterilizaciones masivas, rescates y rehabilitaciones, entre otros logros, pero en esta ciudad es importante extender de manera masiva la promoción de movimientos, tendencias y actividades dentro de la ciudad que relacionen las mascotas con sus dueños en espacios controlados y hábilmente generar con estos encuentros programas en el cual se pueda interactuar dentro de otros espacios, directamente con animales abandonados en nuestras calles, rescatados de la manera correcta y por vías legales a través de refugios o albergues que desarrollan de manera adecuada sus actividades, pues actualmente la mayoría de estos lugares se encuentran colapsadas por la falta de apoyo y rotación de sus animales.

⁷ CCB, **Cámara de comercio de Bogotá**, Es una entidad privada sin ánimo de lucro que busca construir una Bogotá - Región sostenible a largo plazo, promoviendo el aumento de la prosperidad de sus habitantes, a partir de servicios que apoyen las capacidades empresariales y que mejoren el entorno para los negocios con incidencia en la política pública.

⁸ CIU, **Clasificación Industrial Internacional Uniforme**, a partir del año 2000, surge con el propósito de clasificar las actividades económicas de los empresarios del país de la manera más precisa para las cámaras de comercio del país, fue elaborado por la Organización de Naciones Unidas y la revisión 4 es una adaptación para Colombia hecha y revisada por el DANE.

Respecto a la participación de las personas en una ESAL esta no tiene restricción de edad, pero actualmente se trae a colación el cambio de generación, pues surge “la generación Z al mundo de las decisiones y esta personas nacidas del año 1995 a 2010, quieren el cambio muestran mayor conciencia de la responsabilidad social. Se comprometen con el cuidado ambiental, la salud, el bienestar social y los derechos humanos. No buscan esquemas de trabajo tradicionales. Son dinámicos, interactivos y participativos, también son más creativos e innovadores” (Revista Expansión, México, jun 2017) y con esto empiezan a surgir nuevas propuesta en el área laboral y ahora se incluirá en la fundación Plan Perritos al adaptar por medio de sistemas, recursos, tecnologías y asesoría de profesionales dispuestos a apoyar una idea en común con un beneficio colectivo.

Finalmente cualquier sociedad del siglo XXI necesita de proyectos integradores que apunten por medio de estrategias, a cambios positivos por medio del apoyo de empresas, organizaciones y personas que se desarrollen de manera adecuada y alto nivel de conciencia.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la estructuración y afianzamiento de la Fundación Plan Perritos, dedicada a la lucha contra el maltrato y sufrimiento hacia los perros y gatos en la ciudad de Bogotá D.C desde la culturización a través de discursos y prácticas de tenencia responsable y actividades a fin.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Plantear la plataforma estratégica para definir la estructura interna de la fundación.
- Desarrollar el plan de mercadeo que requiera la fundación con el fin de mejorar la gestión para la ejecución de proyectos.
- Estructurar la cadena de valor correspondiente a los procesos y servicios de la Fundación.
- Desarrollar una Campaña y exponer el plan financiero utilizado para la realización de la misma.

MARCO TEÓRICO

PLAN DE NEGOCIOS

Según Longenecker, Moore y Petty “un plan de negocios es un documento en el que se expone la idea básica para la iniciativa de negocios y que incluye descripciones de dónde se encuentra usted ahora, hacia donde desea ir y como pretende llegar allí” (2010, p. 151).

Básicamente es una herramienta gerencial que consiste en el desarrollo de una serie de pasos y contenidos para plasmar una o varias ideas de negocio, al igual que un proyecto existente, a través de un mayor nivel de detalle para la identificación, determinación y cristalización de sueños y esperanzas percibidas por el creador de la idea.

El modelo de plan de negocios de Longenecker, Moore y Petty tiene tres objetivos básicos:

1. Identificar la naturaleza y el contexto de la oportunidad de negocios, es decir, ¿Por qué existe una oportunidad así?
2. Presentar el método que el emprendedor piensa adoptar para aprovechar dicha oportunidad.
3. Reconocer los factores que determinan si esta nueva iniciativa de negocios tendrá éxito.

El contenido de un plan de negocios varía según la composición y naturaleza de la organización, para la fundación Plan Perritos se desarrollan los siguientes componentes:

- Portada
- Plataforma estratégico.
- Análisis de la industria, del cliente meta y del competidor.
- Estudio técnico de la producción.
- Estudio Financiero.

Cada uno de estos componentes se divide en sub componentes que serán evaluados por integrantes de la compañía e incluso con personas asociadas a la idea.

LAS ESALES Y SUS PARTICULARIDADES

Este trabajo de monografía tiene como finalidad, estructurar el plan de negocios de una entidad sin ánimo de lucro, en consecuencia, será menester reconocer esta persona jurídica, que se constituye por la voluntad de asociación o creación de una o más personas (naturales o jurídicas) para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general.

Imagen 1. Organizaciones No Gubernamentales



Recuperado de: <http://3.bp.blogspot.com/-vXl4YHJf0R4/VdbW8DO2tiI/AAAAAAAAGd8/SdiQh9QWhJs/s1600/ong.jpeg>

Las entidades sin ánimo de lucro o ESAL, se caracterizan específicamente por no perseguir el reparto de utilidades entre sus miembros para la capitalización propia, sus metas económicas tiene como prioridad la acción social y aportar en el desarrollo del país, por esa razón, el gobierno colombiano exime de algunos impuestos a las entidades sin ánimo de lucro con el objetivo de colaborar económicamente con la causas planteadas y ejecutadas; debido a este tipo de acciones, se facilita de igual forma la obtención de créditos y la celebración de convenios o negocios con el sector privado, a través de aportes económicos y/o materiales, siempre y cuando represente alivios tributarios por la donación y no ponga en riesgo su imagen y prestigio.

Hay que mencionar además, que en el sector social, también llamado el tercer sector o sector no lucrativo, las organizaciones se clasifican de acuerdo a los objetivos misionales de la siguiente manera:

- Asociaciones, corporaciones y fundaciones.
- Entidades de economía solidaria (cooperativas, pre cooperativas, fondos de empleados, asociaciones mutuales).
- Veedurías ciudadanas.
- Entidades Extranjeras de Derecho Privado Sin Ánimo de Lucro con domicilio en el exterior.
- Instituciones Auxiliares del Cooperativismo y Organismo de segundo y tercer grado.

Los objetivos de las entidades sin ánimo de lucro una vez son registradas en la Cámara de comercio local, son entre otras, garantizar y acreditar el cumplimiento de sus obligaciones legales con el estado y con las personas que participan activamente por medio del voluntariado.

Los objetivos expuestos y legalizados mediante los estatutos de la fundación de estas entidades se deben cumplir, para ello, es necesario contar con una organización jerarquía que plantee, desarrolle y controle los procesos, identificando y comprendiendo límites internos y externos.

El desarrollo operativo de las fundaciones se realiza a través de la participación, membresía y contribución de tiempo o dinero de voluntarios o trabajadores, mientras que el desarrollo administrativo debe controlarse de manera cautelosa y de forma minuciosa para cumplir las metas y objetivos de la organización, para ello es necesario la emisión continua de informes de resultados, que es una actividad supervisada por entidades a fin y las ganancias no pueden ser repartidas entre los miembros ni sus fundadores; contrario a esto se destinarán para el cumplimiento de los objetivos. Todo el desarrollo de la fundación será ejecutado y compartido con toda la transparencia requerida, siendo un documento de acceso público.

Una vez definidas las características de una fundación, se analiza el desarrollo de estrategias de comunicación denominadas como campañas y la participación del voluntariado.

CAMPAÑAS Y VOLUNTARIADO

A través del texto el modelo de comunicación de las ONG, González dice:

Las organizaciones no gubernamentales (ONG, ESAL, ONL) se han convertido en los últimos años en los principales actores en la lucha por resolver, o al menos mitigar, los grandes problemas de la humanidad. Para lograr sus fines todas estas ONG deben realizar grandes esfuerzos de comunicación y contar con estrategias bien definidas que permitan mantener su acción en el tiempo, recaudar fondos y atraer nuevos socios y colaboradores. Por este motivo para las ONG resulta clave captar la atención de los medios de comunicación, convertirse en un interlocutor válido para ellos y en una fuente de información fiable tanto en momentos puntuales de crisis como en su labor del día a día. Resulta evidente que el desarrollo de Internet, el correo electrónico y la telefonía móvil han abierto nuevas posibilidades de actuación, antes impensables, a las ONG que saben sacar partido de estas nuevas herramientas de comunicación. (pg.1)

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) tienen un creciente protagonismo tanto en los países desarrollados como en aquellos estados en vías de desarrollo. El papel no se reduce a dar respuestas –monetarias, sanitarias o educativas- a situaciones de emergencia o crisis. Las organizaciones van ampliando su campo de actuación y cada vez más son tenidas en cuenta por empresas y autoridades políticas en su trabajo diario.

La relación entre ONG, gobiernos y empresas no se deben contemplar exclusivamente en términos de oposición y enfrentamiento; por el contrario, estas relaciones van en progreso o al menos, esta es la tendencia de los países desarrollados. Cada vez es más frecuente encontrar empresas que colaboran con ONG dentro de sus actividades de Responsabilidad Social Corporativa. Por si esto no fuera poco, debemos tener en cuenta además que, este sector no lucrativo tiene un valor superior a mil millones de dólares en todo el mundo.

Diversos autores consideran a estas organizaciones una especie de avance de la Sociedad Civil:

Si la sociedad civil fuera un iceberg, entonces las ONG estarían entre los picos más altos que sobresalen de la línea de flotación, dejando al grueso de los grupos de comunidades, asociaciones informales, partidos políticos y redes sociales situados silenciosamente por debajo (Edwards M, 2000) - Fundación Ford.

Los medios de comunicación son el altavoz necesario para que las acciones de las ONG alcancen la mayor repercusión posible. Aparecer en los medios es la mejor garantía de que sus actividades van a ser ampliamente conocidas. Además, a través de los medios se facilita el acercamiento a los otros grupos objetivo: la sociedad y la clase política.

La comunicación en este caso funciona como una herramienta fundamental para el desarrollo las actividades en cualquier tipo de asociación, una adecuada estrategia de comunicación, para esto la elaboración de una estrategia de comunicación implica resolver una serie de preguntas:

- ¿Quién? Vemos quién está detrás de esta campaña, quiénes son sus responsables y sus motivaciones.
- ¿A quién o para quién? Tratamos así de descubrir a qué audiencias se dirige la campaña, cuáles son sus públicos objetivos.
- ¿Qué? Se trata de seleccionar el mensaje.
- ¿Cuándo? Hay que planificar el calendario para la difusión del mensaje.
- ¿Cómo? Llegamos al proceso de la creación y estructuración del mensaje.
- ¿Dónde? La selección de los medios que vamos a utilizar para dar a conocer Nuestro mensaje.
- ¿A quién se dirige esta campaña? Como suele ser habitual en las campañas de las ONG podemos diferenciar tres públicos objetivos diferentes: los medios de comunicación, la clase política y la sociedad en general.

Para la realización de campañas en el caso de la función misional de Plan Perritos, se pretenderá profundizar en las áreas específicas de intervención de la fundación, las cuales corresponden con la tenencia responsable y maltrato animal.

BLANCOS DE INTERVENCIÓN

Tenencia responsable

Fue en Inglaterra a mediados del siglo XIX cuando la tenencia de “mascotas” (perro y gato) surgió como la conocemos hoy en día, por placer y compañía, unida a una serie de prácticas de cuidado (Fox, 2006). Para que esto ocurriera, perros y gatos tuvieron que superar muchos momentos en su accidentada historia con los humanos. Entre dioses y demonios, estas especies han transitado en la cultura occidental. Había que superar el oscurantismo de la Edad Media europea y las prohibiciones de tenencia de estos animales de la Iglesia católica – por considerar esta práctica como transgresora de la frontera humano animal y diabólica– para que perros y gatos fueran aceptados como parte de las sociedades humanas, práctica que se dio inicialmente entre la aristocracia victoriana como símbolo de distinción y de estatus. (Acero, 2017).

Imagen 2. Mascota en la antigüedad



Recuperado de

http://images.nationalgeographic.com.es/medio/2012/07/25/gatos_perros_y_monos_favoritos_2000x1386.jpg

Actualmente, la tenencia responsable se refiere al conjunto de compromisos y responsabilidad que adquieren todas las personas al momento de convivir con una mascota, estas prácticas generan múltiples beneficios para las personas, el entorno y la salud de los animales. La tenencia responsable permite reducir el número de perros vagabundos, evitar

enfermedades, mordeduras y controla la reproducción de animales a través de la esterilización.

Imagen 3. Tenencia Responsable de Mascotas



Recuperado de <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/uploads/pics/AgenciaNoticias-20170130-05.jpg>

Además permite establecer los parámetros mínimos para su tenencia dentro de viviendas urbanas y rurales, así mismo lugares públicos y privados evitando a toda costa situaciones de peligro para vecinos y otras personas en general e inclusive el propio dueño.

Maltrato animal

Se refiere a cualquier acción que atente contra la vida causando la muerte o lesiones que menoscaben gravemente la salud o la integridad física y emocional de los animales independientemente de las causalidades.

Los animales de compañía son idealizados como objetos de amor e incluso elevados a la categoría de personas, pero al mismo tiempo son torturados y abandonados siendo las víctimas más comunes de la crueldad, especialmente los perros, quienes reciben el 64.5% de los actos abusivos por parte de las personas, seguido por los gatos con 18% y el restante 25% lo sufren otros animales como caballos, vacas, aves, entre otras especies.

De acuerdo con Morales Fallón, “en Colombia cada año son abandonados al menos unos 4.500 perros muchos de los cuales son llevados a centros de Zoonosis; se cree que aproximadamente unos 6.000 animales son sacrificados”.

Imagen 4. Maltrato Animal



Recuperado de <https://userscontent2.emaze.com/images/69e685ae-a245-40f5-838a-04fcc0752af7/2f3816ed-60a9-4d2d-a632-5d376d46bd2f.jpg>

En el registro de la historia hace siglos, miles de gatos fueron sacrificados de las formas más crueles, hervidos en agua, en aceite, quemados vivos en hogueras o arrojados desde lo alto de las iglesias en espectáculos públicos; también, se prohibía a cualquier persona alimentar o ayudar de alguna forma a un gato y si la persona desobedecía era acusada de herejía (Serpell, 1996), a pesar de que estas prácticas fueron finalmente acabadas en la iglesia hace décadas, existen casos recientes de maltrato animal hacia gatos e inclusive perros de color negro por estigmas culturales que relacionan a estos animales con la brujería o el demonio, esto genera en grupos particulares de personas razones para realizar sacrificios, este tipo de casos tienen mayor frecuencia en las celebraciones del día de brujitas en octubre son castigadas.

La primera sociedad protectora de animales del país fue en Medellín (1917) esto deja ver la necesidad de intervención social ante el maltrato animal. Las protestas de esta organización contra el envenenamiento de perros callejeros por parte de las autoridades municipales muestran -además de la sensibilidad frente al dolor de los animales- el crecimiento de la población canina y la preocupación estatal por su control.

Estos temas adquieren en el paso del tiempo mucha más fuerza por la composición de la mascota en la familia del siglo XXI.

Composición de la familia

Inicialmente se identifica el concepto de la domesticación que implica una integración del animal en el sistema productivo humano:

En la agricultura, los animales domésticos, cabra, oveja, cerdo y bovinos se integran en el sistema productivo agrícola con el fin de aprovechar los subproductos al reciclarlos y transformarlos en proteínas. En este sentido y en términos generales, la ganadería surge después de la aparición de la agricultura y la producción ganadera se complementa con la agrícola al convertirse en un banco de reservas de alimentos para hacer frente a la inestabilidad cíclica del sistema agrícola.

Por otra parte, las capacidades de los animales de fuerza incluyendo los bovinos, asnos, mulos y camellos amplió las posibilidades en los procesos productivos del sector rural, por medio de actividades como el arado y el empleo de estos animales en trabajos de carga (acarreo de productos agrícolas, Leña, estiércol), y el caballo, hizo posible el desarrollo del transporte y décadas atrás permitió el comercio masivo de productos de diversa procedencia a larga distancia.

Imagen 5. El Neolítico acompañado por su mascota



Recuperado de https://1.bp.blogspot.com/_Fml3glz_LYc/Rl4vSWk2uBI/AAAAAAAAAV4/gXSfIz80--c/s400/NEOLITICO1.jpg

Mientras que uno de los objetivos principales del perro fue la labor de control y vigilancia del ganado. Este animal aparece siempre relacionado con la ganadería, como se puede comprobar en los yacimientos arqueológicos en los que se ha tenido la precaución de estudiar

las marcas que indican la presencia de este carnívoro, no sólo por la aparición directa de sus restos óseos sino también por la existencia de huesos mordidos o digeridos.

También durante miles de años, los seres humanos vivieron como comunidades cazadoras y recolectoras; esa forma de vida estableció relaciones con los animales no solo como presa, sino que también, desarrolló formas cooperativas y mutuales para asegurar la sobrevivencia (Ingold, 1994).

Hay que mencionar, además que la agricultura trajo consigo la aparición de animales comensales. Su existencia se comprueba por la aparición de un buen número de huesos mordidos por roedores, en contraste con la escasez o inexistencia de huesos con estas marcas en los yacimientos. Por ello, la domesticación del gato tenía una importante finalidad, la de limitar las plagas de roedores que podrían mermar la producción de una cosecha.

Según Serpell (1986) los perros y los gatos estaban predispuestos a vivir con los humanos y contaban con una serie de características biológicas y de comportamiento que facilitaron el proceso posterior de manipulación de rasgos instintivos para la domesticación. Esta relativa facilidad con la que los perros y los gatos se adaptaron a la vida con los seres humanos explica el inicio de esa relación mutua; de hecho, se sabe que los humanos somos la única especie que adopta a otras especies de manera intencional.

En Bogotá, y en general en Colombia, la “mascota” viene ligada al proceso de urbanización. En las ciudades, y seguramente influenciadas por la tendencia europea, las funciones útiles de estos animales como guardianes o cazadores fueron no solamente valoradas sino que poco a poco se transformaron en un vínculo afectivo mucho más estrecho (Acero, 2017). En este sentido, lentamente estos animales fueron ocupando un lugar más importante en los hogares de los bogotanos, al punto de convertirse en un integrante más de la familia.

La humanización animal, consiste en el trato e identificación de un animal como ser humano, a través, de las categorías que obtiene una perro o gato dentro y fuera del hogar, ya que son identificados dentro de la estructura familiar como, hijos o hermanos, es decir, que se le otorga cierto nivel de protección y cuidado, dándoles un lugar en la sociedad, que ha sido popularizado y aceptado. Además de la humanización, la infantilización de los animales se deja ver en las prácticas relacionadas con la enseñanza de comportamientos, lo que sin duda tiene repercusiones muy serias para el animal y para la sociedad.

Tratar a los animales como infantes humanos obstaculiza el entendimiento de su “naturaleza” y de las necesidades de cada especie lo que a la larga lleva a problemas de comportamiento que generan infelicidad y que pueden derivar en rechazo, abandono o eutanasia de los animales.

Por tanto, la humanización, civilización e infantilización de los animales tiene consecuencias negativas sobre su bienestar. Controlar los horarios modos y lugares para defecar y orinar, controlar la reproducción o vestir genera cambios no solo en el comportamiento y comodidad sino también en su estado de salud (Acero, 2017, pg. 130)

Imagen 6. Humanización de la Mascota



Fuente Recuperada de <http://www.quepasasalta.com.ar/images/noticias/2015/10/09/127561-cuales-son-los-peligros-de-la-humanizacion-animal.jpg>

Desde el punto de vista de los productores, comercializadores y analistas económicos, el acelerado crecimiento del mercado para mascotas obedece a razones económicas y culturales entre las que se encuentran, en relación con la humanización y el afecto, razones como el poder adquisitivo, la composición de la familia y cambios en los hábitos (Acero, 2017).

La humanización ocupa los primeros lugares entre las razones esgrimidas por la industria para explicar el auge del mercado. De acuerdo con APPA⁹ el 50% de los propietarios de mascotas estadounidenses consideran que sus mascotas son tan parte de la familia como cualquier persona del hogar. El 49% reconoce que al menos una de sus más recientes mascotas lleva nombre humano. El 36% de los propietarios de gatos y el 29% de los propietarios de perros duermen con los animales. El 29% de propietarios de perros y el 26% de los propietarios de gatos les celebran cumpleaños. El 20% de los propietarios de mascotas les preocupa que estas no sean felices. Y para el caso del Reino Unido: el 18% de los propietarios de mascotas los tratan como niños, el 12% invierten en servicios crematorios, el 10% les tienen páginas de Facebook o Twitter, el 50% comparte fotos online y el 9% prefiere pasar el tiempo con su mascota que con otro miembro de la familia. Resultados que ejemplifican lo que el mercado identifica como humanización de la mascota.

Como los animales de compañía son cada vez más humanizados, alimentos de alta calidad, exquisitas golosinas y productos para el cuidado son muy codiciados en muchos de los mercados desarrollados donde las mascotas son consideradas parte de la familia.

⁹ APPA, Association Pet Products American, Asociación Americana de productos para mascotas

MARCO LEGAL

En el ordenamiento jurídico colombiano, las ESALES son personas jurídicas capaces de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles y de ser representadas judicial y extrajudicialmente, la ley ha establecido que tengan a su cargo ciertas obligaciones jurídicas. (CCB, 2013)

Por lo anterior previo al registro de la fundación fue menester realizar los siguientes trámites, acogiendo las normas generales que regulan el registro de las ESALES:

- Consulta de nombre en plataforma del RUES¹⁰.
- Consulta de actividad económica en plataforma del CIU.
- Documento de constitución (Acta de constitución, documento privado o escritura pública).
- Formulario de CCB para asignación de NIT.
- Creación del Pre-RUT¹¹.
- Cédulas de los representantes Legales ampliada al 150%.
- Realizar pago de derechos (Derechos de inscripción e impuestos de registro).
- Generación de Certificados.

NORMATIVIDAD PARA PROCESO DE REGISTRO

- Decreto 2150 de Diciembre 1995, por el cual se suprimen y reforman regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.
- Decreto 427 de marzo de 1996, por el cual se reglamentan el Capítulo II del Título I y el Capítulo XV del Título II del Decreto 2150 de 1995.

¹⁰ RUES, **Registro Único Empresarial y Social**, es administrado por las Cámaras de Comercio atendiendo a criterios de eficiencia, economía y buena fe, para brindar al Estado, a la sociedad en general, a los empresarios, a los contratistas, a las entidades de economía solidaria y a las entidades sin ánimo de lucro una herramienta confiable de información unificada tanto en el orden nacional como en el internacional.

¹¹ RUT, **Registro Único Tributario**, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto de renta, los responsables del régimen común, los pertenecientes al régimen simplificado, los agentes retenedores, los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros; y los demás sujetos de obligaciones administradas por la DIAN.

- Decreto 19 de enero de 2012, por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.
- Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio de Bogotá D.C., 19 de Julio de 2001, el objetivo y alcance, con la expedición de la circular única, se reúnen en un solo cuerpo normativo todas las reglamentaciones e instrucciones generales de la Superintendencia de Industria y Comercio que se encuentran vigentes.

Una vez realizada la formalización de la Fundación plan perritos, se continúa con el desarrollo de las actividades previstas dando cumplimiento a los objetivos establecidos en los estatutos de la fundación.

NORMATIVIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA FUNDACIÓN

Para las actividades que surgen fue necesario identificar la legislación pertinente.

- Ley 1774 de 2016 que castiga el maltrato animal en Colombia – Por medio de la cual se modifican el código civil, la ley 84 de 1989, el código penal, el código de procedimiento penal y se dictan otras disposiciones”
- Ley 746 de 2002 - Por la cual se regula la tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos.
- Ley 720 de 2001, Por medio de la cual se reconoce, promueve y regula la acción voluntaria de los ciudadanos colombianos.

ORGANISMOS DE REGISTRO Y CONTROL



Cámara de Comercio de Bogotá:

Es una institución que ha marcado el desarrollo de la ciudad y la región, y su historia, íntimamente ligada a los acontecimientos económicos, políticos, sociales y culturales de esta capital, se remonta al año 1878 cuando un grupo de visionarios, conformado por José Manuel Restrepo, Ramón del Corral, José Camacho Roldán y Jorge Holguín, se propuso fomentar la creación de empresas, defender los intereses de los empresarios y emprendedores de la ciudad, y ser un organismo asesor y consultor del Gobierno.

Misión: promoción de la integración regional para fortalecer la competitividad del sector empresarial en los países de Latinoamérica y el Caribe.



Superintendencia de Industria y Comercio:

Salvaguarda los derechos de los consumidores, protege la libre y sana competencia, actúa como autoridad nacional de la propiedad industrial y defiende los derechos fundamentales relacionados con la correcta administración de datos personales.

De esta manera, la SIC es parte fundamental en la estrategia estatal en favor de la competitividad y la formalización de la economía, lo cual incluye la vigilancia a las cámaras de comercio y la metrología legal en Colombia.



Ministerio de salud y protección social:

Entidad rectora en salud en Bogotá D.C. responsable de garantizar el derecho a la salud a través de un modelo de atención integral e integrado y la gobernanza, para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población del Distrito Capital.

Misión: Dirigir el sistema de salud y protección social en salud, a través de políticas de promoción de la salud, la prevención, el tratamiento y la rehabilitación de la enfermedad y el

aseguramiento, así como la coordinación intersectorial para el desarrollo de políticas sobre los determinantes en salud; bajo los principios de eficiencia, universalidad, solidaridad, equidad, sostenibilidad y calidad, con el fin de contribuir al mejoramiento de la salud de los habitantes de Colombia.

La Confederación Colombiana de Organizaciones No Gubernamentales.



Confederación Colombiana de ONG

Es una organización nacional creada para asociar, fortalecer y representar organizaciones no gubernamentales y promover su auto-regulación para que, de manera organizada, dentro del marco constitucional y legal, aporten a la visibilidad y consolidación del sector fomentando la democracia y la construcción de bienes públicos para superar la exclusión en todas sus dimensiones. La red de la CCONG trabaja principalmente en la construcción de bienes públicos y al servicio de terceros; así mismo, trabaja con distintos énfasis en la promoción de un desarrollo humano sostenible, en el combate a la pobreza y la exclusión en cualquiera de sus formas, en torno a la promoción, seguimiento o realización concreta de los derechos humanos y por el fortalecimiento de la democracia en sus distintos niveles.



Agencia Presidencial de cooperación internacional de Colombia, es la organización que guía la cooperación internacional de Colombia. La propuesta de valor de la

Agencia es aumentar el beneficio que obtiene la sociedad colombiana e internacional de la cooperación en función del desarrollo de acuerdo a las prioridades del país.

Misión: APC, tiene por objetivo gestionar, orientar y coordinar técnicamente la cooperación internacional pública, privada, técnica y financiera no reembolsable que reciba y otorgue el país; así como ejecutar, administrar y apoyar la canalización y ejecución de recursos, programas y proyectos de cooperación internacional, atendiendo los objetivos de política exterior y el Plan Nacional de Desarrollo.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA PLATAFORMA ESTRATÉGICA COMO ESTRUCTURA INTERNA DE LA FUNDACIÓN



Imagen 7. Logotipo de la Fundación Plan Perritos

NOMBRE DE LA IDEA DE NEGOCIO

Plan Perritos

RAZÓN SOCIAL

Fundación Plan Perritos

NOMBRE COMERCIAL

Fundación Plan Perritos

VISIÓN DE LA FUNDACIÓN

Nos proyectamos para el año 2020 como la fundación líder en el desarrollo de planes culturales en compañía de las mascotas, promoviendo el desarrollo y formación de las personas para apoyar la defensa y protección de perros y gatos de la ciudad de Bogotá.

MISIÓN DE LA FUNDACIÓN

Trabajamos para promover una cultura consciente y responsable, a través de campañas y eventos culturales. Nos proponemos reunir a la comunidad, entorno al apoyo, por medio del voluntariado, para superar el estado de maltrato, sufrimiento y abandono de perros y gatos.

OBJETIVOS DE LA FUNDACIÓN¹²

OBJETIVO GENERAL

Luchar contra el abandono, el maltrato y el sufrimiento animal de perros y gatos, en cualquiera de sus formas con el apoyo de Voluntarios de todas las edades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Educar sobre la tenencia responsable de animales (perros y gatos), a través de charlas con apoyo audiovisual y talleres educativos en lugares públicos y privados.
2. Realizar campañas de esterilización gratuitas o a bajo costo en las zonas de alta población de animales (perros y gatos) en abandono.
3. Apoyar campañas de esterilización gratuitas o a bajo costo en las zonas de alta población de animales (perros y gatos) en abandono.
4. Practicar jornadas de profilaxis masivas y gratuitas.
5. Asistir a animales (perros y gatos) en situación de riesgo, recuperarlos y entregarlos en adopción a dueños responsables.
6. Asesorar legalmente a los ciudadanos en casos de maltrato animal.

¹² Los objetivos anteriormente expuestos, corresponden a los objetivos establecidos en los estatutos legales de la empresa radicados en CCB y la DIAN, sin embargo, se replantean los objetivos por razón educativa.

7. Apoyo a fundaciones e iniciativas ciudadanas en pro de nuestros objetivos por medio de nuestros voluntarios y recoletas.

OBJETIVO DEL TRABAJO

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la estructuración y afianzamiento de la Fundación Plan Perritos, dedicada a la lucha contra el maltrato y sufrimiento hacia los perros y gatos en la ciudad de Bogotá D.C desde la culturización a través de discursos y prácticas de tenencia responsable y actividades a fin.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Plantear la plataforma estratégica para definir la estructura interna de la fundación.
- Desarrollar el plan de mercadeo que requiera la fundación con el fin de mejorar la gestión para la ejecución de proyectos.
- Estructurar la cadena de valor correspondiente a los procesos y servicios de la Fundación.
- Desarrollar una Campaña y exponer el plan financiero utilizado para la realización de la misma.

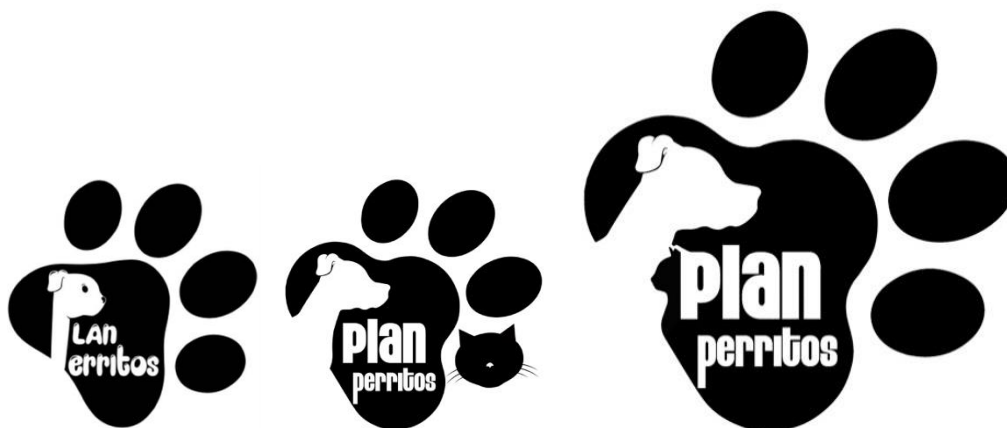
DESCRIPCIÓN DE LA FUNDACIÓN

La fundación plan perritos comenzó en el año 2015 como una iniciativa ciudadana de Sebastián Lagos ciudadano Bogotano, a través de Facebook con la creación de una Fan page que paulatinamente llamó la atención de personas amantes de sus mascotas y generó conciencia respecto a casos de maltrato animal y también de amor animal. El posicionamiento de la fan page se logra alcanzar a lograr alrededor de 500 seguidores, con los cuales se convocan actividades programadas en el parque Timiza para compartir experiencias de la vida, ejercicio y al mismo tiempo desarrollar espacios acompañados de sus mascotas.

Al pasar del tiempo, se logró cautivar la atención de más personas en pro del apoyo hacia rescates, difusión de adopciones, charlas de tenencia responsable por medio de encuentros y

se decide iniciar una etapa de estructuración formal de entidad sin ánimo de lucro. Mauricio Quevedo, uno de nuestros primeros voluntarios, en Julio de 2016 crea el que sería actualmente el logo de la fundación.

Imagen 8. Evolución Logotipo de la Fundación Plan Perritos



Fuente. Elaboración propia

Una vez diseñado el Logo de Plan perritos, se realizó la primer convocatoria para la recolección de concentrado y tapitas plásticas en el parque Nacional Enrique Olaya Herrera, aunque los resultados no fueron los esperados, la actividad nos dio una aproximación parcial a la realidad y nos permitió llevar nuestra imagen a la comunidad y hacernos conocer. Sin embargo, esto fue solo el inicio, pues a principios del 2017 empezaron a asociarse nuevos voluntarios y líderes que dieron el impulso para legalizar la fundación como una entidad sin ánimo de lucro en Febrero del 2017. Desde entonces bajo la dirección del fundador Sebastián Lagos y el co-fundador Cristian Rosero se desarrolla un trabajo más íntegro con el apoyo de los voluntarios y los beneficios de las plataformas virtuales.

Actualmente la fundación cuenta con dos sedes, la sede principal en el barrio villa Alsacia y la sede operativa en el barrio Venecia de la ciudad de Bogotá DC, también cuenta con la participan de 8 líderes que conforman la dirección de la fundación y más de 60 voluntarios activos por los diferentes medios. Las diferentes actividades que se desarrollan en la fundación, son acordadas en reuniones mensuales con el equipo de líderes de la fundación y ejecutadas con el apoyo económico recaudado por eventos, donaciones y recolectas.

CAPÍTULO II. DESARROLLO DEL PLAN DE MERCADEO

ANÁLISIS DEL MERCADO

ANÁLISIS DEL ENTORNO

En este apartado se nombran las principales iniciativas ciudadanas y entidades sin ánimo de lucro que participan en los sectores, que trabaja la fundación plan perritos dentro y fuera de la ciudad de Bogotá para identificar su función, misión y lugar

FUNDACIONES:



Tapitas x patitas, Argentina y Bogotá

Su principal función es ser el vínculo que une a las personas que quieren donar sus tapitas plásticas con la fauna callejera.

A través de esta tarea es que buscan generar conciencia sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, del respeto por los animales y de los beneficios del reciclaje.

Buscan incentivar a la gente a que recicle sus tapitas para que NO tirarlas al suelo se vuelva algo instintivo y así guardarlas para donar a alguna ONG de su elección.

Misión: Recolectar tapitas plásticas para ayudar a la fauna callejera



Protectora Ambiental contra la Tortura Animal,
Chía, Cundinamarca

Es una organización colombiana (sin ánimo de lucro), que proyecta su actividad a nivel internacional con el fin de promover el respeto a las leyes y normas de protección animal y del medio ambiente. Sus integrantes son activos impulsores para la propuesta de nuevas y actualizadas políticas de protección y conservación en este campo, en la difusión de los derechos de los animales en situación doméstica o natural.

Misión: Defender los derechos animales.



Fundación hogar campestre Fomecan

Vereda Ucuatoque, Fómeque

Es una organización comprometida con la protección de la vida y dignidad de caninos y felinos, sin importar su edad, raza, sexo, salud física y emocional, color o tamaño; dan albergue, atención veterinaria y alimentación a cada uno de los rescatados, hasta que encuentren su hogar definitivo, amoroso y responsable o hasta que fallezcan.

Misión: Fundación dirigida principalmente al cuidado de perritos y gatitos viejos y/o en situación de discapacidad.



Fundación alma perruna, Bogotá

Es una fundación sin ánimo de lucro que por medio de jornadas de esterilización pretenden evitar la reproducción masiva de perros y gatos en localidades vulnerables de Bogotá. Así mismo, protegen y acogen casos extremos para mejorar su calidad de vida y encontrarles el hogar perfecto para toda su vida.

Misión: Transformar los corazones humanos para ayudar a contribuir con el abandono animal y los perros callejeros. Somos una guía y un ejemplo de fundación que contribuimos a transformar la vida de los animales solo con el remedio más importante: el amor.

Fundación la huella roja, Bogotá



Es una fundación sin ánimo de lucro, que trabajan por la protección de los animales en Colombia, fomentan el bienestar animal, construyen puntos de apoyo y orientación continua, buscan soluciones concretas a los problemas que presentan los animales.

Misión: Educar a la ciudadanía para que protejan y conserven la vida de los animales y ayudar a los animales desamparados.



Fundación Voz animal,

Vereda la Violeta, Sopó, Cundinamarca

Es una Organización sin ánimo de lucro, que busca reducir la presencia de animales desprotegidos en la ciudad, a través de campañas estructuradas de esterilización y concienciación de los habitantes de la zona. Protegemos animales en difíciles condiciones y les damos resguardo, alimentación y afecto, mientras les conseguimos un hogar digno para vivir.

Misión, Educar a las personas sobre la tenencia responsable de animales de compañía, para mejorar así su calidad de vida, ofreciendo servicios de esterilización y la información necesaria para una tenencia responsable.



Fundación huellas perros al servicio

Vereda de rio Frio, Tabio, Cundinamarca

Rescatar y rehabilitar perros de la calle en estado de alta vulnerabilidad (hembras en gestación, cachorros menores de 3 meses, adultos mayores de 10 años o perros que hayan sufrido algún accidente y necesitan atención veterinaria) con el fin de encontrar un hogar responsable que garantice las condiciones necesarias para una vida digna: techo, cama, comida, buen trato, entre otros.



Por amor a Rocky, Bogotá

Es una iniciativa ciudadana que ayuda a Los animales son sometidos al maltrato y al abandono, pues aseguran que son pocas las personas que apoyan esta labor, sin embargo, con sus acciones buscan generar conciencia, a través de rescates, adopciones, donaciones y amor.

Misión: Creada para generar conciencia animal, a través de rescates, adopciones, Finales felices.



La fundación el hogar de Tuko,
Facatativá, Vereda los manzanos

Fue creada con el ánimo de ayudar, proteger, vigilar, sensibilizar y velar por el cuidado de los animales de la calle marginados por el abandono de sus amos, rescatándolos del maltrato callejero en búsqueda de su espacio donde se le respeten las condiciones mínimas para su existencia y bienestar. La labor de la fundación se lleva a cabo con ayuda de los asociados, algunas entidades municipales y donativos de la sociedad en general.



Parche Criollo, Bogotá

Es una comunidad que explora el mundo por medio de aventuras con nuestros perros. Realizan senderismo con las mascotas y a través de la comunidad formada realizan actividades de voluntariado, apoyo a refugios aledaños a Bogotá.

Todas estas entidades se enfocan en la ayuda hacia perros, gatos y otros animales, pues en Bogotá y en Colombia, existe un problema muy grande por la cantidad de animales domésticos abandonados, maltratados y con bastantes necesidades. Algunas de estas fundaciones funcionan como Refugios para estos animales brindando amor, estadía, alimentación, atención médica, sin embargo, la mayoría de estas fundaciones se encuentran represados, estáticas por lo que son blancos a los cuales podemos aliarnos para desarrollar apoyo desde la fundación. Otras fundaciones realizan Jornadas de adopciones con las cuales podemos impulsar la difusión de casos de adopción de manera masiva y con trabajos en conjunto; otras se dedican a la educación por medio de Charlas de Tenencia Responsable para disminuir conductas que perjudican a los animales.

A pesar de que no se mencionan otras importantes Fundaciones el campo de acción es inmenso y es importante el apoyo y fortalecimiento.

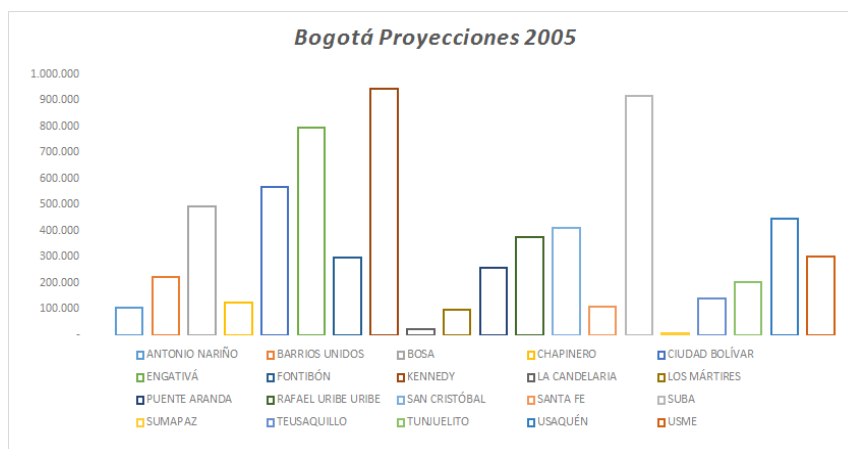
Veterinarias, Pet shop, Laboratorios, Industria de Alimentos, Empresas de cualquier índole: Cualquier empresa puede hacer una alianza con la fundación ya que tributariamente se conceden algunos descuentos que además, se realizan apoyando una gran causa. Las

empresas privadas pueden participar con donaciones materiales, intelectuales o económicas y además se pueden realizar convenios para el desarrollo de capacitaciones a cerca de la protección animal y la tenencia responsable de mascotas en la ciudad. También es posible realizar alianzas con almacenes de ventas para impulsar productos que generen aportes para las dos entidades.

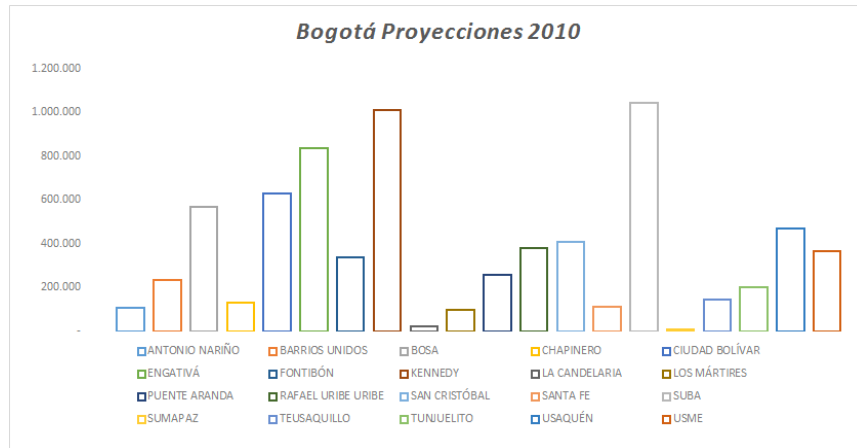
Persona Natural: Cualquier persona puede aliarse a la fundación y participar por medio del Voluntariado otra Donativo siempre y cuando tenga la mayoría de edad o esté autorizado por un adulto responsable para ayudar. Si tiene ingresos muy elevados al año puede reducir los compromisos tributarios por medio de certificaciones que genera la fundación.

ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

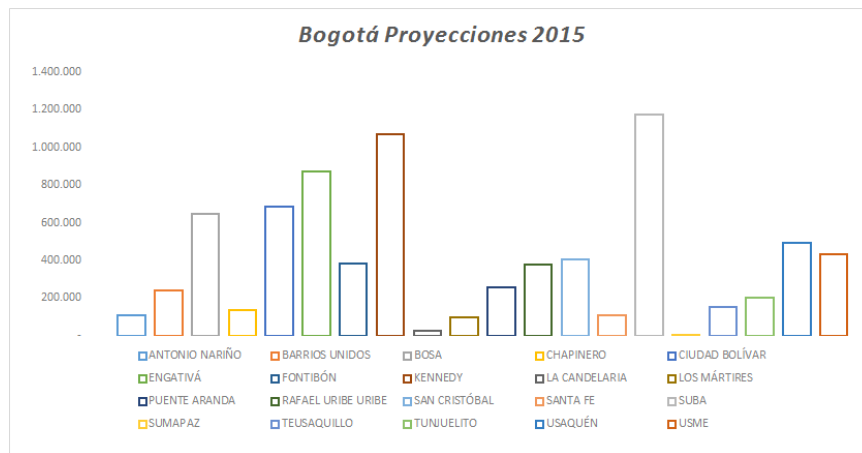
En el marco del Convenio entre la SDP y el DANE se elaboraron proyecciones poblacionales por localidades, asumiendo supuestos de tipo urbanístico, algunos de los cuales no se cumplieron. En este ejercicio se están estimando series de tiempo retrospectivas de la población por localidad mediante el ajuste de splines. Este tipo de ejercicio se realiza para mantener la comparabilidad de los resultados de los censos poblacionales, las proyecciones vigentes, y una corrección de las tendencias proyectadas en el marco del convenio, y satisface la necesidad de disponer series cronológicas largas y consistentes para la ciudad.



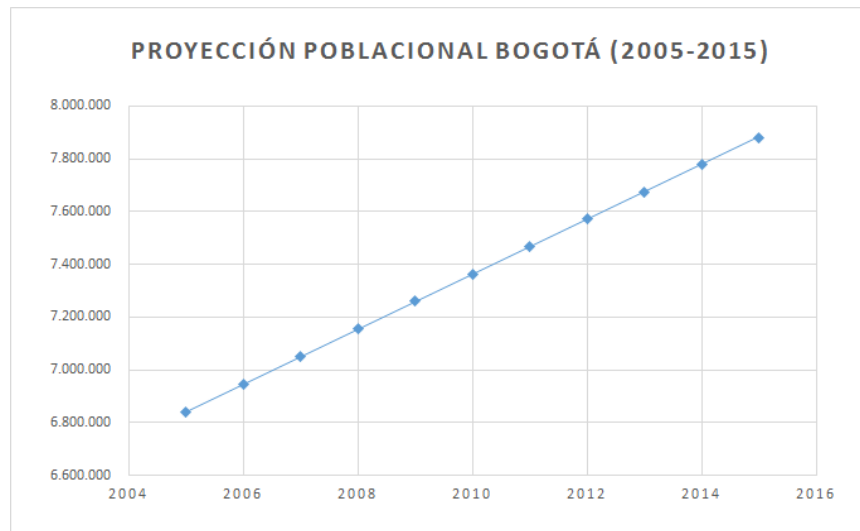
Gráfica 1. Proyección población 2005



Gráfica 2. Proyección población 2010



Gráfica 3. Proyección población 2015



Gráfica 4. Proyecciones poblacionales 2005-2015 obtenida en el marco del Convenio de cooperación técnica DANE-SDP No 096-2007

En conferencia de Marketing Digital para entidades sin ánimo de lucro, dictada por la CCB se expuso el alcance de las redes sociales por medio de herramientas, tales como: campañas Adwords y promociones, estrategias que apoya las plataformas Facebook y Google para el desarrollo de entidades sin ánimo de lucro responsables con la actividad que desarrolla. La dinámica consiste en realizar una transacción por medio de un pago para aparecer en los motores o plataformas de búsqueda, a través del diseño de un anuncio con palabras claves, segmentación y una fan page o página de apoyo a la que se vincula el anuncio o promoción diseñado.

Imagen 9. Promoción de campaña por Facebook



Resulta fundamental utilizar herramientas virtuales, ya que las dinámicas del día a día que viven las personas, se desarrollan en las redes sociales y plataformas digitales, entonces, es posible ampliar el radio de apoyo de la fundación y de impacto respecto a las campañas propuestas y es un método versátil que permite medir, evaluar y corregir en tiempo real las estrategias convenientes para el buen desarrollo de las actividades.

SEGMENTO DEL MERCADO: PÚBLICO OBJETIVO

La fundación plan perritos es una entidad sin ánimo de lucro, enfocada en campañas por medio de las cuales, se genera impactos positivos en la sociedad dando cumplimiento a los objetivos establecidos en sus estatutos, para el desarrollo de las actividades es necesario segmentar los mercados de manera global para generar estrategias de desarrollo

Las empresas normalmente tienen identificado geográficamente¹³ su mercado y por el tipo de Cliente¹⁴, (Fisher y Espejo, 2004, p. 85-89); en el caso de la fundación existen servicios que se desarrollan a través de mercados nacionales e internacionales, los cuales son posibles por medio de las redes sociales y el mercado local correspondientemente. Y según el tipo de cliente se considera que la fundación participa en el mercado de consumidores y del gobierno ya que los productos exclusivos referentes a la fundación son desarrollados para brindar servicios sociales.

Se encontró una última clasificación por el tipo de producto¹⁵ que desarrolla la fundación estas son, el mercado de productos o bienes refiriéndose a productos tangibles requeridos por las personas y los servicios que generan beneficios o satisfacción por medio de actividades y el mercado de ideas, pues el equipo de líderes de la fundación genera estrategias creativas para conseguir las metas y campañas propuestas semestralmente.

¹³ Mercado Nacional: Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambios de bienes y servicios.

Mercado Internacional: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.

Mercado Local: Es la que se desarrolla en una tienda establecida o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

¹⁴ Mercado del Consumidor: En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal.

Mercado del Gobierno: Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza, etc.), para mantener la seguridad y otros.

¹⁵ Mercado de Productos o Bienes: Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles.

Mercado de Servicios: Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o satisfacciones que pueden ser objeto de transacción.

Mercado de Ideas: Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado. Por ello, la mayoría de ellas están dispuestas a pagar una determinada cantidad de dinero por una "buena idea".

VENTAJA COMPETITIVA

La fundación plan perritos desarrolla campañas por medio de actividades de esparcimiento lideradas por las manos de jóvenes profesionales capacitados y entregados completamente por mejorar las condiciones de vida de los animales domésticos de la ciudad y otras partes del mundo, actividades en las que es posible unificar los objetivos establecidos por la fundación con fondos propios y el apoyo de empresas públicas y privadas.

Imagen 10. Evento público de la fundación



El valor de los productos exclusivos y servicios que ofrece la fundación está relacionado con la capacidad de ayudar a perros y gatos, proporcionando beneficios únicos en la sociedad a la mano de cualquier persona, pues las plataformas de transacción son físicas y/o virtuales. Además se incluyen procesos de mejora continua en la planeación y ejecución mediante reuniones mensuales y la asesoría de personas experimentadas en el campo esto permitirá que se fortalezcan los servicios y productos con el paso del tiempo.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En la siguiente tabla se relacionan las cinco (5) principales organizaciones que trabajan en la lucha contra el maltrato animal, a través de servicios y productos que son parte vital de la mejora en la ciudad de Bogotá, algunas con más trayectoria que otras pero todas enfocadas en solucionar este gran problema.

Desde un inicio se entiende que las entidades sin ánimo de lucro trabajan bajo un mismo objetivo social por lo que es favorable trabajar conjuntamente desde la fortaleza e identidad de cada entidad y no plasmar un ambiente de competencia, sin embargo, por medio de la *tabla 1. Análisis de la competencia*, se analizan las características principales de cada una de las organizaciones y con esto es posible identificar la fortaleza e identidad de cada una: la manera de realizar actividades con voluntarios, la logística, los campos de acciones y de esta forma definir los alcances y sectores que se pueden apoyar desde la fundación plan perritos.

Nº	EMPRESAS COMPETIDORAS	NIVEL DE ACEPTACIÓN			TIPO DE CLIENTE ATIENDE	¿POR QUÉ RAZÓN LA ELIJEN?	¿DÓNDE SE COMERCIALIZA PRODUCTO?	¿A QUE PRECIO VENDEN?
		ALTO	REGULAR	POCA				
1	 <p>PARCHE CRIOLLO: Es una comunidad que explora el mundo por medio de aventuras con los perros.</p>	X			<p>Todo el público, menores de edad e compañía de adultos responsables</p>	<p>Realizan senderismo con las mascotas y a través de la comunidad formada realizan actividades de voluntariado, apoyo a refugios aledaños a Bogotá.</p> <p>Las personas dicen que es la nueva forma de compartir tiempo con la familia y conocer la naturaleza.</p> <p>La buena ejecución de ideas, logística, buen trato y desarrollo.</p>	<p>Redes Sociales, voz a voz de la comunidad</p>	<p>Humano \$ 10.000 a \$ 40.000 - Caninos \$5.000 + \$4.000 carro</p>
2	 <p>TAPITAS X PATITAS: Su principal fin es ser el vínculo que une a las personas que quieren donar sus tapitas plásticas con la fauna callejera.</p>	X			<p>Mayores a 18 años</p>	<p>Alimentación de la fauna callejera.</p> <p>Reciclaje de tapitas plásticas de forma masiva a travez de eventos.</p> <p>Educación en respeto hacia los animales y tenencia responsable de mascotas.</p> <p>Apoyo a fundaciones por medio de jornadas martillo</p>	<p>Centros Comerciales, veterinarias, instituciones, Redes sociales.</p>	<p>\$80.000 COP cada punto de acopio</p>
3	 <p>ZOONOSIS: Es una dependencia de la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá realiza las actividades de vigilancia, control y prevención de las zoonosis en el Distrito Capital.</p>	X			<p>Perros y Gatos Criollos</p>	<p>Adopciones masivas de animales de compañía</p> <p>Programa integral de esterilizaciones masivas</p> <p>Vacunación antirrábica de caninos y felinos.</p> <p>Propende por sensibilizar a la comunidad en general sobre cuidado, adquisición y tenencia responsable de animales, como mecanismo de prevención de zoonosis y control integral de vectores, promoviendo hábitos en las personas para una sana convivencia con animales.</p>	<p>El centro operativo de Engativa es el principal lugar, sin embargo todas las alcaldías de la ciudad de bogotá se apoyan en la entidad.</p>	<p>GRATUITA, financiado por el gobierno.</p>
4	 <p>FUNDACIÓN LA HUELLA ROJA: Trabaja por la protección de los animales en Colombia, fomentan el bienestar animal, construyen puntos de apoyo y orientación continua, buscan soluciones concretas a los problemas que presentan los animales.</p>	X			<p>Perros y Gatos Criollos</p>	<p>Jornadas Masivas de esterilización alrededor de 2000 cirujías de esterilización exitosas desde la legalización como fundación.</p> <p>Apoyo a animales en situaciones de abandono y maltrato.</p> <p>Restauración de la fauna callejera y entrega en jornadas de adopción.</p>	<p>Principalmente en Bogotá en los sectores de mayor impacto y algunos lugares dentro del país con el apoyo de las redes sociales.</p>	<p>GRATUITA, aportes voluntarios</p>


5	 <p>FUNDACIÓN ALMA PERRUNA: Es fundación sin ánimo de lucro que por medio de jornadas de esterilización pretenden evitar la reproducción masiva de perros y gatos en localidades vulnerables de Bogotá.</p>		X	Perros y Gatos Criollos	<p>Jornadas de esterilización evitando la reproducción masiva de caninos y felinos.</p> <p>Rescate de perros a través de hogares de paso.</p> <p>Trabajan mes a mes para que los perritos en condición de vulnerabilidad se encuentren mucho mejor.</p>	Bogotá, en las áreas más vulnerables por medio de redes sociales y empresas privadas que apoyan las actividades.	GRATUITA, aportes voluntarios
---	--	--	---	-------------------------	---	--	-------------------------------

Tabla 1. Análisis de la competencia

Y con este análisis fortalecer por medio de estrategias procesos internos en la fundación plan perritos para fijar posturas pues es posible que uno sea identificado inicialmente como una competencia directa al ofrecer los mismos servicios, lo importante es identificar los campos de acción en los cuales se pueda cambiar la percepción hacia la competencia indirecta y de esta forma obtener ventajas para posicionar la fundación de la manera adecuada en la sociedad.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Las personas, compañías o fundaciones que se unan a la fundación tendrán beneficios tributarios para sus balances de final de año, además pueden acceder a campañas y actividades que permiten que la comunidad aumente sus fortalezas y reduzcan sus debilidades combatiendo la falta de cultura y ampliando el círculo de amistades alrededor de una misma razón.

Desde la fundación plan perritos muchas más personas podrán proponer actividades cada 4 meses con ayuda y apoyo de todo el equipo de líderes, siempre y cuando estas actividades o campañas luchen a favor de los objetivos de la fundación.

Con la creación del departamento de investigación y promoción se crearan productos exclusivos que sean funcionales para las personas y/o sus mascotas, haciendo visible la creatividad y el ideal de la fundación por estos medios.

Además como estrategia para obtener fondos para la ejecución y estabilidad de la fundación se busca la participación en concursos de emprendimiento del gobierno o en programas de cooperación financiera internacional para obtener capital semilla en beneficio de las acciones que se desarrollan interna y externamente en la fundación.

ESTRATEGIA DE PRECIO

- ¿Cuál será el precio del producto o servicio y como lo determino?

El precio de los productos exclusivos comprende el costo de diseño, la obtención de los productos básicos o materias primas, la movilización, transformación y producción, embalaje, entrega final física o virtual y ganancia¹⁶, algunos de estos procesos por medio de sub contratistas especializados en la producción.

Para los servicios que ofrece la fundación es menester contar con la dotación del personal de la fundación, alimentación para la jornada, movilización, herramientas y equipos para el desarrollo de las actividades, parte de estos costos serán financiados por entes públicas o privadas, cooperación internacional o fondos propios captados en actividades de la misma.

- ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?

Es un precio de introducción que tendrá cambios según la demanda y oferta de los productos y servicios destinados a cumplir las campañas planeados para el año de ejecución, además, la expansión de la fundación será un factor crucial en el que todas las colaboraciones por ventas, donaciones, patrocinio entre otros determinaran los esfuerzos necesarios para mantener en función la fundación.

- Otra información relevante para la fijación de precios

Los precios que establezca la fundación son de acuerdo a la moneda del país donde se promoció el producto, se están realizando alianzas estratégicas inicialmente en Bogotá para ofrecer precios cómodos en los cuales se encuentren satisfechos todos los actores principales de la cadena de valor; empresas por medio de las cuales se pueda obtener insumos, transporte y entrega, embalaje y de esta forma ejecutar algunas campañas por medio del patrocinio y/o donaciones.

¹⁶ Porcentaje dirigido a la realización de las labores y metas propuestas en la organización.

La fundación al ser una ESAL legalmente constituida puede licitar con presupuesto del estado para ejecutar las actividades propuestas en la fundación.

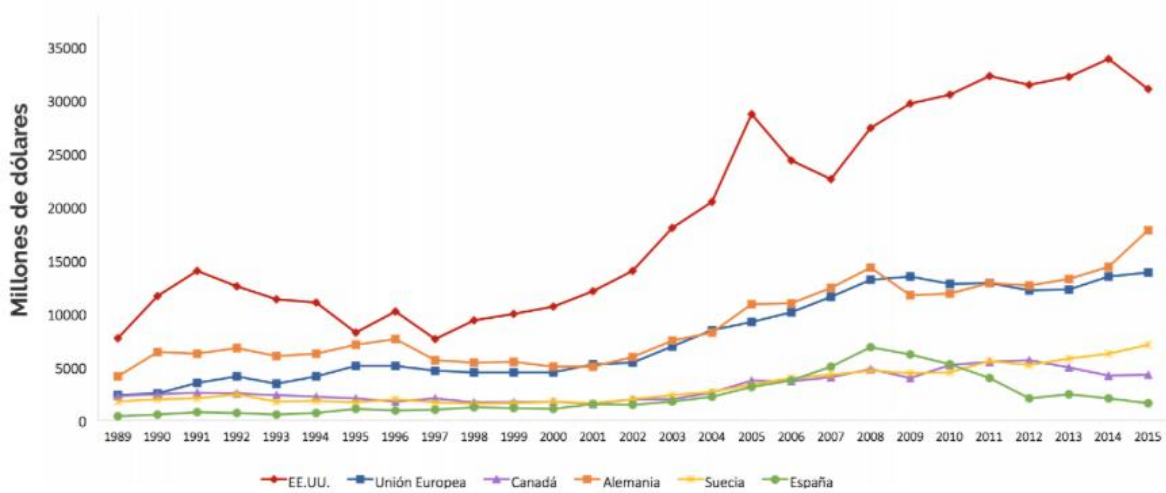
Además por medio de APC-Colombia, el manual de formulación de proyectos de cooperación internacional, establece la disposición de asesorías para la formulación, promoción y gestión de programas y proyectos de cooperación internacional, mediante la transferencia de tecnologías, conocimientos, experiencias o recursos por parte de países con igual o mayor nivel de desarrollo, organismos multilaterales, organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil.

A raíz del escenario abierto por el post conflicto durante el año 2016 se registró un monto de USD\$635.459.328 de Ayuda Oficial al Desarrollo Dirigida al País. De este monto, las cinco principales fuentes de cooperación internacional de tipo bilateral son: Estados Unidos con el 32,88%, la Unión Europea con 23.81%, Canadá con el 11.94%, Suecia con el 5.56% y Alemania con el 3.25%. En la siguiente grafica se observa el comportamiento de la CINR¹⁷ que aportan los mayores cooperantes de Colombia al mundo y con los ODM¹⁸, los recursos de CINR a nivel global aumentaron significativamente, demostrando un mayor compromiso por parte de estos países

¹⁷ CINR, Cooperación internacional no reembolsable

¹⁸ ODM, Objetivos de desarrollo del milenio de las Naciones Unidas son ocho objetivos que los 191 Estados Miembros de las Naciones Unidas convinieron en tratar de alcanzar para 2015.

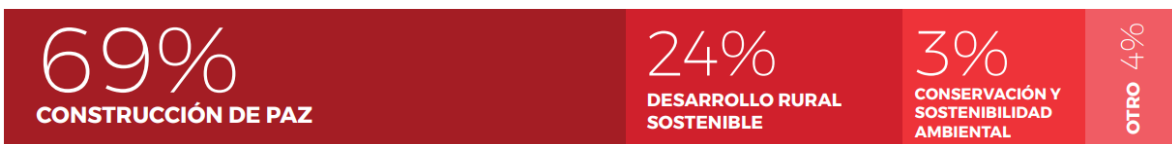
Gráfica 5. Flujos mundiales de CIRN de los mayores cooperante en Colombia.



Fuente. Query Wizard for international development statistic. Cálculos Planeación APC-Colombia.

Por otra parte, estos recursos de cooperación internacional fueron alineados a las prioridades definidas en la Hoja de Ruta de la siguiente manera: Construcción de Paz 69.22%, Desarrollo Rural Sostenible 24.21%, Conservación y Sostenibilidad Ambiental 2.98%, Otros 3.59%. Lo anterior representa un 96.41% de la alineación de estos recursos a la Hoja de Ruta definida por APC-Colombia durante 2016.

Imagen 11. Hoja de ruta definida por APC-Colombia



Fuente: Informe de Gestión 2016 APC-Colombia, pg.10

“La cooperación internacional es y ha sido una herramienta catalizadora de procesos. La asistencia técnica, el intercambio de conocimiento y la financiación de proyectos, entre otros instrumentos, han servido para fortalecer y dinamizar procesos de desarrollo rural en los territorios y fomentar la integración de diferentes actores, sirviendo como plataformas para establecer sinergias y apoyar la consolidación de visiones compartidas de desarrollo local.”(Asociatividad 2010-2016, pg.22)

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué hará para promocionar la fundación?

Por medio de la labor de los líderes del departamento de comunicación, promoción y desarrollo; la fundación crea herramientas de publicidad que se difunden en plataformas virtuales y eventos presenciales diseñados con creatividad e innovación con el fin de cumplir los objetivos.



La promoción, se realiza principalmente en plataformas globales por medio de las historias, publicaciones de imágenes y videos publicitarios, anuncios y transmisiones en vivo en las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, además campañas con Google Adwords para aparecer en motores de búsqueda, páginas web, entre otros.

También se contara con los medios de comunicación como emisoras universitarias y comerciales, revistas, blogs, noticias en televisión donde se compartirán eventos en los que será posible ayudar.

Además la participación en ferias, eventos y campañas en las que se compartirá el nombre y logo de la fundación a partir de la creación de productos exclusivos como prendas, accesorios y bonos.



Finalmente al desarrollar campañas propias de la fundación, la participación de los voluntarios y su opinión, desarrolla una dinámica del voz a voz entre jóvenes y adultos de la ciudad y otras partes del mundo.

¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?

La actividad de promoción y difusión es de vital importancia para el desarrollo de las actividades propuestas semestralmente para cumplir las metas internas y externas en la fundación, inicialmente el capital semilla para un evento de 60 personas oscila en los \$400.000 pesos Colombianos incluyendo materias primas, transformación, diseño y movilización, capital que es retornado en el proceso de ventas o financiado por empresas públicas o privadas según los planes de inversión previstos con antelación garantizando una excelente ejecución.

Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos.

Se están creando alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas, personas y profesionales importantes en el país como, Médicos Veterinarios, youtubers, artistas, empresarios y líderes que apoyen los objetivos de la fundación.

También mediante la participación de la fundación en concursos y programas desarrollados con grandes ONG que tengan el bagaje para obtener un mayor beneficio e impacto social.

ESTUDIO TÉCNICO DE LA PRODUCCIÓN

LOCALIZACIÓN DE LA FUNDACIÓN

La fundación plan perritos nace y se desarrolla en la ciudad de Bogotá D.C, Colombia desde el 2015 con su oficina principal en el barrio Castilla y una sede operativa en el barrio Venecia; sin embargo, se pretende, por medio del siguiente estudio, la reubicación para la sede principal con oficinas independientes a un lugar estratégico y funcional obedeciendo a criterios económicos y estratégicos para obtener mejores resultados en el desarrollo administrativo, logístico y operativo de la fundación.

Para lograr identificar la localización de la sede principal de la fundación se tiene en cuenta determinantes macro y micro espaciales para el beneficio de la misma; inicialmente se establece desde la dirección general de la fundación por medio de la imagen 12, las localidades de Chapinero, Teusaquillo, Barrios unidos, Rafael Uribe Uribe y Kennedy para una evaluación.

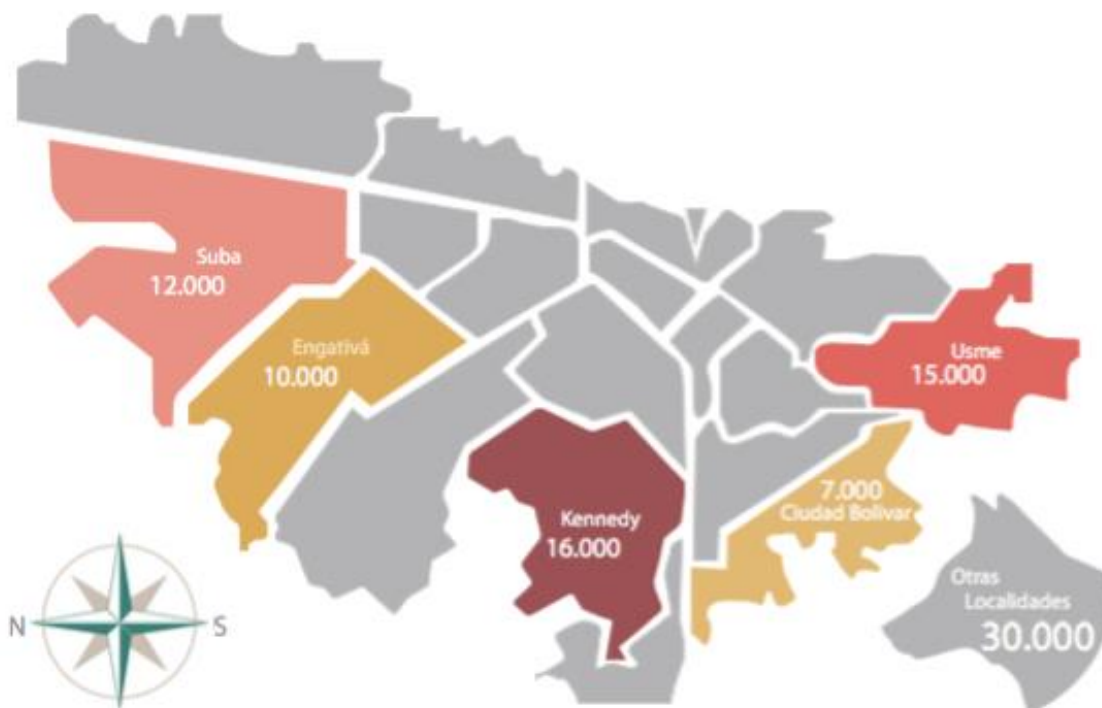
Imagen 12. Localidades de partida, establecidas por la fundación



Fuente propia

Inicialmente se plasma en la imagen 13, la variable demográfica de ejemplares callejeros de caninos y felinos, discriminado por las principales localidades para tener una vista global de la ciudad y sus necesidades, esto permite identificar los puntos críticos de trabajo respecto a las localidades propuestos por la dirección general de la fundación.

Imagen 13. Población proyectada de caninos y felinos (2016), número de ejemplares callejeros



Fuente propia

La metodología consiste en la evaluación del perímetro de las zona localizada en la imagen 14, que cuenten con servicios básicos y complementarios tales como veterinarias, tiendas de mascotas, guarderías, instituciones educativas, zonas verdes y parques metropolitanos. Este trabajo se desarrolló en la localidad 13 de Teusaquillo, por su centralidad, accesos vehiculares y redes de ciclo vías, movilidad, condiciones sociales y culturales, ya cuenta con 477 empresas dedicadas al tema de arte y recreación, es decir el 1,7% del total de las empresas; en términos relativos está por debajo de Bogotá (1,9%) además es una zona residencial mixta donde es posible encontrar viviendas de dos (2) plantas para el desarrollo de la labores de la fundación.

Imagen 14. Análisis Final Localidad de Teusaquillo



Fuente propia

ÁREA DE TRABAJO (DISTRIBUCIÓN)

Imagen 15. Distribución ideal de la Sede Principal

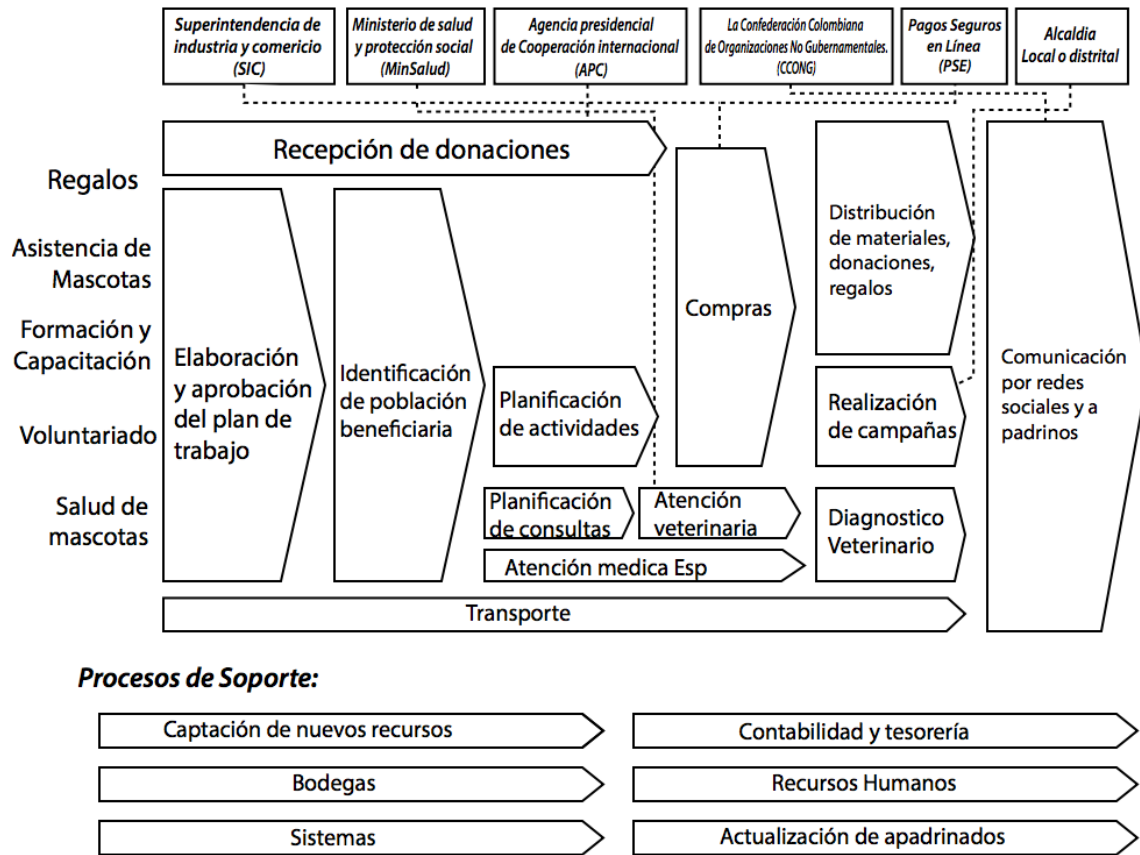


Fuente propia

En la imagen 15, se presenta la distribución ideal para la sede principal de la fundación. Esta distribución incluye una recepción, sala de espera y espacios de capacitaciones, sala de juntas, oficinas de las direcciones principales, bodega y stand de ventas que garantizan la prestación de los servicios de manera eficiente y eficaz.

CAPITULO III. CADENA DE VALOR Y DIAGRAMA DE OPERACIONES

Imagen 16. Cadena de Valor de la Fundación Plan Perritos



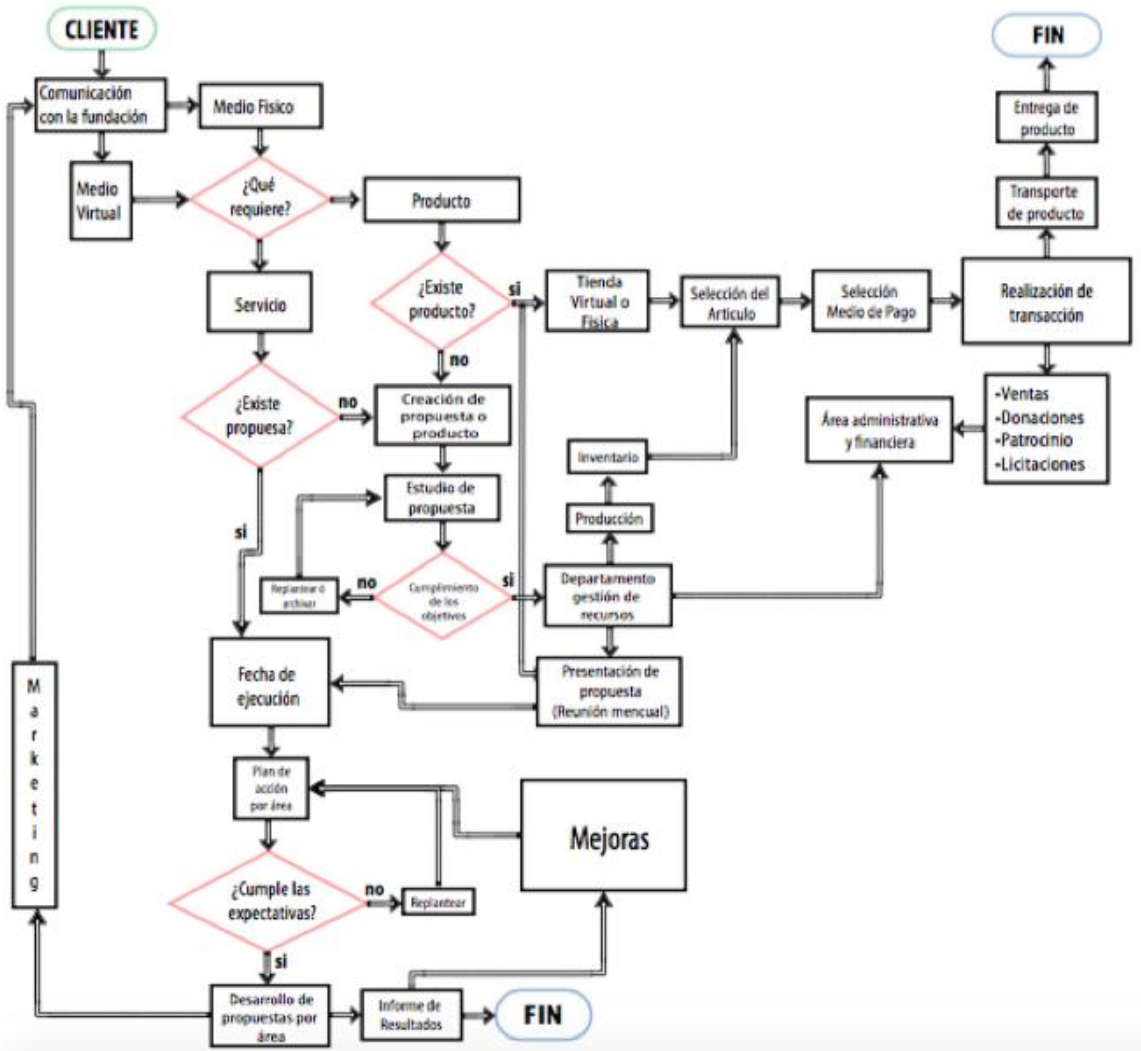
Fuente propia

Michael Porter, define el valor como la suma de los beneficios percibidos, que el cliente recibe, menos los costos percibidos por él al adquirir un producto o servicios. La imagen 16, es el análisis de las actividades mediante la cual se desagrega la fundación en sus partes constituyentes, para identificar las fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor.

Es precisa la creación de la cadena de valor ya que es una herramienta fundamental que permite visualizar la interacción de las actividades principales y de esta forma poder analizar fuentes de la ventaja competitiva.

Para la fundación se identifican las actividades primarias del servicio que se presta, los soportes y entidades que regulan y participan en la cadena de valor.

Imagen 17. Diagrama de flujo de los proceso principales.

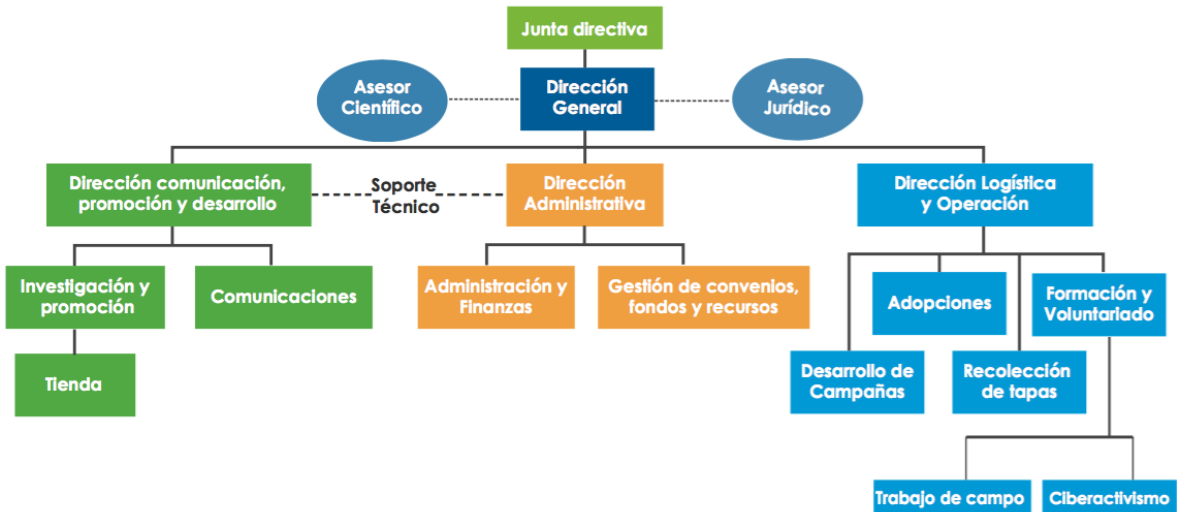


Fuente propia

En la imagen 17, se presenta, de manera gráfica, el diagrama de flujo de los procesos de la fundación, donde se puede visualizar el conjunto de actividades y recursos interrelacionados que transforman elementos de entrada en elementos de salida aportando valor agregado para el cliente o usuario. La intención de este gráfico es tener todo el proceso diagramado para ofrecer al cliente / usuario un servicio correcto que cubra sus necesidades, que satisfaga sus expectativas, con el mayor grado de rendimiento en coste, servicio y calidad.

ORGANIZACIÓN

Imagen 18. Organigrama jerárquico de la Fundación



Fuente propia

Por medio de la figura 18, se observa la representación gráfica de la estructura formal de la Fundación Plan Perritos, para desarrollar este organigrama fue importante evaluar con claridad y precisión los fines que persigue la organización a través de la identificación de tareas principales. Además, se desarrolla una división de tareas por medio de un análisis lógico de agrupación que permita un desarrollo óptimo, independizado por áreas o departamentos especializados en el tema. Esta organización debe ser lo suficientemente equilibrada vertical y horizontalmente para concebirse como una ventaja competitiva.

Para este caso se definió una configuración piramidal vertical ubicando en la parte superior a los cargos superiores, asimismo, se designan tres (3) direcciones principales, la dirección administrativa, dirección logística y operativa y la dirección de comunicación, promoción y desarrollo.

Además se tienen previsto para la dirección general un asesor científico y un asesor jurídico que tendrán participación intermitente en el desarrollo de la fundación y un departamento de soporte técnico que brinda apoyo principalmente a las áreas de diseño y planeación.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Director General: profesional con capacidades de liderazgo, trabajo en equipo, excelentes relaciones interpersonales o con capacidad de tejerlas, formación en gerencia o gestión de proyectos.
- Asesor jurídico: estudiante o profesional en el derecho con la capacidad de asesorar jurídicamente a la fundación en casos legales, además trabajará en la creación de contratos, políticas internas y externas, permisos y casos específicos que surgen por la ejecución de la organización.
- Asesor científico: profesional en medicina veterinaria con enfoque científico que ilustre a la dirección General para el desarrollo de actividades trascendentes en innovadoras de la fundación
- Director logístico y de operación: Tecnólogo o Profesional, con habilidades o conocimientos en organización de equipos y procura de recursos físicos; conocimientos en el área de desempeño de la Fundación.
- Director Administrativo: Tecnólogo o profesional en el área de la administración con conocimientos en el campo de las organizaciones sin ánimo de lucro.
- Soporte Técnico: Tecnólogo o profesional en Sistemas de Computación y comunicaciones, responsable por la operación óptima de los equipos (hardware) y programas (software) que necesita y que utiliza la Fundación. Igualmente conocimiento en equipos y programas de comunicaciones.

CAPITULO IV. ESTUDIO FINANCIERO Y DESARROLLO DE CAMPAÑA

Se aclara que las cifras y costos que se manejan en el siguiente estudio son para la ejecución de la campaña *VIDEO. Tenencia responsable de mascotas en el SITP*. Sin embargo, para cada campaña propuesta en el calendario anual de la fundación, la dirección administrativa se encarga de realizar el respectivo presupuesto de gastos, recursos que finalmente son solicitados al área de gestión de convenios, fondos y recursos para su ejecución.

PRESUPUESTO DE CAMPAÑA

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	DIAS LABORADOS	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
PERSONAL					
DIR. GENERAL	UN	1	5	\$ 140.000	\$ 140.000
DIR. LOGISTICO	UN	1	2	\$ 70.000	\$ 70.000
DIR. PUBLICIDAD	UN	1	3	\$ 120.000	\$ 120.000
DIR. PRENSA	UN	1	1	\$ 40.000	\$ 40.000
VOLUNTARIOS	UN	3	1	\$ 130.000	\$ 390.000
				TOTAL	\$ 660.000
MATERIALES					
VIDEO	GL	1	1	\$ 140.000	\$ 140.000
PAPELERIA	GL	1	1	\$ 70.000	\$ 70.000
EQUIPOS MENORES	GL	3	1	\$ 130.000	\$ 390.000
				TOTAL	\$ 600.000
ALQUILERES					
CAMARA	DIA	4	1	\$ 15.000	\$ 60.000
SONIDO	DIA	4	1	\$ 15.000	\$ 60.000
PORTATIL	DIA	1	4	\$ 20.000	\$ 80.000
				TOTAL	\$ 200.000
MOVILIZACIÓN					
AUTOMOVIL	GL	1	1	\$ 70.000	\$ 70.000
				TOTAL	\$ 70.000
SERVICIOS					
DATOS MOVILES	DIA	1	5	\$ 140.000	\$ 700.000
				TOTAL	\$ 700.000
				TOTAL	\$ 1.270.000

Tabla 2. Presupuesto de la campaña VIDEO. Tenencia responsable de mascotas en el SITP

Los rubros considerados para la campaña *VIDEO. Tenencia responsable de mascotas en el SITP*, fueron: Personal, Materiales, Alquileres, Movilización y Servicios los cuales responden a las tarifas que se rigen en el distrito Capital

El total del monto que se ejecuto fue de \$ 670.000 pesos colombianos, valor cubierto por medio de donaciones y ventas de artículos. La campaña también demando costos que no se

ven reflejados, como fue la disponibilidad de un bus del SITP por 6 horas, junto con el operario y funcionarios del estado.

CONCLUSIONES

- Las entidades sin ánimo Lucro se constituyen por la voluntad de asociación o creación de una o más personas para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general. Se caracteriza específicamente por no perseguir el reparto de utilidades entre sus miembros, sin embargo, deben desarrollar dinámicas para recaudar fondos para su sostenibilidad y desarrollo.
- Las entidades sin ánimo Lucro son favorecidas por entidades gubernamentales, pues se exime de algunos impuestos que empresas del sector privado deben asumir. Asimismo, el gobierno fomenta el apoyo de proyectos del sector social por medio de la cooperación internacional con la formulación, promoción y gestión de programas, mediante la transferencia de tecnologías, conocimientos, experiencias o recursos por parte de países con igual o mayor nivel de desarrollo. Otros mecanismos de financiamiento son la comercialización de productos, donaciones de materias primas o económicas que se soportan por medio de certificaciones tributarias por el contador de la ONG, también la celebración de negocios con el sector privado o la participación por medio de la cooperación internacional.
- El plan de negocios como herramienta gerencial permitió estructurar de la manera adecuada la consolidación misional y administrativa de la fundación.
- En el presente ejercicio empresarial se optó por el modelo de una ONG, o Fundación, y no por el de una empresa tradicional, pretendiendo con esto incentivar en los jóvenes la participación directa o indirecta en este tipo de organizaciones, y a la vez dar a conocer las bondades y responsabilidades que conlleva este tipo de empresas.
- La Fundación Plan Perritos, fue formalizada, reorganizada y reestructurada durante el último año, gracias a los conocimientos y prácticas puestas a nuestra disposición por el programa de Gerencia de la universidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acero, M, (2017), La relación Humano-Animal de compañía como un fenómeno sociocultural. Perspectiva para la salud pública. Tesis de Doctorado, Universidad Nacional, Colombia
- Agencia de Noticias UN (30 de enero de 2017), Perros y gatos: de seres domésticos a seres políticos, Universidad Nacional de Colombia, recuperado de <http://agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/perros-y-gatos-de-seres-domesticos-a-seres-politicos.html>
- Agencia Presidencial para la Cooperación. (2016). Informe de gestión. Bogotá.
- Bessudo, Estrada, Olarte, Tenori (2016), Manual de acceso a la cooperación internacional. Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia, APC-Colombia.
- Castillo, R y Juárez, A (2008) Análisis organizacional y de imagen de Asociaciones no lucrativas. Universidad de Málaga, España
- Centro de pensamiento estratégico Internacional. (31 de diciembre de 2010). Evaluación conjunta de la declaración de París, fase 2.
- Cortes, J (26 de Mayo de 2016), Aprobada la creación del primer Instituto de Protección y Bienestar Animal de Colombia. Alcaldía mayor de Bogotá. Recuperado de <http://www.bogota.gov.co/article/aprobada-la-creaci%C3%B3n-del-primer-instituto-de-protecci%C3%B3n-y-bienestar-animal-de-colombia>
- Chiani, Scartascini, Barzola, Bosoni, Córdova, Galati, Ferrari, Hourcade, Ciadfardini, Maugeri, Mulieri, Paz, Socas, Sticco, (Julio, 2009), La cooperación internacional: herramienta clave para el desarrollo de nuestra región. ACEP, Konrad Adenauer Stiftung
- Departamento Administrativo Nacional de la Economía Social. (2009), Impacto del voluntariado en Colombia. Recorrido histórico y medición de su incidencia en el Producto Interno Bruto del País. UN Voluntarios, Universidad del Rosario.
- Forero D, (2 de Mayo de 2015), La mala fama de los gatos y perros negros, el tiempo. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15671457>

- González, M, El modelo de comunicación de las ONG: La campaña ‘Armas bajo control’. Universidad Complutense, Madrid
- Greiff, M; Salcedo, M y Puentes, C, (2013) ABC de ESALES. Cámara de comercio de Bogotá
- Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. (2010). Administración de pequeñas empresas: *Lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras*, 14ª. Ed.
- Nación (2 de octubre de 2012), Ser voluntario en Colombia. Semana. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/ser-voluntario-colombia/253115-3>
- Pérez, M (2001), El proceso de domesticación animal en el próximo oriente planteamiento y evolución, Archivo de Prehistoria Levantina Vol. XXIV, Valencia.
- Porter, M, La ventaja competitiva. Recuperado de <http://www.webyempresas.com>
- Salas, L Las ONG Colombianas: Debilidades, entorno no habilitante y posibles salidas, Medellín- Colombia.
- Universidad Tecnológica Nacional. (2008). Organigramas, FRBA.
- Vivas, D (25 de Febrero de 2016), En 2015: más de 19.000 casos de maltrato animal en Colombia, el tiempo. Recuperado de <http://blogs.eltiempo.com/fuaquete-iii/2016/02/25/en-2015-mas-de-19-000-casos-de-maltrato-animal-en-colombia/>
- Wingu. (Mayo 2004), Comunicación online y redes sociales en tu ONG. Tecnología sin fines de lucro.