

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESTETICA PARA PERROS Y GATOS
EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**INGRID PAOLA MENESES COBOS
BRAYAN FERNANDO GALVIS RINCON**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2023

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ESTETICA PARA PERROS Y GATOS
EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA “TANGLED ESTETICA PARA MASCOTAS
S.A.S.”**

**INGRID PAOLA MENESES COBOS
BRAYAN FERNANDO GALVIS RINCON**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesional de Gestión Empresarial**

**Director:
Oriol Alberto Mogollon Cañas
Economista Especialista en gerencia financiera**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2023**

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado principalmente a Dios por permitirme alcanzar una meta más en nuestras vidas, por brindarnos el conocimiento necesario, la paciencia y perseverancia para seguir adelante y salir triunfadores en cada una de las etapas impuestas en el camino, las cuales nos han enseñado a valorar cada momento de la vida. A nuestras familias que han sido un motivo más y a su vez un apoyo para no desfallecer en el proceso, a nuestros compañeros y tutores por compartir con cada uno de nosotros su conocimiento

Mil gracias a todos.

Ingrid Paola Meneses

Brayan Fernando Galvis.

AGRADECIMIENTO

A Dios la oportunidad de vivir esta experiencia y permitirme adquirir el conocimiento necesario.

A la universidad Industrial de Santander permitirnos hacer parte de la familia universitaria.

Adicionalmente al profesor Oriol Alberto Mogollón Cañas, quien fue el director del proyecto por su valioso aporte a cada uno de nosotros.

Y a la comunidad universitaria en general por el apoyo brindado.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	23
1. GENERALIDADES	26
1.1. PANORAMA DEL SECTOR	26
1.1. CONTEXTO GEOGRAFICO	36
1.2. ASPECTOS LEGALES	38
1.2.1. Decretos	39
1.2.2. Leyes	40
1.2.3. Código Nacional de tránsito	41
1.2.4. Licencia y certificación sanitaria	41
2. ESTUDIO DE MERCADOS	42
2.1. OBJETIVOS	42
2.1.1. Objetivo General.	42
2.1.2. Objetivos específicos.	42
2.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	43
2.2.1. Descripción, uso y especificaciones del servicio	43
2.2.2. Atributos diferenciadores del producto de la competencia.	43
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	45
2.3.1. Mercado potencial.	45
2.3.2. Mercado objetivo.	45
2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	46

2.4.1. Demanda..	46
2.4.1.3 Ficha técnica	49
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.	51
2.4.3 Estimación de la demanda.	70
2.4.4 Proyección de la demanda..	71
2.5 OFERTA O COMPETENCIA	72
2.5.1 Necesidades de información	73
2.5.2 Competidores en el mercado y su identificación.	73
2.5.3 Análisis de la situación de la competencia..	74
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	78
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	78
2.7.1 Estructura de los canales actuales.	78
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.	79
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.	80
2.8 ANÁLISIS DE PRECIOS	80
2.8.1 Análisis de precios de la competencia.	81
2.8.2 Estrategia de fijación de precios.	82
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	82
2.9.1 Objetivos.	82
2.9.2 Logotipo.	83
2.9.3 Lema.	83
2.9.4 Análisis de medios..	84
2.9.5 Selección de medios.	85
2.9.6 Estrategias publicitarias.	86

2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción.	86
2.9.7.1	De lanzamiento.	86
2.9.7.2	De operación.	87
3.	ESTUDIO TÉCNICO	87
3.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	88
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto.	88
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto.	88
3.1.2.1	Tamaño del proyecto y la demanda.	88
3.1.2.2	Tamaño del proyecto y los suministros e insumos.	89
3.1.2.3	Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.	89
3.1.2.4	Tamaño del proyecto y la localización.	89
3.1.2.5	Tamaño del proyecto y el financiamiento.	89
3.1.3	Capacidad del proyecto.	89
3.1.3.1	Capacidad total diseñada.	90
3.1.3.2	Capacidad instalada.	92
3.1.3.3	Capacidad utilizada y proyectada.	93
3.2	LOCALIZACIÓN	94
3.2.1	Macro localización.	94
3.2.2	Micro localización.	95
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	97
3.3.1	Ficha técnica del servicio	98
3.3.1.1	Ficha técnica del baño	98
3.3.1.2	Ficha técnica de corte	99

3.3.2	Descripción técnica del proceso.	99
3.3.2.1	Descripción técnica del proceso de elaboración del producto.	100
3.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento.	101
3.3.3.1	Diagrama proceso productivo para el servicio de baño.	101
3.3.4	Control de calidad.	106
3.3.5	Recursos.	107
3.3.5.1	Recurso humano.	107
3.3.5.2	Recurso físico.	108
3.3.5.3	Herramientas e implementos	114
3.3.5.4	Recurso de insumos	117
3.3.6	Análisis de proveedores.	120
3.3.7	Distribución de la planta.	121
4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	123
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	123
4.1.1	Constitución de la S.A.S.	124
4.2	CULTURA ORGANIZACIONAL	125
4.2.1	Visión	125
4.2.2	Misión	125
4.2.3	Objetivos	126
4.2.4	Políticas	126
4.2.4.1	Políticas de personal	126
4.2.4.2	Políticas de compra.	126
4.2.4.3	Políticas de venta.	127

4.2.4.4 Políticas De Calidad	127
4.2.4.5 Políticas De Seguridad Industrial.	127
4.2.4.6 Políticas De Responsabilidad Social	127
4.2.5 Valores corporativos.	128
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	129
4.3.1 Organigrama.	129
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.	130
4.3.3 Perfil del cargo.	131
4.3.4 Asignación salarial	137
5 ESTUDIO FINANCIERO	140
5.1 INVERSIONES	140
5.1.1 Inversión fija	140
5.1.1.1 Terreno	140
5.1.1.2 Construcción	141
5.1.1.3 Maquinaria y equipo	141
5.1.1.4 Muebles y enseres	141
5.1.1.5 Equipos de oficina.	142
5.1.1.6 Herramientas.	142
5.1.1.7 Área de ventas.	143
5.1.1.8 Total, inversión fija.	143
5.1.2 Inversión diferida	144
5.1.3 Inversión de capital trabajo.	144
5.1.3.1 Costos de prestación de servicio	144

5.1.3.2 Costos indirectos de fabricación.	147
5.1.3.3 Gastos de administración y de ventas	148
5.2 Inversión total.	150
5.2.1 Fuentes de financiación	151
5.2.1.1 Amortización bancaria	151
5.3 COSTOS Y GASTOS	153
5.3.1 Costos y gastos fijos.	153
5.3.2 Costos y gastos variables.	153
5.3.3 Costo y gasto total unitario.	154
5.3.3.1 Valor costo unitario promedio	154
5.4 PRECIO DE VENTA	154
5.5 PROYECCIONES FINANCIERAS	155
5.5.1 Ingresos	155
5.5.2 Proyección de los Egresos.	156
5.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑO	158
5.6.1 Estados de resultados proyectados a 5 años	158
5.6.2 Flujo de caja proyectado.	159
5.6.3 Balance general y proyectado.	160
6 EVALUACION DEL PROYECTO	161
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	161
6.2 IMPACTO SOCIAL	161
6.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL	161

6.3.1	Matriz de evaluación de impactos	162
6.3.2	Plan de mitigación	163
6.4	EVALUACIÓN FINANCIERA	164
6.4.1	Tasa de oportunidad	164
6.4.2	Valor presente neto	167
6.4.3	Tasa interna de retorno TIR	167
6.4.4	Periodo de recuperación	168
6.4.5	Análisis de razones financieras	169
6.4.5.1	Capital de trabajo	169
6.4.5.2	Nivel de endeudamiento	170
6.4.5.3	Rotación de activos	170
6.4.5.4	Leverage financiero	170
6.4.5.5	Margen neto de utilidad	171
6.5	PUNTO DE EQUILIBRIO	171
7.	CONCLUSIONES	173
8.	RECOMENDACIONES	176
	BIBLIOGRAFIA	177
	ANEXOS	186

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa del Área metropolitana de Bucaramanga	37
Figura 2. Canal de comercialización	80
Figura 3. Logotipo TANGLED.....	83
Figura 4. Macro localización del proyecto	94
Figura 5. Diagrama de flujo servicio de baño	102
Figura 6- Diagrama de flujo servicio de peluquería	104
Figura 7. Distribución de la planta	122
Figura 8. Organigrama	129

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Rango edad de los encuestados	51
Cuadro 2. Ocupación de los encuestados.....	52
Cuadro 3. Mascotas en el hogar	53
Cuadro 4. Estrato socioeconómico.....	54
Cuadro 5. Tipos de mascotas.....	55
Cuadro 6. Mascotas en el hogar	56
Cuadro 7. Visita a estéticas.....	57
Cuadro 8. Número de visitas a la peluquería o estética de mascotas.....	58
Cuadro 9. Pago por servicios a estéticas	59
Cuadro 10. . Aceptación de nueva peluquería estética spa para mascotas	60
Cuadro 11. . Frecuencia de posibles servicios adquiridos para la mascota	61
Cuadro 12. Frecuencia de visitas a la misma estética	62
Cuadro 13. Calificación del servicio	63
Cuadro 14. Tipo de características para un servicio	64
Cuadro 15. Medio comunicación por donde se enteró de la estética o peluquería para mascotas.....	65
Cuadro 16. Precio dispuesto a pagar	66
Cuadro 17. Medio de comunicación para recibir información.....	67
Cuadro 18. Medios posibles de pagos	68
Cuadro 19. Aceptación de servicio a domicilio	69
Cuadro 20. Competencia debilidades y fortalezas	75
Cuadro 21. Comparativo de servicios	77
Cuadro 22. Análisis de precios de la competencia.....	81
Cuadro 23. . Presupuesto de publicidad de lanzamiento	86
Cuadro 24. Presupuesto de operación.....	87
Cuadro 25. Capacidad total diseñada	91

Cuadro 26. Duración jornada laboral.....	92
Cuadro 27. Proyección de los servicios a 5 años.....	93
Cuadro 28. Factores e ponderación	95
Cuadro 29. Grado de costos de arrendamiento local	95
Cuadro 30. Grado de Costo de servicios públicos del local	96
Cuadro 31. Grado Infraestructura disponible para la actividad.....	96
Cuadro 32. Grado vías de acceso de acceso disponibles.....	96
Cuadro 33. Grado parqueadero para clientes	96
Cuadro 34. Grado de sectorización de clientes.....	97
Cuadro 35. Evaluación del sector para micro localización	97
Cuadro 36. Ficha técnica del baño.....	98
Cuadro 37. Ficha técnica de corte.....	99
Cuadro 38. . Proceso servicio de baño	103
Cuadro 39. Proceso servicio Peluquería	105
Cuadro 40. Recurso humano	107
Cuadro 41. Muebles y enseres.....	108
Cuadro 42. Equipos de cómputo	111
Cuadro 43. Maquinaria y equipo	112
Cuadro 44. Herramientas e implementos.....	114
Cuadro 45. Recurso de insumos.....	117
Cuadro 46. Materia prima.....	118
Cuadro 47. Descripción de los cargos.....	130
Cuadro 48. Descripción de funciones-administrador.....	131
Cuadro 49. Descripción de funciones-de peluquería.....	132
Cuadro 50. Descripción funciones auxiliar de peluquería	133
Cuadro 51. Descripción de funciones asesor de ventas	134
Cuadro 52. Descripción de funciones domiciliario.....	135
Cuadro 53. Descripción funciones contador (externo)	136
Cuadro 54. Factor prestacional.	138
Cuadro 55. Asignación salarial.....	138

Cuadro 56. Maquinaria y equipo	141
Cuadro 57. Muebles y enseres.....	141
Cuadro 58. Equipos de oficina	142
Cuadro 59. Herramientas	142
Cuadro 60. Área de ventas.....	143
Cuadro 61. TOTAL, inversión fija	143
Cuadro 62. Inversión diferida	144
Cuadro 63. Proyección de unidad de servicios por mes	145
Cuadro 64. Materia prima mascota grande	145
Cuadro 65. Materia prima mascota mediana.....	146
Cuadro 66. Materia prima mascota pequeña	146
Cuadro 67. Costo por servicio	146
Cuadro 68. Mano de obra directa.....	147
Cuadro 69. Insumos	147
Cuadro 70. Costos indirectos de fabricación	147
Cuadro 71. Total, costos servicio.	148
Cuadro 72. Gastos de personal administrativo.....	148
Cuadro 73. Gastos generales.....	149
Cuadro 74. Gastos de personal de ventas	149
Cuadro 75. Gastos de administración y de ventas	149
Cuadro 76. Total capital trabajo	150
Cuadro 77. Inversión total	150
Cuadro 78. Fuentes de financiación.....	151
Cuadro 79. Costos y gastos fijos.....	153
Cuadro 80. Costos y gastos variables.....	153
Cuadro 81. Costos totales unitarios	154
Cuadro 82. Precio de venta.....	155
Cuadro 83. Matriz de impacto Ambiental	162
Cuadro 84. Variables tasas de descuento.....	165
Cuadro 85. Evaluación financiera.....	166

Cuadro 86. Valor presente neto.	167
Cuadro 87. Tasa interna de retorno	168
Cuadro 88. Flujo acumulado	168
Cuadro 89. Cálculo periodo de recuperación	169
Cuadro 90. Capital trabajo.....	169
Cuadro 91. Nivel de endeudamiento	170
Cuadro 92. Rotación de activos	170
Cuadro 93. Leverage financiero	170
Cuadro 94. Margen neto de utilidad	171
Cuadro 95. Punto de equilibrio	171

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ficha técnica	49
Tabla 2. Dimensiones de la planta	121
Tabla 3. Financiación del crédito- amortización	152
Tabla 4. Proyección de ingresos	156
Tabla 5. Proyección de egresos	157
Tabla 6. Estado de resultados proyectado	158
Tabla 7. Flujo de caja proyectado	159
Tabla 8. Balance general proyectado.....	160

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico 1. Mercados de mascotas en Colombia.....	33
Grafico 2. Edades promedio de los encuestados.....	52
Grafico 3. Ocupación de los encuestados.....	53
Grafico 4. Mascotas en el hogar.....	54
Grafico 5. Estrato socioeconómico.....	55
Grafico 6. Tipo de mascotas.....	56
Grafico 7. Mascotas en el hogar.....	57
Grafico 8. . Visita a estéticas.....	58
Grafico 9. Número de visitas a la peluquería o estética de mascotas.....	59
Grafico 10. Pago por servicios a estéticas.....	60
Grafico 11. Aceptación de nueva peluquería estética spa para mascotas.....	61
Grafico 12. Frecuencia de posibles servicios adquiridos para la mascota.....	62
Grafico 13. Frecuencia de visitas a la misma estética.....	63
Grafico 14. Calificación del servicio.....	64
Grafico 15. Tipo de características para un servicio.....	65
Grafico 16. Medio comunicación por donde se enteró de la estética o peluquería para mascotas.....	66
Grafico 17. Precio dispuesto a pagar.....	67
Grafico 18. Medio de comunicación para recibir información.....	68
Grafico 19. Medios posibles de pagos.....	69
Grafico 20. Aceptación de servicio a domicilio.....	70

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo A. Encuesta aplicada.....	186
---------------------------------	-----

GLOSARIO

Atención personalizada: Implica un contacto directo o personal entre trabajador y un determinado cliente para tomar las necesidades, gustos y preferencias del mismo con la finalidad de brindar una sensación de agrado y familiarización¹.

Baño medicado: Es el baño que se realiza por indicaciones médicas y terapéuticas y el cual contiene componentes farmacéuticos o medicinales con el fin de tratar una sintomatología anormal del organismo.

Desinfección: Proceso químico o físico o de limpieza utilizado en diferentes procesos para eliminar microorganismos y de más agentes patógenos.

Estética: Centros profesionales con especializaciones en higiene y cuidado corporal, con el fin de preservar de la salud y los buenos hábitos de higiene.

Relajamiento: Considerado un estado importante y natural que aporta un profundo descanso, al mismo tiempo ayuda a equilibrar el metabolismo, el ritmo cardíaco y la respiración²

¹Zendex. Consultado en Bucaramanga el 02 diciembre 2021 [https://www.google.com/search?q=Atenci%C3%B3n+personalizada&ei=wUEAYqfFrquwbkPx5OckAI&ved=0ahUKEwjnt-Pahuz1AhU6VzABHccJBylQ4dUDCA4&uact=5&oq=Atenci%C3%B3n+personalizada&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAxKBAhBGABKBAhGGABQAFgAYABoAHAAeACAAQCIQCSAQCYAQA&scient=gws-wiz].

² Mapfre. Consultado en Bucaramanga el 03 de diciembre de 2022 [<https://www.fundacionmapfre.org/educacion-divulgacion/covid-19/nueva-realidad/salud-fisica-emocional/regalate-un-poco-de-calma/#:~:text=La%20relajaci%C3%B3n%20es%20un%20estado,una%20sensaci%C3%B3n%20agradable%20y%20positiva>].

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “TANGLED ESTETICA PARA MASCOTAS S.A.S.” EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA. *

AUTOR: INGRID PAOLA MENESES COBOS**

BRAYAN FERNANDO GALVIS RINCON**

PALABRAS CLAVES: MASCOTAS, ESTÉTICA, CUIDADO, SERVICIOS, SPA.

DESCRIPCIÓN:

La creación de la empresa “TANGLED estética para mascotas. S.A.S.” en la ciudad de Bucaramanga, permitirá demostrar la aceptación y oportunidad de este proyecto, teniendo en cuenta que durante los últimos años ha cobrado mayor importancia para los propietarios la atención y salud de sus perritos invirtiendo más en su cuidado. TANGLED busca aprovechar esta maravillosa oportunidad y convertir esta necesidad en un centro de estética de cuidado animal y velar por el bienestar de los perros y/o gatos mediante la implementación de servicios como relajación y recreación, utilizando técnicas novedosas con el fin de que las mascotas puedan disfrutar.

El objetivo de este trabajo es la elaboración del plan de negocios que permitió la investigación del mercado objetivo, así como determinar la oferta y la demanda con el fin de garantizar y asegurar el desempeño de la empresa; donde el 93% de los encuestados manifestó tener una mascota en su hogar.

El estudio técnico contempló aspectos técnicos operativos necesarios como la capacidad productiva de 40 servicios por día con un aumento del 5 % anualmente. TANGLED se constituirá bajo los parámetros de acciones simplificada.

El valor total general del proyecto es de \$ 56'000.000, con unas razones financieras a favor de la viabilidad del proyecto que permiten a groso modo tener una claridad de lo que sería el proyecto en funcionamiento en un escenario real.

El impacto ambiental y social de la gestión será realizada por un outsourcing el cual es el encargado de la estructura operativa y logística de la empresa mediante una subcontratación.

* Trabajo de grado

** Universidad Industrial de Santander. Instituto Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial director Oriol Alberto Mogollón Cañas Economista Especialista en gerencia financiera

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF THE COMPANY "TANGLED ESTETICA PARA MASCOTAS S.A.S." IN THE CITY OF BUCARAMANGA *

AUTHORS: INGRID PAOLA MENESES **

BRAYAN FERNANDO GALVIS RINCON

KEY WORDS: PETS, AESTHETICS, CARE, SERVICES, SPA..

DESCRIPTION

The creation of the company "TANGLED a estheticorpets. S.A.S. " in the city of Bucaramanga. It willallow to demonstrate the acceptance and opportunity of this project, takingin to account that in recent years the care and health of their perri-children has become more important for the owners, investing more in their care. TANGLED seeks to take advantage of this wonderful opportunity and turn this need in to an animal care aesthetic center and ensure the well-being of dogs and / or cats through the implementation of services such as relaxation and recreation, using innovative techniques in order that pets can enjoy.

The objective of this work is the elaboration of the business plan that allowed the investigation of the target market, as well as determining the supply and demand in order to guarantee and ensure the performance ofthecompany; where 93% of those surveyed stated having a pet in their home.

The technical study considered necessary technical operational aspects such as the productive capacity of 40 services per day with an anual increase of 5%. TANGLED will be constituted under the parameters of simplified shares.

The general total value of the project is \$ 56´000.000, with financial reasons in favor of the viability of the project that roughly allow to have a clarity of what the project would be in operation in a real scenario.

The environ mental and social impact of the management will be carried out byan outsourcing which is in charge of the operational and logistical structure of the company through subcontracting.

* Degreework

** Industrial Universityof Santander. Institute regional projection and distanceeducation. Business Management, director: Oriol Alberto Mogollon Cañas, economistspecializing in financialmanagement.

INTRODUCCIÓN

Todo proceso debe empezar con la planeación, buscando los elementos óptimos para desarrollar una idea de negocio y de acuerdo con los objetivos establecidos, garantizar el cumplimiento de estos y alcanzar las metas de la empresa. El presente estudio de factibilidad pretende abrir un local que presta los servicios de estética para perros y gatos en la ciudad de Bucaramanga; de acuerdo con el análisis del sector y el aumento acelerado de la población, en los últimos años, estos hogares han optado por brindar a los animales en especial gatos y perros, un trato digno y afectivo, considerando estos animales como mascotas de sus hogares, para entrenarlos, brindarles afecto, cariño y vivir momentos especiales con ellos.

Dentro de esta perspectiva, nace la idea de negocio, siendo el mercado potencial y tomando como referencia uno de los censos realizados donde se habla de 70 mil animales entre felinos y caninos³ donde además se señala que existe cada vez más hogares con mascotas del género canino en los hogares de Bucaramanga y con una tendencia al alta. El principal objetivo de la investigación es el de realizar un estudio de factibilidad para la apertura, que preste los servicios de estética para perros y gatos en la ciudad de Bucaramanga, mediante un estudio de mercados, técnico, administrativo, legal y financiero.

El presente documento tiene un alcance de llegar a todos los hogares de la ciudad de Bucaramanga, principalmente a los hogares de estratos 2,3, 4, 5 y 6; por lo tanto las limitaciones para el presente estudio son de tipo informativa; es decir, que los encuestados no brinden una respuesta real o confiable acerca de lo que se pretende conseguir o que los datos obtenidos a partir de fuentes secundarias de información

³ Alcaldía de Bucaramanga. Bucaramanga cuenta con más de 70 mil perros y gatos Consultado el 10 de enero de 2022; vía web en (<https://www.bucaramanga.gov.co/noticias/bucaramanga-cuenta-con-cerca-de-70-mil-perros-y-gatos/#:~:text=La%20cifra%20se%20da%20seg%C3%BAn,los%20barrios%20de%20la%20ciudad.>)

estén por fuera de la realidad; además, existe un factor importante que es el Covid-19, el cual está afectando la economía nacional y mundial, al ser considerado como un factor de alto riesgo para llevar a cabo la idea de negocio una vez realizado el estudio de factibilidad y viabilidad.

La metodología utilizada es de tipo descriptiva con enfoque cuantitativa, ya que los resultados de la encuesta muestran cantidades en los datos que se quieren saber cómo cuantos hogares tienen perros y gatos, y con qué frecuencia los llevan a una peluquería o centro de estética animal, además de saber que otros servicios usan en estas, teniendo en cuenta lo anterior la elaboración del trabajo incluye las siguientes etapas.

Se derivan en seis capítulos, iniciando con Generalidades, que tendrá el proyecto y dando a conocer el panorama más amplio del sector económico en el cual se incursionará la identificación y profundización de temas legales, normas, datos poblacionales, tendencias importantes del sector económico que se ocupará de las oportunidades de crecimiento en el mercado y asimismo las posibles amenazas que tendrá y demás por las cuales está regido el modelo de negocio y su funcionamiento.

Seguido se encuentra el Estudio de Mercados, el cual determinó el mercado en el que se enfocaría el modelo de negocio y las metas a satisfacer dentro del mismo, por medio del estudio realizado a la oferta y la demanda, así mismo se determina los canales de comercialización que serán utilizados, precios ofrecidos, métodos de publicidad y promoción que permitan la incursión, puesta en marcha y permanencia de esta en el mercado.

El Estudio Técnico el cual determina la capacidad que tendrá el proyecto en unidades de servicio y capacidad de producción. Para determinar la participación con que se entrará en el mercado, igualmente se menciona cada uno de los recursos que se

tendrán en cuanto a recursos físicos, tecnológicos y humanos los cuales permiten un óptimo funcionamiento.

En el capítulo Estudio Administrativo se determina la organización y constitución del proyecto empresarial, los niveles jerárquicos, puestos de trabajo diseñados para el proyecto y la asignación salarial que tendrá cada uno.

Con el Estudio Financiero se profundiza la parte financiera del proyecto en el cual se encuentran reflejados el capital, ingresos, egresos proyectados en tiempo de 5 años con el fin de tener un panorama financiero más acertado.

Para el Estudio de Impacto Medio ambiental se realiza un análisis general del proyecto donde se tiene en cuenta diferentes ámbitos tales como impactos sociales, ambientales en los cuales incide de manera positiva o negativamente este proyecto.

Evaluación Social y financiera evalúa la viabilidad del proyecto mediante el análisis de los indicadores como el VPN, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación, para así tomar decisiones acertadas que deberán ser adecuadas, útiles, y así generar estrategias que permita establecer esta factibilidad como empresa sostenible en el tiempo y a su vez se reconozca el desarrollo de la sociedad actual y futura.

1. GENERALIDADES

1.1. PANORAMA DEL SECTOR

- **Antecedentes, origen y evolución**

En los últimos años, la población mundial ha venido tomando conciencia sobre la importancia de brindar a los animales o mascotas el bienestar que todo ser vivo merece lejos de maltrato, enfermedades, condiciones precarias, explotación, entre otras. Los animales domésticos de trabajo están jugando un papel importante en la sociedad al no ser considerados solo como objetos, sino, además, seres capaces de sentir dolor al igual que el ser humano; por tal razón se han catalogado de compañía con los cuales logramos crear lazos de afecto que generan emociones sentimentales como alegría, tristeza, culpa, entre otras.

El principal exponente a nivel mundial de dicha labor es la sociedad mundial para la protección animal la cual dedica sus labores contra el maltrato animal alrededor del mundo, ejerciendo un arduo trabajo directamente con los animales vulnerados y de la mano con las organizaciones y personas de las diferentes regiones apoyando así las labores alrededor del mundo. Adicionalmente juegan un papel importante en otros ámbitos de la vida cotidiana teniendo en cuenta que muchos de ellos son entrenados para servirle a la sociedad en aeropuertos, hospitales, fuerzas armadas, brigadas de rescate, seguridad, animales de apoyo para discapacitados, entre otras funciones que el ser humano dispone para ellos.

En Colombia existe la “sociedad protectora de animales (SPAC), la cual es una organización sin ánimo de lucro, fundada en 1928”⁴ dedicada a la protección de animales de compañía como: perros y gatos, en condiciones de abandono, maltrato,

⁴ Página principal de la sociedad protectora de animales consultada el 21 de marzo [2017] en línea [<http://spac-05.tripod.com/>]

abuso, heridos, enfermos y que sufren de injusticias por parte del ser humano; adicionalmente esta sociedad protectora fomenta conciencia sobre la reproducción, abandono y comercialización incontrolada de las mascotas, brindan asesoría sobre los cuidados y responsabilidades que se adquiere con su tenencia, ofrecen programas de vacunación y brigadas de esterilización gratuitas.

Según la investigación realizada por Morales Fallón cada año “en Colombia son abandonados al menos 4.500 perros muchos de los cuales son llevados a zoonosis se cree que aproximadamente 6.000 animales son sacrificados”⁵

A nivel local se está generando una gran acogida por parte de la ciudadanía en general, al ofrecer hogares de paso para las mascotas abandonadas o que se encuentran en estado de vulnerabilidad; además, mediante las redes sociales, ofrecen en adopción a caninos y felinos, con un compromiso de esterilización. “La alcaldía de Bucaramanga ofrecerá un censo para las mascotas y brigadas de esterilización gratuitas”⁶ en los sitios con mayor afluencia de animales callejeros y para los sectores con mayor índice de mascotas.

Las óptimas condiciones en las que merecen vivir los llamados compañeros de 4 patas o cualquier ser vivo que nos acompaña en nuestro diario vivir, deben estar reguladas para cumplir con sus necesidades básicas las cuales deben ser:

- Brindarles el alimento necesario y en óptimas condiciones
- Hidratación (agua)

⁵ Artículo el tiempo “denuncia abandono de mascotas consultada el 10 de enero de 2022 en línea (<https://www.eltiempo.com/colombia/cali/abandono-de-animales-en-ciudad-del-campo-50291>)

⁶ Artículo vanguardia liberal censo para mascotas consultada en línea el 23 de marzo de [2017] en línea [<http://www.vanguardia.com/entretenimiento/mascotas/386964-desde-el-proximo-miercoles-se-realizara-censo-canino-y-felino-en-buc>]

- Descanso
- Compañía, cariño
- Atención veterinaria
- Higiene
- Espacio digno

Teniendo en cuenta lo anterior podemos evidenciar que no solo darle de comer a una mascota es la calidad de vida que merece, sin importar el tipo de mascota que sea.

- **Diagnóstico del sector**

Desde los años 1860 se creó el primer alimento para mascotas elaborado específicamente para perros a base de trigo y verduras y sangre de ternera desde ese momento activo el mercado del alimento para mascotas y surgieron nuevas empresas que ingresaron al mercado⁷. El cambio y las formas en que estas han tenido en la sociedad se ha demostrado a lo largo de la historia y en diversos puntos de la sociedad humana la búsqueda por la belleza y la perfección de quienes los rodean han llevado a las modificaciones que estas presentan, “a mediados del Siglo XIX surgen las sociedades caninas que empiezan a categorizar y definir los estándares de las razas caninas, y al mismo tiempo comienzan a desarrollarse las exposiciones caninas, un factor que demuestra cómo ha mutado el papel del perro dentro de la sociedad. Todo esto confluye en el surgimiento de los primeros servicios de peluquería canina, dedicados a atender a los perros de compañía y de exposición”⁸.

A finales del siglo XIX en París ya se podían apreciar sobre las orillas del río Sena, personas que llevaban consigo cajas de madera acompañadas de materiales para el

⁷ Historia de la industria de las mascotas [2017] consultado en línea el 12 de noviembre de 2019 en (<https://www.mundoperros.es/historia-de-la-industria-de-pienso-para-mascotas/>)

⁸ Primeros años de la peluquería canina, consultado en línea el 23 de abril 2020 <https://www.educativo.net/articulos/inicios-de-la-peluqueria-canina-856.html>

corte y refinamiento; por lo que se dice que aquí nacieron los primeros peluqueros caninos profesionales y ya en 1933, se inaugura el primer salón de peluquería en París que durante muchos años formo a varios alumnos⁹.

La utilización de la máquina de esquilar eléctrica durante la segunda guerra mundial y el impulso considerable de los perros de raza al final de los sesenta, fueron acontecimientos básicos para la evolución de la peluquería canina tal como la conocemos hoy en día.”¹⁰

En la actualidad la actividad de peluquería canina ya es toda una profesión y ha llegado a impactar hasta en gatos buscado de esta manera brindarles un espacio para el cambio y cuidado, y de esta manera podemos señalar la importancia que tienen las mascotas tal que ha permitido expandir el mercado ofreciendo servicios diferentes pero enfocados en ofrecerles bienestar, debido al cambio en el comportamiento humano y la perspectiva que se tenían de las mascotas en la sociedad, sigue en auge abriendo la posibilidad de crear nuevas empresas que incursionen en el mercado.

- Inicialmente el mercado de las mascotas estaba enfocado en la salud de las mascotas, pero debido al vínculo emocional y afectivo que se crea con ellas, a la evolución del mercado “innovaciones” e ideas de negocio se ha expandido no solo a la parte medica sino tener otro tipo de atenciones que van más allá de un veterinario y mascota sino que ha incluido otro tipo de servicios como las estéticas de cuidado animal lo que permitió que dicho sector tenga un crecimiento continuo y significativo para el mercado nacional e internacional. **Sector de las mascotas**

A inicios de la historia los perros tenían como función la vigilancia y seguridad de

⁹Barbudogs. Historia de la peluquería canina consultado en línea el 23 de abril de 2020 en <http://www.barbudogs.es/noticias-y-actualidad/historia-de-la-peluqueria-canina/>

¹⁰Historia, origen y evolución [2011] consultado en línea el 23 de abril de 2020 en <http://todosobrepeluqueriacanina.blogspot.com/2011/10/historia-origen-y-evolucion.html>

lugares o simplemente se determinaron como compañía.

En la edad antigua el perro pequinés era exclusivo del emperador y el cual era sometido a procesos de acicalamiento y limpieza por miembros de la corte para tal fin. Apareció, en Europa, la figura del “mozo de ralea”, el cual se dedicaba al cuidado, desparasitación y alimentación de los ejemplares empleados en las monterías, durante el reinado de Luis XV, cuando el poodle, perro oficial de la corte francesa recibe su primer arreglo especial de peluquería, a partir de este momento nacen los primeros salones de belleza especializados con estilistas llamados “los Demoiselles”, a partir de este momento se volvió una necesidad tener más y mejores perros, de esta manera la clase burguesa quería demostrar su ínfulas de grandeza, riqueza, exclusivismo y poder. En la segunda mitad del siglo XIX aparecen las primeras exposiciones caninas¹¹.

Del mismo modo los gatos que desde hace 10 mil años comenzaron a convivir con los seres humanos en las regiones de Asia y África, de esto se tiene registro de que civilización egipcia fue una de las primeras en adoptar gatos y cuidarlos como animales de compañía.

En el oriente se dan las excepciones y se comienzas a apreciar que era apreciado no solo por su habilidad como cazador, sino que también por su naturaleza noble e independiente, que, a la vez, también revelaba gran sensibilidad y afecto hacia los suyos.

En la edad media este fue un gran aliado para la civilización humana ayudando a exterminar plagas como ratones y demás insectos que eran un constante problema, los gatos siguen tomando popularidad y son vistos en casas, embarcaciones, comercios y oficina, en ese momento se toma la creencia de que pueden alejar las

¹¹Historia de la Peluquería Canina [2019], consultado en línea el 5 de mayo de 2020 <http://vanidososcr.com/historia-peluqueria-canina/>

malas energías. En el siglo XX gana mucha fuerza la crianza selectiva de gatos y se comienzan a categorizar por razas, ya en el siglo XIX se identifican casi 100 razas, pero de estos no todas son reconocidas oficialmente¹².

Actualmente estudios científicos han demostrado que las mascotas influyen de manera positiva en la vida humana, en el apoyo en hogares para la tercera edad, cárceles, hospitales e instituciones psiquiátricas. “En la recuperación de enfermedades cardíacas son las personas con mascotas quienes tendrían a tener un mayor grado de recuperación según lo establece un estudio realizado por Lynch”¹³.

La presencia de perros y gatos como animales de compañía es un remedio contra la soledad y depresión, teniendo en cuenta que su compañía aumenta la sensación de seguridad y protección, mejorando la autoestima y sentido de responsabilidad, “el interactuar con nuestra mascota provoca la liberación de oxitocina, conocida como la hormona del amor, generando sentimientos de confianza y alegría. Explica la Psicóloga Vanessa Moreno”¹⁴.

Las mascotas han demostrado tener un efecto psicológico y emocional en los pacientes, brindando un aliciente efecto incondicional convirtiéndose en sanadores silenciosos,¹⁵ en los niños las mascotas son muy importantes en el desarrollo social, intelectual y afectivo lo cual se ve reflejado positivamente en sus etapas posteriores, especialmente en su relación armoniosa con otros seres humanos.” explica Fernando Álvarez secretario general del Colegio Médico Veterinario de Chile.¹⁶

¹²Historia y evolución del gato [2019] consultado en línea el 23 de abril de 2020 en <https://www.expertoanimal.com/historia-y-evolucion-del-gato-24449.html>

¹³La influencia de las mascotas en la vida humana [2007] consultado en línea el 21 de junio de 2020, disponible en <https://revistas.udea.edu.co/index.php/rccp/article/view/324155/20781338>

¹⁴Lo bueno de tener una mascota en casa [2016], consultado en línea el 21 de junio de 2020, disponible en <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/beneficios-de-tener-una-mascota/489599>

¹⁵ La influencia de las mascotas en la vida humana [2007], disponible en línea, consultado el 23 de junio de 2020, disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/rccp/v20n3/v20n3a16.pdf>

¹⁶Descubre la importancia de las mascotas en la vida humana [2016] disponible en línea, consultado el 23 de junio de 2020, en <https://www.24horas.cl/tendencias/mascotas/descubre-la-importancia-de-las-mascotas-en-la-vida>

De acuerdo a las Federaciones Fife y FCI se dieron a conocer las diferentes razas de perros y gatos en cada parte del mundo y se verifico que en ciertos lugares del mundo las mascotas tenían características diferentes (pelaje, estatura, raza, entre otras) las cuales fueron reconocidas por la Federación Internacional Felina (Fife) (46 tipos de razas de gatos)¹⁷ y por la federación cinológica internacional (FCI) (343 razas de perros)¹⁸.

Los estudios y conceptos anteriormente presentados afianzan la confianza en el proyecto, teniendo en cuenta que muestra la importancia y responsabilidad que implica tener una mascota hoy en día. A partir de estos conceptos nace la necesidad de crear en muchos establecimientos un término que apoya la tenencia de mascotas llamado PetFriendly, el cual dice que básicamente son “amigos de las mascotas” y que estas son bienvenidas y que sus instalaciones son adecuadas para ellos.¹⁹

De acuerdo con un artículo expuesto por LR el mercado de mascotas ha presentado un crecimiento en los últimos años significativo en la economía 63% comprendido en “productos, accesorios, salud, bienestar, suplementos entre otros “lo cual hizo que el Dane en 2019 ingresara dichos productos como ítem de medición en la canasta familiar, por tal motivo se percibe a simple vista un incremento del sector enfocado en las mascotas.

Tomando como referencia un artículo de la revista portafolio en la sección de Negocios podemos encontrar que “Colombia se encuentra en el cuarto lugar a nivel latino

¹⁷ ¿Cuántas razas hay en el mundo?, [2020] consultado en línea el 22 de abril de 2020 en (<https://www.fayerwayer.com/2019/10/gatos-razas/>)

¹⁸ ¿Cuántas razas de perros hay en el mundo? [2014] consultado en línea el 22 de abril de 2020 en <https://www.consumer.es/mascotas/cuantas-razas-de-perros-hay-en-el-mundo.html>

¹⁹Nuugi. ¿Qué significa “PetFriendly”? [en línea], consultado el 21 de junio de 2020, en: <http://nuugi.tumblr.com/post/1601698156/qu%C3%A9-significa-petfriendly>

América en consumo de productos para mascotas con un crecimiento anual del 13%²⁰ sin embargo no se cuenta solo el consumo de productos sino también la adquisición de servicios y demás referentes al sector lo cual tiene pronósticos positivos durante el 2021.

Grafico 1. Mercados de mascotas en Colombia



Fuente: Mercado de alimentos y productos para mascotas .En: La Republica Consultado. [en línea] 25 de junio de 2023 <https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-alimentos-y-productos-de-mascotas-movera-43-billones-en-2020-en-colombia-3014644>.

- **Tendencias del mercado**

Hoy por hoy las personas vienen cambiando el modelo de familia tradicional conformado por mamá, papá e hijos y dar una nueva forma a este estilo y donde las mascotas han pasado a tener un lugar muy importante dentro de cada hogar, incluso muchos han optado por no tener hijos propios y llamar hijos perrunos y/o gatunos e invertir en el cuidado de los mismos, por esta razón las peluquerías caninas tienen que estar atentas a cada una de las últimas tendencias para así lograr que resalten sobre cualquier lugar en donde se encuentren, cortes, rapados, baños, terapias de relajación,

²⁰ Las mascotas mueven casi un billón de pesos en la economía del país[2018] Disponible en línea ,consultado el 5 de julio de 2021, en <https://www.portafolio.co/negocios/las-mascotas-mueven-casi-un-billon-de-pesos-de-la-economia-del-pais-524357>.

psicólogos entre otros intereses vienen ejecutándose por varias partes del mundo.

a. Redonda cuadrada: aparentemente las mascotas tienen una fisionomía diferente para esto es necesario saber que estilo de corte es el adecuado. Identificar su forma de cabeza si esta es cuadrada o redonda permitirá un corte adecuado y con mucha fuerza, estos cortes se vienen implementando en Taiwan con cortes exagerados y demasiado llamativos; la intención o la razón es volverse viral y obtener más corazones en internet.

b. Color: tintes indicados para los peluditos, especialmente diseñados para su piel de manera que no perjudican su salud, desde rosas, azules, dorados, son una tendencia en crecimiento en todo el mercado.

c. Rastas: para aquellas mascotas con un pelo bastante considerable se empiezan a formar unos mechones adquiriendo la forma de rastas o “dreadlocks”, adquiriendo una forma de trapeador y pues así mismo cuesta mantenerlos limpios.

d. Cuidados del pelo: el pelaje es lo más importante por lo que lo último en tendencia es la keratina muy a la moda por estos días especial para las mascotas, siendo un tratamiento que promete mantener y recuperar la suavidad del pelaje evitando el frizz sobre todo en épocas de bastante calor.

e. Mimos a la carta: un spa de relajación, pues las mascotas también necesitan de estos mimos, ofrecer los servicios de spa dentro de las clínicas, peluquerías caninas es un valor agregado que puede traer muchísimos beneficios para el crecimiento exponencial de una empresa como estas. Estos tratamientos incluyen faciales, baños, cortes de cabello, masajes, esmalte de uñas y otros servicios más. Los mimos perfectos para cualquier mascota.

- **Matriz DOFA**

Para lograr posicionar la empresa TANGLED estética en el mercado, se procede a

realizar un plan de marketing estratégico mediante el análisis DOFA, considerando cada uno de los resultados se aplicarán las estrategias competitivas para el desarrollo de las tácticas, mediante un análisis interno y externo de la empresa.

Según los últimos datos el incremento exponencial de la población canina y felina en la ciudad de Bucaramanga, ya que en el periodo 2018-2019 al realizar un censo en 10 comunas de la ciudad se encontraron 7.906 animales identificados, de los cuales 5.252 corresponde a caninos y 2.654 felinos²¹.

- **Debilidades**

- ✓ Empresa nueva y sin trayectoria
- ✓ Costos de implementación

- **Oportunidades**

- ✓ Crecimiento o expansión del tipo de servicios a ofrecer.
- ✓ Búsqueda constante de los consumidores por los servicios innovadores y diferenciadores de los que se ofrece en el mercado para las mascotas.
- ✓ Crecimiento constante del mercado potencial.
- ✓ Una solución para las personas ocupadas, ya sean por trabajo o estudio, una solución para sus mascotas.

- **Fortalezas**

- ✓ Innovación frente a las técnicas en tendencia y estilos del mercado en los diferentes cortes, masajes, spa y otros.
- ✓ Atención personalizada para cada cliente que visite la estética
- ✓ Domicilios para diferentes lugares sin salir de la comodidad de su casa
- ✓ fidelización para los clientes y sus mascotas

²¹Alcaldía de Bucaramanga [2019] consultado en línea el 26 de abril de 2020 en <https://www.bucaramanga.gov.co/noticias/en-2018-y-2019-se-censaron-en-bucaramanga-7-906-animales-entre-caninos-y-felinos/>

- **Amenazas**

- ✓ Penetración de competidores en el mercado con servicios similares, compitiendo con precios bajos.
- ✓ Competencia de precios con los servicios similares.
- ✓ Crisis económica que disminuya poder adquisitivo para adquirir este tipo de servicios
- ✓ Problemas de salubridad pública canina por manejo de gran cantidad de perros y gatos.

1.1. CONTEXTO GEOGRAFICO

La ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana son un grupo de cuatro de los principales municipios del departamento de Santander que comprenden “la mayor aglomeración de habitantes con un total de 1.111.999 en el año 2018, de esta población más de la mitad se ubica en la ciudad de Bucaramanga y el restante es dividida en el resto de los municipios” Su economía se basa en el tabaco, la joyería, avicultura, fabricación de calzado entre otros.

El área Metropolitana de Bucaramanga está conformada por cuatro municipios ubicados en el departamento de Santander: Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta. Limita al norte con los municipios de Sabana de Torres, Rio negro, Lebrija y Matanza; al oriente con los municipios de Charta, Toná, Santa Barbara y Guaca; al occidente con los municipios de Betulia y Zapatoca y al sur con los municipios de Los Santos, Aratoca y Cepita.

A finales del año 2015 Bucaramanga fue elegida por el Banco Mundial como una de las ciudades más prósperas del mundo -fue la única seleccionada de América Latina-

Su crecimiento económico, su pujanza y competitividad fueron las razones que le permitieron a la capital de Santander estar en este exclusivo listado.

“Los bumangueses están orgullosos de una ciudad que ha logrado importantes avances económicos y sociales. La Ciudad Bonita tiene la segunda tasa de desempleo más baja del país (8,5 %) y uno de los niveles de pobreza más bajos (8,4 %). Además, tiene la mayor población de clase media y la menor desigualdad”²².

Figura 1. Mapa del Área metropolitana de Bucaramanga



Fuente: mapa Ubicación de Área metropolitana de Bucaramanga, https://es.wikipedia.org/wiki/%C3%81rea_metropolitana_de_Bucaramanga#cite_note-2

Estos logros son producto del impulso del sector privado y del trabajo conjunto entre empresarios, autoridades locales, academia y organizaciones sociales. El auge económico se ve en las nuevas construcciones y edificaciones, en el surgimiento de nuevas clínicas y hospitales, en las inversiones en educación. En la capital sobresalen

²² Revista semana consultada el 20 de enero de 2023 en línea (<https://www.semana.com/bucaramanga-ejemplo-de-competitividad-enfrenta-crisis-financiera/492636/>)

la industria metalmecánica, el sector de servicios, tecnologías de la información, agroindustria, turismo, entre otros, que se han convertido en una punta de lanza en el desarrollo de la ciudad y del departamento.

Para el Banco Mundial Bucaramanga y su área metropolitana son un ejemplo de lo que debe ser la ciudad del futuro, en donde existen núcleos que impulsan el crecimiento, la innovación y permiten la generación de empleo.

A este excelente panorama económico le sumamos que prácticamente la mitad de los bumanguenses conviven con un perro en su hogar, esta afinidad con su mascota conlleva a cuidar y querer el bienestar de los caninos

1.2. ASPECTOS LEGALES

Para el montaje de la empresa TANGLED se requiere cumplir con la siguiente normatividad;

Toda actividad comercial o persona que quiera ejercer una actividad comercial deberá cumplir con los requisitos impuestos por la ley y con la normatividad vigente del “ministerio de trabajo”²³.

- Celebración de contrato de trabajo
- Pagos salariales por las prestaciones de servicio
- Afiliaciones a sistema de riesgo laborales
- Afiliación a cajas de compensación familiar
- Pago de prestaciones sociales

²³ Ministerio de trabajo, consultado en línea el 12 de noviembre de [2019] en <http://www.mintrabajo.gov.co/.../922-derechos-y-deberes-laborales>

- Vacaciones

A si mismo los tramites mercantiles son indispensables para el funcionamiento del establecimiento independientemente de la actividad comercial todos deben cumplir con ellos.

- Legalizaciones laborales “Aportes parafiscales”
- Pagos a aseguradoras y /o seguridad social y riesgos laborales
- Servicio nacional de aprendizaje
- Cajas de compensación

Así mismo se debe dar cumplimiento a la normatividad vigente para el desplazamiento y manejo de mascotas.

El proyecto se encontrará regido por todas las normas legales pertinentes y estará a la vanguardia de cualquier actualización legal que permita o regule esta actividad comercial.

1.2.1. Decretos

Decreto 2257 de 1986: por la cual se reglamentan parcialmente los títulos VII y XI de la Ley 09 de 1979, en cuanto a investigación, prevención y control de Zoonosis.

Artículo 31 Medidas para personas que trabajan en manejo de animales. Las personas que trabajen en explotaciones pecuarias, criaderos de animales y cualquier otro tipo de establecimientos o actividades en donde haya manejo de animales, deberán estar dotados de equipo adecuado para su protección y someterse a pruebas, exámenes y vacunación, según el riesgo sanitario a que estén expuestas, de acuerdo con las clasificaciones específicas que para el efecto señale el Ministerio de Salud en coordinación con el Ministerio de Agricultura.

1.2.2. Leyes

Ley 9 de 1979: Artículo 2:Alojamiento “Los propietarios y/o tenedores de caninos y felinos deberán brindarles alojamiento, conservando las condiciones higiénico sanitarias adecuadas y locativas apropiadas en cuanto a abrigo, movilidad, luminosidad, aireación, y que no se produzca ninguna situación de peligro o contaminación, para los vecinos, otras personas en general, y los mismos propietarios y/o tenedores.

Ley 1774 del 2016: “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”.

Artículo 1. Objeto. Los animales como seres sintientes no son cosas, recibirán especial protección contra el sufrimiento y el dolor, en especial, el causado directa o indirectamente por los humanos, por lo cual en la presente ley se tipifican como punibles algunas conductas relacionadas con el maltrato a los animales, y se establece un procedimiento sancionatorio de carácter policivo y judicial.

Ley 1801 del 2016: Por la cual se expide el código nacional de policía y convivencia.”

Artículo 123. Transporte de mascotas en medios de transporte público. Los alcaldes distritales o municipales reglamentarán las condiciones y requisitos para el transporte de mascotas en los medios de transporte público, con observación de las condiciones de salubridad, seguridad, comodidad y tranquilidad.

Artículo 127. Responsabilidad del propietario o tenedor de caninos potencialmente peligrosos. El propietario o tenedor de un canino potencialmente peligroso, asume la total responsabilidad por los daños y perjuicios que ocasione a las personas, a los bienes, a las vías y espacios públicos y al medio natural, en general.

1.2.3. Código Nacional de tránsito

Código nacional de tránsito: Artículo 97 “Movilización de animales” No debe dejarse animales sueltos en las vías públicas, o con libre acceso a éstas. A nivel internacional la población mundial ha venido tomando conciencia sobre la importancia de brindar a los animales o mascotas el bienestar.

1.2.4. Licencia y certificación sanitaria

Licencia ambiental: Esta, deberá tramitarse ante la CAR (Corporación Autónoma regional), este trámite, se asegura de velar que la empresa cumpla con todas las normas que mitiguen cualquier impacto ambiental en la zona, respecto al artículo 2.2.3.2.1 del Decreto 1076 de 2015. Para tal fin, existen ciertos requisitos a cumplir.

Certificación sanitaria: Requisito para todos los interesados en ofrecer servicios en el sector de alimentos, hostelería, belleza y salud. Por supuesto, Una clínica veterinaria o una peluquería canina necesitan indudablemente cumplir con este requisito para demostrar, que cumplen con las normas de salubridad concernientes.

En el caso del sector veterinario, hay que tener en cuenta adicionalmente, que debe registrarse en este los siguientes puntos:

- Relación de personal calificado y certificado
- Relación de equipos para la prestación de servicios
- Conocimiento comprobable del protocolo de manejo de desechos y residuos y Bioseguridad.
- Autorización para ejercer como médico veterinario.
-

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1. Objetivo General. Realizar un estudio de mercados en la ciudad de Bucaramanga mediante la recolección y análisis de información primaria y secundaria que permita conocer la demanda y oferta utilizando fuentes primarias, para delinear e identificar las variables de la empresa TANGLED estética para mascotas con el fin de caracterizar el entorno específico para la prestación de un servicio adecuado.

2.1.2. Objetivos específicos. Poder enlazar los objetivos de esta investigación con el fin de poder dar respuesta al problema.

- Conocer el mercado potencial y objetivo mediante el estudio de mercados para conocer la viabilidad del proyecto.
- Determinar con la investigación de la demanda de la estética TANGLED- mediante un análisis de necesidades de la plaza, sus debilidades y fortalezas en las empresas que actualmente se encargan de demandarlas, con el fin de conocer el comportamiento del producto en el mercado en la ciudad de Bucaramanga
- Definir la oferta, entre las personas que tienen mascotas sus preferencias, gustos y los mismos hábitos para así conocer claramente que tipo de servicios ofrecer y cuales prefieren; además de conocer el comportamiento del consumidor con respecto al cuidado de sus mascotas.
- Realizar un análisis de precios para los servicios y así determinar las estrategias

adecuadas de introducir en el mercado. Y cuanto será el valor dispuesto a pagar, esto se hace a través de la investigación y el estudio de mercado para la ciudad de Bucaramanga.

- Realizar el análisis sobre el tipo de publicidad adecuado, mediante el uso de fuentes primarias como la encuesta para dar a conocer la estética TANGLED.
- Identificar estrategias de comercialización que permitan aumentar el número de servicios diarios con respecto a la competencia.

2.2. DESCRIPCIÓN DELSERVICIO

El servicio de estética para mascotas está enfocado en brindarles a los habitantes de la ciudad de Bucaramanga la comodidad de agendar el servicio de peluquería, baño, maquillaje artístico según la raza. Por medio de una plataforma de internet donde podrán ver los turnos y horas disponibles, tipos de baño, accesorios y demás productos que se encuentran en la tienda. Teniendo en cuenta que estas mascotas merecen el mejor servicio.

2.2.1. Descripción, usos y especificaciones del servicio. Estética para mascotas “TANGLED” se encuentra situada en el sector terciario la cual se dedica a la prestación de servicios de peluquería, baño y demás relacionados con la higiene de las mascotas con un servicio especial y personalizado; a domicilio para mascotas de avanzada edad, las cuales no soportan el traslado y la estadía a otros sitios ajenos a sus casas. A si mismo sus amos pueden estar tranquilos con el trato que se les brinda y los cuidados que este servicio ofrece, adicionalmente cuenta con un amplio portafolio de productos para las mascotas según tipo tales como:

- **Caninos:** Concentrados “importados, nacionales” - Snake - juguetes - pañales
- **Felinos:** Bolsos – arena – juguetes concentrados – gimnasios – rascadores
- **Accesorios:** Bolsos – Camas – Ropa – Collares – Colchonetas - comedores – Huacales – forros para carro –placas de identificación - areneros – dispensadores de bolsitas
- **Higiene y cuidado:** Shampoo - neutralizadores de olor - fragancias “colonias” - toallas entrenadora - talcos – cepillos.

En esta estética lo más importante es brindarle la atención y cuidado que merecen las mascotas convirtiendo la visita a la peluquería en una experiencia agradable para ellos.

Mascotas que serán atendidas y consentidas, teniendo en cuenta que todas las razas de perros y gatos tiene la necesidad vital de tener una higiene adecuada la cual contribuye con el buen desarrollo de su salud, ya sea en el baño o acicalamiento.

2.2.2. Atributos diferenciadores del producto de la competencia. Se proyecta complementar todos los servicios y productos necesarios con altos índices de calidad que permita a los clientes contar con todo lo que necesitan en un solo lugar.

- Catálogo
- solicitud del servicio y productos por internet
- Servicio personalizado “Atención prioritaria, de manera individual de acuerdo con raza y la edad de la mascota”
- Servicio a domicilio para mascotas de avanzada edad.
- Espacios con aromas naturales con efecto relajante
- Novedosos accesorios

- Pintura artística artificial para fechas y eventos especiales (Halloween, navidad entre otros).

2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1. Mercado potencial. El mercado potencial que se ha logrado para la realización de este proyecto comprende a los “175.107hogares.”²⁴de la ciudad de Bucaramanga y el área metropolitana que tienen una mascota como miembro de su familia Esto según los datos del censo de hogares realizado en el 2018 por el DANE.

2.3.2. Mercado objetivo. Está dirigido a los estratos socioeconómicos 1, 2, 3, 4, 5, y 6, contando con servicios al alcance de todos; y en su defecto los hogares que más demanden los servicios sean aquellos que tengan mayor cantidad de población de mascotas.

En referencia a lo anterior una investigación realizada por BrandStrat, en alianza con Offerwise determino que seis de cada diez hogares poseen mascotas²⁵. Basados en esta información se podría deducir de acuerdo con el número de hogares que tiene la ciudad de Bucaramanga en razón al último censo realizado en el año 2018, según las estadísticas presentadas por la firma BrandStrat, se establece que en la ciudad un aproximado del 40% de los hogares tiene mascotas lo que indica que 70043 hogares aproximadamente abastecerían el mercado objetivo.

²⁴DANE, <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

²⁵PetIndustry, Un nuevo hogar colombiano, [2020], consultado en línea el 23 de abril de 2020 en <http://petindustry.co/gerencia/un-nuevo-hogar-colombiano/>

2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1. Demanda. Tiene que ver con los consumidores desean adquirir y/o estar dispuesto a comprar, reflejando la intención, mientras que la compra constituye una acción.

Descripción del problema de investigación de mercados.

El mercado de estéticas para las mascotas en la ciudad de Bucaramanga ha tomado mucha fuerza en donde hay gran diversidad de productos y servicios; sin embargo, es un mercado nuevo que tiene mucho campo de acción por desarrollar y es donde un spa de mascotas se encuentra un nicho interesante para lograr satisfacer necesidades de los propietarios de las mascotas.

Muchas de las actividades cotidianas de las personas están ligadas a las mascotas, como jugar, pasear, hacer deporte y hasta dormir en las que hay contacto permanente con ellas. Por eso es muy importante que por el contacto que se tiene con las mascotas se las deba mantener muy limpias y aseadas, y de esta forma poder compartir y disfrutar su compañía evitando alergias que pueden ocasionar estas mascotas, a las personas que lo rodean.

El tener animales en casa implica mucha responsabilidad, ya que al ser seres de compañía reclaman cariño y atención de sus amos. Al igual que cuando se enferman, los dueños deben estar atentos a sus necesidades, comprándole los medicamentos necesarios para que puedan recobrar su salud. Causa mucha dificultad buscar el tiempo para dedicar a las mascotas la atención que estas se merecen y brindarles un tiempo de relajación y causa mucha más dificultad buscar el tiempo para llevar a las mascotas a la peluquería y que estas sean atendidas.

El mercado de las mascotas en Colombia crece por encima de la inflación. En el 2017 se incrementó un 16 por ciento frente al año anterior, es decir, **casi cuatro** veces más que el índice de precios al consumidor (IPC) del año pasado, que fue de 4,09 por ciento.

Y no es para menos: en 4 de cada 10 familias hay al menos una mascota, y, en promedio, el presupuesto que gastan al año es de 700.000 millones de pesos, solo para alimentarlos²⁶. Después de la comida, que además se volvió objeto de investigación en el sector alimentario que anda en busca de garantizar la nutrición de las mascotas, la industria y el comercio han creado todo tipo de accesorios y servicios, por lo que en su momento se proyectó que el valor total que representará este negocio en el 2018 en Colombia sería de 3,02 billones de pesos, de los cuales 2,99 billones serían del segmento comida y 24.900 millones se inscribirán en el gasto de otros productos para mascotas.

Así lo establecen los cálculos realizados por la firma euro monitor, según los cuales este mercado ha crecido 103,6 por ciento en comparación con el 2013, y, según sus proyecciones, para los próximos cinco años tendría un incremento del 79,5 por ciento. (El tiempo, 2018)²⁷

El promedio mensual de gasto en concentrado asciende a \$177.000. Además, la categoría de alimentos para mascotas está creciendo 5% en volumen y la facturación promedio crece en 13%, de acuerdo a cifras de la consultora Raddar y, para ser más concretos, estos productos tienen un peso de 3% en la canasta familiar. (revista dinero, 2018)²⁸.

²⁶ Artículo el tiempo consultado en línea el 10 de enero de 2022(<https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/dinero-que-invierten-las-familias-colombianas-en-el-cuidado-de-sus-mascotas-228908>)

²⁷BALLESTEROS S, Laura- redacción EI TIEMPO, "Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas" (12, junio de 2018) Online <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/dinero-que-invierten-las-familias-colombianas-en-el-cuidado-de-sus-mascotas-228908>

²⁸MASCOTAS, edición Revista Dinero, "Las familias colombianas tienen más mascotas y menos hijos", (11, noviembre de 2018) online <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/mascotas-en-los-hogares-de-colombia-en-2018/264423>

“En el primer semestre del 2018, 97.000 hogares nuevos tienen mascota y esto va impulsado porque los hogares tienden a tener menos hijos y están volteando su gasto a tener mascota”, afirma Miguel de la Torre, director de nuevos negocios de Kantar World Panel.

Estas cifras contrastan con un menor interés por hacer familias grandes, como en los viejos tiempos. La agitada vida diaria, los compromisos profesionales y las dificultades de traer al mundo a un hijo en entornos más complejos están llevando

Necesidades de información.

Para analizar y evaluar el grado de aceptación del producto, así como la viabilidad en el mercado de una estética spa para mascotas se requiere información sobre:

- Conocer las preferencias con respecto a los cortes de pelo para su perro.
- Conocer con qué frecuencia solicita el servicio de baño y corte de pelo.
- Conocer cuáles son los precios que maneja la competencia.
- Determinar la demanda potencial
- Determinar valores publicitarios, locales, servicios y demás

2.4.1.3 Ficha técnica

Tabla 1. Ficha técnica

TIPO DE INVESTIGACIÓN	Tipo de Investigación será Descriptiva e inductivo ya que el principal objetivo es conocer características y situaciones específicas para la recolección de datos mediante las encuestas. Y se obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Así mismo, se destacan cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.
METODO DE INVESTIGACIÓN	El método de investigación a utilizar será cuantitativo porque según la encuesta muestra cantidades en los datos que se quieren saber cuántos hogares tienen perros y en que periodicidad los llevan a la peluquería.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Primarias: Se determina la realización de una encuesta dirigida a todos estratos mencionados previamente con el fin de identificar ciertos aspectos como nivel de satisfacción, valor cancelado por estos servicios nivel de aceptación del factor innovador, y de esta forma poder determinar los clientes potenciales Secundarias: Datos obtenidos DANE, FENALCO y demás sitios que puedan brindar la información adecuada a la investigación que se quiere realizar y los cuales permitan obtener los resultados adecuados.
TECNICAS DE	Encuesta: compuesta por un grupo de preguntas mediante

INVESTIGACIÓN	las cuales se quiere extraer información relevante de la demanda de las estéticas para mascotas en la ciudad de Bucaramanga.
INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	Cuestionario estructurado con preguntas de tipo mixto.
MODO DE LA APLICACIÓN	Por medio de Microsoft Forms nos permitirá recopilar la información necesaria en tiempo real que permita complementar el proyecto.
DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN	141.705 hogares de la ciudad de Bucaramanga con mascotas (gatos y perros)
PROCESO DE MUESTREO	<p>Para calcular el tamaño de la muestra, se considera un muestreo de tipo probabilística y aleatorio simple aplicando la siguiente expresión matemática:</p> $n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N-1) e^2 + Z^2 \times p \times q}$ <p>Dónde:</p> <p>N = Población= 70043 hogares desde el estrato 1,2,3,4,5 y 6</p> <p>Z = Nivel confiabilidad, 95% = 0,95</p> <p>e = Error estimado, 8 % = 0,08</p> <p>p = Probabilidad éxito, 50% = 0,5</p> <p>q = Probabilidad no éxito, 50% = 0,5</p> <p>n= Número de muestras</p> <p>Reemplazando se tiene:</p>

	$n = \frac{(1,96)^2 \times (70043) \times (0,5) (0,5)}{(0,08)^2 (70043-1) + (1.96)^2 \times 0,5 \times 0,5} = 150$ <p>Se aproxima a 150 encuestas. En la ejecución</p>
ALCANCE	Bucaramanga – Hogares de estratos 1,2,3,4,5 y 6.
TIPO DE APLICACIÓN	De 15 de enero del 2021 al mayo de 2021

Fuente: Elaboración propia

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. De acuerdo con el análisis del mercado objetivo tenido en cuenta en la ficha técnica, realizándose 150 encuestas a hogares de la ciudad de Bucaramanga en los diferentes estratos establecidos.

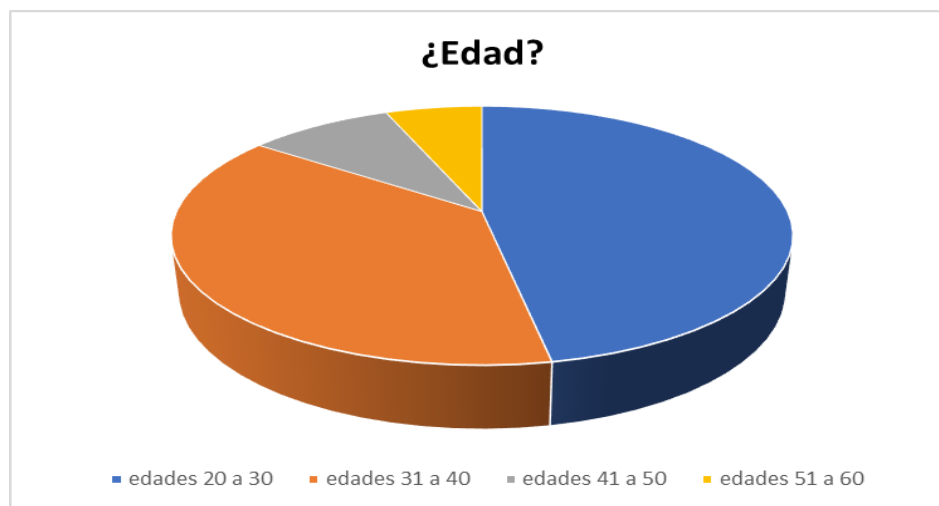
Pregunta 1. ¿Mencione su rango de edad?

Cuadro 1. Rango edad de los encuestados

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Edad 20 a 30	71	47%
Edad 31 a 40	57	38%
Edad 41 a 50	13	9%
Edad 51 a 60	9	6%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 2. Edades promedio de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se busca medir en que edades se encuentran las personas que participaron en la encuesta para medir el grado de aceptación para la creación de la empresa TANGLED estética para mascotas; con los resultados obtenidos se pudo concluir que el 47% de los participantes se encuentra entre los 20 y 30 años, el 38% están entre los 31 y 40 años de edad, el 9% tienen edades entre los 41 y 50 años, el 6% entre 51 años considerada una población adulta de menor participación, esto posiblemente indica a una posibilidad en poco uso de herramientas digitales.

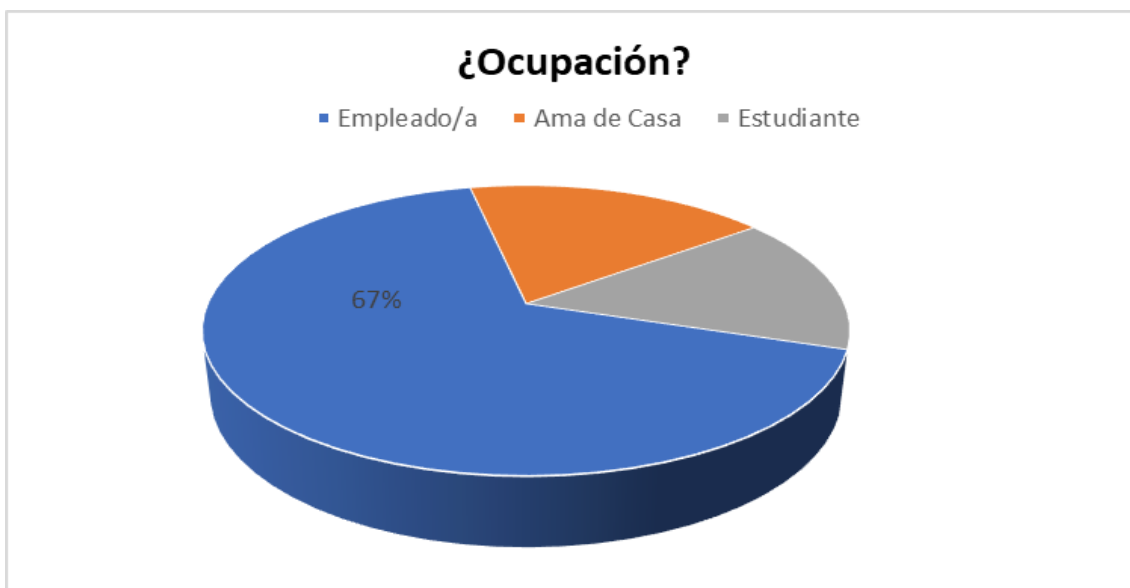
Pregunta 2. ¿Mencione su ocupación u oficio?

Cuadro 2. Ocupación de los encuestados

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado/a	100	67%
Ama de Casa	27	18%
Estudiante	23	15%
TOTAL	150	100

Fuente: Elaboración propia

Grafico 3. Ocupación de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se quiere saber el oficio u ocupación de las personas encuestadas y se puede verificar que el 67% es empleado, un 18% es ama de casa y el 15% final es estudiante; por lo tanto, los encuestados tienen como brindarles estabilidad económica a sus mascotas y que mientras algunos de ellos salen a trabajar o estudiar hay alguien en casa que se queda al cuidado de ellos.

Pregunta 3. ¿Actualmente tiene mascotas en su hogar?

Cuadro 3. Mascotas en el hogar

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	139	93%
No	11	7%
Total	150	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 4. Mascotas en el hogar



Fuente: Elaboración propia

De los 150 en hogares encuestadas el 93% tiene actualmente una mascota en su hogar, mientras el 7% de los hogares no tiene mascotas.

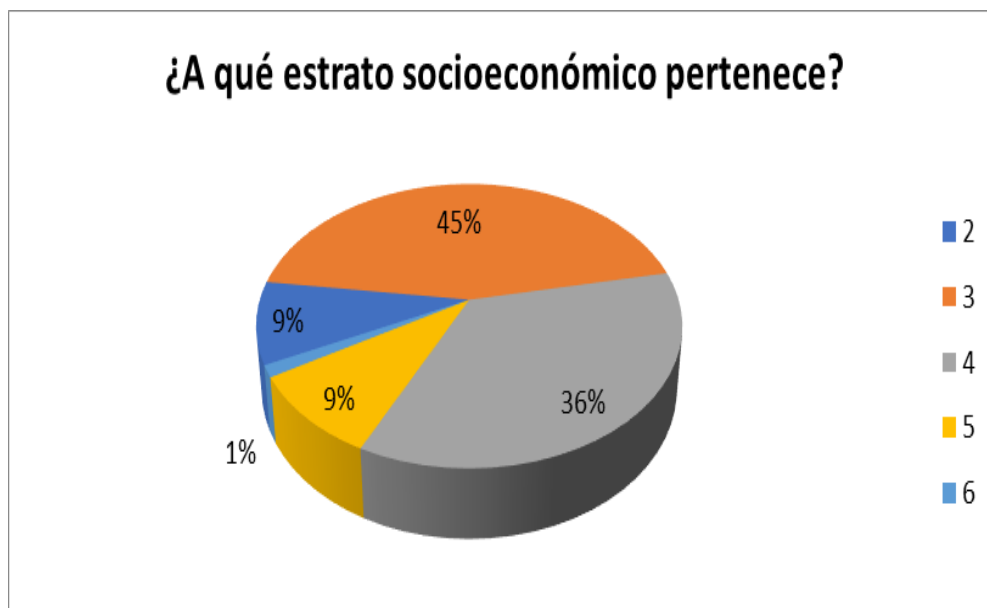
Pregunta 4. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

Cuadro 4. Estrato socioeconómico

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	14	9%
3	67	45%
4	53	35%
5	14	9%
6	2	1%
Total	150	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 5. Estrato socioeconómico



Se observa en este resultado que el 45% de los hogares encuestados pertenecen al estrato 3, el 36% al 4, el 9% al 2, el 9% al 5 y el 1% al estrato 6. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede tener en cuenta que el mayor índice de hogares a tener en cuenta en el desarrollo del proyecto corresponde a los estratos 3 y 4.

Pregunta 5. ¿Qué tipo de mascota tiene?

Cuadro 5. Tipos de mascotas

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Perro	100	72%
Gato	32	23%
Conejo	2	1%
Otro	5	4%
Total	139	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 6. Tipo de mascotas



Fuente: Elaboración propia

Entre los 139 Hogares que tiene mascotas se observa un porcentaje más alto de hogares tiene como mascota un perro el cual corresponde al 72%, el 23% de los hogares tienen gatos los demás hogares entrevistadas tiene en un 1% un conejo y el 4% tiene otra mascota diferente.

Pregunta 6. ¿Cuántas mascotas tiene en su hogar?

Cuadro 6. Mascotas en el hogar

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PROMEDIO
1	88	66%	0,66
2	41	31%	0,62
3	2	2%	0,06
4	1	1%	0,04
Total	132	100%	1,40

Fuente: Elaboración propia

Grafico 7. Mascotas en el hogar



Fuente: Elaboración propia

De los 132 hogares que actualmente tienen perros y gatos, el 66% de estos tienen una mascota, el 31% tienen 2 mascotas, el 2% tienen 3 mascotas y el 1% tiene más de 3 mascotas, esto ayuda a tener una perspectiva más clara que la mayoría de los hogares de ellas podrían ser clientes potenciales.

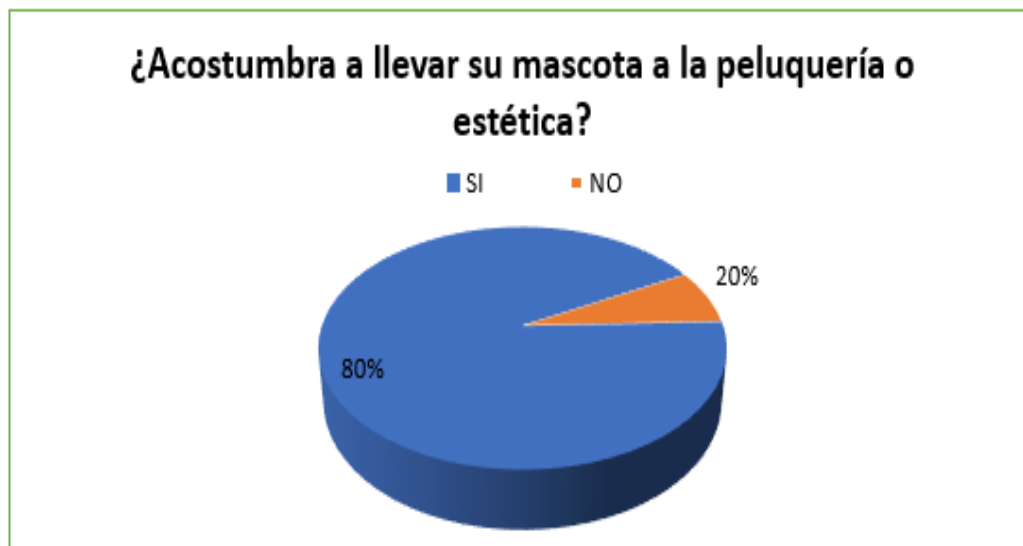
Pregunta 7. ¿Acostumbra a llevar su mascota a la peluquería o estética?

Cuadro 7. Visita a estéticas

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	106	80%
No	26	20%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 8. . Visita a estéticas



Fuente: Elaboración propia

De los hogares que dijeron tener mascotas el 80% de ellas acostumbran a usar el servicio de peluquería o estética de mascotas y el 20 % restante no acostumbran a usar el servicio.

Pregunta 8. ¿Cuántas veces efectivamente al mes lleva su perro o gato a la peluquería o estética?

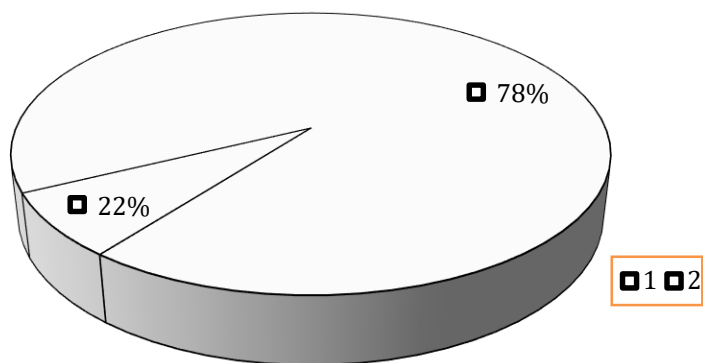
Cuadro 8. Número de visitas a la peluquería o estética de mascotas

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE PROMEDIO
1	103	78%	0.78
2	29	22%	0.44
Total	132	100%	1.22

Fuente: Elaboración propia

Promedio: Mensual $1.22 * 12 = 14.64$ Anual

Grafico 9. Número de visitas a la peluquería o estética de mascotas



Fuente: Elaboración propia

Entre los 132 hogares que utilizan frecuentemente el servicio de peluquería o estética y los que lo usan eventualmente el 78% es decir 103 hogares llevan su mascota una vez al mes y el 22% es decir 29 hogares las llevan dos veces al mes.

Pregunta 9. ¿Cuánto paga actualmente o pago la última vez por el servicio de peluquería o estética para su mascota?

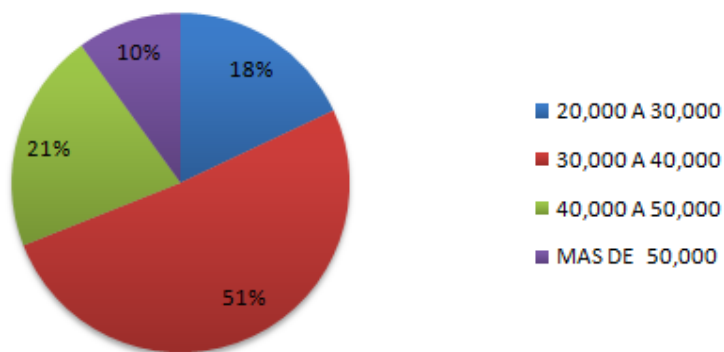
Cuadro 9. Pago por servicios a estéticas

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MEDIA	PROMEDIO
20,000 A 30,000	24	18%	\$ 25.000	\$ 4.500
30,000 A 40,000	67	51%	\$ 35.000	\$ 17.850
40,000 A 50,000	28	21%	\$ 45.000	\$ 9.450
MAS DE 50,000	13	10%	\$ 55.000	\$ 5.500
TOTAL	132	100%		\$ 37.300

Fuente: Elaboración propia

Grafico 10. Pago por servicios a estéticas

¿Cuanto paga actualmente o pago la ultima vez por el servicio de peluqueria o estetica para su mascota?



Fuente: Elaboración propia

De los hogares que utilizan el servicio de peluquería o estética el 18% de ellas pagan un valor promedio de \$25.000 le sigue un 51% que pagan \$35.000, el 21% pagan \$ 45.000 y el 10% pago más de 50.000 pesos, es decir que en promedio los hogares en general gastan \$37.300 al mes en servicios de estética para mascotas.

Pregunta 10. ¿Le gustaría conocer una nueva peluquería o estética para mascotas donde puede ver y solicitar su servicio y escoger sus productos por una página web?

Cuadro 10. . Aceptación de nueva peluquería estética spa para mascotas

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	67	52%
No	16	11%
Tal vez	49	37%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 11. Aceptación de nueva peluquería estética spa para mascotas



Fuente: Elaboración propia

Se observa que de los hogares encuestados el 52% se encuentran interesados en conocer un servicio nuevo y al alcance de la tecnología mientras que el 11% no tiene interés alguno sin embargo el 37% tal vez estaría dispuesto a conocer una nueva peluquería o estética lo cual quiere decir que pueden ser clientes potenciales de este proyecto.

Pregunta 11. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto/a o desearía adquirir los servicios de una estética para mascotas?

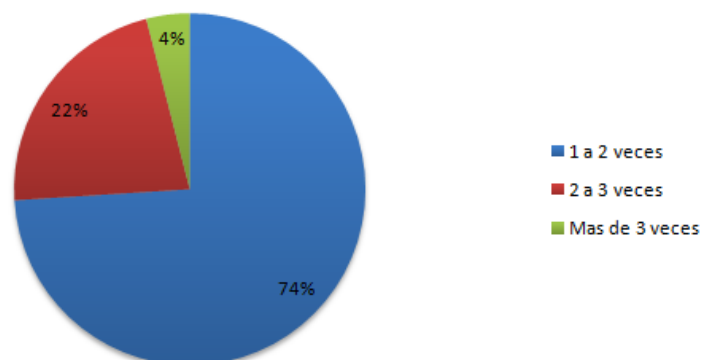
Cuadro 11. . Frecuencia de posibles servicios adquiridos para la mascota

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MEDIA	PROMEDIO
1 a 2 veces	98	74%	1,5	1,11
2 a 3 veces	29	22%	2,5	0,55
Más de 3 veces	5	4%	3,5	0,14
TOTAL	132	100%	7,5	1,80

Fuente: Elaboración propia

Grafico 12. Frecuencia de posibles servicios adquiridos para la mascota

¿Con que frecuencia estaria dispuesto o desearia adquirir los servicios de estetica para mascotas?



Fuente: Elaboración propia

De los hogares encuestados el 74% lo usaría este servicio 1.5 vez al mes y el 22% usaría el servicio 2.5 veces al mes, y el 4% usaría el servicio 3.5 veces al mes lo cual nos permite determinar un posible promedio de adquisición de los servicios ofrecidos.

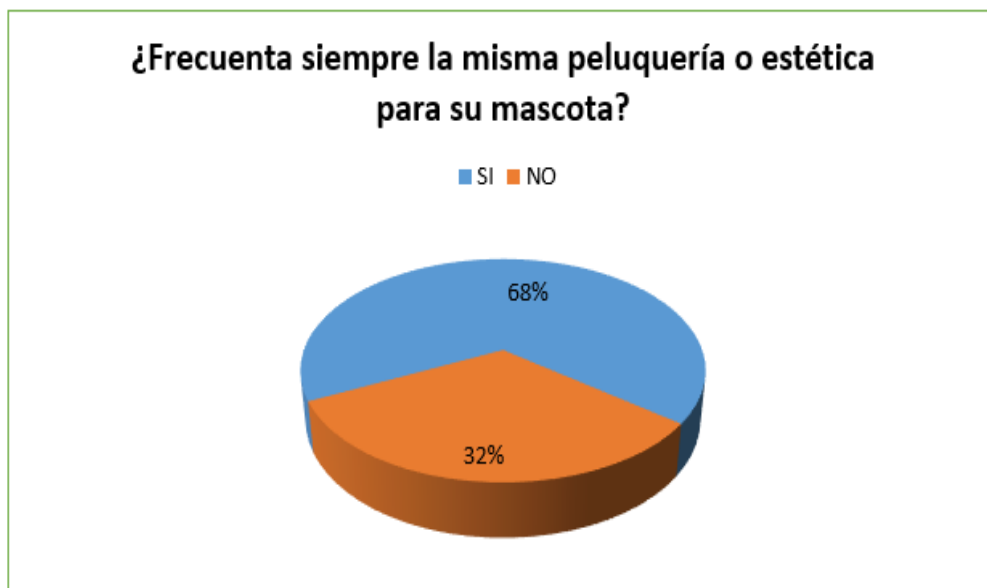
Pregunta 12. ¿Frecuenta siempre la misma peluquería o estética para su mascota?

Cuadro 12. Frecuencia de visitas a la misma estética

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	90	68%
No	42	32%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 13. Frecuencia de visitas a la misma estética



Fuente: Elaboración propia

Se observa que 68% de los hogares encuestados son clientes fieles a la peluquería o estética donde llevan su mascota y 32% restantes utilizan los servicios de varias peluquerías o estéticas.

Pregunta 13. ¿Cómo califica el servicio que ha recibido en las peluquerías o estéticas que frecuentó?

Cuadro 13. Calificación del servicio

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	24	18%
Bueno	96	73%
Regular	11	8%
Malo	1	1%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 14. Calificación del servicio



Fuente: Elaboración propia

Se observa en este resultado que el 8% de los hogares encuestados califica el servicio que ha recibido como regular, el 73% como bueno y el 1% como malo lo cual nos brinda un espacio en el mercado para poder mejorar la insatisfacción encontrada.

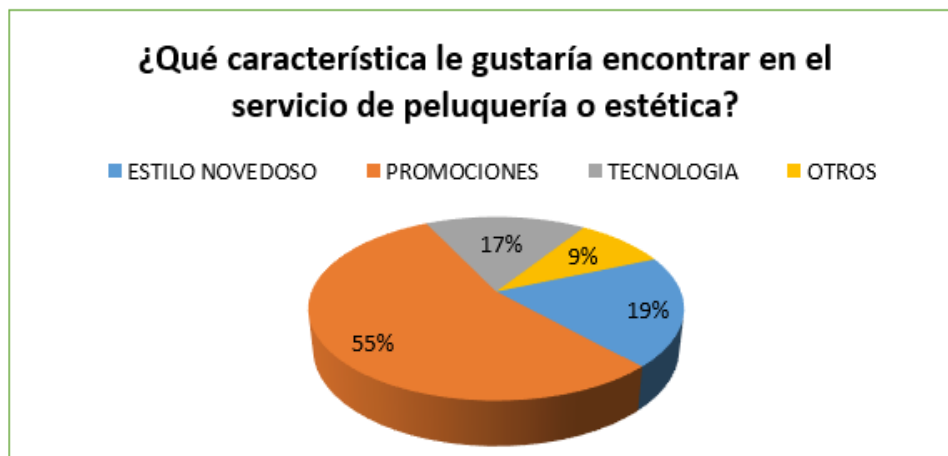
Pregunta 14. ¿Qué característica le gustaría encontrar en el servicio de peluquería o estética?

Cuadro 14. Tipo de características para un servicio

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estilo novedoso	25	19%
Promociones	73	55%
Tecnología	22	17%
Otros	12	9%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 15. Tipo de características para un servicio



Fuente: Elaboración propia

En estas respuestas se puede observar que la mayoría de los clientes potenciales les gustaría encontrar siempre promociones en una peluquería o estética con un 55%, seguido de estilos novedosos con un 19%, tecnología 17% y otros 9%.

Pregunta 15. ¿Cómo se enteró del establecimiento de peluquería o estética para mascotas?

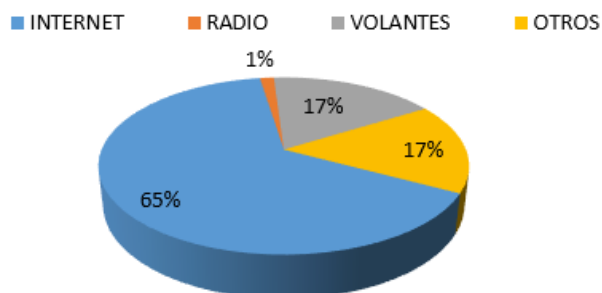
Cuadro 15. Medio comunicación por donde se enteró de la estética o peluquería para mascotas.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	85	65%
Radio	1	1%
Volantes	23	17%
Otros	23	17%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 16. Medio comunicación por donde se enteró de la estética o peluquería para mascotas.

¿Cómo se enteró del establecimiento de peluquería o estética para mascotas?



Fuente: Elaboración propia

En estas respuestas podemos observar que la mayoría de los clientes de las peluquerías o estéticas se enteraron de ellas por medio de internet lo que corresponde al 65%, y el 17% por medio de volantes, con lo cual podemos concluir que estos dos medios son los más utilizados y eficaces para dar a conocer un producto o servicio.

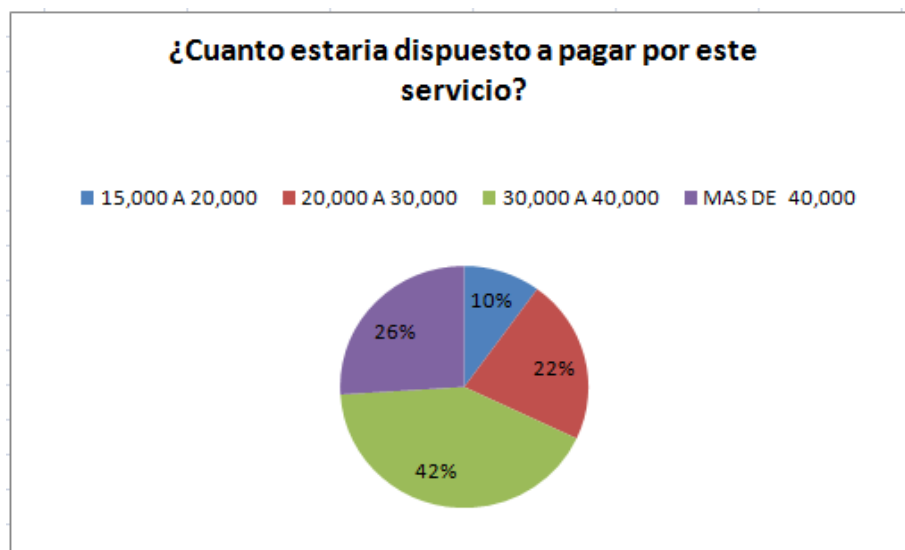
Pregunta 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio?

Cuadro 16. Precio dispuesto a pagar

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MEDIA	PROMEDIO
10,000 A 20,000	13	10%	\$ 15.000	\$ 1.500
20,000 A 30,000	29	22%	\$ 25.000	\$ 5.500
30,000 A 40,000	55	42%	\$ 35.000	\$ 14.700
MAS DE 40,000	35	26%	\$ 45.000	\$ 11.700
TOTAL	132	100%	\$ 120.000	\$ 33.400

Fuente: Elaboración propia

Grafico 17. Precio dispuesto a pagar



Fuente: Elaboración propia

Se determina que los hogares están dispuestos a pagar un valor estimado entre \$17.500 y 39.150 o más por un servicio nuevo, con respecto a los expuestos por otras pulquerías y que acostumbran a pagar un valor promedio de \$37.300 teniendo en cuenta los resultados en la pregunta 9 .

Pregunta 17. ¿Por qué medio le gustaría conocer y recibir información sobre la peluquería o estética y todo el portafolio de servicio que ofreceremos?

Cuadro 17. Medio de comunicación para recibir información

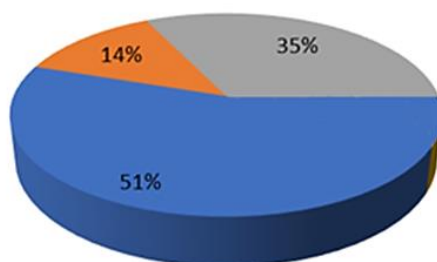
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales (Facebook- Instagram)	67	51%
Volantes	19	14%
WhatsApp	46	35%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 18. Medio de comunicación para recibir información

¿Por qué medio le gustaría conocer y recibir información sobre la peluquería o estética y todo el portafolio de servicio que ofreceremos?

■ Redes Sociales (facebook- instagram) ■ Volantes ■ Whatsapp



Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que la mayoría de los hogares se inclinan al uso de redes sociales como medio informativo teniendo en cuenta que corresponde al 51% de los hogares encuestados, seguido por 35% que prefiere el servicio de mensajería Whatsapp.

Pregunta 18. ¿Con que medio estaría dispuesto a pagar por los servicios de peluquería o estética?

Cuadro 18. Medios posibles de pagos

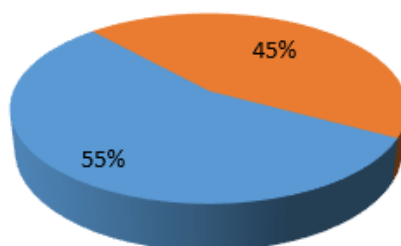
CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	73	55%
Tarjeta debito/ crédito	59	45%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 19. Medios posibles de pagos

¿Con que medio estaría dispuesto a pagar por los servicios de peluquería o estética?

■ EFECTIVO ■ Tarjeta debito/ credito



Fuente: Elaboración propia

Se determina que el pago en tarjeta es un medio de pago emergente y con una gran acogida por los hogares encuestados con un 55%, seguido de los medios en efectivo con un 45%.

Pregunta 19. ¿Le gustaría que el servicio de peluquería o estética fuera a domicilio?

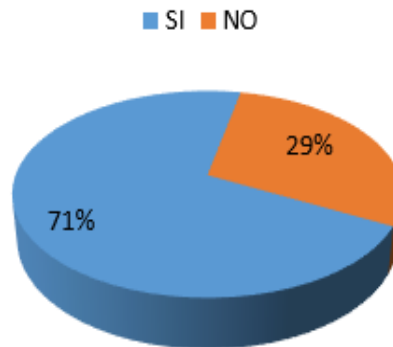
Cuadro 19. Aceptación de servicio a domicilio

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	94	71%
No	38	29%
Total	132	100%

Fuente: Elaboración propia

Grafico 20. Aceptación de servicio a domicilio

¿Le gustaría que el servicio de peluquería o estética fuera a domicilio?



Fuente: Elaboración propia

A los hogares encuestados que tiene mascotas el 71% de ellas les gustaría el servicio de peluquería o estética a domicilio, y los hogares restantes no les gustarían este servicio.

2.4.3 Estimación de la demanda. La estimación de la demanda se logra definir como la cantidad de servicios que se puede llegar a ofrecer en el mercado objetivo.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta realizada al mercado objetivo en la ciudad de Bucaramanga de los estratos 1,2, 3, 4, 5 y 6, se establece un cálculo de la demanda total manejando los siguientes criterios:

- Porcentaje de hogares con mascotas como perros o gatos
- Hogares que hacen uso de peluquería o estética.

De acuerdo con la pregunta No.5 indica que tipo de mascota tiene y se encuentra que, de 150 hogares, 139 de ellos tienen mascotas y de estos un total de 132 hogares tienen en su compañía perros o gatos, es decir un 95%.

La pregunta No 7 de los 132 hogares que manifestaron tener como mascotas perros o gatos 106 de ellos utilizan un servicio de estética es decir un 80%.

- Mercado objetivo: Equivale al porcentaje de hogares que tienen mascota Pregunta 6 * promedio de mascotas en el hogar. Pregunta.7 * porcentaje de hogares que usan el servicio Pregunta 5* porcentaje de tipos de mascota Pregunta 8 *número de veces en el año que usan el servicio

$$\text{Estimación de la demanda} = 70043 * 0.93 * 1.4 * 0.8 * 0.95 * 14,64 = \\ 1.014.683 \text{ servicios en el año}$$

Ahora bien, si se tiene en cuenta la pregunta 10 el 52% de los hogares en Bucaramanga que estarían dispuestos en adquirir este tipo de servicios, por consiguiente, este porcentaje se multiplica por la demanda actual anual estimada para así hallar la demanda anual efectiva.

$$\text{Demanda efectiva} = 1.014.683 * 52\% = 527.635 \text{ servicios anuales}$$

2.4.4 Proyección de la demanda. Para determinar la proyección de la demanda se toma la fórmula del valor futuro y se calcula con base en el crecimiento poblacional de 8,14 % 29 las mascotas, porcentaje que se utilizara para determinar la proyección de la demanda durante los próximos 5 años.

²⁹OSPINO SALAS, Alberto Mario, GONZALEZ OSPINO , Paula Andrea. Censo felino y canino en la ciudad de Bucaramanga Santander Comuna 17 https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/14469/6/2019_Censo_canino_y_%20felino_en_la_ciudad_de_Bucaramanga_Santander_comunas_7_y_17.pdf

Tabla 1. Proyección de la demanda

AÑO	FORMULA	DEMANDA PROYECTADA
BASE		1014683
1	$1906190 \cdot (1+8,14\%)^1$	1097278
2	$1906190 \cdot (1+8,14\%)^2$	1186597
3	$1906190 \cdot (1+8,14\%)^3$	1283186
4	$1906190 \cdot (1+8,14\%)^4$	1387637
5	$1906190 \cdot (1+8,14\%)^5$	1500591

Fuente: Elaboración propia

Se observa que la demanda proyectada para los próximos cinco años sigue manteniendo un crecimiento relativo, esto favorece la idea de crear la estética para mascotas, de la misma manera aumenta el número de los posibles servicios de la peluquería para mascotas durante los próximos 5 años.

2.5 OFERTA O COMPETENCIA

Para determinar la oferta actual de Bucaramanga y su área metropolitana se identifican las principales peluquerías que prestan este servicio a la ciudadanía y para lo cual se analizó.

- Localización.
- Productos y servicios que ofrece.
- Tiempo en el mercado.

- Horarios de atención
- Fortalezas
- Debilidades

Las cuales son determinantes para el estudio de esta y fortalecer los servicios de la estética para mascotas “TANGLED” con respecto a las falencias identificadas de la competencia.

2.5.1 Necesidades de información. Las necesidades de información se encuentran clasificadas de la siguiente forma

- Identificación de los servicios que ofrece la competencia
- Identificación de los servicios que más vende la competencia
- Identificación del tipo de promociones utilizados
- Conocimiento de la empresa más importante del sector
- Cuantificación de los puntos de ventas que tienen las empresas del sector

2.5.2 Competidores en el mercado y su identificación. Es conveniente profundizar un poco para identificar bien a los competidores más reseñables lo cual aportara gran información con el fin de identificar qué tipo de oportunidades tiene la empresa TANGLED estas estrategias de marketing identifican quienes son los verdaderos competidores para una empresa, sin importar el tamaño de la empresa.

Los competidores son aquellos negocios que operan en el mismo sector que al igual se encuentran dedicadas a satisfacer las mismas necesidades eso mismas líneas de

mercado, una vez se logra identificar los competidores lo que prosigue es determinar los elementos que se quieren analizar cómo qué tipo de productos o servicios ofrecen y cuál es la mayor competencia en este caso son aquellas con mismos factores de satisfacción al cliente

Lo que se puede observar en estas cuatro empresas "Pet shop, urgencias veterinarias, Guau guau , Centro canino cabecera ".Es que presentan una trayectoria amplia en el sector lo que les ha dado reconocimiento entre sus clientes y el mercado, pero de la misma manera presentan debilidades en las que se destacan falencias en el servicio y el manejo de precios, puesto que en el mercado es renuente que se presenten las inconformidades entre clientes por este motivo el conocimiento adecuado de estas debilidades permitirá enfocar el servicio a precios que sean cómodos y competitivos en el mercado y a su vez buscar innovar en los medios de comunicación y atención con el público.

2.5.3 Análisis de la situación de la competencia. Actualmente en la ciudad de Bucaramanga en calidad de prestación de servicios y comercialización de productos para mascotas se encuentra en un gran alcance, es un sector con una muy buena vista para las personas con animales domésticos.

La importancia adquirida por muchas entidades como fundaciones que se encargan de rescatar a estos peluditos de familias que no les dan el cuidado correspondiente se encargan de llevarlos a lugares donde se les brinda atención médica, cariños y los preparan para una adopción con compromiso y responsabilidades por lo tanto es un mercado bastante amplio.

Igualmente cabe destacar empresas dedicadas a realizar este tipo de actividades, que sin embargo no contribuyen en cierta medida a satisfacer plenamente a todos los animalitos, pues una de los indicadores que quiere trabajar la estética TANGLED es

poder ocuparse o atender en cierta forma a aquellos viejitos siendo considerados uno de los más complicados y de los que muchos se desentienden ya que requieren una atención más especial y cuidadosa que muchas veces prefieren no tomar, por lo tanto no contribuyen a satisfacer plenamente las necesidades que carece esta parte de mascotas que tiene los hogares de la población. Este análisis permite verificar la visibilidad del proyecto ya que revela la saturación del mercado.

Frente a la competencia se estudian los siguientes factores tales como producto, precio empaque, fortalezas y debilidades con el fin de identificar la mejor posición que la empresa puede ocupar en el mercado y qué tipo de oportunidades puede aprovechar, destacando asimismo los factores claves del éxito, con base a los resultados, TANGLED podrá establecer el plan de marketing específico y relevante.

Cuadro 20. Competencia debilidades y fortalezas

EMPRESAS	PRODUCTOS Y SERVICIOS	DEBILIDADES	FORTALEZAS
Pet shop animal	Consulta, hospitalización venta de accesorios, baño, peluquería, guardería	Alto costo, quejas frecuentes	Reconocimiento en el mercado, servicio 24/7
Urgencias veterinarias	consulta médica y hospitalización 24/7, laboratorio clínico, cirugías, vacunación y desparasitación, peluquería, guardería, venta de alimento, medicamentos, ropa, accesorios, curso de	Inconveniente s a la hora de agendar, precios poco competitivos, quejas sobre los servicios	Propietario miembro de la sociedad defensora de animales, muchas ofertas de productos y servicios

	peluquería para cualquier persona		
Centro canino cabecera	Consulta médica, vacunación, peluquería, venta de accesorios	Gran complejidad para localización en cuanto a información y ubicación	Muy buen manejo de atención y servicio al cliente
Guau Guau	Peluquería, vacunación, desparasitación, guardería	Poca variedad de productos, no hay suficiente y continua rotación de los productos ofrecidos	Excelente servicio, el propietario pertenece a una fundación para animales callejeros (reconocimiento) buen sistema de precios

Fuente: Elaboración propia

Por lo descrito en el anterior cuadro se deduce hay una cantidad de establecimientos con reconocimiento destacando cada uno de los servicios, sin embargo, se quiere llegar a satisfacer y poder ser mejor con respecto a los servicios y productos ofrecidos por estas empresas.

Cuadro 21. Comparativo de servicios

Factores	Pet shop	Urgencias Veterinarias	Veterinaria Guau Guau	Centro veterinario o cabecera	Propuestas De valor
Productos y /o servicios	Peluquería	Peluquería	Peluquería	Peluquería	Peluquería
Precio	≥ a 40.000	≥45.000	≥42.000	≥ a 48.000	Precios fijos según tamaño
Canal de distribución	Directo con el cliente	Directo con el cliente	Directo con el cliente	Directo con el cliente	Directo con el cliente
Estrategia publicitaria	Página Facebook	Página web, Facebook	Páginas amarillas	Páginas amarillas	Página web, Facebook, radio, volantes, tarjetas magnéticas y de presentación
Valor agregado	Accesorio	Accesorio	Accesorio	Accesorio	Accesorio y loción
Empaque	NA	NA	NA	NA	NA
Estrategia proporcional					domicilio gratis para perros de edad cerca al establecimiento

Fuente: Elaboración propia

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Al realizar la aplicación de la encuesta se logra determinar que personas estarían dispuestas en adquirir servicios que le ofrezcan satisfacción entre calidad, y precio.

Es claro que empresas como Guau Guau, Centro Canino Cabecera, Urgencias Veterinarias y Pet Shop animal cubren el 100% de la demanda, sin embargo, el objetivo principal de este proyecto es lograr introducir este tipo de servicios, para que forme parte del mercado actual y a su vez gane una participación considerable con respecto a sus competidores, por lo que no se puede considerar una relación entre la demanda y oferta del servicio, teniendo en cuenta el resultado de la pregunta 13 donde se evidencian la calificación como regular y mala el cual corresponde al 9% de los encuestados no están satisfechos con el servicio que han recibido en las estéticas que frecuentan.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El uso de canales de comercialización adecuado mejora la eficiencia de las ventas del determinado servicio, es el camino que sigue el mismo en su trayecto hasta el consumidor final.

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Son las vías que las empresas tienen para llevar los servicios a sus clientes de las formas más económicas, eficientes y efectiva.

Los canales de distribución que existen son

- Canal directo (productor-consumidor)
- Canal detallista (productor-detallista-consumidor)
- Canal mayorista (productor-mayorista-detallista-consumidor)
- Canal indirecto
- Canal corto (Fabricante-minorista-consumidor)
- Canal largo. (Fabricante-mayorista-minorista-consumidor)

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.

Ventajas

- Confianza
- Confidencialidad
- Mayor conocimiento de los productos y servicios ofrecidos
- Mayor sensibilidad

Desventajas

- Aumento de costos
- Financiación directa
- Volumen inferior de ventas
- Aumento del precio del producto

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Una vez analizados los canales de comercialización existentes en la actualidad, se tiene en cuenta que el canal más apropiado para lograr ofrecer este tipo de servicios al mercado objetivo directo o canal 1.

El canal de distribución que se establece es de forma directa ofreciendo una estrategia de comunicación más cercana con el cliente, teniendo una atención personalizada en la tienda física, La idea es medir el nivel de satisfacción por medio de encuesta por servicio finalizado, lo cual nos permitirá controlar y responder oportunamente las peticiones, quejas y reclamos por parte de los clientes.

Figura 2. Canal de comercialización



Fuente: Elaboración propia

Esto teniendo en cuenta que el principal servicio que realiza TANGLED es directo hacia el cliente por tal motivo la comercialización directa es la mejor opción para la distribución. Adicional para los productos complementarios como la venta de artículos pueden manejar otros canales de distribución.

2.8 ANÁLISIS DE PRECIOS

Es el enfoque preferido para evaluar las opciones de servicios existentes en el mercado, comparando con alternativas o sustitutos de la competencia.

2.8.1 Análisis de precios de la competencia. Para lograr desarrollar el tipo de estrategias en la fijación de precios, lo más conveniente es realizar un análisis en el cual se pueda tener en cuenta diferentes aspectos como política de precios de la competencia, al considerar esta información obtenida en la investigación realizada sobre la oferta se deduce lo siguiente en lo que se refiere a precios en ventas en la ciudad de Bucaramanga.

Cuadro 22. Análisis de precios de la competencia

URGENCIAS VETERINARIAS	
SERVICIO	VALOR PROMEDIO
PELUQUERIA	≥ 45,000 + (DOMICILIO SI LO REQUIERE EL CLIENTE)
CENTRO MEDICO VETERINARIO PET SHOP	
SERVICIO	VALOR PROMEDIO
PELUQUERIA	≥ 40,000 + (DOMICILIO SI LO REQUIERE EL CLIENTE)
CENTRO VETERINARIO CABECERA	
SERVICIO	VALOR PROMEDIO
PELUQUERIA	≥ 48,000 + (DOMICILIO SI LO REQUIERE EL CLIENTE)
VETERINARIA GUA GUA	
SERVICIO	VALOR PROMEDIO
PELUQUERIA	≥ 342,000 + (DOMICILIO SI LO REQUIERE EL CLIENTE)

Fuente: Elaboración propia

2.8.2 Estrategia de fijación de precios. Se realizará mediante un análisis de costos determinados de acuerdo al estudio financiero que se generan por cada servicio, se tendrá en cuenta no mantener un nivel competitivo con los ofrecidos en el mercado, y de esta manera se tiene como prioridad dar a conocer el servicio a un buen precio, los cuales no se encuentran tan alejados a la competencia siendo una forma eficaz de promover la estética TANGLED, ya que se entra con iguales condiciones y la diferencia radica en la calidad del servicio.

No se trata de entrar en una guerra de precios, sino de dar a conocer el servicio, para lograr establecer precios justos de acuerdo con los costos y gastos que incurren en la idea de negocio. Permitiendo generar un cubrimiento total de los costos y gastos de la empresa.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad está centrada en persuadir al consumidor utilizando sus emociones y sentimientos a diferencia de la promoción que hace alusión a su razón.; el objetivo de estimular la demanda del servicio o cambiar el comportamiento del consumidor.

2.9.1 Objetivos. Se establece objetivo que pretenden alcanzar el desarrollo de las estrategias de promoción y publicidad.

- Generar interés sobre los servicios y adicionales que ofrece TANGLED con el fin de atraer más consumidores y mantener los actuales.
- Anticipar la competencia y aprovechar las oportunidades al estudiar el mercado.
- Incrementar las ventas ante la presentación de un servicio innovador y con valor

agregado a sus servicios.

2.9.2 Logotipo. Es un diseño ilustrativo de un perro, un gato y una casa de estética con amor. Los Colores: son rosado por que representa la ternura que inspiran las mascotas y la delicadeza con la que vamos a tratarlos en nuestra peluquería. El café, es el color de la tierra que implica seguridad, protección y estabilidad. El Nombre: TANGLED, significa enredados en español, porque nosotros le ayudaremos a quitar esa melena enredada para mantener su piel sana y fresca y ESTETICA PARA MASCOTAS: Porque más que un gasto es una necesidad.

Figura 3. Logotipo TANGLED



Fuente: Elaboración propia

2.9.3 Lema.

SON PARTE DE NUESTRA FAMILIA: Porque estudios ha demostrados que tener una mascota gato o perro es de beneficio para la salud física y emocional de las personas y están pasando de ser animales domésticos para ser un miembro más de la familia.

2.9.4 Análisis de medios. Es un modo de elección importante y clave del éxito para la publicidad y promoción ya que la estrategia de esta es lograr captar la atención de los posibles consumidores por lo que se debe ser creativo e innovador con el fin de generar un impacto positivo.

- Prensa. Los primeros periódicos se caracterizaron por la aparición regular, la base comercial abiertamente dirigida a la venta, la finalidad múltiple, para la información, el registro, la publicidad, la diversión y el chismorreo y un carácter público.³⁰

- El diario. Desde su aparición, significó una importante innovación es difundir información. Su carácter distintivo residía en su individualismo, su orientación realista, su utilidad, su secularidad y su adaptabilidad a las necesidades de una nueva clase social: las capas comerciales, industriales y financieras urbanas y los profesionales.³¹

- Radio. puede estar allí donde se produce un suceso y transmitir la noticia instantáneamente. No está sujeta a un proceso complicado de impresión, confección y distribución -como en el caso del periódico-, o de edición y difusión, Fácil acceso al público. El proceso de distribución de mensajes en la radio no presenta las complicaciones de otros medios. Las ondas radiofónicas no tienen fronteras dentro del alcance que abarcan. A través de las ondas se llega a las grandes ciudades y a los pequeños pueblos.³²

- La televisión, técnicamente, aparece como un medio de transmisión casi instantáneo de una sucesión de 25 imágenes por segundo que forman un movimiento regular. El tubo de rayos catódicos, pieza fundamental, permite la traducción a imagen de la señal previamente codificada. Tiene carácter de medio unidireccional y el poder de concentrar personas en torno a los aparatos receptores. Debido a su poder de

³⁰MUÑOZ CARVALA, José Luis. La Max media y su influencia en la sociedad. <https://www.eumed.net/rev/cccss/22/prensa-tv-radio-cine.html>

³¹Club Ensayos. La prensa <https://www.clubensayos.com/Espa%C3%B1ol/La-Prensa/2310187.html>

³²Op. Cit.

difusión, y a su enorme penetración social, existe gran interés por su control, por parte de los Estados y de los grupos de poder. Por otro lado, la expansión hasta convertirse en un medio masivo ha hecho que la televisión incremente su función publicitaria y económica, siendo cada vez más dirigida y organizada la oferta de emisiones para satisfacer las demandas de los anunciantes. Los valores sociales y culturales, junto con los políticos y económicos se convierten en las dimensiones más importantes generadas por la televisión; ésta se convierte en una institución de comunicación que constituye una sólida entidad organizada, con reglas propias de producción y distribución.³³

- Publicidad directa. Es el método con mayor utilización en el marketing y su objetivo es lanzar por medio de mensajes lo que se quiere o desea a un público masivo, para luego medir los impactos en el público objetivo, es muy efectiva a corto plazo y llega de manera directa al consumidor que necesita los productos o servicios ofrecidos.³⁴
- Medios impresos. Es una forma de comunicación escrita que se produce de forma mecánica o electrónica mediante impresión, fotocopia o métodos digitales su distribución se puede realizar a través de publicaciones, revistas y periódicos. Su uso es difundir información sobre posibles eventos y noticias además de generar entretenimiento a los lectores.³⁵

2.9.5 Selección de medios. Se tiene en cuenta los hábitos de consumo de publicidad de la población que se quiere impactar en la ciudad de Bucaramanga como redes sociales, volantes, pautas publicitarias.

³³Ibid

³⁴CIBERCLICK. Marketing directo. <https://www.cyberclick.es/marketing/marketing-directo>

³⁵LIFEDER. Medios impresos <https://www.lifeder.com/medios-impresos/>

2.9.6 Estrategias publicitarias. Para el lanzamiento y la operación de TANGLED se crearon las siguientes pautas publicitarias

Para llevar a cabo el lanzamiento se tendrán impresos volantes, tarjetas de presentación con toda la información necesaria de lo que es TANGLED. Se pagará pauta publicitaria con emisora Olímpica Stereo, la voz a voz será otra forma de publicidad para llegar a diferentes lugares donde se desee llegar.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Con la selección de medios y la estrategia publicitaria, se tiene el siguiente presupuesto.

2.9.7.1 De lanzamiento. Dentro del presupuesto se encuentran los gastos que se tienen que hacer para poder llevar a cabo la promoción y publicidad contemplando cada uno de los gastos e inversiones hechos para el producto con el fin de lograr buen funcionamiento y se incremente el nivel de ventas durante los primeros 2 meses.

Cuadro 23. . Presupuesto de publicidad de lanzamiento

PUBLICIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Volantes, Tarjetas presentación.	4500	\$ 120	\$ 540.000
Pauta publicitaria.	15	\$ 100.000	\$ 1.500.000
Redes sociales.	1	\$ 25.000	\$ 25.000
TOTAL		\$ 275.120	\$ 2.215.000

Fuente: Tarifas emisora, volantes publicitarios, tarifas vanguardia liberal.

2.9.7.2 De operación. La publicidad por utilizar será para el mantenimiento u operaciones que se realizarán durante un año por redes sociales el cual filtra información y llega a las personas con las características concretas.

Cuadro 24. Presupuesto de operación

PUBLICIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. MES	V. ANUAL
Pauta publicitaria	1	\$100.000	\$100.000	\$1.200.000
Volantes	800	\$25,000	\$20.000	\$ 240.000
Tarjetas de presentación	500	\$25,000	\$12.500	\$150.000
Redes sociales "Facebook,Instagram,Tik Tok entre otras	1	\$25.000	\$25.000	\$300.000
TOTAL			\$157.500	\$1.890.000

Fuente: Tarifas emisora, volantes publicitarios, tarifas vanguardia liberal

En el cuadro anterior se observa los gastos anuales de operación que permitirán llevar a cabo las diversas actividades y operaciones diarias con el fin de alcanzar los propósitos de la empresa.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El presente análisis se basa en la información necesaria para determinar la capacidad de comercialización instalada y el tamaño del proyecto, la localización (macro y micro), ingeniería del proyecto, recursos (mano de obra, maquinaria y equipo, insumos) y los elementos que hacen parte de la elaboración

3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Las actividades que ofrecerá este proyecto y las condiciones en la que se constituirá la misma se define con alta viabilidad ya que tendrá como actividad principal la comercialización de servicios estéticos para mascotas.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto será expresado en números de servicios por año, teniendo presente como principales el corte, baño y masaje de la mascota.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Los factores influyentes para la determinación del tamaño de la empresa son; la capacidad financiera, dimensiones del mercado, disponibilidad de insumos, la tecnología, la demanda, la localización, capacidad administrativa, impacto ambiental, recursos humanos.

3.1.2.1 Tamaño del proyecto y la demanda. Se describe en cantidades de servicios ofrecidos, teniendo en cuenta los datos suministrados en la investigación de mercados.

3.1.2.2 Tamaño del proyecto y los suministros e insumos. Los insumos utilizados en la prestación de cada uno de los servicios para la estética .de mascotas son de origen local lo que permite a TANGLED ser competitivos frente al mercado.

3.1.2.3 Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.La maquinaria y equipos son marca estándar para el tipo de productos a producir por lo que no condicionan el proyecto.

3.1.2.4 Tamaño del proyecto y la localización. El proyecto está diseñado para ubicarse en la ciudad de Bucaramanga por lo que es una condición al encontrarse empresas del mismo sector lo que puede ser una limitación mientras esta logra consolidarse en el área.

3.1.2.5 Tamaño del proyecto y el financiamiento.Los costos de los servicios, se calculará de acuerdo con los insumos requeridos. La suma de dinero se obtendrá de inversión propia y préstamo en entidad bancaria por lo tanto se considera que la financiación tampoco condiciona el proyecto.

3.1.3 Capacidad del proyecto.

Para este proyecto se analiza una propuesta metodológica para hacer una determinación del tamaño mínimo económico. Igualmente se considerará óptimo al lograr operar con los menores costos o una máxima rentabilidad económica.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. La capacidad de este proyecto está enfocada en suplir la necesidad demandada teniendo en cuenta los factores que pueden afectar el proceso de eficiencia. Se realizará en jornada diurna, 8 horas al día, 6 días de la semana, contando con 2 personas que estarán a cargo de realizar el proceso de cada uno de los servicios ofrecidos en la estética.

Para el diseño de esta capacidad se parte del tiempo disponible para la prestación de servicio y según la demanda para la estética, contando con 2 personas que se encontrarán disponibles para realizar cada una de las actividades, estas se encargarán de realizar el corte, y baño lo que conlleva para llegar a la parte final del servicio y poder entregar a cada una de estas mascotas a sus dueños, en turnos de 8 horas diarias cada uno X 6 días a la semana con un horario estimado de atención al público:

❖ **Lunes a sábado**

8 am a 6 pm

El servicio completo que ofrece TANGLED incluye baño (limpieza y desinfección), corte y acicalamiento (spa, masaje de mascota) con una duración de 2 horas por lo tanto, al contar con 2 personas en la estética se podrán realizar 4 servicios en una jornada laboral de 8 horas por operario de acuerdo a los horarios donde el flujo de servicios sea más alto y el cual se determinara cuando el proyecto se encuentre en funcionamiento; igualmente este tipo de servicio completo se puede tomar de manera individual o separado en donde solo se le realice baño o corte, este mismo tiene una duración de 1 hora, ahora bien, para un turno laboral de este se podrán realizar 8 servicios de baño y corte por operario por lo tanto teniendo 2 operarios encargados de realizar este tipo de actividades. Se procede a realizar con estos datos la capacidad total diseñada.

Cuadro 25. Capacidad total diseñada

SERVICIO	TIEMPO/ horas	SERVICIO/OPERARIO	TOTAL
Completo	2 horas	4 servicios X operario	8servicios/ 2 operarios
Corte	1 hora	8 servicios X operario	16servicios/ 2 operarios
Baño	1 hora	8 servicios X operario	16servicios/ 2 operarios

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, se establece los siguientes datos para;

- 40 servicios divididas en 2 operarios equivale a 20 servicios por operario
- 20 servicios /8 horas de turno = 2,5 sin embargo llevado a la práctica esto corresponde a 1 servicios estimados por hora teniendo en cuenta que esto dependerá del servicio adquirido por el cliente.

Entonces;

- 8 horas diarias (cada operario) X 2 Operarios= 16 horas al día (equivale a 1 turno Hecho por 2 operarios en un día).
- 16 horas día X 6 días laborales= 96 horas a la semana (equivale al número de

Horas trabajadas por los 2 operarios durante 6 días)

- 96 horas X 1 servicios/hora= 96 servicios semanal (equivale a la prestación de servicios hecha durante las 96 horas/semana por los 2 operarios).
- 96 servicios semanal X 50 semanas al año (no se cuentan días festivos) = 4800 servicios al año. (equivale a los servicios al año teniendo en cuenta cada una de las variables anteriores)

3.1.3.2 Capacidad instalada. El proyecto está enfocado a estar a disposición de turno de 8 horas, 6 días a la semana tiempo neto disponible que se tiene para realizar las actividades de la estética, cada persona operario tiene un descanso de 30 minutos que corresponde a su tiempo de break, así como los tiempos de aseo, mantenimiento de equipos y posibles imprevistos lo que significa que en el día es 1 hora de trabajo menos para la realización de las actividades predispuestas.

Cuadro 26. Duración jornada laboral

DESCRIPCIÓN	TIEMPO/ H, M
JORNADA DE TRABAJO	480
Descanso	30
Aseo	10
Mantenimiento	10
Imprevistos	10
TIEMPO DE PRODUCCIÓN REAL	420

Fuente: Elaboración propia

*El descanso corresponde a solo eso ya que solo se trabaja 7 horas

- Entonces;
- 8 horas al día – 1 hora de tiempo muerto (60 minutos) = 7 horas
- 7 horas al día X 2 operarios = 14 horas al día (1 turno x operario de 7 horas)
- 14 horas al día X 6 días= 84 horas a la semana.
- 84 horas a la semana X 1 servicio / hora = (84 servicios 2 por cada operario)
- Aproximadamente teniendo en cuenta el tiempo del proceso de producción del cuadro 28) = 168 servicios semanales.

- 168 servicios semanal X 50 semanas al año teniendo en cuenta días festivos = 8400 servicios al año.

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Corresponde al tamaño real del proyecto con el que inicialmente la empresa entrará al mercado y un porcentaje de participación para la demanda insatisfecha.

Se tiene planteado una atención en prestación de servicios referente al 40% en relación a la capacidad instalada 8400 de 3360 servicios/año teniendo en cuenta capacidad utilizada y la demanda efectiva expresada en unidad de servicios, con base a esta información se considera este porcentaje pues aún no se cuenta con la posibilidad de atender los servicios que superen o igualen la demanda al ser una empresa nueva en el mercado de forma que estos datos son lo más cercanos a la realidad del panorama así mismo se prevé un incremento del 5% hasta lograr una capacidad adecuada dentro de los próximos 5 años.

Cuadro 27. Proyección de los servicios a 5 años

CAPACIDAD	%	AÑO	MES
BASE		8400	8400/12
AÑO 1	35%	2.940	245
AÑO 2	40%	3.360	280
AÑO 3	45%	3.780	315
AÑO 4	50%	4.200	350
AÑO 5	55%	4.620	385

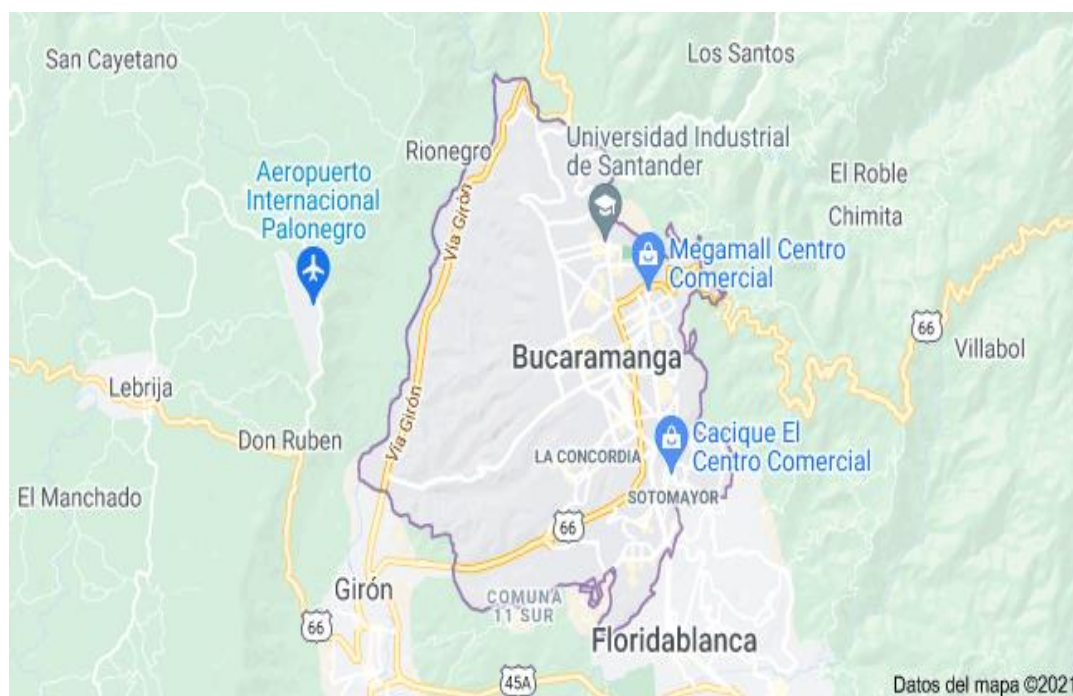
Fuente: Elaboración propia

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. El proyecto se localizará en la ciudad de Bucaramanga con el propósito de minimizar costos para la adquisición de productos debido a que este sector es altamente comercial.

Adicionalmente se cuenta con los recursos requeridos para el funcionamiento del negocio tales como servicios públicos, condiciones ambientales, Medios de transporte, vías comunicación con vías nacionales.

Figura 4. Macro localización del proyecto



Fuente: Google maps. Bucaramanga .Santander

[https://www.google.com/maps/place/Bucaramanga,+Santander/@7.1192047,-](https://www.google.com/maps/place/Bucaramanga,+Santander/@7.1192047,-73.1679976,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e68157af751c0ed:0x75a0e4551148c36c!8m2!3d7.119349!4d-73.1227416?hl=es-419)

[73.1679976,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e68157af751c0ed:0x75a0e4551148c36c!8m2!3d7.119349!4d-73.1227416?hl=es-419](https://www.google.com/maps/place/Bucaramanga,+Santander/@7.1192047,-73.1679976,13z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e68157af751c0ed:0x75a0e4551148c36c!8m2!3d7.119349!4d-73.1227416?hl=es-419)

3.2.2 Micro localización. Teniendo en cuenta el estudio de micro localización tendrán 2 sectores como referencia para la localización del proyecto los cuales serán Mejoras Publicas, Nuevo soto mayor basado en un sistema de puntuación para con los factores más relevantes para implementación y puesta en marcha del proyecto.

Los factores tenidos en cuenta con la correspondiente información se encuentran en el siguiente cuadro.

Cuadro 28. Factores e ponderación

Factor	Descripción	Porcentaje
F1	Costo de arrendamiento local	0%
F2	Costo servicios públicos Local	10%
F3	Infraestructura disponible para la actividad	20%
F4	Vías de acceso Disponibles	5%
F5	Parqueadero para clientes	10%
F6	Sectorización de clientes.	15%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 29. Grado de costos de arrendamiento local

F1: Costo de arrendamiento			
Grado	Definición	Descripción	Puntaje
G1	Muy costoso	Más de 5.000.000	0
G2	Costoso	Entre 3.500.000 y 4.000.000	150
G3	Económico	Menos de 2.500.000	200

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 30. Grado de Costo de servicios públicos del local

F2: Costo de servicios públicos			
Grado	Definición	Descripción	Puntaje
G1	Muy costoso	Más de 1.200.000	0
G2	Costoso	Entre 1.300.000 y 2.000.000	450
G3	Económico	Menos de 900.000	95

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 31. Grado Infraestructura disponible para la actividad

F3: Infraestructura disponible			
Grado	Definición	Descripción	Puntaje
G1	Malo	Área Pequeña	0
G2	Regular	Área Mediana	50
G3	Bueno	Área optima	250

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 32. Grado vías de acceso de acceso disponibles

F4: Disponibilidad vías de acceso			
Grado	Definición	Descripción	Puntaje
G1	Malo	Sin vías de acceso	0
G2	Regular	Pocas vías de acceso	70
G3	Bueno	Es adecuado el número de vías de acceso	200
G4	Muy bueno	Tiene múltiples vías de acceso	150

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 33. Grado parqueadero para clientes

F5: Acceso a parqueaderos			
Grado	Definición	Descripción	Puntaje
G1	Malo	No hay parqueadero disponible	0
G2	Regular	Sitio de parqueo retirado	70
G3	Bueno	Parqueo propio del local	105

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 34. Grado de sectorización de clientes

F6: Ubicación clientes			
Grado	Definición	Descripción	Puntaje
G1	Malo	Muy lejos	0
G2	Regular	lejos	55
G3	Bueno	Cerca	200

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta los datos anteriormente expuestos se realiza un comparativo para determinar la mejor localización para el proyecto.

Cuadro 35. Evaluación del sector para micro localización

Factor	Sector Mejoras Publicas		Sector nuevo Sotomayor	
	Grado	Puntaje	Grado	Puntaje
F1	G3	200	G3	250
F2	G3	95	G2	95
F3	G3	250	G2	50
F4	G4	150	G3	200
F5	G3	105	G1	0
F6	G3	200	G2	55
TOTAL		1.000		1.005

Fuente: Elaboración propia

Debido al estudio se determinó que los dos sectores son relativamente favorables para la ubicación del proyecto sin embargo el tema de disponibilidad de zonas de parqueo e inversión en temas de imagen e infraestructura el sector elegido es Mejoras Publicas

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y

equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias dispositivos de protección ambiental, entre otros.

3.3.1 Ficha técnica del servicio

3.3.1.1 Ficha técnica del baño

Cuadro 36. Ficha técnica del baño

PRODUCTO PRINCIPAL	DETALLE
BAÑO	
ESPECIFICACIONES TECNICAS	Se realiza proceso de higienización de la mascota con el fin de eliminar la suciedad y otros factores que pueden ser gestoras de enfermedades en la mascota como retiro o extracción de pulgas, garrapatas
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Agua, jabón antipulgas, peine y cepillo especial para su pelo, cepillos de dientes, loción refrescante.
VIDA UTIL	La vida útil de un baño es de 1 mes aproximadamente, pero depende de las actividades diarias que ejecute la mascota.

3.3.1.2 Ficha técnica de corte

Cuadro 37. Ficha técnica de corte

PRODUCTO PRINCIPAL	INFORMACIÓN
CORTE	
ESPECIFICACIONES TECNICAS	Se realiza acorde al pelo de la mascota y raza del mismo, teniendo en cuenta las diferentes técnicas y personalizadas con el fin de satisfacer a los peluditos y papás de mascotas.
MATERIA PRIMA E INSUMOS	Tijeras, máquina de corte, peinilla, acondicionadores
MANEJO DE DESECHOS	Separar correctamente los residuos. - Presentar por separado o en recipientes especiales los residuos susceptibles de distintos aprovechamientos o que sean objeto de recogidas específicas. - Depositar los residuos en los contenedores determinados para ello. - Seguir las pautas establecidas en el caso de residuos objeto de servicios de recogida especial.
VIDA UTIL	De acuerdo con la mascota aproximadamente 1 mes

3.3.2 Descripción técnica del proceso.

TANGLED estética para mascotas prestará el servicio de atención para todo tipo de animalitos exclusivo, al tener gran disposición en venta directa se da un trato adecuado a la cadena de abastecimiento es decir se tendrá previa disposición de insumos y el adecuado acondicionamiento de los procesos con el fin de garantizar un compromiso con los propósitos institucionales es satisfacer las necesidades de los consumidores del mercado objetivo.

3.3.2.1 Descripción técnica del proceso de elaboración del producto. En este proceso se quiere descomponer el proceso de las diferentes actividades o tareas que la componen.

- **Cepillado**

Se debe desenredar el pelaje del perro antes de proceder al baño para así evitar nudos y promover una mejor limpieza.

- **Baño**

Es importante utilizar productos cosméticos adecuados para cada tipo de pelo y piel de la mascota como: champú con aloe vera, champú para pieles delicadas o un jabón o champú antiparasitario. Si es necesario, se aplicará un acondicionador o mascarilla para desenredar o dar volumen al pelo. Por último, se retira el champú con abundante agua.

- **Vaciado de glándulas perianales**

Se recomienda vaciar las glándulas perianales si están demasiado llenas de secreciones, así se evita la acumulación o exceso de líquido.

- **Secado y cepillado**

Después del baño se debe secar el pelo con todos los cuidados que requiere la mascota.

- **Limpieza de oídos**

Se debe asegurar de impedir el ingreso de agua en los oídos de la mascota ya que podría causarle infecciones. Al mismo tiempo que se limpian las orejas, se aprovecha para eliminar el exceso de pelo en el canal auditivo

- **Limpieza de genitales:**

La zona de los genitales se rasura dado que es una de las partes del cuerpo que más

se ensucian.

- **Corte de uñas:**

Esto no es solo cuestión de estética, sino también de salud. Las uñas pueden romperse o sangrar y empeorar la apariencia de su mascota. Debe hacerse al menos una vez cada dos o tres semanas.

- **Limpieza de ojos:**

Se comienza limpiando lagañas y cualquier tipo de suciedad en los ojos y después se elimina el pelo sobrante en la zona.

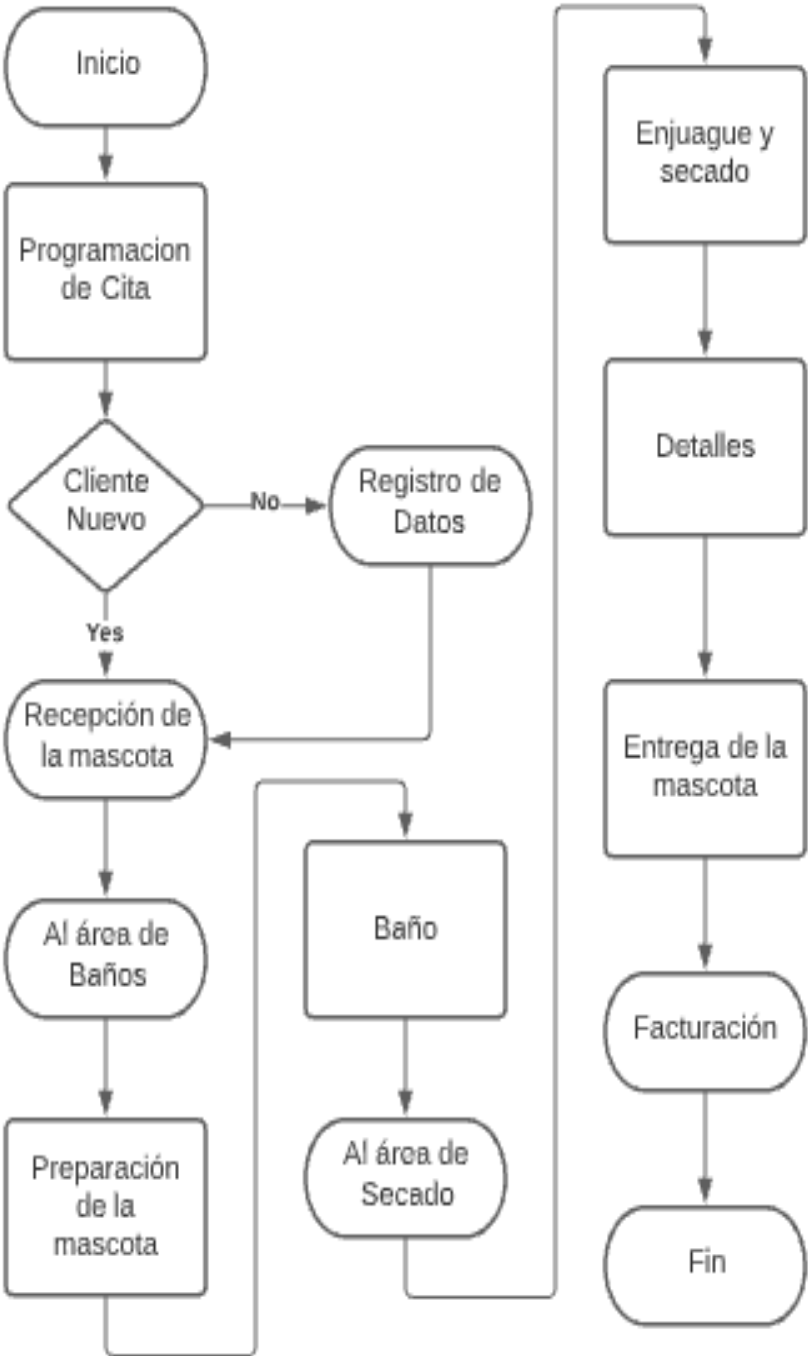
- **Corte de pelo**

El corte es el último paso que se aplican en el perrito y es específico para cada raza si se requiere.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento. En este proceso se utiliza el diagrama de flujo para representar la secuencia e interacción de las actividades del proceso a través de símbolos gráficos con el fin de proporcionar una mejor visualización del funcionamiento de los procesos llevados a cabo por el establecimiento para ayudar a su entendimiento y descripción del proceso más visual.

3.3.3.1 Diagrama proceso productivo para el servicio de baño. El proceso comprende el baño realizado a la mascota se realiza de forma manual, mediante una manguera y una tina se procede a bañar el animal, luego la aplicación de productos como el shampoo que de acuerdo con la piel y a la raza se tendrá un total cuidado en su aplicación. Al final del baño, se procede con el secado, mediante un secador y una tela con la finalidad de eliminar el agua y evitar malos olores en el animal una vez culmine su proceso de baño.

Figura 5. Diagrama de flujo servicio de baño



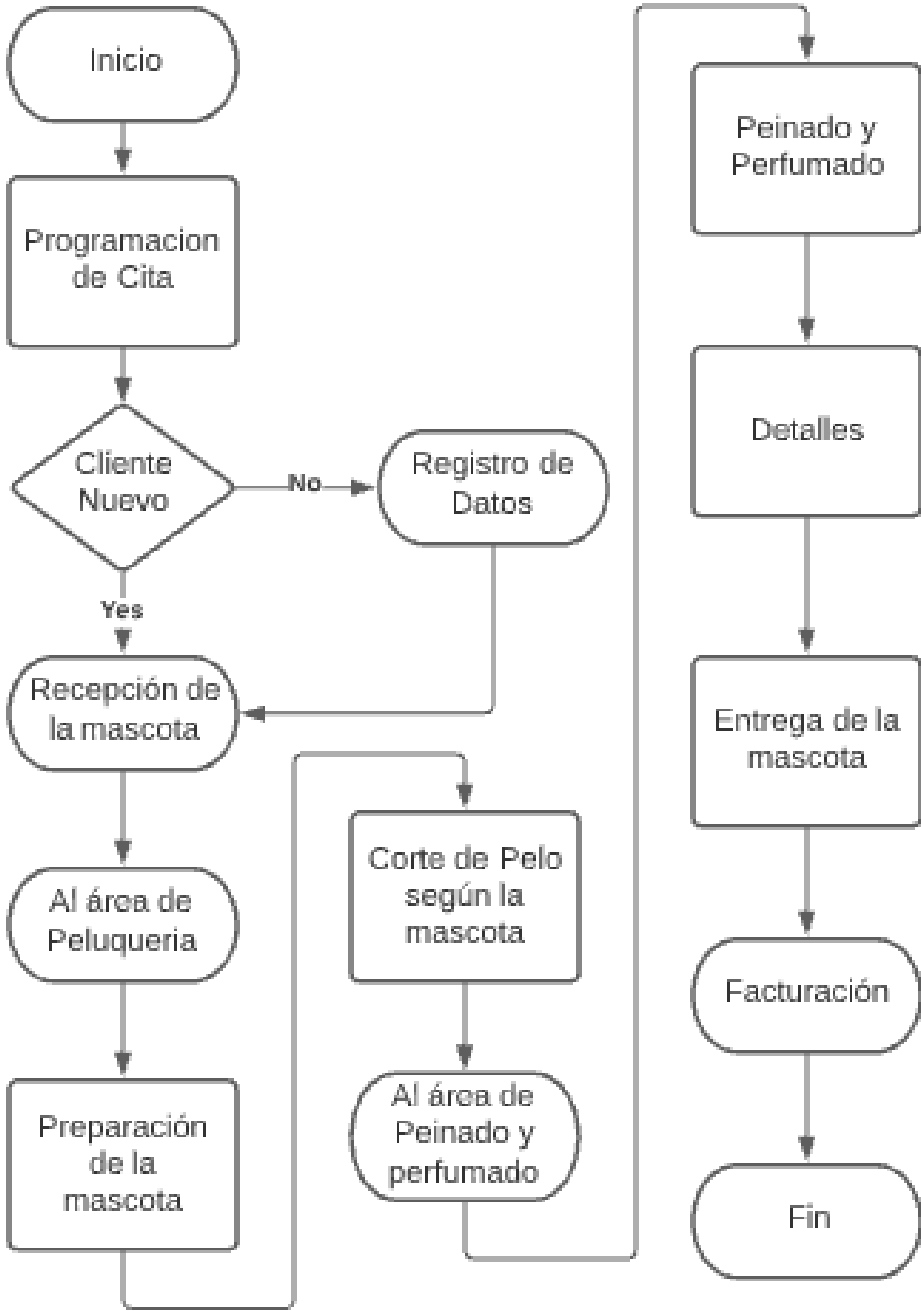
Fuente: Elaboración propia

Cuadro 38. . Proceso servicio de baño

CONCEPTO	TIEMPO (MIN)	EQUIPO	DESCRIPCIÓN
Programación de Cita	5	Computador	El cliente programa la cita mediante la página web y el recepcionista se encarga de dar la cita
Registro de Datos	7	Computador	Si es cliente por primera vez, se registran los datos del cliente y de su mascota
Recepción de la Mascota	5	Manual	Se recibe la mascota en el punto de atención
Desplazamiento al área de baño	5	Manual	La mascota es llevada al área de Baño
Preparación de la mascota	8	Manual	Se prepara la mascota de acuerdo con la raza y el tipo de pelo
Baño	15	Manual	Aplicación del baño
Desplazamiento al área de secado	2	Manual	La mascota es llevada al área de secado
Enjuague y secado	25	Manual	Se enjuaga y seca la mascota
Detalles	3	Manual	Colocación de detalles
Entrega de la mascota	2	Manual	La mascota es llevada a la recepción en espera de su amo.
Facturación	5	Manual	El cliente antes de llevarse a su mascota realiza el respectivo pago con entrega de la factura.
Total, de tiempo	82	Minutos	

Fuente: Elaboración propia

Figura 6- Diagrama de flujo servicio de peluquería



Fuente. Autores del proyecto

Cuadro 39. Proceso servicio Peluquería

Actividad	Tiempo (min)	Equipo	Descripción
Programación de Cita	3	Computador	El cliente programa la cita mediante la página web y el recepcionista se encarga de dar la cita
Registro de Datos	5	Computador	Si es cliente por primera vez, se registran los datos del cliente y de su mascota
Recepción de la Mascota	10	Manual	Se recibe la mascota en el locativo
Desplazamiento al área de corte de pelo	5	Manual	La mascota es llevada al área de corte de pelo
Preparación de la mascota	5	Manual	Se prepara la mascota de acuerdo con la raza y el tipo de pelo
Corte de Pelo según la mascota	30	Manual	Aplicación del corte de pelo
Desplazamiento al área de peinado y perfumado	4	Manual	La mascota es llevada al área de peinado y perfumado
Peinado y perfumado	12	Manual	Se peina y perfuma la mascota
Detalles	5	Manual	Colocación de detalles
Entrega de la mascota	4	Manual	La mascota es llevada a la recepción en espera de su amo.
Facturación	5	Manual	El cliente antes de llevarse a su mascota realiza el respectivo pago con entrega de la factura.
Total, de tiempo	88	Minutos	

Fuente. Autores del proyecto

3.3.4 Control de calidad. El control de calidad para TANGLED de acuerdo con el tipo de proceso y en cadena a los suministros que se manejan y por supuesto a la atención directa al cliente por lo que mantener estándares de calidad es una de las mejores herramientas e indicadores de satisfacción que se le puede dar a los consumidores de acuerdo a principios comunes.

Después de la prestación del servicio comprobar el nivel de satisfacción del cliente y/o gestionar sus quejas o insatisfacciones.

Adoptar una filosofía de empresa que se encuentra enfocada a la calidad de los servicios ofrecidos. Igualmente, para ofrecer un servicio se debe tener en cuenta un estricto control de calidad que consiste en cumplir ciertas regulaciones:

- **BPM- MANTENIMIENTO**

Para realizar ciertas actividades dentro de la estética que generan valor se dispone de herramientas de aseo para las mascotas tales como, bañeras, cortaúñas, peinillas, cepillos, toallas, cuchillos, máquinas de corte, cuchillas; que requieren de una limpieza y esterilización para poder volver a usarse en un siguiente servicio y otras posiblemente deban desecharse inmediatamente. Este proceso de higienización busca eliminar en un 99 % de objetos visibles o patógenos presentes.

- **Puntos críticos en el área.**

Sitio clave de contaminación. Es la zona donde se llevará a cabo o se prestará el servicio como baño, corte, limpieza de la mascota, por lo tanto, se deberá realizar la desinfección del lugar que tomará alrededor de 3 a 5 minutos y al finalizar la jornada, una esterilización completa de toda la zona de trabajo garantizando una máxima limpieza removiendo cualquier patógeno que pueda ocasionar una contaminación masiva de los lugares y de las mascotas.

Es importante recalcar la importancia de la salud del trabajador por lo que en cada servicio debe usar de carácter obligatorio el uso de las EPP (elementos de protección

personal) como guantes, gorro, gafas, mascarillas y botas.

BPM RESIDUOS

Los residuos que resulten de las diferentes actividades realizadas en la estética deben tener un trato acorde al tipo de residuo, por lo que debe estar plenamente identificado para poder realizar la separación del mismo y marcados como residuos orgánicos, residuos peligrosos y su vertimiento teniendo en cuenta el proceso productivo que implica el uso de químicos para el lavado y esterilización de la zona por esta razón se debe contar con un sistema sanitario adecuado para la recolección, tratamiento y la disposición final y debe estar avalado por el INVIMA o la secretaria del medio ambiente, adicionalmente la empresa debe contar con un permiso para vertimientos por parte de EMPAS³⁶ para descargar en las fuentes superficiales de aguas, en los sistemas de alcantarillado público o en el suelo asociado.

3.3.5 Recursos. Son la parte fundamental de la compañía y la cual permite su funcionamiento de forma óptima y eficaz.

3.3.5.1 Recurso humano. Se contempla para el funcionamiento de la empresa el siguiente recurso humano correspondiente al área administrativa y de operación.

Cuadro 40. Recurso humano

ÍTEM	CANTIDAD
Peluquero	1
Auxiliar de peluquería	1

³⁶EMPAS. Servicio de recepción de vertimientos de residuos especiales. https://www.empas.gov.co/?page_id=1861

Administrador	1
Asesor de ventas	1
Domiciliario	1
C. Ext (contador)	1
TOTAL	6

Fuente: Elaboración propia

3.3.5.2 Recurso físico. Los elementos que se utilizarán para facilitar el trabajo y cumplir con el logro de los objetivos de la empresa.

Son parte fundamental del proceso tanto administrativo como de producción debido que permiten cumplir con los objetivos propuesto y por los cuales se debe tener en cuenta en primera instancia por lo cual se considera tener un stock mínimo.





- **Requerimiento de oficina.**

La oficina administrativa debe estar acondicionada para funcionar dentro de un establecimiento de alimentos por lo que las paredes deben ser de pintura lavable en lo posible blancas para tema de asepsia y las ventanas deberán ser de vidrio en marco metálico para evitar la proliferación de bacterias.

Cuadro 41. Muebles y enseres

MUEBLES/ENSERES	ESPECIFICACIONES										
 <p>Fuente. alkomprar³⁷</p>	<p>Escritorio INVAL 4603 Tabaco ★★★★★ (53)</p> <p>Especificaciones</p> <table border="1"> <tr> <td>Acabado del Mueble</td> <td>Recubierto de Melamina</td> </tr> <tr> <td>Ancho o Frente del Mueble</td> <td>120 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Alto del Mueble</td> <td>75 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Fondo del Mueble</td> <td>50 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Requiere Armado</td> <td>Si requiere Armado</td> </tr> </table>	Acabado del Mueble	Recubierto de Melamina	Ancho o Frente del Mueble	120 Centímetros	Alto del Mueble	75 Centímetros	Fondo del Mueble	50 Centímetros	Requiere Armado	Si requiere Armado
Acabado del Mueble	Recubierto de Melamina										
Ancho o Frente del Mueble	120 Centímetros										
Alto del Mueble	75 Centímetros										
Fondo del Mueble	50 Centímetros										
Requiere Armado	Si requiere Armado										




³⁷ ALKOMPRAR. Escritorios. <https://www.alkomprar.com/search/?text=escritorios>

 <p>Fuente.alkomprar³⁸</p>	<p>Silla de Oficina TUKASA Montecarlo Blanca</p> <p>★★★★★ (80)</p> <p>Especificaciones</p> <table border="1"> <tr> <td>Altura Maxima de la Silla (Expandido)</td> <td>94 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Altura Piso a Base Expandido</td> <td>55 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Peso Maximo Soportado</td> <td>80 Kilogramos</td> </tr> <tr> <td>Tipo de Silla</td> <td>Oficina</td> </tr> <tr> <td>Requiere Armado</td> <td>Si requiere Armado</td> </tr> </table>	Altura Maxima de la Silla (Expandido)	94 Centímetros	Altura Piso a Base Expandido	55 Centímetros	Peso Maximo Soportado	80 Kilogramos	Tipo de Silla	Oficina	Requiere Armado	Si requiere Armado
Altura Maxima de la Silla (Expandido)	94 Centímetros										
Altura Piso a Base Expandido	55 Centímetros										
Peso Maximo Soportado	80 Kilogramos										
Tipo de Silla	Oficina										
Requiere Armado	Si requiere Armado										
 <p>Fuente. alkomprar³⁹</p>	<p>Biblioteca PRACTIMAC Oslo 59,9 Cm Wengue</p> <p>★★★★★ (73)</p> <p>Especificaciones</p> <table border="1"> <tr> <td>Acabado del Mueble</td> <td>Mate</td> </tr> <tr> <td>Ancho o Frente del Mueble</td> <td>59.9 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Alto del Mueble</td> <td>151.8 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Fondo del Mueble</td> <td>26.8 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Requiere Armado</td> <td>Si requiere Armado</td> </tr> </table>	Acabado del Mueble	Mate	Ancho o Frente del Mueble	59.9 Centímetros	Alto del Mueble	151.8 Centímetros	Fondo del Mueble	26.8 Centímetros	Requiere Armado	Si requiere Armado
Acabado del Mueble	Mate										
Ancho o Frente del Mueble	59.9 Centímetros										
Alto del Mueble	151.8 Centímetros										
Fondo del Mueble	26.8 Centímetros										
Requiere Armado	Si requiere Armado										
 <p>Fuente. alkomprar⁴⁰</p>	<p>Silla RIMAX Shia con brazos Mocca</p> <p>★★★★☆ (3)</p> <p>Especificaciones</p> <table border="1"> <tr> <td>Altura Maxima de la Silla (Expandido)</td> <td>83 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Altura Piso a Base Expandido</td> <td>37 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Peso Maximo Soportado</td> <td>115 Centímetros</td> </tr> <tr> <td>Tipo de Silla</td> <td>Exterior</td> </tr> <tr> <td>Requiere Armado</td> <td>No requiere Armado (Viene Ya Armado)</td> </tr> </table>	Altura Maxima de la Silla (Expandido)	83 Centímetros	Altura Piso a Base Expandido	37 Centímetros	Peso Maximo Soportado	115 Centímetros	Tipo de Silla	Exterior	Requiere Armado	No requiere Armado (Viene Ya Armado)
Altura Maxima de la Silla (Expandido)	83 Centímetros										
Altura Piso a Base Expandido	37 Centímetros										
Peso Maximo Soportado	115 Centímetros										
Tipo de Silla	Exterior										
Requiere Armado	No requiere Armado (Viene Ya Armado)										
	<p>incluye juego de llaves.</p> <p>Medidas 33 cm Alto x 27 cm Ancho x 12 cm Fondo.</p>										

³⁸ ALKOMPRAR. Silla oficina tukasa. <https://www.alkomprar.com/silla-oficina-tukasa-montecarlo-blanca/p/7705946585675>

³⁹ ALKOMPRAR. Biblioteca practimar. <https://www.alkomprar.com/biblioteca-practimac-oslo-599-cm-wengue/p/7707070839846>

⁴⁰ ALKOMPRAR . Silla rimax shia. <https://www.alkomprar.com/silla-rimax-shia-con-brazos-mocca/p/7705152094022>

Fuente. Mercado libre ⁴¹																									
 <p>Fuente. Mercado libre⁴²</p>	<p>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</p> <p>CONSTRUCCIÓN FÍSICA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dimensiones 410mm x 420mm x 100mm -Fabricación Rollo de acero electrogalvanizado conformado en frio. -Terminados Pintura en polvo de textura hibrida. -Color Negro -Rodachines Poliuretano sobre bandeja metálica 																								
 <p>Fuente. Mercado libre.⁴³</p>	<table border="1"> <tr> <td>Marca</td> <td>DISEÑOS Y OFICINAS</td> </tr> <tr> <td>Modelo</td> <td>RECEPCION CURVA</td> </tr> <tr> <td>Material del escritorio</td> <td>MADECOR</td> </tr> <tr> <td>Largo</td> <td>150 cm</td> </tr> <tr> <td>Altura x Ancho x Profundidad</td> <td>93 cm x 55 cm x 60 cm</td> </tr> </table>	Marca	DISEÑOS Y OFICINAS	Modelo	RECEPCION CURVA	Material del escritorio	MADECOR	Largo	150 cm	Altura x Ancho x Profundidad	93 cm x 55 cm x 60 cm														
Marca	DISEÑOS Y OFICINAS																								
Modelo	RECEPCION CURVA																								
Material del escritorio	MADECOR																								
Largo	150 cm																								
Altura x Ancho x Profundidad	93 cm x 55 cm x 60 cm																								
 <p>Fuente. Homecenter ⁴⁴</p>	<table border="1"> <tr> <td>Medidas</td> <td>176x150x60 cm</td> </tr> <tr> <td>Ancho</td> <td>150 cm</td> </tr> <tr> <td>Alto</td> <td>176 cm</td> </tr> <tr> <td>Fondo</td> <td>60 cm</td> </tr> <tr> <td>Resistencia</td> <td>1800 kg</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>Gris</td> </tr> <tr> <td>Material</td> <td>Metal</td> </tr> <tr> <td>Número de repisas</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Origen</td> <td>Importado</td> </tr> <tr> <td>Garantía</td> <td>6 meses</td> </tr> <tr> <td>Tipo</td> <td>Estanterías metálicas</td> </tr> <tr> <td>Recomendaciones</td> <td>Seguir las instrucciones de uso y limpieza. No exceder el peso máximo permitido.</td> </tr> </table>	Medidas	176x150x60 cm	Ancho	150 cm	Alto	176 cm	Fondo	60 cm	Resistencia	1800 kg	Color	Gris	Material	Metal	Número de repisas	4	Origen	Importado	Garantía	6 meses	Tipo	Estanterías metálicas	Recomendaciones	Seguir las instrucciones de uso y limpieza. No exceder el peso máximo permitido.
Medidas	176x150x60 cm																								
Ancho	150 cm																								
Alto	176 cm																								
Fondo	60 cm																								
Resistencia	1800 kg																								
Color	Gris																								
Material	Metal																								
Número de repisas	4																								
Origen	Importado																								
Garantía	6 meses																								
Tipo	Estanterías metálicas																								
Recomendaciones	Seguir las instrucciones de uso y limpieza. No exceder el peso máximo permitido.																								

Fuente. Investigación propia

- **Equipos de cómputo.** Se manejará equipos de cómputo para lograr desempeñar

⁴¹MERCADO LIBRE. Botiquin grande metalico. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-571772562-botiquin-grande-metalico-dotacion-_JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=e7406b1d-acc4-479a-83fd-31dba0b2c189

⁴²MERCADO LIBRE. Cajon monedero. <https://acortar.link/seaB3q>

⁴³ MERCADO LIBRE. Silla para oficina y puesto de trabajo. <https://acortar.link/yE6SG1>

⁴⁴HOMECENTER.Estanteria de metal. Madera tornillos <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/492529/estanteria-metal-madera-tornillos-176x150x60-cm-4-niveles/492529/>

cada una de las actividades relacionadas con la información directa de la empresa.

Cuadro 42. Equipos de cómputo

EQUIPOS COMPUTO	ESPECIFICACIONES										
 <p data-bbox="324 699 565 730">Fuente. alkomprar⁴⁵</p>	<p data-bbox="704 489 1235 552">Computador Portatil HP 14" Pulgadas 14-cf2082la Intel Pentium Gold- RAM 4 GB- Disco Estado Solido 256GB- Negro</p> <p data-bbox="704 567 797 583">★★★★★ (6)</p> <p data-bbox="721 604 854 623">Especificaciones</p> <table border="1" data-bbox="704 632 1256 730"> <tr> <td>Memoria RAM del Computador</td> <td>4 GB</td> </tr> <tr> <td>Capacidad del Disco Estado Solido</td> <td>256 GB</td> </tr> <tr> <td>Tipo de Procesador del Computador</td> <td>Intel Pentium</td> </tr> </table>	Memoria RAM del Computador	4 GB	Capacidad del Disco Estado Solido	256 GB	Tipo de Procesador del Computador	Intel Pentium				
Memoria RAM del Computador	4 GB										
Capacidad del Disco Estado Solido	256 GB										
Tipo de Procesador del Computador	Intel Pentium										
 <p data-bbox="324 1045 565 1077">Fuente. alkomprar⁴⁶</p>	<p data-bbox="699 798 1190 821">Teléfono Inalámbrico MOTOROLA M700-2 CA Negro</p> <p data-bbox="699 837 797 854">★★★★☆ (13)</p> <p data-bbox="716 879 846 898">Especificaciones</p> <table border="1" data-bbox="699 909 1240 1031"> <tr> <td>Conexión</td> <td>Inalámbrica</td> </tr> <tr> <td>Cantidad de Auriculares</td> <td>2 Auriculares</td> </tr> <tr> <td>Características Especiales del Telefono Fijo</td> <td>Identificador de Llamadas</td> </tr> </table>	Conexión	Inalámbrica	Cantidad de Auriculares	2 Auriculares	Características Especiales del Telefono Fijo	Identificador de Llamadas				
Conexión	Inalámbrica										
Cantidad de Auriculares	2 Auriculares										
Características Especiales del Telefono Fijo	Identificador de Llamadas										
 <p data-bbox="324 1344 565 1375">Fuente. alkomprar⁴⁷</p>	<p data-bbox="699 1102 1101 1123">Celular SAMSUNG Galaxy A02 64GB Azul</p> <p data-bbox="699 1136 797 1152">★★★★☆ (20)</p> <p data-bbox="716 1169 849 1188">Especificaciones</p> <table border="1" data-bbox="699 1192 1252 1337"> <tr> <td>Memoria Interna del Celular</td> <td>64 GB</td> </tr> <tr> <td>Memoria RAM del Celular</td> <td>3 GB</td> </tr> <tr> <td>Tipo de Camara Posterior</td> <td>Dual</td> </tr> <tr> <td>Capacidad de la Bateria</td> <td>5000 mAh</td> </tr> <tr> <td>Tamaño Pantalla del Computador Tableta Celular</td> <td>6.5 Pulgadas</td> </tr> </table>	Memoria Interna del Celular	64 GB	Memoria RAM del Celular	3 GB	Tipo de Camara Posterior	Dual	Capacidad de la Bateria	5000 mAh	Tamaño Pantalla del Computador Tableta Celular	6.5 Pulgadas
Memoria Interna del Celular	64 GB										
Memoria RAM del Celular	3 GB										
Tipo de Camara Posterior	Dual										
Capacidad de la Bateria	5000 mAh										
Tamaño Pantalla del Computador Tableta Celular	6.5 Pulgadas										

⁴⁵ ALKOMPRAR. Computador portatil hp 14. <https://www.alkomprar.com/computador-portatil-hp-14-pulgadas-hp-240g7-intel-core-i3-4-gb-ram-disco-duro-1tb-negro/p/194850913723>


⁴⁶ ALKOMPRAR. Telefono inalambrico motorola. <https://www.alkomprar.com/telefono-inalambrico-motorola-m700-2-ca-negro/p/183420003445>

⁴⁷ ALKOMPRAR . Celulares telefonos https://www.alkomprar.com/celulares/telefonos-celulares/c/BI_101

 <p>Fuente. Alkomprar⁴⁸</p>	<p>Cámara Fija Exterior e Interior VTA Dia/Noche Rotativa</p> <p>★★★★★ (1)</p> <p>Especificaciones</p> <table border="1"> <tr> <td>Trabaja Con</td> <td>Amazon Alexa, Google Assistan</td> </tr> <tr> <td>Sistema Operativo Compatible</td> <td>Android,iOS</td> </tr> <tr> <td>Aplicacion de Comando de Voz que Soporta</td> <td>Google</td> </tr> <tr> <td>Camara de Seguridad Para Ubicar en</td> <td>Exterior o Interior</td> </tr> </table>	Trabaja Con	Amazon Alexa, Google Assistan	Sistema Operativo Compatible	Android,iOS	Aplicacion de Comando de Voz que Soporta	Google	Camara de Seguridad Para Ubicar en	Exterior o Interior
Trabaja Con	Amazon Alexa, Google Assistan								
Sistema Operativo Compatible	Android,iOS								
Aplicacion de Comando de Voz que Soporta	Google								
Camara de Seguridad Para Ubicar en	Exterior o Interior								

- **Infraestructura física.** Para la prestación de los servicios en la estética TANGLED es necesario acondicionar el establecimiento, contando con todos los servicios como agua, luz, gas para el buen funcionamiento de esta; en donde se ubicará zona de prestación de servicio, zona administrativa y el área de ventas o punto comercial.
- **Zona de prestación de servicio:** Estará ubicada en la misma infraestructura física debe cumplir con los requerimientos de asepsia y antisepsia, desagües y demás materiales para la prestación de un excelente servicio.
- **Maquinaria y equipo.** El abastecimiento de los equipos y la maquinaria para poder cumplir con el buen funcionamiento de la empresa en la prestación del servicio.

Cuadro 43. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA	ESPECIFICACIONES
 <p>Fuente. Mercado libre⁴⁹</p>	<p>Descripción</p> <p>Somos COCCION SOLUCIONES EN ACERO, Bañera construida totalmente en acero inoxidable calibre 18, con parrillas que actúan como sub-fondo para permitir el drenaje del agua sucia, puerta desmontable para facilitar el ingreso de ejemplares de peso considerable, dos argollas para sujetar y parrilla accesoria para ubicar los tarros de shampoo. Base con pines niveladores. Con escalera accesoria para subir a los caninos</p> <p>Medidas:</p> <p>Largo 120 cms Ancho 60 cms Alto 145 cms.</p>

⁴⁸ALKOMPRAR. Camara fija exterior e interior <https://www.alkomprar.com/camara-fija-exterior-interior-vta-dia-noche-rotativa/p/7702271846136>

⁴⁹MERCADO LIBRE. Banera para peluqueria canina en acero inoxidable. <https://acortar.link/jixWVw>

 <p>Fuente. Mercado libre⁵⁰</p>	<p>Peso máximo soportado: 150 kg Con brazo ajustable: Sí</p> <p>Material: Acero Es plegable: No</p> <hr/> <p>Descripción</p> <p>Mesa hidraulica de 110 cm x 60 cm la superficie, baja hasta 65 cm y sube hasta 105 cm elaborada en estructura CR con acabados de pintura electrostatica se realiza en color que desee.</p>
 <p>Fuente. Agrocampo⁵¹</p>	<p>B-Air® Soplador para Perros y Gatos Fido Max Azul</p> <p>Fido Max es un potente secador para mascotas fabricado por B-Air. Es un secador elaborado para conseguir resultado de alto rendimiento. Gracias a su sistema es ideal para retirar el agua y la humedad del pelaje sin usar calor con el fin de cuidar la piel de las mascotas. Cuenta con una potente fuerza de secado y es silencioso para facilitar el proceso del grooming canino o felino. Está fabricado con materiales de alta calidad para asegurar su uso por muchos años. Es un producto seguro y certificado que será ideal para propietarios de salones de belleza para mascotas. Así como también para dueños de mascotas que gusten tener un soplador en casa. El secador para mascotas Fido Max de B-Air seguro será una forma segura y efectiva de cuidar la salud de las mascotas. Puedes encontrarlo disponible en 4 diferentes colores: Azul, verde, fucsia y morado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es un soplador ideal para no afectar la relación entre amo y perro gracias a su sistema de silencio. - Es capaz de repeler y retirar la humedad del pelaje sin el uso de calor para proteger la piel de las mascotas. - Ideal para el uso en salones de belleza para mascotas.
 <p>Fuente. Agrocampo⁵²</p>	<p>Es muy silenciosa y con muy poca vibración, es ideal para perros y gatos miedosos, ya que, al oír la máquina ocultarse, con ella ni la notarán. Cuenta con 2 velocidades, motor continuo de 3000 a 3500 rpm y un peso de 1,2 kg. Tiene dimensiones de: 19,5 x 5 y 3 x 4,85 cm, la longitud de su cable es de 4.2 mt con un colgador. Incluye corte Wahl N° 10 de 1.8 mm, cepillo y aceite para su limpieza. Utiliza cabezales universales (Ibáñez, Wahl, A etc).</p> <p>Su diseño es anatómico para un mejor agarre.</p> <p>Tiene un lindo color morado.</p> <p>Cuenta con peso apropiado.</p>
 <p>Fuente. Mercado libre⁵³</p>	<p>El guacal para mascotas Vari Kennel será el transportador que necesitabas para salir de viaje con tu perro o gato. Está fabricado en resistente plástico de alta calidad y durable. Fue creado pensando en la comodidad de las mascotas, pues cuenta con ventanales y puerta de reja para que entre un buen flujo de aire.</p>

⁵⁰MERCADO LIBRE. Estetica y cuidado. Articulos de peluqueria mesas para peluqueria. <https://acortar.link/BqRfml>

⁵¹ AGROCAMPO. B-Air soplador para perros y gatos. <https://www.agrocampo.com.co/b-air-soplador-para-perros-y-gatos-fido-max-color-azul>

⁵² AGROCAMPO. Esquiladora profesional. <https://www.agrocampo.com.co/esquiladora-profesional-walhr-2-velocidades-km-5>


⁵³AGROCAMPO. Guacal mascotas. <https://www.agrocampo.com.co/guacal-mascotas-vari-kennel-talla-s>

 <p>Fuente. La casa del peluquero⁵⁴</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Caniles de zinc pintado al horno de calibre 20 de alta resistencia. - Sistema modular que permite crear un área de canil que se ajuste a los espacios y necesidades propias de cada clínica o peluquería, combinando caniles grandes, con medianos y pequeños. - Puertas, bandejas y parrillas son desmontables permitiendo fácil limpieza. - Especialmente diseñado para ofrecer seguridad, resistencia y durabilidad. 		
 <p>Fuente. Alkosto⁵⁵</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="609 619 917 892"> <p>Características destacadas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dispositivo de seguridad para el sobrecalentamiento • Válvula de alivio de sobrepresión del agua • Encendido automático • Dispositivo de seguridad termopar, para evitar escapes de gas • Display para visualizar la temperatura de salida del agua </td> <td data-bbox="950 619 1242 703"> <p>Resumen del producto</p> <p>Calentador con frente en vidrio y tubería interna 100% cobre</p> </td> </tr> </table>	<p>Características destacadas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dispositivo de seguridad para el sobrecalentamiento • Válvula de alivio de sobrepresión del agua • Encendido automático • Dispositivo de seguridad termopar, para evitar escapes de gas • Display para visualizar la temperatura de salida del agua 	<p>Resumen del producto</p> <p>Calentador con frente en vidrio y tubería interna 100% cobre</p>
<p>Características destacadas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dispositivo de seguridad para el sobrecalentamiento • Válvula de alivio de sobrepresión del agua • Encendido automático • Dispositivo de seguridad termopar, para evitar escapes de gas • Display para visualizar la temperatura de salida del agua 	<p>Resumen del producto</p> <p>Calentador con frente en vidrio y tubería interna 100% cobre</p>		

Fuente. Investigación propia




3.3.5.3 Herramientas e implementos. Son todos aquellos útiles de trabajo que se le otorgara a cada uno de los trabajadores de la estética TANGLED.

Cuadro 44. Herramientas e implementos

HERRAMIENTAS	ESPECIFICACIONES
 <p>Fuente.</p>	<p>El Set de Guías de marca Oster®, te ofrecerá el mejor corte dependiendo de la opción que gustes, el diseño está totalmente fabricado con los mejores estándares de calidad, este producto funciona para cualquier tipo de máquina de pelo.</p>

⁵⁴ LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Canil modular mediano. <https://www.lacasadelpeluqueroanino.cl/product/canil-modular-mediano>

⁵⁵ ALKOSTO. Calentador de paso challenger. <https://acortar.link/ObanUE>

<p>Agrocampo⁵⁶</p>					
 <p>Fuente. Mercado libre⁵⁷</p>	<table border="1" data-bbox="597 554 1289 642"> <tr> <td>Marca</td> <td>LILYS PET</td> </tr> <tr> <td>Color</td> <td>PÚRPURA</td> </tr> </table> <p>Otras características</p> <p>Largo x Ancho x Altura: 9.6 pulgadas x 4.7 pulgadas x 1.3 pulgadas Peso: 1 lb</p>	Marca	LILYS PET	Color	PÚRPURA
Marca	LILYS PET				
Color	PÚRPURA				
 <p>Fuente. Agrocampo⁵⁸</p>	<p>Cepillo Slicker para Pelo Largo o Medio. Talla L. 19 x 12.1 x a 4,2 cm.</p> <p>El cepillo Slicker peine para perros o gatos de Ferplast es un cepillo especialmente diseñado para pelajes largos y semilargos. Sus cerdas son inclinadas y están fabricadas con acero inoxidable para eliminar y retirar el pelo muerto, haciendo que el resultado final sea una melena más suave y sin enredos. Viene acompañado con un peine para retirar el pelo acumulado en las cerdas del cepillo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disponible en 4 tamaños diferentes. - Ideal para Perros o Gatos. - El resultado despues del cepillado será un pelo suave y bien cuidado. 				
 <p>Fuente. La casa del peluquero canino⁵⁹</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Para perros de cualquier tamaño. - Hojas de acero inoxidable para uso intensivo. - Acción con resorte. - Cuchillas afiladas y tratadas térmicamente para mayor resistencia y corte óptimo. - Mango antideslizante. - Tope de seguridad para prevenir corte excesivo. - Bloqueo de seguridad del mango para almacenamiento seguro. 				

⁵⁶ AGROCAMPO Set de guías 10 piezas. <https://www.agrocampo.com.co/set-de-guias-universal-10-piezas-osterr>

⁵⁷ MERCADO LIBRE. Maquinas peluqueras https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-651915561-lilys-pet-profesional-tijeras-de-aseo-para-mascotas-kitcoate-_JM#position=12&search_layout=stack&type=item&tracking_id=7c5fc294-7953-411b-a272-635f43d2784a

⁵⁸ AGROCAMPO. Cepillos. <https://www.agrocampo.com.co/search/cepillos>

⁵⁹ LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Cortauñas. <https://www.lacasadelpeluqueroanino.cl/collection/corta-unas>

 <p>Fuente. La casa del peluquero canino⁶⁰</p>	<p>Ideal para gatos y perros de cualquier tamaño.</p> <p>Elimina el pelo enredado, apelmazado y suelto, así como la suciedad.</p> <p>Estimula la piel y los folículos pilosos.</p> <p>Perfecta para acabado y proporcionar volumen.</p> <p>Liviana.</p> <p>Dientes gruesos y finos.</p>						
 <p>Fuente. Mercado libre⁶¹</p>	<table border="1"> <tr> <td>Marca</td> <td>Superdent</td> </tr> <tr> <td>Unidades por envase</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Largo</td> <td>15.5 cm</td> </tr> </table>	Marca	Superdent	Unidades por envase	1	Largo	15.5 cm
Marca	Superdent						
Unidades por envase	1						
Largo	15.5 cm						
 <p>Fuente. Mercado libre⁶²</p>	<p>Cortador de uñas para perro mejorado con 2 luces LED: el cortador de eléctrico Casfuy tiene 2 luces LED que te permiten ver la ubicación del rápido y fácilmente. Evita el exceso de molienda, causando menos daño a tus amigos peludos. Las luces LED dobles son un nuevo diseño, las luces LED ofrecen más precisión que otros molinillos LED ordinarios.</p>						
 <p>Fuente. Agrocampo⁶³</p>	<p style="text-align: center;">RASTRILLO CON DIENTES GIRATORIOS 85874799</p>						
 <p>Fuente. La casa</p>	<p>Ideal para perros de tamaño mediano a grande.</p> <p>La singular almohadilla que contiene los dientes evita su caída.</p> <p>Elimina el pelo enredado y suelto, así como la suciedad.</p> <p>Estimula la piel y los folículos pilosos.</p> <p>Ayuda a distribuir los aceites naturales a través del manto de pelo, promoviendo el crecimiento del pelo con un aspecto saludable.</p> <p>La agarradera antideslizante, de agarre fácil, permite un acicalamiento seguro y cómodo.</p>						

⁶⁰ LA CASA DEL PELUQUERO CANINO .Peineta de metal.

<https://www.lacasadelpeluqueroanino.cl/product/peineta-de-metal>

⁶¹ MERCADO LIBRE.Pinza Allis. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-570142871-pinza-allis-155-cms-_JM#searchVariation=77992777074&position=1&search_layout=stack&type=pad&tracking_id=3a278372-7627-4484-85c1-

⁶² MERCADO LIBRE.Limador de uñas electrico. <https://acortar.link/nLyHvo>

⁶³ AGROCAMPO. Rastrillo con dientes giratorios. <https://www.agrocampo.com.co/rastrillo-con-dientes-giratorios-85874799>

del peluquero ⁶⁴																					
 <p>Fuente. Falabella⁶⁵</p>	<table border="1"> <tr><td>Marca</td><td>Mica</td></tr> <tr><td>Modelo</td><td>CITRUS</td></tr> <tr><td>Tipo</td><td>Toallas de mano</td></tr> <tr><td>Dimensiones</td><td>40 x 70 cm</td></tr> <tr><td>Material principal</td><td>Algodón</td></tr> <tr><td>Composición</td><td>100% Algodón</td></tr> <tr><td>Gramaje</td><td>450 g</td></tr> <tr><td>Apto para lavadora</td><td>Sí</td></tr> <tr><td>Hecho en</td><td>Colombia</td></tr> <tr><td>Garantía del proveedor</td><td>6 meses</td></tr> </table>	Marca	Mica	Modelo	CITRUS	Tipo	Toallas de mano	Dimensiones	40 x 70 cm	Material principal	Algodón	Composición	100% Algodón	Gramaje	450 g	Apto para lavadora	Sí	Hecho en	Colombia	Garantía del proveedor	6 meses
Marca	Mica																				
Modelo	CITRUS																				
Tipo	Toallas de mano																				
Dimensiones	40 x 70 cm																				
Material principal	Algodón																				
Composición	100% Algodón																				
Gramaje	450 g																				
Apto para lavadora	Sí																				
Hecho en	Colombia																				
Garantía del proveedor	6 meses																				
 <p>Fuente. Mercado libre⁶⁶</p>	<table border="1"> <tr><td>Marca</td><td>Superdent</td></tr> <tr><td colspan="2">Otras características</td></tr> <tr><td>Material: Acero Quirurgico inoxidable</td><td>Largo: 12.5 cm</td></tr> </table>	Marca	Superdent	Otras características		Material: Acero Quirurgico inoxidable	Largo: 12.5 cm														
Marca	Superdent																				
Otras características																					
Material: Acero Quirurgico inoxidable	Largo: 12.5 cm																				

3.3.5.4 Recurso de insumos. Se requiere para la operación de la estética los insumos correspondientes a los servicios solicitados y ofrecidos a los clientes.

Cuadro 45. Recurso de insumos.

INSUMOS	ESPECIFICACIONES																												
 <p>Fuente. Homecenter ⁶⁷</p>	<table border="1"> <tr><td colspan="2">Ficha técnica</td></tr> <tr><td>Referencia</td><td>414000182</td></tr> <tr><td>Tipo</td><td>Guantes</td></tr> <tr><td>Características</td><td>Antialérgicos, transparente.</td></tr> <tr><td>Medidas</td><td>23x7,4x12cm</td></tr> <tr><td>Alto</td><td>12 cm</td></tr> <tr><td>Largo</td><td>22 cm</td></tr> <tr><td>Ancho</td><td>7,4 cm</td></tr> <tr><td>Contenido</td><td>100 unidades</td></tr> <tr><td>Recomendaciones</td><td>Se recomienda seguir las instrucciones de uso y seguridad dispuestas por el fabricante.</td></tr> <tr><td>Observaciones</td><td>La foto de este producto ha sido ambientada, por lo cual no incluye ningún adorno, ni accesorios, ni piezas adicionales ni ningún otro elemento que lo acompañe.</td></tr> <tr><td>Origen</td><td>Colombia</td></tr> <tr><td>Procedencia</td><td>Nacional</td></tr> <tr><td>Garantía</td><td>12 meses</td></tr> </table>	Ficha técnica		Referencia	414000182	Tipo	Guantes	Características	Antialérgicos, transparente.	Medidas	23x7,4x12cm	Alto	12 cm	Largo	22 cm	Ancho	7,4 cm	Contenido	100 unidades	Recomendaciones	Se recomienda seguir las instrucciones de uso y seguridad dispuestas por el fabricante.	Observaciones	La foto de este producto ha sido ambientada, por lo cual no incluye ningún adorno, ni accesorios, ni piezas adicionales ni ningún otro elemento que lo acompañe.	Origen	Colombia	Procedencia	Nacional	Garantía	12 meses
Ficha técnica																													
Referencia	414000182																												
Tipo	Guantes																												
Características	Antialérgicos, transparente.																												
Medidas	23x7,4x12cm																												
Alto	12 cm																												
Largo	22 cm																												
Ancho	7,4 cm																												
Contenido	100 unidades																												
Recomendaciones	Se recomienda seguir las instrucciones de uso y seguridad dispuestas por el fabricante.																												
Observaciones	La foto de este producto ha sido ambientada, por lo cual no incluye ningún adorno, ni accesorios, ni piezas adicionales ni ningún otro elemento que lo acompañe.																												
Origen	Colombia																												
Procedencia	Nacional																												
Garantía	12 meses																												

⁶⁴ LA CASA DEL PELIQUERO. Cepillo puas largas Large

<https://www.lacasadelpeluquero.com/product/cepillo-puas-largas-large>


⁶⁵ FALABELLA. Toalla de mano. <https://www.falabella.com.co/falabella-co/product/6458802/Toalla-de-Mano-450-g-Citrus-40-x-70-cm/6458802>

⁶⁶ MERCADO LIBRE. Pinza mosquito curva. https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-578347823-pinza-mosquito-curva-125-cms-_JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=97de4f27-79a1-4016-9800-d431a24799cb

⁶⁷ HOMECENTER. Guante de vinilo talla M. <https://acortar.link/XmJOVI>

 <p>Fuente. La casa del peluquero⁶⁸</p>	<p>Increíbles toallas Súper Absorbentes.</p> <p>Elimina las toallas de algodón, que adquieren mal olor con el uso y debes estar lavándolas constantemente.</p> <p>Las toallas súper absorbentes AEOLUS, absorben hasta 12 veces su peso.</p> <p>No se le adhieren los pelos y es muy fácil de lavar.</p> <p>Medidas: 66 cm x 43 cm.</p> <p>Colores variados: celeste, rosado, verde y morado.</p>				
	<p>Detergente Polvo Rindex 10 Bicarbonato Frescura Suavizante x4Kg</p> <p>RINDEX Código de producto: 3370338</p> <p>★★★★★ (0)</p> <p>Características principales:</p> <p>Detergente multiuso en polvo con 10 multibeneficios para lavar ropa blanca y de color, dejar los pisos relucientes, la cocina increíble y todo la casa impecable. Un producto que ayuda a realizar múltiples tareas de limpieza en el hogar.</p>				
 <p>Fuente. mercado libre⁶⁹</p>	<p>Características principales</p> <table border="1" data-bbox="662 772 1242 835"> <tr> <td>Marca</td> <td>Holandina</td> </tr> <tr> <td>Modelo</td> <td>Amonio Cuaternario 5ta Generación</td> </tr> </table> <p>Otras características</p> <p>Material: Plástico Altura x Ancho: 4 " x 4 "</p> <p>Espesor: 4 " Con arnés: No</p> <p>Incluye protector auditivo: No</p>	Marca	Holandina	Modelo	Amonio Cuaternario 5ta Generación
Marca	Holandina				
Modelo	Amonio Cuaternario 5ta Generación				

Cuadro 46. Materia prima

MATERIA PRIMA	ESPECIFICACIONES
 <p>Fuente. la casa del peluquero⁷⁰</p>	<p>Excelente Shampoo Antiparasitario en base a componentes naturales, aceites esenciales del Eucalipto, del Árbol de Té y de los Cítricos.</p> <p>Se puede usar diluido para eliminar las pulgas: desde 125 ml. por litro de agua, o usarse sin diluir para eliminar las garrapatas.</p>

⁶⁸LA CASA DEL PELUQUIERO CANICNO. Toallas absorbentes
<https://www.lacasadelpeluqueroanino.cl/product/toallas-absorbentes>

⁶⁹MERCADO LIBRE. Visores de protección facial. <https://acortar.link/4DYXh9>

⁷⁰LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Shampoo euca leuca lime
<https://www.lacasadelpeluqueroanino.cl/product/shampoo-euca-leuca-lime>

 <p>Fuente. la casa del peluquero⁷¹</p>	<p>FURST AID™ Shampoo Medicado ayuda a curar la piel irritada. Contiene alquitrán de carbón y azufre para calmar y curar la piel seca, la picazón y la irritación. Enriquecido con aceite de jojoba para restaurar la humedad a la piel y el pelaje. Furst se recomienda para su uso sólo en los perros.</p> <p>Ingredientes Activos:</p> <p>5% alquitrán de hulla refinado (en concentrado), el 2% de azufre, 0,5% de ácido salicílico, aceite de jojoba y aloe vera.</p> <p>Dilución : Se puede diluir desde 170 ml de shampoo en 1 litro de agua, o bien usarlo directo, dependiendo del tipo de lesión cutánea que presente.</p>
 <p>Fuente. la casa del peluquero⁷²</p>	<p>Efectivo repelente de insectos NO TÓXICO Y 100% NATURAL. Es apto para su uso tanto en perros como en gatos.</p> <p>NO es nocivo por ingestión, por lo que su uso en gatos, cachorros y animales enfermos es posible, sin ningún efecto secundario adverso.</p> <p>Está formulado con el más natural y efectivo aceite repelente de insectos: el aceite de ANDIROBA, usado durante siglos por los aborígenes del Amazonas con inmejorables resultados. Tiene propiedades hidratantes, emolientes y relajantes.</p> <p>Repele o elimina a los parásitos externos habituales en épocas estivales. Previene las picaduras de pulgas, garrapatas, mosquitos y demás insectos.</p> <p>Lleva incorporado un agente abrillantador, por lo que el pelo de la mascota obtendrá también un aspecto brillante, lustroso y natural.</p> <p>NO ENGRASA ni afecta el aspecto natural del manto, siendo compatible al 100% con cualquier otro producto de la gama PSH.</p>
 <p>12 CAJAS Caja x200 Copitos Ecológicos Biodegradables</p> <p>Fuente. Mercado libre⁷³</p>	<p>** 12 Cajas de Copitos ** Cada caja incluye 200 copos/hisopos ecológicos</p> <p>Copitos, Hisopos de bambú con algodón de doble cabeza. Totalmente ecológicos.</p> <p>USOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ** Limpieza de oídos , nariz, maquillaje y manicura de belleza. ** Industria electrónica y computadores, ya que la cabeza en algodón no se dispersa. ** Arte y manualidades. <p>Se convierte en un producto imprescindible para tener en casa siempre</p> <p>Descripción: 100% materiales naturales y amigables Algodón extra suave cuyo fin es evitar el maltrato en áreas tan delicadas como la de un oído o nariz.</p>
 <p>Fuente. Mr guau guau⁷⁴</p>	<p>Pañoletas diferentes tamaños personalizados</p>

⁷¹ LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Shampoo furst aid



<https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/shampoo-furst-aid>

⁷² LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Loción repelente con andiroba para perros y gatos.

<https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/locion-repelente-con-andiroba-para-perros-y-gatos>

⁷³ MERCADO LIBRE. Copitos hisposos bambu. <https://acortar.link/jeqfvE>

⁷⁴ https://mrguau.net/page/2?post_type=product

 <p>Fuente. la casa del peluquero⁷⁵</p>	<p>Rico en Aloe, Consuelda, Pantenol y Bálsamo El acondicionador profesional <i>MOISTURE MAGIC</i>® restaura la vida de los mantos secos o dañados. Desenreda y deja el pelo suave y brillante.</p> <p>Acondiciona el pelo frágil y rizado con propiedades naturales de Aloe, Consuelda, Pantenol y Bálsamo. PH especial balanceado para mascotas.</p> <p><i>MOISTURE MAGIC</i>® ayuda a mantener el equilibrio vital de humedad necesario para el cabello y la piel. Especial para perros, gatos, cachorros, gatitos y todos los animales de compañía y de granja.</p>
 <p>Fuente. La casa del peluquero canino⁷⁶</p>	<p>Diversos diseños, coloridos, hechos con materiales de alta calidad.</p> <p>-0513: Moñitos coloridos confeccionados con cinta satinada a lunares, con tul. Banda de látex segura.</p> <p>-0299: Plumas verdes, rojas y azules, de 1,5". Con brillantes centros imitando diamantes.</p> <p>-6299: Moños rosados y celestes estampados, con diseños variados.</p> <p>-8699: Moños de cinta cuadrille rosados y celestes, con flores y mariposas.</p> <p>-6399: Moño hecho de cinta de acetato satinado con lentejuelas iridiscentes y centros de cuentas.</p> <p>-5899: Bonitos moños con bordes y cuentas doradas y una banda de goma de respaldo para una fijación segura</p> <p>Perfecto para una apariencia de elegancia formal</p> <p>-5999: Llamativos moños de cinta de raso con una pequeña roseta de cinta en el centro, con banda elástica para fijación segura</p> <p>Ideal para acentuar un nudo superior o cualquier peinado canino.</p>

Fuente. Investigación propia

3.3.6 Análisis de proveedores.

Al conocer las características de cada uno de los proveedores permitirá obtener la materia prima de la mejor calidad y certificada para la elaboración de cada uno de los servicios.

- Mercado libre
- La casa del peluquero canino
- Alkosto
- Alkomprar
- Alkosto

⁷⁵LA CASA DEL PELUQUERO CANINO . Acondicionador moisture magic.
<https://www.lacasadelpeluqueroanino.cl/product/acondicionador-moisture-magic>

⁷⁶LA CASA DEL PELUQUERO CANINO.Moños caja 100unds.
<https://www.lacasadelpeluqueroanino.cl/product/monos-caja-100-unidades>

- Jumbo
- Homecenter
- Falabella

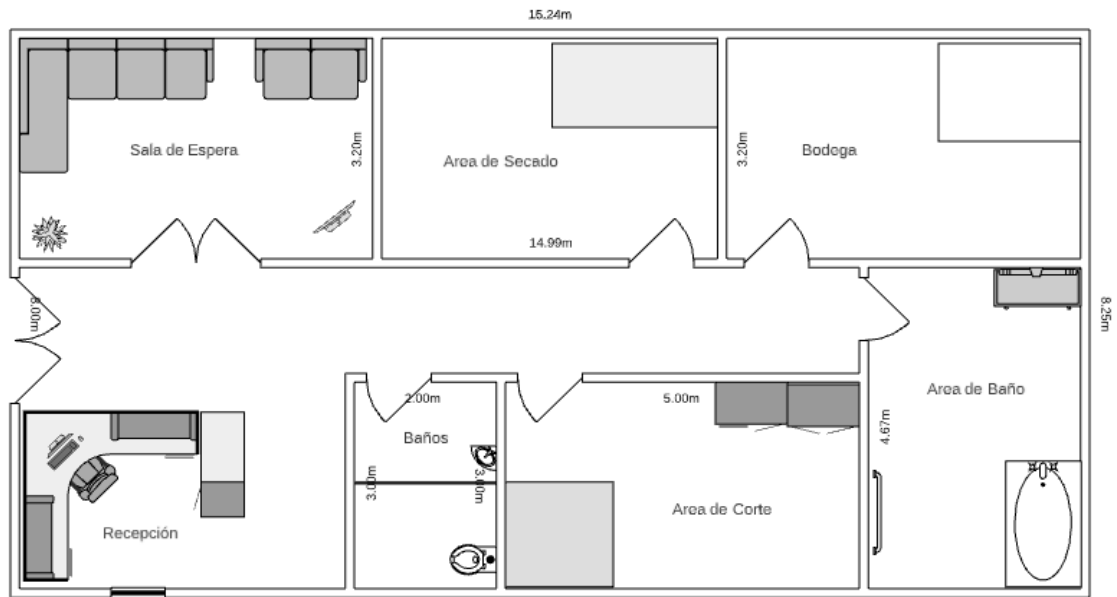
3.3.7 Distribución de la planta. La planta estará distribuida de tal manera que permita economizar espacios y tiempos en entrega y producción esto con el fin de facilitar los procesos.

Tabla 2. Dimensiones de la planta

AREAS	AREA PARCIAL	ÁREA TOTAL
Gerencia	3 x 1.5 m	4.5 m ²
Área ventas	3 x 5 m	15 m ²
Área Lockers	1.5 x 3 m	4.5 m ²
Zona Jaulas entrega	4 x 3.5 m	14 m ²
Zona de cortes	6 x 3.5 m	21 m ²
Área pacillo	8 x 1.5 m	12 m ²
Baños personales	1.5 x 2 m	3 m ²
Zona de Baño y secado	6 x 3 m	18 m ²
Zona de jaulas de recepción	4 x 3 m	12 m ²
TOTAL, m²		104 m²

Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Distribución de la planta



Fuente: Elaboración propia

4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo contempla el trámite para la creación de la empresa dedicada a la estética para las mascotas; sin embargo, es importante tener un conocimiento apropiado a la hora de constituir el tipo de empresa y su clasificación para obtener el mayor número de beneficios posibles.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Para constituir la empresa, es necesario validar el tipo de acuerdo con las características y responsabilidades que implica, sea de persona natural o jurídica. En este caso, la constitución se hará con la persona jurídica, ya que se trata de una persona con figura ficticia, capaz de ejercer derechos, contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

A continuación, se nombran los requisitos para constituir una empresa como persona jurídica:

- Formularios RUES (Registro Único Empresarial y Social).
- PRE-RUT.
- Guía para determinar responsabilidades RUT- Persona Jurídica.
- Copia del documento de constitución.
- Medio digital del documento de constitución en formato WORD (CD o USB).
- Copia del documento de identificación del Representante Legal y el formato Anexo para Nombramientos cuando se nombran más cargos.
- Boleta del pago de impuesto de registro.

Además de la persona jurídica, es necesario constituir legalmente la empresa, siendo la sociedad de acciones simplificadas (SAS) la mejor opción, al permitir múltiples

beneficios como lo es la simplificación de trámites, limitación de la responsabilidad, autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten al negocio y la estructura flexible de capital.

De acuerdo con lo anterior, la Cámara de Comercio de Bucaramanga en su largo trabajo por el desarrollo y crecimiento de la economía nacional, presta el servicio de forma eficiente, mediante la página web: <https://www.camaradirecta.com/crear-miempresa/como-crear-mi-empresa>, que permite crear la empresa de manera oportuna y fácil, ya que brinda una serie de pasos como guía para que pueda hacerlo fácilmente.

4.1.1 Constitución de la S.A.S. Para la constitución de la empresa como un SAS es necesario los siguientes pasos:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
- La Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El lugar de domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse al menos un representante legal.

Estos documentos serán autenticados ante un notario público antes de ser inscritos al

registro mercantil.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

Para definir el propósito de este proyecto, la razón de ser y sus aspectos de cultura organizacional, se tiene en cuenta los siguientes parámetros sobre los cuales se registrará.

- Visión
- Misión
- Objetivos
- Políticas

4.2.1 Visión. El centro de estética TANGLED para el año 2025 será un centro de estética líder en Bucaramanga de forma sólida y sostenible reconocida por su innovación, estándares de calidad, impacto social y ambiental en el buen trato con los animales; además de ser una organización enfocada en prestar un servicio de alta calidad.

4.2.2 Misión. El centro de estética para mascotas TANGLED tendrá como propósito brindar amor y respeto hacia los animales, concientizando a la sociedad de que ellos merecen un trato digno y especial al igual que los seres humanos. Nuestro equipo de trabajo es altamente capacitado para ofrecer servicios de alta calidad en el cuidado y estilo innovador en las mascotas que serán atendidas; además de ejercer un compromiso constante por satisfacer a nuestros clientes.

4.2.3 Objetivos

- Cumplir con la normatividad vigente a la cual se encuentra sujeto la estética TANGLED.
- Brindar un excelente servicio a las mascotas donde se sientan seguros y cuidados con mucho amor.
- Implementar cada una de las practicas innovadoras sin olvidar la seguridad de las mascotas.
- Ofrecer un servicio de calidad

4.2.4 Políticas. Las políticas se formulan para estimular y apoyar el trabajo hacia el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

4.2.4.1 Políticas de personal. Determinaran la forma en que los miembros del personal interactúan con la organización y entre ellos.

- Estabilidad laboral para todo el personal
- Uso de implementos de seguridad para dar cumplimiento a las normas de higiene y seguridad en el trabajo
- Cumplimiento de los horarios establecidos por la empresa, con un día de compensatorio a la semana.

4.2.4.2 Políticas de compra.

- La adquisición de materia prima será realizada directamente con proveedores reconocidos con el fin de poder garantizar la calidad y salud de las mascotas.

4.2.4.3 Políticas de venta.

- La prestación del servicio se realizará directamente en el punto de venta de la estética TANGLED directo al consumidor estableciendo cada una de las características del servicio y la cantidad requerida.
- Los precios, especificaciones y datos relevantes en cuanto a los servicios están sujetos a cambio de precios sin previo aviso.
- Los pagos de las compras de los productos pueden ser realizados en efectivo, tarjeta crédito y débito.

4.2.4.4 Políticas De Calidad

- Brindar y mantener la más alta calidad en cuanto a los productos adquiridos para prestar el servicio de estética y cuidado de las mascotas con el fin de lograr satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Todo el personal conocerá y comprenderá la política de la calidad.

4.2.4.5 Políticas De Seguridad Industrial.

- Capacitación continuamente y entrenamiento de todos los trabajadores para desarrollar un trabajo seguro.
- Seguridad en condiciones inherentes a la ocupación.

4.2.4.6 Políticas De Responsabilidad Social

- Capacitación continua sobre las últimas técnicas y trato a las mascotas.

- Actividades lúdicas y de esparcimiento para motivar y felicitar a cada uno de los colaboradores con el fin de que se sientan importantes para TANGLED.
- Buen ambiente laboral y trabajo en equipo.

4.2.5 Valores corporativos.

Para conseguir los objetivos de la empresa TANGLED estética para mascotas se determina los siguientes principios y valores.

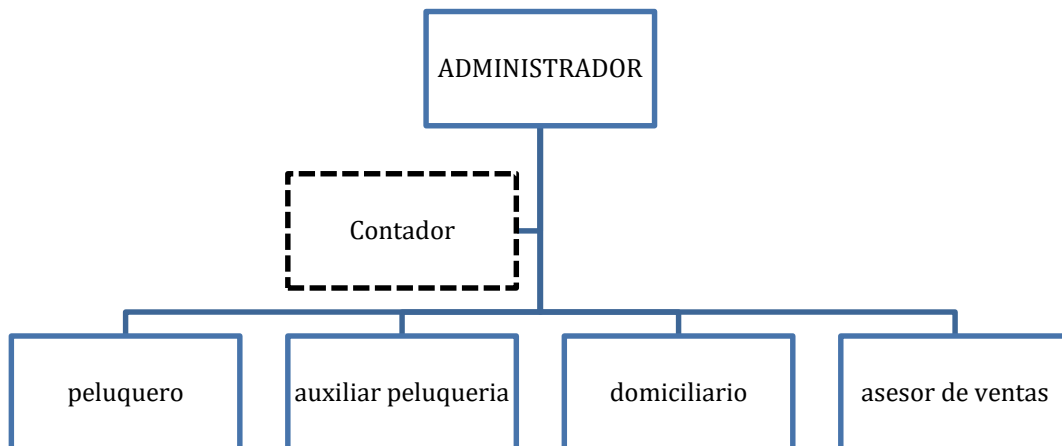
- **Compromiso.** El cumplimiento de los objetivos empresariales será siempre de la mano con la objetividad de un enfoque social que permita contar con la sensibilidad por la protección de las mascotas y todo ser vivo.
- **Ética.** Los principios y valores que rigen la compañía hacen enriquecer el sector económico y determina la calidad de sus procesos y la satisfacción de los clientes, lo que hace crecer de forma individual la imagen de la compañía en la sociedad.
- **Excelencia.** Mediante los procesos de calidad que se le otorga a cada cliente que requiere los servicios lo cual permita mantener un buen estatus en el mercado.
- **Innovación.** A través de los nuevos conceptos, profesionalismo y creatividad ofrecer nuevas propuestas en el mercado lo cual permite ser innovadores y competitivos en el mercado.
- **Respeto.** Velar por la integridad de cada animal teniendo en cuenta que son seres que sufren y siente como cualquier ser vivo que tiene necesidades y merece un lugar digno e importante en la sociedad.
- **Equidad.** Reconocer los derechos y deberes de cada uno de los usuarios que tiene contacto con la empresa de forma directa e indirecta.
- **Responsabilidad.** Proporcionar la garantía correspondiente a cada uno de los servicios, lo cual brinda seguridad a los clientes.
- **Legalidad.** La compra de insumos se realizará bajo todos los estándares legales establecidos.

- **Rentabilidad.** La empresa cumplirá con el propósito común mediante resultados económicos positivos que permita reinvertir en el negocio o expandir la capacidad de atención de este.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama.

Figura 8. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

La finalidad de la estructura organizacional es poder establecer el sistema de papeles que cada uno de los trabajadores de TANGLED realizaran para trabajar de una forma única y optima con el fin de alcanzar las metas que se tienen fijadas dentro de la planificación y la mejora de los mismos procesos.

4.3.2 Descripción y perfil de cargos.

Se describen los cargos directos, requisitos requeridos para el correcto funcionamiento de la empresa.

Cuadro 47. Descripción de los cargos

CARGO	DESCRIPCIÓN	REQUISITOS
Peluquero	Coordinación óculo-manual Paciencia, dominio de temperamento de mascotas temperamentales, conocimientos básicos de salud y anatomía canina, profesional certificado	2 años de experiencia
Auxiliar	Técnicas apropiadas para la preparación de las mascotas, peinar, limpiar, bañar cortar y cepillar	1 año de experiencia
Administrador	Gusto por las mascotas, organizar y dirigir los procesos de venta, registrar la visita de clientes y mantener la base de datos actualizada	2 años de experiencia
Asesor de ventas	Encargado del recibimiento de los clientes con sus mascotas, realizar un acompañamiento a la zona de limpieza y lavado para entregarlo a la persona responsable en su momento.	6 meses de experiencia
Domiciliario	Realizar recogida o entrega de mascota directamente a la puerta de su domicilio antes y después de la prestación del servicio. Contar con medio de transporte	6 meses de experiencia
Contador (externo)	Encargado de toda la contabilidad, administración, pago de nómina, proveedores, con experiencia en su cargo de varios años, para así dar plena Fiabilidad de su trabajo.	2 años de experiencia

Fuente. Autores del proyecto

4.3.3 Perfil del cargo.

A continuación, se presenta la descripción de funciones y las especificaciones del cargo en relación con el perfil y las responsabilidades propias para el desarrollo normal de los procesos productivos, administrativos y de ventas en la empresa

Cuadro 48. Descripción de funciones-administrador

TANGLED DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO Administrador	CODIGO LSD- 2301	FECHA 5 de octubre de 2022
SECCIÓN Oficina	CARGO JEFE INMEDIATO Administrador	
NIVEL ACADEMICO: Tecnólogo	ADMINISTRACION COMERCIO, LOISTICA Y CARRERAS A FINES	EXPERIENCIA: 1 AÑOS
SUPERVISA Oficina y personal operativo	N° DE CARGOS IGUALES Ninguno	TIPO DE CONTRATO Fijo
FUNCION PRINCIPAL administrar el patrimonio de la empresa ingresos y egresos- supervisar		
DESCRIPCIÓN ESPECIFICA Apertura y cierre del almacén. Ingreso de facturas de compra de los proveedores. Creación de Ítems nuevos en el sistema Actualización de precios cada vez que se requiera. Revisión de inventarios y organización. Realizar los cuadros diarios de caja y caja menor Manejo de dinero Distribución de presupuesto para la gasolina del repartidor. Manejo de sistemas: Novasoft, Word, Excel, Internet, Correo electrónico y manejo básico de sistemas. Manejo de personal a su cargo Ingreso y egreso de personal de nómina: elaboración de contratos, ingresos a E.P.S, caja de compensación, fondo de pensión, A.R.L Revisión de liquidación que elaboran los contadores. Generar nómina en el sistema y archivo para el pago de seguridad social. Elaboración de informes		

Velar por el cumplimiento de presupuesto		
DETALLES FUNCIONES		
Experiencia en venta de productos para mascotas		
Experiencia en manejo de animales		
Curso de primeros auxilios para mascotas		
Experiencia certificada en administración de establecimientos para mascotas		
Curso de atención y servicio al cliente		
Conocimientos básicos de salud y anatomía canina		
Manejo avanzado de herramientas ofimáticas		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALIZA

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 49. Descripción de funciones-de peluquería

TANGLED		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO	CODIGO	FECHA
Peluquero canino y felino	LSD- 2385	7 de octubre de 2022
SECCIÓN	CARGO JEFE INMEDIATO	
Operativa	Administrador	
NIVEL ACADÉMICO:	HOMOLOGA:	EXPERIENCIA:
TECNICO	CURSO CERTIFICADO	2 AÑOS
SUPERVISA	N° DE CARGOS IGUALES	TIPO DE CONTRATO
Auxiliar de peluquería	Ninguno	Fijo
FUNCION PRINCIPAL mejorar la apariencia e higiene de las mascotas		
DESCRIPCIÓN ESPECIFICA		
Recepción la mascota		
Asesorar al cliente		

Realizar el proceso de baño, corte y demás procesos estipulados y que el cliente haya solicitado.		
Hacer entrega de la mascota al cliente y/o persona a cargo		
DETALLES FUNCIONES		
Experiencia en manejo de animales		
Certificación de estilista canino		
Curso de primero auxilios para mascotas		
Experiencia en ventas y atención al cliente		
Conocimientos básicos de salud y anatomía canina		
Excelente coordinación óculo-manual		
Experiencia en manejo de razas potencialmente peligrosas		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALIZA

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 50. Descripción funciones auxiliar de peluquería

TANGLED		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO	CODIGO	FECHA
Auxiliar canino y felino	LSD- 2332	7 de octubre de 2022
SECCIÓN	CARGO JEFE INMEDIATO	
Operativa	Administrador	
NIVEL ACADÉMICO:	HOMOLOGA:	EXPERIENCIA:
TECNICO ZOOTECNISTA	CURSO CERTIFICADO	2 AÑOS
SUPERVISA	N° DE CARGOS IGUALES	TIPO DE CONTRATO
Ninguno	Ninguno	Fijo
FUNCION PRINCIPAL ayuda en realizar las actividades de mejorar la apariencia e higiene de las mascotas		
DESCRIPCIÓN ESPECIFICA		

Recepción la mascota Asesorar al cliente Realizar el proceso de baño, corte y demás procesos estipulados y que el cliente haya solicitado. Hacer entrega de la mascota al cliente y/o persona a cargo		
DETALLES FUNCIONES Experiencia en manejo de animales Certificación de estilista canino Curso de primero auxilios para mascotas Experiencia en ventas y atención al cliente Conocimientos básicos de salud y anatomía canina Excelente coordinación óculo-manual Experiencia en manejo de razas potencialmente peligrosas		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALIZA

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 51. Descripción de funciones asesor de ventas

TANGLED DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO	CODIGO	FECHA
Asesor de ventas	LSD- 2345	7 de octubre de 2022
SECCIÓN	CARGO JEFE INMEDIATO	
Apoyo de ventas	Administrador	
NIVEL ACADEMICO:	CURSO EN MANEJO DE	EXPERIENCIA:
BACHILLER COMERCIAL	HERRAMIENTAS OFICAS	2 AÑOS
SUPERVISA	N° DE CARGOS IGUALES	TIPO DE CONTRATO
Ninguno	Ninguno	Fijo
FUNCION PRINCIPAL identificar las necesidades de los clientes – recepcionar la entrada de los clientes		

DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA		
Cumplir el presupuesto de ventas y distribución		
Habilidad comercial		
Manejo de inventarios		
Velar por el orden e higiene de la zona de prestación de servicios		
DETALLES FUNCIONES		
Experiencia en venta de productos para mascotas		
Experiencia en manejo de animales		
Curso de atención y servicio al cliente		
Curso de primeros auxilios para mascotas		
Conocimientos básicos de herramientas ofimáticas		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALIZA

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 52. Descripción de funciones domiciliario

TANGLED		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO	CODIGO	FECHA
Domiciliario	LSD- 2356	7 de octubre de 2022
SECCIÓN	CARGO JEFE INMEDIATO	
Apoyo de ventas	Administrador	
NIVEL ACADÉMICO: BACHILLER COMERCIAL, TECNICO	LICENCIA CONDUCCION VIGENTE CURSO MANEJO DEFENSIVO	EXPERIENCIA: 2 AÑOS
SUPERVISA	N° DE CARGOS IGUALES	TIPO DE CONTRATO
Ninguno	Ninguno	Fijo
FUNCION PRINCIPAL recogida y entrega de mascotas para servicio de domicilio		
DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA		
Apoyo en limpieza de tienda		

Transporte de perros casa a tienda- tienda a casa		
Recolección de dineros		
DETALLES FUNCIONES		
Experiencia en el cargo		
Licencia de conducción		
Experiencia en manejo de mascotas		
Certificación básica de primeros auxilios para mascotas		
Curso de atención y servicio al cliente		
Conocimiento de localizaciones dentro de la ciudad		
Experiencia en manejo de razas potencialmente peligrosas		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALIZA

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 53. Descripción funciones contador (externo)

TANGLED		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
NOMBRE DEL CARGO	CODIGO	FECHA
Contador externo	LSD- 2378	7 de octubre de 2021
SECCIÓN	CARGO JEFE INMEDIATO	
Apoyo administrativo	Administrador	
NIVEL ACADÉMICO: PROFESIONAL	CONTADURIA PUBLICA CON LICENCIA VIGENTE	EXPERIENCIA: 2 AÑOS
SUPERVISA	N° DE CARGOS IGUALES	TIPO DE CONTRATO
Ninguno	Ninguno	Contratación externa
FUNCION PRINCIPAL manejar la contabilidad de la empresa		
DESCRIPCIÓN ESPECIFICA		
Manejar e interpretar la contabilidad de la organización		
Producir informes contables		

DETALLES FUNCIONES

Documentar informes financieros para la empresa:

Revisar los libros contables de la empresa.

Analizar las ganancias y los gastos.

Elaborar el balance de los libros financieros.

Redactar informes sobre el estado financiero de la empresa.

Manejar registros, sistemas y presupuestos financieros.

Hacer auditorías financieras.

Asesorar a los encargados tales como mejoras para su negocio, reducción de costos, insolvencias, entre otros que ayuden a mantener la rentabilidad o superarla

EMPLEADO

JEFE INMEDIATO

ANALIZA

Fuente: Elaboración propia

4.3.4 Asignación salarial. La empresa establece el siguiente presupuesto de los salarios, presentando la asignación salarial de los cargos, en el que se especifica que un cargo no genera prestaciones sociales ya que su modalidad de contratación es por prestación de servicios (contador).

La carga prestacional establecida conforme al año 2023⁷⁷ con base a un salario mínimo es la siguiente;

⁷⁷ Consultado 25 junio de 2023 en línea [<https://actualicese.com/costos-de-contratar-un-trabajador-con-el-salario-minimo/#:~:text=Fijada%20la%20cifra%20del%20salario,para%20realizar%20la%20respectiva%20liquidaci%C3%B3n.>]

Cuadro 54. Factor prestacional.

Concepto	Base	Porcentaje	Valor
Prima de servicios.	\$ 1.160.000	8,33%	\$81.689
Auxilio de cesantías.	\$ 1.160.000	8,33%	\$81.689
Intereses sobre las	\$ 1.160.000	1%	\$9.807
Dotación.	\$ 877.803	5%	\$43.890
Subtotal carga	\$ 1.089.451	22,66%	\$217.075
Auxilio de transporte			\$140.606
Vacaciones	\$ 877.803	4,17%	\$36.604
Subtotal	\$ 877.803	4,17%	\$177.210
Cajas de compensación	\$ 877.803	4%	\$35.112
ICBF	\$ 877.803	3%	\$26.334
SENA	\$ 877.803	2%	\$17.556
Aportes a salud	\$ 877.803	8,50%	\$74.613
Aportes a pensión	\$ 877.803	12%	\$105.336
Riesgos laborales	\$ 877.803	0,52%	\$4.582
Subtotal parafiscales	\$ 877.803	30%	\$263.533
Gran total		56,85%	\$657.818

Fuente: Elaboración propia

la asignación salarial del recurso humano que colaborara con el cumplimiento del objetivo misional de la estética TANGLED basándose en las normas del código sustantivo de trabajo, en las responsabilidades que cada cargo tiene, teniendo en cuenta la preparación estudios y experiencia, asimismo en cada una de las actividades que implica desenvolverse a la que se expone el personal diariamente.

Cuadro 55. Asignación salarial

ÍTEM	CANT	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR 56,852%	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
PELUQUERO	1	\$ 1.200.000	\$ 140.606	\$ 762.161	\$ 2.102.767	\$ 2.102.767	\$ 25.233.208
AUXILIAR	1	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 739.421	\$ 2.040.027	\$ 2.040.027	\$ 24.480.318
ADMINISTRADOR	1	\$ 1.400.000	\$ 140.606	\$ 875.865	\$ 2.416.471	\$ 2.416.471	\$ 28.997.656
ASESOR DE VENTAS	1	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 739.421	\$ 2.040.027	\$ 2.040.027	\$ 24.480.318
DOMICILIARIO	1	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 739.421	\$ 2.040.027	\$ 2.040.027	\$ 24.480.318
C. EXT (CONTADOR)	1	\$ 250.000	\$ -	\$ -	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 3.000.000
TOTAL	6	\$ 6.330.000	\$ 703.030	\$ 3.856.288	\$ 10.889.318	\$ 10.889.318	\$ 130.671.819

Fuente: Elaboración propia

Esto nos indica que, en el primer año, el valor total a pagar por concepto de empleados será de \$ 130.671.819, Los salarios determinados para cada trabajador se realizan teniendo en cuenta nivel de estudios y de experiencia en el cargo.

5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es la última etapa del proyecto, el cual mide la viabilidad financiera de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto y los costos totales de operación; además del monto de los ingresos que se pretende recibir por ofrecer el servicio a los clientes.

5.1 INVERSIONES

Las inversiones del proyecto comprenden la adquisición de todos los activos necesarios para iniciar las operaciones en la empresa TANGLED.

Estas se clasifican de acuerdo con su naturaleza

- Activos fijos
- Activos intangibles
- Capital de trabajo

5.1.1 Inversión fija. La inversión fija hace referencia a los activos fijos tangibles que son todos aquellos bienes propiedad de la empresa como: maquinarias y equipos, muebles y enseres, equipo de cómputo y oficina, y demás recursos que sirven de apoyo a la operación normal de la empresa.

5.1.1.1 Terreno. Se toma en arriendo un local, con todas las medidas y adecuaciones necesarias que se requieren para cada área de la empresa.

5.1.1.2 Construcción. No se considera necesaria la construcción de una edificación para la ejecución del proyecto.

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. La maquinaria que se requiere para este proyecto, son las necesarias para la prestación del servicio.

Cuadro 56. Maquinaria y equipo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bañera	2	\$ 2.900.000	\$ 5.800.000
Mesa de corte	2	\$ 950.000	\$ 1.900.000
Soplador	2	\$ 896.227	\$ 1.792.454
Maquina grooming	2	\$ 724.023	\$ 1.448.046
Guacal S	3	\$ 89.749	\$ 269.247
Guacal M	3	\$ 157.058	\$ 471.174
Jaulas	5	\$ 187.000	\$ 935.000
Calentador de agua	1	\$ 556.900	\$ 556.900
TOTAL	20	\$ 6.460.957	\$ 13.172.821

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.4 Muebles y enseres. Son objetos que facilitaran las actividades dentro del área administrativa.

Cuadro 57. Muebles y enseres.

ACTIVO(a)	CANTIDAD	VALOR UNITARIO(b)	VALOR TOTAL
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN			
Escritorio	1	\$ 249.900	\$ 249.900
Silla ergonomica	1	\$ 159.900	\$ 159.900
Biblioteca	1	\$ 189.900	\$ 189.900
Botiquin primeros auxilios	1	\$ 51.900	\$ 51.900
Silla auxiliar	2	\$ 79.900	\$ 159.800
TOTAL	6	\$ 731.500	\$ 811.400

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.5 Equipos de oficina.

Cuadro 58. Equipos de oficina

ACTIVO (a)	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (b)	VALOR TOTAL
PC	2	\$ 1.349.000	\$ 2.698.000
Telefono inalambrico	1	\$ 199.900	\$ 199.900
Celular	1	\$ 429.900	\$ 429.900
Kit de camaras	5	\$ 395.900	\$ 1.979.500
TOTAL	9	\$ 2.374.700	\$ 5.307.300

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.6 Herramientas.

Cuadro 59. Herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Set de guias universal	2	\$ 123.657	\$ 247.314
Juego de tijeras	2	\$ 202.247	\$ 404.494
Cepillos	4	\$ 35.837	\$ 143.348
Cortauñas	5	\$ 10.500	\$ 52.500
Peinilla metalica	2	\$ 15.000	\$ 30.000
Pinza hemostatica	2	\$ 17.000	\$ 34.000
Limador	2	\$ 177.900	\$ 355.800
Rastrillo	2	\$ 38.888	\$ 77.776
Cepillo de puas	3	\$ 9.000	\$ 27.000
Toallas de tela	80	\$ 7.500	\$ 600.000
Pinza mosquito	2	\$ 12.000	\$ 24.000
TOTAL	106	\$ 649.529	\$ 1.996.232

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.7 Área de ventas.

Se contemplan los siguientes artículos

Cuadro 60. Área de ventas

ÁREA DE VENTAS			
Cajon monedero	1	\$ 199.990	\$ 199.990
Silla auxiliar	4	\$ 79.900	\$ 319.600
Mobiliario de pago	1	\$ 1.030.000	\$ 1.030.000
Estanteria metal/madera	2	\$ 349.900	\$ 699.800
TOTAL	8	\$ 1.659.790	\$ 2.249.390

Fuente: Elaboración propia

5.1.1.8 Total, inversión fija.

Cuadro 61. TOTAL, inversión fija

ACTIVO	TOTAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Herramientas	\$ 1.996.232	10	\$ 199.623
Maquinaria y equipo	\$ 13.172.821	5	\$ 2.634.564
Muebles y enseres	\$ 3.060.790	10	\$ 306.079
Equipos de oficina	\$ 5.307.300	5	\$ 1.061.460
TOTAL	\$ 23.537.143		\$ 4.201.726
DEPRECIACIÓN MENSUAL			\$ 350.144

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Inversión diferida. La inversión diferida, hace referencia a los gastos de estudio de factibilidad, gastos de organización y legalización, gastos financieros, estudio implementación del SG-SST, constitución, costos identidad corporativa -logo, eslogan, portal web y redes sociales; es decir las inversiones de intangibles preoperativos que incurrirá la empresa antes de iniciar las actividades normales.

Cuadro 62. Inversión diferida

DETALLE	VALOR
Estudio de factibilidad	\$ 700.000
Licencia ambiental	\$ 1.399.496
Escritura de constitución	\$ 1.250.000
Libros y documentos	\$ 1.600.000
Sotware contable	\$ 486.000
Adecuaciones	\$ 8.000.000
Publicidad de lanzamiento	\$ 2.000.000
TOTAL	\$ 15.435.496
Amortización anual (por 5 años)	\$ 3.087.099
Amortización mensual	\$ 257.258

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Inversión de capital trabajo.

5.1.3.1 Costos de prestación de servicio. Es el resultado de la suma del valor de los insumos, mano de obra directa y los costos indirectos.

- **Materias primas.** Para la prestación de servicios en la estética en las proporciones calculadas para el primer año es necesaria la adquisición de los insumos de primera calidad para procesar cada uno de los servicios sabiendo la importancia el costo de materia prima.

Se tiene en cuenta una variable de tamaño de la mascota⁷⁸, porcentaje de estimación aproximada para el costo de la materia prima.

Cuadro 63. Proyección de unidad de servicios por mes

TAMAÑO REFERENTE CENSO CANINO	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		2940	3360	3780	4200	4620
GRANDE	22%	0	739	832	924	1016
MEDIANO	32%	0	1075	1210	1344	1478
PEQUEÑO	46%	0	1546	1739	1932	2125
TOTAL	100%	0	2940	3360	3780	4200

Fuente: Elaboración propia

La materia se ve estimada con relación al tamaño de la mascota grande, mediano, pequeño y con base en esta variable se estima la materia prima.

Cuadro 64. Materia prima mascota grande

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR unidad	VALOR UNIDAD DE INSUMO	COSTO POR SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Shampoo normal	mililitros	7,00	\$ 9,86	\$ 69	\$ 4.904	\$ 58.846
Shampoo medicado	mililitros	2,00	\$ 10,19	\$ 20	\$ 1.448	\$ 17.376
locion	mililitros	1,20	\$ 30,00	\$ 36	\$ 2.558	\$ 30.694
Hisopos	unidad	2,00	\$ 34,00	\$ 68	\$ 4.831	\$ 57.977
Acondicionador	mililitros	2,00	\$ 37,97	\$ 76	\$ 5.396	\$ 64.746
Pañoletas	unidad	1,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200	\$ 85.260	\$ 1.023.120
Moños	unidad	1,00	\$ 135,00	\$ 135	\$ 9.592	\$ 115.101
SUBTOTAL		16,20	\$ 1.457	\$ 1.604	\$ 113.988	\$ 1.367.860

Fuente: Elaboración propia

⁷⁸SANTOS SUÁREZ, Diego Enrique Censo canino y felino realizado en la comuna 17 de Bucaramanga, Santander. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16953/1/2020_censo_canino_felino.pdf

Cuadro 65. Materia prima mascota mediana

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR unidad	VALOR UNIDAD DE INSUMO	COSTO POR SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Shampoo normal	mililitros	5,00	\$ 9,86	\$ 49	\$ 5.435	\$ 65.224
Shampoo medicado	mililitros	1,00	\$ 10,19	\$ 10	\$ 1.123	\$ 13.481
locion	mililitros	1,00	\$ 30,00	\$ 30	\$ 3.308	\$ 39.690
Hisopos	unidad	2,00	\$ 34,00	\$ 68	\$ 7.497	\$ 89.964
Acondicionador	mililitros	1,50	\$ 37,97	\$ 57	\$ 6.279	\$ 75.351
Pañuelos	unidad	1,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000	\$ 110.250	\$ 1.323.000
Moños	unidad	1,00	\$ 135,00	\$ 135	\$ 14.884	\$ 178.605
SUBTOTAL		12,50	\$ 1.257	\$ 1.349	\$ 148.776	\$ 1.785.316

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 66. Materia prima mascota pequeña

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR UNIDAD	VALOR UNIDAD DE INSUMO	COSTO POR SERVICIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
shampoo normal	mililitros	5,00	\$ 9,86	\$ 49	\$ 3.140	\$ 37.685
shampoo medicado	mililitros	1,00	\$ 10,19	\$ 10	\$ 649	\$ 7.789
locion	mililitros	1,00	\$ 30,00	\$ 30	\$ 1.911	\$ 22.932
Hisopos	unidad	2,00	\$ 34,00	\$ 68	\$ 4.332	\$ 51.979
Acondicionador	mililitros	1,00	\$ 37,97	\$ 38	\$ 2.419	\$ 29.024
Pañuelos	unidad	1,00	\$ 900,00	\$ 900	\$ 57.330	\$ 687.960
Moños	unidad	1,00	\$ 135,00	\$ 135	\$ 8.600	\$ 103.194
SUBTOTAL		12,00	\$ 1.157	\$ 1.230	\$ 78.380	\$ 940.564
TOTAL		40,70	\$ 3.871	\$ 4.184	\$ 341.145	\$ 4.093.740

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se visualiza el costo total

Cuadro 67. Costo por servicio

REFERENCIA	CANTIDAD	COSTO POR SERVICIO	CONSUMO MES	CONSUMO ANUAL
GRANDE	71	\$ 1.604,34	\$ 113.988	\$ 1.367.860
MEDIANO	110	\$ 1.349,45	\$ 148.776	\$ 1.785.316
PEQUEÑO	64	\$ 1.230,46	\$ 78.380	\$ 940.564
TOTAL	245	\$ 4.184,25	\$ 341.145	\$ 4.093.740

Fuente: Elaboración propia

- **Mano de obra directa.** Los costos de mano de obra directa están dados por 2 trabajadores. 1 peluquero y 1 auxiliar quienes estarán encargados para atender los servicios

Cuadro 68. Mano de obra directa.

ÍTEM	CANT	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	F. PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
				56,852%	UNITARIO	TOTAL	
Peluquero	1	\$ 1.200.000	\$ 140.606	\$ 762.161	\$ 2.102.767	\$ 2.102.767	\$ 25.233.208
Auxiliar	1	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 739.421	\$ 2.040.027	\$ 2.040.027	\$ 24.480.318
TOTAL	2	\$ 2.360.000	\$ 281.212	\$ 1.501.582	\$ 4.142.794	\$ 4.142.794	\$ 49.713.526

Fuente: Elaboración propia

5.1.3.2 Costos indirectos de fabricación.

Cuadro 69. Insumos

INSUMOS	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR MES	VALOR ANUAL
Guantes	2	\$ 25.000	\$ 50.000	\$ 600.000
Toallas absorbentes	20	\$ 4.100	\$ 82.000	\$ 984.000
Jabon en polvo	1	\$ 16.190	\$ 16.190	\$ 194.280
Amonio desinfectante	1	\$ 17.900	\$ 17.900	\$ 214.800
TOTAL		\$ 63.190	\$ 166.090	\$ 1.993.080

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 70. Costos indirectos de fabricación

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Insumos	\$ 63.190	\$ 1.993.080
Arrendamiento	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Servicio de Acueducto, Alcantarillado y Aseo	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Energía	\$ 200.000	\$ 2.400.000
TOTAL	\$ 1.563.190	\$ 19.993.080

Fuente: Elaboración propia

Total, costos de producción y/o servicio. Totalizando los cuadros anteriores de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación se obtiene al siguiente costo total.

Cuadro 71. Total, costos servicio.

CONCEPTO	VALOR MES	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA MP	\$ 341.145	\$ 4.093.740
MANO DE OBRA DIRECTA MOD	\$ 4.142.794	\$ 49.713.526
CIF	\$ 1.563.190	\$ 19.993.080
TOTAL	\$ 6.047.129	\$ 73.800.346

Fuente: Elaboración propia

5.1.3.3 Gastos de administración y de ventas. Hace referencia a los gastos que incurren en la administración y comercialización de la empresa.

Cuadro 72. Gastos de personal administrativo

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL 56,852%	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
Administrador	1	\$ 1.400.000	\$ 140.606	\$ 875.865	\$ 2.416.471	\$ 2.416.471	\$ 28.997.656
TOTAL	1	\$ 1.400.000	\$ 140.606	\$ 875.865	\$ 2.416.471	\$ 2.416.471	\$ 28.997.656

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 73. Gastos generales

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Servicio de acueducto y alcantarillado	\$ 55.000	\$ 660.000
Energía	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Publicidad de operación	\$ 157.500	\$ 1.890.000
Contratación Externa (Servicios Contables)	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Papelería	\$ 70.000	\$ 840.000
Imprevistos	\$ 70.000	\$ 840.000
Telefonía	\$ 70.000	\$ 840.000
Internet	\$ 70.000	\$ 840.000
Amortización de Diferidos	\$ 257.258	\$ 3.087.099
Depreciaciones	\$ 350.144	\$ 4.201.726
TOTAL	\$ 1.949.902	\$ 23.398.826

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 74. Gastos de personal de ventas

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR 56,852%	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
Asesor de ventas	1	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 739.421	\$ 2.040.027	\$ 2.040.027	\$ 24.480.318
domiciliario	1	\$ 1.160.000	\$ 140.606	\$ 739.421	\$ 2.040.027	\$ 2.040.027	\$ 24.480.318
TOTAL	1	\$ 2.320.000	\$ 281.212	\$ 1.478.841	\$ 4.080.053	\$ 4.080.053	\$ 48.960.637

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 75. Gastos de administración y de ventas

ÍTEM	VALOR	VALOR ANUAL
Gasto de Personal Administrativo	\$ 2.416.471	\$ 28.997.656
Gasto de personal de ventas	\$ 4.080.053	\$ 48.960.637
Gastos de Administración	\$ 1.949.902	\$ 23.398.826
TOTAL	\$ 8.446.427	\$ 101.357.118

Fuente: Elaboración propia

Gastos financieros.

Para la financiación del proyecto se acude directamente a solicitar un crédito bancario de libre inversión por un valor de \$ 20.000.000 con la caja de compensación Comfenalco a 36 meses y a una tasa del 10,03 % efectivo anual. Pagando en el primer mes \$ 160.000 de intereses siendo la cuota más alta.

5.1.3.4 Total, capital trabajo.

Cuadro 76. Total capital trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MES	VALOR A NECESITAR
Total costos de producción	\$ 6.047.129	\$ 6.047.129
Gastos de Administración y Ventas	\$ 8.446.427	\$ 316.147
Gastos Financieros	\$ 160.000	\$ 316.147
Depreciaciones	\$ -350.144	\$ -350.144
Amortizaciones	\$ -257.258	\$ -257.258
TOTAL	\$ 14.046.153	\$ 6.586.538

Fuente: Elaboración propia

5.2 Inversión total.

Cuadro 77. Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	VALOR
Inversión Fija	\$ 23.537.143
Inversión Diferida	\$ 15.435.496
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 14.046.153
TOTAL	\$ 53.018.792

Fuente: Elaboración propia

5.2.1 Fuentes de financiación. Los recursos que se requieren para la puesta en marcha del proyecto se calculan en \$ 53.000.000 distribuidos en las siguientes proporciones:

Recursos propios. El proyecto se realizará con aportes de los socios en cuantía de \$ 33.000.000 en efectivo.

Recurso de terceros. Para el funcionamiento de la empresa, será necesario solicitar un apalancamiento financiero por un valor de \$ 20.000.000 el cual será amortizado mensualmente en un plazo de 36 meses, por medio de la caja de compensación Comfenalco, como crédito de libre inversión, a una tasa actual del 0,80 % mensual y efectiva anual del 10,03 %.

Cuadro 78. Fuentes de financiación.

FUENTE	APORTE	PORCENTAJE
Aportes de los socios	\$ 33.000.000	62,2%
Crédito a solicitar	\$ 20.000.000	37,7%
TOTAL	\$ 53.000.000	100%

Fuente: Elaboración propia

5.2.1.1 Amortización bancaria. A continuación, se muestra el desglose de pagos que son necesarios para liquidar una deuda teniendo en cuenta el pago de intereses y demás en un plazo de 36 meses.

Tabla 3. Financiación del crédito- amortización

CUOTA	CUOTA CAPITAL	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
0				\$ 20.000.000,00
1	\$ 641.594,31	\$ 160.000,00	\$ 481.594,31	\$ 19.518.405,69
2	\$ 641.594,31	\$ 156.147,25	\$ 485.447,07	\$ 19.032.958,62
3	\$ 641.594,31	\$ 152.263,67	\$ 489.330,64	\$ 18.543.627,98
4	\$ 641.594,31	\$ 148.349,02	\$ 493.245,29	\$ 18.050.382,69
5	\$ 641.594,31	\$ 144.403,06	\$ 497.191,25	\$ 17.553.191,43
6	\$ 641.594,31	\$ 140.425,53	\$ 501.168,78	\$ 17.052.022,65
7	\$ 641.594,31	\$ 136.416,18	\$ 505.178,13	\$ 16.546.844,52
8	\$ 641.594,31	\$ 132.374,76	\$ 509.219,56	\$ 16.037.624,96
9	\$ 641.594,31	\$ 128.301,00	\$ 513.293,31	\$ 15.524.331,65
10	\$ 641.594,31	\$ 124.194,65	\$ 517.399,66	\$ 15.006.931,99
11	\$ 641.594,31	\$ 120.055,46	\$ 521.538,86	\$ 14.485.393,13
12	\$ 641.594,31	\$ 115.883,15	\$ 525.711,17	\$ 13.959.681,97
	\$ 7.699.131,76	\$ 1.658.813,72	\$ 6.040.318,03	
13	\$ 641.594,31	\$ 111.677,46	\$ 529.916,86	\$ 13.429.765,11
14	\$ 641.594,31	\$ 107.438,12	\$ 534.156,19	\$ 12.895.608,92
15	\$ 641.594,31	\$ 103.164,87	\$ 538.429,44	\$ 12.357.179,48
16	\$ 641.594,31	\$ 98.857,44	\$ 542.736,88	\$ 11.814.442,60
17	\$ 641.594,31	\$ 94.515,54	\$ 547.078,77	\$ 11.267.363,83
18	\$ 641.594,31	\$ 90.138,91	\$ 551.455,40	\$ 10.715.908,42
19	\$ 641.594,31	\$ 85.727,27	\$ 555.867,05	\$ 10.160.041,38
20	\$ 641.594,31	\$ 81.280,33	\$ 560.313,98	\$ 9.599.727,40
21	\$ 641.594,31	\$ 76.797,82	\$ 564.796,49	\$ 9.034.930,90
22	\$ 641.594,31	\$ 72.279,45	\$ 569.314,87	\$ 8.465.616,04
23	\$ 641.594,31	\$ 67.724,93	\$ 573.869,38	\$ 7.891.746,65
24	\$ 641.594,31	\$ 63.133,97	\$ 578.460,34	\$ 7.313.286,31
	\$ 7.699.131,76	\$ 1.052.736,10	\$ 6.646.395,65	
25	\$ 641.594,31	\$ 58.506,29	\$ 583.088,02	\$ 6.730.198,29
26	\$ 641.594,31	\$ 53.841,59	\$ 587.752,73	\$ 6.142.445,56
27	\$ 641.594,31	\$ 49.139,56	\$ 592.454,75	\$ 5.549.990,81
28	\$ 641.594,31	\$ 44.399,93	\$ 597.194,39	\$ 4.952.796,43
29	\$ 641.594,31	\$ 39.622,37	\$ 601.971,94	\$ 4.350.824,49
30	\$ 641.594,31	\$ 34.806,60	\$ 606.787,72	\$ 3.744.036,77
31	\$ 641.594,31	\$ 29.952,29	\$ 611.642,02	\$ 3.132.394,75
32	\$ 641.594,31	\$ 25.059,16	\$ 616.535,15	\$ 2.515.859,60
33	\$ 641.594,31	\$ 20.126,88	\$ 621.467,44	\$ 1.894.392,16
34	\$ 641.594,31	\$ 15.155,14	\$ 626.439,18	\$ 1.267.952,98
35	\$ 641.594,31	\$ 10.143,62	\$ 631.450,69	\$ 636.502,29
36	\$ 641.594,31	\$ 5.092,02	\$ 636.502,29	\$ 0,00
	\$ 7.699.131,76	\$ 385.845,44	\$ 7.313.286,31	
37	\$ 641.594,31	\$ 0,00	\$ 641.594,31	\$ -641.594,31
38	\$ 641.594,31	\$ -5.132,75	\$ 646.727,07	\$ -1.288.321,38
39	\$ 641.594,31	\$ -10.306,57	\$ 651.900,88	\$ -1.940.222,26
40	\$ 641.594,31	\$ -15.521,78	\$ 657.116,09	\$ -2.597.338,36
41	\$ 641.594,31	\$ -20.778,71	\$ 662.373,02	\$ -3.259.711,38
42	\$ 641.594,31	\$ -26.077,69	\$ 667.672,00	\$ -3.927.383,38
43	\$ 641.594,31	\$ -31.419,07	\$ 673.013,38	\$ -4.600.396,76
44	\$ 641.594,31	\$ -36.803,17	\$ 678.397,49	\$ -5.278.794,25
45	\$ 641.594,31	\$ -42.230,35	\$ 683.824,67	\$ -5.962.618,91
46	\$ 641.594,31	\$ -47.700,95	\$ 689.295,26	\$ -6.651.914,18
47	\$ 641.594,31	\$ -53.215,31	\$ 694.809,63	\$ -7.346.723,80
48	\$ 641.594,31	\$ -58.773,79	\$ 700.368,10	\$ -8.047.091,91
49	\$ 641.594,31	\$ -64.376,74	\$ 705.971,05	\$ -8.753.062,96
50	\$ 641.594,31	\$ -70.024,50	\$ 711.618,82	\$ -9.464.681,77
51	\$ 641.594,31	\$ -75.717,45	\$ 717.311,77	\$ -10.181.993,54
52	\$ 641.594,31	\$ -81.455,95	\$ 723.050,26	\$ -10.905.043,80
53	\$ 641.594,31	\$ -87.240,35	\$ 728.834,66	\$ -11.633.878,46
54	\$ 641.594,31	\$ -93.071,03	\$ 734.665,34	\$ -12.368.543,81
55	\$ 641.594,31	\$ -98.948,35	\$ 740.542,66	\$ -13.109.086,47
56	\$ 641.594,31	\$ -104.872,69	\$ 746.467,00	\$ -13.855.553,47
57	\$ 641.594,31	\$ -110.844,43	\$ 752.438,74	\$ -14.607.992,21
58	\$ 641.594,31	\$ -116.863,94	\$ 758.458,25	\$ -15.366.450,46
59	\$ 641.594,31	\$ -122.931,60	\$ 764.525,92	\$ -16.130.976,38
60	\$ 641.594,31	\$ -129.047,81	\$ 770.642,12	\$ -16.901.618,51

Fuente: Elaboración propia

5.3 COSTOS Y GASTOS

5.3.1 Costos y gastos fijos.

Cuadro 79. Costos y gastos fijos

COSTOS FIJOS	VALOR ANUAL
Arriendo	\$ 18.000.000
Servicio de acueducto y alcantarillado	\$ 660.000
Energía	\$ 1.200.000
Publicidad de operación	\$ 1.890.000
Contratación externa (contador)	\$ 3.000.000
Papelería	\$ 840.000
Imprevistos	\$ 840.000
Telefonía	\$ 840.000
Internet	\$ 840.000
Gastos de personal administrativo	\$ 28.997.656
Gastos de personal de ventas	\$ 48.960.637
Amortización de diferidos	\$ 3.087.099
Depreciaciones	\$ 4.201.726
TOTAL	\$ 113.357.118

Fuente: Elaboración propia

5.3.2 Costos y gastos variables.

Cuadro 80. Costos y gastos variables

COSTOS VARIABLES	VALOR ANUAL
Insumos	\$ 1.993.080
Materia prima MP	\$ 4.093.740
Servicio de acueducto y alcantarillado	\$ 3.600.000
Energía	\$ 2.400.000
Mano de obra directa MOD	\$ 49.713.526
TOTAL	\$ 61.800.346

Fuente: Elaboración propia

5.3.3 Costo y gasto total unitario.

Cuadro 81. Costos totales unitarios

ITEM	VALOR ANUAL
Costos fijos	\$ 113.357.118
Costos variables	\$ 61.800.346
TOTAL	\$ 175.157.464

Fuente: Elaboración propia

5.3.3.1 Valor costo unitario promedio. Se realiza una operación en donde se divide los costos totales unitarios \$ 175.157.464 anual con la capacidad proyectada del primer año 2940 servicios/año para hallar un estimado del promedio de precio de venta.

$$\text{\$ } 175.157.464 / 2940 \text{ servicios/año} = \text{\$ } 59.577$$

5.4 PRECIO DE VENTA

Para hallar el precio de venta se emplea la siguiente fórmula contemplando un margen de utilidad diferente de acuerdo con el tamaño de la mascota; teniendo en cuenta que la cantidad de materia prima e insumos para cada uno en el proceso ya que un servicio requiere de mayor disposición que otros, así como gastos de distribuciones contemplados. De esta manera, se realiza un ajuste manual al precio de venta arrojado acorde a las necesidades y dentro de los precios encontrados en la competencia en la que sigue siendo asequible para las personas.

El margen de utilidad contemplado para hallar el precio de venta para cada servicio es del

40% y aunque es un valor alto está en función la calidad del servicio en este punto es un factor determinante a tener en cuenta ya que al considerar un valor por encima de los ofrecidos por la competencia para el consumidor es altamente probable que no lo compre. Del mismo modo, un producto con muy bajo costo con las características de lo ofrecido generara dudas al comprador.

Cálculo precio de venta

$$\text{Precio de venta} = \text{costo total unitario} / (1 - \text{margen de utilidad esperada})$$

Cuadro 82. Precio de venta

REFERENCIA	COSTO DE INSUMOS TOTALES POR SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	VALOR AJUSTADO
MASCOTA GRANDE	\$ 1.604	40,0%	\$ 2.674	\$ 40.000
MASCOTA MEDIANA	\$ 1.349	40,0%	\$ 2.249	\$ 35.000
MASCOTA PEQUEÑA	\$ 1.230	40,0%	\$ 2.051	\$ 25.000
TOTAL	\$ 4.184		\$ 6.974	\$ 100.000

Fuente: Elaboración propia

5.5 PROYECCIONES FINANCIERAS

Para el desarrollo del objeto social es necesario obtener ingresos por la venta del producto.

5.5.1 Ingresos. Se presentan los ingresos para los 5 años siguientes, teniendo en cuenta la capacidad utilizada proyectada durante el horizonte del proyecto.

Tabla 4. Proyección de ingresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MASCOTA GRANDE					
precio de venta	\$ 40.000	\$ 66.667	\$ 111.111	\$ 185.185	\$ 308.642
capacidad anual	647	739	832	924	1.016
INGRESOS	\$ 25.872.000	\$ 49.280.000	\$ 92.400.000	\$ 171.111.111	\$ 313.703.704
MASCOTA MEDIANA					
precio de venta	\$ 35.000	\$ 58.333	\$ 97.222	\$ 162.037	\$ 270.062
capacidad anual	941	1075	1210	1344	1478
INGRESOS	\$ 32.928.000	\$ 62.720.000	\$ 117.600.000	\$ 217.777.778	\$ 399.259.259
MASCOTA PEQUEÑA					
precio de venta	\$ 25.000	\$ 41.667	\$ 69.444	\$ 115.741	\$ 192.901
capacidad anual	1.352	1.546	1.739	1.932	2.125
INGRESOS	\$ 33.810.000	\$ 64.400.000	\$ 120.750.000	\$ 223.611.111	\$ 409.953.704
TOTAL	\$ 92.610.000	\$ 176.400.000	\$ 330.750.000	\$ 612.500.000	\$ 1.122.916.667
CAPACIDAD ANUAL TOTAL	2.940	3.360	3.780	4.200	4.620

Fuente: Elaboración propia

5.5.2 Proyección de los Egresos.

De acuerdo con los cálculos efectuados, se presentan proyecciones financieras correspondientes a ingresos y egresos para los primeros 5 años de funcionamiento del proyecto.

Tabla 5. Proyección de egresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
Servicio de acueducto y alcantarillado	\$ 660.000	\$ 660.000	\$ 660.000	\$ 660.000	\$ 660.000
Energia	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Publicidad de operación	\$ 1.890.000	\$ 1.890.000	\$ 1.890.000	\$ 1.890.000	\$ 1.890.000
Contratacion externa (servicios contables)	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Papeleria	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Imprevistos	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Telefonia	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Internet	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
Gastos de personal administrativo	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656
Gastos personal de ventas	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637
Insumos	\$ 1.993.080	\$ 2.277.806	\$ 2.562.531	\$ 2.847.257	\$ 3.131.983
Materia prima MT	\$ 4.093.740	\$ 4.678.560	\$ 5.263.380	\$ 5.848.199	\$ 6.433.019
Servicio de acueducto y alcantarillado	\$ 3.600.000	\$ 4.114.286	\$ 4.628.571	\$ 5.142.857	\$ 5.657.143
Energia	\$ 2.400.000	\$ 2.742.857	\$ 3.085.714	\$ 3.428.571	\$ 3.771.429
Mano de obra directa MOD	\$ 49.713.526	\$ 49.713.526	\$ 49.713.526	\$ 55.237.251	\$ 60.760.976
Abono a capital	\$ 6.040.318	\$ 6.646.396	\$ 7.313.286	\$ 8.125.874	\$ 8.938.461
Gastos financieros	\$ 1.658.814	\$ 1.052.736	\$ 385.845	\$ 428.717	\$ 476.352
TOTAL	\$ 175.567.770	\$ 177.294.459	\$ 179.021.147	\$ 187.127.020	\$ 195.237.656

Fuente: Elaboración propia

5.6 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑO

5.6.1 Estados de resultados proyectados a 5 años. Permite realizar proyecciones sobre los futuros ingresos y gastos que generará la empresa.

Tabla 6. Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 92.610.000	\$ 176.400.000	\$ 330.750.000	\$ 612.500.000	\$ 1.122.916.667
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
materia prima	\$ 4.093.740	\$ 4.678.560	\$ 5.263.380	\$ 5.848.199	\$ 6.433.019
mano de obra directa MOD	\$ 49.713.526	\$ 49.713.526	\$ 49.713.526	\$ 55.237.251	\$ 60.760.976
costos indirectos de fabricación CIF	\$ 7.993.080	\$ 9.134.949	\$ 10.276.817	\$ 11.418.686	\$ 12.560.554
UTILIDAD BRUTA	\$ 30.809.654	\$ 112.872.966	\$ 265.496.277	\$ 539.995.864	\$ 1.043.162.117
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
gastos de personal administrativo	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656
gastos de personal de ventas	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637
gastos generales	\$ 35.398.826	\$ 35.398.826	\$ 35.398.826	\$ 35.398.826	\$ 35.398.826
UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 82.547.464	-\$ 484.152	\$ 152.139.159	\$ 426.638.745	\$ 929.804.998
menos gastos financieros (intereses)	\$ 1.658.814	\$ 1.052.736	\$ 385.845	\$ 428.717	\$ 476.352
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 84.206.278	-\$ 1.536.888	\$ 151.753.314	\$ 426.210.028	\$ 929.328.646
menos impuesto de renta	33%-\$ 27.788.072	-\$ 507.173	\$ 50.078.594	\$ 140.649.309	\$ 306.678.453
UTILIDAD NETA	-\$ 56.418.206	-\$ 1.029.715	\$ 101.674.720	\$ 285.560.719	\$ 622.650.193
menos reserva legal	10%-\$ 5.641.821	-\$ 102.972	\$ 10.167.472	\$ 28.556.072	\$ 62.265.019
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-\$ 50.776.385	-\$ 926.744	\$ 91.507.248	\$ 257.004.647	\$ 560.385.174

Fuente: Elaboración propia

5.6.2 Flujo de caja proyectado.

Tabla 7. Flujo de caja proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
operacionales		\$ 92.610.000	\$ 176.400.000	\$ 330.750.000	\$ 612.500.000	\$ 1.122.916.667
capital social	\$ 33.000.000					
prestamo bancario	\$ 20.000.000					
TOTAL	\$ 53.000.000	\$ 92.610.000	\$ 176.400.000	\$ 330.750.000	\$ 612.500.000	\$ 1.122.916.667
EGRESOS						
compra activos fijos	\$ 23.537.143					
inversion activos diferidos	\$ 15.435.496					
arriendo		\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000	\$ 18.000.000
servicio de acueducto y alcantarillado		\$ 660.000	\$ 660.000	\$ 660.000	\$ 660.000	\$ 660.000
energia		\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
publicidad de operación		\$ 1.890.000	\$ 1.890.000	\$ 1.890.000	\$ 1.890.000	\$ 1.890.000
contratación externa(servicios contables)		\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
papelaria		\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
imprevistos		\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
telefonía		\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
internet		\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000	\$ 840.000
gastos de personal administrativo		\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656	\$ 28.997.656
gastos de personal de ventas		\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637	\$ 48.960.637
insumos		\$ 1.993.080	\$ 2.277.806	\$ 2.562.531	\$ 2.847.257	\$ 3.131.983
materia prima		\$ 4.093.740	\$ 4.678.560	\$ 5.263.380	\$ 5.848.199	\$ 6.433.019
servicio de acueducto y alcantarillado		\$ 3.600.000	\$ 4.114.286	\$ 4.628.571	\$ 5.142.857	\$ 5.657.143
energia		\$ 2.400.000	\$ 2.742.857	\$ 3.085.714	\$ 3.428.571	\$ 3.771.429
mano de obra directa MOD		\$ 49.713.526	\$ 49.713.526	\$ 49.713.526	\$ 49.713.526	\$ 49.713.526
Gastos financieros (intereses)		\$ 1.658.814	\$ 1.052.736	\$ 385.845	\$ -	\$ -
abono a capital		\$ 6.040.318	\$ 6.646.396	\$ 7.313.286	\$ 0	\$ 0
impuesto de renta			-\$ 27.788.072	-\$ 507.173	\$ 50.078.594	\$ 142.613.615
TOTAL EGRESOS	\$ 38.972.639	\$ 175.567.770	\$ 149.506.387	\$ 178.513.974	\$ 223.127.297	\$ 317.389.008
INGRESOS-EGRESOS	\$ 14.027.361	-\$ 82.957.770	\$ 26.893.613	\$ 152.236.026	\$ 389.372.703	\$ 805.527.659
valor salvamento						\$ 2.528.511
SALDO NETO DE CAJA	\$ 14.027.361	-\$ 82.957.770	\$ 26.893.613	\$ 152.236.026	\$ 389.372.703	\$ 808.056.170
saldo de caja anterior		\$ 14.027.361	-\$ 68.930.409	-\$ 42.036.796	\$ 110.199.230	\$ 499.571.933
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 14.027.361	-\$ 68.930.409	-\$ 42.036.796	\$ 110.199.230	\$ 499.571.933	\$ 1.305.099.592

5.6.3 Balance general y proyectado.

Teniendo en cuenta los ejercicios anteriores se realiza el balance general proyectado a 5 años.

Tabla 8. Balance general proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
bancos	\$ 14.027.361	-\$ 68.930.409	-\$ 42.036.796	\$ 110.199.230	\$ 499.571.933	\$ 1.305.099.592
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 14.027.361	-\$ 68.930.409	-\$ 42.036.796	\$ 110.199.230	\$ 499.571.933	\$ 1.305.099.592
ACTIVOS FIJOS						
maquinaria y equipo	\$ 13.172.821	\$ 13.172.821	\$ 13.172.821	\$ 13.172.821	\$ 13.172.821	\$ 13.172.821
muebles y enseres	\$ 3.060.790	\$ 3.060.790	\$ 3.060.790	\$ 3.060.790	\$ 3.060.790	\$ 3.060.790
equipos de oficina	\$ 5.307.300	\$ 5.307.300	\$ 5.307.300	\$ 5.307.300	\$ 5.307.300	\$ 5.307.300
herramientas	\$ 1.996.232	\$ 1.996.232	\$ 1.996.232	\$ 1.996.232	\$ 1.996.232	\$ 1.996.232
menos depreciacion acumulada	\$ -	-\$ 4.201.726	-\$ 8.403.453	-\$ 12.605.179	-\$ 16.806.906	-\$ 21.008.632
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 23.537.143	\$ 19.335.417	\$ 15.133.690	\$ 10.931.964	\$ 6.730.237	\$ 2.528.511
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 15.435.496	\$ 15.435.496	\$ 15.435.496	\$ 15.435.496	\$ 15.435.496	\$ 15.435.496
menos amortizacion acumulada	\$ -	-\$ 3.087.099	-\$ 6.174.198	-\$ 9.261.298	-\$ 12.348.397	-\$ 15.435.496
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 15.435.496	\$ 12.348.397	\$ 9.261.298	\$ 6.174.198	\$ 3.087.099	\$ -
ACTIVOS TOTALES	\$ 53.000.000	-\$ 37.246.596	-\$ 17.641.808	\$ 127.305.392	\$ 509.389.270	\$ 1.307.628.103
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
impuesto de renta	\$ -	-\$ 27.788.072	-\$ 507.173	\$ 50.078.594	\$ 142.613.615	\$ 310.481.308
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -	-\$ 27.788.072	-\$ 507.173	\$ 50.078.594	\$ 142.613.615	\$ 310.481.308
PASIVOS NO CORRIENTES						
obligaciones financieras a largo plazo	\$ 20.000.000	\$ 13.959.682	\$ 7.313.286	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 20.000.000	\$ 13.959.682	\$ 7.313.286	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 20.000.000	-\$ 13.828.390	\$ 6.806.113	\$ 50.078.594	\$ 142.613.615	\$ 310.481.308
PATRIMONIO						
capital social	\$ 33.000.000	\$ 33.000.000	\$ 33.000.000	\$ 33.000.000	\$ 33.000.000	\$ 33.000.000
reserva legal acumulada		-\$ 5.641.821	-\$ 5.744.792	\$ 4.422.680	\$ 33.377.565	\$ 96.414.679
utilidades ejercicios anteriores acumuladas			-\$ 50.776.385	-\$ 51.703.129	\$ 39.804.119	\$ 300.398.089
utilidad del ejercicio		-\$ 50.776.385	-\$ 926.744	\$ 91.507.248	\$ 260.593.970	\$ 567.334.027
PATRIMONIO TOTAL	\$ 33.000.000	-\$ 23.418.206	-\$ 24.447.921	\$ 77.226.799	\$ 366.775.654	\$ 997.146.795
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 53.000.000	-\$ 37.246.596	-\$ 17.641.808	\$ 127.305.392	\$ 509.389.270	\$ 1.307.628.103

6 EVALUACION DEL PROYECTO

6.1 Evaluación social y los aspectos claves de la responsabilidad social empresarial.

Teniendo en cuenta el estudio realizado a la empresa estética TANGLED, la identificación y evaluación de cada uno, se procede a realizar la construcción del plan de responsabilidad social empresarial abarcando las dimensiones económicas, social y ambiental, las estrategias que se implementarán, los recursos y seguimiento con los que se medirán los resultados

6.2 IMPACTO SOCIAL

La estética TANGLED como empresa promueve al emprendimiento para generar interés en todas las personas a seguir creciendo y creer en otras oportunidades no solo de crear empresa sino además la de generar empleo, ya que se requiere de personal para este tipo de iniciativas lo que contribuye a disminuir la tasa de desempleo.

Siendo muy favorable para la economía de la ciudad al generar este tipo de impactos social.

6.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Se tiene como uno de los principales aspectos, procurar y preservar el medio ambiente mediante la utilización de productos amigables, estos además de brindar una máxima protección en el cuidado de la salud de las mascotas que visitaran TANGLED y que no

traen impacto negativo frente al medio ambiente.




Otros aspectos que se tiene en cuenta es el poder apoyar otro tipo de entidades como instituciones o fundaciones que se dedican a la ayuda de los animales en situación de vulnerabilidad, en el cual se busca defender y proteger sus derechos,







En contra del maltrato, igualmente los desechos serán tratados bajo parámetros con supervisión y reporte a las autoridades correspondientes.

6.3.1 Matriz de evaluación de impactos. Se procede a realizar la matriz de impacto frente a cada uno de los elementos agua, suelo y aire; teniendo en cuenta cada uno de los residuos que genera cada área de la empresa y del impacto que tiene cada uno en las actividades que se desarrollan y pueden de alguna manera perjudicar personal que se encuentra laborando y cada uno de los visitantes que se atienden diariamente.

Entre los aspectos valorados en materia de medio ambiente y ecología los que más generan preocupación es el uso del agua y generación de ruido

Cuadro 83. Matriz de impacto Ambiental

	ESTABLE
	MEDIO
	CRITICO

AREAS	ACTIVIDAD	IMPACTO		
		AGU A	AIR E	TIERR A
ADMINISTRACI ÓN	Consumo de agua			
	Consumo de energía			

	Generación de residuos			
	Generación de ruido			
	Generación de vertimientos			
	Generación de emisiones atmosféricas			
SERVICIO DE VENTAS	Consumo de agua			
	Consumo de energía			
	Generación de residuos			
	Generación de ruido			
	Generación de vertimientos			
	Generación de emisiones atmosféricas			
OPERATIVA	Consumo de agua			
	Consumo de energía			
	Generación de residuos			
	Generación de ruido			
	Generación de vertimientos			
	Generación de emisiones atmosféricas			

Fuente: Elaboración propia

6.3.2 Plan de mitigación. Se realiza el análisis de los posibles riesgos de impactos ambientales que tendrá el desarrollo del proyecto y se concluye que no hay un factor que ponga en riesgo cada una de las operaciones que desarrollara la empresa, efectivamente se evidencia que hay factores que generan un impacto más alto que otros como el uso de agua y generación de ruido por parte del área operativa en donde se lleva a cabo la limpieza de las mascotas y por ende se genera ruido de los instrumentos que se requieren y adicional el posible ruido que puedan emitir algunas mascotas, por lo que no influye negativamente pues los muros o paredes que separan esta área son con aislamiento para el ruido el consumo de agua se desarrollara de manera controlada para mitigar el desperdicio de la misma, los desechos tendrán la disposición final adecuada y estarán dirigidos a los vertederos correspondientes.

6.4 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.4.1 Tasa de oportunidad. Es la tasa de retorno de la inversión que se aplica al cálculo del valor presente.

En primera medida se calcula la tasa de oportunidad y la tasa mínima atractiva de retorno TMAR, teniendo en cuenta el valor del TES y la tasa de riesgo, indicando lo dispuesto a ganar en el momento de hacer efectiva la inversión del proyecto.

Tasa de oportunidad

$$\begin{aligned}TIO &= ((1 + TES)(1 + TR) - 1) * 100 \\TIO &= ((1 + 4,3573\%)(1 + 10) - 1) * 100 \\TIO &= ((1 + 0,0435)(1 + 0,1) - 1) * 100 \\TIO &= (1,0435)(1,1) - 1 * 100 \\TIO &= (1,14785 - 1) * 100 \\TIO &= 0,14785 * 100 \\TIO &= 14,78\%\end{aligned}$$

Al validar el porcentaje obtenido sobre la tasa de oportunidad de un 14.78%, se determina que esta viabilidad de negocio dejara una rentabilidad favorable desde su inicio lo que hace llamativa la creación de una estética de mascotas en la ciudad de Bucaramanga.

Cuadro 84. Variables tasas de descuento

ITEMS	CONCEPTO	%
TIO	Tasa de interés de oportunidad	14,78%
RP	Porcentaje de recursos propios	62,2%
RC	Porcentaje de recursos crédito	37,7%
TI	Tasa de interés del crédito	10,03%
%IP	Porcentaje impuesto de renta	33%
TES	Títulos de tesorería Banco de la República	4,35%
TR	Tasa de riesgo	10%
Ti	Tasa de inflación	3%(proyectada al 2023)

La tasa de oportunidad se reemplaza con la siguiente formula y se da relación de:

TMAR

$$TMAR = (TIO * RP) + (RC * TI * (1 - \%IMP))$$

$$TMAR = (14,78\% * 62,2\%) + (37,7\% * 10,03 * (1 - 33\%))$$

$$TMAR = (0,1478 * 0,622) + (0,377 * 0,1003 * (1 - 0,33))$$

$$TMAR = (0,07256) + (0,03373)$$

$$TMAR = 0,11 * 100$$

$$TMAR = 11,\%$$

Se tiene como referencia la inflación para abril del 2022 la cual de acuerdo con el análisis de la tasa de oportunidad del proyecto es viable y sería un aporte para la economía del sector y de la región en general debido a que se encuentra por encima de la inflación vigente "8,53"⁷⁹.

⁷⁹ Consultado el 10 abril de 2022 en línea file:///C:/Users/Usuario/Desktop/En%20vivo_%20Inflaci%C3%B3n%20en%20Colombia%20marzo%20de%202022%20_%20Econom%C3%ADa%20_%20Portafolio.pdf

Al trabajar en pesos constantes se deflacta bajo la siguiente fórmula:

TMAR deflactada

$$TMAR_{deflactada} = \frac{((1 + TMAR) - 1)}{(1 + Ti)} * 100$$

$$TMAR_{deflactada} = \frac{(1 + 11\%) - 1}{(1 + 3)} * 100$$

$$TMAR_{deflactada} = \frac{(1 + 0,11) - 1}{(1 + 0,03)} * 100$$

$$TMAR_{deflactada} = \frac{0,11}{1,03} * 100$$

$$TMAR_{deflactada} = 10,67\%$$

Al validar los resultados obtenidos en la TMAR se puede observar que esta tiene una tasa de rendimiento mínima de 10.67%, lo cual hace que este sea un proyecto viable a su inversión ya que este tendrá la capacidad de generar un rendimiento mínimo esperado que podrá crecer a partir de la acogida constante en el mercado.

Cuadro 85. Evaluación financiera

	CONCEPTO	%
5	TMAR	11%
6	TMAR Deflactada	10,67%

6.4.2 Valor presente neto. Consiste en actualizar cada uno de los costos y pagos del proyecto con el fin de conocer cuánto se ganará o perderá en la inversión.

Se considera aceptable el proyecto, si el valor actual neto es mayor o igual a cero (0). Se calcula para la inversión total y el aporte propio.

Cuadro 86. Valor presente neto.

AÑO		FLUJO ESPERADO	TASA DE DESCUENTO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
Año	0	\$ -53.018.792	10,03%	1,000000	\$ -53.018.792
Año	1	\$ -110.565.737	10,03%	0,908843	\$ -100.486.901
Año	2	\$ 427.514	10,03%	0,825996	\$ 353.125
Año	3	\$ 126.911.796	10,03%	0,750700	\$ 95.272.739
Año	4	\$ 357.491.209	10,03%	0,682269	\$ 243.905.119
Año	5	\$ 774.788.034	10,03%	0,620075	\$ 480.426.926
VALOR PRESENTE ANUAL					\$ 666.452.215

Fuente: Elaboración propia

6.4.3 Tasa interna de retorno TIR. Es aquella tasa que, aplicada a un flujo futuro de fondos, hace que el valor actual neto sea igual a cero (0).

Tabla 9. Cálculo tasa interna de retorno TIR

CONCEPTO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales		\$ 122.640.000	\$ 229.950.000	\$ 425.833.333	\$ 780.694.444	\$ 1.419.444.444
Total ingresos operacionales		\$ 122.640.000	\$ 229.950.000	\$ 425.833.333	\$ 780.694.444	\$ 1.419.444.444
FLUJO DE CAJA BRUTO		\$ 36.346.561	\$ 143.071.741	\$ 338.370.254	\$ 692.646.545	\$ 1.330.811.725
Total inversiones	\$ 53.067.527	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA LIBRE	-\$ 53.067.527	-\$ 81.120.557	\$ 43.675.785	\$ 203.884.698	\$ 493.822.120	\$ 1.015.278.510

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 87. Tasa interna de retorno

Año 0	\$	-53.018.792
Año 1	\$	-110.565.737
Año 2	\$	427.514
año 3	\$	126.911.796
Año 4	\$	357.491.209
Año 5	\$	774.788.034
TIR		72,04%

Fuente: Elaboración propia

Al incluir los valores de los saldos netos de caja, la Tasa Interna de Retorno necesaria para igualar el Valor presente neto a cero es de 72,04%. Esto significa que por cada \$1 peso invertido en la empresa retornaría 72,04 pesos con trece pesos para un periodo realizado de 5 años.

6.4.4 Periodo de recuperación. El total de la inversión del proyecto que en su momento su valor es de \$ 53'000,000 a valor presente. Este revela con precisión, en años, meses y días la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

Cuadro 88. Flujo acumulado

	FLUJO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	\$ 53.018.792	\$ 53.018.792
AÑO 1	\$ -110.565.737	\$ -110.565.737
AÑO 2	\$ 427.514	\$ -110.138.223
AÑO 3	\$ 126.911.796	\$ 16.773.573
AÑO 4	\$ 357.491.209	\$ 374.264.782
AÑO 5	\$ 774.788.034	\$ 1.149.052.816

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 89. Cálculo periodo de recuperación

INVERSIÓN INICIAL	\$	53.000.000
ULTIMO FLUJO	\$	126.911.796
POR RECUPERAR	\$	163.138.223
PR: AÑOS		1,29
P.R		1 AÑOS + 29
P.R		1,29

Fuente: Elaboración propia

6.4.5 Análisis de razones financieras. El análisis financiero comprende, la recopilación, interpretación y comparación de los estados financieros con el fin de obtener información que contribuya en la forma de tomar decisiones para la empresa.

Con base en los anteriores estados financieros proyectados en base al estudio financiero, se establece las siguientes razones financieras.

6.4.5.1 Capital de trabajo. La empresa TANGLED cuenta con \$ 14´046.153 de capital de trabajo para el funcionamiento de su segundo año de funcionamiento, teniendo en cuenta que no se cubrirá totalmente dicho gasto el primer año.

Cuadro 90. Capital trabajo

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-\$ 41.142.337	-\$ 41.529.623	\$ 60.120.637	\$ 356.958.318	\$ 994.618.284

Fuente: Elaboración propia

6.4.5.2 Nivel de endeudamiento. Por cada \$ peso que la empresa tiene invertido en activos se ha financiado \$ 0,37 pesos en el primer año.

Cuadro 91. Nivel de endeudamiento

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
0,37	-0,39	0,39	0,28	0,24

Fuente: Elaboración propia

6.4.5.3 Rotación de activos. Por cada \$ peso invertido en los activos totales del proyecto hasta el 3 año se obtienen ventas de \$ 2,60 pesos.

Cuadro 92. Rotación de activos

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
- 2,49	- 10,00	2,60	1,20	0,86

Fuente: Elaboración propia

6.4.5.4 Leverage financiero. Por cada \$ peso que tienen los socios en el patrimonio de la empresa está comprometido \$ 1 peso con noventa y un centavos de inversión total en el primer año.

Cuadro 93. Leverage financiero

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,59	0,72	1,65	1,39	1,31

Fuente: Elaboración propia

6.4.5.5 Margen neto de utilidad. Por cada \$ 100 pesos en ventas la empresa genera una utilidad neta de \$ -61 pesos para su primer año de funcionamiento, sin embargo, se presenta un crecimiento favorable para el tercer año del 31% con un crecimiento importante durante el horizonte del proyecto alcanzando un crecimiento hasta un 56% al quinto año de ejecución.

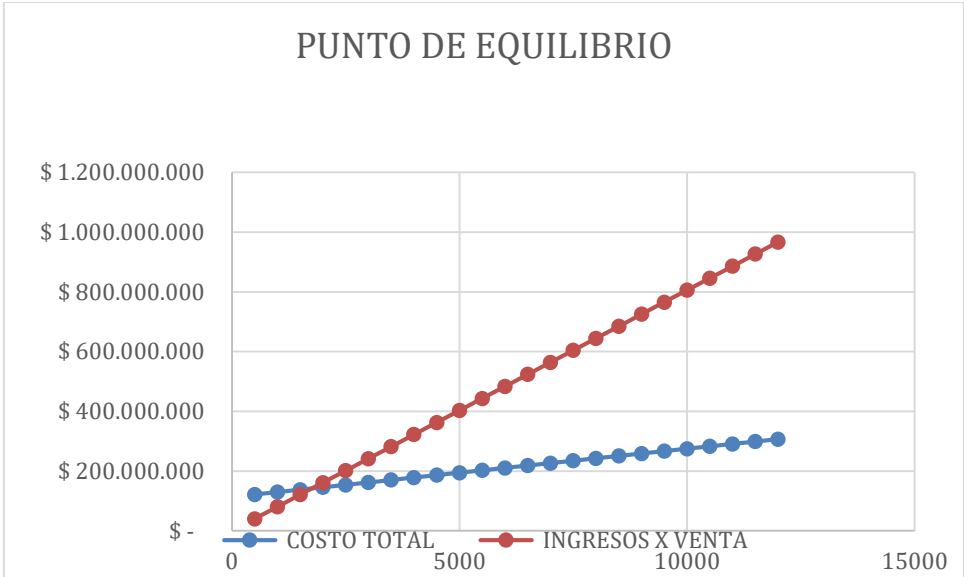
Cuadro 94. Margen neto de utilidad

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-61%	-1%	31%	47%	56%

Fuente: Elaboración propia

6.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 95. Punto de equilibrio



Como análisis se puede observar que para poder alcanzar el punto equilibrio se necesita tener un nivel de ventas de \$ 200.000.000 de pesos que se cubre con una ocupación

del 116% de su capacidad.

Con la venta de 2500 en calculo anual aproximadamente se estaría cubriendo los costos fijos y costos variables, un aumento por encima de este punto dará como resultado una rentabilidad o caso contrario ocasionara perdidas.

7. CONCLUSIONES

El anterior estudio de factibilidad permite demostrar el funcionamiento y la proyección de una estética para mascotas con cada una de las etapas que este debe pasar para su creación y funcionamiento, así mismo permite identificar y plasmar los principales aspectos que se deben tener en cuenta para proyectar el modelo de negocio deseado que materialice la creatividad e imaginación de sus creadores en una forma productiva y con márgenes de error mínimos.

El estudio de mercados realizado permitió conocer el mercado potencial y objetivo de la estética TANGLED, evaluando su viabilidad como proyecto. Esto proporcionó una comprensión clara de las oportunidades y desafíos que enfrenta la empresa en la ciudad de Bucaramanga.

El análisis de la demanda revela las necesidades, debilidades y fortalezas en las empresas competidoras, lo que permite comprender el comportamiento del servicio en el mercado de estética para mascotas en Bucaramanga. Esto proporciona información valiosa para ajustar la propuesta de valor de TANGLED y satisfacer las demandas del mercado.

La investigación sobre las preferencias, gustos y hábitos de las personas que tienen mascotas ayudó a definir los precios de los servicios a ofrecer y comprender el comportamiento del consumidor en cuanto al cuidado de sus mascotas. Esto permitió adaptar la oferta de TANGLED de acuerdo con las necesidades y preferencias del mercado objetivo.

El análisis de precios realizado proporcionó información sobre las estrategias adecuadas de introducción al mercado y determinó el valor que los clientes están dispuestos a pagar por los servicios de estética para mascotas. Esto permitió establecer precios competitivos y rentables para TANGLED.

El análisis del tipo de publicidad adecuada, mediante el uso de fuentes primarias como encuestas, permitió identificar los canales de comunicación más efectivos para dar a conocer la estética TANGLED. Esto aseguró una mayor visibilidad y alcance hacia el público objetivo.

La identificación de estrategias de comercialización efectivas permitió a TANGLED aumentar el número de servicios diarios en comparación con la competencia. Esto incluyó tácticas de diferenciación, promociones especiales y mejora en la experiencia del cliente, generando un crecimiento en la base de clientes y fidelización.

En resumen, el estudio de mercados y los objetivos establecidos proporcionaron a TANGLED una base sólida para comprender el mercado de estética para mascotas en Bucaramanga y tomar decisiones estratégicas que le permitieron posicionarse de manera efectiva y satisfacer las necesidades del cliente.

En conclusión, el estudio técnico realizado para el proyecto de comercialización de servicios estéticos para mascotas (TANGLED) ha determinado el tamaño del proyecto, tomando en cuenta diversas variables. El tamaño del proyecto se define en función del número de servicios ofrecidos por año, con énfasis en el corte, baño y masaje de las mascotas.

Los factores que influyen en la determinación del tamaño del proyecto incluyen la capacidad financiera, dimensiones del mercado, disponibilidad de insumos, tecnología, demanda, localización, capacidad administrativa, impacto ambiental y recursos humanos.

La demanda de servicios se describe en cantidades, basándose en datos proporcionados por la investigación de mercados. Los insumos utilizados son de origen local, lo que permite a TANGLED ser competitivo en el mercado. La tecnología y los equipos utilizados son estándar para el tipo de productos a producir y la localización elegida es Bucaramanga, donde existen empresas del mismo sector.

El estudio técnico ha evaluado el tamaño del proyecto, la demanda, los suministros e insumos, la tecnología y equipos, la localización, el financiamiento y la capacidad del proyecto. Estos análisis permiten tener una visión clara de la viabilidad y potencial del proyecto de comercialización de servicios estéticos para mascotas.

El estudio administrativo es esencial para establecer una empresa de estética para mascotas, considerando aspectos legales y organizacionales. La empresa busca ser líder en su campo, brindando servicios de alta calidad y cuidado responsable de los animales, basándose en principios y valores sólidos.

El estudio financiero del proyecto de la empresa TANGLED ha evaluado la viabilidad económica y los costos operativos necesarios para su implementación. Las inversiones necesarias se dividen en activos fijos tangibles, como maquinaria, muebles y equipos de oficina, y en el arrendamiento de un local adecuado. No se requiere construcción de edificaciones. Estas inversiones son esenciales para respaldar las operaciones y garantizar la prestación de servicios de calidad en TANGLED.

8. RECOMENDACIONES

Al momento de realizar la aplicación del plan de negocio se deberá tener en cuenta la actualización de estudios realizados con el fin de conocer el comportamiento del sector, teniendo en cuenta el impacto económico que pueden generar las modificaciones normativas, situaciones sociales, publicas por las que atraviase la región.

Se recomienda la capacitación constante sobre los procesos y servicios, puesto que el desarrollo de las estéticas para mascotas en el país, es una actividad que está en auge y constante cambio. Por ende, el éxito en la aplicación del proyecto también depende de un personal altamente calificado en la materia.

Al prestar un servicio de baño, peluquería, limpieza, y demás actividades que intervienen con seres vivos, es importante la aplicación de las normas de calidad y reglamentos estipulados por la ley, e igualmente aplicar la normatividad actual en sus procesos con el fin de mantener una mejora continua.

Se deberán implementar más estrategias de mercadeo y publicidad que permitan llegar al público objetivo y de esta manera generar mayor demanda para el negocio. Es importante tener en cuenta el impacto de las redes sociales en la publicidad actual como tendencia para la captación de clientes.

A la Universidad Industrial de Santander, el continuo apoyo de los desarrollos y emprendimientos empresariales fomentados por el instituto de Proyección Regional y de Educación a Distancia, fomentando la cooperación e implementación de capitales semilla que permitan a los emprendedores materializar sus proyectos y apoyen así al crecimiento de la región.

BIBLIOGRAFIA

24 HORAS. Descubre la importancia de las mascotas en la vida humana. 2016. [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.24horas.cl/tendencias/mascotas/descubre-la-importancia-de-las-mascotas-en-la-vida-humana-2153400>

AGROCAMPO.B-Air soplador para perros y gatos FidoMax color azul.(s.f.) . [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.agrocampo.com.co/b-air-soplador-para-perros-y-gatos-fido-max-color-azul>

AGROCAMPO.Esquiladora profesional Walh 2 velocidades km5.(s.f.) . [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.agrocampo.com.co/esquiladora-profesional-walhr-2-velocidades-km-5>

AGROCAMPO.Set de guias universal 10 piezas Oster .(s.f.) . [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.agrocampo.com.co/set-de-guias-universal-10-piezas-osterr>

AGROCAMPO.Guacal mascotas Vari Kennel Talla S.(s.f.) . [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.agrocampo.com.co/guacal-mascotas-vari-kennel-talla-s>

AGROCAMPO.Cepillos y peines para perros.(s.f.) . [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.agrocampo.com.co/rastrillo-con-dientes-giratorios-85874799>

AGROCAMPO.Rastrillo con dientes giratorios (s.f.) . [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.agrocampo.com.co/perros/cuidado-e>

higiene/cepillos-y-peines

ALKOMPRAR 20 AÑOS.Tecnología a tu alcance. (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: https://www.alkomprar.com/tv/smart-tv/c/BI_120?gclid=Cj0KCQiAgK2qBhCHARIsAGACuzk60z8Rn3NUuxAIQEH9Dgh83qvV1aPwIW9NS5B_MGLxh114wdQQCCUaAunBEALw_wcB

ALKOMPRAR 20 AÑOS.Silla oficina tukasa . (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.alkomprar.com/silla-oficina-tukasa-montecarlo-blanca/p/7705946585675>

ALKOMPRAR 20 AÑOS.Biblioteca Practimar . (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.alkomprar.com/biblioteca-practimac-oslo-599-cm-wengue/p/7707070839846>

ALKOMPRAR 20 AÑOS.Silla Rimax shia con brazos. (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.alkomprar.com/silla-rimax-shia-con-brazos-mocca/p/7705152094022>

ALKOMPRAR 20 AÑOS.Computador portatil HP. (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.alkomprar.com/telefono-inalambrico-motorola-m700-2-ca-negro/p/183420003445>

ALKOMPRAR 20 AÑOS.Telefono inalambrico motrola (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.alkomprar.com/computador-portatil-hp-14-pulgadas-hp-240g7-intel-core-i3-4-gb-ram-disco-duro-1tb-negro/p/194850913723>

ALKOMPRAR 20 AÑOS.Telefonos celulares (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: https://www.alkomprar.com/celulares/telefonos-celulares/c/BI_101

ALKOMPRAR 20 AÑOS Cámara fija interior y exterior. (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en <https://www.alkomprar.com/camara-fija-exterior-interior-vta-dia-noche-rotativa/p/7702271846136>

ALKOSTO. Calentador paso challenger 6 litros. (s.f.) en línea] [Consultado el 16 de

agosto de 2023]. disponible en https://www.alkosto.com/electrodomesticos/grandes-electrodomesticos/climatizacion/c/BI_0590_ALKOS?q=%3Arelevance%3Acategory%3ABI_A24_ALKOS&fuente=google&medio=cpc&campaign=AK_COL_SEM_PEF_CPC_CT B_AON_LB_TLP_L%C3%ADneaBlanca-Climatizaci%C3%B3n-Brand-AON_PAC&keyword=%2Bcalentador%20%2Balkosto&gclid=Cj0KCQiAgK2qBhCHARIsAGACuzkSG0W9TQHjz8q7o5BZ6TfQ3QTyZyfJet4rP8DXc3U6S4BilJO728UaAsJMEALw_wcB

ALVARADO RÍOS, Valesca. Desde el próximo miércoles se realizará censo canino y felino en Bucaramanga. . [en línea] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.vanguardia.com/entretenimiento/mascotas/desde-el-proximo-miercoles-se-realizara-censo-canino-y-felino-en-bucaramanga-NRVL386964>

BARBUDOGS. Historia de la peluquería canina. 2014.[sitio web] [Citado el 25 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.barbudogs.es/noticias-y-actualidad/historia-de-la-peluqueria-canina/>

BLOGSPOT. Todo sobre peluqueria canina. Historia, origen y evolución. [sitio web] [Citado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://acortar.link/aNKBsh>

CARRETERO, Antonio. Historia de la industria de Pienso para mascotas. 2015.[en línea] [Citado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.mundoperros.es/historia-de-la-industria-de-pienso-para-mascotas/>

CLUB ENSAUYOS. Ensayos y trabajos. (s.f.) [sitio web] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.clubensayos.com/>

DANE. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. Resultados Censo nacional de población y vivienda 2018. [sitio web] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por->

tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018

FALABELLA. Toalla de mano 450g citrus 40x70cm. [sitio web] [Consultado el 25 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.falabella.com.co/falabella-co/product/6458802/Toalla-de-Mano-450-g-Citrus-40-x-70-cm/6458802>

FAYER, Gatos. Cuantas razas hay en el mundo? 2019. [sitio web] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.fayerwayer.com/2019/10/gatos-razas/>

FUNDACIÓN FUDE. Inicios de la peluquería canina. [sitio web] [Citado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.educativo.net/articulos/inicios-de-la-peluqueria-canina-856.html>

FUNDACIÓN MAFRE. Regálate un poco de calma La relajación es imprescindible para el bienestar. [sitio web] [Citado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.fundacionmapfre.org/educacion-divulgacion/covid-19/nueva-realidad/salud-fisica-emocional/regalate-un-poco-de-calma/>

GÓMEZ G., Leonardo F., ATEHORTUA H., Camilo y OROZCO, Sonia C. La influencia de las mascotas en la vida humana. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*. 2007. [en línea] p. 377-386. [Consultado 30 de agosto de 2023]. disponible en: <https://revistas.udea.edu.co/index.php/rccp/article/view/324155/20781338>

HOMECENTER. Estantería de metal. (s.f.). [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/492529/estanteria-metal-madera-tornillos-176x150x60-cm-4-niveles/492529/>

HOMECENTER. Guante de vinilo talla M. (s.f.). [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <http://xn--https-ix3b//www.homecenter.com.co/homecenter-co/product/469755/guante-de-vinilo-talla-m-100->

unidades/469755/?kid=bnnext1031773&shop=googleShopping&gclid=CjwKCAjw7--KBhAMEiwAxfpkWN61yEFqi70Wmyy4QW6SYrM2BdR3CZkAKuTnKgFmYnqJbSs_
_qwoshoCDUsQAvD_BwE

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Canil modular mediano. (s.f.) [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/canil-modular-mediano>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Cortaúñas. (s.f.) [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/collection/corta-unas>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO Peineta de metal. (s.f.) [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/peineta-de-metal>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Cepillo púas larga Large . (s.f.) [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/cepillo-puas-largas-large>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Toallas absorbentes. (s.f.) [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/toallas-absorbentes>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Shampoo euca leuca lime. (s.f.) [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/shampoo-euca-leuca-lime>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Shampoo furst aid . (s.f.) [Consultado el 25 de septiembre de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/shampoo-furst-aid>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Loción repelente con andiroba. (s.f.) [Consultado el 25 de septiembre de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/locion-repelente-con-andiroba>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Acondicionador moisture magic. (s.f.) [Consultado el 25 de septiembre de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/acondicionador-moisture-magic>

LA CASA DEL PELUQUERO CANINO. Moños 100 unidades. (s.f.) [Consultado el 25 de septiembre de 2023]. disponible en: <https://www.lacasadelpeluqueroacanino.cl/product/monos-caja-100-unidades>

MERCADO LIBRE. Botiquín grande metálico. (s.f.) [en línea] [Consultado el 23 de agosto de 2023]. disponible en: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-571772562-botiquin-grande-metalico-dotacion-_JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=e7406b1d-acc4-479a-83fd-31dba0b2c189

MERCADO LIBRE. Cajón monedero. (s.f.) [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-571772562-cajon-monedero-_JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=e7406b1d-acc4-479a-83fd-31dba0b2c189

MERCADO LIBRE. Recepciones para oficina. (s.f.) [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://listado.mercadolibre.com.co/recepciones-para-oficina-modernas>

MERCADO LIBRE. Bañeras para peluquería canina. (s.f.) [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://listado.mercadolibre.com.co/ba%C3%B1eras-para-peluqueria-canina>

MERCADO LIBRE. Mesa de peluquería canina hidráulica (s.f.) [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://listado.mercadolibre.com.co/mesa-de-peluqueria-canina-hidraulica>

MERCADO LIBRE. Limador de uñas eléctrico 3 velocidades para perro (s.f.) [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-807100339-limador-de-unas-electrico-3-velocidades-para-perro-ghg-_JM

MERCADO LIBRE. Pinza mosquito curvo 125cms (s.f.) [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: http://xn--https-ix3b//articulo.mercadolibre.com.co/MCO-578347823-pinza-mosquito-curva-125-cms-_JM#position=1&search_layout=stack&type=item&tracking_id=97de4f27-79a1-4016-9800-d431a24799cb

MERCADO LIBRE. Amonio desinfectante galón cuaternario (s.f.) [en línea] [Consultado el 16 de agosto de 2023]. disponible en: <https://listado.mercadolibre.com.co/amonio-cuaternario-galon>

MERCADO LIBRE. Hisopos ecológicos bambú eco (s.f.) [en línea] [Consultado el 24 de octubre de 2023]. disponible en: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-612062168-copitos-hisopos-bambu-12-cajas-_JM

MINISTERIO DEL TRABAJO. Derechos y deberes de los empleadores en Colombia. [en línea] [Citado el 23 de agosto de 2023]. disponible en: <https://www.mintrabajo.gov.co/web/empleosinfronteras/derechos-y-deberes-empleadores>

MUÑOZ CORVALAN, José Luis. La Max media y su influencia en la sociedad. en Contribuciones a las Ciencias Sociales, Noviembre 2012. [en línea] [Citado el 23 de agosto de 2023]. disponible en: www.eumed.net/rev/cccsc/22/

PET INDUSTRY. Evolución del número de personas por familia, censo 2005-2018. en línea] [Citado el 20 de junio de 2023]. disponible en: <https://petindustry.co/gerencia/un-nuevo-hogar-colombiano/>

PIAMORE, Eduarda. Historia y evolución del gato. [en línea] [Citado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.expertoanimal.com/historia-y-evolucion-del-gato->

24449.html

PORTAFOLIO. Las mascotas mueven casi un billon de pesos de la economia del pais. 12 diciembre de 2018. [en línea] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.portafolio.co/negocios/las-mascotas-mueven-casi-un-billon-de-pesos-de-la-economia-del-pais-524357>

ROJAS, Juan Carlos. (junio, 12 de 2018) Tres billones de pesos, el gasto de las familias en sus mascotas. En: El tiempo. [en línea] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/dinero-que-invierten-las-familias-colombianas-en-el-cuidado-de-sus-mascotas-228908>

SAN MARTIN, Eva. ¿Cuántas razas de perros hay en el mundo? 2021. en línea] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.consumer.es/mascotas/cuantas-razas-de-perros-hay-en-el-mundo.html>

SANTOS SUÁREZ, Diego Enrique. Censo canino y felino realizado en la comuna 17 de Bucaramanga, Santander. Universidad Cooperativa de Colombia. 2019. [en línea] [Consultado el 18 de julio de 2023]. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/720cb2b3-bce7-4773-a198-8b683220789d/content>

SARMIENTO SIERRA, Henry Andrés. En 2018 y 2019 se censaron en Bucaramanga 7.906 animales entre caninos y felinos. [en línea] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://versionantigua.bucaramanga.gov.co/noticias/en-2018-y-2019-se-censaron-en-bucaramanga-7-906-animales-entre-caninos-y-felinos/>

SEMANA. Lo bueno de tener una mascota en casa. 2016. [en línea] [Consultado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/beneficios-de-tener-una-mascota/489599/>

SOCIEDAD PROTECTORA DE ANIMALES DE COLOMBIA. Apoye la Declaración Universal para el Bienestar de los Animales. . [en línea] [Citado el 16 de julio de 2023]. disponible en: <https://spac-05.tripod.com/>

TUMBR. ¿Qué significa “Pet Friendly”? . 2010. . [en línea] [Consultado 25 de julio de 2023]. disponible en: <https://nuugi.tumblr.com/post/1601698156/qu%C3%A9-significa-pet-friendly>

VIGOTT, Daffne. Vanidosos Cr. Historia de la peluquería canina. 2019. [en línea] [Citado el 23 de agosto de 2023]. disponible en: <https://vanidososcr.com/historia-peluqueria-canina/>

ANEXOS

Anexo A. Encuesta aplicada

Pregunta 1. ¿mencione su rango de edad?

Pregunta 2. ¿Mencione su ocupación u oficio?

- a. Empleado/a
- b. Ama de Casa
- c. Estudiante

Pregunta 3. ¿Actualmente tiene mascotas en su hogar?

- a. Si
- b. No

Pregunta 4. ¿A qué estrato socioeconómico pertenece?

- a. 2
- b. 3
- c. 4
- d. 5
- e. 6

Pregunta 5. ¿Cuántas mascotas tiene en su hogar?

- a. Perro
- b. Gato
- c. Conejo
- d. Otro

Pregunta 6. ¿Qué tipo de mascota tiene?

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. Más de tres

Pregunta 7. ¿Acostumbra a llevar su mascota a la peluquería o estética?

- a. Si
- b. No

Pregunta 8. ¿Cuántas veces efectivamente al mes lleva su perro o gato a la peluquería o estética?

- a. 1
- b. 2

Pregunta 9. ¿Cuánto paga actualmente o pago la última vez por el servicio de peluquería o estética para su mascota?

- a. 20,000 A 30,000
- b. 30,000 A 40,000
- c. 40,000 A 50,000
- d. MAS DE 50,000

Pregunta 10. ¿Le gustaría conocer una nueva peluquería o estética para mascotas donde puede ver y solicitar su servicio y escoger sus productos por una página web?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

Pregunta 11. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto/a o desearía adquirir los servicios de una estética para mascotas?

- a. 1 a 2 veces
- b. 2 a 3 veces
- c. Más de 3 veces

Pregunta 12. ¿Frecuenta siempre la misma peluquería o estética para su mascota?

- a. Si
- b. No

Pregunta 13. ¿Cómo califica el servicio que ha recibido en las peluquerías o estéticas que frecuentó?

- a. Excelente
- b. Bueno
- c. Regular

d. Malo

Pregunta 14. ¿Qué característica le gustaría encontrar en el servicio de peluquería o estética?

a. Estilo novedoso

b. Promociones

c. Tecnología

d. Otros

Pregunta 15. ¿Cómo se enteró del establecimiento de peluquería o estética para mascotas?

a. Internet

b. Radio

c. Volantes

d. Otros

Pregunta 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este nuevo servicio?

a. 10,000 A 20,000

b. 20,000 A 30,000

c. 30,000 A 40,000

d. MAS DE 40,000

Pregunta 17. ¿Por qué medio le gustaría conocer y recibir información sobre la peluquería o estética y todo el portafolio de servicio que ofreceremos?

Redes Sociales (Facebook- Instagram)

a. Volantes

b. WhatsApp

Pregunta 18. ¿Con que medio estaría dispuesto a pagar por los servicios de peluquería o estética?

a. Efectivo

b. Tarjeta debito/ crédito

Pregunta 19. ¿Le gustaría que el servicio de peluquería o estética fuera a domicilio?

a. Si

b. No