

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DEL
SERVICIO DE GUARDERÍA CANINA EN EL MUNICIPIO DE
BARRANCABERMEJA**

**LUZ ADRIANA NÚÑEZ MERCHÁN
YENY PAOLA SÁNCHEZ SEPÚLVEDA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2019**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DEL
SERVICIO DE GUARDERÍA CANINA EN EL MUNICIPIO DE
BARRANCABERMEJA**

**LUZ ADRIANA NÚÑEZ MERCHÁN
YENY PAOLA SÁNCHEZ SEPÚLVEDA**

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

Director

CARLOS MANUEL FIGUEROA OREJARENA

Magister en Tecnología Educativa y Medios Innovadores Para la Educación

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

2019

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a Dios por darme la vida para continuar con mis proyectos, a mis hijos Nicolás Andrés Gómez Sánchez y Duván Camilo Gómez Sánchez, y a mis amados padres Isidro Sánchez y Claudia Sepúlveda, por su apoyo y amor incondicional.

Agradezco especial mente a mi director de proyecto Magister Carlos Manuel Figueroa Orejarena, por su respaldo apoyo, orientación y dedicación. A la universidad Industria de Santander – IPRED, Por brindarme una educación de excelente calidad, al personal administrativo y directivo, al cuerpo de docentes.

A mi cipa, amiga y compañera de estudio la Sra, Luz Adriana Núñez Mehan, con quien desarrolle este proyecto y muchos otros trabajos durante la etapa universitaria mis aprecio de corazón.

Yeny Paola Sánchez Sepúlveda

Agradezco en primer lugar a Dios, por guiarme y fortalecerme para iniciar un camino lleno de pruebas y metas.

Doy infinitas gracias a mi amado hijo Adrián Mauricio Becerra Núñez y a mis adorados padres Gilberto Núñez Moreno y Elsa Merchán Barajas y mi esposo Mauricio Becerra Álvarez, que quienes con su amor y consejos fueron mi motor de arranque y constante motivación.

Expreso mis más sinceros agradecimientos a mi director de proyecto Magister Carlos Manuel Figueroa Orejarena, quien con su conocimiento y orientación fue pieza clave para cada etapa de desarrollo del trabajo. A la Universidad Industrial de

Santander-IPRED por brindarme educación de calidad, al cuerpo de docentes y personal administrativo.

A mi amiga y coequipera de estudio la Sra Yeny Paola Sánchez Sepúlveda, con quien fortalecí una amistad y llevé a cabo este proyecto. Muchas gracias por toda su colaboración, por compartir experiencias, alegrías, frustraciones, por aportarme confianza y por crecer juntas en este sueño.

¡De corazón, Mil Gracias!

Luz Adriana Núñez Merchán

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	22
1. GENERALIDADES	24
1.1 PANORAMA DEL SECTOR.....	24
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	26
1.3 ASPECTOS LEGALES	27
2. ESTUDIO DE MERCADOS	34
2.1 OBJETIVOS.....	34
2.1.1 Objetivo General	34
2.1.2 Objetivos Específicos.....	34
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	35
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio	35
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	36
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	36
2.3.1 Mercado potencial.....	36
2.3.2 Mercado objetivo.....	37
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	37
2.4.1 La demanda	37
2.4.2 Descripción del problema de investigación de mercados	37
2.4.2.1 <i>Necesidades de información</i>	38
2.4.2.2 <i>Ficha Técnica</i>	38

2.4.3 Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	40
2.4.4 Proyección de la demanda.....	52
2.5 OFERTA	53
2.5.1 Necesidades de información.....	53
2.5.2 Ficha técnica de la oferta	54
2.5.3 Análisis de la situación actual de la competencia	55
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	55
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	56
2.7.1 Estructura de los canales actuales	56
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	57
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	57
2.8 PRECIO	58
2.8.1 Análisis de precios de la competencia	58
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	58
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	59
2.9.1 Objetivos de publicidad y promoción	59
2.9.2 Logotipo	60
2.9.3 Slogan.....	60
2.9.4 Análisis de medios	61
2.9.5 Selección de medios.....	63
2.9.6 Estrategias publicitarias	64
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	65
2.9.7.1 <i>De lanzamiento</i>	65

2.9.7.2 De operación.....	66
3. ESTUDIO TÉCNICO	68
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	68
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	68
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	68
3.1.3 La capacidad del proyecto	69
3.1.3.1 Capacidad total diseñada por servicio	69
3.1.3.2 Capacidad instalada	70
3.1.3.3 Capacidad utilizada.....	71
3.2 LOCALIZACIÓN.....	71
3.2.1 Macro localización	72
3.2.2 Micro localización.....	74
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	77
3.3.1 Ficha técnica del servicio	77
3.3.2 Descripción técnica del proceso	77
3.3.3 Diagramas de operación, proceso y procedimiento	78
3.3.4 Control de calidad	80
3.3.5 Recursos.....	82
3.3.5.1 Recurso humano.....	82
3.3.5.2 Recurso físico	82
3.3.5.3 Recurso de insumos	84
3.3.6 Análisis de Proveedores	85
3.3.7 Distribución de planta	85

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	87
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.....	87
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	88
4.2.1 Visión	88
4.2.2 Misión.....	88
4.2.3 Objetivos corporativos.....	89
4.2.4 Políticas	89
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	91
4.3.1 Organigrama	92
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	92
4.3.3 Asignación salarial	95
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	97
5.1 INVERSIONES	97
5.1.1 Inversión Fija.....	97
5.1.1.1 Terreno	97
5.1.1.2 Maquinaria y equipos.....	97
5.1.1.3 Muebles y enseres.....	98
5.1.1.4 Equipos de oficina.....	98
5.1.1.5 Total de inversión fija	98
5.1.2 Inversión diferida.....	99
5.1.3 Inversión capital de trabajo	99
5.1.3.1 Costos de producción	100
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	101

5.1.3.3 <i>Total capital de trabajo</i>	102
5.1.4 Inversión total.....	102
5.1.5 Fuentes de financiación	102
5.2 COSTOS Y GASTOS	103
5.2.1 Costos y gastos fijos	103
5.2.2 Costos y gastos variables	103
5.2.3 Costo y gasto total unitario.....	104
5.3 PRECIO DE VENTA	104
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	104
5.4.1 Ingresos	104
5.4.2 Egresos.....	105
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	105
5.5.1 Estado de resultados proyectado.....	105
5.5.2 Flujo de caja proyectado	106
5.5.3 Balance general proyectado	107
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	108
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL.....	108
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	109
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos	109
6.2.2 Plan de mitigación.....	111
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	111
6.3.1 Valor presente neto.....	112
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.....	114

6.3.3 Período de recuperación.....	114
6.3.4 Análisis de las razones financieras	115
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	120
7. CONCLUSIONES	122
8. RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA.....	124

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Definición del servicio	35
Tabla 2. Ficha técnica.....	38
Tabla 3. Hogares con mascotas caninas	40
Tabla 4. Número de caninos por hogar.....	41
Tabla 5. Alternativas para el cuidado de la mascota en la ausencia de los cuidadores	42
Tabla 6. Conocimiento del lugar para el cuidado temporal de mascotas.....	43
Tabla 7. Lugares que prestan el servicio del cuidado temporal de mascotas.....	44
Tabla 8. Calificación del lugar donde presta el servicio del cuidado temporal de mascotas.....	45
Tabla 9. Preferencia de una guardería especializada en el cuidado canino	46
Tabla 10. Motivos de negación hacia una guardería especializada el cuidado canino.	47
Tabla 11. Preferencia de servicios en una guardería especializada en el cuidado canino.....	48
Tabla 12. Frecuencia de uso del servicio de guardería y servicios complementarios.....	50
Tabla 13. Precios dispuestos a cancelar por el servicio	51
Tabla 14. Proyección de la demanda.....	53
Tabla 15. Ficha técnica oferta.....	54
Tabla 16. Precios de la competencia	58

Tabla 17. Análisis de medios	61
Tabla 18. Presupuesto publicidad de lanzamiento.....	66
Tabla 19. Presupuesto publicidad de operación	67
Tabla 20. Capacidad total diseñada.....	70
Tabla 21. Capacidad total instalada.....	71
Tabla 22. Capacidad utilizada.....	71
Tabla 23. Factores de micro localización.....	74
Tabla 24. Evaluación de predios método cuantitativo de factores ponderado	76
Tabla 25. Ficha técnica del servicio	77
Tabla 26. Recurso de muebles y enseres.....	82
Tabla 27. Recurso de maquinaria y equipos.....	83
Tabla 28. Recurso de equipos de oficina.....	84
Tabla 29. Recurso de insumos	84
Tabla 30. Distribución de planta.....	85
Tabla 31. Perfil del Administrador	92
Tabla 32. Perfil del Recepcionista.....	93
Tabla 33. Perfil del Veterinario.....	94
Tabla 34. Perfil del Cuidador canino	95
Tabla 35. Asignación salarial	96
Tabla 36. Maquinaria y equipos.....	97
Tabla 37. Muebles y enseres.....	98
Tabla 38. Equipos de oficina.....	98
Tabla 39. Inversión fija.....	98

Tabla 40. Inversión diferida.....	99
Tabla 41. Insumos	100
Tabla 42. Mano de obra directa	100
Tabla 43. Costos indirectos de fabricación	100
Tabla 44. Total costos de prestación del servicio	101
Tabla 45. Gastos de administración y ventas	101
Tabla 46. Nómina administrativa.....	101
Tabla 47. Capital de trabajo.....	102
Tabla 48. Inversión total.....	102
Tabla 49. Fuentes de financiación	102
Tabla 50. Resumen del crédito	103
Tabla 51. Costos y gastos fijos	103
Tabla 52. Costos y gastos variables	103
Tabla 53. Costo y gasto total unitario.....	104
Tabla 54. Ingresos	104
Tabla 55. Egresos.....	105
Tabla 56. Estado de resultados proyectado.....	105
Tabla 57. Flujo de caja proyectado	106
Tabla 58. Balance general proyectado	107
Tabla 59. Descripción de rangos	109
Tabla 60. Matriz de evaluación de impactos.....	110
Tabla 61. Tasa de descuento aplicada	112
Tabla 62. Flujo de caja libre.....	113

Tabla 63. Valor presente neto.....	113
Tabla 64. Tasa TIR	114
Tabla 65. Razón corriente.....	115
Tabla 66. Capital de trabajo.....	116
Tabla 67. Nivel de endeudamiento	117
Tabla 68. Rotación de activos.....	118
Tabla 69. Margen bruto de ganancia	119
Tabla 70. Margen neto de utilidad.....	119
Tabla 71. Punto de equilibrio	121

TABLA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Canal actual directo	56
Figura 2. Logotipo	60
Figura 3. Ubicación de Barrancabermeja.....	72
Figura 4. División por comunas.....	74
Figura 5. Diagrama de servicio de guardería canina.	79
Figura 6. Distribución de planta	86
Figura 7. Organigrama.....	92

TABLA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Hogares con mascotas caninas	41
Gráfica 2. Número de caninos por hogar	42
Gráfica 3. Alternativas para el cuidado de la mascota en la ausencia de los cuidadores	43
Gráfica 4. Conocimiento del lugar para el cuidado temporal de mascotas	44
Gráfica 5. Lugares que prestan el servicio del cuidado temporal de mascotas	45
Gráfica 6. Calificación del lugar donde presta el servicio del cuidado temporal de mascotas.....	46
Gráfica 7. Preferencia de una guardería especializada en el cuidado canino	47
Gráfica 8. Motivos de negación hacia una guardería especializada el cuidado canino	48
Gráfica 9. Preferencia de servicios en una guardería especializada en el cuidado canino.....	49

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DEL SERVICIO DE GUARDERÍA CANINA EN EL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA.*

AUTOR: NÚÑEZ MERCHÁN, Luz Adriana; SÁNCHEZ SEPÚLVEDA, Yeny Paola.**

PALABRAS CLAVE: Perros, Mascotas, Guardería Canina, Animales, Caninos.

DESCRIPCIÓN:

Este proyecto ofrece a las familias de Barrancabermeja, una nueva alternativa para brindar comodidad a sus mascotas caninas con los servicios adecuados y necesarios en cuanto al cuidado, alimentación, ejercicio, socialización, cuando sus amos deben ausentarse diariamente a sus actividades laborales o por tiempos prolongados, además si deben salir de la ciudad y no las pueden llevar, dejándolas sin una adecuada atención.

Se realizaron estudios para establecer la viabilidad del proyecto, incluyendo el estudio de mercado para conocer los servicios que demandaría la población, las preferencias, los alcances de la oferta y condiciones para trabajar con las mascotas. Adicionalmente, se realizó un estudio técnico, administrativo, financiero, ambiental y social, para conocer las variables que enfrentaría la empresa. Todo esto se convierte en elementos fundamentales para establecer la realidad que enfrentaría la Guardería Canina Doggy Happy en la ciudad de Barrancabermeja.

Este trabajo, lleva inmerso la oportunidad que las gestoras del proyecto buscan para crear empresa, para desarrollar ideas de negocio productivas y sostenibles en el tiempo, favoreciendo así el convertir en realidad una experiencia educativa que no solo es un proyecto de vida para sus gestoras, sino que abre la alternativa de generar empleos directos e indirectos, favoreciendo la economía de la ciudad y de las familias “barranqueños”.

* Trabajo de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Carlos Manuel Figueroa Orejarena, Magister en Tecnología Educativa y Medios Innovadores Para la Educación.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF AN INTEGRAL CENTER OF HEALTH CARE FOR PETS (DOGS AND CATS) IN BARRANCABERMEJA*.

AUTHOR: NÚÑEZ MERCHÁN, Luz Adriana; SÁNCHEZ SEPÚLVEDA, Yeny Paola**.

KEYWORDS: Dogs, Pets, Dog Daycare, Animals, Canines.

DESCRIPTION:

This project offers the families of Barrancabermeja, an alternative to provide their pets, care, food, exercise and socialization, when their owners must assume daily to their work activities or for long periods if they must leave the city and not they can take them, leaving them without adequate attention.

Studies were carried out to establish the viability of the project, including the market study to know the services that the population would demand, the preferences, the scope of the offer and conditions to work with the pets. Additionally, a technical, administrative, financial, environmental and social study was carried out to know the variables that the company would face. All this becomes fundamental elements to establish the reality that the Doggy Happy Daycare Center would face in the city of Barrancabermeja.

This work, has immersed the opportunity that the managers of the project look for to create company, to develop productive and sustainable business ideas in the time, favoring this way to turn into reality an educational experience that is not only a project of life for its managers, it opens the alternative of generating direct and indirect jobs, favoring the economy of the city and of the "Barranqueñas" families.

* Degree work

** Institute of Regional Projection and Distance Education. Professional in Business Management. Director: Carlos Manuel Figueroa Orejarena, Magister in Educational Technology and Innovative Media for Education.

INTRODUCCIÓN

A medida que han transcurrido los años, los animales como los perros y gatos, han sido cada vez más incluidos en las familias de todo el mundo, pues han pasado a ser un integrante de ellas que genera alegría, unión y seguridad. Pero este incremento también ha generado un aumento en la demanda de servicios especializados y exclusivos para ellos con el fin de garantizar su bienestar y ayudar a sus dueños con sus cuidados.

En Colombia se ha podido observar que la mascota que más tienen las familias son los perros, los cuales en su gran mayoría han sido adoptados o adquiridos desde su fase de cachorros. La inexperiencia y la prisa por llevarlos a casa e incluirlos en el núcleo familiar hace que sus dueños requieran el apoyo y el acompañamiento en el proceso de tenencia, porque ocurre que no se consideró que las familias tenían algunos compromisos a los cuales no podían llevar a sus mascotas y esto les obliga a buscar alternativas de paso para que no sufran tiempos prolongados solos.

Este proyecto pretende ofrecer inicialmente un servicio especializado de guardería canina en la ciudad de Barrancabermeja, y que acorde a su crecimiento como empresa incluirá alternativas como el baño, corte de pelo y uñas, adiestramiento, socialización, médicos y vacunación, dando un valor agregado al servicio por la variedad ofrecida que permitirán a los propietarios de caninos, contar en un mismo sitio con la atención integral que requieren para su mascota y así retomar una y otra vez al servicio integral presentado por la empresa.

Para el desarrollo de este proyecto se realizaron cuatro estudios (Estudio mercados; mediante la aplicación de encuestas e investigación se logra establecer la oferta y demanda. Estudio Técnico; se determina la capacidad, tamaño y posicionamiento de la empresa. Estudio administrativo, se establece la forma de constitución,

políticas y estructura. Estudio financiero; se calcula el monto de la inversión, costos, gastos, precio de venta, proyección de ingresos y egresos), los cuales proporcionaron un análisis detallado y una evaluación que permitió determinar la viabilidad de la empresa prestadora del servicio de guardería canina en la ciudad de Barrancabermeja.

1. GENERALIDADES

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

Es un hecho que la tenencia de mascotas es un asunto que ha pasado a mayores, las familias hoy tienen menos hijos y más animales de compañía que traen inmerso aspectos como los costos de su tenencia, la necesidad de atenderlos en los momentos en que no se pueden acompañar por parte de sus dueños y todos aquellos elementos adicionales que genera el tenerlos en casa como son los accesorios, los centros de entretenimiento, los servicios médicos, el alimento, adiestramiento, baño y acicalamiento de esas mascotas.

Empresas como Euromonitor Internacional, ha comprobado a partir de sus investigaciones que existe un crecimiento sostenido en la compra de productos para las mascotas y que de seguir así su crecimiento seguirá bajo el mismo comportamiento. En el estudio de Euromonitor Internacional para ExpoPet Colombia 2016, Estados Unidos lidera el mercado de consumo de productos para mascotas, seguido de Brasil, México, Chile y Colombia en cuarto lugar.¹

No se obtuvieron datos de un censo oficial de mascotas, ni de una base que unifique resultados al trabajar con mascotas en Barrancabermeja, razón por la cual se hace necesario recurrir al sistema de encuestas para determinar a partir de la proyección un promedio que pueda ser cercano a la realidad que tiene la ciudad. Estas encuestas se realizaron en los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad y también se ha tomado como referente un estudio realizado con el auspicio de la Federación Nacional de

¹ ARANGO, Claudia. Mercado de mascotas crece, Colombia es cuarto en América Latina. [En Línea]. El Colombiano. 19 de octubre de 2016. (Recuperado en 19 de marzo de 2017). Disponible en: <http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/mascotas-mercado-crece-en-colombia-un-13-porciento-IX5202497>.

Comerciantes (FENALCO) y la firma Inteligencia Latinoamericana de Mercados para el año 2012.²

Este estudio ha mostrado que en Colombia 6 de cada 10 familias tienen una mascota, de los cuales los perros son los animales preferidos en el país, con una prevalencia del 70%, frente a otras especies como aves, gatos, peces, entre otros.³

Todo esto no es nuevo, ya en tiempos pretéritos, se observan pinturas rupestres en donde está presente el perro al lado del hombre en sus faenas de caza y vida cotidiana. En los Kurgan, tumbas en las cuales se enterraban los muertos en las poblaciones de centro y este de Europa y Asia central, a veces se pueden encontrar enterrados sus animales, a partir del V milenio a. C. y siguiendo con los Hunos como últimos representantes (siglo V d. C.) o los nómadas magiares (siglo VI).⁴

En los tiempos actuales, es el perro a quien se ha identificado con el amigo y compañero fiel del hombre y que hace parte de su cotidianidad, está en su hogar, en su trabajo, en su diversión, en sus momentos difíciles, participa en labores de alto riesgo, siempre apoyando y dando confianza a su amo. Ya en momentos como las exploraciones de Ártico y Antártico, el perro fue un aliado decisivo en la conquista de esas tierras a las cuales no podría haber llegado el hombre sin la fortaleza y empuje del canino. Esta mascota ha sido mensajera, rescatista, han servido de tiro para trineos y fieles compañeros en las largas jornadas que en la guerra o en la paz enfrenta el hombre.

² FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES (FENALCO). Estudio de Mascotas. [En Línea]. (FENALCO). 2012. Disponible en: <http://www.fenalco.com.co/node/1863>

³ EL ESPECTADOR. En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas. Redacción Economía. 28 Ene 2015. Disponible en: <http://www.elspectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares-colombianos-hay-mascotas-articulo-540449>, consultado domingo 19 de marzo de 2017.]

⁴ BLOG AMOR CANINO. La Relación entre el perro y el hombre. Blog Amor Canino. 2014. Disponible en: <https://elamormasfiel.wordpress.com/la-relacion-entre-el-perro-y-el-hombre/>

Estos caninos son verdaderos héroes, exponen sus vidas sin ningún temor ante la necesidad de salvar vidas, desactivando bombas, detectando en medio de ruinas a personas atrapadas, señalando materiales como explosivos, drogas y sustancias peligrosas.

Una función que ha tomado mucho auge es la de terapistas, el perro entrenado se convierte en un lazarillo ideal para niños o adultos con necesidades especiales, con limitaciones físicas que requieren un guía y compañero que les cuide en situaciones de riesgo, que por su misma limitación no pueden asumir las personas.

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

El estudio de factibilidad se ejecutará en el Municipio de Barrancabermeja, el cual se encuentra ubicado en la Provincia de Mares, con una latitud Norte de 7° 03" 48"; una Longitud Oeste de 73° 51" 50" y con una altitud sobre el nivel del mar de 75.94 Metros, con una población que supera los 200.000 habitantes.⁵

La extensión total es de 1.347,83 Km²; y está compuesta por 30,37 Km² (2,24%) de zona urbana y 1.317,46 Km² (97,76%) de área rural. La temperatura oscila entre 20°C y 37°C, con 28°C de temperatura media. Limita al norte con los Municipios de Puerto Wilches, Sabana de Torres y Girón, al sur con Puerto Parra, Simacota y San Vicente de Chucurí, al oriente con San Vicente de Chucurí y Betulia y al occidente con Yondó (Antioquia).⁶

Barrancabermeja posee una ubicación geográfica que la convierte en nodo articulador de empresas de la industria petrolera e industrias afines en el Magdalena

⁵ ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. Información General. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 2018. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General>

⁶ Óp. Cit.

Medio, y que además concentra los tres negocios de la industria petróleo: 1) Exploración y explotación, 2) Refinación y 3) Transporte, lo cual se aprovecha para generar empresas competitivas.⁷

El Comité Universidad-Empresa-Estado Barrancabermeja, surge como una iniciativa de articulación institucional, donde prevalece la generación de confianza entre gremios, empresarios, academia e instituciones del Estado, con el fin de generar a partir de las potencialidades de la región, proyectos específicos que permitan atender y solucionar las dificultades del sector productivo de Barrancabermeja y el Magdalena Medio, buscando como meta final el desarrollo empresarial y de la comunidad.

Este panorama es alentador para la idea de negocio, dado que la articulación institucional permite la creación de nuevas empresas; y el sector laboral en las familias de los estratos 3, 4 y 5 hace que sea estable para invertir en el bienestar de la mascota, utilizando el servicio de guardería canina.

1.3 ASPECTOS LEGALES

Constitución Política de Colombia 1991

La Carta Magna del país, dispone en su artículo 79 señala “que el Estado ha de proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación”.

⁷ CONTRERAS Pilar. Informe de Gestión 2014 Cámara de Comercio de Barrancabermeja. [En Línea]. Cámara de Comercio de Barrancabermeja. (Recuperado de 6 de marzo de 2017). Disponible en: <https://www.ccbarranca.org.co/assets/informe-de-gestion-2014.pdf>

Ley 5 de 1972

Por la cual se provee la fundación y funcionamiento de Juntas Defensoras de animales “para promover campañas educativas y culturales tendientes a despertar el espíritu de amor hacia los animales útiles al hombre, y evitar actos de crueldad, los maltratos, el abandono injustificado de animales. La policía debe prestar el auxilio necesario a las Juntas para el desarrollo de sus labores de vigilancia y represión”.

Decreto 497 de 1973 que reglamenta la Ley 5

Que dispuso, entre otras medidas, que las Juntas podían ser conformadas por todas las personas que por su interés en los objetivos de estas así lo soliciten. Igualmente se enuncian una serie de prácticas con animales calificadas como malos tratos.⁸

Ley 84 de 1989

Por la cual se adoptó el Estatuto Nacional de Protección de los Animales, cuyas disposiciones tienen por objeto:

- a) Prevenir y tratar el dolor y el sufrimiento de los animales;
- b) promover la salud y el bienestar de los animales, asegurándoles higiene, sanidad y condiciones apropiadas de existencia;
- c) erradicar y sancionar el maltrato y los actos de crueldad para con los animales;
- d) desarrollar programas educativos a través de medios de comunicación del Estado y de los establecimientos de educación social y privados, que promuevan el respeto y el cuidado de los animales;

⁸ CABRERA, Juan. Legislación en defensa de los animales. [En Línea]. Universidad Libre de Colombia. 11 de mayo de 2010. Disponible en: <http://www.unilibre.edu.co/verbaiuris/24/legislacion-en-defensa-de-los-animales.pdf>

e) desarrollar medidas efectivas para la preservación de la fauna silvestre.

Ley 576 de 2000

Por la cual se expide el Código de Ética para el ejercicio profesional de la medicina veterinaria, la medicina veterinaria y zootecnia y la zootecnia.

LEY 746, “por la cual se regula la tenencia y registro de perros potencialmente peligrosos”

En Colombia a través de la ley 746 de julio 19 de 2002, se regula la tenencia de perros en las áreas urbanas y rurales, obligando al propietario que el alojamiento, aspecto sanitario e higiénico, alimentación y custodia sean adecuados.

Determina que, en las zonas comunes o públicas, los ejemplares deberán estar sujetos por medio de una trailla, y provistos de bozal si son de las razas potencialmente peligrosas como Stafford terrier, Bullmastiff, Doberman, Dogo argentino, Dogo de Burdeos, Fila brasileiro, Mastín napolitano, Pitbull terrier, Presa canario, Rottweiler y Tosa japonés; perros que hayan tenido episodios de agresión a personas o con otros perros, o perros que hayan sido adiestrado para el ataque y la defensa.

También estipula la ley, que los menores de edad no pueden ser propietarios de razas potencialmente peligrosas. Si un perro ataca a otra mascota, su propietario estará obligado a pagar por todos los daños causados, adicionalmente podrá ser sancionado por la autoridad municipal competente. Si un perro es reincidente, la autoridad competente podrá proceder al decomiso y sacrificio del animal. Si un perro potencialmente peligroso ataca a una persona infligiéndole lesiones permanentes de cualquier tipo, las autoridades podrán decomisarlo y sacrificarlo.

La ley prohíbe dejar las deposiciones fecales de los caninos en las vías, parques o lugares públicos, las que deberán ser recogidas por su tenedor y disponer de estas adecuadamente; el incumplimiento de la norma podrá generarle una sanción pecuniaria o de trabajo comunitario, según lo disponga la autoridad.⁹

Proyecto de Ley 19 de 2010

Por la cual se toman medidas para la prevención, detección, control e investigación de las enfermedades zoonóticas, para establecer disposiciones que contribuyan a preservar la salud pública en humanos y animales.¹⁰

Ley 1774 de Protección Animal (enero 6 de 2016)

En el que el Congreso Colombiano decretó modificaciones al código civil, la Ley 84 de 1989 (antes Estatuto Nacional de Protección Animal) el Código de Procedimiento Penal, entre otras disposiciones.¹¹

NORMATIVIDAD VIGENTE PARA EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia.

⁹ GÓMEZ G, Leonardo F, ATEHORTUA H, Camilo G, Orozco P, Sonia C, La influencia de las mascotas en la vida humana. [En Línea]. Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. Julio-Septiembre de 2007. (Recuperado en 27 de abril de 2018) Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=295023025016>.

¹⁰ CONGRESO DE COLOMBIA. Proyecto Ley 19: “por la cual se dictan medidas para la prevención, detección, control e investigación de las enfermedades zoonóticas y se dictan otras disposiciones”. Senado. [En Línea]. (Recuperado de mayo de 2018). Disponible en: <https://vlex.com.co/vid/proyecto-ley-senado-451471306>

¹¹ RODRÍGUEZ PATIÑO, Diana. Legislación y bienestar animal [En Línea]. Blog de Pelos Compañía. 23 de diciembre de 2016. (Recuperado de mayo de 2018). Disponible en: <https://www.depelos.co/blog/legislacion-y-bienestar-animal/>

- **LEY 344 DE 1996**

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

- **LEY 550 DE 1999**

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

- **LEY 789 DE 2002**

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del código sustantivo del trabajo.

- **DECRETO 934 DE 2003**

Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

- **LEY 905 DE 2004**

Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

- **LEY 1014 DE 2006**

Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia.

- **SENTENCIA C-392 DE 2007**

La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

- **SENTENCIA C-448 DEL 3 DE MAYO DE 2005**

Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la Ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las MIPYME.

CIRCULAR 8 DE 2008 DE LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA

Autorizó a las administradoras de fondos de pensiones del régimen de pensión obligatoria, para realizar inversiones en fondos de capital privado colombianos.

EL DECRETO 1192 DE 2009

Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

CÓDIGO DE COMERCIO

- TÍTULO III, ARTÍCULO 294, Sobre constitución de Sociedades Colectivas.
- TÍTULO IV, ARTÍCULO 323, Sobre constitución de Sociedades en Comandita.

PASOS PARA CREAR MI EMPRESA – CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

Paso 1: Consultar tipo de empresa

Paso 2: Nombre de su empresa

Paso 3: Código Actividad Económica CIIU

Paso 4: Consultar sobre el uso de suelo

Paso 5: Trámite ante la DIAN

Paso 6: Regístrese Futuro Empresario

Paso 7: Impuesto de Registro

Paso 8: Radique y pague

Paso 9: Ficha Establecimiento Comercial¹²

¹² CÁMARA DE COMERCIO BUCARAMANGA. Pasos para crear mi empresa. [En Línea]. Cámara Directa. 2018. (Recuperado de 9 de mayo 2019). Disponible en: <https://www.camaradirecta.com/gestionar-mis-registros/como-crear-mi-empresa>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Realizar un estudio de mercado, a partir de la recolección, análisis e interpretación de información recopilada de fuentes primarias y secundarias, que permita determinar la viabilidad para la creación de una guardería canina en el municipio de Barrancabermeja.

2.1.2 Objetivos Específicos:

- Identificar el mercado potencial y objetivo a quien va dirigido los servicios de guardería canina en la ciudad de Barrancabermeja.
- Conocer y cuantificar el número de dueños de mascotas que estarían dispuestos a contratar el nuevo servicio en la ciudad de Barrancabermeja.
- Analizar los diversos tipos de competidores en atención y servicios para los canes con el fin de analizar y revisar sus fortalezas o tareas desarrolladas para el crecimiento de la empresa.
- Definir las características del servicio requerido para atender adecuadamente requerimientos y expectativas de los clientes.
- Establecer las condiciones técnicas, administrativas y financieras del proyecto para su implementación.
- Diseñar un plan publicitario, estratégico y de promoción para dar a conocer el servicio prestado por la empresa en la ciudad de Barrancabermeja.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio. La empresa iniciará sus labores solamente prestando el servicio de guardería canina, las 24 horas del día todos los días de la semana.

Tabla 1. Definición del servicio

SERVICIO	ESPECIFICACIONES
Guardería	• Cuidado del canino en horario diurno y nocturno, por horas, día o semana. • Atención con personal capacitado. • Camas individuales de acuerdo con la raza y el tamaño, los cuales están dotados con pelotas, huesos y cojines. • Suministro de alimento entregado por el propietario de las mascotas, atendiendo sus indicaciones, las características de la raza y condiciones particulares. • Elaboración de hoja de vida y registro de ingreso, permanencia, características del animal, procedimientos realizados, control sanitario y demás aspectos relacionados con la mascota.

Fuente: Las autoras del proyecto con el apoyo profesional del médico veterinario Luis Alfredo Galvis.

La guardería contará con zonas verdes que le permitirán a la mascota correr, saltar y jugar con otros. Tendrá un espacio para hacer gimnasia, pensado para ejercitar al animal, mantenerlo en forma y evitar su estrés. Contará con cintas caminadoras calibradas para mascotas, en especial para las razas grandes. Se alimentarán en los horarios habituales o según necesidades del animal, con el producto suministrado por el propietario, considerando raza, edad, peso y según recomendaciones del profesional en el área.

Los servicios de la guardería canina son utilizados de acuerdo con las necesidades de los clientes. La guardería se prestará en el día, la noche y los fines de semana, el servicio de adiestramiento básico es incluido en el servicio de guardería.

2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia:

- **Vigilancia en tiempo real:** La guardería contará con un sistema de vigilancia que le permitirá al cliente observar a través de su equipo móvil lo que sucede con su mascota en las instalaciones de la empresa.
- **Transporte puerta a puerta:** Para aquellos clientes que no pueden desplazarse hasta las instalaciones de la empresa, la guardería tendrá disponible un vehículo para realizar la recogida y posterior entrega del canino.
- **Recreación:** Se realizan actividades de recreación, con el fin de minimizar el estrés y el encierro de la mascota, estas teniendo en cuenta las características de cada raza.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Está constituido por todos los hogares ubicados en todas las comunas del municipio de Barrancabermeja que, según la clasificación de los suscriptores del servicio de agua reportados por la Alcaldía Municipal de Barrancabermeja para septiembre de 2018, serían 58.593 hogares.¹³, de los cuales particularmente aquellos que tengan mascotas caninas.

¹³ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Informe de Gestión de la Empresa Aguas de Barrancabermeja año 2018. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. Junio-julio-agosto y septiembre de 2018. Disponible en:

2.3.2 Mercado objetivo. El proyecto pretende enfocarse inicialmente en las familias pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad. Según la clasificación de los suscriptores del servicio de agua, reportados por la Alcaldía Municipal de Barrancabermeja para septiembre de 2018, los estratos 3, 4 y 5 lo conforman el 32,11%¹⁴ de los hogares ubicados en las comunas 1, 2, 3 y 4 de la ciudad. Teniendo en cuenta esta información se calcula el mercado objetivo que son 18.600 hogares.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La demanda:

2.4.2 Descripción del problema de investigación de mercados. En los hogares, las mascotas se han convertido en un miembro más del núcleo familiar, en especial la raza canina, que demanda cuidados especiales como por ejemplo el baño, vacunación, desparasitación, corte de pelo y uñas, entre otros.

Sumado a lo anterior, las viviendas actualmente son pequeñas y no tienen espacios para que las mascotas puedan estar libres y ejercitarse quemando la energía acumulada en el día por estar encerrados, por lo que sufren de estrés que genera otras enfermedades, y, por consiguiente, resultan requiriendo otros servicios para sus mascotas que les genere un total bienestar.

Es por esto, que, debido a la falta de información sobre las necesidades y expectativas de los hogares barranqueños frente al servicio de una guardería canina, se requiere realizar una investigación de mercados que permita diagnosticar la viabilidad y aceptación de la empresa.

<https://www.barrancabermeja.gov.co/sites/default/files/opendata/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%20Junio%20-%20Agosto%20AGUAS%20DE%20BARRANCABERMEJA%20S.A.%202018.pdf>

¹⁴ Ibíd.

2.4.2.1 Necesidades de información. Para esta investigación se requiere la siguiente información.

- Definición de las necesidades, gustos, preferencias y expectativas en el servicio de guardería canina.
- Determinación de la frecuencia de la utilización del servicio de guardería canina.
- Análisis de los precios del mercado del servicio de guardería canina.
- Identificación de los canales de comercialización existentes y que sean aplicables a la guardería canina.
- Definición de los medios de publicidad y promoción que tienen más aceptación entre los hogares al momento de seleccionar un servicio para su mascota.

2.4.2.2 Ficha Técnica:

Tabla 2. Ficha técnica

Ficha Técnica	
Tipo de investigación	Este plan de negocio se apoya en los lineamientos de la investigación descriptiva, delimitando los hechos que conforman el problema a tratar, sobre el servicio de una guardería canina, para indagar sobre las expectativas y preferencias en los hogares que tienen mascotas en el municipio de Barrancabermeja.
Método de investigación	Se utilizará el método inductivo, a partir de conceptos o eventos particulares, relacionados con las necesidades de los hogares para el servicio de una guardería canina, se puede inferir en conclusiones generales sobre las expectativas de esta unidad productiva para penetrar en el mercado con una iniciativa innovadora.

Ficha Técnica	
Fuentes de información	Fuentes primarias: Se utilizará el cuestionario o formulario estructura de la cuesta, la cual se aplicará al mercado objetivo, que son los hogares de los estratos 3, 4 y 5 ubicados en las comunas 1, 2, 3 y 4 del municipio de Barrancabermeja. Fuentes secundarias, se obtendrá de las visitas a instituciones que manejan temas empresariales como son la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, tiendas agropecuarias y Acopi.
Técnicas de investigación	La técnica que se utilizará será una encuesta estructurada que se aplicará a la muestra representativa del mercado objetivo.
Instrumento para la recolección de información	Cuestionario estructurado
Modo de aplicación	Directa por parte de las investigadoras.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Población: 18.600 hogares de los estratos 3, 4 y 5 ubicados en las comunas 1, 2, 3 y 4 del municipio de Barrancabermeja. Elemento: Hombres o mujeres cuya característica puedan tener mascotas en los hogares. Unidad de muestreo: sitios públicos donde se identifiquen familias de dichos estratos.
Proceso de muestreo	La muestra se determina a través del Muestreo aleatorio simple. El cálculo del tamaño de la muestra para el estudio se efectúa de la siguiente manera: N: Tamaño de la muestra de los hogares de la ciudad. Z: Nivel de confianza 1.96 (variable estandarizada para una significancia del 5%) P: 0,5 (es probabilidad de éxito) se desconoce el comportamiento de la ocurrencia. Q: 0,5 (probabilidad de no éxito) se desconoce el comportamiento de no ocurrencia. e: 0,05 margen de error. $N - 1$ = Factor de corrección por finitud. N = Tamaño de la Población: 18.600

Ficha Técnica	
	$N = \frac{N(p x q) Z^2}{Z^2(p x q) + e^2 (N - 1)}$ $n = \frac{18.600 (0.5)(0.5) 1.96^2}{(1.96)^2(0.5) * (0.5) + (0.05)^2 * (18.600 - 1)}$ $n = \frac{18.600 (0.25)(3.8416)}{(3.8416) * (0.25) + (0.0025) * (18.599)}$ $n = \frac{17.8633,44}{47.46}$ $n = 376 \text{ encuestas}$
Alcance	Barrios de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja
Tiempo de aplicación	Mes de agosto de 2018.

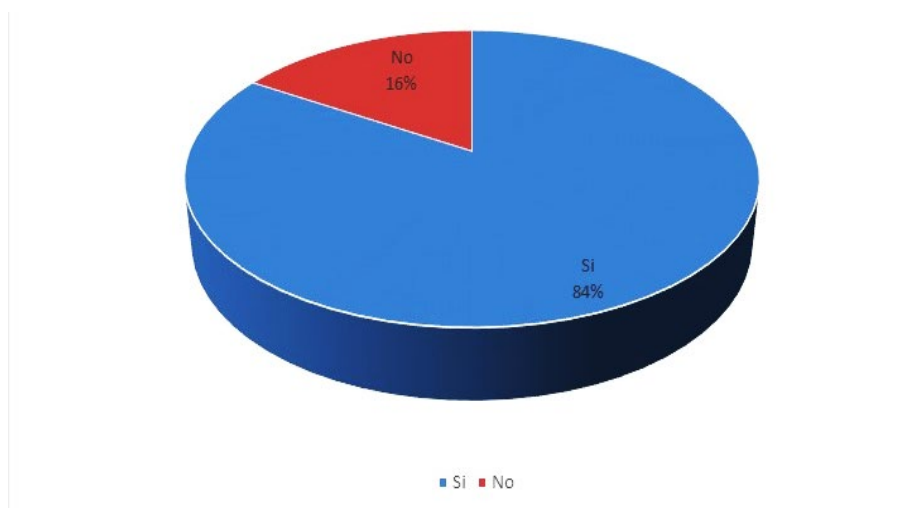
2.4.3 Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación, se presentan los resultados de esta prueba.

Pregunta No. 1 ¿Tiene en su hogar un canino como mascota?

Tabla 3. Hogares con mascotas caninas

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	316	84%
No	60	16%
Total	376	100%

Gráfica 1. Hogares con mascotas caninas



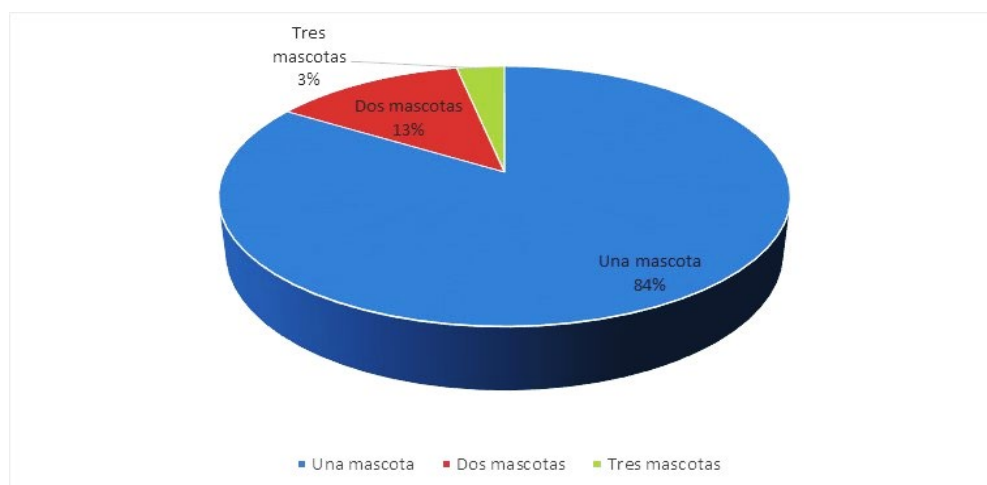
Según los resultados acerca de los encuestados, el 84% de los hogares barranqueños tiene un animal de raza canino (perros) como mascota y el 16% no lo tienen. Esta información es importante como potencial en el estudio de mercados. Además, permite descartar aquellas familias que no cuentan con mascota, para centrar la investigación en quienes reúnen las características requeridas en el proyecto.

Pregunta No. 2 ¿Cuántos caninos tiene en su hogar?

Tabla 4. Número de caninos por hogar

Descripción	Cantidad	Porcentaje	$\bar{X}$
Una mascota	265	84%	0,84
Dos mascotas	41	13%	0,26
Tres mascotas	10	3%	0,09
TOTAL	316	100%	1,19

Gráfica 2. Número de caninos por hogar



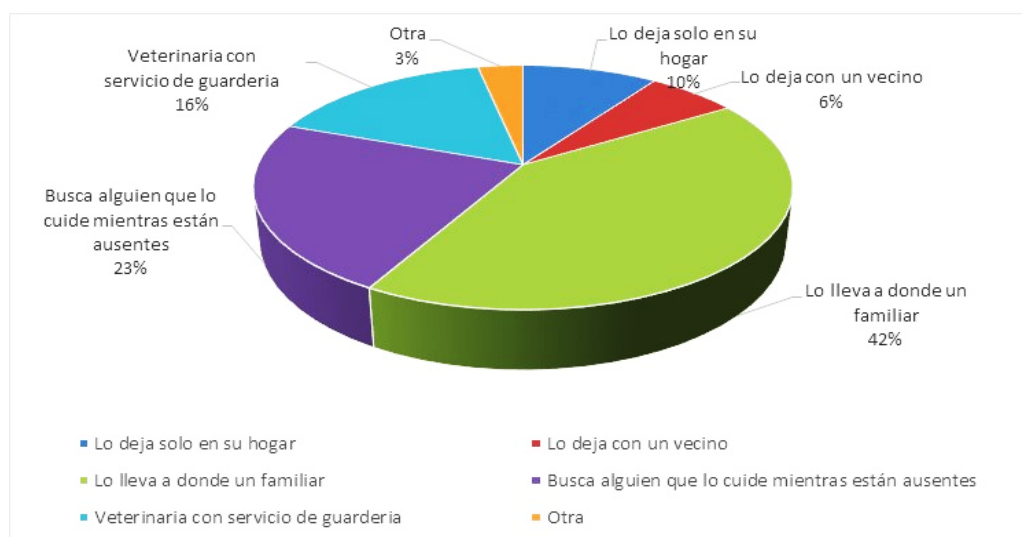
De acuerdo con los resultados, el 84% de los hogares tienen una mascota, el 13% dos mascotas y el 3% tres mascotas. Realizando el promedio ponderado, se puede observar que es de 1.19 mascotas en los hogares barranqueños, este dato permite calcular de una manera real la demanda.

Pregunta No. 3 cuando la familia debe ausentarse del hogar y no puede llevar a la mascota ¿Qué alternativas usa para el cuidado de ella?

Tabla 5. Alternativas para el cuidado de la mascota en la ausencia de los cuidadores

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Lo deja solo en su hogar	32	10%
Lo deja con un vecino	19	6%
Lo lleva a donde un familiar	132	42%
Busca alguien que lo cuide mientras están ausentes	72	23%
Veterinaria con servicio de guardería	51	16%
Otra	10	3%
Total	316	100%

Gráfica 3. Alternativas para el cuidado de la mascota en la ausencia de los cuidadores



En los hogares barranqueños: el 42% lo llevan a donde un familiar, el 23% busca alguien que lo cuide mientras están ausentes, el 16% a una veterinaria con servicio de guardería, el 10% lo dejan solo y el 6% donde un vecino.

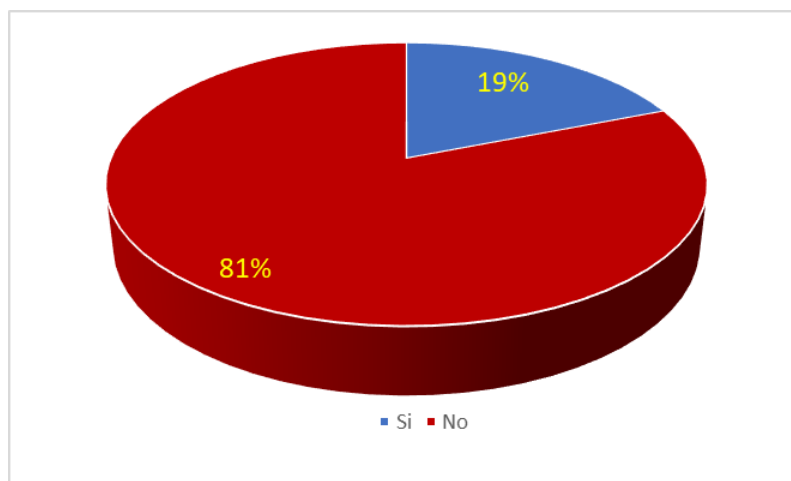
Las anteriores respuestas son la base para presentar alternativas que integren un servicio adecuado para el cuidado de la mascota, con un componente innovador.

Pregunta No. 4 ¿Conoce algún lugar en Barrancabermeja que preste el servicio de cuidado temporal de mascotas?

Tabla 6. Conocimiento del lugar para el cuidado temporal de mascotas

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	60	19%
No	256	81%
Total	316	100%

Gráfica 4. Conocimiento del lugar para el cuidado temporal de mascotas



De acuerdo con la población que tiene mascotas caninas, el 81% no conocen un lugar que presten el servicio de guardería temporal para mascotas y el 19% sí.

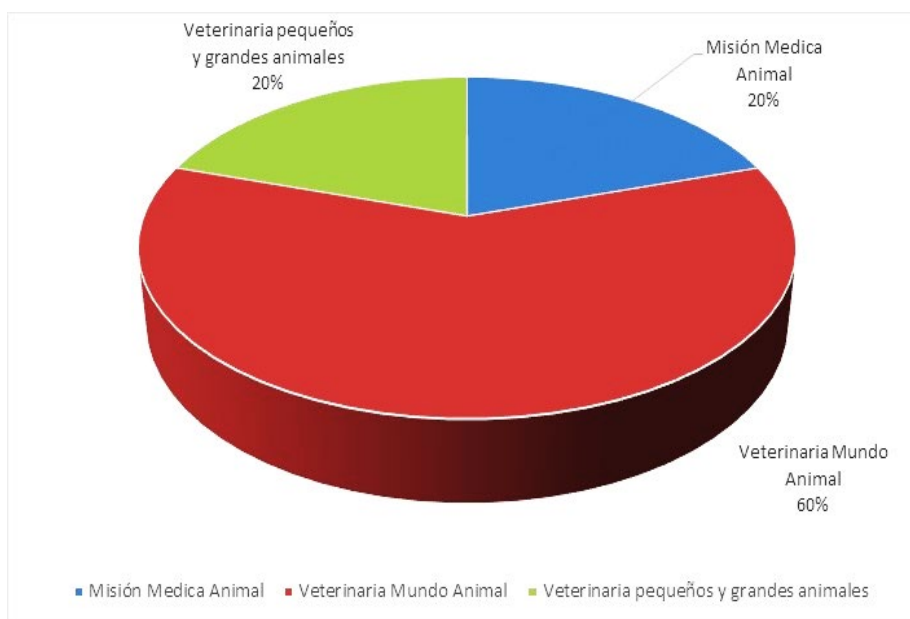
Esta información es base para diseñar estrategias de mercados con el fin de acceder a esta población y generar ventajas ante la competencia.

Si la anterior respuesta es positiva ¿Cuáles de los siguientes negocios ha utilizado o conoce el servicio de cuidado temporal de mascotas?

Tabla 7. Lugares que prestan el servicio del cuidado temporal de mascotas

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Misión Medica Animal	12	20%
Veterinaria Mundo Animal	36	60%
Veterinaria pequeños y grandes animales	12	20%
Total	60	100%

Gráfica 5. Lugares que prestan el servicio del cuidado temporal de mascotas



De los establecimientos comerciales que ofrecen el servicio del cuidado temporal de mascotas, los siguientes los conocen o han utilizado el servicio en su orden de importancia: El 60% Veterinaria Mundo Animal, el 20% Misión Medica Animal y el 20% Veterinaria pequeños y grandes animales.

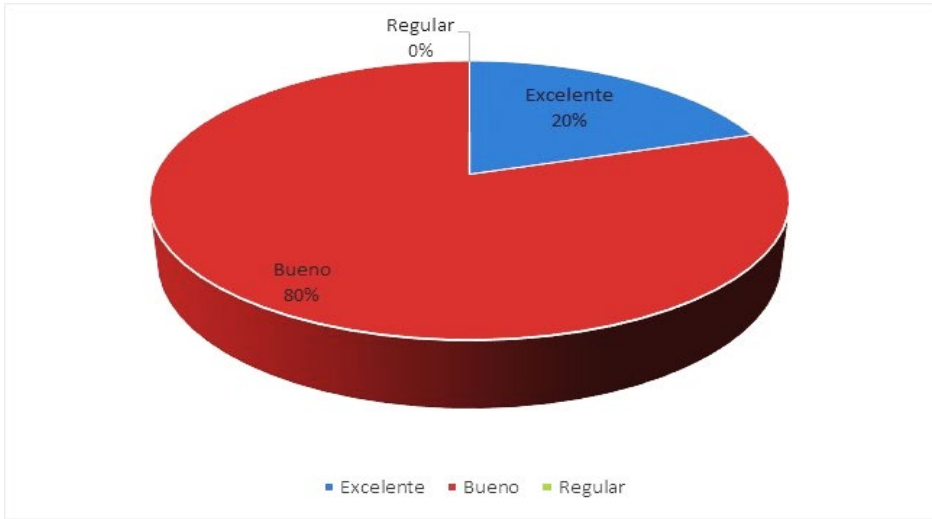
Esta información será utilizada para analizar la oferta o competencia, utilizando la estrategia del marketing mix.

Pregunta No. 5 ¿Cómo califica el servicio que presta este lugar?

Tabla 8. Calificación del lugar donde presta el servicio del cuidado temporal de mascotas

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Excelente	12	20%
Bueno	48	80%
Regular	0	0%
Total	60	100%

Gráfica 6. Calificación del lugar donde presta el servicio del cuidado temporal de mascotas



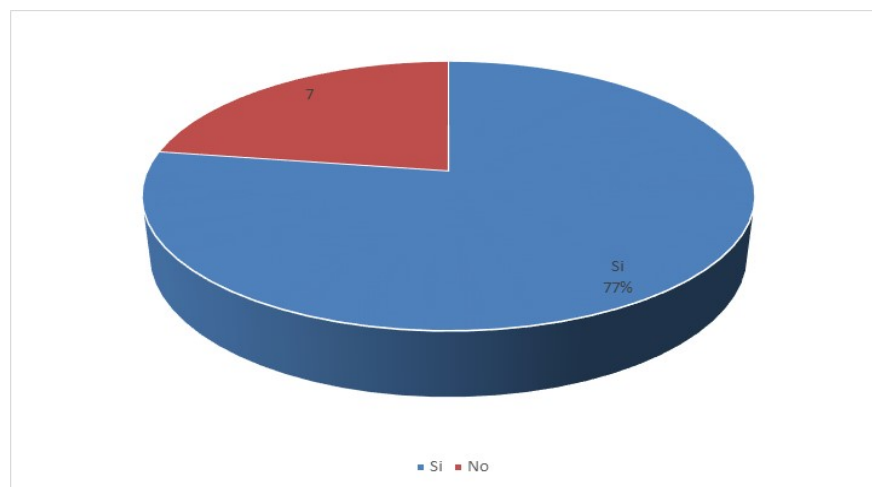
Según los encuestados, el 80% considera bueno el servicio del cuidado de las mascotas y el 20% excelente. Estos datos motivan al diseño de un portafolio de servicios amplio e integral, que logre superar las expectativas de la competencia.

Pregunta No. 6 ¿Le gustaría que la ciudad tuviera una guardería especializada en el cuidado canino?

Tabla 9. Preferencia de una guardería especializada en el cuidado canino

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	243	77%
No	73	23%
Total	316	100%

Gráfica 7. Preferencia de una guardería especializada en el cuidado canino



De acuerdo con los encuestados, el 77% tiene expectativa de una guardería especializada en el cuidado de las mascotas y el 23% no. Lo anterior, se convierte en una oportunidad para proponer una alternativa innovadora para el cuidado de las mascotas, con servicios complementarios para cumplir las expectativas de los clientes.

Si la anterior respuesta es negativa ¿Cuáles son los motivos sobre una guardería especializada en cuidado canino?

Tabla 10. Motivos de negación hacia una guardería especializada el cuidado canino.

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Costos altos	33	43%
No está interesado	21	28%
No tienen necesidad	22	29%
Total	76	100%

Gráfica 8. Motivos de negación hacia una guardería especializada el cuidado canino



Según los encuestados, no están interesados en una guardería especializada en el cuidado de las mascotas por lo siguiente: el 43% tienen costos altos, 28% no está interesado y el 29% no tiene necesidad, pues se apoyan en las familias, amigos o vecinos para cuidar a los caninos.

Pregunta No. 7 de los siguientes servicios, ¿con cuáles le gustaría que contara una guardería canina en la ciudad de Barrancabermeja?:

Tabla 11. Preferencia de servicios en una guardería especializada en el cuidado canino

Descripción	Cantidad
Monitoreo para seguimiento en tiempo real de la mascota en su propio hogar con interacción.	226
Sistema de Vigilancia en la guardería para seguimiento de su mascota en el momento en que lo desee	226
Hoja de vida del canino con registro de las acciones realizadas durante su permanencia en la guardería	188

Descripción	Cantidad
Amplias instalaciones con zonas verdes y juegos para las mascotas	159
Servicio de transporte para recoger y entregar su mascota	130
Baño de mascotas	98
Peluquería canina	98
Venta de accesorios, comida, juguetes y elementos de embellecimiento	75
Adiestramiento y manejo de conducta canina	57
Chequeo general de ingreso y salida por médico veterinario	56
Alimentación holística durante la permanencia	40

Gráfica 9. Preferencia de servicios en una guardería especializada en el cuidado canino



Teniendo en cuenta que esta pregunta es de selección múltiple, para su valoración se tomarán en cuenta los servicios que más han sido seleccionados, como aquellos que serían preferidos por los propietarios de mascotas. Esto permitiría organizar el portafolio inicial que ofertaría la empresa.

El monitoreo para seguimiento en tiempo real, el sistema de vigilancia, la hoja de vida del canino, las amplias instalaciones y el transporte puerta a puerta son los servicios que más les gustaría a las personas en una guardería canina. Los demás servicios, si bien tienen una valoración considerable, se convierten en orden de votación en los servicios que la Guardería incorporará en la medida que se vaya desarrollando la actividad empresarial.

Una reflexión que queda sobre los resultados de esta pregunta, es que los propietarios de mascotas tienen preferencias por aquellas empresas que puedan ofrecer servicios integrales, siendo una oportunidad para diseñar un portafolio acorde con sus necesidades.

Pregunta No. 8 de los siguientes servicios. ¿Cuál es la frecuencia de uso?

Tabla 12. Frecuencia de uso del servicio de guardería y servicios complementarios

PREFERENCIA DEL SERVICIO	Cantidad usuarios por frecuencia de servicio	% respecto del total servicios	Días reales de uso al año	$\bar{X}$
Diario	30	8%	344	27
Fines de semana	218	58%	96	56
Vacaciones	109	29%	30	9
Mes	19	5%	12	1
Cada 2 meses	0	0%	-	-
TOTALES	376	100%	482	92

Festivos en Colombia	16
Fines semana	96
Vacaciones	30
Mes	12
Día del año	360
Días reales atención	344

De acuerdo con los encuestados, la frecuencia de uso de los servicios está relacionados con sus necesidades, por ejemplo, el de guardería los fines de semana son de gran demanda con el 58%, seguido por la temporada de vacaciones escolares con un 29%. Sin embargo, es importante considerar que, promediando los servicios a lo largo de un año, se observa que se atenderían 92 caninos diarios.

Pregunta No. 9 ¿Cuáles son los precios dispuesto a cancelar por el servicio de esta unidad empresarial del servicio de guardería especializada en caninos?

Tabla 13. Precios dispuestos a cancelar por el servicio

Servicios	Descripción	Cantidad	%	Media	Precio ponderado
Guardería (día)	Menos de \$20.000	126	40%	10.000	4.000
	Entre \$20.000 a \$40.000	126	40%	30.000	12.000
	Entre \$40.001 a \$60.000	63	20%	50.000	10.000
	Más de \$60.000	0	0%	70.000	-
	TOTAL	316	100%		26.000

De acuerdo con el cuadro anterior sobre los precios que los encuestados están dispuestos a cancelar los diferentes servicios, se calculó el precio ponderado, quedando así: Guardería \$26.000.

Estimación de la demanda. Considerando que de las 18.600 familias de los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Barrancabermeja, que tienen por lo menos un canino por mascota, la demanda actual está representada por un porcentaje del mercado objetivo y de acuerdo con los datos arrojados en la pregunta 1, se establece que al menos 15.624 hogares tienen por mascota un perro.

2.4.4 Proyección de la demanda. En esta iniciativa empresarial para proyectar su demanda, la cual se incrementa por el crecimiento del número de hogares, en los cuales en promedio se tiene una mascota canina, se utilizará la fórmula de crecimiento o índice demográficos, el cual está en el 1% para la región en los próximos 7 años, dato suministrado por los registros estadísticos del SISBEN-DANE.¹⁵

Teniendo en cuenta la estimación de la demanda con base en los datos arrojados en las preguntas de tenencia de mascotas caninas (84%), donde el 84% tiene perro, su cantidad (1 en promedio), que para efectos de cálculos se tomará 1,19 perros, se procede a realizar la proyección y las veces que utiliza el servicio al mes (4 veces).

La proyección se realiza a cinco años que es el horizonte del proyecto, utilizando la siguiente formula:

$$F = p (1+i)^n$$

F = Demanda proyectada

P = Demanda actual

i = Indicador demográfico DANE= 1.0% = 0.01

n = Número de periodos = 5 años

1 = Constante

Tenencia de mascotas (84%) = 15.624 hogares

Cantidad promedio = 1,19 perros

Cantidad de servicios diarios = 92

¹⁵ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Informe de Gestión 2016. [En Línea]. DANE. 2017. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/control_participacion/rendicion_cuentas/Informe_gestion_2016_DANE_FONDANE.pdf

Se estima que en Barrancabermeja 15.624 hogares tienen como mascota perros, estimando el promedio entre los que tienen 1, 2 y más, se consideran que es de 1,19 perros por hogar. Esto, multiplicado por el número de hogares, se tendría un mercado potencial de 18.593 posibles servicios. Ahora, si se tiene en cuenta que, según el cálculo de la frecuencia en el uso de los servicios ofertados por la guardería, existe un promedio diario de 92 servicios, esto multiplicado por el número de perros existentes 18.593, se determinaría el potencial de servicios anuales como se observa en la tabla.

Tabla 14. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	0	1	2	3	4	5
	18.593	19.541	20.538	21.586	22.687	23.844
Total servicios anuales	1.710.556	1.797.812	1.889.518	1.985.902	2.087.203	2.193.672

2.5 OFERTA

La oferta local se determinó a través de fuentes secundarias, como también los resultados de la investigación de la demanda. Se ha determinado esta fuente, porque hay que recurrir a los datos suministrados por las personas que accederán a los servicios de guardería canina. Por consiguiente, teniendo en cuenta la guía para trabajos de grados, como es fuente secundaria, en este aparte se desarrollan los ítems correspondientes a (Necesidades de información, análisis de la situación actual de la competencia).

2.5.1 Necesidades de información. Es importante indagar sobre la siguiente información:

- Número de empresas prestadoras del servicio de guardería canina.

- Características o componentes de los servicios de guardería canina.
- Canales de comunicación utilizados por los establecimientos comerciales especializados en guardería canina.
- Precio promedio de los servicios que ofrecen.
- Medios publicitarios y de promoción, utilizados para llegar a los hogares donde tienen mascotas.

2.5.2 Ficha técnica de la oferta:

Tabla 15. Ficha técnica oferta

FACTORES	COMPETIDOR 1 Veterinaria Mundo Animal	COMPETIDOR 2 Misión Medica Animal	COMPETIDOR 3 Veterinaria pequeños y grandes animales
Dirección	Carrera 19 No. 48- 59 barrio Colombia	Diagonal 56 No. 18ª-88	Carrera 25 No.49-37
Composición Del Servicio	Servicio de guardería, comercialización de alimentos Transporte en ambulancia	Servicio de guardería, comercialización de alimentos Cirugías	Servicio de guardería, comercialización de alimentos Peluquería
Precios	Depende de los servicios	Depende de los servicios	Depende de los servicios
Canal de Distribución	Directo	Directo	Directo
Estrategia Publicidad	Pendones, tarjetas de presentación, pasacalles.	Pendones, tarjetas de presentación, pasacalles	Pendones, tarjetas de presentación, pasacalles. No cuenta con página web.
Personal	El personal cuenta con uniforme institucional	El personal cuenta con uniforme institucional	El personal no cuenta con uniforme institucional
Participación del mercado	20%	15%	18%

2.5.3 Análisis de la situación actual de la competencia. Se toman como base las 3 veterinarias que se consideran unas de las más importantes en la ciudad: Veterinaria Mundo Animal, Misión Medica Animal y Veterinaria pequeños y grandes animales.

La veterinaria Mundo Animal se encuentra bien posicionada, ubicada y según la observación realizada es concurrida constantemente por personas de clase media y alta, quienes manifiestan que el servicio prestado es excelente y sus precios son acordes. Es atendida por su dueño, quien es profesional médico veterinario con más de 10 años de experiencia en el área.

La empresa Misión Médica Animal tiene buen reconocimiento y posicionamiento en el sector, cuenta con amplias y dotadas instalaciones, pero no se considera una empresa netamente competitiva para la idea de negocio del proyecto, pues para el servicio de guardería canina no se encuentra con la infraestructura adecuada.

Veterinaria pequeños y grandes animales es una clínica veterinaria que presta servicio de medicina, baño, comercialización de alimentos, cirugía y guardería etc. Sus instalaciones son acordes a la actividad, pero en cuanto a servicio de guardería no se presta debidamente, pues, los caninos son encerrados en guacales

2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Actualmente el mercado objetivo de Barrancabermeja estratos 3, 4 y 5 no es atendido por guarderías caninas que presten un servicio especializado como el que se pretende crear con este proyecto. El servicio de guardería para los canes, según opinión de su población, hace falta en la ciudad, ya que actualmente no se cuenta con una planta física dotada completamente para prestar este tipo de servicio,

desconociendo que existe un nicho de mercado que se encuentra dispuesto a pagar por este.

Según información de cámara de comercio existen 35 veterinarias registradas que prestan servicio de cuidados estéticos, salud, peluquería, comercialización de alimentos, juguetes y 20 de ellas tienen como actividad secundaria el servicio de guardería para mascotas, las cuales realmente no cuentan con la infraestructura adecuada para este fin, dado que los canes son atendidos en jaulas que no generan comodidad para ellos.¹⁶

También se cuenta con una guardería “casera”, que como su nombre lo indica es el cuidado que se le da a un canino en casa de familia que no tiene la capacidad de brindar seguridad y confianza, dado a la falta de personal capacitado.¹⁷

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Se estructuró como principal canal el directo, el cual evita comisiones a intermediarios.

Figura 1. Canal actual directo



¹⁶ CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA. Resultados del Sector. [En Línea]. Cámara de Comercio de Barrancabermeja. 2018. Disponible en: <http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/index.php/estudios-y-publicaciones>

¹⁷ Óp. Cit.

Para la empresa es muy importante la distribución directa del servicio que ofrecerá, pues se busca controlar y garantizar el debido trato a la mascota, además, de estar seguros de que la experiencia que tendrá el canino dentro de las instalaciones sea completamente placentera.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales:

Ventajas:

- Permite fijar precios económicos para obtener un mayor beneficio por volumen de ventas, lo que beneficia al cliente, quien paga lo justo.
- El servicio es ofrecido al cliente con calidad y cumplimiento.
- Facilita el contacto directo entre la empresa y el cliente, con la posibilidad de atender sus sugerencias, quejas o reclamos.
- Agiliza la adaptación a los cambios del mercado o del servicio.

Desventaja: El empresario puede manipular los precios a criterio propio, lo que puede afectar al cliente.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Se seleccionó como canal primordial, la distribución de tipo directa, dado que en la cadena de abastecimiento del servicio no se encontrarán intermediarios, sino que se presta directamente a la mascota. El cliente en este caso es quien adquiere y paga el servicio, es decir el dueño de la mascota, pero el consumidor final termina siendo el perro.

Este canal de distribución directo será de tipo exclusivo pues se garantizará la calidad del servicio que tendrá el canino, la tranquilidad y confianza del dueño, ya que al ser una distribución exclusiva el cliente debe sentirse privilegiado al adquirir este servicio y por ello la importancia de la calidad, las instalaciones y la garantía de la integridad de la mascota.

2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios de la competencia. En esta ventaja influyen factores tales como los bajos costos de producción con que se inicia el plan de negocio, contar con instalaciones propias, una pequeña mano de obra, pero eficiente y una carga prestacional baja.

Resaltando que la empresa iniciará sus labores sólo con el servicio de guardería y que luego añadirá los otros servicios mencionados anteriormente, los cuales tendrán su estudio y respectivo análisis en un futuro, algunos de estos competidores son:

Tabla 16. Precios de la competencia

FACTORES	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 2	COMPETIDOR 3
	VETERINARIA MUNDO ANIMAL	MISIÓN MEDICA ANIMAL	VETERINARIA PEQUEÑOS Y GRANDES ANIMALES
PRECIOS	Guardería solo en horas del día \$25.000 -\$30.000	Guardería solo en horas del día \$22.000-\$28.000	Guardería \$30.000 24 horas

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. La estrategia estará acorde al cálculo de los costos y gastos de la prestación del servicio más un margen de utilidad razonable y competitiva con los precios del mercado, teniendo en cuenta los servicios y precios ofrecidos por la competencia dentro del mismo mercado en el que se pretende desarrollar la empresa.

Después de hacer el análisis, se determina iniciar con precios levemente por debajo de la competencia o iguales, como estrategia de penetración, considerando que esta decisión no afectaría financieramente la empresa y solo disminuye la utilidad

esperada, convirtiéndose en un factor decisivo y de gran relevancia para las intenciones de incursión de la empresa en la ciudad con un servicio de mantenimiento preventivo, con planes de fidelización.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

La publicidad y promoción son fundamentales en la guardería, a través de los cuales se quiere estimular la compra del servicio, empezar a crear una percepción a los posibles consumidores y mantenerlos.

En una primera fase de introducción al mercado se desarrollarán diferentes estrategias enfocadas principalmente en dar a conocer qué es Doggy Happy, cuál es su factor diferenciador del servicio que ofrece y que beneficios representa llevar al canino a la guardería.

2.9.1 Objetivos de publicidad y promoción:

- ✓ Informar la nueva oferta de servicios de Guardería Canina en la ciudad de Barrancabermeja, para que el usuario se interesa de la nueva opción de cuidado.
- ✓ Presentar a los posibles clientes mediante diferentes medios con un mensaje claro y atractivo una propuesta nueva y diferente sobre el cuidado de los canes.
- ✓ Crear un muy buen primer impacto y capturar la mayor parte del público objetivo en el lanzamiento del negocio.
- ✓ Establecer lazos emocionales con los clientes, garantizándoles que somos la marca que cuida al canino de forma inteligente, segura y sobre todo sin traumatismos a la mascota.
- ✓ Motivar el efecto de recordación en el usuario con aspectos innovadores que contribuyan a la permanencia del mensaje publicitario en la mente del consumidor.

2.9.2 Logotipo. El logotipo que identificará la guardería canina está compuesto por: un perro de que representa el consumidor final, raza Beagle porque son agradables y apacibles con todo el mundo, es carrocho debido a que en esta etapa les gusta hacer ejercicio, jugar con los niños y otros perros. Se sostiene en un corazón rojo con una huella canina blanca, representando el amor que las personas sienten por los perros.

El texto que incluye es DOGGY HAPPY en diferentes colores que inspiran alegría, como su nombre lo traduce perrito feliz, fuente Cooper Black.

Figura 2. Logotipo



2.9.3 Slogan. El lema de la empresa es “Hacemos que la separación temporal con tu mascota no sea traumática”, objetivo principal que caracteriza el proyecto, logrando así satisfacer las necesidades de los caninos sin distinción de edad, sexo y para razas pequeñas, dado que este se considera hoy en día como un miembro más de las familias.

2.9.4 Análisis de medios:

Tabla 17. Análisis de medios

MEDIO	VENTAJA	DESVENTAJA
TELEVISIÓN	Amplia cobertura si se trata de canales nacionales. Cobertura reducida si se trata de canales regionales y de baja audiencia.	Alto costo
	Investigación de imágenes, color y sonido.	Limitaciones en el manejo del tiempo.
	Mensaje de impacto fuerte.	Tarifas de comerciales, dependen del horario de la franja y el rating de audiencia.
	Permite sectorizar la audiencia.	
	Permite demostraciones del producto o servicio.	
	Cobertura general del mercado.	
RADIO	Amplia cobertura.	La radio no contiene imágenes visuales, por lo tanto, es más difícil entender los servicios intangibles. Se debe recurrir a teatros mentales tipo radionovelas.
	Permite sectorizar la audiencia.	Los comerciales son aglomerados y los puestos intermedios del comercial, distraen la atención del oyente.
	El oyente puede estar realizando otras operaciones mientras escucha.	El anuncio se transmite y luego se pierde. El anunciante no puede asegurarse que el cliente potencial haya logrado anotar datos, ya que no sabe cuándo se repetirá el comercial.

MEDIO	VENTAJA	DESVENTAJA
	Los costos no son muy elevados para el cubrimiento que permite y la frecuencia de transmisión.	
PRENSA	Las publicaciones diarias alcanzan una cobertura diversa y amplia.	Muchos anunciantes han considerado, el periódico como el medio de mayor cobertura, creando una gran competencia dentro de una publicación.
	Los consumidores buscan los avisos limitados o comerciales en los periódicos.	No es el medio más popular para todas las edades
	Las publicaciones se pueden hacer a full color.	
	El hecho de sostener y leer produce mayor atención en los anuncios.	Son pocos los que acostumbran a comprar el periódico.
PUBLICIDAD EXTERIOR	Impacto del mensaje debido a su tamaño y posibilidades creativas que ofrece.	Difícil alcanzar audiencias específicas.
	Fuerte permanencia del mensaje.	Difícil medir su efectividad.
	Flexibilidad	Puede dañarse por las inclemencias del tiempo, o ser banalizado.
	Tamaño	Los costos se pueden considerar bajos si se logra mantener un periodo largo, pero ya no será innovador.
PUBLICIDAD DIRECTA (VOLANTES, FOLLETOS, CATÁLOGOS)	Es selectivo y permite llegar al mercado objetivo, evitando el mal uso de la inversión.	En la actualidad, se descarta este tipo de publicidad, existe poco interés en leer volantes o en ocasiones se niegan a recibirlos.
INTERNET	Costo eficiente. Los costos son independientes del tamaño de la audiencia. Costo fijo sin importar el número de visitantes a la página.	No existe selectividad de mercado.

MEDIO	VENTAJA	DESVENTAJA
	Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápidamente.	No existe la suficiente confianza en lo que no se percibe de primera mano
	Los anuncios de internet pueden ser interactivos. Se puede obtener respuesta inmediata del lector, puede tomar órdenes de compra o contestar preguntas de manera inmediata.	

Actualmente la comunicación a través de redes sociales será el acercamiento más fuerte que se tendrá con los usuarios: escuchándolos, aprendiendo de ellos, recibiendo sugerencias, construyendo ideas juntas la empresa crecerá cada día, por esto es fundamental la utilización de estas redes, correos electrónicos y medios de comunicación masiva.

La tecnología en medios de comunicación avanza de forma rápida, lo cual es de suma importancia para la promoción y publicidad de la empresa, por este motivo es de suma importancia dar a conocer la guardería a través de estos medios, para despertar en las personas sentimientos y emociones con las que puedan identificarse y posteriormente interesarse por el servicio que ofrece la marca.

2.9.5 Selección de medios. Una vez analizado la diversidad de medios publicitarios posibles, se realiza la selección de los medios más adecuados para la publicidad de los servicios y que permita a Doggy Happy, lograr el propósito de informar y recordar a sus posibles clientes que existe una empresa interesada en apoyar cada una de sus inquietudes con respecto al cuidado y salud de sus mascotas.

Para cumplir con la intensidad planteada se han seleccionado la publicidad exterior (vallas), diseño de página, radio, redes sociales y volantes con carta de presentación y portafolio de servicios, dirigida a los gerentes de las empresas que forman parte del mercado potencial del sector (veterinarias).

Las razones por las cuales se escogieron estos medios publicitarios son porque permiten difundir la información fácilmente y puede llegar a un gran número de clientes potenciales. Son fáciles de adquirir y tienen una forma de utilización sencilla lo cual hace que el medio publicitario sea eficaz

Presenta un bajo costo al momento de adquirirlo con respecto a los demás medio publicitarios, pues es primordial que iniciando el negocio se necesite medios eficientes a un bajo precio.

2.9.6 Estrategias publicitarias. Se utilizarán las siguientes estrategias:

- Material P.O.P o material P.D.V (punto de venta) catálogos y tarjetas de presentación en los diferentes canales especialmente en veterinarias, volanteo en autoservicios, parques importantes y aeropuerto de la ciudad.
- Mantener promociones constantes para fidelizar los clientes.
- Alianzas con empresas de alimentos para realizar amarres del producto con el de ellos, los cual se realizará antes y durante el lanzamiento del negocio.
- Páginas sociales de internet para promocionar la organización, Facebook, Fan Page, Instagram y Página oficial de la empresa.
- Se resalta la comunicación en redes sociales, ya que Doggy Happy tendrá presencia en estas redes y a través de su sitio web, donde se busca tener contacto directo, constante con los clientes potenciales y actuales, identificando los fans de los caninos y lo referente a ellos, compartir información con los usuarios e igualmente obtener información de ellos.

- La comunicación en redes se basará en dos estrategias:

1. Brand Awareness: (reconocimiento de marca) Hacer un despliegue en redes sociales, acercando e ir posesionando la marca ante los clientes potenciales para que empiecen a explorar la marca, conocerla por sus servicios y reconocerla por su calidad.

A través de la página web podrán encontrar información de todos los servicios, fotos del lugar, se compartirán los momentos felices de los perros y comentarios de las experiencias de los dueños. Estar en contacto a través de Facebook e Instagram, respondiendo dudas e inquietudes a los usuarios antes de llevar su canino a la guardería.

2. Brand Engagement: (vínculo emocional) A través de campañas en el sitio web y redes sociales, se apoyará la protección y buen trato a los animales, se participará de manera activa con la Promoción de los derechos de los animales en Colombia, mostrando su interés por el bienestar y felicidad de los caninos.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. Se determinan los rubros y detalla información para cada actividad a continuación.

2.9.7.1 De lanzamiento. El día de la apertura de la guardería canina se realizará un show room, acompañado de la entrega de bebidas y pasabocas, además de esto, se realizarán rifas de bonos de descuento para el servicio de guardería.

El presupuesto de publicidad lanzamiento con un valor total de \$2.970.000 es una erogación de dinero que se hará una sola vez, antes de iniciar la vida útil de la guardería canina.

Tabla 18. Presupuesto publicidad de lanzamiento

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuñas radiales: Emisora Yariguíes estéreo, horarios: 8:00 a.m. a 6:00 pm, frecuencia 20 cuñas diarias. 1 mes. 30 segundos al aire.	100	\$18.000	\$1.800.000
Aviso rompe tráfico en MDF de 1,70m x 70cm con impresión en vinilo adhesivo, corte de figura	3	\$30.000	\$90.000
Show Room (pasabocas y bebidas)	100	\$2.000	\$200.000
Diseño e implementación de la página Web, incluye diseño de página interactiva.	1	\$500.000	\$500.000
Afiches publicitarios de tamaño 33 x 48, impresos a full color por una cara en papel propalcote	1000	\$380	\$380.000
TOTAL			\$ 2.970.000

Fuente: Cotizaciones Yariguíes estéreo, Olímpicas sport, Krear Publicidad, Impressys.

2.9.7.2 De operación. Esta se hará a través del contacto permanente con los clientes y la búsqueda de referidos que requieran el servicio y estén en capacidad de adquirirlo, con el fin de orientar a los clientes, de incrementar las ventas; a través de la entrega de portafolios de servicios y tarjetas de presentación; así como, la transmisión de una pauta en radio y redes sociales, todo esto con la finalidad de llegar directamente a más clientes.

Tabla 19. Presupuesto publicidad de operación

TIPO PUBLICIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Tarjetas de presentación (color, plastificado)	1.000	\$85	\$ 85.000
Cuñas radiales en la emisora Yariguíes estéreo (5 cuñas diarias de 30 segundos, distribuidas en los diferentes horarios en franja <i>prime time</i>)	720	\$4.700	\$3.384.000
Obsequios Publicitarios marcados (lapiceros)	1.000	\$500	\$ 500.000
Volantes media carta a blanco y negro (se repartirán 100 por cada mes)	1200	\$85	\$ 102.000
TOTAL			\$ 4.071.000

El presupuesto de publicidad y promoción de operación con un valor de \$4.071.000 constituye un gasto que se causará anualmente, durante la vida del proyecto, por tal razón se tendrá en cuenta dentro de los gastos generales de administración y ventas.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto se define teniendo en cuenta las unidades de servicios, que se puedan prestar en periodos diarios, mensuales y anuales, teniendo en cuenta las condiciones las condiciones con las que se proyecta el servicio.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Se presenta el análisis de factores que determinan o no el tamaño de la guardería, entre los que se encuentran:

La demanda: A partir del desarrollo del estudio de mercados se determina que es un factor determinante para el tamaño del proyecto. A lo largo de la investigación se pudo observar que los servicios de atención canina tienen una alta demanda, incluyendo en estos el cuidado, la belleza, el adiestramiento y la recreación entre otros.

- **Suministro, insumos y mano de obra:** Estos factores tampoco son determinantes para el tamaño del proyecto, pues son fáciles de adquirir.
- **Tecnología y equipos:** No son un factor determinante para el tamaño del proyecto, pues se cuenta con su disponibilidad en la ciudad de Barrancabermeja.
- **Localización:** es un factor determinante para el tamaño del proyecto, por ello es fundamental encontrar el sitio estratégico que, por componentes como cercanía a los principales lugares de la ciudad, facilidad de parqueo, seguridad, vías y

zonas de desplazamiento peatonal, se convierten en elementos a favor de la empresa.

- **Capacidad financiera o Financiación:** Sí es un factor determinante para el tamaño del proyecto, pero se contará con recursos propios y se solicitará un crédito bancario para poder cubrir toda la puesta en marcha de la empresa para el periodo de cinco años.

3.1.3 La capacidad del proyecto. Se determina a partir de la cantidad de servicios que puede ofrecer la Guardería para atender las necesidades de los propietarios de mascotas en el municipio de Barrancabermeja en un período de tiempo (año). Estas se establecer a partir de la capacidad diseñada, instalada y utilizada.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada por servicio. La capacidad total diseñada, instalada, utilizada y proyectada del plan será la cantidad ideal de servicios de guardería que se podrán prestar en horas por año, con los que la guardería participará en un segmento del mercado de servicios para perros, conformado por los hogares ubicados en barrios de los estratos socioeconómico 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja que tienen mascota canina como lo señala la pregunta 1, estableciendo la media ponderada en 1,19 mascota canina, correspondientes a 13.124 familias.

La capacidad de la planta estaría dada para prestar el servicio de guardería de la siguiente manera:

Tabla 20. Capacidad total diseñada

CAPACIDAD TOTAL DISEÑADA			
SERVICIO	(CANINOS / DÍA)	TIEMPO LABORABLE (DÍAS /AÑO)	CAPACIDAD TOTAL DISEÑADA (PERROS / AÑO)
GUARDERÍAS	26	344	8944

3.1.3.2 Capacidad instalada. La capacidad instalada se calcula bajo las condiciones normales de la jornada laboral durante la prestación de los servicios de Doggy Happy teniendo en cuenta el área disponible para la prestación de los servicios de guardería es para atender 26 perros. La jornada laboral diaria será de 8 horas para cada trabajador y el horario de atención a clientes de la guardería de lunes a domingo, descansando los martes, en los horarios de 12:00am a 8:00am, de 8:00 am a 4:00 pm y de 4:00 pm a 12:00 pm realizado por tres cuidadores diferentes.

En este orden de ideas, la guardería dispondrá de 144 horas a la semana, en 3 turnos diarios de los cuidadores de caninos y un turno diario del veterinario.

- Tres personas en el cargo de Cuidador de caninos (diurnos y nocturnos)
- El veterinario cumplirá horario de 8 horas diarias, de 8:00am a 12:00pm y de 2:00pm a 6:00pm, para cumplir las tareas de acompañamiento y respaldo en caso de cualquier eventualidad.

Pero no laborará algunos festivos (jueves, viernes y domingo santos, navidad) lo equivalente a 344 días al año.

Tabla 21. Capacidad total instalada

CAPACIDAD TOTAL INSTALADA			
SERVICIO	(PERROS / DÍA)	TIEMPO LABORABLE (DÍAS /AÑO)	CAPACIDAD TOTAL DISEÑADA (PERROS / AÑO)
GUARDERÍA	26	344	8944

3.1.3.3 Capacidad utilizada. La capacidad utilizada muestra la cantidad de servicios real que se puede atender, la empresa iniciara con un 28% de esta.

Para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta el lugar que ocupan las mascotas en la familia, se da una perspectiva de crecimiento 15% anual con una capacidad de atención de 88% para el quinto año de funcionamiento.

Tabla 22. Capacidad utilizada

AÑO	% UTILIZACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	28%	8944	0,135
2	43%	8944	0,207
3	58%	8944	0,279
4	73%	8944	0,351
5	88%	8944	0,423

3.2 LOCALIZACIÓN

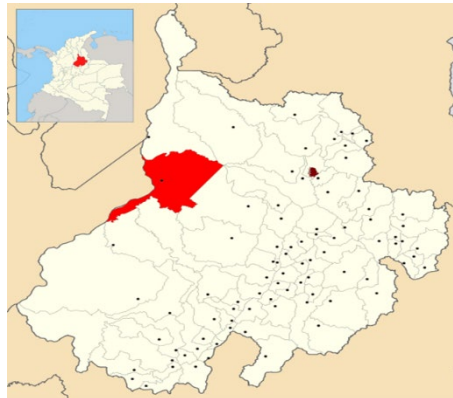
Teniendo en cuenta que la guardería deberá situarse en los Barrios donde se encuentran ubicados los hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja, las instalaciones deben ser de fácil acceso para los clientes, empleados, proveedores y público en general, las áreas de prestación del servicio

como de administración y ventas, deben contar con una adecuada distribución de planta, porque con ello logrará minimizar riesgos y proyectar una mejor imagen.

3.2.1 Macro localización. Barrancabermeja posee una ubicación geográfica que la convierte en nodo articulador de empresas de la industria petrolera e industrias afines en el Magdalena Medio, y que además concentra los tres negocios de la industria petróleo:

- 1) Exploración y explotación,
- 2) Refinación
- 3) Transporte, lo cual se aprovecha para generar empresas competitivas.¹⁸ Posición que favorece el crecimiento empresarial en el sector de servicios.

Figura 3. Ubicación de Barrancabermeja



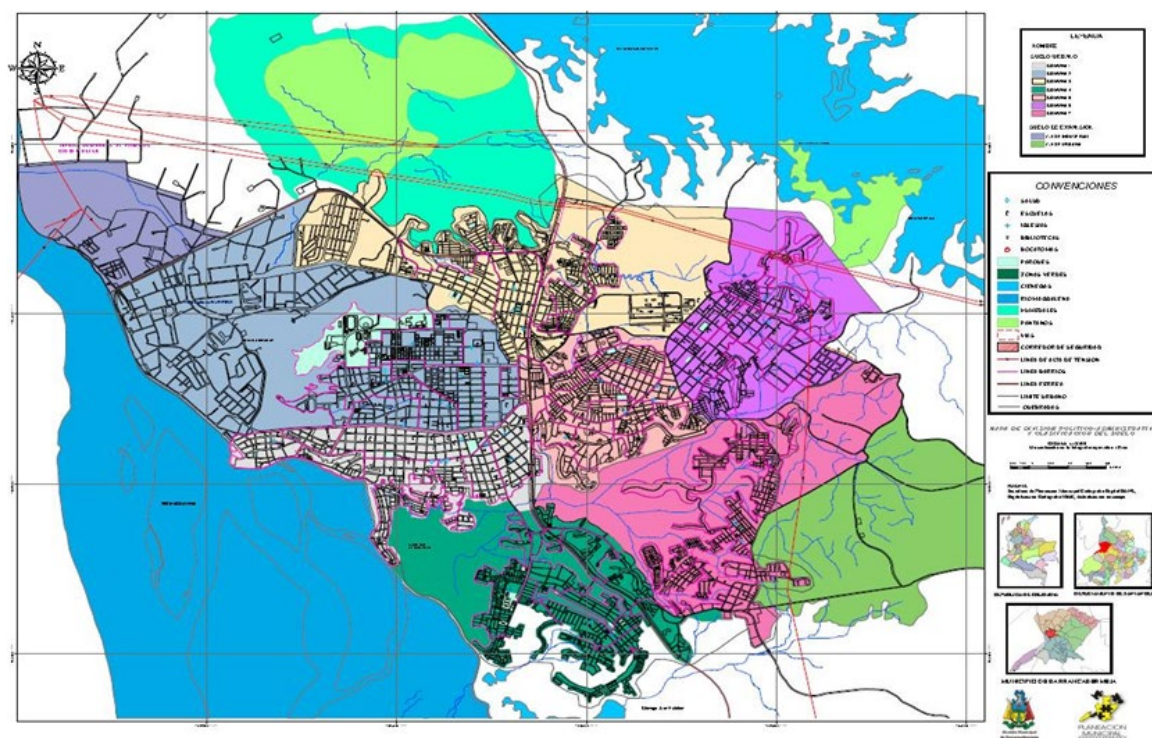
Fuente: Sitio web alcaldía: barrancabermeja.gov.co/

Dado que la idea de negocio está enfocada a la población de hogares ubicados en las comunas 1, 2, 3 y 4 de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja se realiza el siguiente análisis:

18 CONTRERAS Pilar. Informe de Gestión 2014 Cámara de Comercio de Barrancabermeja. [En Línea]. Cámara de Comercio de Barrancabermeja. (Recuperado de 6 de marzo de 2017). Disponible en: <https://www.ccbarranca.org.co/assets/informe-de-gestion-2014.pdf>

- **COMUNA 1: Barrios:** Arenal, Buenos Aires, Cardales, Dorado, Recreo, David Núñez, San Francisco, Las Playas, Inscredial Isla del Zapato, La Campana, San Luis, Las Cruces, La Victoria, Las Margaritas, Palmira, Sector Comercial, Tres Unidos, Urb. Cincuentenario, San José, Colombia.
- **COMUNA 2: Barrios:** Barrio Aguas Claras, Ciudad Bolívar, Los Lagos, El Rosario, Galán Gómez, Las Colinas, Olaya Herrera, Parnaso, Pueblo Nuevo, Torcoroma, Uribe Uribe, 25 de Agosto, Villa Luz I y II, Yarigués, Villa Olímpica.
- **COMUNA 3: Barrios:** Barrio Belén, Ciudadela Pipatón, Cortijillo, Coviba, Internacional, Jorge E. Gaitán, La Floresta, La Libertad, La Paz, Los Ficus, Luis Eleazar, San Judas Tadeo, Santa Isabel, 20 de Enero, Campo Hermoso, Jerusalén, Cristo Rey, Altos de los Ángeles, Altos del Rosario, Altos de la Virgen, Colinas del Norte, María Lucia, Invasión Novalito.
- **COMUNA 4: Barrios:** Antonia Santos, Bella Vista, Buena Vista, El Bosque, El Castillo, Cincuentenario, Limonar, Palmar, Refugio, José Antonio Galán, La Liga, Península, Las Brisas, Las Nieves, Los Pinos, Los Lagos, Villa de Leyva, Los Naranjos, Yarima, Planada Cerro, Conjunto Cerrado el Refugio, Invasión Cincuentenario.

Figura 4. División por comunas



Fuente: ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. Disponible en:

<https://www.barrancabermeja.gov.co/institucional/Paginas/infomaciondelmunicipio.aspx>

3.2.2 Micro localización:

Tabla 23. Factores de micro localización.

FACTOR	Local No. 1	Local No. 2	Local No. 3
Área	62 metros	80 metros	66 metros
Canon arrendamiento	\$ 900.000.00	\$ 1.400.000,00	\$ 1.600.000,00
Servicios públicos	Cuenta con todos los servicios públicos	Energía, agua.	Cuenta con todos los servicios públicos
Ubicación	Área urbana, ubicada en el barrio cincuentenario.	Área urbana, cerca de una de las vías principales carrera 28	Área urbana.

FACTOR	Local No. 1	Local No. 2	Local No. 3
Vías de acceso	Ubicado sobre una carrera, con dos salidas, la vía principal más cercana es al intercambiador con sentido a Bucaramanga y hacia la carrera 28 del municipio.	Calle alterna que comunica con una vía principal, con acceso de salida a la avenida 52.	Ubicada sobre una carrera, acceso principal con salida a la avenida 52 con 23.
Tipo de contrato	Contrato de arrendamiento a 1 año	Contrato de arrendamiento a 2 años	Contrato de arrendamiento a 2 años
Punto estratégico	Ubicada en el barrio cincuentenario del Municipio.	Ubicada cerca al comercio existente Torcoroma.	Cerca de la plaza de mercado de Torcoroma, fácil acceso y varias rutas de bus.
Instalaciones	El local se encuentra adecuado; cuenta con estructura en material, techo y seguridad garantizada, pero el área está muy limitada según las necesidades del negocio.	El local se encuentra adecuado; cuenta con estructura en material, techo y un área adecuada para la atención de los caninos. Seguridad garantizada.	Local adecuado con la necesidad de algunas reformas, su área está un poco reducida, se tendrían que realizar algunas modificaciones en la organización planeada, su estructura en material y en zona segura.

Tabla 24. Evaluación de predios método cuantitativo de factores ponderado

FACTOR	VALOR DE IMPORTANCIA ASIGNADO	PREDIO NO. 1 PROPIEDAD DEL MUNICIPIO		PREDIO NO. 2 PROPIEDAD DE PARTICULARES		PREDIO NO. 3 PROPIEDAD DE PARTICULARES	
		Valor asignado	Calificación ponderada	Valor asignado	Calificación ponderada	Valor asignado	Calificación ponderada
Área	0,2	7,0	1,4	9,0	1,8	8,0	1,6
Canon arrendamiento	0,05	8,5	0,425	8,0	0,40	7,0	0,35
Servicios públicos	0,05	8,0	0,4	8,0	0,40	8,0	0,40
Ubicación	0,15	6,5	0,975	8,5	1,275	8,0	1,2
Vías de acceso	0,15	8,0	0,80	8,5	0,85	6,5	0,65
Tipo de contrato	0,1	9,0	0,90	8,5	0,85	8,5	0,85
Punto estratégico	0,2	6,0	0,60	8,5	0,85	7,0	0,70
Instalaciones	0,1	7,0	0,70	9,0	0,90	8,0	0,80
Total, ponderación	1		6,2		7.325		6.55

Con el fin de establecer el mejor local ofertado para la micro localización de Doggy Happy se analizaron variables o factores que fueron valorados con base en su nivel de importancia los cuales obtuvieron una asignación mayor que otros factores, entre ellos se encuentra la ubicación cercana a las concentraciones de la competencia, el costo de los servicios de energía eléctrica toda vez que para la actividad se requiere de un consumo alto de energía y área de un tamaño suficiente para instalar los muebles y maquinaria requerida.

Por todo lo anterior y basado en los cálculos realizados se obtiene como mejor alternativa de micro localización el local Número 02, propiedad ubicada en la calle 54 # 17- 29 en el barrio Uribe Uribe. Por su cercanía al barrio Torcoroma, que se caracteriza por ser un sector comercial de gran preferencia por los habitantes del municipio, este local ofrece una excelente ubicación para llegar al mercado objetivo de este proyecto.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio:

Tabla 25. Ficha técnica del servicio

PRODUCTO PRINCIPAL	SERVICIO DE GUARDERÍA CANINA
DISEÑO	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	Servicio de Guardería: • Cuidado del canino en horario diurno y nocturno, por horas, día o semana. • Atención con personal capacitado. • Camas individuales de acuerdo con la raza y el tamaño, los cuales están dotados con pelotas, huesos y cojines. • Suministro de alimento entregado por el propietario de las mascotas, atendiendo sus indicaciones, las características de la raza y condiciones particulares. • Elaboración de hoja de vida y registro de ingreso, permanencia, características del animal, procedimientos realizados, control sanitario y demás aspectos relacionados con la mascota.
CLIENTES	Dueños de caninos, ubicados en las comunas 1, 2, 3 y 4 correspondientes a los estratos 3, 4 y 5 en el municipio de Barrancabermeja, que cubre un promedio de 13.124 hogares.

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Con la creación de la nueva empresa se espera prestar el servicio de guardería canina y para ello son necesarios una serie

de procedimientos que inician con el ingreso de la mascota y finalizan con la entrega de ésta.

Procedimientos para cada servicio

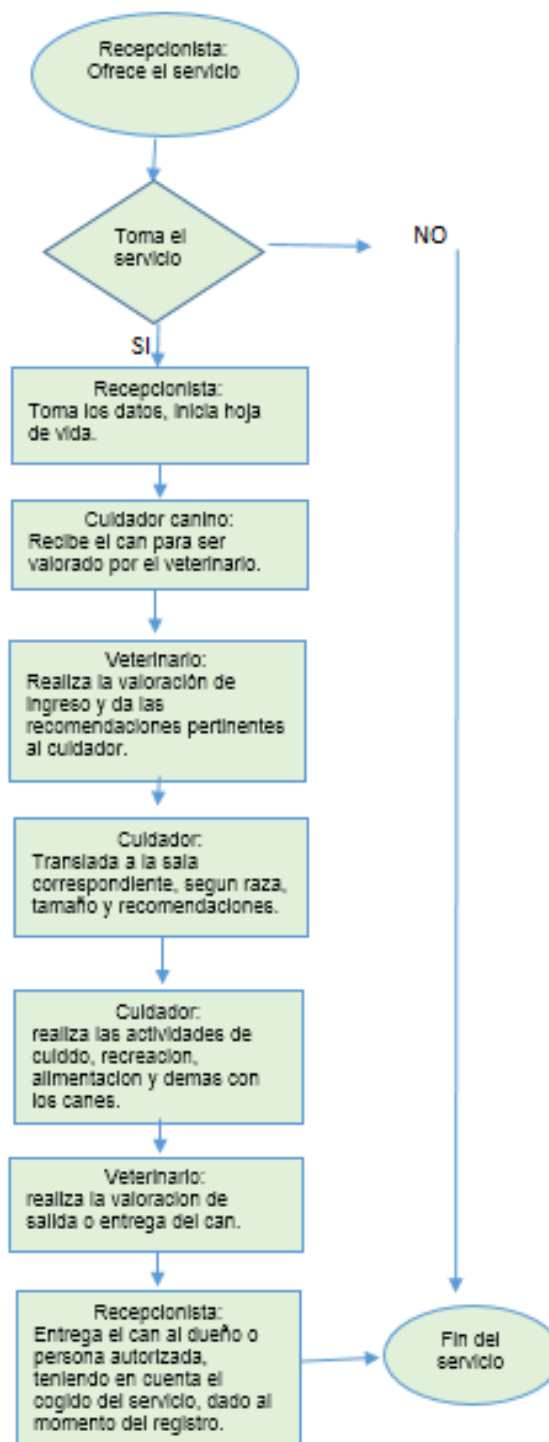
- **Servicio de guardería:** El procedimiento de prestación del servicio de guardería inicia cuando la recepcionista recibe al cliente y toma los datos para abrir una hoja de vida de la mascota, el cuidador canino se encarga del perro mientras espera en la sala el turno para pasar a la valoración física y emocional con el veterinario; se encarga de la alimentación de las mascotas, recoge las deposiciones, acompaña las actividades de recreación, ejercicios y realiza los paseos.

El veterinario practica la valoración general de ingreso del perro y lo entrega al cuidador canino y éste traslada el perro al área de guardería, realiza actividades de juegos para los perros y predispone al perro entender lo que le dicen, enseñando al perro obediencia a sus órdenes, y lo pasea en el área verde.

Cuando culmina el servicio y si está en el horario de permanencia del veterinario, practicará una valoración general en presencia del dueño adulto, da asesoramiento y recomendaciones necesarias para el bienestar del can, si está fuera de su turno, entregará por escrito la valoración respectiva señalando la hora en que fue practicada. El cuidador canino alista el perro para entregarlo al cliente e informa a la recepcionista que el perro finalizó el servicio de guardería.

3.3.3 Diagramas de operación, proceso y procedimiento. En el siguiente diagrama se puede observar la representación de los procedimientos de la prestación del servicio de Guardería Canina.

Figura 5. Diagrama de servicio de guardería canina.



3.3.4 Control de calidad. Doggy Happy, está comprometido con la calidad de cada uno de nuestros procesos por tal motivo se tiene un estricto control con nuestros canes, como requisitos fundamentales esta tener el carnet de vacunación al día, su collar de identificación y no se reciben perritas en celo.

Al ingreso de los canes: Se realiza valoración con médico veterinario, quien determina el estado de ingreso del can y a su vez da las recomendaciones pertinentes.

Durante la estadía: los canes son separados por zonas según sus características ejemplo caninos de razas grandes, medianos y pequeños. Con el fin de evitar posibles lesiones. A si mismo son realizadas las actividades de recreación y demás dentro de la guardería.

Constantemente son vigilados por personal alta mente capacitado, con el fin de determinar alguna anomalía.

A la salida de la guardería: se realiza con el médico veterinario, el chequeo de salida, revisando las condiciones físicas y anímicas del can, es entregado a su propietario o en defecto a la persona autorizada presentando el documento de identidad.

Desarrollo del Sistema de Control de Calidad dentro de Doggy Happy

- Limpieza de las áreas, transporte, implementos utilizados durante los procesos.
- Tomar sistemáticamente medidas preventivas, pólizas de seguridad. Para ello, se debe formular y aplicar un programa de prevención de riesgos.

- Realiza exámenes de ingreso, salida y observación constante por medio de un médico veterinario.
- Realizar la evaluación de calidad al usuario, como instrumento de evaluación de satisfacción del cliente.

Política de Calidad de Doggy Happy

El compromiso de la empresa es lograr la satisfacción total de los perros y sus amos dentro de las instalaciones y en cada una de las diferentes etapas que conforman el lugar, dando respuesta efectiva a sus necesidades y logrando pasar siempre sus expectativas. Adicional, se pretende ofrecer a sus clientes el mejor servicio, de manera que sientan un trato VIP y especial, que se lleven siempre un recuerdo inolvidable de la experiencia vivida en Doggy Happy.

Cumpliendo con los principios de gestión de calidad:

- Enfoque al cliente
- Liderazgo
- Participación del personal
- Enfoque basado en procesos
- Enfoque de sistema para la gestión
- Mejora continua
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisión
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor

3.3.5 Recursos:

3.3.5.1 Recurso humano. En el mercado laboral de la ciudad de Barrancabermeja se cuenta con veterinarios egresados en su mayoría de la Universidad de la Paz ubicada en las afueras de la ciudad. La actividad de la empresa implica la utilización de los servicios de personal que tenga dominio y experiencia en el cuidado especializado de las mascotas y personal administrativo para operar de una manera eficaz y eficiente.

Personal Operativo: 1 Veterinario y 3 Cuidadores caninos.

Personal Administrativo: 1 Gerente, 1 contador y 1 Recepcionista.

3.3.5.2 Recurso físico:

Muebles y enseres

Tabla 26. Recurso de muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Escritorios de oficina	3	Escritorio Para Computador De Oficina Con Cajones en madera.
Sala de espera	1	Juego De Sala Oslo Matiz Cuero Sintético Incluye Mesa Centro.
Sillas de oficina	4	Silla Ecocuero.
Escritorio gerencia	1	Escritorio En L Vidrio, con cajones
kit de cámaras de seguridad	2	Kit Hikvision Hilook Dvr 1080 8 Ch + 8 Cámaras Seguridad
extintores multipropósito	2	Extintor Polvo Químico Abc 10lb Multiproposito +gancho+señal
Botiquín	1	Botiquín Dotado Economico 27 X 22 X 12, en lamina con puerta de vidrio.
Archivador cuatro gavetas	1	Archivador Cuatro Gavetas Horizontal Y Fleper Horizontal, metálico

CONCEPTO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Punto ecológico	1	Punto Ecológico De 55 Litros De 4 Puestos Reglamentario
Canecas de acero	4	Caneca Basurera Acero De Puerta
Camilla Emergencia	1	Camilla Emergencia Plástica, Arnés, Cuello, Gancho, Señal
Camilla Examen	1	Camilla Divan Fijo Para Examen
Bebederos	20	Bebedero Automático 3 Litros Plástico
TOTAL	42	

Maquinaria y Equipos

Infraestructura adecuada a requerimientos de la empresa.

Tabla 27. Recurso de maquinaria y equipos

CONCEPTO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Aire acondicionado integral	3	Aire Acondicionado Mabe Inverter 24000btus 220v Mmi24cdmccc8
Balanza pesa báscula	1	Bascula Veterinaria Digital 150 Kg Max, Mascotas Balanza
Termómetro	2	Mascota Termómetro Para Gato, Perro, Conejo
TOTAL	6	

Equipos de oficina

Tabla 28. Recurso de equipos de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
Computador de escritorio	3	Computador Clone Core I5 - 8gb Ram
Computador portátil	1	Computador Portátil Lenovo 330s Corei7 1tb 8gb + 16 Optane
Impresoras	2	Impresora Multifuncional Hp Pro-7720 Gran Formato Color Wifi
Teléfono	1	Teléfono Panasonic Kx-tgc362 Dúo Contestador
TOTAL	7	

3.3.5.3 Recurso de insumos. La ciudad de Barrancabermeja cuenta con una posición geográfica y de comercialización privilegiada que generan la disponibilidad de materiales e insumos que se requieren para la prestación del servicio de guardería, así como vías en buen estado para el abastecimiento de los proveedores hasta las instalaciones.

Tabla 29. Recurso de insumos

INSUMOS	CANTIDAD ANUAL	DESCRIPCIÓN
Guante látex	8944 unidades	Guantes De Látex Para Examen
Tapa bocas	688 unidades	Tapabocas Desechables En Color Azul

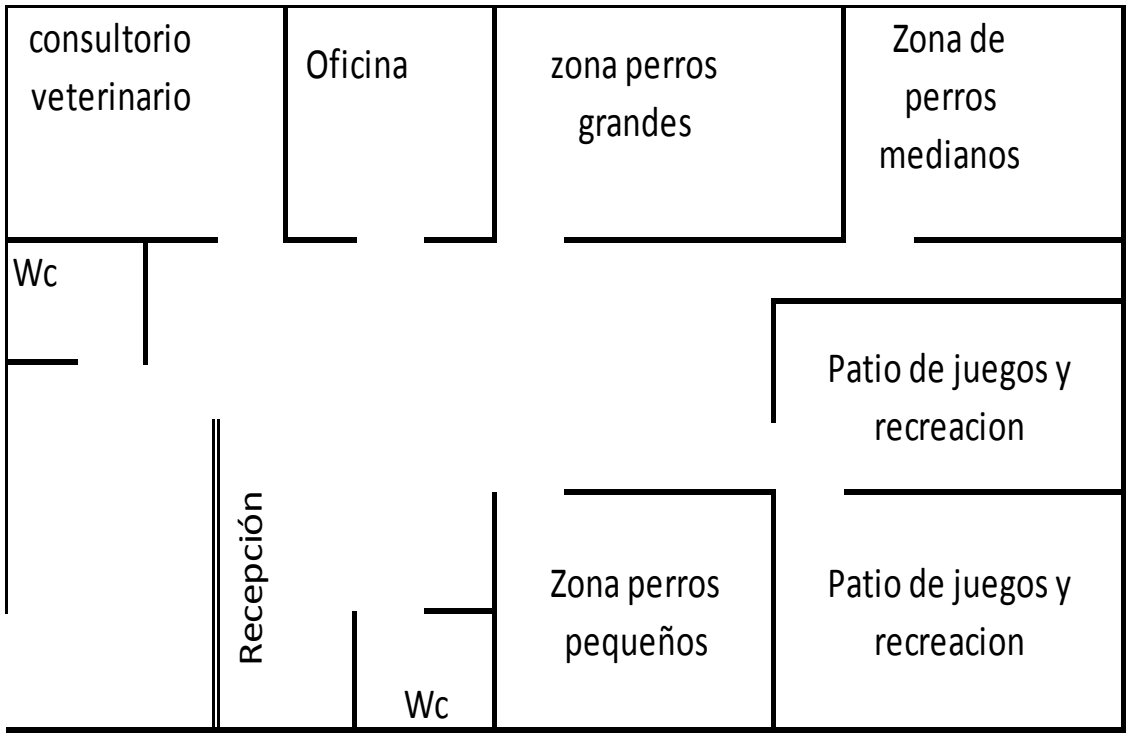
3.3.6 Análisis de Proveedores. Los insumos, equipos y elementos necesarios son de comercio permanente en la ciudad por distribuidores autorizados, todos legalmente reconocidos. De igual manera si se requiere acceder a algún insumo, elemento o equipo especial, en la ciudad de Bucaramanga se puede adquirir, en su defecto en la ciudad de Medellín y Bogotá.

3.3.7 Distribución de planta. La guardería contará con un área total de 12m x 16m; espacio que se adecuará al recurso físico y humano de la guardería. La distribución de estos espacios se puede ver en la siguiente figura, donde se determina la ubicación que ocupa cada dependencia. El espacio que ocupa la zona de operación corresponde al 80% y el área administrativa al 20% restante.

Tabla 30. Distribución de planta

ÁREA	TAMAÑO
Sala de espera	18 m ²
Recepción	10 m ²
Baños	6 m ²
Consultorio veterinario	16 m ²
Oficina	12 m ²
Perros Grandes	30 m ²
Perros medianos	16 m ²
Perros pequeños	16 m ²
Patio de juegos y recreación	35 m ²
Pasillos	33 m ²
Total	192 m ²

Figura 6. Distribución de planta



4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Toda empresa debe contener una estructura administrativa y jurídica que regula todo tipo de relación de la empresa, ya sea en su interior o hacia las relaciones con otras empresas, este espacio está regulado por la constitución nacional, leyes y demás.¹⁹

Se procederá de la siguiente forma:

1. Consultar el nombre (control de homonimia),
2. Consultar la clasificación por actividad económica - código CIIU,
3. Consultar el uso de suelo, - Ley 232 de 1995 - Decreto 1879 de 2008.
4. Tramitar ante la DIAN: la inscripción en el Registro Único Tributario y posterior,
5. La asignación del Número de Identificación Tributaria, NIT,
6. Inscripción en el Registro Público Mercantil,
7. Hacer la Matrícula Industria y Comercio Municipal,
8. Informar a la oficina de planeación correspondiente el inicio de las actividades,
9. Cumplir con las condiciones sanitarias establecidas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos).

a) Razón social de la empresa: Guardería canina Doggy Happy se constituirá legalmente como Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda.) (arts. 353 a 372 del Código de Comercio).

¹⁹ VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Evaluación económica de proyectos de inversión. Sexta Edición: Colombia: Grupo editorial ibero América, 1997, p. 226.

b) Objetivos generales y carácter de la empresa: La creación de la guardería canina tiene como objetivos la prestación de guardería para mascotas (perros), que incluye los servicios de: guardería dirigido a los hogares ubicados en barrios de los estratos socio económicos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja, que posean perros, cuyo amo esté dispuesto a utilizar servicios de la guardería para mascotas y tenga capacidad económica para adquirirlos.

El carácter de la nueva empresa se forja con el recurso humano idóneo, responsable y con alto sentido de pertenencia hacia la guardería, proyectando una visión positiva y social a los empleados, los proveedores, los clientes y a la comunidad barranqueña en general.

c) Domicilio de la empresa: se ubicará en el barrio Uribe Uribe, perteneciente a la comuna 2 de la ciudad de Barrancabermeja.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. Para el año 2023 seremos la Guardería Canina Líder en la ciudad de Barrancabermeja en cuanto a cuidados y hospedaje de los caninos, entregando un servicio de calidad, con ética y experiencia para velar por los mejores amigos del ser humano.

4.2.2 Misión. Somos una guardería encargada de prestar un excelente servicio a los caninos, basados en la ética y el respeto hacia ellos y hacia sus dueños, contando con personal profesional y capacitado, instalaciones limpias, seguras y de tamaño adecuado, donde sin duda alguna la conducta de nuestro mejor amigo será cada día la ideal.

4.2.3 Objetivos corporativos. Ofrecer soluciones eficaces e inmediatas para el cuidado de canes, con precios asequibles para la ciudadanía de Barrancabermeja. Tener capacidad de adaptación a las necesidades de los clientes en todos los aspectos relacionados con la calidad, la oportunidad y la innovación para el cuidado canino.

Innovar con servicios que se ajusten a las necesidades del cliente.

Constituir una organización proactiva, con el propósito que todos sus integrantes obtengan beneficios personales y económicos como resultado del desarrollo empresarial.

Contribuir al desarrollo y productividad de la región con la generación de empleo y fortalecimiento empresarial

4.2.4 Políticas:

De selección y contratación de personal:

- **Reclutamiento:** Se convocará el personal por medio de diferentes medios de comunicación como la prensa y el internet. Luego se recibirán las hojas de vida para estudiarlas y efectuar la selección para el reclutamiento del personal de acuerdo con el perfil que contiene el currículo específico.
- **Selección:** Después de haber revisado las hojas de vida recibidas, se llama a las personas que cumplen con el perfil y requisitos de la vacante y se efectúa una primera entrevista con el administrador o los socios de la empresa, quienes efectuarán el filtro y escogerán a los aspirantes más aptos para la vacante.

- El siguiente paso es la evaluación del aspirante mediante la realización de pruebas Psicotécnicas, inducción oral sobre información general del cargo y actividades a realizar, seguidamente se hará una segunda entrevista y según los resultados obtenidos se elegirá al candidato a contratar.
- **Contratación:** La empresa una vez elegido el candidato realizará la firma del contrato de trabajo donde se especifica la labor, el pago, el tiempo contratado, la modalidad del contrato, si es un trabajador transitorio o por el contrario a término fijo no inferior a un año, indefinido o a labor. Igualmente se estipulará el periodo de prueba cumpliendo con el art. 77 del C.S.T, el art. 7 ley 50 de 1990, el art. 51 de la ley 789 del 2002 y el decreto 2351 de 1965. Terminado con lo pertinente de documentación y papelería legal de contratación el nuevo trabajador deberá realizarse los exámenes médicos generales y físicos cuyo costo lo cubrirá la guardería.
- **Inducción:** Se realizará primeramente una charla con el administrador de la empresa y posteriormente se dará la inducción en el área de trabajo y tendrá como apoyo el reglamento interno de trabajo y la carpeta con las consignas particulares y generales de cada sección o puesto de trabajo.
- **Capacitación:** Se realizarán a los trabajadores las capacitaciones pertinentes que considere la empresa para su excelente desempeño en el cargo acatando lo establecido en el decreto 1567 de 1998.
- **Remuneración:** Pactada en el contrato de trabajo de acuerdo con el puesto a ocupar en la empresa.
- **Incentivos:** Empleado del mes.

- **Motivación:** Contará con la celebración de navidad (Se enviará un detalle a cada trabajador de manera igualitaria).
- **Prevención y Desarrollo:** Se cumplirá con el decreto 614 de 1984 y la ley 1562 de 2012 orientando y promoviendo el bienestar físico, mental, y social de los trabajadores en todas las áreas y perfiles de la empresa.

De ventas:

- Los pagos se realizarán en pesos colombianos (COP)
- Los pagos serán de contado, en efectivo, tarjeta débito o crédito.
- Luego de haber firmado el ingreso de la mascota no se realizarán devoluciones del dinero pagado por el servicio.

De compras:

- Se realizarán tres cotizaciones como mínimo antes de realizar alguna compra.
- Seleccionar la opción de cotización que ofrezca las mejores condiciones para la empresa.
- Sólo se comprará a proveedores que concedan 30 días para realizar el pago.
- Los pagos se realizarán en pesos colombianos (COP) mediante transferencia electrónica.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La nueva empresa estará conformada por dos socios que tomarán decisiones que lleven al crecimiento y rentabilidad de Doggy Happy, un administrador, una recepcionista en la parte administrativa y un Veterinario y tres cuidadores caninos en la parte operativa. Se tendrá el asesoramiento externo de un contador.

4.3.1 Organigrama. El siguiente es el organigrama de la empresa Doggy Happy:

Figura 7. Organigrama



4.3.2 Descripción y perfil de cargos:

Tabla 31. Perfil del Administrador

ADMINISTRADOR				
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
CARGO:	DEPARTAMENTO:		SUPERVISA A:	ASIGNACIÓN SALARIAL
ADMINISTRADOR	ADMINISTRATIVO		TODOS LOS EMPLEADOS	\$ 2.000.000
2. FUNCIONES				
Velar por la visión de la empresa y el cumplimiento de su misión. Cumplir metas y objetivos garantizando la rentabilidad de la empresa. Establecer políticas para la obtención, mantenimiento, desarrollo y supervisión de los recursos humanos.				
3. REQUISITOS				
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA	REQUERIMIENTOS DEL CARGO		

Profesional en áreas Administrativas y afines.	Dos años como directivo en Áreas Administrativas, Financieras y/o comerciales	* Movilización propia * Territorialidad * Manejo de personal
4. HABILIDADES O DESTREZAS		
Habilidad para motivar y liderar a los trabajadores. Habilidad para administrar y tomar decisiones que beneficien a la empresa.		
5. Responsabilidades por contactos con el público		
Disponer de tiempo para atender situaciones directas que afectan a los clientes. Atender los requerimientos que lleven a prestar una excelente atención al público.		
6. Responsabilidades por máquinas o equipos		
Manejo de un computador con todos los programas básicos. Manejo del celular personal, teléfono fijo e impresora de la empresa. Mantener los equipos de oficina en excelente estado.		

Tabla 32. Perfil del Recepcionista

RECEPCIONISTA				
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
CARGO:	DEPARTAMENTO:		JEFE DIRECTO:	ASIGNACIÓN SALARIAL
RECEPCIONISTA	ADMINISTRATIVO		Administrador	\$828.116
2. FUNCIONES				
Apoyo de la guardería, en área recepción, servicio al cliente y demás ayudas que requiera el personal operativo de la empresa.				
3. REQUISITOS				
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA	REQUERIMIENTOS DEL CARGO		
Técnico, Tecnólogo o Estudiantes en áreas relacionadas a la administración o afines.	1 año de experiencia en atención al cliente y ventas.	* Movilización propia. * Territorialidad * Conocimientos en Primeros auxilios, atención primaria.		

4. HABILIDADES O DESTREZAS
Excelente atención a los clientes en información, registro y salida de la empresa. Excelentes relaciones interpersonales. Manejo de contabilidad y caja.
5. Responsabilidades por máquinas o equipos
Manejo de elementos de juegos. Manejo del celular personal, computador, teléfono fijo e impresora de la empresa. Mantener los equipos de oficina en excelente estado.

Tabla 33. Perfil del Veterinario

ANÁLISIS OCUPACIONAL VETERINARIO				
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
CARGO:	DEPARTAMENTO:		SUPERVISA A:	ASIGNACIÓN SALARIAL
VETERINARIO	OPERATIVO		Cuidador canino	\$ 1.500.000
2. FUNCIONES				
Brindar servicios de consulta médico-veterinaria, atendiendo, examinando y controlando las situaciones, con las mascotas.				
Prestar auxilio en caso de emergencias a los caninos durante la prestación del servicio de la guardería.				
Supervisar a los cuidadores caninos en el cumplimiento de sus labores diarias.				
3. REQUISITOS				
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA	REQUERIMIENTOS DEL CARGO		
Médico Veterinario.	Un año de experiencia como veterinario	* Movilización propia.		
		* Territorialidad		
		*Especialidad en caninos		
4. HABILIDADES O DESTREZAS				
Conocimiento de Leyes, normas y reglamentos sobre sanidad animal.				
Tratamientos de animales caninos.				
Métodos y prácticas en el cuidado de animales.				
Organización y pulcritud en el trabajo.				
8. Responsabilidades por máquinas o equipos				
El manejo de equipos e instrumentos de laboratorio.				
Manejo del celular personal, computador e impresora de la empresa.				
Mantener los equipos operativos y de oficina en excelente estado.				

Tabla 34. Perfil del Cuidador canino

ANÁLISIS OCUPACIONAL CUIDADOR CANINO				
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO				
CARGO:	DEPARTAMENTO:		JEFE DIRECTO:	ASIGNACIÓN SALARIAL
CUIDADOR CANINO	OPERATIVO		VETERINARIO	\$ 828.116
2. FUNCIONES				
Cuidar y velar por la salud de los caninos de la guardería. Enseñar al animal a obedecer órdenes básicas que garanticen una excelente estadía en la guardería. Realizar actividades de recreación con los caninos.				
3. REQUISITOS				
EDUCACIÓN	EXPERIENCIA	REQUERIMIENTOS DEL CARGO		
Estudiante de últimos semestres de medicina veterinaria.	No requiere.	* Movilización propia. * Territorialidad *Estar enfocado en el estudio de caninos en su carrera.		
4. HABILIDADES O DESTREZAS				
Habilidad y capacidad para establecer buenas relaciones con distintos tipos de personas. Habilidad para saber comunicarse con el perro. Conocimiento de leyes y cuidados de salud animal en caninos.				
5. Responsabilidades por máquinas o equipos				
Manejo de celular personal, computador e impresora de la empresa. Mantener los equipos operativos y de oficina en excelente estado.				
6. RESPONSABILIDADES POR INFORMACIÓN				
Manejar y controlar la información de los caninos y el servicio prestado por la guardería.				

4.3.3 Asignación salarial. Se analizó el área ocupacional de la nueva empresa que se espera crear, siendo conscientes y profundizando en los cargos para tener en cuenta para el buen funcionamiento de la organización y que los salarios asignados

se ajusten a los sueldos que en realidad se pagan al personal que labora en este tipo de empresas.

Se realizó un modelo de asignación salarial el cual sirvió para conocer la remuneración con respecto al puntaje obtenido luego de analizar y cuantificar por grados los factores importantes de una organización y sus funcionalidades.

Estas variables son el resultado de un estudio realizado donde se pusieron en juicio aspectos importantes en estos cargos, acorde a la funcionalidad de cada uno, a excepción del administrador, ya que este es la cabeza y responsable del sector administrativo y operativo de la empresa.

Tabla 35. Asignación salarial

CARGOS	PUNTOS	SALARIOS
Administrador (1)	700	\$ 1.500.000
Recepcionista (1)	530	\$ 828.116
Veterinario (1)	630	\$ 1.500.000
Cuidador canino (3)	538	\$ 828.116

\$ 828.116	SMLMV 2019
\$ 97.032	Auxilio de Transporte 2019

CONCEPTO	FACTOR
Cesantías	8,333%
Interés cesantías	1,000%
Vacaciones	4,167%
Prima	8,333%
Parafiscales	9,000%
Salud y pensión	20,500%
Dotación	7,000%
Riesgos profesionales	1,300%
TOTAL FACTOR PRESTACIONAL	59,633%

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

5.1.1 Inversión Fija. Se identifica los activos requeridos por la guardería para la prestación de servicio y el monto de capital requerido para el funcionamiento normal de la empresa.

5.1.1.1 Terreno. Para el proyecto inicial no se contempla la compra de terrenos, las instalaciones funcionarán en una casa del barrio Uribe Uribe, por medio de arrendamiento.

5.1.1.2 Maquinaria y equipos:

Tabla 36. Maquinaria y equipos

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Aire acondicionado integral	1	\$ 2.867.900	\$ 2.867.900
Báscula veterinaria	1	\$ 590.450	\$ 590.450
Camas para caninos	46	\$ 70.000	\$ 3.220.000
Comederos	46	\$ 2.500	\$ 115.000
Bebederos	46	\$ 2.500	\$ 115.000
Termómetro	2	\$ 321.965	\$ 643.930
Camilla examen	1	\$ 195.000	\$ 195.000
TOTAL			\$ 7.747.280

5.1.1.3 Muebles y enseres:

Tabla 37. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios de oficina	3	\$ 229.000	\$ 687.000
Sillas sala de espera	1	\$ 1.100.900	\$ 1.100.900
Sillas de oficina	4	\$ 109.900	\$ 439.600
Escritorio gerencia	1	\$ 690.000	\$ 690.000
Extintores multipropósito	2	\$ 35.000	\$ 70.000
Botiquín	1	\$ 36.000	\$ 36.000
Kit de cámaras de seguridad	1	\$ 620.000	\$ 620.000
Archivador cuatro gavetas	1	\$ 650.000	\$ 650.000
Canecas en acero	4	\$ 82.000	\$ 328.000
Camilla de emergencia	1	\$ 149.900	\$ 149.900
Punto ecológico	1	\$ 319.000	\$ 319.000
TOTAL			\$ 5.090.400

5.1.1.4 Equipos de oficina:

Tabla 38. Equipos de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	3	\$ 1.590.000	\$ 4.770.000
Computador portátil	1	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Impresoras	1	\$ 653.500	\$ 653.500
Teléfono	1	\$ 185.000	\$ 185.000
TOTAL			\$ 8.008.500

5.1.1.5 Total de inversión fija:

Tabla 39. Inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Maquinaria y Equipos	\$ 7.747.280
Muebles y enseres	\$ 5.090.400
Equipos de oficina	\$ 8.008.500
TOTAL	\$ 20.846.180

5.1.2 Inversión diferida:

Tabla 40. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 150.000
Sayco y Acimpro	\$ 455.700
Cámara de Comercio	\$ 85.000
Registro de libros y documentos	\$ 100.000
Software contable Siigo	\$ 1.300.000
Adecuaciones locativas	\$ 10.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 2.970.000
TOTAL	\$ 15.060.700
Valor Amortización Anual (Por cinco años)	\$ 3.012.140

5.1.3 Inversión capital de trabajo. Son aquellos recursos que la empresa necesita para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que se conoce como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). Los recursos en efectivo son los que normalmente se destinan para seguir en competencia en un mercado en donde este depende del tamaño y tipo de actividad económica.

5.1.3.1 Costos de producción:

Insumos

Tabla 41. Insumos

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR unidad	VALOR UNIDAD DE INSUMO	COSTO POR UNIDAD	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Guante latex	UNIDAD	1	\$ 145	\$ 145	\$ 1.296.880	\$ 108.073
Tapa bocas	UNIDAD	0,08	\$ 150	\$ 12	\$ 107.328,00	\$ 8.944,00
TOTAL				\$ 157,00	\$ 1.404.208,00	\$ 117.017,33

Mano de obra directa

Tabla 42. Mano de obra directa

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
Veterinario	1	\$ 1.500.000	\$ 97.032	\$ 952.358	\$ 2.549.390	\$ 2.549.390	\$ 30.592.681
Cuidador Canino	3	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 551.694	\$ 1.476.842	\$ 4.430.525	\$ 53.166.294
TOTAL	4					\$ 6.979.915	\$ 83.758.975

Costos indirectos de fabricación

Tabla 43. Costos indirectos de fabricación

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento 5%	\$ 32.280	\$ 387.364
Seguros 1%	\$ 6.880	\$ 82.563
Depreciación Maquinaria y Equipos	\$ 64.561	\$ 774.728
Depreciación Muebles y enseres	\$ 8.484	\$ 101.808
Servicios	\$ 231.500	\$ 2.778.000
Arrendamiento	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
TOTAL	\$ 1.843.705	\$ 22.124.463

Total costos de prestación del servicio

Tabla 44. Total costos de prestación del servicio

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD	\$ 6.979.915	\$ 83.758.975
Materia Prima	\$ 117.017	\$ 1.404.208
Costos Indirectos	\$ 1.843.705	\$ 22.124.463
TOTAL	\$ 8.940.637	\$ 107.287.647

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas:

Tabla 45. Gastos de administración y ventas

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento 5%	\$ 33.369	\$ 400.425
Seguros 1%	\$ 10.492	\$ 125.899
Depreciación Muebles y enseres	\$ 76.356	\$ 916.272
Depreciación Equipos de oficina	\$ 133.475	\$ 1.601.700
Arrendamiento	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Servicios	\$ 483.500	\$ 5.802.000
Publicidad de operación	\$ 4.071.000	\$ 48.852.000
Amortización de Direridos	\$ 251.012	\$ 3.012.140
TOTAL	\$ 8.059.203	\$ 96.710.436

Tabla 46. Nómina administrativa

ÍTEM	CANTIDAD	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
Administrador	1	\$ 1.500.000	\$ 97.032	\$ 952.358	\$ 2.549.390	\$ 2.549.390	\$ 30.592.681
Secretaria /Recepcionista	1	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 551.694	\$ 1.476.842	\$ 1.476.842	\$ 17.722.098
TOTAL	2	\$ 2.328.116	\$ 194.064	\$ 1.504.052	\$ 4.026.232	\$ 4.026.232	\$ 48.314.779

5.1.3.3 Total capital de trabajo:

Tabla 47. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MES	VALOR A NECESITAR
Costos del producto (Prestación del servicio)	\$ 8.940.637	\$ 17.881.274
Gastos de Administración y Ventas	\$ 12.085.435	\$ 24.170.869
Gastos Financieros	\$ 270.000	\$ 537.050
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 89.440	\$ 178.880
(Depreciaciones y amortizaciones)	\$ 533.887	\$ 1.067.775
TOTAL	\$ 20.851.624	\$ 41.700.299

5.1.4 Inversión total:

Tabla 48. Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	VALOR
Inversión Fija	\$ 20.846.180
Inversión Diferida	\$ 15.060.700
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 41.700.299
TOTAL	\$ 77.607.179

5.1.5 Fuentes de financiación. La empresa cuenta con las siguientes fuentes financieras:

a. Recursos propios. Estos recursos son de \$57.607.179 y representan el 74.23% de los aportes.

b. Recursos de terceros. Estos recursos son de \$20.000.000 a 60 meses con una tasa mensual del 1,35% y representan el 25,77% de los aportes.

Tabla 49. Fuentes de financiación

Aportes de los socios	\$ 57.607.179	74,23%	Socios
Crédito a solicitar	\$ 20.000.000	25,77%	Deuda

Tabla 50. Resumen del crédito

AÑO	PAGOS	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
1	\$ 5.861.868,33	\$ 3.036.294,03	\$ 2.825.574,30	\$ 17.174.425,70
2	\$ 5.861.868,33	\$ 2.542.986,66	\$ 3.318.881,67	\$ 13.855.544,03
3	\$ 5.861.868,33	\$ 1.963.554,44	\$ 3.898.313,88	\$ 9.957.230,15
4	\$ 5.861.868,33	\$ 1.282.961,14	\$ 4.578.907,19	\$ 5.378.322,96
5	\$ 5.861.868,33	\$ 483.545,37	\$ 5.378.322,96	\$ -0,00
TOTAL	\$ 29.309.341,63	\$ 9.309.341,63	\$ 20.000.000,00	

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos y gastos fijos:

Tabla 51. Costos y gastos fijos

COSTOS FIJOS	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD	\$ 83.758.975
Costos Indirectos Fijos	\$ 19.902.063
Arriendo \$ 18.000.000,00	
Servicios \$ 555.600,00	
Depreciación \$ 876.536,00	
Mantenimiento \$ 387.364,00	
Seguros \$ 82.563,20	
TOTAL	\$ 103.661.039

5.2.2 Costos y gastos variables:

Tabla 52. Costos y gastos variables

COSTOS FIJOS	VALOR ANUAL
Materia Prima	\$ 1.404.208
Costos Indirectos Variables	\$ 2.222.400
Servicios \$ 2.222.400,00	
TOTAL	\$ 3.626.608

5.2.3 Costo y gasto total unitario:

Tabla 53. Costo y gasto total unitario

COSTOS FIJOS	VALOR ANUAL	COSTO POR UNIDAD
Total Anual de Costos Fijos	\$ 103.661.039	\$ 11.590
Total Anual de Costos Variables	\$ 3.626.608	\$ 405
TOTAL	\$ 107.287.647	\$ 11.995

5.3 PRECIO DE VENTA

Se determina dividiendo el costo unitario del servicio por la diferencia entre la unidad y el margen de utilidad esperado (25%), lo cual se expresa de la siguiente fórmula matemática.

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo Total Unitario}}{1 - \% \text{ Utilidad esperada}} = \frac{\$11995}{1 - 0,25} = 15993$$

Precio de venta = \$30.000

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

5.4.1 Ingresos:

Tabla 54. Ingresos

AÑO	NUMERO DE SERVICIOS	PRECIO	TOTAL
1	8944	\$ 30.000	\$ 268.320.000
2	10285	\$ 30.000	\$ 308.550.000
3	11828	\$ 30.000	\$ 354.840.000
4	13602	\$ 30.000	\$ 408.060.000
5	15643	\$ 30.000	\$ 469.290.000

5.4.2 Egresos:

Tabla 55. Egresos

	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Directa MOD		\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975
Materia Prima		\$ 1.404.208	\$ 1.614.839	\$ 1.857.065	\$ 2.135.625	\$ 2.455.969
Costos Indirectos de P. S Fijos		\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063
Costos Indirectos de P. S Variables		\$ 2.222.400	\$ 2.555.760	\$ 2.939.124	\$ 3.379.993	\$ 3.886.991
COSTOS DE PRESTACION SERVICIO		\$ 107.287.647	\$ 107.831.638	\$ 108.457.228	\$ 109.176.656	\$ 110.003.999

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.5.1 Estado de resultados proyectado:

Tabla 56. Estado de resultados proyectado

UTILIDAD BRUTA		\$ 161.032.353	\$ 200.736.362	\$ 246.395.972	\$ 298.904.524	\$ 359.289.358
Gastos de Personal		\$ 48.314.779	\$ 48.314.779	\$ 48.314.779	\$ 48.314.779	\$ 48.314.779
Gastos de Administración		\$ 96.710.436	\$ 96.710.436	\$ 96.710.436	\$ 96.710.436	\$ 96.710.436
Gastos de Personal de Ventas		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E		\$ 16.007.139	\$ 55.711.147	\$ 101.370.758	\$ 153.879.309	\$ 214.264.144
Gastos Financieros		\$ 3.036.294	\$ 2.542.987	\$ 1.963.554	\$ 1.282.961	\$ 483.545
Gravamen del 4 x 1.000		\$ 1.073.280	\$ 1.234.272	\$ 1.419.413	\$ 1.632.325	\$ 1.877.173
Otros Ingresos (Arrendamientos otras áreas)						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 11.897.565	\$ 51.933.889	\$ 97.987.790	\$ 150.964.023	\$ 211.903.425
Provisión para Impuestos 33%		\$ 3.926.196	\$ 17.138.183	\$ 32.335.971	\$ 49.818.128	\$ 69.928.130
UTILIDAD NETA		\$ 7.971.368	\$ 34.795.705	\$ 65.651.820	\$ 101.145.896	\$ 141.975.295
RESERVAS 10%		\$ 797.137	\$ 3.479.571	\$ 6.565.182	\$ 10.114.590	\$ 14.197.529

5.5.2 Flujo de caja proyectado:

Tabla 57. Flujo de caja proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos operacionales		\$ 259.376.000	\$ 298.282.400	\$ 343.024.760	\$ 394.478.474	\$ 453.650.245	
Recuperación de Cartera			\$ 8.944.000	\$ 10.285.600	\$ 11.828.440	\$ 13.602.706	\$ 15.643.112
Total de Ingresos Operacionales		\$ 259.376.000	\$ 307.226.400	\$ 353.310.360	\$ 406.306.914	\$ 467.252.951	
Pagos de Costos							
Pago de Materia Prima		\$ 1.404.208	\$ 1.614.839	\$ 1.857.065	\$ 2.135.625	\$ 2.455.969	
Pago de Mano de Obra Directa		\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	
Pago Costos Indirectos Fijos		\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	
Depreciaciones		\$ -876.536	\$ -876.536	\$ -876.536	\$ -876.536	\$ -876.536	
Pago Costos Indirectos Variables		\$ 2.222.400	\$ 2.555.760	\$ 2.939.124	\$ 3.379.993	\$ 3.886.991	
Total Pagos de Costos Operacionales		\$ 106.411.111	\$ 106.955.102	\$ 107.580.692	\$ 108.300.120	\$ 109.127.463	
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO		\$ 152.964.889	\$ 200.271.298	\$ 245.729.668	\$ 298.006.794	\$ 358.125.488	
Pagos de Gastos							
Pago de Gastos de Administración		\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	
Amortizaciones		\$ -3.012.140	\$ -3.012.140	\$ -3.012.140	\$ -3.012.140	\$ -3.012.140	
Depreciaciones		\$ -2.517.972	\$ -2.517.972	\$ -2.517.972	\$ -2.517.972	\$ -2.517.972	
Pago de Gastos de Ventas		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Pago de Impuestos		\$ -	\$ 3.926.196	\$ 17.138.183	\$ 32.335.971	\$ 49.818.128	
Total Pago de Gastos Operacionales		\$ 139.495.103	\$ 143.421.299	\$ 156.633.286	\$ 171.831.074	\$ 189.313.230	
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO		\$ 13.469.787	\$ 56.849.999	\$ 89.096.382	\$ 126.175.720	\$ 168.812.258	
Inversiones							
Inversión Fija	\$ 20.846.180						
Inversión Diferida	\$ 15.060.700						
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 41.700.299						
Total de Inversiones	\$ 77.607.179	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
FLUJO DE CAJA LIBRE	\$ -77.607.179	\$ 13.469.787	\$ 56.849.999	\$ 89.096.382	\$ 126.175.720	\$ 168.812.258	
Financiación							
Aportes de los socios	\$ 57.607.179						
Crédito Financiero	\$ 20.000.000						
Otras Fuentes (Valor en libros de Activos)							
Total Ingresos de Financiación	\$ 77.607.179	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Egresos de Financiación							
Abonos a capital		\$ 2.825.574	\$ 3.318.882	\$ 3.898.314	\$ 4.578.907	\$ 5.378.323	
Pago de Intereses		\$ 3.036.294	\$ 2.542.987	\$ 1.963.554	\$ 1.282.961	\$ 483.545	
Gravamen del 4 x 1.000		\$ 1.073.280	\$ 1.234.272	\$ 1.419.413	\$ 1.632.325	\$ 1.877.173	
Pago de Utilidades							
Total Egresos de Financiación	\$ -	\$ 6.935.148	\$ 7.096.140	\$ 7.281.281	\$ 7.494.193	\$ 7.739.042	
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN	\$ 77.607.179	\$ -6.935.148	\$ -7.096.140	\$ -7.281.281	\$ -7.494.193	\$ -7.739.042	
FLUJO NETO DE CAJA	\$ -	\$ 6.534.638	\$ 49.753.859	\$ 81.815.101	\$ 118.681.527	\$ 161.073.216	
Flujo de caja del período	\$ -77.607.179	\$ 6.534.638	\$ 49.753.859	\$ 81.815.101	\$ 118.681.527	\$ 161.073.216	
Saldo anterior de Caja y Bancos		\$ 41.700.299	\$ 48.234.937	\$ 97.988.796	\$ 179.803.897	\$ 298.485.425	
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS	\$ -77.607.179	\$ 48.234.937	\$ 97.988.796	\$ 179.803.897	\$ 298.485.425	\$ 459.558.641	

5.5.3 Balance general proyectado:

Tabla 58. Balance general proyectado

	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja y Bancos	\$ 41.700.299	\$ 48.234.937	\$ 97.988.796	\$ 179.803.897	\$ 298.485.425	\$ 459.558.641
Cartera (Cuentas por Cobrar)		\$ 8.944.000	\$ 10.285.600	\$ 11.828.440	\$ 13.602.706	\$ 15.643.112
Total Activo Corriente	\$ 41.700.299	\$ 57.178.937	\$ 108.274.396	\$ 191.632.337	\$ 312.088.131	\$ 475.201.753
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ 7.747.280	\$ 7.747.280	\$ 7.747.280	\$ 7.747.280	\$ 7.747.280	\$ 7.747.280
Muebles y Enseres	\$ 5.090.400	\$ 5.090.400	\$ 5.090.400	\$ 5.090.400	\$ 5.090.400	\$ 5.090.400
Equipos de Oficina	\$ 8.008.500	\$ 8.008.500	\$ 8.008.500	\$ 8.008.500	\$ 8.008.500	\$ 8.008.500
Herramientas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -3.394.508	\$ -6.789.016	\$ -10.183.524	\$ -13.578.032	\$ -16.972.540
Total Activo Fijo Neto	\$ 20.846.180	\$ 17.451.672	\$ 14.057.164	\$ 10.662.656	\$ 7.268.148	\$ 3.873.640
Activos Diferidos	\$ 15.060.700	\$ 15.060.700	\$ 15.060.700	\$ 15.060.700	\$ 15.060.700	\$ 15.060.700
Amortización Diferida	\$ -	\$ -3.012.140	\$ -6.024.280	\$ -9.036.420	\$ -12.048.560	\$ -15.060.700
Activo Diferido Neto	\$ 15.060.700	\$ 12.048.560	\$ 9.036.420	\$ 6.024.280	\$ 3.012.140	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 77.607.179	\$ 86.679.169	\$ 131.367.980	\$ 208.319.273	\$ 322.368.419	\$ 479.075.393
Obligaciones Financieras	\$ 2.825.574	\$ 3.318.882	\$ 3.898.314	\$ 4.578.907	\$ 5.378.323	\$ -0
Impuestos por pagar		\$ 3.926.196	\$ 17.138.183	\$ 32.335.971	\$ 49.818.128	\$ 69.928.130
Total Pasivo Corriente	\$ 2.825.574	\$ 7.245.078	\$ 21.036.497	\$ 36.914.878	\$ 55.196.451	\$ 69.928.130
Obligaciones de Largo Plazo	\$ 17.174.426	\$ 13.855.544	\$ 9.957.230	\$ 5.378.323	\$ -0	\$ -
PASIVO TOTAL	\$ 20.000.000	\$ 21.100.622	\$ 30.993.727	\$ 42.293.201	\$ 55.196.451	\$ 69.928.130
Aportes Sociales	\$ 57.607.179	\$ 57.607.179	\$ 57.607.179	\$ 57.607.179	\$ 57.607.179	\$ 57.607.179
Utilidades Ejercicios Anteriores		\$ -	\$ 7.174.231	\$ 38.490.366	\$ 97.577.004	\$ 188.608.310
Utilidades del Presente Ejercicio		\$ 7.174.231	\$ 31.316.135	\$ 59.086.638	\$ 91.031.306	\$ 127.777.765
Reservas (10% de las utilidades del ejercicio)		\$ 797.137	\$ 4.276.707	\$ 10.841.889	\$ 20.956.479	\$ 35.154.008
PATRIMONIO TOTAL	\$ 57.607.179	\$ 65.578.547	\$ 100.374.253	\$ 166.026.072	\$ 267.171.968	\$ 409.147.262
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 77.607.179	\$ 86.679.169	\$ 131.367.980	\$ 208.319.273	\$ 322.368.419	\$ 479.075.393
VERIFICACIÓN DE SALDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 EVALUACIÓN SOCIAL

La creación de la guardería Doggy Happy, se presenta como una gran oportunidad de ofrecer un servicio completo para los caninos en la ciudad, a precios asequibles y razonables que se transformarán en tranquilidad para los clientes, permitiéndoles adquirir un servicio de calidad a costos justos que se verán reflejados en beneficios y bienestar de los canes.

La guardería dentro de sus actividades implementará charlas periódicas y acompañamiento a los dueños de los canes, con el fin de brindar confianza y amistad, aclarando posibles dudas acerca de los cuidados que se deben tener con las mascotas, la responsabilidad social cuando son razas peligrosas y el comportamiento psicológico de los mismos.

El principal impacto pretende ser el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, a través de la generación de empleo, capacitaciones, asistencia técnica, beneficios económicos y de productividad enfatizada en un servicio de calidad.

El municipio cuenta con generadores de empleo formal y estable, pero la informalidad es alta y la oferta de ocupación no cumple con las regulaciones en materia de seguridad social y protección del trabajador. La guardería Doggy Happy será una fuente de empleo para mano de obra calificada y no calificada, contemplando todos los beneficios laborales establecidos por los entes gubernamentales.

La empresa brindará seis empleos directos y uno indirecto. Además de ello contribuirá con el crecimiento económico de la ciudad, del departamento y del país.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Para la evaluación ambiental se indagó la normatividad legal exigida por los entes gubernamentales mediante asesorías sobre los requisitos y las normas vigentes para cumplir las obligaciones ambientales que se generan entorno al funcionamiento de la empresa.

El funcionamiento de la guardería diseñará implementará y evaluará, un Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos, donde se especifican todos los programas para el correcto manejo de los residuos sólidos generados por la actividad de cuidado de los canes y mitigar de la mejor manera el impacto ambiental.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos. Con el fin de establecer la evaluación de los impactos ambientales se determinó la escala de valoración correspondiente a la colorimétrica, teniendo en cuenta que su asignación de valor se determina en la siguiente escala:

Tabla 59. Descripción de rangos

Rango	Color	Descripción
Alto		Impacto negativo, permanente, frecuente, con baja capacidad de resiliencia, generando impactos directos al medio ambiente.
Medio		Impacto negativo, temporal, con capacidad de ser mitigable, generando impactos indirectos al medio ambiente.
Bajo		Impacto negativo, simple, con capacidad de recuperación a corto plazo.
+		Impacto positivo, con alta capacidad de resiliencia, generando un impacto directo al bienestar de los propietarios de los caninos.
N/A		No aplica

Tabla 60. Matriz de evaluación de impactos

Actividades	Efectos	Impactos	Abiótico				Bióticos		Socioeconómico
			Aire	Agua	Suelo	Paisaje	Flora	Fauna	
Admon	Generación de residuos sólidos	Contaminacion de suelo Generación de lixiviados							
PERSONAL	Generación de residuos sólidos	Contaminacion de suelo Generación de lixiviados Generacion de aguas servidas							
	Generacion de vertimientos	Alteración de DBO Y DQO							
	Generacion de empleo	Oportunidades de empleo							
	Almacén y compras	Generación de residuos sólidos	Contaminacion de suelo Generación de lixiviados						
Limpieza de la guardería	Generación de residuos sólidos	Contaminacion de suelo Generación de lixiviados Generacion de aguas servidas							
	Generacion de vertimientos	Alteración de DBO Y DQO							
	Generación de residuos peligrosos	Amenaza a la salud							
	Vigilancia	Generación de residuos sólidos	Contaminacion de suelo Generación de lixiviados Generacion de aguas servidas						
Resección llegada de rutas	Generación de emisiones	Generacion de material particulado Generacion de Co2 y Co							
	Generación de erosión	Desplazamient de la cobertura vegetal Pérdida del suelo superficial Compactación del suelo							
Distribución de caninos	Generacion de ruido	Contaminación auditiva							
Revisión veterinaria	Generación de residuos peligrosos	Amenaza a la salud							
Recreación	Generación de erosión	Desplazamient de la cobertura vegetal Pérdida del suelo superficial Compactación del suelo							
	Generación de erosión	Desplazamient de la cobertura vegetal Pérdida del suelo superficial Compactación del suelo							
	Alimentación	Generación de bacterias Generacion de olores Generación de lixiviados							
Descanso	Generación de ruido	Contaminació auditiva							
	Generación de erosión	Desplazamient de la cobertura vegetal Pérdida del suelo superficial Compactación del suelo							
	Atenció de primeros auxilios	Amenaza a la salud							
	Recuperación	Amenaza a la salud							
Dormitorios	N/A	No aplica							
Salida de ruta	Generación de emisiones	Generacion de material particulado Generacion de Co2 y Co							

De acuerdo con lo anterior se identificó, que en la Guardería Canina Doggy Happy, se encuentran impactos negativos pertenecientes a las actividades que se realizan a diario, entre los cuales se encuentra la contaminación al suelo, generación de lixiviados, generación de aguas servidas, alteración de la demanda bioquímica de oxígeno (DBO5) y la demanda química de oxígeno (DQO), desplazamientos de la cobertura vegetal, pérdida del suelo superficial, compactación del suelo, generación de bacterias y olores.

6.2.2 Plan de mitigación. Después de analizar los posibles impactos ambientales que tendría el desarrollo del proyecto, se puede concluir que no existe riesgo de impactar el medio ambiente en ninguna de sus áreas de funcionamiento, sin embargo, la empresa como políticas ambientales mantendrá control sobre el manejo racional de los servicios públicos especialmente en el desperdicio de agua y energía eléctrica con campañas de motivación visual al respecto. De la misma manera fija un compromiso en la selección y clasificación de residuos con posibilidades de reutilización o de reciclaje.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

Cuando se diseña un proyecto emprendedor se debe buscar la optimización de los recursos y lograr la recuperación de la inversión en el menor tiempo posible, a su vez generar las utilidades que satisfagan las expectativas de los inversionistas.

En la evaluación financiera se encontrará el punto de equilibrio del proyecto, se determinará el VPN, la TIR, el periodo de recuperación de la inversión y el Análisis de las razones financieras básicas.

6.3.1 Valor presente neto:

Tabla 61. Tasa de descuento aplicada

Tasa Libre de Riesgo	6,72%	TES a 5 años
Prima de Riesgo Media	10,00%	Anual
Ke	17,39%	Anual
Tasa del Crédito	17,46%	Anual
Beneficio Tributario	33,00%	Anual
Kd	11,70%	Anual
COSTO PROMEDIO DE CAPITAL	15,92%	Anual
Tasa de Inflación	7,00%	Para 2017
Tasa de Descuento Deflactada	8,34%	Anual

Una vez obtenida la tasa de descuento a utilizar se procede a aplicarla al flujo de caja libre con el fin de traer a presente (pesos del año cero) los flujos futuros generados por la operación de la empresa y deducir de éstos el valor de las salidas de efectivo al iniciar el proyecto. De acuerdo con esto, se tiene el cálculo del Valor presente neto.

Tabla 62. Flujo de caja libre

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales		\$ 259.376.000	\$ 298.282.400	\$ 343.024.760	\$ 394.478.474	\$ 453.650.245
Recuperación de Cartera		\$ -	\$ 8.944.000	\$ 10.285.600	\$ 11.828.440	\$ 13.602.706
Total de Ingresos Operacionales		\$ 259.376.000	\$ 307.226.400	\$ 353.310.360	\$ 406.306.914	\$ 467.252.951
Pagos de Costos						
Pago de Materia Prima		\$ 1.404.208	\$ 1.614.839	\$ 1.857.065	\$ 2.135.625	\$ 2.455.969
Pago de Mano de Obra Directa		\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975	\$ 83.758.975
Pago Costos Indirectos Fijos		\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063	\$ 19.902.063
Depreciaciones		\$ -876.536	\$ -876.536	\$ -876.536	\$ -876.536	\$ -876.536
Pago Costos Indirectos Variables		\$ 2.222.400	\$ 2.555.760	\$ 2.939.124	\$ 3.379.993	\$ 3.886.991
Total Pagos de Costos Operacionales		\$ 106.411.111	\$ 106.955.102	\$ 107.580.692	\$ 108.300.120	\$ 109.127.463
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO		\$ 152.964.889	\$ 200.271.298	\$ 245.729.668	\$ 298.006.794	\$ 358.125.488
Pagos de Gastos						
Pago de Gastos de Administración		\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215	\$ 145.025.215
Amortizaciones		\$ -3.012.140	\$ -3.012.140	\$ -3.012.140	\$ -3.012.140	\$ -3.012.140
Depreciaciones		\$ -2.517.972	\$ -2.517.972	\$ -2.517.972	\$ -2.517.972	\$ -2.517.972
Pago de Gastos de Ventas		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de Impuestos		\$ -	\$ 3.926.196	\$ 17.138.183	\$ 32.335.971	\$ 49.818.128
Total Pago de Gastos Operacionales		\$ 138.495.103	\$ 143.421.299	\$ 156.633.286	\$ 171.831.074	\$ 189.313.230
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO		\$ 13.469.787	\$ 56.849.999	\$ 89.096.382	\$ 126.175.720	\$ 168.812.258
Inversiones						
Inversión Fija	\$ 20.846.180					
Inversión Diferida	\$ 15.060.700					
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 41.700.299					
Total de Inversiones	\$ 77.607.179	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA LIBRE	\$ -77.607.179	\$ 13.469.787	\$ 56.849.999	\$ 89.096.382	\$ 126.175.720	\$ 168.812.258

Tabla 63. Valor presente neto

AÑO	FLUJO ESPERADO	TASA DE DESCUENTO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
Año 0	\$ -77.607.179	8,34%	1,000000	\$ -77.607.179
Año 1	\$ 13.469.787	8,34%	0,923015	\$ 12.432.817
Año 2	\$ 56.849.999	8,34%	0,851957	\$ 48.433.748
Año 3	\$ 89.096.382	8,34%	0,786369	\$ 70.062.640
Año 4	\$ 126.175.720	8,34%	0,725831	\$ 91.582.191
Año 5	\$ 168.812.258	8,34%	0,669953	\$ 113.096.203
VALOR PRESENTE ANUAL				\$ 258.000.420

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR:

Tabla 64. Tasa TIR

Año 0	\$ -77.607.179
Año 1	\$ 13.469.787
Año 2	\$ 56.849.999
año 3	\$ 89.096.382
Año 4	\$ 126.175.720
Año 5	\$ 168.812.258
TIR	66,43%

La tasa de 66.43% comparada con la tasa de mercado financiero y las variables económicas es superior, por lo tanto, se concluye que el proyecto desde el punto de económico es viable.

6.3.3 Período de recuperación. Siempre y cuando las condiciones estimadas y proyectadas para el proyecto se den, el monto de \$77,607,179 se recuperará al cabo de 2 años y 3 meses.

$$\begin{aligned}
 VP_{\text{año}1} &= 13,469,787 \\
 VP_{\text{egresos}} - (VP_{\text{año}1}) &= 77,607,179 - 13,469,787 \\
 VP_{\text{egresos}} - (VP_{\text{año}1}) &= 64,137,392 \\
 \frac{VP_{\text{egresos}} - (VP_{\text{año}1})}{VP_{\text{año}4}} &= \frac{64,137,392}{50,445,894} \\
 \frac{VP_{\text{egresos}} - (VP_{\text{año}1} + VP_{\text{año}2} + VP_{\text{año}3})}{VP_{\text{año}4}} &= 1,271 \\
 \frac{VP_{\text{egresos}} - (VP_{\text{año}1} + VP_{\text{año}2} + VP_{\text{año}3})}{VP_{\text{año}4}} + 1 \text{ año} &= 1,271 + 1 \\
 \frac{VP_{\text{egresos}} - (VP_{\text{año}1} + VP_{\text{año}2} + VP_{\text{año}3})}{VP_{\text{año}4}} + 1 \text{ año} &= 2,271
 \end{aligned}$$

6.3.4 Análisis de las razones financieras:

Razón Corriente

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

Determina la capacidad de la guardería para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos al corto plazo. Al dividir el activo corriente entre el pasivo corriente, se conoce con cuánto se cuenta para respaldar o cubrir los pasivos exigibles a corto plazo.

Tabla 65. Razón corriente

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
7,89	5,15	5,19	5,65	6,80

Para el caso puntual del proyecto, se tiene que por cada \$1 que la guardería debe a corto plazo, durante el primer año, tiene 7,89 representado en los activos corrientes para suplir y responder, de igual manera se observa que cada año el indicador mejora porque las obligaciones de corto plazo van disminuyendo al mismo tiempo que los activos del proyecto aumentan hasta el punto de llegar a una razón corriente del 6.80 en el año quinto de sus operaciones.

Este indicador es interesante y favorable para la empresa, toda vez que determina el respaldo ante los proveedores y las entidades financieras ante una eventual expansión de la capacidad de la guardería.

Capital de trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

No es precisamente una razón financiera, esta representa la diferencia entre el total de los activos corrientes y los pasivos de igual naturaleza, es decir, con vencimiento o cumplimiento menor o igual a un año.

Ésta muestra el valor que la empresa obtiene después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo de este modo a la gerencia tomar las decisiones pertinentes de inversión temporal, para poder obtener los rendimientos financieros sobre los sobrantes temporales.

Tabla 66. Capital de trabajo

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 49.933.859	\$ 87.237.899	\$ 154.717.459	\$ 256.891.680	\$ 405.273.622

La guardería Doggy Happy cuenta con \$49.933.859 de capital de trabajo disponible para realizar la operación del primer año. Este valor está dentro de lo requerido para la inversión inicial de la planta, garantizando un correcto funcionamiento.

De igual manera teniendo en cuenta lo mencionado en la razón corriente, a medida que transcurre el tiempo los pasivos disminuyen haciendo que el capital de trabajo aumente a \$405.273.622 en el quinto año, de este modo se presenta excedentes que podrán ser invertidos.

Nivel de endeudamiento

$$\text{Nivel de endeudamiento} = \frac{\text{Total pasivos}}{\text{Total activos}}$$

A través de esta se mide en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Por otro lado, está el riesgo que incurre los acreedores, el riesgo de los dueños y la conveniencia o inconveniencia de un determinado nivel de endeudamiento para la comercializadora.

Tabla 67. Nivel de endeudamiento

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
24,34%	23,59%	20,30%	17,12%	14,60%

En este caso se observa que para el año uno, por cada peso que la empresa tiene invertido en activos, se ha financiado en 23.34 centavos, es decir que inicialmente el 24% de los activos de la planta fueron adquiridos a través de fuentes de financiación diferentes a los recursos propios.

Por lo anterior, aunque parezca riesgoso para la empresa, a través de la operación se cumple con las obligaciones generando los recursos necesarios para que cada año se pueda disminuir el endeudamiento, terminando al quinto año con 10,08%, lo cual es favorable y permite ser una garantía para los acreedores y respaldo financiero ante futuras necesidades de recursos.

Rotación de activos

$$\text{Rotación de activos} = \frac{\text{Ingresos por venta}}{\text{Total activos}}$$

Es un indicador de productividad, mide cuantos pesos genera cada peso invertido en activo total.

Tabla 68. Rotación de activos

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3,10	2,35	1,70	1,27	0,98

Con base en lo anterior, la rotación de los activos totales de Doggy Happy para el primer año fue de 3.10 veces y de 1.50 para el último año; esto significa que por cada peso invertido en activos se generaron unas ventas de 3 pesos con 10 centavos para el primer año y 2 pesos para el último año.

Por el cálculo anterior se debe tener en cuenta que la inversión en activos fijos es alta y a través del balance el efectivo disponible crece año a año, generando recursos que pueden reinvertirse para darles un mejor uso.

Es de aclarar que la rentabilidad de un negocio no solo se mide por la rotación de los activos sino también por el margen de utilidad que se maneja.

Margen bruto de ganancia

$$\text{Margen bruto de ganancia} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ingresos totales}}$$

Indicador que muestra que, por cada peso vendido, se genera una cantidad para cubrir los gastos operacionales y no operacionales.

Tabla 69. Margen bruto de ganancia

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
60,02%	65,05%	69,44%	73,25%	76,56%

Para el primer año la planta tiene un margen bruto es aceptable, teniendo en cuenta que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuesto de 60 pesos con 02 centavos, el cual tiene un comportamiento creciente año tras año hasta llegar a 66 pesos con 86 centavos.

Este factor es beneficioso ya que se puede deducir que a medida que pasa el tiempo los gastos operacionales y no operacionales van disminuyendo debido a la carga financiera que se reduce por su cancelación y la generación de más recursos por incremento en las ventas, permitiendo un mayor margen del cual puede disfrutar el propietario.

Margen neto de utilidad

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingresos totales}}$$

Este indicador muestra la relación que existe de las utilidades después de ingresos y egresos no operacionales e impuestos, que pueden contribuir o restar capacidad para producir rentabilidad sobre las ventas.

Tabla 70. Margen neto de utilidad

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2,97%	11,28%	18,50%	24,79%	30,25%

De acuerdo con esto se tiene que, por cada peso generado en ventas, en el año uno queda para el inversionista 2 peso con 97 centavos luego de cancelar todas las obligaciones (Estado, empleados, acreedores, etc.) terminando el año quinto de operaciones con un buen margen del 14.64%.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas.²⁰ Para determinar el punto de equilibrio se hará sobre las cantidades a vender usando la siguiente fórmula:

$$\text{Cantidad a vender en punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos y gastos fijos}}{\text{Precio vta. / Und.} - \frac{\text{costo y gasto Variable / und.}}$$

$$\text{Cantidad a vender en punto de equilibrio} = \frac{\$ 248.686.253}{30.000 - 11995}$$

$$\text{Cantidad a vender en punto de equilibrio} = 13812$$

²⁰ CÓRDOBA PADILLA, Marcial. Análisis Financiero. ECOE Ediciones. Colombia. 2014.

Tabla 71. Punto de equilibrio

Costos Fijos	\$ 103.661.039
Gastos Fijos	\$ 145.025.215
Precio de Venta	\$ 30.000
Costo Variable Unitario	\$ 11.995
Punto de Equilibrio	13.812

Esto quiere decir que la empresa tendrá que vender 13812 servicios para no tener ni ganancia ni pérdida.

7. CONCLUSIONES

A través del desarrollo e investigación de todos los estudios se puede concluir lo siguiente:

Con la creación de este proyecto se puede innovar en el mercado con una idea diferente, brindando una propuesta que puede llegar a cubrir todas las necesidades y falencias actuales en la población, dando el mejor servicio en términos de tiempo y atención y otorgando a los canes un espacio de atención donde encontraran servicio de calidad.

Con la creación de la guardería se busca generar empleos directos, de esta forma se contribuye con el mejoramiento de la ciudad, disminuyendo la tasa de desempleo y los empleos informales; y brindando un pago justo teniendo en cuenta todos los aspectos legales que los favorecen. Esta empresa generará seis empleos directos y uno indirecto.

La tasa de 20,96% comparada con la tasa de mercado financiero del proyecto y las variables económicas es superior, por lo tanto, se concluye que el proyecto desde el punto de económico es viable. La empresa tendrá que vender 6.688 servicios para no tener ni ganancia ni pérdida y el monto de \$77.607.179, que es la inversión inicial, se recuperará al cabo de 2 años, 3 meses.

Teniendo en cuenta que en la ciudad no existe un lugar adecuado donde puedan atender a las mascotas, se considera viable y rentable la creación de la guardería. Según los encuestados, el 84% de los hogares tiene un animal de raza canino como mascota y el 16% no lo tienen. Lo anterior, se convierte en una oportunidad para proponer una alternativa innovadora para el cuidado de las mascotas.

8. RECOMENDACIONES

Al crear una empresa prestadora de servicios es importante que se esté al tanto de cada uno de los cambios que presente su mercado en la oferta de nuevos productos y servicios.

Se debe tener un especial manejo con la atención al cliente ya que este tipo de servicios presenta la característica más importante y es tratar al cliente directo como tal que son las mascotas y a su vez, los propietarios.

Se debe prestar un servicio integral de buen trato en la empresa, las excelentes relaciones interpersonales son fundamentales para el buen ambiente de todo el personal que labore en la guardería.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA DE BARRANCABERMEJA. Información General. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. 2018. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/municipio/Informacion-General>

ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Informe de Gestión de la Empresa Aguas de Barrancabermeja año 2018. [En Línea]. Alcaldía de Barrancabermeja. Junio-julio-agosto y septiembre de 2018. Disponible en: <https://www.barrancabermeja.gov.co/sites/default/files/opendata/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%20Junio%20-%20Agosto%20AGUAS%20DE%20BARRANCABERMEJA%20S.A.%202018.pdf>

ARANGO, Claudia. Mercado de mascotas crece, Colombia es cuarto en América Latina. [En Línea]. El Colombiano. 19 de octubre de 2016. (Recuperado en 19 de marzo de 2017). Disponible en: <http://www.elcolombiano.com/cultura/mascotas/mascotas-mercado-crece-en-colombia-un-13-por-ciento-IX5202497>.

BLOG AMOR CANINO. La Relación entre el perro y el hombre. Blog Amor Canino. 2014. Disponible en: <https://elamormasfiel.wordpress.com/la-relacion-entre-el-perro-y-el-hombre/>

CABRERA, Juan. Legislación en defensa de los animales. [En Línea]. Universidad Libre de Colombia. 11 de mayo de 2010. Disponible en: <http://www.unilibre.edu.co/verbaiuris/24/legislacion-en-defensa-de-los-animales.pdf>

CÁMARA DE COMERCIO BUCARAMANGA. Pasos para crear mi empresa. [En Línea]. Cámara Directa. 2018. (Recuperado de 9 de mayo 2019). Disponible en: <https://www.camaradirecta.com/gestionar-mis-registros/como-crear-mi-empresa>

CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA. Resultados del Sector. [En Línea]. Cámara de Comercio de Barrancabermeja. 2018. Disponible en: <http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/index.php/estudios-y-publicaciones>

CONGRESO DE COLOMBIA. Proyecto Ley 19: “por la cual se dictan medidas para la prevención, detección, control e investigación de las enfermedades zoonóticas y se dictan otras disposiciones”. Senado. [En Línea]. (Recuperado de mayo de 2018). Disponible en: <https://vlex.com.co/vid/proyecto-ley-senado-451471306>

CONTRERAS Pilar. Informe de Gestión 2014 Cámara de Comercio de Barrancabermeja. [En Línea]. Cámara de Comercio de Barrancabermeja. (Recuperado de 6 de marzo de 2017). Disponible en: <https://www.ccbarranca.org.co/assets/informe-de-gestion-2014.pdf>

CÓRDOBA PADILLA, Marcial. Análisis Financiero. ECOE Ediciones. Colombia. 2014.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Informe de Gestión 2016. [En Línea]. DANE. 2017. Disponible en: https://www.dane.gov.co/files/control_participacion/rendicion_cuentas/Informe_gestion_2016_DANE_FONDANE.pdf

EL ESPECTADOR. En seis de cada 10 hogares colombianos hay mascotas. Redacción Economía. 28 Ene 2015. Disponible en: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/seis-de-cada-10-hogares->

colombianos-hay-mascotas-articulo-540449, consultado domingo 19 de marzo de 2017.]

FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES (FENALCO). Estudio de Mascotas. [En Línea]. (FENALCO). 2012. Disponible en: <http://www.fenalco.com.co/node/1863>

GÓMEZ G, Leonardo F, ATEHORTUA H, Camilo G, Orozco P, Sonia C, La influencia de las mascotas en la vida humana. [En Línea]. Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. Julio-Septiembre de 2007. (Recuperado en 27 de abril de 2018) Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=295023025016>.

RODRÍGUEZ PATIÑO, Diana. Legislación y bienestar animal [En Línea]. Blog de Pelos Compañía. 23 de diciembre de 2016. (Recuperado de mayo de 2018). Disponible en: <https://www.depelos.co/blog/legislacion-y-bienestar-animal/>

VARELA VILLEGAS, Rodrigo. Evaluación económica de proyectos de inversión. Sexta Edición: Colombia: Grupo editorial ibero América, 1997, p. 226.