

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ENTIDAD PROMOTORA DE
SALUD PARA PERROS Y GATOS EN EL AREA METROPOLITANA DE
BUCARAMANGA**

**AYLEN LIZZETH BRAVO MOYA
GERMAN CADENA GARCES**

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

2011

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA ENTIDAD PROMOTORA DE
SALUD PARA PERROS Y GATOS EN EL AREA METROPOLITANA DE
BUCARAMANGA**

**AYLEN LIZZETH BRAVO MOYA
GERMAN CADENA GARCES**

Proyecto de grado para optar al título de
Profesional en Gestión Empresarial

Director

ANA CARMENZA BUITRAGO

Ingeniera Industrial

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2011**

A Dios, a mis padres y hermanos

GERMAN CADENA GARCES

A Dios, por el camino recorrido, a mis padres, por su amor y apoyo, y a la vida por lo aprendido y aprehendido.

AYLEN LIZZETH BRAVO MOYA

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	27
1. GENERALIDADES	29
1.1 ANALISIS SITUACIONAL DEL SECTOR VETERINARIO	29
1.2 GENERALIDADES SOBRE LOS PERROS Y GATOS	34
1.2.1 El perro y su evolución histórica.	34
1.2.2 Características del perro como animal doméstico.	36
1.2.3 Razas de perros más comunes.	37
1.2.4 Enfermedades más comunes del perro.	44
1.2.5 Vacunas para perros.	47
1.2.6 El gato y su evolución histórica.	49
1.2.7 Características del gato como animal doméstico.	49
1.2.8 Razas de gatos más comunes	50
1.2.9 Enfermedades más comunes del gato.	55
1.3 LOS SERES HUMANOS Y LOS ANIIMALES	59
1.4 HISTORIA DE LA MEDICINA VETERINARIA	60
2. ESTUDIO DE MERCADOS	63
2.1 OBJETIVOS	63
2.1.1 Objetivo General.	63
2.1.2. Objetivos específicos.	63
2.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO	65
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del Servicio.	65
2.2.2 Servicios sustitutos.	66
2.2.3 Servicios complementarios	66
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio respecto a la competencia.	67
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	68
2.3.1 Mercado potencial.	68

2.3.2 Mercado Objetivo.	68
2.4. LA DEMANDA	68
2.4.1 Investigación de mercados.	68
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.	73
2.4.3 Estimación de la demanda.	98
2.4.4 Evolución histórica de la demanda del servicio.	99
2.4.5 Proyección de la demanda.	99
2.5 LA OFERTA	100
2.5.1 Necesidades de Información.	100
2.5.2. Ficha técnica de la oferta	101
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.	102
2.5.5 Proyección de la oferta.	130
2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA	131
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION	133
2.7.1 Estructura de los canales actuales.	133
2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales.	133
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	135
2.8 ESTRATEGIA DE PRECIO	135
2.8.1 Análisis de precios.	135
2.8.2 Estrategias de fijación de precios.	137
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	137
2.9.1 Objetivos.	137
2.9.2 Logotipo.	137
2.9.3 Lema.	138
2.9.4 Análisis de medios.	139
2.9.5 Selección de medios	139
2.9.6 Estrategias Publicitarias.	139
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	140
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	142
3. ESTUDIO TECNICO	145

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	145
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	145
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.	145
3.1.3 Capacidad del proyecto.	147
3.2 LOCALIZACION	157
3.2.1 Macro localización.	157
3.2.2 Micro Localización.	157
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	160
3.3.1 Ficha técnica del servicio.	160
3.3.2 Funcionamiento de la EPS.	161
3.3.3 Funcionamiento de la IPS:	163
3.3.4 Función del software:	164
3.3.5 Descripción técnica del procedimiento de afiliación	164
3.3.7 Control de calidad	171
3.3.8 Recursos.	174
3.3.9 Estudio de proveedores.	177
3.3.10 Distribución de la planta.	181
3.4 Conclusiones sobre la viabilidad técnica del proyecto	183
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	185
4.1. FORMA DE CONSTITUCION	185
4.2. CONSTITUCION DE LA EMPRESA	187
4.2.1 Misión.	187
4.2.2 Visión.	187
4.2.3 Objetivos.	187
4.2.4 Políticas.	188
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	189
4.3.1 Organigrama.	189
4.3.2 Descripción de cargos.	190
4.3.3 Asignación salarial.	207
4.3.4 Aspectos Legales entre la EPS y las IPS.	208

5. ESTUDIO FINANCIERO	210
5.1. INVERSIONES	210
5.1.1 Inversión fija	210
5.1.2 Inversión diferida.	213
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	213
5.1.4 Inversión total.	197
5.1.5 Fuentes de financiación.	197
5.2. COSTOS	198
5.2.1. Costos fijos.	198
5.2.2 Costos Variables.	200
5.2.3. Costos totales unitarios.	201
5.2.4 Precio de venta.	202
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	203
5.3.1 Egresos proyectados	203
5.3.2 Ingresos proyectados.	204
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	206
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTAD	208
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	211
5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)	212
6. EVALUACION DEL PROYECTO	214
6.1 IMPACTO SOCIAL	214
6.2. IMPACTO AMBIENTAL	215
6.3 EVALUACION FINANCIERA	216
6.3.1 Valor presente neto.	216
6.3.2. Tasa interna de retorno TIR.	217
6.3.3 Periodo de recuperación.	218
6.3.4 Análisis de las razones Financieras	218
CONCLUSIONES	223
BIBLIOGRAFIA	225
ANEXOS	227

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Ficha técnica de la demanda	70
Cuadro 2. Distribución de la muestra por estratos y municipios.	73
Cuadro 3. Hogares que tienen como mascota el perro o gato.	74
Cuadro 4. Discriminación de la muestra por clase de mascota (perro y gato)	75
Cuadro 5. Separación de la muestra por hogares con perros y gatos	76
Cuadro 6. Razas de Perros	76
Cuadro 7. Razas de gatos	77
Cuadro 8. Edad de la mascota	78
Cuadro 9. Mascotas afiliadas a planes de Salud	80
Cuadro 10. Clínicas o centros veterinarios más utilizados	81
Cuadro 11. Factores que incidieron al momento de utilizar el servicio	83
Cuadro 12. Frecuencia de uso de los servicios veterinarios	85
Cuadro 13. Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados para perros	86
Cuadro 14. Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados para gatos	87
Cuadro 15. Servicios veterinarios de mayor demanda	88
Cuadro 16. Consideraciones al escoger el servicio	90
Cuadro 17. Disposición de afiliación a la nueva EPS para perros y gatos	91
Cuadro 18. Tarifa mensual del servicio para perros	93
Cuadro 19. Tarifa mensual del servicio para gatos	93
Cuadro 20. Preferencias plan Básico y plan VIP	94
Cuadro 21. Preferencia servicios complementarios	96
Cuadro 22. Proyección de la demanda segmentada por tipo de animal	99
Cuadro 23. Ficha técnica de la oferta	101
Cuadro 24. Antigüedad en la prestación del servicio	103

Cuadro 25.Servicios ofrecidos por las entidades	104
Cuadro 26.Frecuencia de uso de los servicios de forma mensual	106
Cuadro 27.Rango de precios por servicios para perros	108
Cuadro 28.Rango de precios por servicios para gatos	114
Cuadro 29.Características para fijar precios	119
Cuadro 30.Poseen planes o paquetes de salud	121
Cuadro 31.Enfermedades o situaciones más comunes para utilizar los servicios	122
Cuadro 32.Modalidad de pago	124
Cuadro 33.Incremento de atención a usuarios	125
Cuadro 34.Análisis de la competencia factores producto y precio	126
Cuadro 35.Análisis de la competencia factores plaza, promoción, personas, procesos y presentación	128
Cuadro 36.Proyección de la oferta	130
Cuadro 37.Relación ente la demanda y la oferta por tipo de animal	132
Cuadro 38.Lanzamiento Social	140
Cuadro 39.Publicidad de Lanzamiento	140
Cuadro 40.Publicidad de Operación	141
Cuadro 41.Total presupuesto de Publicidad y promoción	142
Cuadro 42.Capacidad diseñada por afiliaciones	148
Cuadro 43.Capacidad diseñada por servicios	148
Cuadro 44.Capacidad Instalada	150
Cuadro 45.Capacidad diseñada por servicios	150
Cuadro 46.Capacidad utilizada por afiliaciones	152
Cuadro 47.Capacidad utilizada por servicios (perros)	152
Cuadro 48.Capacidad utilizada por servicios (gatos)	154
Cuadro 49.Capacidad Proyectada por afiliaciones	155
Cuadro 50.Capacidad Proyectada por servicios para perros	155
Cuadro 51.Capacidad Proyectada por servicios para gatos	156
Cuadro 52.Localización método cualitativo por puntos	158

Cuadro 53.Localización método cualitativo por puntos ponderación	159
Cuadro 54.Ficha técnica del servicio	160
Cuadro 55.Recurso humano	175
Cuadro 56.Elementos muebles y enseres	176
Cuadro 57.Capacidades por servicios de las IPS	180
Cuadro 58.Descripción Cargo de Gerente	190
Cuadro 59.Perfil del Cargo de Gerente	191
Cuadro 60.Descripción Cargo de Contador	192
Cuadro 61.Perfil cargo contador	193
Cuadro 62.Descripción Cargo de Director de Operaciones	194
Cuadro 63.Perfil cargo director de operaciones	194
Cuadro 64.Descripción Cargo de Director Comercial	195
Cuadro 65.Perfil cargo director Comercial	196
Cuadro 66.Descripción Cargo de Tesorería	197
Cuadro 67.Perfil cargo director tesorería	198
Cuadro 68.Descripción Cargo de secretaria general	200
Cuadro 69.Perfil cargo secretaria general	201
Cuadro 70.Descripción Cargo de Auxiliar de servicios generales	202
Cuadro 71.Perfil cargo Auxiliar de servicios generales	202
Cuadro 72.Descripción Cargo de Asesor comercial	203
Cuadro 73.Perfil cargo asesor comercial	204
Cuadro 74.Descripción Cargo de Afiliaciones	205
Cuadro 75.Perfil cargo afiliaciones	206
Cuadro 76.Estructura salarial Mensual	207
Cuadro 77.Muebles y Enseres	210
Cuadro 78.Total activos fijos	212
Cuadro 79.Depreciación en construcciones y adecuaciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres y equipo de oficina	212
Cuadro 80.Total inversión activos diferidos	213
Cuadro 81.Amortización en activos diferidos	213

Cuadro 82.Insumos	214
Cuadro 83.Mano de obra directa discriminada por valor de servicio para perros	214
Cuadro 84.Mano de obra directa discriminada por valor de servicio para gatos	215
Cuadro 85.Total Mano de obra directa	216
Cuadro 86.Total Costos de prestación del Servicio	216
Cuadro 87.Nomina Administrativa	217
Cuadro 88.Gastos de administración y ventas	196
Cuadro 89.Gastos Financieros	196
Cuadro 90.Total Inversión en Capital de Trabajo	197
Cuadro 91.Total Inversión	197
Cuadro 92.Fuentes de Financiación	197
Cuadro 93.Tabla amortización crédito Bancario	198
Cuadro 94.Costos Fijos	198
Cuadro 95.Costos fijos discriminados	199
Cuadro 96.Costos Variables	200
Cuadro 97.Costos variables discriminados	200
Cuadro 98.Costos totales mascota perro	201
Cuadro 99.Costos totales mascota gato	201
Cuadro 100.Costos totales unitarios	201
Cuadro 101.Precio de Venta	202
Cuadro 102.Proyección Egresos	203
Cuadro 103.Ingresos proyectados por Número de afiliaciones	204
Cuadro 104.Ingresos proyectados por Valor de afiliación Mensual	205
Cuadro 105.Ingresos proyectados por No afiliaciones por valor del plan Mensual	205
Cuadro 106.Ingresos proyectados por servicios complementarios	206
Cuadro 107.Ingresos totales proyectados Anuales	206
Cuadro 108.Punto de equilibrio	207
Cuadro 109.Punto de equilibrio detallado	208
Cuadro 110.Flujo de Caja Proyectado	209

Cuadro 111.Estado de Resultados	211
Cuadro 112.Balance General	212
Cuadro 113.Valor presente neto	216
Cuadro 114.Tasa interna de retorno	217
Cuadro 115.Proyección razones financieras	221

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1.Hogares que tienen como mascota el perro o gato	74
Gráfica 2.Discriminación de la muestra por clase de mascota (perro y gato)	75
Gráfica 3.Razas de Perros	77
Gráfica 4.Razas de gatos	78
Gráfica 5.Edad de la mascota (perro)	79
Gráfica 6.Edad de la mascota (gato)	79
Gráfica 7. Perros que poseen planes de salud	80
Gráfica 8.Gatos que poseen planes de salud	81
Gráfica 9.Clínicas o centros veterinarios más utilizados para perros	82
Gráfica 10.Clínicas o centros veterinarios más utilizados para gatos	83
Gráfica 11.Factores que incidieron al momento de utilizar el servicio (perro)	84
Gráfica 12.Factores que incidieron al momento de utilizar el servicio (gatos)	84
Gráfica 13.Frecuencia de uso de los servicios veterinarios (perros)	85
Gráfica 14.Frecuencia de uso de los servicios veterinarios (gatos)	86
Gráfica 15.Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados (perros)	87
Gráfica 16.Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados (gatos)	88
Gráfica 17.Servicios veterinarios de mayor demanda para perros	89
Gráfica 18.Servicios veterinarios de mayor demanda para gatos	89
Gráfica 19.Consideraciones al escoger el servicio (perros)	90
Gráfica 20.Consideraciones al escoger el servicio (gatos)	91
Gráfica 21.Disposición de afiliación para perros	92
Gráfica 22.Disposición de afiliación para gatos	92
Gráfica 23.Tarifa mensual del servicio para perros	93
Gráfica 24.Tarifa mensual del servicio para gatos	94

Gráfica 25.Preferencias plan Básico y plan VIP para perros	95
Gráfica 26.Preferencias servicios complementarios perro (plan básico)	96
Gráfica 27.Preferencias servicios complementarios perro (plan VIP)	97
Gráfica 28.Preferencias servicios complementarios gato (plan básico)	97
Gráfica 29.Preferencias servicios complementarios gato (plan VIP)	98
Gráfica 30.Proyección de la demanda	100
Gráfica 31.Antigüedad en la prestación del servicio	103
Gráfica 32.Servicios ofrecidos por las entidades para perros	105
Gráfica 33.Servicios ofrecidos por las entidades para gatos	106
Gráfica 34.Frecuencia de uso de los servicios para perros	107
Gráfica 35.Frecuencia de uso de los servicios para gatos	107
Gráfica 36.Rango de precio servicio para perros consulta general	110
Gráfica 37.Rango de precio servicio para perros Urgencias	110
Gráfica 38.Rango de precio servicio para perros Cirugia	111
Gráfica 39.Rango de precio servicio para perros Odontologia	111
Gráfica 40.Rango de precio servicio para perros laboratorio	112
Gráfica 41.Rango de precio servicio para perros Examenes	112
Gráfica 42.Rango de precio servicio para perros vacunacion	113
Gráfica 43.Rango de precio servicio para perros desparasitacion	113
Gráfica 44.Rango de precio servicio para gatos consulta general	115
Gráfica 45.Rango de precio servicio para gatos urgencias	116
Gráfica 46.Rango de precio servicio para gatos cirugia	116
Gráfica 47.Rango de precio servicio para gatos odontologia	117
Gráfica 48.Rango de precio servicio para gatos laboratorio	117
Gráfica 49.Rango de precio servicio para gatos examenes	118
Gráfica 50.Rango de precio servicio para gatos vacunacion	118
Gráfica 51.Rango de precio servicio para gatos desparasitacion	119
Gráfica 52.Características para fijar precios para perros	120
Gráfica 53.Características para fijar precios para gatos	120
Gráfica 54.Poseen planes o paquetes de salud para gatos	122

Gráfica 55.Enfermedades o situaciones más comunes para utilizar los servicios perros	123
Gráfica 56.Enfermedades o situaciones más comunes para utilizar los servicios gatos	124
Gráfica 57.Modalidad de pago	125
Gráfica 58.Incremento de atención a usuarios	126
Gráfica 59.Proyección de la oferta	131

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Canales de distribución	133
Figura 2.Estructura de los canales seleccionados	135
Figura 3.Logotipo de la empresa	138
Figura 4.Lema de la empresa	138
Figura 5.Diagrama de Procedimiento	166
Figura 6. Diagrama.	170
Figura 8.Distribución de la planta	182
Figura 9. Organigrama.	189

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	228
ANEXO B. TABLA ELECTRIFICADORA DE SANTANDER	232
ANEXO C. ENCUESTA APLICADA A LA OFERTA	234
ANEXO D. CENTRO VETERINARIO MASCOTAS Y MASCOTAS	237
ANEXO E. CENTRO VETERINARIO SAN JUAN	239
ANEXO F. CENTRO VETERINARIO MASCOTAS Y MÁS	241
ANEXO G. CLINICA VETERINARIA SOTOMAYOR	243
ANEXO H. CLINICA VETERINARIA PEQUEÑOS ANIMALES	245
ANEXO I. CENTRO VETERINARIO FAUNA	247
ANEXO J. CENTRO VETERINARIO REINO ANIMAL	249

GLOSARIO

Afiliado: La persona (cotizante o familiar beneficiario) que tiene derecho a la cobertura de riesgos en salud

Beneficiarios: Personas que pertenecen al grupo familiar del afiliado al sistema. Reciben beneficios en salud luego de ser inscritos por el cotizante.

Canino: Del latín caninus, perteneciente o relativo al perro o a los perros.

Copago: Es el aporte en dinero que corresponde a una parte del valor del servicio requerido por el beneficiario; tiene como finalidad ayudar a financiar el sistema. Se cobra sólo a los afiliados beneficiarios (familiares del cotizante).

Cotizante: Las personas, nacionales o extranjeras residentes en Colombia, que por estar vinculadas a través de un contrato de trabajo, ser servidores públicos, pensionados o jubilados o trabajadores independientes con capacidad de pago, aportan parte de los ingresos para recibir los beneficios del sistema de salud.

Cuota moderadora: Es la suma que se cobra a todos los afiliados (cotizantes y a sus familiares) por servicios que éstos demanden. Su objetivo es regular y estimular el buen uso del servicio de salud.

Domesticación: Proceso de acostumbrar a un ser salvaje a la compañía humana.

EPS: Las Entidades Promotoras de Salud son las entidades responsables de la afiliación, y el registro de los afiliados y del recaudo de sus cotizaciones, por delegación del Fondo de Solidaridad y Garantía. Su función básica será organizar

y garantizar, directa o indirectamente, la prestación del Plan de Salud Obligatorio a los afiliados.

Felino: son una familia del orden Carnívora. Poseen un cuerpo esbelto, oído agudo y excelente vista. Son los mamíferos cazadores más sigilosos. La mayoría consume exclusivamente carne e ignora cualquier otra comida que no sea una presa viva. La capturan con sus afiladas garras y suelen matarla de un único y tenaz mordisco.

Institución prestadora del servicio de salud: Son los hospitales, clínicas, centros médicos o profesionales de la salud (oficiales, privados, mixtos, comunitarios o solidarios) que prestan directamente la atención médica a los afiliados al sistema.

MAPIPOS (Manual de Actividades, Procedimientos e Intervenciones del Plan Obligatorio de Salud): Es la norma que contiene todas las actividades, procedimientos e intervenciones a que tienen derecho los afiliados al Sistema General de Seguridad Social en Salud.

Medicina veterinaria: ciencia que se encarga de prevenir, diagnosticar y curar las enfermedades de los animales domésticos, animales silvestres y animales de producción. En la actualidad se ocupa también de la inspección y del control sanitario de los alimentos, la prevención de zoonosis, así como del estudio de la manera de obtener el máximo rendimiento en las explotaciones pecuarias y del manejo de los animales domésticos (zootecnia). El profesional que pone en práctica esta ciencia es llamado médico veterinario.

PAB (Plan de Atención Básica): Es un plan de carácter gratuito prestado directamente por el Estado o por particulares mediante contrato con el Estado que contiene acciones en Salud Pública, tales como acciones de información y

educación para la salud, algunas acciones de prevención primaria y diagnóstico precoz sobre las personas en patologías y riesgos con altas externalidades o sobre las comunidades en el caso de enfermedades endémicas o epidémicas.

PAS (Plan Adicional de Salud): Se entiende por plan de atención adicional, aquel conjunto de beneficios opcional y voluntario, financiado con recursos diferentes a los de la cotización obligatoria.

Plan Obligatorio de Salud (POS): Es el conjunto de servicios y de reconocimientos económicos (en el caso del régimen contributivo) que las EPS y ARS deben prestarles a todos los afiliados al SGSSS. Hay un POS para el régimen contributivo (que tiene más beneficios), otro para el subsidiado (con menos beneficios) y dentro de éste uno más pequeño: El de subsidios parciales.

Unidad de Pago por Capitación (UPC): Es la suma que el sistema reconoce a las EPS por cada afiliado que tienen. Se considera que es suficiente para atender la salud de la persona en el año.

Vinculados: Personas pobres que no están afiliadas al sistema de salud, pero pueden ser atendidas en instituciones públicas y privadas que tengan contrato con el Estado.

Zootecnia: conjunto de técnicas para el mejor aprovechamiento de los animales domésticos y silvestres que son útiles al hombre y cuya finalidad es la obtención del máximo rendimiento, administrando los recursos adecuadamente bajo criterios de sostenibilidad.

RESUMEN

TITULO:

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD PARA PERROS Y GATOS EN EL AREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA^{1*}

AUTORES

BRAVO MOYA, Aylene Lizzeth
CADENA GARCES, German^{2**}

PALABRAS CLAVES

Factibilidad, EPS, Veterinaria, Animales, Perro, Gato, Clínica, Bucaramanga.

DESCRIPCION O CONTENIDO

La entidad promotora de salud para perros y gatos ANIMAL CARE, prestará los servicios de salud médica veterinaria, por medio veterinarias ya existentes. Se contemplan investigaciones de generalidades las cuales rodean la idea de negocio; un estudio de mercados que identifica plenamente la objetividad del proyecto el cual ofrece como resultado que es 63% de los encuestados tiene como mascota perro o gato, solo el 4% posee planes de salud para perro, y no existen para gato. La disposición para la afiliaciones de 68 y 57 por ciento, para perro y para gato respectivamente.

Un estudio técnico que determina el tamaño, con una capacidad planteada de 2.336 afiliaciones por año y un volumen utilizado de 1.168 afiliaciones año. Así mismo, la ingeniería y ubicación del proyecto que será en Sotomayor y proveedores de servicio veterinarios como centro veterinario mascotas y mascotas para florida, centro veterinario San Juan en Girón, veterinaria Mascotas y Mas en Piedecuesta, y en Bucaramanga clínica veterinaria Sotomayor, Pequeños animales.

Un estudio administrativo y legal que permite identificar su estructura organizativa, políticas, funciones, cargos (8) y un estudio y evaluación Financiero que permite identificar si económicamente el proyecto es viable o no; identificando una inversión de \$122.508.012.00, de los que \$ 42.508.012 son recursos propios y \$80.000.000 pertenecen a un crédito con un periodo de recuperación de 4.2 años, un VPN de \$ 23.168.274 y una TIR de 14%.

La investigación permite observar la factibilidad del proyecto para la empresa, donde a pesar de los altos costos en que se incurrirán en la iniciación de labores, su recuperación se hace de una forma rápida, y constante debido a fidelización de los clientes que consiste no solo la vinculación mensual para la prestación del servicio si no su permanencia durante la vida de su mascota.

*Trabajo de Grado.

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director Ana Carmenza Buitrago

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY OF CREATING A COMPANY DEDICATED TO OFFERS HEALTH SERVICES FOR DOGS AND CATS IN THE METROPOLITAN AREA OF BUCARAMANGA.^{3*}

AUTHORS:

BRAVO MOYA, Aylene Lizzeth
CADENA GARCES, German^{4**}

KEY WORDS:

HPE (Health Promoter Entity), Veterinary, Domestic Animal, Dog, Cat, Clinical, Bucaramanga.

DESCRIPTION OR CONTENT

The promoter of health for dogs and cats, provide the veterinary medical health services, on an ongoing and timely information to its affiliates or direct users to high quality, accountability and compliance in support of their core services which are provided as BASIC PLAN and VIP and like a complement, the acquisition will provide accident insurance spectrum, and replacement of the pet when this die. Achieving this way satisfy a need in the city and strengthen the emotional relationship between pet and owner.

In developing the feasibility for the creation of the company "Animal Care EPS" referred to general investigations which surround the business idea, a market research that identifies fully the objectivity of the project which has resulted in the demand and service offering based on the homes of stratum 4, 5 and 6 of the City of Bucaramanga and its metropolitan area equivalent to 40 572 habitants. A technical study to determine the size, with a capacity of 2,336 raised annually affiliations and memberships used volume of 1,168 year. Likewise, engineering and project location. An administrative and legal study to identify its organizational structure, policies, functions, positions (8) and a financial assessment study which identifies if the project is economically viable or not, identifying an investment of \$122.508.012.00, with a period of recovery of 211 months, a NPV of \$ 23.168.274 and an IRR of 14%.

The research allows to observe the feasibility of the project for the company "Animal Care EPS" who furnish health care services through veterinary agreements with the best and recognized veterinary clinics in the city, where despite the high costs that were incurred in the initiation of recovery work is done quickly, and constant loyalty because customers not only agrees monthly linking the service if their stay during the life of your pet.

*Grade work.

**Institute Regional Outreach and Distance Education. Business Management. Director: Ana Carmenza Buitrago

INTRODUCCIÓN

Día a día en cualquier lugar donde estemos, hay a la mano una gran variedad de productos y servicios creados por el hombre para este mismo, como servicios de salud, servicios públicos ropa, alimentos, hasta tecnología. Cada uno de estos bienes y servicios antes de venderse comercialmente fueron evaluados desde varios puntos de vista ya fuese desde el punto de vista de mercado, técnico, administrativo o financiero, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana.

En la actualidad los proyectos de inversión requieren de una base que los justifiquen, esta base es un estudio bien estructurado y evaluado que indiquen la pauta que debe seguirse. Para tomarse una decisión sobre un proyecto de inversión es necesario que este tenga un análisis multidisciplinario de diferentes áreas, así se analiza el producto o servicio desde diferentes puntos de vista.

Cada estudio que en el presente trabajo se muestra, está basado en un gran número de antecedentes con la aplicación de metodologías lógicas que abarca la participación de todos los factores que participan y afectan al proyecto. El propósito de este trabajo, es profundizar en la factibilidad para la creación de una Entidad Promotora de Salud para perro y gatos (EPS para perros y gatos) en el área metropolitana de Bucaramanga, y es por ello que se muestra los diferentes estudios que deben realizarse para llevar a cabo un proyecto de inversión.

Inicialmente se hace un estudio de generalidades donde se tiene en cuenta un análisis situacional donde se habla de los propietarios de mascotas y éstas como tal.

En el estudio de mercados se analiza el mercado potencial y objetivo, se realiza una encuesta para el análisis de la demanda y otra para el análisis de la oferta.

Enseguida en el estudio técnico se analiza el tamaño del proyecto, las capacidades del mismo, la localización, la ingeniería, los recursos y la idónea distribución de la planta. En el estudio administrativo se investiga sobre la constitución de la empresa, la estructura organizacional entre otros.

En el estudio financiero, se podrá encontrar una exploración de las inversiones, los costos, ingresos y egresos en los que se incurrirán en un periodo de cinco años discriminado por tipo de mascota (perro o gato), así como el punto de equilibrio, y estados financieros proyectados.

Finalmente se encuentra la evaluación del proyecto donde se tiene en cuenta el impacto social y ambiental del proyecto, así como la evaluación financiera donde se hallan los valores del VPN (valor presente neto) TIR (tasa interna de retorno), y razones financieras.

Es importante mencionar que el concepto de proyecto está relacionado de acuerdo al ámbito de desarrollo y la perspectiva que se adopte.

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las personas, estas son las que importan, sus necesidades, las que deben ser satisfechas con una adecuada asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que se desarrolla el proyecto.

1. GENERALIDADES

1.1 ANALISIS SITUACIONAL DEL SECTOR VETERINARIO

No existen estadísticas sobre la cantidad de mascotas que habitan en los hogares de Bucaramanga y su área metropolitana, pero de acuerdo a un estudio realizado en el año 2008 por el ministerio de la protección social y el centro de proyectos para el desarrollo de la Universidad Javeriana, con una muestra de 3.239 hogares a 12.331 personas, realizada en las cinco principales ciudades del país (incluida Bucaramanga) reveló que de cada tres hogares uno tiene como mascota el perro mientras que para los gatos la relación es de uno por cada cinco hogares. También arrojó datos como la existencia de un canino por cada 12 personas y un gato por cada 25 personas. Estadísticas que revelan el mercado del sector veterinario para estas dos clases de mascotas a nivel país.⁵

La medicina veterinaria en la ciudad de Bucaramanga presenta altos costos en la prestación de sus servicios tanto en el control, prevención, urgencias y hospitalización, a pesar de ser servicios de alta demanda. En el caso de las urgencias veterinarias ocasionadas principalmente por atropellos o intoxicaciones, los costos son más elevados por la inmediatez de la atención ya que en muchas ocasiones hay que realizar procedimientos quirúrgicos que oscilan entre \$600.000,00 y \$1.200.000,00 dependiendo de la gravedad de la lesión y de la clínica veterinaria. Además todos los servicios deben ser cancelados de contado, generando un gasto imprevisto para el dueño de la mascota.

⁵ Centro de proyectos para el desarrollo. Cendex. Universidad Javeriana. Investigación y proyectos. [en línea] Disponible en <http://www.cendex.org.co>. [citado el 26 de marzo de 2010]

Desde la compra de la mascota se asumen altos costos. Por ejemplo al comprar un perro, éste debe salir de la veterinaria con dos vacunas, cada una con un costo de \$36.000, adicionalmente la vacuna contra la rabia, obligatoria para todo animal, cuesta \$18.000. Las vacunas para los gatos oscilan entre los \$25.000 y \$30.000. Si el propietario observa que su perro o gato no está bien y desea llevarlo al veterinario para que lo examine, deberá cancelar el valor de la consulta que oscila entre \$40.000 y \$60.000.⁶

Los altos costos han generado una seria preocupación en los dueños de las mascotas, quienes deben contar con dinero extra para imprevistos, desequilibrando los gastos mensuales de la economía familiar. Es importante mencionar el vínculo afectivo que se desarrolla entre la mascota y su propietario, llegando a ser un miembro más de la familia y por ende ante cualquier situación en que corra peligro la vida del animal éste no escatimará en gastos.

Ante esta situación, tener una EPS especializada para perros y gatos en la ciudad de Bucaramanga, es una excelente oportunidad para invertir en la salud de las mascotas; puesto que los propietarios tendrán la posibilidad de pagar una cuota mensual fija y de esta manera, cubrir los gastos médicos que éstas requieran y además, gracias a los convenios estratégicos con clínicas veterinarias de la ciudad, la red de cobertura para la prestación de los servicios será suficientemente amplia.

La creación de la entidad promotora de salud para perros y gatos “EPS Animal Care” busca suplir las necesidades existentes en la ciudad, como quiera que no existe una entidad similar en el departamento de Santander y el área

⁶ Revista Dinero. Finanzas Personales. Gato Vs Perro, ¿Cuál tiene mayores costos?. [en línea] Disponible en http://www.finanzaspersonales.com.co/wf_InfoArticulo.aspx?idArt.[Citado el 26 marzo de 2010]

metropolitana de Bucaramanga pero si en ciudades como Bogotá, donde se ha creado una EPS para perros y gatos, por parte de la asociación de protectores de la fauna colombiana y el medio ambiente (APROFAC) dedicada a la protección salud y bienestar de los animales domésticos, silvestres y exóticos, donde se presta servicios médicos veterinarios y se aceptan animales que están padeciendo enfermedades terminales; también Zoovida EPS, una empresa perteneciente al grupo vida; en Cali, se encuentra Animal center EPS canina, centro veterinario Servican EPS, EPS canina super plan mascotas, en Medellín EPS canina zoosalud. Estas EPS han sido creadas básicamente para aliviar los altos costos en los que incurren los colombianos propietarios de mascotas, entidades creadas y adaptadas a las necesidades de los ciudadanos que tienen mascotas en casa.

Cabe resaltar que los servicios ofrecidos por las clínicas veterinarias se han especializado, antes se contaban con servicios básicos tales como consultas generales, vacunación, desparasitación, pequeñas cirugías peluquería, ahora se cuenta con atención de urgencias, cirugía especializada, consultas especializadas como consulta de cardiología, consulta oftalmológica, dermatológica, consulta homeopática, acupuntura, servicio de ambulancia, aplicación de microchip, paseo perruno (paseo de las mascotas afiliadas), taxi can (servicio puerta a puerta de transporte de mascotas), servicios fúnebres para mascotas, línea de atención telefónica 24 horas.

Este sector ha tomado gran importancia, de ahí la variedad de servicios que se encuentran hoy día, y esto principalmente por el grado afectivo existente entre el dueño y su mascota, y el empeño por consentirlos.

En el ámbito internacional se ve un mismo comportamiento ascendente tanto del sector, como del grado afectivo de los dueños para con sus mascotas, lo que se hace evidente cuando los estadounidenses no escatiman en gastos en artículos

para sus mascotas, llegando a ser de 45 millones de dólares en el 2008.⁷

En países Europeos como España, aunque no se encuentra información respecto de EPS como tal, si se encuentra información de seguros para perros y gatos, pues en los últimos años la cultura de los animales domésticos ha cambiado considerablemente en este país y actualmente en España hay más de 10 millones de mascotas y los propietarios son conscientes de la responsabilidad de tener animales y se preocupan cada vez más por su salud, por daños que sufren o causan o por la asistencia veterinaria que necesitan que en ocasiones puede ser elevado.⁸

Los seguros existentes en México contemplan la responsabilidad civil y daños a terceros, gastos médicos que pagan gastos veterinarios o medicamentos que llegara a requerir la mascota, esto porque los habitantes de dicha ciudad entienden que las mascotas están expuestas a una gran cantidad de riesgos, por lo que la industria de seguros diseña y perfecciona constantemente una serie de coberturas y paquetes que requiera la mascota⁹

Así se demuestra que la influencia positiva de las mascotas en la salud y bienestar de los seres humanos, es bien reconocida y comprende los aspectos psicológico, fisiológico, terapéutico y psicosocial. La función como facilitadores en la terapia asistida motivacional y física de numerosas enfermedades, ha permitido que los efectos benéficos de la tenencia de animales sean empleados en el ámbito

⁷ Univision. Mascotas. Estadounidenses miman a sus perros. [En línea]. Disponible en <http://www.univision.com/content/content.jhtml?cid=1876750> [citado el 16 de marzo de 2011]

⁸ Casacocheurro. Crecen los seguros para mascotas en España. [En línea]. Disponible <http://www.casacocheurro.com/201101177353/Vivienda/Crecen-los-seguros-para-mascotas-en-Espana.html> [citado el 16 de marzo de 2011]

⁹ Cnnexpansion. Seguro para mascotas más que prevención. [En línea]. Disponible en <http://www.cnnexpansion.com/opinion/2010/05/03/perro-mascota-seguro-accidente-expansion> [citado el 16 de marzo de 2011]

terapéutico. Adicionalmente, la compañía de mascotas, se ha reconocido como un factor protector contra enfermedades cardiovasculares y reductoras del estrés de sus propietarios; y como soporte psicológico, debido a que reducen la sensación de soledad y permiten la interacción de sus propietarios con el medio social que los rodea¹⁰.

Es importante que las personas que deseen incorporar una mascota a su hogar, averigüen los cuidados que requiere el animal elegido, la dieta y el tipo de recinto que necesite en cada etapa de vida, por ejemplo; que se informen sobre los rasgos de su biología, cuánto vive, cómo y en qué tiempo se reproduce, etc.; y acerca de las medidas de prevención sanitarias, las enfermedades que puede contraer el animal y eventualmente transmitir a otras mascotas o bien al hombre. También se debe considerar el costo económico de los alimentos, la atención veterinaria, y los accesorios que demanda su mantenimiento, entre otras cuestiones.

Por lo anterior las mascotas de Bucaramanga se merecen una atención en salud que garantice su integridad física las 24 horas del día, con un servicio básico y especializado en salud mediante el pago de una cuota mensual que cubra la prestación, y utilización de los servicios ofrecidos. Este servicio está dirigido a hogares o propietarios de mascotas del área metropolitana de Bucaramanga de los estratos 4, 5 y 6 con capacidad económica para adquirir el servicio, y que posean como mascotas el perro o gato.

Los servicios ofrecidos están orientados a cubrir las necesidades básicas de

¹⁰ GOMEZ G Leonardo F1, MV, esp. Clin; Camilo G Atehortua H1, est. de MV; Sonia C Orozco P1*, MV, Esp Clin. Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias. La influencia de las mascotas en la vida humana. Escuela de Medicina Veterinaria. Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad de Antioquia. AA 1226, Medellín, Colombia.panimesp@agronica.udea.edu.co. publicado agosto 9 de 2007.

salud de las mascotas y las urgencias que se puedan presentar. Contribuyendo a un posicionamiento de Bucaramanga a nivel nacional como una ciudad moderna, con servicios amplios y acordes a las necesidades de los habitantes permitiendo el avance tecnológico, social, comercial y competitivo necesarios para el desarrollo de la ciudad y el departamento con el ánimo de mejorar la calidad de vida de los habitantes.

1.2 GENERALIDADES SOBRE LOS PERROS Y GATOS

1.2.1 El perro y su evolución histórica. El “canis Lupus familiaris” o también “mejor amigo del hombre”, mejor conocido como el perro, es quizás el más conocido y familiar de los animales que tenemos en la naturaleza. Es un mamífero de tamaño medio, abundante pelaje y de un oído y olfato altamente desarrollado, actualmente se encuentra casi totalmente domesticado, habita en todas partes del mundo y existen múltiples razas de perros, que pueden hacer variar su pelaje, tamaño, etc.

Dentro de las habilidades de los perros, quizás la que más destaca es su inteligencia. El perro tiene amplias habilidades de aprendizaje, así como de asociar conceptos, hechos y de aprender de ellos, lo que lleva a que sea muy fácil entrenarlos y adaptarlos a cualquier hábitat que se les presente.

Por supuesto, a favor de la gran cantidad de las razas de perros, estos suelen ser seleccionados con respecto a su habilidades y capacidades para desenvolverse, por ejemplo en su uso en el rastreo y detección de sustancias tóxicas, en el rescate, en la ayuda para la gente lisiada, e inclusive en el área de la psicología, donde se ha descubierto que la compañía canina puede ser muy provechosa para la recuperación de traumas psiquiátricos, autismo, depresión, etc.

Así mismo, las personas en la actualidad están considerando más la salud y la psicología de los perros, llegando a existir en el mercado una cantidad de productos y opciones para ellos, desde ropa para perros, shampoo para perros, dentífricos para perros, hasta hoteles para perros, psicólogos para perros y pedicura para perros.¹¹

En el siglo XXI, los investigadores han alcanzado un consenso casi absoluto acerca de que es muy posible que la domesticación del perro empezará más por la adaptación espontánea de este al acercarse a vivir junto al hombre que por la voluntad humana.

El hombre consiguió domesticar a ejemplares de lobos, o, más probablemente, se demostró incapaz de impedir que los lobos se introdujeran en sus aldeas y tuviera allí sus cachorros. El perro era útil como ayuda en la caza para defender al grupo y su morada. Poco a poco, el hombre los adaptó a sus necesidades, creando diferentes razas para las distintas labores y características ambientales y geográficas.

El hombre se dio cuenta rápidamente de los finos sentidos del olfato y el oído que tenía el perro; su olfato es más potente que del humano (su área olfatoria es 20 veces más gruesa, y en el caso del pastor alemán tamaño (volumen) 34 veces mayor y con 40 veces más células olfatorias) y su oído es capaz de percibir sonidos muy por debajo y por encima del rango que oyen los humanos. Ventaja ésta que aumenta su utilidad para la caza y las labores de guarda. Su uso como pastor y protector de los rebaños es bastante posterior, yendo pareja a la domesticación y explotación de otros animales. Animal de costumbres sociales,

¹¹ Animales y animales. El perro [en línea] Disponible en <http://www.animalesyanimales.com/el-perro/> [consultado el 24 de marzo de 2010]

que convive en grupos perfectamente jerarquizados, se adaptó a convivir con los humanos.

1.2.2 Características del perro como animal doméstico. Los perros son apreciados por su inteligencia canina es la habilidad de un perro para aprender, para pensar y resolver problemas.

Ciertas razas, como "Border Collies" y "Golden Retrievers", son por lo común más fáciles de entrenar respecto a otras como los perros de caza y de trineo, aunque hay excepciones. La habilidad de obedecer y aprender sin embargo no es la única medida de la inteligencia.

Por su naturaleza sociable entienden la estructura social y las obligaciones, y a menudo aprenden rápidamente cómo comportarse con otros miembros del grupo, ya sean perros o humanos. Los perros adultos modelan a sus cachorros mediante correcciones (auditivas o físicas) cuando no se comportan de la forma esperada y con premios si tiene comportamientos aceptables (jugando con ellos, alimentándolos, limpiándolos, etc.).

Son animales que tienden a usar guaridas en el momento del parto y al criar los cachorros, así que pueden aprender fácilmente comportamientos como mantener su lugar limpio y aceptar estar en un área cerrada como es el caso de una jaula temporal para su transporte a otro lugar cerrado. Algunas razas han sido continuamente seleccionadas a lo largo de cientos o miles de años por su capacidad de rápido aprendizaje, mientras que en otras razas, esta cualidad ha sido relegada en favor de otras características como son la habilidad de correr, perseguir, cazar o de pelear con otros animales.

Sin embargo, la capacidad de aprender obediencia básica -y eventualmente comportamientos complejos- es inherente en todos los perros. Los amos deben ser simplemente más pacientes con algunas razas que con otras.

1.2.3 Razas de perros más comunes. Debido a la gran cantidad de razas que existen (más de 300), hay una gran variedad de perros, de distinto peso y tamaño, por lo que es difícil establecer un peso y altura medios. La raza de perro más pequeño, el Chihuahua, pesa unos 2 kg y mide unos 17 cm de altura. En el otro extremo, está el San Bernardo con 70 kg de peso y 75 cm de altura media. Entre los dos extremos constituidos por el Chihuahua y el San Bernardo hay una gran cantidad de valores intermedios. Entre las razas más comunes tenemos las siguientes:

- **Pitbull:** Perro de cuerpo rudo, robusto y muy musculoso, aunque es corto, en cuanto a la largura. A pesar que el pitbull ha sido criado históricamente para sobresalir en combate con otros perros, si el perro está bien criado desde cachorro de anotar que tiene temperamento extremadamente equilibrado, y contrario a la creencia popular, no es agresivo por naturaleza con los humanos. Lo que sí es cierto es que, al llegar a adultos, algunos Pitbulls pueden mostrar agresión hacia otros perros. Tiene un carácter juguetón, son muy tozudos y muy inteligentes. Son perros siempre dispuestos a hacer ejercicio, a satisfacer a su amo en todo lo que este les pida, por difícil o costoso que ello resulte, lo que hace que estos perros aprendan de una forma fácil y rápida. Les encanta ser felicitados y abrazados, no se cansan nunca, rebosan energía y vitalidad fuera de lo normal. Sienten una gran devoción por su amo¹².

¹² foyel mascotas. Razas de perros. [en línea]. http://www.foyel.com/razas/perros/pitbull_-_comportamiento.html. [Citado en 25 de marzo de 2010]

- **Chihuahua:** Es un perro de cuerpo compacto y robusto. Su cabeza es redonda, en forma de manzana, con el hocico corto y afilado. Tiene las orejas grandes y largas y las lleva erectas. Sus ojos son grandes, redondos, muy distanciados entre sí y pueden ser de color negro, marrón, azul o rubí. Su cola es moderadamente larga y suele llevarla curvada sobre el dorso. Los cachorros tienen un punto blando (mollera) en la parte superior del cráneo. Generalmente cuando llegan a adultos, el hueso recubre esa cavidad. Es un perro vigoroso a pesar de su tamaño, muy activo y curioso. Suele ser muy afectuoso con sus propietarios aunque poco obediente, ya que prefiere hacer lo que él quiere y hasta puede regañar a quien intente forzarlo a realizar algo contra su voluntad. No suele ser muy amante de los chicos ya que normalmente les tiene poca paciencia y además no es un perro muy juguetón. Esta tal vez sea una de las razones por la cual es muy frecuente observar que los propietarios de chihuahuas son personas mayores o adultos sin chicos.¹³
- **Rottweiler:** El Rottweiler es un perro de mediana estatura, robusto, ni pesado ni liviano, ni alto de extremidades ni delgado. Su apariencia en proporciones correctas es compacta, alargada y fuerte, indica una gran fuerza, agilidad y resistencia. Es un perro muy vigoroso, de elevada estabilidad emocional y muy seguro de sí mismo, con una mirada fija e imperturbable. Por lo general, es tranquilo y poco excitable. Esto le permite vivir en espacios pequeños siempre y cuando se le brinde la posibilidad de hacer ejercicio rutinariamente. Tales características indicarían que esta raza podría adaptarse bien a la vida en departamento. De todos modos, en estos casos hay que tener en cuenta que es algo destructivo. Sin embargo, su

¹³ foyel mascotas. Razas de perros. [en línea] Disponible en: [//www.foyel.com/razas/perros/chihuahua_-_comportamiento.html](http://www.foyel.com/razas/perros/chihuahua_-_comportamiento.html). [citado en 25 de marzo de 2010].

perfil comportamental en lo que respecta a la agresión una profunda evaluación antes de decidir incorporar un ejemplar a este tipo de hábitat.¹⁴

- **Bóxer:** El Bóxer es un perro mediano, de pelo liso, fuerte, con una estructura corta, cuadrado de huesos fuertes. La musculatura es delgada, vigorosamente desarrollada y de relieve. Es un perro vigoroso, de una gran estabilidad emocional, muy adaptable a la vida familiar, al mismo tiempo que puede cumplir en forma adecuada la función de guardián de la casa. El bóxer es una raza que no sobresale por ninguna característica en especial, pero que tampoco presenta comportamientos indeseables de gran importancia. Esto quiere decir que puede adaptarse a diversas circunstancias, hecho más que suficiente para convertirlo en un perro recomendable para un gran número de personas¹⁵.
- **Doberman:** Es un perro con un físico grande. Es un perro musculoso aunque sin llegar el exceso. De perfil cuadrado, posee una espalda corta con un vientre firme y recogido. Las patas son muy fuertes, con las delanteras largas y musculadas. Las patas anteriores no son tan sólidas como las posteriores. El doberman es un perro de guardia con un comportamiento agresivo fundamentalmente destinado a la protección del territorio y de su familia. Es necesario educarlo para poder convivir en armonía, pero de ninguna manera es, como dice la leyenda, un brutal asesino.¹⁶

¹⁴foyel mascotas. Razas de perros. [en línea].Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/rottweiler_-_comportamiento.html. [Citado en 24 de marzo de 2010]

¹⁵ foyel mascotas. Razas de perros. [En línea] Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/boxer_-_comportamiento.html. [Citado en 24 de marzo de 2010.]

¹⁶ foyel mascotas. Razas de perros. [En línea].Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/doberman_-_comportamiento.html. [Citado en 24 de marzo de 2010.]

- **Dálmata:** De cabeza y mandíbulas alargadas, presenta un stop moderado y un hocico que termina en punta. La trufa es negra y redonda y los ojos oscuros o ámbar. Las orejas son colgantes y el cuello largo y sin papada. De pecho no muy ancho y costillas bien salientes. Tiene la cola aguzada y algo curvada. Su pelo es corto, duro y abundante. Un dálmata puede ser un excelente compañero para personas jóvenes y activas, a las que les guste un perro vigoroso que los pueda acompañar en su rutina deportiva cotidiana y que les cuide la casa cuando ellos se van a trabajar. Esto último es posible gracias a que estos perros, sobre todo los machos, pueden ser buenos defensores de su territorio.¹⁷
- **Cocker spaniel:** es un perro mediano, con un promedio de vida de entre 15 a 18 años. Es una de las razas más afectuosas con el ser humano. Es un perro que en general es medianamente obediente, poco guardián y bastante activo tanto dentro como fuera del hogar. Es moderadamente juguetón pero no muy destructivo. Si bien es muy sociable, no suele tenerles demasiada paciencia a los chicos; por lo tanto hay que tener cierto cuidado si en la casa hay niños.
- **Beagle:** a pesar de su pequeño tamaño, el Beagle da sensación de robustez y resistencia, de aspecto corto y muy musculoso tanto en el cuerpo, como los miembros y el cuello, que soporta una cabeza bien proporcionada, como un morro moderadamente largo y unas orejas medianas que lleva caídas. El pelaje es corto, liso y grueso alternando los colores blanco, leonado y negro, debiendo ser la punta del morro (salvo la trufa), el extremo de la cola y las patas color blanco. Los beagles suelen ser buenos compañeros de juego para los chicos ya que son muy dinámicos y activos. Estas características hacen que en principio un departamento no sea el hábitat

¹⁷ foyel mascotas. Razas de perros. [En línea]. Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/dalmata_-_comportamiento.html. [citado en 24 de marzo de 2010.]

más adecuado para un beagle, aunque pueden adaptarse bien si se los provee de una adecuada cantidad de ejercitación diaria.¹⁸

- **Lobo siberiano:** es un perro de tamaño grande. Es capaz de modificar drásticamente su pelaje según el lugar donde viva, ya que puede cambiar entre pelo corto a más corto. El Siberian husky puede tener estos colores: rojizo, marrón, marrón claro, rubio, blanco, gris y negro; siendo estos dos últimos más frecuentes en las hembras. Tiene el pelaje mucho más denso y grueso que otras razas de perros debido a su procedencia. Es un perro muy atento y servicial pues siempre está dispuesto a complacer a su amo, y a pesar de que están acostumbrados a vivir en manada, éstos desarrollan una con el dueño o la familia con la que viven. Así que el dueño de un husky debe tener el carácter suficiente para poder dominar al perro, y a la vez darle el cariño suficiente para ganar su respeto. Aunque por otra parte también es un poco testarudo, algo orgulloso y bastante independiente¹⁹.
- **Pastor alemán:** es un perro mediano, levemente estirado de cuerpo, fuerte, de excelente musculatura, con huesos y de estructura general firme. El perro Pastor Alemán es de temperamento equilibrado, con nervios firmes, seguro de sí mismo, totalmente desenvuelto y (excepto cuando es provocado) totalmente benigno; al mismo tiempo debe ser atento y fácil a entrenar. Debe poseer valor, instinto de combate y rudeza para poder ser apropiado como compañero, guardián, perro de protección, de servicio y de pastor²⁰.

¹⁸foyel mascotas. Razas de perros. [En línea]. Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/beagle_-_comportamiento.html. [Citado en 25 de marzo de 2010.]

¹⁹foyel mascotas. Razas de perros. [En línea] Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/lobo_siberiano_-_comportamiento.html. [citado en 25 de marzo de 2010.]

²⁰Asociación club canino Colombiano. Pastor alemán. [En línea] Disponible en <http://www.accc.com.co/Estandares2.asp?scr=PastorAleman>. [citado en 25 de marzo de 2010.]

- **Frensh Poodle:** Es una raza que se caracteriza por ser uno de los más preferidos entre todas las razas para tenerlo en casa. Tiene un carácter muy extrovertido y cuenta con una inteligencia y memoria sorprendentes, que facilita su aprendizaje y entrenamiento. Por su tamaño, especialmente el Toy, resulta ideal para niños y personas de edad (llegan a vivir 17 años). Para muchos expertos, es el perro símbolo de los perros de compañía, sobre todo para quienes viven en departamentos.²¹
- **Labrador:** Es un perro de tamaño mediano, con cuerpo musculoso, fuerte y compacto. Su pecho es ancho y profundo, y la espalda es recta. Este perro es ligeramente más largo que alto. La cabeza del labrador retriever es ancha y presenta un hocico alargado y ancho. El stop es pronunciado. La raza presenta mordida en tijera, y las mandíbulas son fuertes. El labrador es el prototipo del perro familia, ya que suele establecer una afectuosa relación con los chicos y disfrutar de los juegos con ellos. Además presenta una muy buena respuesta al entrenamiento de obediencia y un bajo nivel de dominancia con sus propietarios. Es una raza cuyos ejemplares son generalmente poco ladrones, algo inquietos y siempre están listos para realizar alguna actividad junto a sus dueños porque necesitan de ejercitación en forma rutinaria²².
- **Schnauzer:** en esta raza se encuentran los schnauzer gigante, mediano y miniatura.

²¹ Conciencia animal. French Poodle O Caniche. [En línea]. Disponible en [www.conciencia animal.com](http://www.concienciaanimal.com). citado en 25 de marzo de 2010.]

²²foyel mascotas. Razas de perros. [En línea] Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/labrador_-comportamiento.html. [Citado en 25 de marzo do 2010.]

Schnauzer Gigante: La figura de este perro transmite potencia, agilidad y robustez. Su porte es cuadrado y musculoso, del que destaca una gran cabeza rectangular, que se caracteriza por la presencia de las barbas y bigote distintivos de esta especie. Las orejas son triangulares, de posición alta y suelen estar plegadas, aunque algunos propietarios las recortan para dar un aspecto más fiero al animal. La cola se amputa al nacer. El pelo es duro y áspero y de longitud mediana, de color negro uniforme o grises combinados.²³

Es un perro muy vigoroso, bastante estable emocionalmente y, a diferencia de otros animales de su tamaño, de un gran nivel de actividad. También se caracteriza por ser bastante dominante con el dueño y con sus congéneres, por lo que requiere una educación temprana y un adecuado entrenamiento de obediencia.

Schnauzer mediano: Posee una apariencia con barba, bigote y unas grandes cejas. Es un perro de gran constitución física que va de acuerdo al trabajo que pueda desempeñar algunas veces como perro de pastoreo. Su cabeza es larga y rectangular con unas orejas que siempre las mantiene erguidas aunque un poco plegadas dando como resultado un aspecto armonioso con el resto de su cuerpo. Tiene unos grandes instintos de aprendizaje y es bastante inteligente. Posee una personalidad encantadora debido a que es un perro devoto, amoroso y sociable. Aunque tiene la tendencia de ser un perro agresivo puede llevarse bien con niños siempre y cuando éstos estén bien educados. No se debe de dejarse solo por largos períodos de tiempo ya que puede aburrirse o estresarse. Se apartan

²³foyel mascotas. Razas de perros. [En línea]. Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/schnauzer_gigante_comportamiento.html. [citado en 25 de marzo de 2010.]

bastante a la llegada de extraños pero aún así pueden llegar a proteger a su familia y territorio.²⁴

Schnauzer miniatura: tiene la cabeza fuerte y una frente plana. El stop es claro, la testuz es recta y tiene el hocico en forma de cono con una trufa negra y redonda. Las orejas son altas, llevadas semipénulas. Los ojos son de colores oscuros y ovalados. De cuello arqueado y seco, sin papada. El lomo desciende un poco hasta la grupa redonda y el pecho poco ancho y profundo. De miembros cortos y muslos fuertes. La peculiaridad de esta raza es que tiene "pies de gato", plantas sólidas, cola alta y recta. Lo que hace curiosa a esta raza es que tiene las cejas en cepillo, que caen sobre los ojos, barba rígida y espesos bigotes. Pelaje: pelo tupido, áspero, duro y espeso. Color: negro, gamas de gris. Es un perro extremadamente activo y muy excitable. Es un excelente perro de guardia, ya que suele ladrar ante la presencia de cualquier desconocido y, a pesar de su tamaño, es un animal muy aguerrido y dispuesto a defender a la familia y al hogar donde vive.²⁵

1.2.4 Enfermedades más comunes del perro.

Displasia de cadera: La displasia de cadera consiste en un desarrollo defectuoso de la articulación de la cadera y el fémur (articulación coxofemoral) y enfermedad degenerativa de la misma. Es una enfermedad multifactorial (hay muchas causas o factores que determinan su aparición, por ejemplo, una sobrealimentación y demasiado ejercicio durante el crecimiento) pero con un origen congénito. Las

²⁴ Sobreperros, schnauzer mediano información. [En línea]. Disponible en http://www.sobreperros.com/raza/schnauzer_mediano/. [Citado en 25 de marzo de 2010.]

²⁵ foyel mascotas. Razas de perros. [En línea]. Disponible en http://www.foyel.com/razas/perros/schnauzer_miniatura_comportamiento.html. [Citado en 26 de marzo de 2010.]

razas consideradas grandes y gigantes (que en su vida adulta pesarán más de 25 Kg.) son predisponentes a presentar este problema clínico.²⁶

Torsión gástrica: Es una condición canina que puede suponer una amenaza para la vida del animal y que está asociada con una distensión aguda del estómago y la posibilidad de torsión por el eje del mismo. Los procesos clínicos resultantes se encuentran entre los más complejos y difíciles a los que se tiene que enfrentar el veterinario, y se produce por una acumulación de gases en el estómago que el perro no puede expulsar.²⁷

La rabia: La rabia es una enfermedad grave de origen viral. Ataca el sistema nervioso y termina provocando la parálisis y muerte del animal. Existen dos tipos de manifestación, la forma furiosa (el animal se vuelve agresivo) y la forma paralítica (parálisis de la garganta). Afecta a todos los mamíferos, si bien la mayoría de los casos se dan en perros. La principal vía de transmisión es mediante la mordedura de un animal infectado, ya que el virus reside en la saliva.²⁸

Moquillo: Lastimosamente suele ser altamente mortal para los cachorros especialmente. Sufre la mascota de inapetencia, fiebre altísima, afecciones respiratorias y una faceta de afección nerviosa que se suele dar en la fase terminal del animal.²⁹

²⁶tuperro.com.mx. La displasia de cadera. [En línea] Disponible en. http://www.tuperro.com.mx/01_15_03_enferm_displasia_cadera.html. [Citado en 26 de marzo de 2010.]

²⁷foyel mascotas. Torsión gástrica en caninos. [En línea] Disponible en. http://www.foyel.com/cartillas/6/torsion_gastrica_en_caninos.html. [Citado en 26 de marzo de 2010.]

²⁸todo perros.es. La rabia en los perros. [En línea]. Disponible en <http://www.todoperro.es/consejos/rabia.html>. [Citado en 26 de marzo de 2010.]

²⁹mascotas.org. enfermedades comunes en los perros. [En línea]. Disponible en <http://www.mascotas.org/09-07-2009/perros/enfermedades-comunes-de-los-perros>. [citado en 26 de marzo de 2010.]

Parvovirus: Es una enfermedad infecciosa provocada por un Virus que afecta solo a los perros, no es contagiosa para los seres humanos ni para los gatos ni para otras mascotas. Afecta principalmente a los cachorros de 4 a 12 meses, aunque podrían enfermarse perros de cualquier edad. Es una de las enfermedades más temidas que se caracteriza por la aparición repentina de vómitos, mucho decaimiento y posteriormente diarrea muy mal oliente de color oscuro que finalmente se torna francamente sanguinolenta.³⁰

Sarna: La definimos como una enfermedad cutánea ectoparasitaria muy contagiosa, terriblemente pruriginosa (la más pruriginosa de las afecciones de piel), no es estacional, aunque tiende a aparecer más en invierno, que afecta a caninos y su agente etiológico es un ácaro: *Sarcoptes Scabiei* - var. *Canis*.

El *Sarcoptes Scabiei* excava la superficie epidérmica, cava galerías y depositan huevos (las hembras), producen intensa picazón al profundizar la penetración, de los huevos nacen larvas, ninfas y adultos que se reproducen nuevamente sobre la superficie de la piel.³¹

Parásitos externos: Tanto las pulgas como los piojos son parásitos muy comunes. En el caso de las pulgas, la picazón intensa en la espina dorsal y en la cola da cuenta de su presencia. Mientras los piojos desarrollan una dermatitis y endurecimiento y opacidad en el pelo.³²

³⁰ARCA José. Que es la parvovirus canina. Parvovirus canina. La parvovirus canina. [En línea]. 30 de julio de 2009. Disponible en <http://consejoveterinario.wordpress.com/2009/07/30/parvovirus/>. [citado en 26 de marzo de 2010]

³¹Foyel mascotas. Sarna sarcoptica canina. [En línea] Disponible en http://www.foyel.com/cartillas/25/sarna_sarcoptica_canina.html. [Citado en 26 de marzo de 2010.]

³²mascotas.org. enfermedades comunes en los perros. [En línea]. Disponible en <http://www.mascotas.org/09-07-2009/perros/enfermedades-comunes-de-los-perros>. [citado en 26 de marzo de 2010.]

Parásitos intestinales: Se desarrollan en los intestinos del animal, y uno puede descubrir su presencia por los siguientes síntomas: el perro muestra un pelo opaco, picor anal, diarrea, vómitos, pérdida consiguiente de peso. Se trata de gusanos que afectan fuertemente las funciones que afectan al aparato digestivo.

Enfermedad Periodontal canina: Más del ochenta y cinco por ciento (85%) de los perros evidencian, en algún momento de su vida síntomas de lesiones que pueden afectar sus encías. Cuando las lesiones se extienden a todo el tejido que rodea al diente se conoce como Enfermedad Periodontal canina.

La Enfermedad Periodontal canina se presenta habitualmente en los caninos entre los 6 a 8 años de edad, dependiendo de las condiciones de vida del animal y de predisposición racial e individual. En las razas pequeñas (Maltés-Yorkshire, etc.) la evolución puede ser prematura pudiendo observarse periodontitis crónica canina en animales de entre 2 y 3 años de edad.³³

Otitis infecciosa: se produce cuando cuerpos pequeños se introducen en el oído. Estos pueden causar otitis interna y, o externa. La otitis infecciosa externa es la inflamación de la piel del conducto auditivo externo. Se debe a; Cuerpo extraños y traumatismos: espigas, trozos de madera, semillas, restos de pomadas, jabones, tras una pelea, alergias, otros.³⁴

1.2.5 Vacunas para perros. Los animales son más sensibles a los virus y bacterias durante los primeros meses de vida. Los perros recién nacidos generalmente reciben protección por medio de la primera leche o calostro de la madre, este es ingerido durante las primeras horas después del nacimiento, por tal

³³Foyel mascotas. Enfermedad periodontal canina. [En línea] disponible en http://www.foyel.com/cartillas/21/enfermedad_periodontal_canina.html. [Citado en 26 de marzo de 2010.]

³⁴sobre perros. Otitis infecciosa canina. [En línea] Disponible en. http://www.sobreperros.com/articulos/otitis_infecciosa. [Citado en 26 de marzo de 2010.]

motivo la madre del cachorro debe ser vacunada días antes del parto para asegurar que los cachorros reciban la protección adecuada. Las vacunas recomendadas para perros:

- moquillo canino.

- primera vacuna : de 6-8 semanas de edad
- segunda vacuna : 10-12 semanas de edad
- revacuna : cada año

- hepatitis infecciosa canina

- primera vacuna : 6-8 semanas de edad
- segunda vacuna : 10-12 semanas de edad
- revacuna : cada año

- parvovirus canino

- primera vacuna : 6-8 semana
- segunda vacuna : 10-12 semanas
- revacuna : cada año

-Coronavirus

- primera vacuna : 6-8 semanas
- segunda vacuna : 10-12 semanas
- revacuna : cada año

-Parainfluenza

- primera vacuna : 6-8 semanas
- segunda vacuna : 10-12 semanas
- revacuna : cada año

-leptospirosis

- primera vacuna : 6-8 semanas

- segunda vacuna : 10-12 semanas
- revacuna : cada año

-Rabia

- primera vacuna : 12-24 semanas
- segunda vacuna : 48 semanas de edad
- revacuna : anual, bianual, trianual³⁵

1.2.6 El gato y su evolución histórica. El gato es un mamífero carnívoro que pertenece a la familia de los felinos. Su piel está cubierta de pelos cuyo color y textura varían dependiendo de la raza. Tienen muy desarrollados los sentidos de la vista y del olfato además de una excelente memoria. Se cree que el gato fue uno de los últimos animales en ser domesticado, proceso que se llevó a cabo en Egipto. El gato es un animal cazador, muy ágil y muy cariñoso. Se adapta fácilmente a la vida familiar y cumple normas con facilidad.

Es un animal instintivamente cazador. Los gatos en libertad, viven de forma semisalvaje y cazan ratones y ratas que de otra forma comerían importantes cantidades de grano. Los domésticos capturan insectos, ratones y pequeños pájaros instintivamente, aunque generalmente no los consumen. Son preferidos por sus hábitos de limpieza, por su bajo nivel de atención y cuidados requeridos para su manutención.³⁶

1.2.7 Características del gato como animal doméstico. Como animal de compañía, es una de las mascotas más populares, no siempre en todo el mundo. Debido a que su domesticación es relativamente reciente, pueden vivir en

³⁵ Sobre perros. Vacunas para perros. [En línea]. Disponible en http://www.sobrerperros.com/articulos/vacuna_perro [citado en 27 de marzo de 2010.]

³⁶ Mundo felino. Datos básicos sobre los gatos. [en línea] disponible en <http://www.crisangeles.com/mundofelino/>. [consultado el 24 de marzo de 2010.]

ambientes silvestres formando pequeñas colonias. La asociación del gato con los humanos lo condujo a figurar prominentemente en la mitología y en leyendas de diferentes culturas, incluyendo a las civilizaciones egipcia, japonesa, china y escandinava.

Los ancestros directos de los gatos domésticos habrían abandonando gradualmente la vida silvestre para convivir con la especie humana atraídos por los roedores que parasitaban a las comunidades humanas. Actualmente los gatos domésticos se encuentran agrupados en diversos clades (o grupos genéticos), encontrándose en el rastreo del ADN mitocondrial cinco hembras ancestrales para todas las subespecies gatunas; los mismos rastreos genéticos señalan una procedencia directa de los gatos domésticos actuales con los gatos salvajes del Medio Oriente, no encontrándose la misma proximidad ni con los gatos salvajes africanos, ni con los gatos salvajes europeos.³⁷

1.2.8 Razas de gatos más comunes. Hay alrededor de 40 variedades o razas de gato doméstico reconocidas en todo el mundo. Aunque las distintas razas difieren radicalmente en la longitud de la cola y en su aspecto general, varían menos en tamaño que las razas de perro. Las razas más pequeñas pesan unos 2 o 3 kg cuando el gato es adulto y las más grandes de 7 a 9 kg. Hasta el momento, los intentos de desarrollar gatos domésticos en miniatura o gigantes han fracasado.³⁸

Dentro de las razas de gatos domésticos más comunes se encuentran:

- **Gato Abisinio:** Esta raza destaca por su figura estilizada. El cuerpo del abisinio es ágil y musculoso debido a la intensa actividad que le caracteriza.

³⁷ mundo felino. Datos básicos sobre los gatos. [en línea]. Disponible en <http://www.crisangeles.com/mundofelino/articulos/datos.htm>. [Citado en 24 de marzo de 2010.]

³⁸ mundo felino. Datos básicos sobre los gatos. [En línea]. Disponible en <http://www.crisangeles.com/mundofelino/articulos/datos.htm>. [Citado 27 de marzo de 2010.]

Sus extremidades son largas y delgadas mientras que su cola, de intenso pelaje, se va afinando desde la base hacia la punta. Posee una fina cabeza con un mentón firme. Sus orejas, grandes y separadas, no son excesivamente puntiagudas sino que se redondean. Los ojos tienen forma de almendra y pueden existir ejemplares con los ojos de color verde, amarillo o castaño. El gato abisinio es dócil y cariñoso y tiene una energía incansable y además tiene predilección por los más débiles de la casa. Muy ágil y de gran inteligencia, se adapta muy mal a una vida sin libertad. Odia la soledad, le encanta recibir cariños y caricias y es muy curioso.³⁹

- **Maine Coon:** posee un pelo grueso, corto sobre las patas delanteras y más largas en el estómago y los miembros posteriores. Además, es muy característico su collar de pelos en el cuello. Es un gato fuerte y musculoso, con un pecho ancho. Los machos son más grandes que las hembras. Posee una cola larga, ancha en la base que disminuyendo hasta llegar a la punta. El gato Maine Coon llega a pesar 14 kg. Posee unos grandes ojos que pueden ser de diferentes tonalidades. Pueden ser verdes, oro, azules o, incluso, un ojo de cada color. Su cabeza ancha, aunque no muy grande, termina en unas orejas grandes, anchas en la base y puntiagudas. Utilizado durante años como excelente cazador de ratones, a su fiereza natural hay que añadir un carácter especialmente cariñoso y una increíble capacidad de adaptación a cualquier ambiente. Su serenidad contrasta con el instinto cazador que le ha otorgado la naturaleza. No sólo es tranquilo y afectuoso, también puede convivir sin problemas con niños.⁴⁰

³⁹Mundogatos.com. Gato abisinio. [En línea]. Disponible en <http://www.mundogatos.com/g-raza-absinio.html>. [citado en 27 de marzo de 2010.]

⁴⁰facilísimo.com. El Maine con. [En línea.] Disponible en http://mascotas.facilísimo.com/reportajes/razas-de-gatos/un-gato-mapache-el-maine-coon_185679.html. [citado 27 de marzo de 2010.]

- **Gato Chartreux:** El Chartreux es un gato grande, con hombros grandes y musculosos y pecho bien desarrollado. Tiene unas grandes patas. La cabeza es ancha y angulosa, con la nariz corta y recta con un pequeño elevamiento, el hocico angosto con expresión sonriente. Las orejas son pequeñas, medianas con implantación alta y ligeramente redondeadas. El color cobre de los ojos es una de las principales características de este gato plácido y tranquilo. Es un gato muy dócil y muy fácil de tener en casa. Se adapta bien a toda clase de situaciones; son gatos muy suaves, ágiles y refinados; poseen muchas cualidades como fuerza, inteligencia y amabilidad. Es un gato muy afectuoso.
- **Gato Turco Angora:** Posee un cuerpo delgado y musculoso; las patas traseras son más altas que las delanteras. La cola tiene bastante pelo y suele estar baja con respecto al cuerpo. Además es de raíz ancha aunque acabada en fina punta, tiene una cabeza pequeña y un hocico puntiagudo. Las orejas son grandes y tiesas, situadas bastante altas en la cabeza y ligeramente puntiagudas. Los ojos también son grandes, ovalados y algo oblicuos. El Angora Turco es un gato inteligente, activo, fiel y cariñoso. Es un gato que necesita mucho cariño y mucho afecto. Es un gato que le gusta el agua. Posee un carácter vivaz y extrovertido. Tiene un carácter muy independiente y prefiere vivir con una única persona (a pesar de aceptar a otros miembros de la familia). Por esta situación es muy frecuente que tenga un favorito en la familia, al que le demuestra su afectuosidad restregándose contra sus piernas. Conserva instintos de caza y le encanta trepar. En estas situaciones demuestra su agilidad con movimientos suaves y precisos.⁴¹

⁴¹mundogatos.com. Raza de gatos. Raza de gato turco angora. [En línea]. Disponible en <http://www.mundogatos.com/g-raza-angora.html>. [Citado en 27 de marzo de 2010]

- **Gato Himalayo:** La raza Himalaya tiene rasgos del persa como la cabeza redonda, de aspecto macizo, sobre un cuello corto y ancho. El hocico chato y ancho, las orejas pequeñas e inclinadas hacia delante y el cuerpo ancho de patas cortas. Las características que posee del siamés son las puntas coloreadas y los ojos azules. Además, puede presentar la mayoría de los colores del siamés: gris foca, azul o lila, todos ellos manchados. Es un gato compañero, cariñoso, muy inteligente y cómodo. No acostumbra maullar. No requiere de mucho espacio, es ideal para un apartamento y como compañero para los niños. Disfruta de la vida casera aunque está considerado un buen cazador.⁴²
- **Gato balinés:** El balinés es un gato de cuerpo largo, dotado de buena musculatura. Sus extremidades son delgadas, y con las traseras más altas que las delanteras. Su pelo es largo y fino como la seda. Tiene la cabeza larga, con el cráneo plano, el hocico estrecho y las orejas anchas y terminadas en punta. Sus ojos almendrados y la cola larga y fina, le dan un aspecto muy distinguido y misterioso. Es una raza muy leal a su dueño. Si coge mucho cariño a uno de los componentes de la familia, probablemente muestre indiferencia con todos los demás. Disfruta mucho del aire libre. Es un gato expresivo, simpático, inteligente, sociable y bueno para la convivencia.⁴³
- **Gato Manx:** Su principal característica como ya hemos dicho es que no tiene cola. Posee un cuerpo musculoso, con grupa redondeada y espalda corta. La altura de las extremidades posteriores es mayor que la de las anteriores. Sus garras son finas y redondas. El Manx tiene una cabeza

⁴²mundogatos.com. Raza de gatos Himalayo. [En línea]. Disponible en <http://www.mundogatos.com/g-raza-himalayo.html>. [Citado en 27 de marzo de 2010.]

⁴³mundogatos.com. Raza de gatos balinés. [En línea]. Disponible en <http://www.mundogatos.com/g-raza-balines.html>. [Citado en 27 de marzo de 2010.]

redonda con mejillas prominentes, nariz ancha y un hocico firme sobre un cuello corto y grueso. Las orejas son anchas, de base abierta y puntas redondeadas. Están anguladas ligeramente hacia afuera. Los ojos son anchos, redondos y brillantes. Es de pelaje corto y doble. El pelaje doble hace que dé la impresión de estar bien acolchado y la calidad de éste es de mucho mayor importancia que el color. El Manx es un gato muy inteligente con un gran sentido de orientación y fuerte carácter. Es muy cariñoso, amigable y tolera la presencia de otros animales; además es un cazador de roedores muy hábil. Es muy cariñoso y busca estar siempre acompañado de su dueño. Es sumamente ágil y de movimientos suaves.⁴⁴

- **Gato bobtail:** Su cola puede medir de 8 a 10 cm., aunque algunas alcanzan hasta 12cm de longitud, aunque se encuentra enroscada, como la del conejo. La cola que lo distingue es parecida a la del rechoncho Manx, el cuerpo de este gato es delgado aunque está dotado de buena musculatura. El pelo del gato es de longitud media. La cabeza del Bobtail Japonés es casi un triángulo equilátero. Su hocico es redondeado y tiene las orejas anchas. Sus ojos son Grandes y ovalados. Pueden ser de cualquier color que armonice con el pelaje. Tiene la reputación de ser un gato curioso, afectuoso, inteligente, vivaz. Les agrada la compañía humana y poseen personalidades atractivas y voces suaves.⁴⁵
- **Gato Persa:** El gato persa es un gato dulce, de temperamento muy tranquilo y pacífico. De hecho hay quien le llama el "tigre de sofá" debido a su carácter tranquilo. Tiene una gran necesidad de afecto y requiere de frecuentes muestras de cariño por parte de sus amos. Es muy dormilón. Y

⁴⁴mundogatos.com. Raza de gatos manx.[En línea.] Disponible en <http://www.mundogatos.com/g-raza-manx.html>. [Citado en 27 de marzo de 2010.]

⁴⁵mundogatos.com. raza de gatos bobtail. [En línea].Disponible en <http://www.mundogatos.com/g-raza-bobtail-japones.html>. [Citado en 27 de marzo de 2010.]

le encanta que le echen piropos sobre su belleza. Gran observador y poco expresivo. Carece totalmente de ese instinto cazador, lo cual es sorprendente en un gato.⁴⁶

1.2.9 Enfermedades más comunes del gato.

Panleucopenia viral felina: es una enfermedad altamente infecciosa que, además de afectar al gato, afecta a otros miembros de la familia felina (tigre, leopardo etc.) Esta enfermedad se caracteriza por un grave descenso de los glóbulos blancos y destrucción de la mucosa intestinal, provocando diarrea. Es provocada por un pequeño virus (parvovirus), íntimamente emparentado con el parvovirus canino. Tiene una gran resistencia al calor y a muchos desinfectantes. Es capaz de persistir en ambientes infectados hasta por 1 año. La lavandina es uno de los pocos desinfectantes que tienen suficiente actividad viricida contra el virus de la panleucopenia felina.

La gravedad de la enfermedad varía considerablemente de un gato a otro, oscilando desde un leve aumento de la temperatura con decaimiento transitorio hasta una gastroenteritis hemorrágica y deshidratación con descenso dramático de los glóbulos blancos capaz de matar al animal. Los más gravemente afectados suelen ser los gatitos jóvenes que no están vacunados.⁴⁷

Rinotraqueitis Viral Felina: Inicialmente la enfermedad cursa con gran decaimiento, estornudos intensos, falta de apetito y temperatura elevada. Luego

⁴⁶mundogatos.com. Raza de gatos persas. [En línea] Disponible en <http://www.mundogatos.com/g-gatos-persas.html>. [Citado en 27 de marzo de 2010.]

⁴⁷ SERVIDDIO Roberto. Enfermedades infecciosas más comunes en gatos. Panleucopenia viral felina. [En línea] 8 de octubre de 2007. Disponible en <http://drserviddio.blogspot.com/2007/10/enfermedades-infecciosas-mas-comunes-en.html>. [citado en 28 de marzo de.]

sigue una secreción nasal, descarga ocular y conjuntivitis. Es frecuente que haya una salivación excesiva, tos y dificultad respiratoria. Pueden aparecer úlceras en la boca y desencadenar una neumonía, especialmente en gatitos muy jóvenes con defensas disminuidas.

En hembras preñadas puede provocar abortos. No es una enfermedad con alta mortalidad, excepto en gatitos jóvenes. Los síntomas suelen prolongarse por 15 o 20 días.⁴⁸

Calicivirus Felino: Esta es una enfermedad más benigna que la rinotraqueitis viral felina, aunque en ocasiones, puede originar cuadros más graves. Existen algunas características que sirven para diferenciarla de la rinotraqueitis viral felina. Las úlceras en la boca son una característica frecuente en la calicivirosis y, en algunos casos, puede ser el único síntoma de la enfermedad. Estas úlceras aparecen sobre el paladar, lengua y orificios nasales. El malestar general es menos intenso que en la Rinotraqueitis, lo mismo que los estornudos, las secreciones nasales y conjuntivales. La salivación no es característica de esta enfermedad. Algunas variedades de este virus pueden generar neumonía.⁴⁹

Clamidiasis felina: Al principio, puede ser afectado un solo ojo. Los gatos más afectados, pueden presentar síntomas más graves y desarrollar lesiones importantes en los ojos como por ejemplo úlceras de cornea y edema conjuntival, tos, estornudos y con muy poca frecuencia alguna alteración

⁴⁸ SERVIDDIO Roberto. Enfermedades infecciosas más comunes en gatos. Rinotraqueitis viral felina. [En línea] 8 de octubre de 2007. Disponible en <http://drservedio.blogspot.com/2007/10/enfermedades-infecciosas-mas-comunes-en.html>. [citado en 28 de marzo de.]

⁴⁹SERVIDDIO Roberto. Enfermedades infecciosas más comunes en gatos. Calicivirus Felino. [En línea] 8 de octubre de 2007. Disponible en <http://drservedio.blogspot.com/2007/10/enfermedades-infecciosas-mas-comunes-en.html>. [citado en 28 de marzo de.]

pulmonar. Esta enfermedad puede afectar al aparato genital de los gatos. La forma de transmisión de la clamidiasis es por contacto directo, por las secreciones conjuntivales o nasales. En gatos que han sufrido la enfermedad, son probables las recaídas cuando por diferentes motivos las defensas orgánicas disminuyen ⁵⁰

Leucemia Viral Felina: Esta enfermedad es una causa común de muerte en gatos adultos y está provocada por un retrovirus. Afecta, entre otros muchos órganos, al sistema formador de células de la sangre, (glóbulos rojos, glóbulos blancos) incluyendo a los ganglios y órganos linfáticos, que son los que regulan el sistema inmunitario. Esta enfermedad puede provocar: Tumores (linfosarcomas) en diferentes partes del cuerpo, anemia, disminución de los glóbulos blancos y disminución de las defensas (inmunosupresión) a tal punto que predispone al gato a infecciones de todo tipo.⁵¹

Peritonitis Infecciosa Felina: Se han descrito dos formas: la forma húmeda y la seca. Los síntomas iniciales de ambas formas son inespecíficos: aumento de la temperatura, inapetencia y decaimiento. En la forma húmeda, estos síntomas van seguidos por la formación de un líquido en la cavidad abdominal (ascitis), con pérdida de peso y anemia.

En algunos gatos puede aparecer líquido en la cavidad torácica provocándoles dificultad respiratoria. En los gatos que sufren la forma seca de la enfermedad, pueden tener afectados varios órganos y generalmente no aparece líquido en la

⁵⁰SERVIDDIO Roberto. Enfermedades infecciosas más comunes en gatos. Clamidiasis Felina. [En línea] 8 de octubre de 2007. Disponible en <http://drserveddio.blogspot.com/2007/10/enfermedades-infecciosas-mas-comunes-en.html>. [citado en 28 de marzo de.]

⁵¹SERVIDDIO Roberto. Enfermedades infecciosas más comunes en gatos. Leucemia viral Felina. [En línea] 8 de octubre de 2007. Disponible en <http://drserveddio.blogspot.com/2007/10/enfermedades-infecciosas-mas-comunes-en.html>. [citado en 28 de marzo de.]

cavidad abdominal (ascitis) Los síntomas dependen del órgano afectado. Cuando está alterado el sistema nervioso central, aparece parálisis, desorientación, incoordinación etc.⁵²

Rabia: es una enfermedad que afecta al sistema nervioso central de todos los animales de sangre caliente. Está provocada por un Rabdovirus que se excreta con la saliva de los animales contaminados y se transmite por mordedura o heridas.⁵³

1.3.5 Vacunas para gatos. Entre las enfermedades de las cuales existen vacuna, encontramos, la rabia (es mortal al 100%), la leucemia felina (NO tiene cura), calicivirus felino, rinotraqueitis felina y panleucopenia felina y estas vacunas las podemos encontrar de forma individual o de forma combinada.

Plan de vacunación:

-8 a 9 semanas Vacuna contra panleucopenia felina.

-8 a 10 semanas Vacuna contra la leucemia felina, calivirus, Rinotraqueitis felina.

-10 a 12 semanas Revacunar contra las enfermedades anteriores.

- A los 3 meses Vacuna contra la rabia.

- A los 6 meses Revacunar contra la panleucopenia, calivirus, rinotraqueitis.

-Del año a los 7 años Revacunar contra la rabia, leucemia, calicivirus, panleucopenia y rinotraqueitis, cada año.⁵⁴

⁵²SERVIDDIO Roberto. Enfermedades infecciosas más comunes en gatos. Peritonitis infecciosa Felina. [En línea] 8 de octubre de 2007. Disponible en <http://drserviddio.blogspot.com/2007/10/enfermedades-infecciosas-mas-comunes-en.html>. [citado en 28 de marzo de.]

⁵³ SERVIDDIO Roberto. Enfermedades infecciosas más comunes en gatos. Rabia. [En línea] 8 de octubre de 2007. Disponible en <http://drserviddio.blogspot.com/2007/10/enfermedades-infecciosas-mas-comunes-en.html>. [citado en 28 de marzo de.]

⁵⁴ Psicofx. Plan de vacunación para gatos. [en línea] <http://www.psicofxp.com/forums/animales-y-mascotas.192/329079-plan-de-vacunacion-para-gatos.html>. [citado en 29 de marzo de 2010.]

1.3 LOS SERES HUMANOS Y LOS ANIMALES

A lo largo de la historia los animales han sido utilizados como medio de trabajo, como fuente de alimento, como medio de entretenimiento, como protección para el hogar o el territorio, como símbolo o instrumento sagrado objeto de culto, como modelos de investigación biomédica y conductual, como guía para personas discapacitadas y como fuente de afecto para sus dueños.

Las relaciones humano-animales no son de aparición reciente, pero su estudio científico sí lo es. Por mucho tiempo, la poca literatura que abordaba las interacciones entre humano y animal se centró en la problemática social y epidemiológica que implicaba la tenencia de animales en ambientes urbanos. Inicialmente algunas investigaciones mostraron que las personas que convivían o tenían contacto con animales, corrían riesgo de contraer de ellos diferentes tipos de enfermedades producidas por bacterias, virus, rickettsias, hongos y parásitos. Sin embargo, múltiples estudios han mostrado que las zoonosis son prevenibles y que con las precauciones adecuadas tanto para la mascota como para su dueño, estos riesgos se pueden disminuir a niveles de seguridad.

Posteriormente, se han venido realizando estudios en los que se han explorado los efectos de la interacción con animales en la salud de los humanos; se han descrito múltiples condiciones médicas en las que se ha observado que la compañía de una mascota favorece los procesos de recuperación de la salud física.

También se ha estudiado la influencia de las mascotas en la calidad de vida de personas saludables y en personas con enfermedades agudas y crónicas. Un creciente cuerpo de literatura muestra que la calidad de vida de múltiples

poblaciones puede verse afectada positivamente por la interacción con diversos tipos de animales.

Como resultado de una literatura creciente que muestra relaciones de diverso tipo entre la interacción de los humanos con los animales y su bienestar físico, psicológico y social, se han empezado a conceptualizar los mecanismos mediante los cuales dicha interacción produce los efectos mencionados

La relación misma entre humanos y animales ha cambiado en forma importante. Los procesos de domesticación se iniciaron en el contexto de un beneficio mutuo para los humanos y las diversas especies domesticadas. La selección artificial de las especies domésticas y su consiguiente explotación cambiaron rápidamente dicha relación para darle un carácter más utilitario.

1.4 HISTORIA DE LA MEDICINA VETERINARIA

La facultad de medicina veterinaria y zootecnia, creada por la Ley 44 de 1920, de la Universidad Nacional, señala que la historia de la Medicina Veterinaria en Colombia, se inicia con la llegada al país del Doctor Oton Felipe Brown, veterinario alemán, que se destacó en varias batallas de la independencia y mereció del Libertador el grado de Gran Mariscal de Montenegro. El 12 de Junio de 1884 llega a Colombia el sabio profesor e investigador francés, Doctor Claude Vericel.

La Medicina Veterinaria debe a los sabios Carrasquilla y Triana, el invaluable servicio de haber gestionado la traída al país del Doctor Vericel, preocupados por la aparición de una enfermedad en los animales de consumo humano y que se pensaba era una tuberculosis, con grave peligro para la salud pública.

El doctor Vericel llegó al país en 1884, en 1885 fundó y dirigió la primera "Escuela Oficial de Veterinaria" anexa a la Facultad de Medicina y Ciencias Naturales que funcionó hasta 1889, año en que fue clausurada con motivo de la guerra civil.

La Academia Nacional de Medicina, en un homenaje tributado al Doctor: Federico Lleras, el académico doctor Guillermo Rueda Montaña, anotó: "Graduado en Veterinaria Científica en Colombia, Lleras Acosta, se dedicó al conocimiento y práctica del laboratorio aplicado a la clínica. Se dice que para ello fue inducido por el mismo Vericel, dado que tales prácticas eran muy poco frecuentes en Colombia. El hecho es que Lleras fundó un Laboratorio Clínico -el primero- y durante muchos años el único en Bogotá".

Jorge Lleras Parra, organizó y fue director del parque de vacunación hasta su muerte en 1945. En 1897 la epidemia de viruela se desató con violencia en el país. La junta central de higiene de Bogotá, para tomar medidas de emergencia, solicitó permiso al Doctor Vericel para preparar la vacuna, en la Escuela de Veterinaria. Pero lo más importante de destacar es, que según los procedimientos empleados por el Doctor Lleras Parra, logró mantener la cepa inicial activa y sin contaminación durante 47 años, y fue el primero en demostrar que los pases por equinos, constituyen la única forma de reactivación del virus y que el intercambio de cepas usado en esa época en los centros de producción de vacuna, contra la viruela humana, no tenía razón para reactivar el virus y tal vez lo único que se obtenía era cambiar la flora microbiana de las costras que no era de lo que se trataba.

En 1905, aparece en el país el Carbón Sintomático. El doctor Vericel hace el estudio clínico y anatomopatológico y su discípulo Lleras Acosta aísla el agente causal y prepara la primera vacuna contra la enfermedad. La obra del doctor Vericel en favor del país, perdurará para siempre; además de sus trabajos científicos, organizó los servicios de inspección de carnes y productos alimenticios

de Colombia, fue el iniciador de la importación de las razas Normando y Charollais y en bovinos la raza Ramboulet.⁵⁵

⁵⁵universidad Nacional de Colombia. Historia de la Medicina Veterinaria en Colombia. [En línea]. Disponible en http://www.unal.edu.co/veterinaria/historia_mv.html. [citado en 28 de marzo de 2010.]

2. ESTUDIO DE MERCADOS

El estudio de mercados de un proyecto persigue los siguientes objetivos; verificar que existe un mercado insatisfecho y que es viable; desde el punto de vista operativo identificar cómo introducir en ese mercado el producto objeto de estudio, demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, verificar que no existe impedimento alguno en el abastecimiento de todos los insumos necesarios para su producción y demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.⁵⁶

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General.

Realizar un estudio de mercados que determine las oportunidades de creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga; y a su vez recoger información específica sobre la descripción del servicio, el mercado potencial y objetivo, la demanda, la oferta, la comercialización, precios, publicidad y promoción, con el fin de establecer el grado de aceptación del servicio en el área establecida como objeto del estudio.

2.1.2. Objetivos específicos.

- Identificar los servicios requeridos de una entidad promotora de salud para perros y gatos mediante un análisis exploratorio en Bucaramanga y su área

⁵⁶ CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogotá. Ecoe Ediciones.2006

metropolitana que permita establecer las características de dichos servicios en el mercado

- Determinar el mercado potencial y objetivo mediante la conformación en grupos verticales diferenciados de acuerdo a criterios establecidos y reconocidos (estratificación) con el fin de descubrir el número actual de demandantes, el número potencial estimado de compradores del servicio, los lugares donde suelen comprar, con qué frecuencia lo hacen, entre otras.
- Analizar la demanda existente de una entidad promotora de salud para perros y gatos en Bucaramanga y su área metropolitana, mediante la aplicación de una encuesta que permita identificar gustos, preferencias, prioridades, capacidad de pago, con el fin de identificar los servicios que debe ofrecer la entidad.
- Identificar los servicios ofrecidos por las clínicas veterinarias en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, mediante estudios exploratorios y descriptivos que determine qué tipos de mercados y servicios abarcan, en qué cantidades y qué clase de competencia existe.
- Analizar los canales convenientes de comercialización mediante la identificación de los costos de distribución, márgenes de ganancia, volúmenes de venta proyectados, servicio al cliente, regulaciones y restricciones legales, con el fin de desarrollar una adecuada infraestructura y mantener una sólida pirámide de distribución.
- Analizar los diferentes precios, que debe tener una entidad promotora de salud, mediante análisis exploratorios, con el objeto de brindar facilidades al consumidor final; buscando estrategias de venta y valor agregado.

- Formular un plan de publicidad y promoción, mediante mecanismos de comunicación para descubrir que motivará a los futuros clientes potenciales a adquirir los servicios.

2.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del Servicio. La nueva empresa ofrecerá a sus clientes del área metropolitana de Bucaramanga; la prestación de servicios de salud veterinaria para perros y gatos a través de la afiliación y pago mensual de una cuota determinada por la raza y edad del animal; servicio que se ofrecerá por intermedio de las clínicas veterinarias ya existentes. La prestación del servicio de salud se ofrece en dos planes de diferente cobertura y cuota de pago mensual, diseñados de tal forma que el cliente pueda escoger el de mayor facilidad o necesidad así:

- Plan Básico, que incluye consulta general, consulta especializada, urgencias 24 horas, programas de vacunación y desparasitación, odontología, pequeñas cirugías, cirugía general, hospitalización, rayos x y servicios de laboratorio clínico. Los servicios de urgencias y hospitalización son con cobertura desde el momento de la vinculación; los demás servicios solo podrán ser adquiridos después de 8 semanas de antigüedad.
- Plan VIP, incluye consulta general, consulta especializada, urgencias 24 horas, programas de vacunación y desparasitación, odontología, pequeñas cirugías, cirugía general, hospitalización, rayos x, servicios de laboratorio clínico, servicio a domicilio y medicamentos. Todos los servicios tendrán cobertura desde el momento de la vinculación. Y como parte del plan VIP tendrán servicios bimensuales de aseo y peluquería.

Solo existe el sistema de cotizante por lo cual el cliente solo podrá afiliarse a una sola mascota por cuota mensual, por lo anterior si el cliente posee más de una mascota deberá realizar afiliaciones independientes ya que el valor a pagar está regido de acuerdo al tipo de animal y raza, debido a que las enfermedades, los riesgos y el ciclo de vida, varía considerablemente. Para ello se diseñó una tabla donde quedará estipulado el valor de la prima mensual de acuerdo a las condiciones antes mencionadas. Dentro del plan de publicidad y promoción se realizarán descuentos para personas que tengan más de una mascota con las características señaladas.

2.2.2 Servicios sustitutos. Para la entidad promotora de salud, EPS para perros y gatos, Animal Care, los servicios sustitutos son las clínicas y centros veterinarios del área metropolitana de Bucaramanga, que de acuerdo a la información publicada en las páginas amarillas de legis son cincuenta y ocho establecimientos dedicados a la salud veterinaria y ubicados en su mayoría en la ciudad de Bucaramanga y Floridablanca; quienes ofrecen servicios de salud con características y lineamientos similares, pero que deben ser cancelados a la hora de tomarlos, siendo este el principal elemento a favor, ya que los planes existentes de salud prepagada no son cómodos y asequibles a las diferentes necesidades de los clientes.

2.2.3 Servicios complementarios. Además del servicio básico de salud y como servicios complementarios se ofrecerán dos servicios adicionales y opcionales con cargo a la cuota fija mensual, uno de ellos corresponde a un seguro contra daños a terceros que contempla el pago de lesiones que puede ocasionar el perro o gato a otros animales o a seres humanos; el seguro solo cubre gastos y costos médicos originados por el incidente y deben ser tomados en las clínicas o centros médicos donde exista un convenio.

El segundo servicio contempla entregar una nueva mascota de las mismas características en caso de muerte accidental o natural del animal afiliado, el valor adicional varía de acuerdo al tipo de mascota raza y edad. Este servicio busca sufragar los gastos de pago de contado de la nueva mascota y por ende seguir manteniendo un vínculo comercial con el dueño de la misma.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio respecto a la competencia.

- El principal atributo diferenciador lo constituye la modalidad de pago, por medio del cual a través de una cuota fija mensual, el dueño de la mascota podrá contar con la atención básica de salud de forma inmediata y las 24 horas del día.
- La entidad promotora de salud para perros y gatos ofrecerá los servicios básicos de salud veterinaria a través de dos planes, diseñados de tal forma que el cliente pueda escoger el de mayor facilidad o necesidad, garantizando atención oportuna y de alta calidad.
- La entidad realizará convenios con los mejores centros y clínicas veterinarias de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana para prestar los servicios como IPS, con el fin de que el usuario escoja el de su preferencia y confianza, logrando mantener los vínculos ya existentes entre cliente y veterinario.
- La entidad promotora de salud ofrecerá un servicio, oportuno, eficiente y asequible, diseñado con el propósito de satisfacer las necesidades de la mascota y su dueño.
- Todos los procedimientos médicos realizados a través de Animal Care se

fundamentarán en principios de transparencia y ética que generarán una relación de confianza y seguridad entre sus afiliados.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Se establece como mercado potencial todos los hogares o propietarios de perros y gatos de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

2.3.2 Mercado Objetivo. Se establece como mercado objetivo todos los hogares o propietarios de perros y gatos, con capacidad económica para adquirir el servicio y que pertenezcan a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana. Y donde los dueños de los animales tengan conciencia de responsabilidad y protección hacia sus mascotas. Al igual que todas las clínicas veterinarias especializadas en servicios para perros y gatos del área metropolitana de Bucaramanga.

2.4. LA DEMANDA

2.4.1 Investigación de mercados. Esta investigación permitirá estudiar y analizar algunas variables económicas y sociales que tienen relación directa con el proyecto, aunque son de índole externos permitirá observar que tan aceptado puede llegar a ser el servicio y que tan requerido puede ser. De esta forma lograr determinar la conveniencia de ofrecer estos servicios por la nueva empresa, que busca satisfacer una necesidad y aprovechar una oportunidad de negocio.

2.4.1.1 Planteamiento del problema. En la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana existen un gran número de hogares que tienen como mascota el

perro y el gato, donde el vínculo afectivo existente ha permitido que sean considerados como miembros de la familia, por tal motivo una de las preocupaciones de sus dueños es su salud y los costos que se generan al ingresar a una clínica o centro veterinario. El pago de contado es el factor primordial al momento de adquirir un servicio salud veterinaria ya sea de control, prevención, urgencias y hospitalización, situación que obliga al dueño de la mascota a contar con recursos extras para la atención de este tipo de casos. Tampoco existe información relacionada con los gustos, preferencias, ante esta situación se pretende la creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga, donde a través de un cuota fija mensual se pueda acceder las 24 horas del día a dichos servicios.

2.4.1.2 Necesidades de Información.

- Determinar las necesidades de los consumidores, respecto a cuáles son los principales servicios utilizados de la medicina veterinaria.
- Cuantificar la cantidad de hogares que poseen como mascota el perro y el gato, para determinar la cantidad total de demandantes y las tipologías de cada animal, raza, tamaño, peso, etc.
- Identificar el promedio de gastos que los potenciales clientes destinan a la salud de su mascota, como y en qué clínicas veterinarias son invertidos.
- Conocer las empresas con servicios médicos veterinarios que existen en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, qué servicios ofrecen, qué precios manejan, qué servicios adicionales mantienen, en que lugares están ubicados, modalidad de pago, etc.

- Determinar los intermediarios que existen para llegar al consumidor final, determinando la relación costo-precio.
- Identificar los precios en ciudades donde ya exista un servicio similar al ofrecido.
- Cuantificar la inversión que se necesita para el manejo publicitario, costos, ventajas.

2.4.1.3 Ficha técnica de la demanda.

Cuadro 1. Ficha técnica de la demanda

Tipo de investigación	Estudios Exploratorios y Descriptiva: por que la investigación se basa en la identificación de elementos y características de un sector determinado como trabajos y escritos ya realizados, experiencias de vida no escritas, y factores del mercado como de precio, demanda, calidad, cantidad, mercadeo etc. con un objetivo específico la satisfacción de unas necesidades de la comunidad.
Método de investigación	El método inductivo-deductivo, ya que la investigación parte de situaciones concretas y desde la misma concepción de la idea, se ha llevado un orden en los planteamientos, las consultas, los detalles de la información analizada, permitirá además de realizar un análisis profundo de la investigación, la obtención de respuestas para lograr plasmar en la realidad la idea planteada.
Fuentes de información	FUENTES PRIMARIAS: Se utilizara la encuesta para obtener la información que requiere el estudio de mercados, dirigida a hogares o propietarios de los

	<p>perros y gatos, logrando mayor interacción entre el entrevistado y el entrevistador, obteniendo de esta forma unos resultados más confiables.</p> <p>FUENTES SECUNDARIAS: La información secundaria se obtendrá a través de consultas en revistas especializadas en el sector de la Salud, la veterinaria, la zootecnia entre otras, así como el Internet, libros científicos, facultades de ingenierías, disposiciones legales, Entes territoriales gubernamentales y no gubernamentales, etc.</p>
Técnicas de recolección de información	Encuesta
Instrumento	El instrumento será el cuestionario compuesto por 15 preguntas estructuradas a determinar las necesidades y las expectativas del cliente-consumidor.(ver anexo A)
Modo de aplicación	Es de forma directa, ya que se puede conocer la opinión del encuestado y sus actitudes frente al tema.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Hogares, que cuenten con mascotas como perros y gatos. Como unidad de muestreo se toma el domicilio o residencia.
Proceso de muestreo	La muestra se aplicará a 381 encuestas arrojadas por el método probabilístico aleatorio simple con un margen de éxito del 95% y de error del 5%.
Marco muestral	Hogares de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana. Para un total de 64.400 hogares de estos estratos de acuerdo a información suministrada por la electrificadora de Santander con corte a agosto 31 de 2010 (ver anexo B)

Alcance	Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana
Tiempo de aplicación	La encuesta se realizó entre el 13 y 16 de septiembre de 2010. Cuatro (4) días hábiles.

Método probabilístico aleatorio simple.

n = Tamaño de la muestra

n=?

Z= Constante

Z = 1.96

N= Población

N= 64.400

e= Error estimado

e = 5% (0.05 error estimado)

P= Probabilidad de éxito

p = 50% (0.5)

q = Probabilidad de fracaso

q = 50% (0.5)

$$n = \frac{(Z)^2 (N) (p) (q)}{(e)^2 (N-1) + (Z)^2 (p) (q)} = \frac{(1.96)^2 (64.400) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (64.400-1)+ (1.96)^2 (0.5) (0.5)} =$$

61849.76

$$n = \frac{\quad}{161.9579} = 381 \text{ encuestas}$$

Cuadro 2. Distribución de la muestra por estratos y municipios.

Municipio	No Hogares	Encuestas Estrato 4	Encuestas Estrato 5	Encuestas Estrato 6	Total Encuestas por municipio
Bucaramanga	51.035	40.022	4.041	6.972	300
Floridablanca	11.802	8.362	2.943	497	69
Piedecuesta	911	887	23	1	8
Girón	652	634	18	0	4
Total	64.400	49.905	7.025	7.470	381
Encuestas por estrato	381	295	42	44	

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación se realiza la tabulación de las encuestas realizadas a 381 hogares, seleccionados aleatoriamente en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana para los estratos 4, 5 y 6 con el fin de conocer su capacidad y preferencias al momento de adquirir servicios de salud para sus macotas. Del cuestionario realizado se obtuvieron los siguientes resultados así:

Pregunta 1. Hogares que tienen como mascota perro o gato

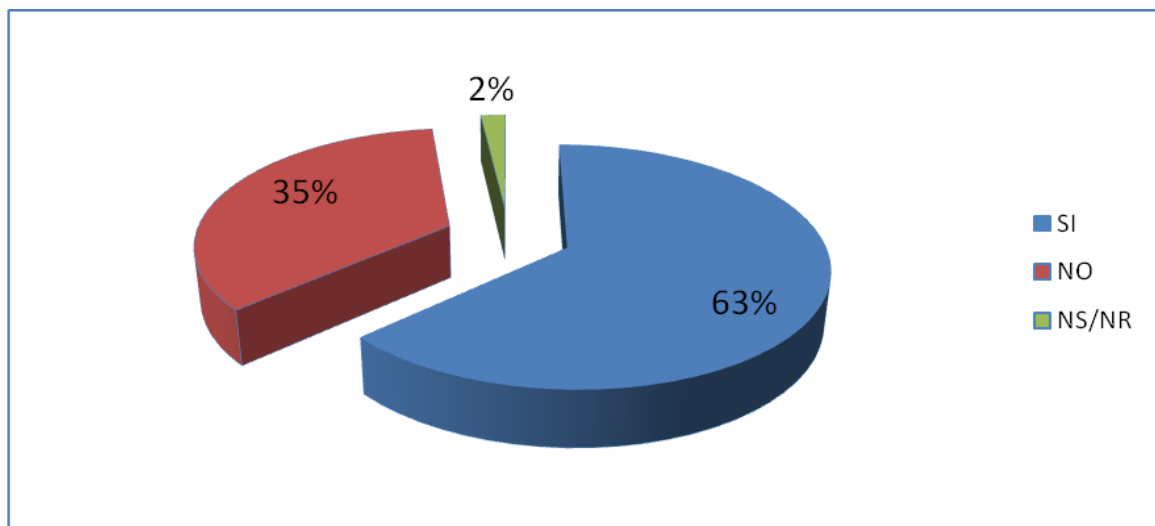
De acuerdo a los resultados arrojados por la encuesta el 63% de los encuestados respondió que si poseen como mascota, perro o gato, lo que indica un porcentaje considerable para el campo de acción del proyecto. Con esta pregunta se puede determinar más concretamente el mercado objetivo. Lo anterior indica que de una población de 64.400 hogares pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de

Bucaramanga y su área metropolitana el 63% es decir 40.572 hogares poseen como mascota el perro o gato.

Cuadro 3. Hogares que tienen como mascota el perro o gato.

CONCEPTO	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	241	63%
NO	133	35%
NS/NR	7	2%
TOTAL	381	100%

Gráfica 1. Hogares que tienen como mascota el perro o gato



Pregunta 2. Discriminación de hogares que tienen como mascota perro o gato ó ambas clases de mascotas.

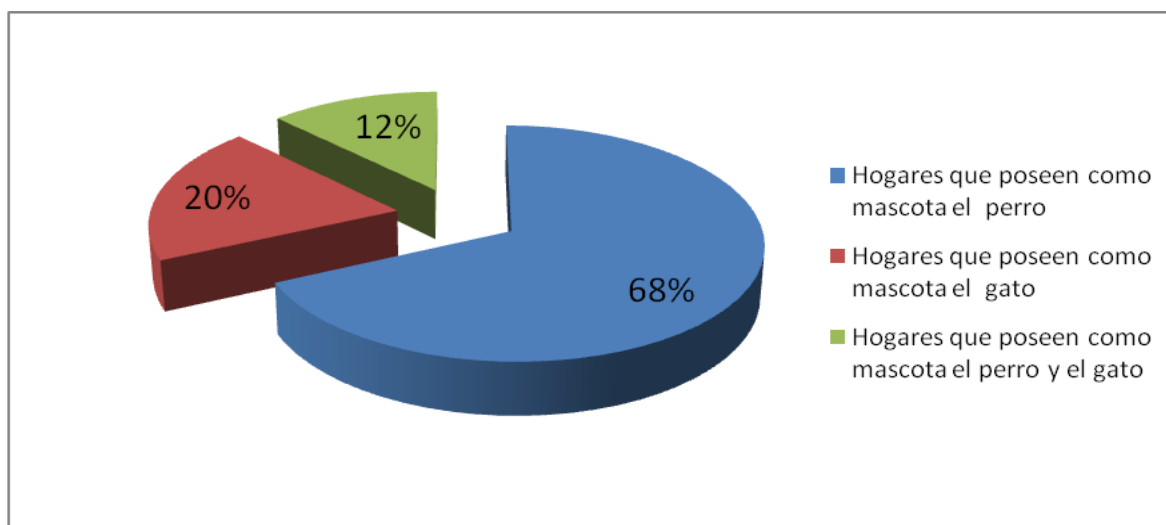
- a) Los resultados arrojaron que el 68% de los hogares tienen como mascota el perro exclusivamente y el 12% poseen ambas clases de mascota lo que indica que el perro será el principal cliente, por tal motivo se deben analizar principalmente cuáles son sus principales enfermedades y riesgos a los que está expuesto, logrando de esta forma identificar las clínicas o veterinarias

que realizaran la labor como IPS, donde su principal especialización sean los caninos.

Cuadro 4. Discriminación de la muestra por clase de mascota (perro y gato)

CONCEPTO	RESPUESTA	PORCENTAJE
Hogares que poseen como mascota el perro	164	68%
Hogares que poseen como mascota el gato	47	20%
Hogares que poseen como mascota el perro y el gato	30	12%
TOTAL	241	100%

Gráfica 2. Discriminación de la muestra por clase de mascota (perro y gato)



b) Con el propósito de separar cada animal se hace necesario sumar la cantidad de hogares que poseen ambas de clase de mascotas (30 hogares) a cada total de animal, para poder obtener resultados mas completos y precisos con el propósito de tabular correctamente las respuesta obtenidas, esta frecuencia de 194 hogares para perros y 77 hogares para gatos se utilizará a partir de la pregunta No 3.

Cuadro 5. Separación de la muestra por hogares con perros y gatos

CONCEPTO	Una clase de mascota	Ambas clase de mascota	TOTAL
Hogares que poseen como mascota el perro	164	30	194
Hogares que poseen como mascota el gato	47	30	77

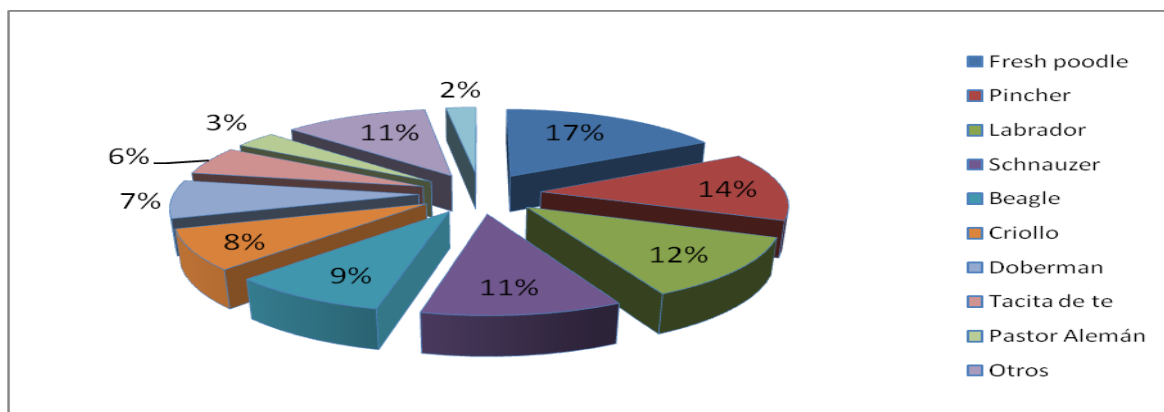
Pregunta 3. Raza de las macotas

a) De acuerdo a esta pregunta la raza más popular es el fresh poodle con el 17%, seguido del pincher, labrador y schnauzer con el 14%, 12%, 11% respectivamente. Permitiendo de esta forma identificar las enfermedades más comunes de estas razas y los costos de las mismas. Se presentan más de 194 respuestas ya que algunos de los encuestados tienen más de un perro y de diferente raza.

Cuadro 6. Razas de Perros

CONCEPTO	RESPUESTA	PORCENTAJE
Fresh poodle	37	17%
Pincher	29	14%
Labrador	26	12%
Schnauzer	24	11%
Beagle	19	9%
Criollo	17	8%
Doberman	16	7%
Tacita de te	12	6%
Pastor Alemán	7	3%
Otros	24	11%
NS/NR	5	2
TOTAL	216	100%

Gráfica 3. Razas de Perros

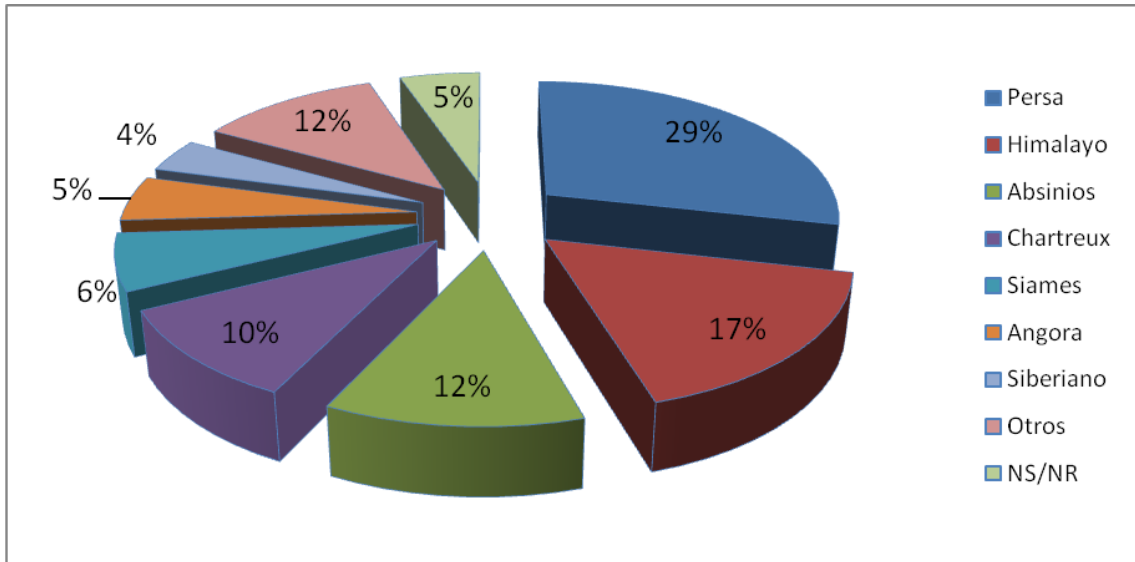


b) Entre los gatos las razas más comunes son el persa, el himalayo, el abisinio, y el chartreux, con una participación del 68% de la preferencia. Permitiendo de esta forma identificar las enfermedades más comunes de estas razas y los costos de las mismas.

Cuadro 7. Razas de gatos

CONCEPTO	RESPUESTA	PORCENTAJE
Persa	22	29%
Himalayo	13	17%
Absinios	9	12%
Chartreux	8	10%
Siames	5	6%
Angora	4	5%
Siberiano	3	4%
Otros	9	12%
NS/NR	4	5%
TOTAL	77	100%

Gráfica 4. Razas de gatos



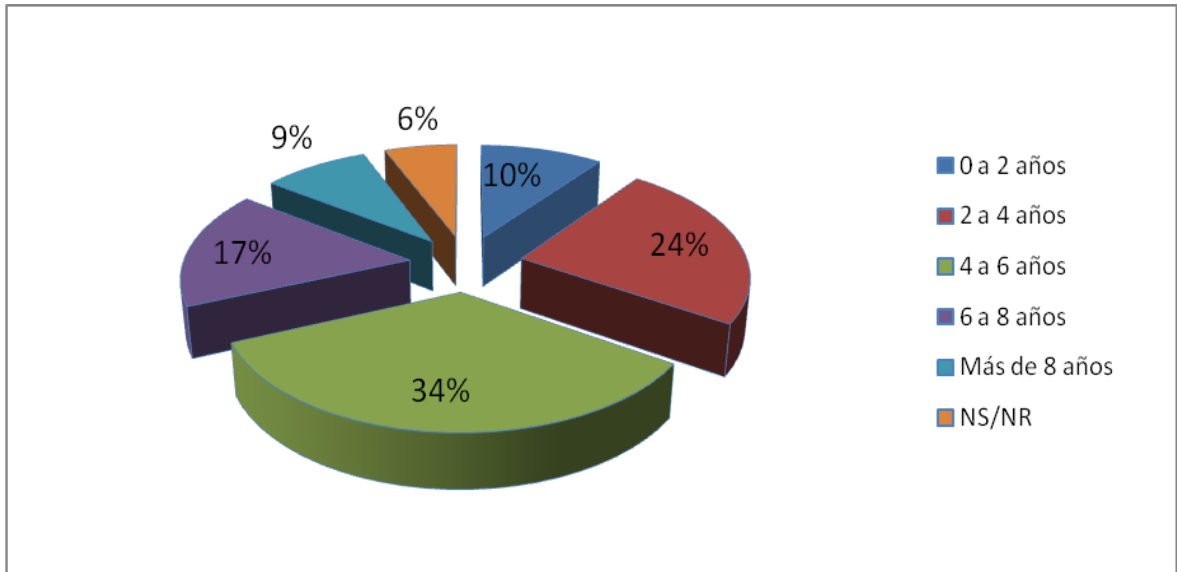
Pregunta 4. Edad de la mascota

De acuerdo a la pregunta qué edad tiene su mascota, más del 50% de los perros y los gatos, están entre los 2 y 6 años. La vida promedio de los perros y gatos oscila entre los 12 y 15 años. La edad de la mascota es de vital importancia ya que con ella se construirá una tabla para lograr determinar el costo de la cuota mensual a cotizar y también logra identificar algunas enfermedades frecuentes.

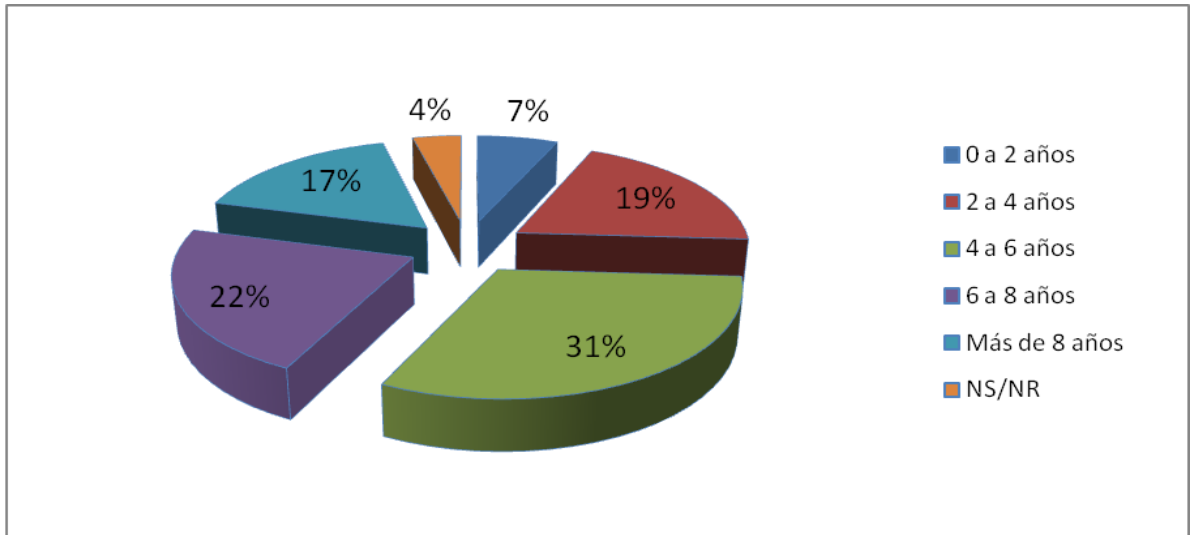
Cuadro 8. Edad de la mascota

Concepto	Perro	%	Gato	%
0 a 2 años	22	10%	5	7%
2 a 4 años	52	24%	15	19%
4 a 6 años	74	34%	24	31%
6 a 8 años	36	17%	17	22%
Más de 8 años	19	9%	13	17%
NS/NR	13	6%	3	4%
TOTAL	216	100%	77	100%

Gráfica 5. Edad de la mascota (perro)



Gráfica 6. Edad de la mascota (gato)



Pregunta 5. Mascotas que poseen planes de salud

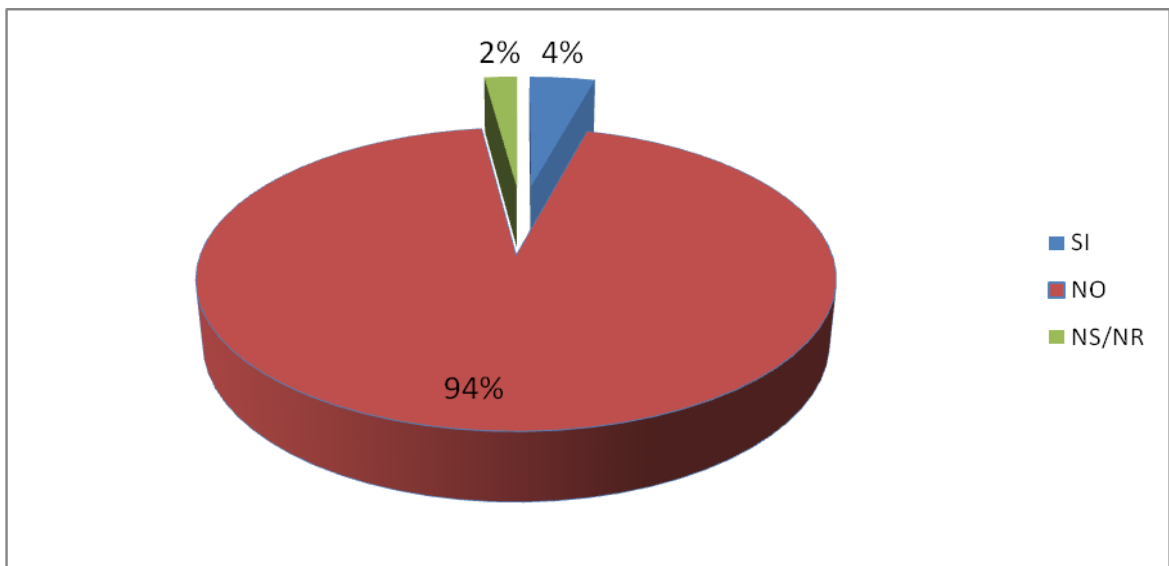
Respecto a la pregunta si su mascota está afiliada a algún plan de salud solo 8 hogares de los 194 que poseen como mascota el perro respondieron que si, y ningún hogar de los que poseen como mascota el gato posee plan de salud. Lo que evidencia que la medicina prepagada o por cotización que se ofrece a través

de otras modalidades, no tiene una gran cobertura el sector animal, debido a los altos costos y falta de sensibilización. Lo cual se puede considerar como un mercado bastante amplio y de gran potencial para la nueva empresa.

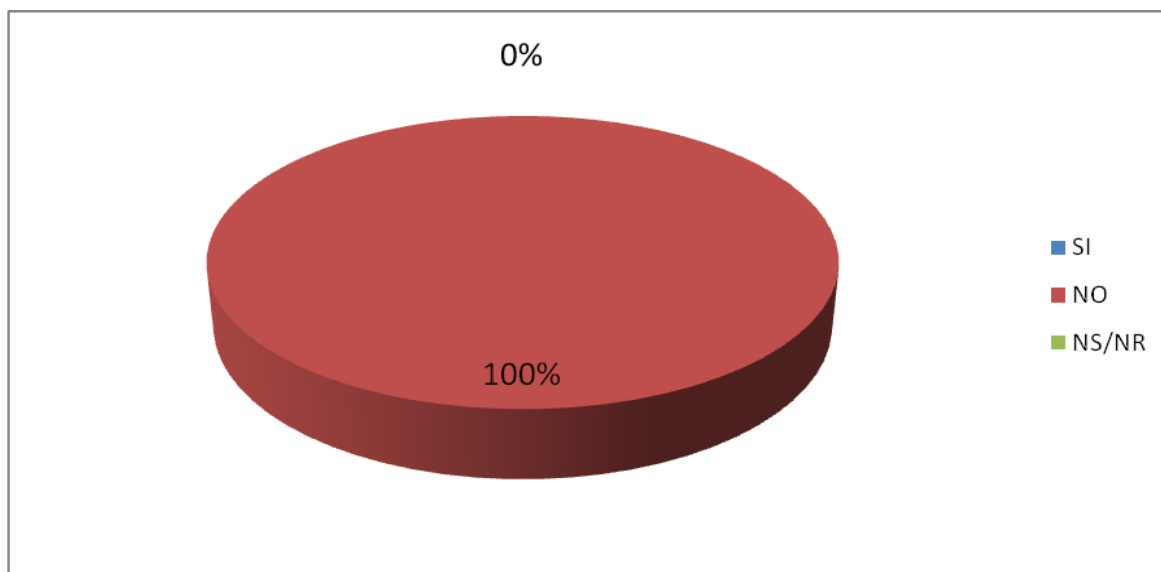
Cuadro 9. Mascotas afiliadas a planes de Salud

CONCEPTO	HOGARES CON PERROS	PORCENTAJE	HOGARES CON GATOS	PORCENTAJE
SI	8	4%	0	0%
NO	182	94%	77	100%
NS/NR	4	2%	0	0%
TOTAL	194	100%	77	100%

Gráfica 7. Perros que poseen planes de salud



Gráfica 8. Gatos que poseen planes de salud



Pregunta 6. Clínicas o centros veterinarias

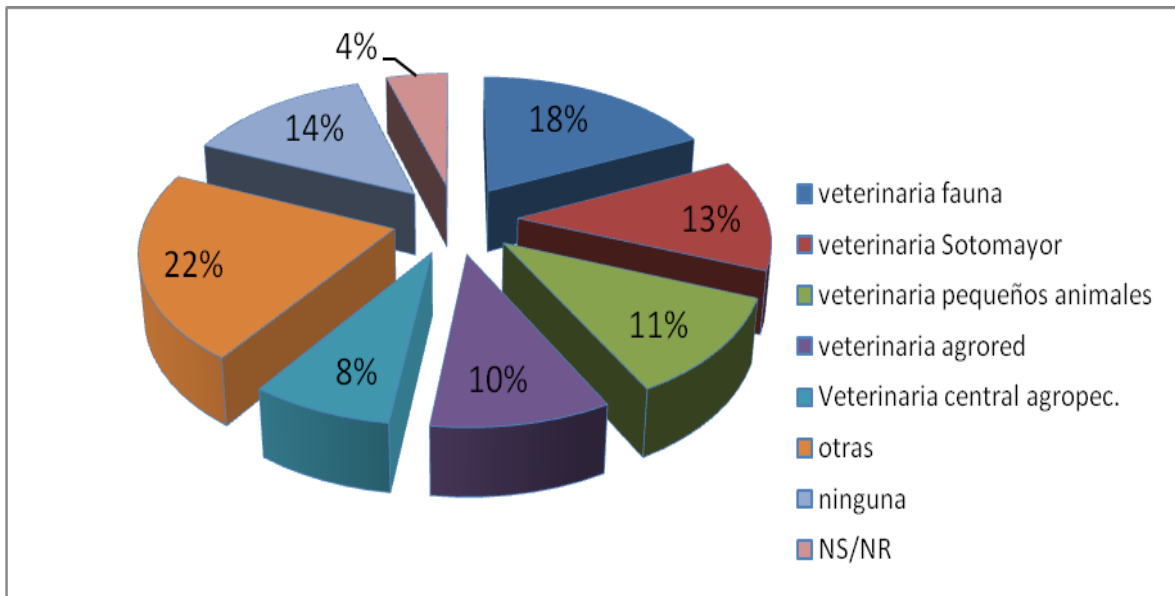
Ante la pregunta a cual clínica o veterinaria lleva normalmente su mascota se pudo determinar la fortaleza de algunas de ellas, las cuales pueden ser convenientes para realizar convenios y que ejerzan su labor como IPS a la nueva empresa, o también pueden ser una gran competencia. Un dato importante es la poca utilización de estos servicios para los gatos.

Cuadro 10. Clínicas o centros veterinarios más utilizados

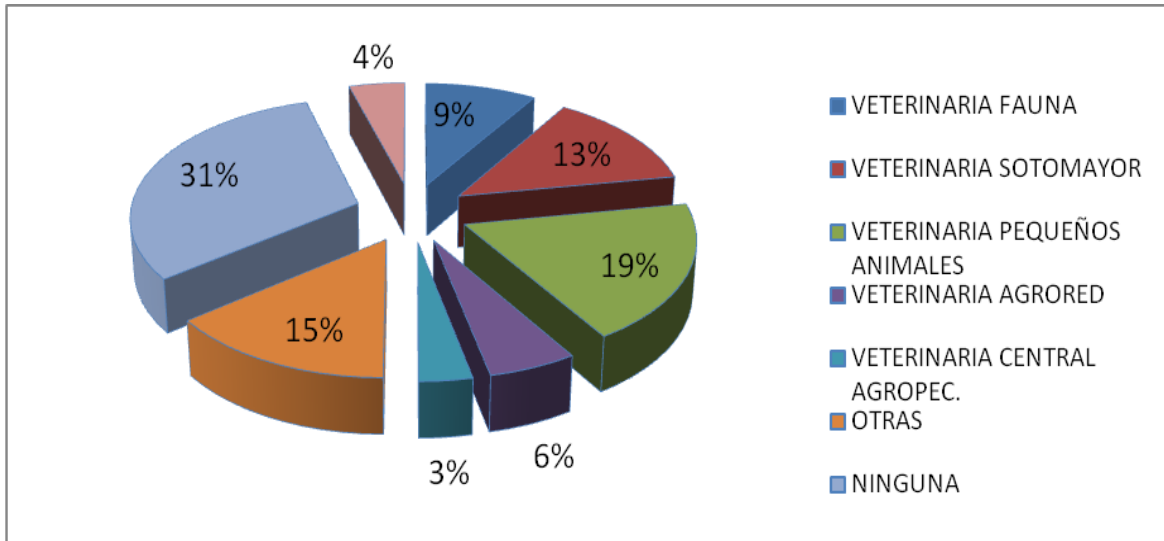
CONCEPTO	Preferencias para Perros	Porcentaje	Preferencias para Gatos	Porcentaje
veterinaria fauna	35	18%	8	9%
veterinaria Sotomayor	25	13%	12	13%
veterinaria pequeños animales	22	11%	17	19%
veterinaria agrored	19	10%	5	6%
Veterinaria central	15	8%	3	3%

agrored.				
otras	42	22%	13	15%
ninguna	27	14%	28	31%
NS/NR	9	4%	4	4%
TOTAL	194	100%	77	100%

Gráfica 9. Clínicas o centros veterinarios más utilizados para perros



Gráfica 10. Clínicas o centros veterinarios más utilizados para gatos



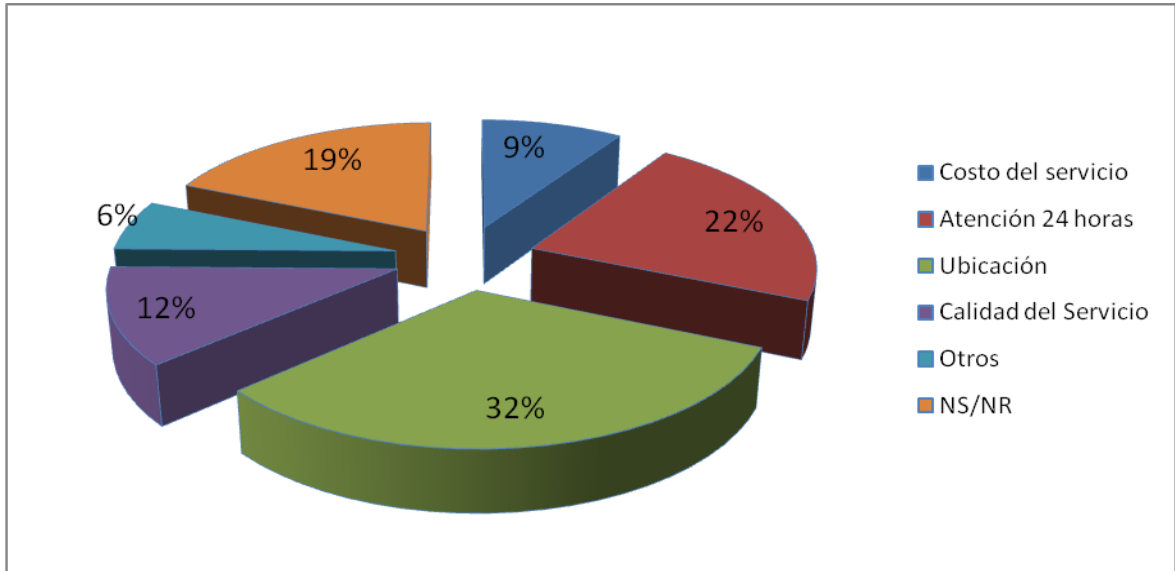
Pregunta 7. Factores que incidieron al momento de utilizar el servicio

Uno de los factores determinantes al momento del cliente utilizar el servicio es la ubicación y la prestación de servicios 24 horas, elementos favorables al implementar este servicio y trabajar en factores como precios y calidad, lo cual permitiría cubrir un sinnúmero de falencias detectadas en el sector.

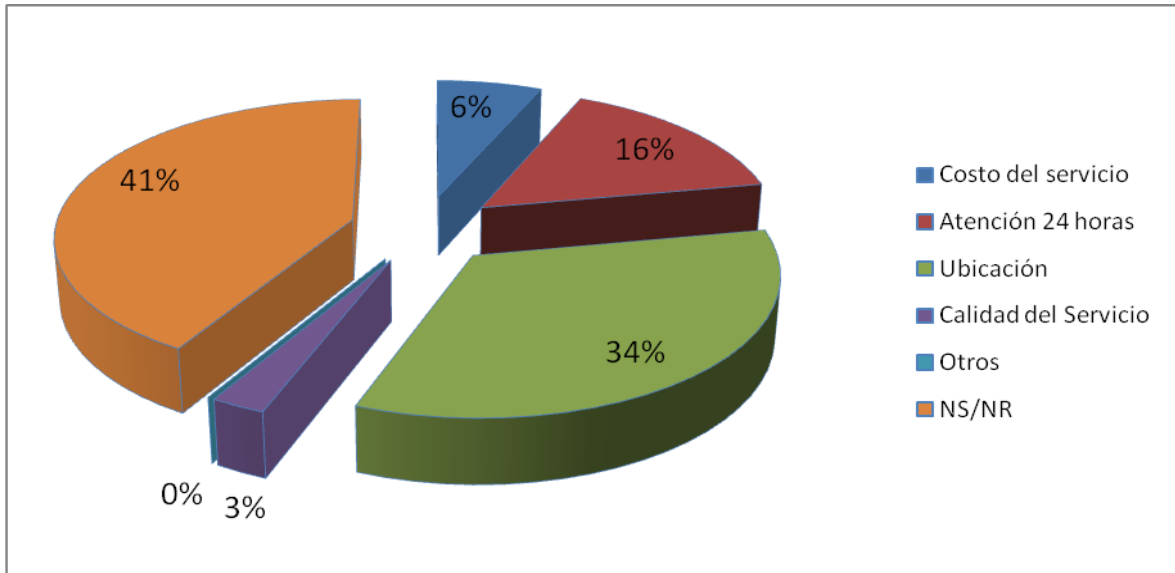
Cuadro 11. Factores que incidieron al momento de utilizar el servicio

CONCEPTO	Preferencias para Perros	Porcentaje	Preferencias para Gatos	Porcentaje
Costo del servicio	18	9%	5	6%
Atención 24 horas	43	22%	12	16%
Ubicación	62	32%	26	34%
Calidad del Servicio	23	12%	2	3%
Otros	12	6%	0	0%
NS/NR	36	19%	32	41%
TOTAL	194	100%	77	100%

Gráfica 11. Factores que incidieron al momento de utilizar el servicio (perro)



Gráfica 12. Factores que incidieron al momento de utilizar el servicio (gatos)



Pregunta 8. Frecuencia de uso de los servicios

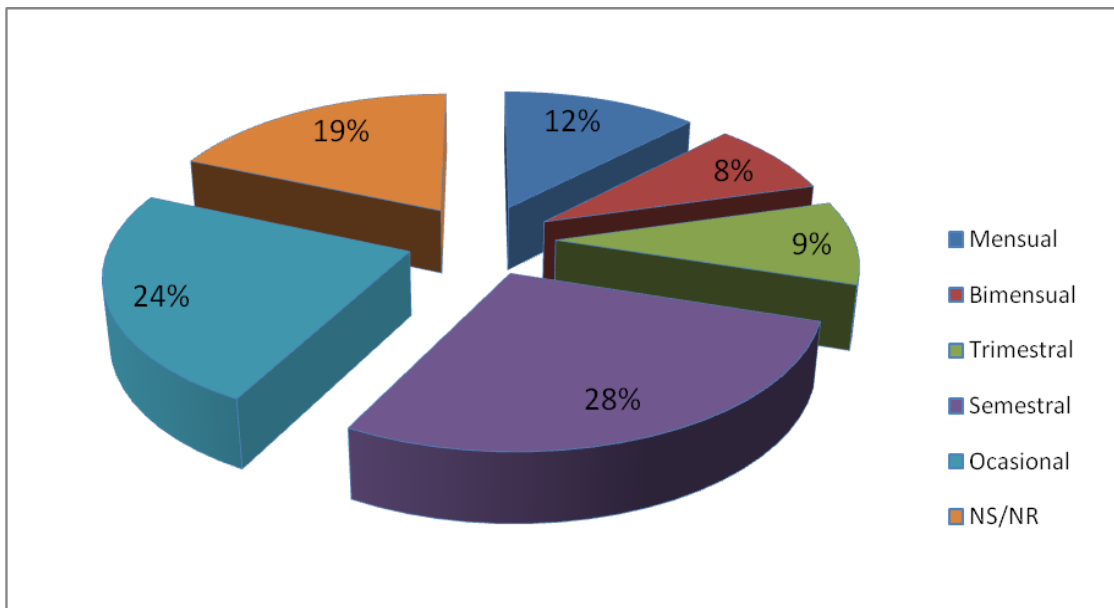
A la pregunta con qué frecuencia utiliza los servicios de salud para su mascota se pudo determinar que un 28% para perros y un 22% para gatos lo utiliza de forma semestral y un 24% y un 12% respectivamente lo utilizan de forma ocasional y no

han logrado determinar una periodicidad en la adquisición de estos servicios, lo que indica que siempre son por urgencias y accidentes. Con los resultados a esta pregunta se logra determinar la poca rotación del servicio en consulta general y pequeña cirugía lo que significa un beneficio para el proyecto.

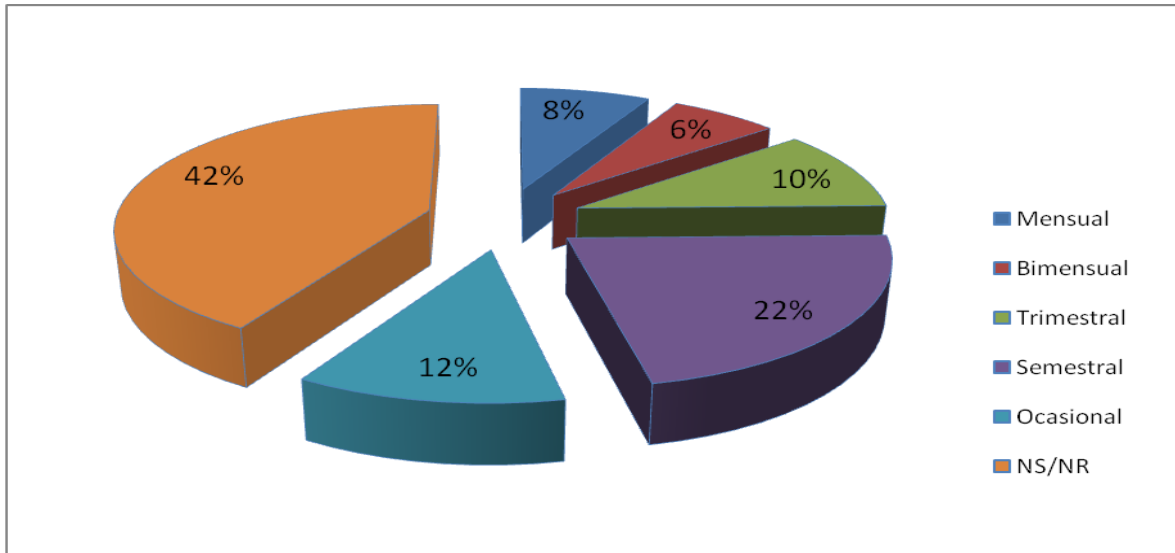
Cuadro 12.Frecuencia de uso de los servicios veterinarios

CONCEPTO	Preferencias para Perros	Porcentaje	Preferencias para Gatos	Porcentaje
Mensual	24	12%	6	8%
Bimensual	16	8%	5	6%
Trimestral	18	9%	8	10%
Semestral	54	28%	17	22%
Ocasional	46	24%	9	12%
NS/NR	36	19%	32	42%
TOTAL	194	100%	77	100%

Gráfica 13.Frecuencia de uso de los servicios veterinarios (perros)



Gráfica 14. Frecuencia de uso de los servicios veterinarios (gatos)



Pregunta 9. Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados

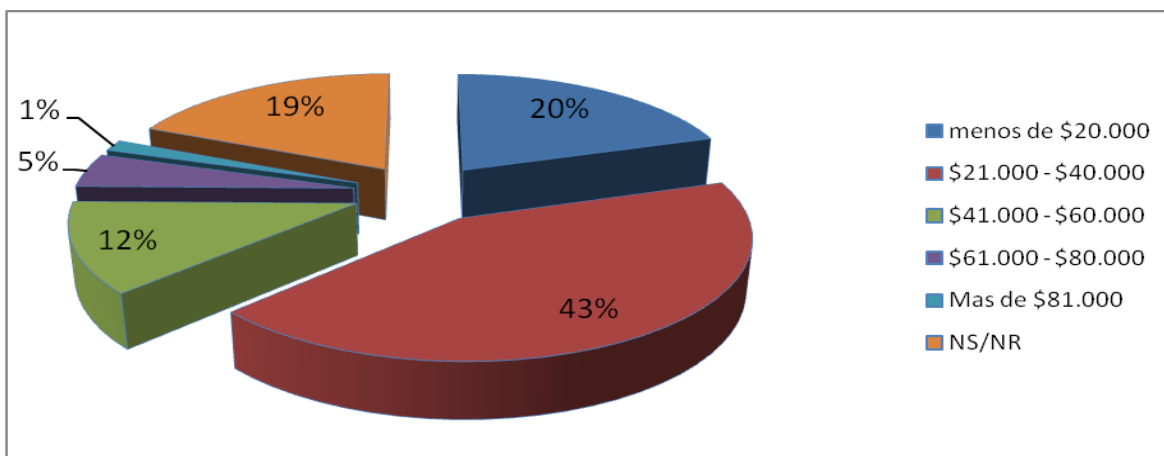
A la pregunta qué rango o promedio de dinero paga por la utilización de los servicios veterinarios mensualmente, el 55% de las encuestas para perros, respondieron entre \$ 21.000.00 y \$ 60.000.00 y para gatos la relación está por debajo de los \$40.000 con un 52%. Este valor es promedio si se tiene en cuenta que solo se va al veterinario semestral u ocasionalmente, pero siempre por urgencias que requieren cirugía y hospitalización.

Cuadro 13. Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados para perros

CONCEPTO	Respuesta	Porcentaje	Medio	Promedio
\$1- \$20.000	39	20% (25%)	\$10.000	\$2.500
\$20.000 - \$40.000	83	43% (52%)	\$30.000	\$15.600
\$40.000 - \$60.000	24	12% (14%)	\$50.000	\$7.000

\$60.000 - \$80.000	9	5% (7%)	\$70.000	\$4.900
\$80.000- \$100.000	3	1% (2%)	\$90.000	\$1.800
NS/NR	36	19%	-	-
TOTAL	194	100%	-	\$31.800

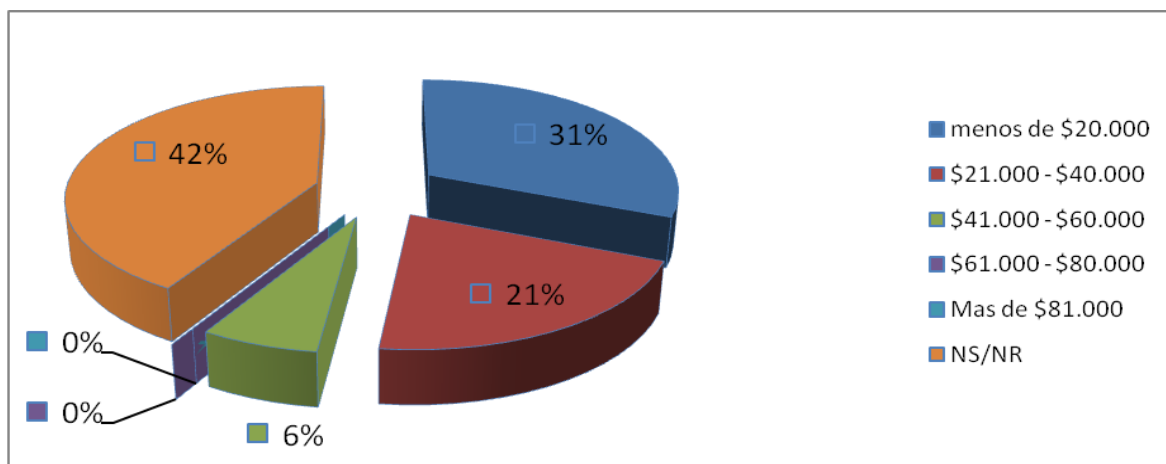
Gráfica 15.Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados (perros)



Cuadro 14.Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados para gatos

CONCEPTO	Respuesta	Porcentaje	Medio	Promedio
\$1- \$20.000	24	31% (51%)	\$10.000	\$5.100
\$20.000 - \$40.000	16	21% (35%)	\$30.000	\$10.500
\$40.000 - \$60.000	5	6% (14%)	\$50.000	\$7.000
\$60.000 - \$80.000	0	0%	\$70.000	\$0.00
\$80.000- \$100.000	0	0%	\$90.000	\$0.00
NS/NR	32	42%	--	--
TOTAL	77	100%	--	\$22.600

Gráfica 16. Promedio mensual de dinero cancelado por servicios utilizados (gatos)



Pregunta 10. Servicios veterinarios de mayor demanda

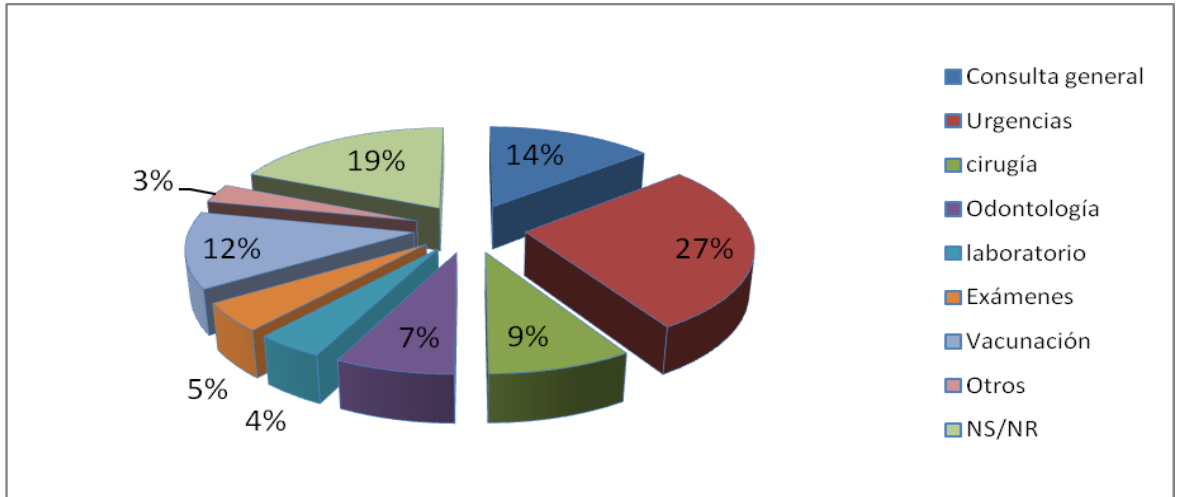
Ante la pregunta cual servicio de salud es más utilizado, el 27% en el caso de los perros y el 30% para los gatos, respondió que urgencias, lo que indica que además de ser el más utilizado es uno de los más costosos y uno de los factores a favor en la creación de nueva empresa que le permitiría al usuario el acceso a estos servicios sin tener que preocuparse por el pago de contado de ellos. Calidad que se debe desarrollar como campaña promocional para la venta del servicio.

Cuadro 15. Servicios veterinarios de mayor demanda

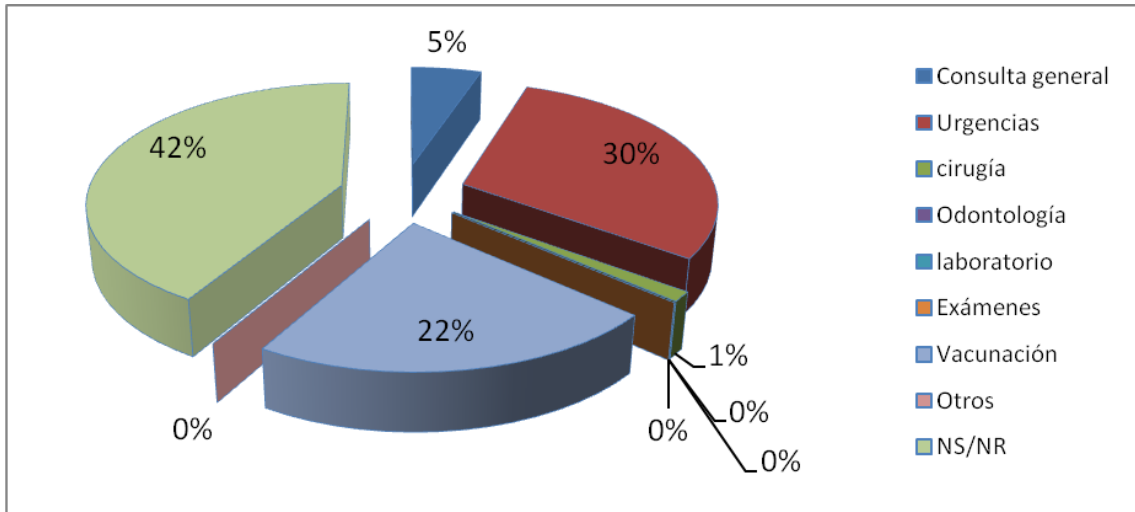
CONCEPTO	Servicios para Perros	Porcentaje	Servicios para Gatos	Porcentaje
Consulta general	27	14%	4	5%
Urgencias	53	27%	23	30%
cirugía	17	9%	1	1%
Odontología	14	7%	0	0%
laboratorio	8	4%	0	0%
Exámenes	9	5%	0	0%
Vacunación	24	12%	17	22%
Otros	6	3%	0	0%
NS/NR	36	19%	32	42%

TOTAL	194	100%	77	100%
-------	-----	------	----	------

Gráfica 17. Servicios veterinarios de mayor demanda para perros



Gráfica 18. Servicios veterinarios de mayor demanda para gatos



Pregunta 11. Consideraciones al escoger el servicio

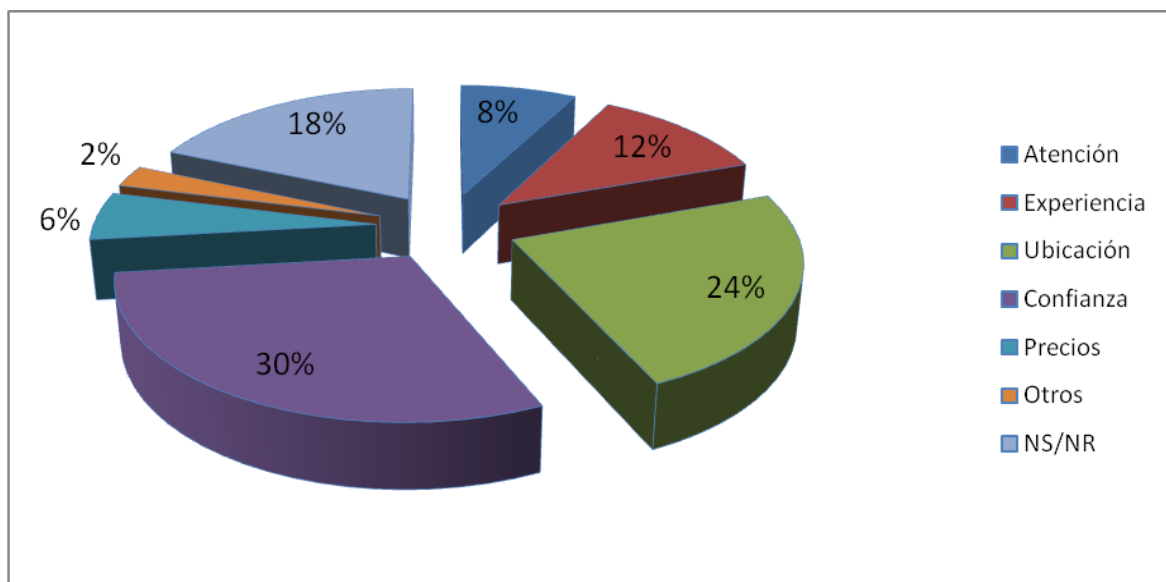
Ante la pregunta qué factores tiene en cuenta al momento de utilizar servicios médicos veterinarios el 30% de los encuestados en el caso de los perros y el 19% para los gatos, respondió que confianza, seguido de ubicación con un 24% y 27% respectivamente. Determinantes al momento de escoger y establecer los

convenios de prestación de servicios de las diferentes IPS, ya que permitirán mayores clientes y mejor servicio.

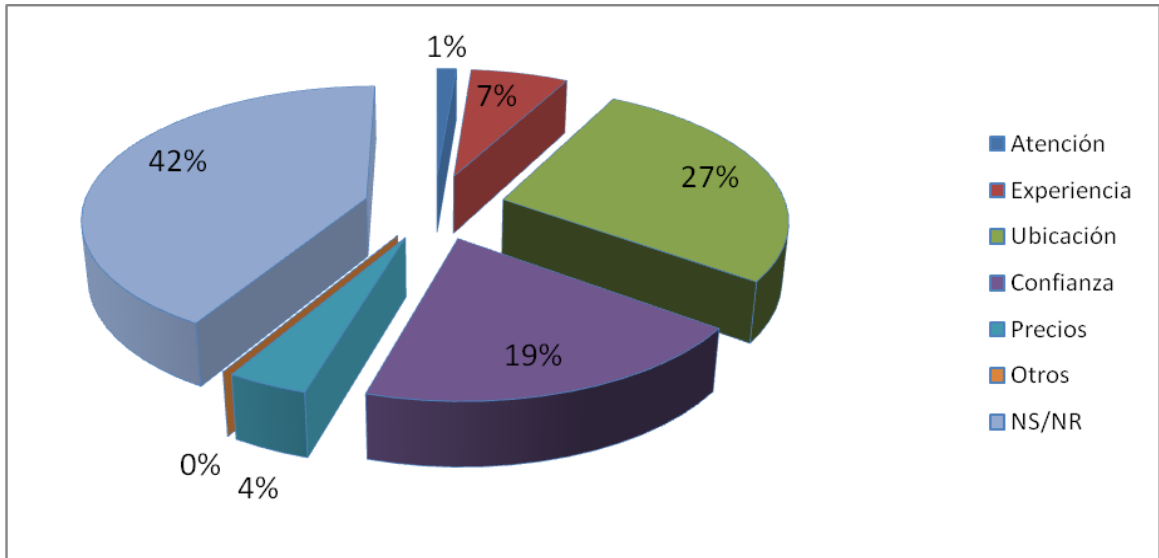
Cuadro 16. Consideraciones al escoger el servicio

CONCEPTO	Servicios para Perros	Porcentaje	Servicios para Gatos	Porcentaje
Atención	15	8%	1	1%
Experiencia	23	12%	5	7%
Ubicación	46	24%	21	27%
Confianza	58	30%	15	19%
Precios	11	6%	3	4%
Otros	5	2%	0	0%
NS/NR	36	18%	32	42%
TOTAL	194	100%	77	100%

Gráfica 19. Consideraciones al escoger el servicio (perros)



Gráfica 20. Consideraciones al escoger el servicio (gatos)



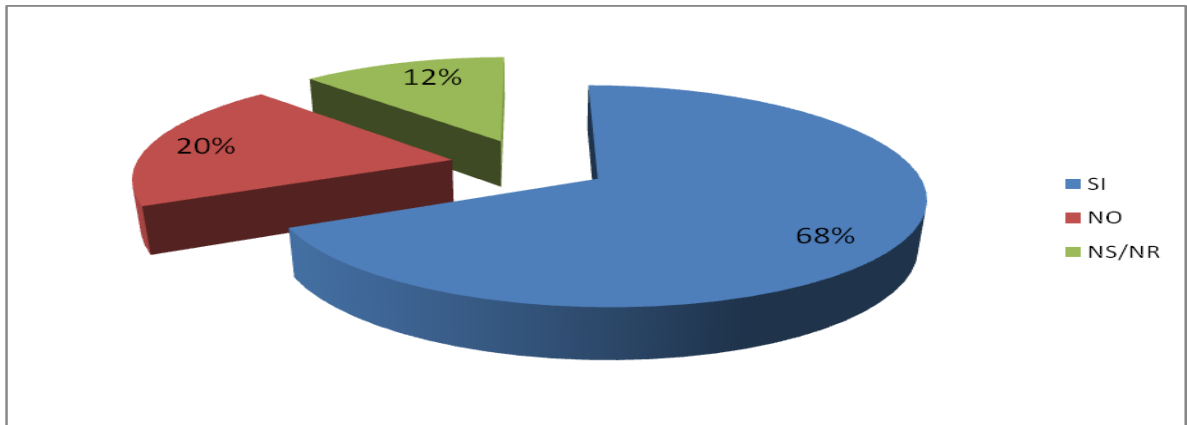
Pregunta 12. Disposición de afiliación a la EPS para perros y gatos

Ante la pregunta si estaría dispuesto a afiliar a su mascota a una empresa dedicada a la prestación de servicios de salud para perros y gatos el 68% para el caso de los perros y el 57% en los gatos, respondió que si, el 20% y el 17% respectivamente, respondió que no y el 12% y 26% respectivamente respondió que no sabe no responde que corresponde a propietarios de mascotas que nunca han utilizado estos servicios. La aceptación del servicio es alta por lo cual favorece la factibilidad del proyecto.

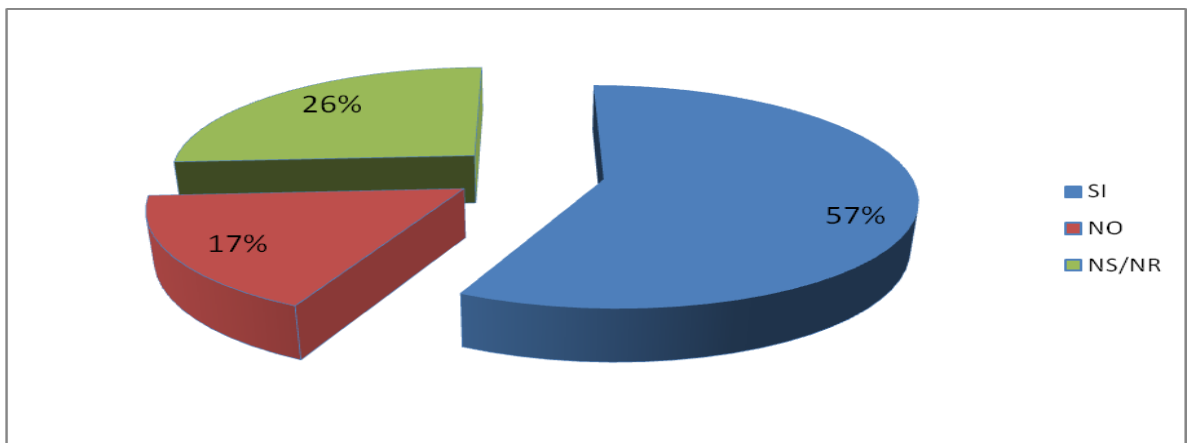
Cuadro 17. Disposición de afiliación a la nueva EPS para perros y gatos

CONCEPTO	Disposición para Perros	Porcentaje	Disposición para Gatos	Porcentaje
SI	132	68%	44	57%
NO	38	20%	13	17%
NS/NR	24	12%	20	26%
TOTAL	194	100%	77	100%

Gráfica 21. Disposición de afiliación para perros



Gráfica 22. Disposición de afiliación para gatos



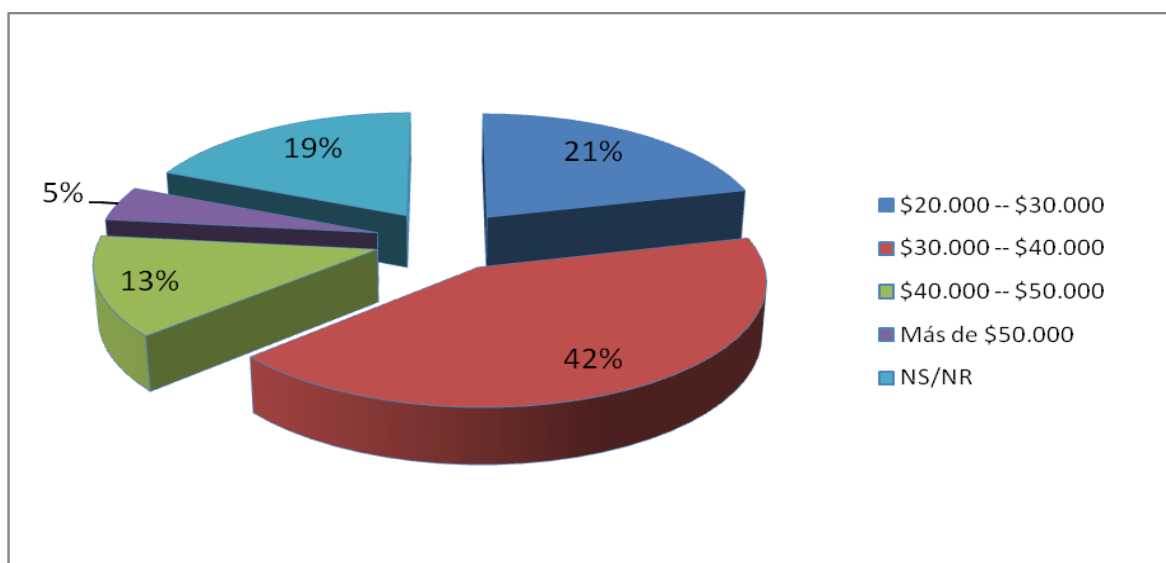
Pregunta 13. Tarifa del servicio

Ante la pregunta qué tarifa estaría dispuesto a pagar mensualmente para la prestación de servicios de salud, más del 50% de lo encuestados que respondieron afirmativamente la pregunta, coincidieron que las tarifas deberían estar por debajo de \$ 40.000.00, tanto para perros como para gatos. Lo cual da un factor importante al momento de realizar estudios sobre fijación de precios, ya que es lo que el cliente estaría dispuesto a pagar por el servicio ofrecido.

Cuadro 18. Tarifa mensual del servicio para perros

CONCEPTO	Respuesta	Porcentaje	Medio	Promedio
\$20.000 -- \$30.000	28	21% (26%)	\$25.000	\$6.500
\$30.000 -- \$40.000	55	42% (51%)	\$35.000	\$17.850
\$40.000 -- \$50.000	17	13% (17%)	\$45.000	\$7.650
\$50.000 - \$100.000	7	5% (6%)	\$75.000	\$4.500
NS/NR	25	19%	--	--
TOTAL	132	100%	--	\$36.500

Gráfica 23. Tarifa mensual del servicio para perros

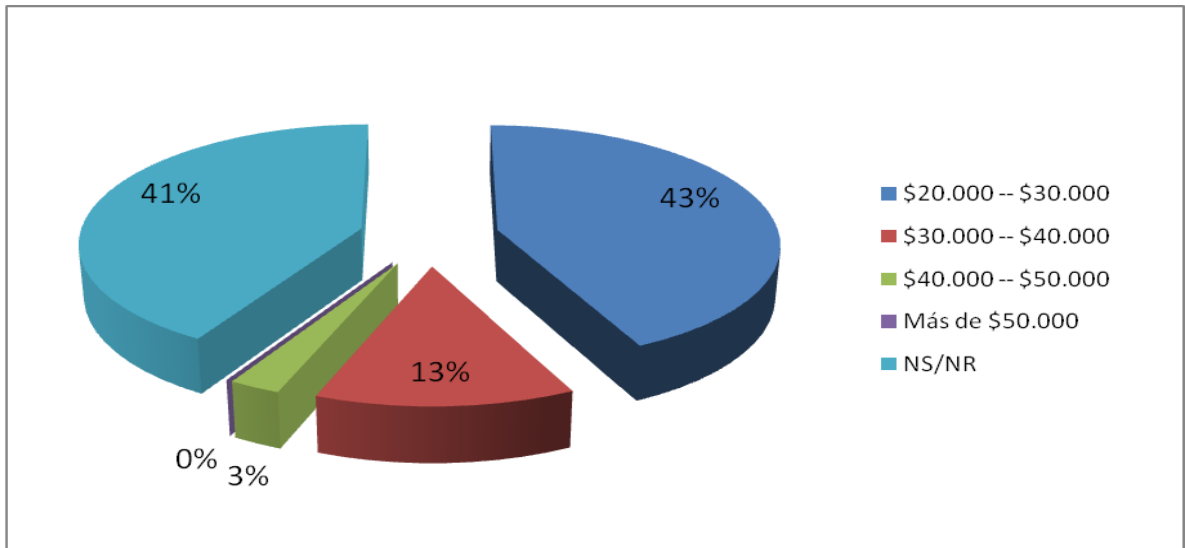


Cuadro 19. Tarifa mensual del servicio para gatos

CONCEPTO	Respuesta	Porcentaje	Medio	Promedio
\$20.000 -- \$30.000	19	43% (67%)	\$25.000	\$16.750
\$30.000 -- \$40.000	6	13% (24%)	\$35.000	\$8.400
\$40.000 -- \$50.000	1	3% (9%)	\$45.000	\$4.050

\$50.000 -\$100.000	0	0%	\$75.000	\$0.00
NS/NR	18	41%	--	--
TOTAL	44	100%	--	\$29.200

Gráfica 24. Tarifa mensual del servicio para gatos



Pregunta 14. Preferencias de plan Básico y plan VIP

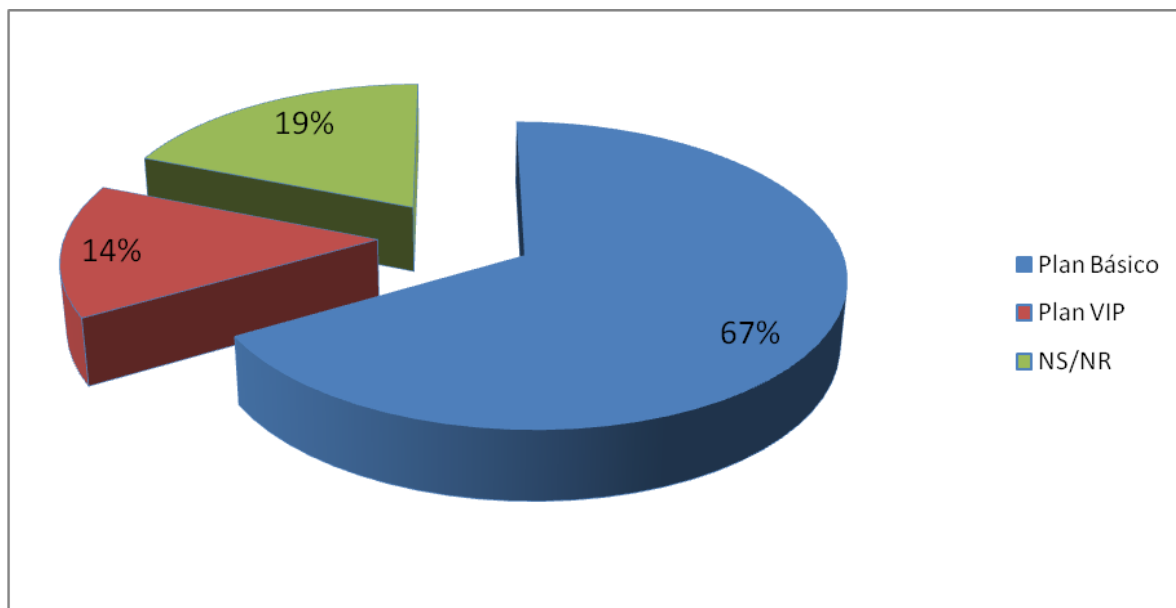
Ante la pregunta a cual plan se vincularía el 67% para los perros y el 55% para los gatos optaron por el plan básico, siendo una característica fundamental el aspecto económico. El 14% para los perros y el 4% para los gatos escogieron el plan VIP, y un 19% y 41% respectivamente NS/NR. Se puede determinar una demanda alta para el plan básico, dato importante desde el punto de vista de ventas ya que representaría el mayor número de entrada de efectivo por concepto de afiliaciones y sería el mercado a mantener y satisfacer.

Cuadro 20. Preferencias plan Básico y plan VIP

CONCEPTO	Preferencias para Perros	Porcentaje	Preferencias para Gatos	Porcentaje
Plan Básico	88	67%	24	55%

Plan VIP	19	14%	2	4%
NS/NR	25	19%	18	41%
TOTAL	132	100%	44	100%

Gráfica 25. Preferencias plan Básico y plan VIP para perros



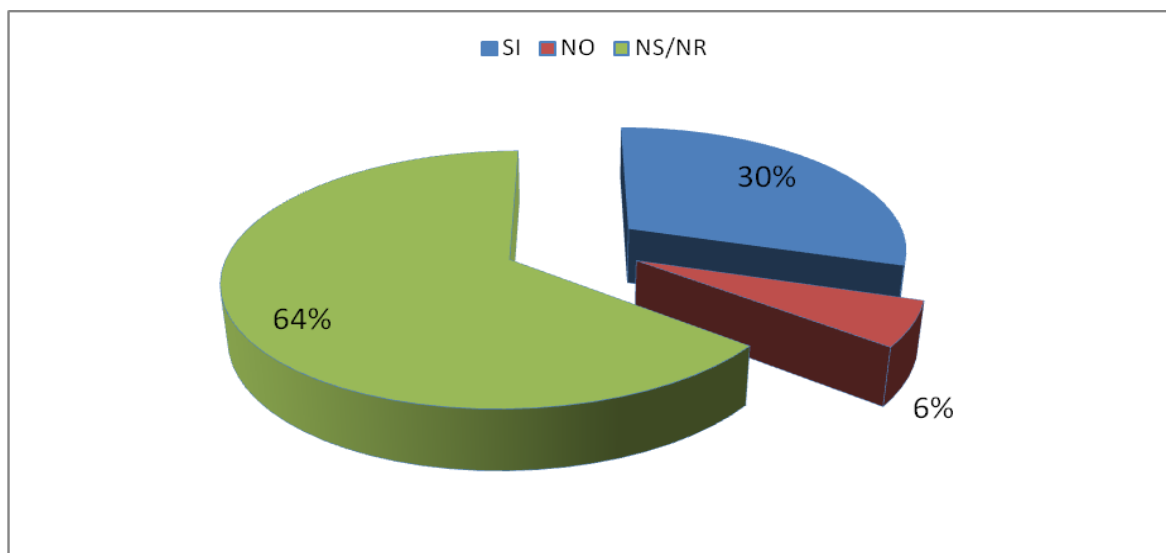
Pregunta 15. Preferencia de servicios complementarios ofrecidos a los planes de salud.

Con esta pregunta se pretendía conocer el grado de aceptación de los servicios complementarios ofrecidos a los planes de salud, como son el seguro de reposición de la mascota por muerte, y el seguro contra accidentes a terceros. Pregunta realizada únicamente a las personas que habían realizado la selección de plan básico o vip de salud, en la pregunta anterior.

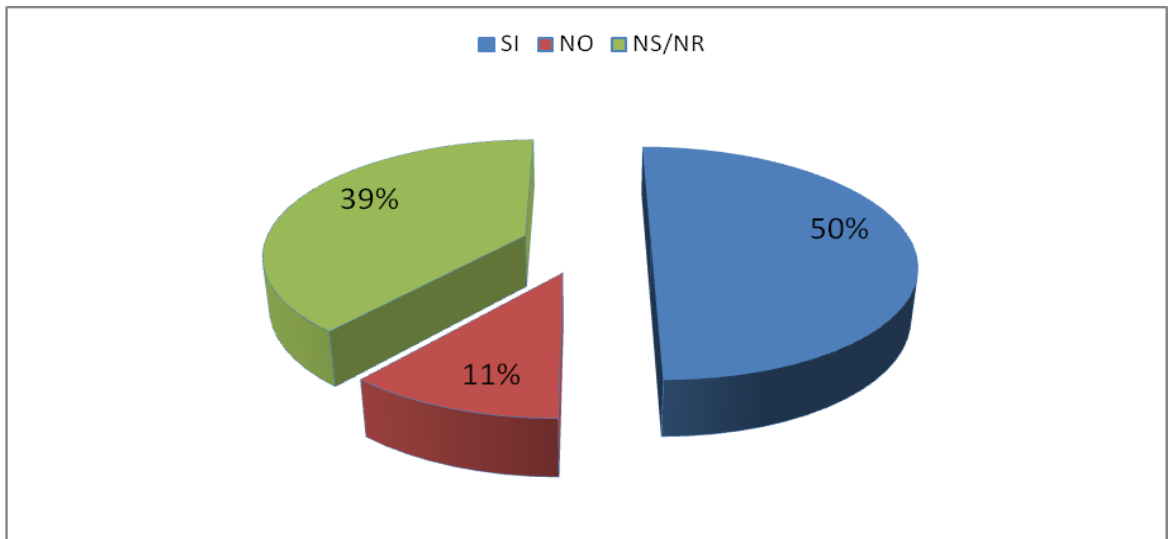
Cuadro 21. Preferencia servicios complementarios

CONCEPTO	Mascota perro				Mascota gato			
CONCEPTO	Básic o	%	VIP	%	Básic o	%	VIP	%
SI	27	30%	10	50%	7	30 %	1	50%
NO	5	6%	2	11%	5	22 %	0	0%
NS/NR	56	64%	7	39%	12	48 %	1	50%
TOTAL	88	100 %	19	100%	24	100	2	100%

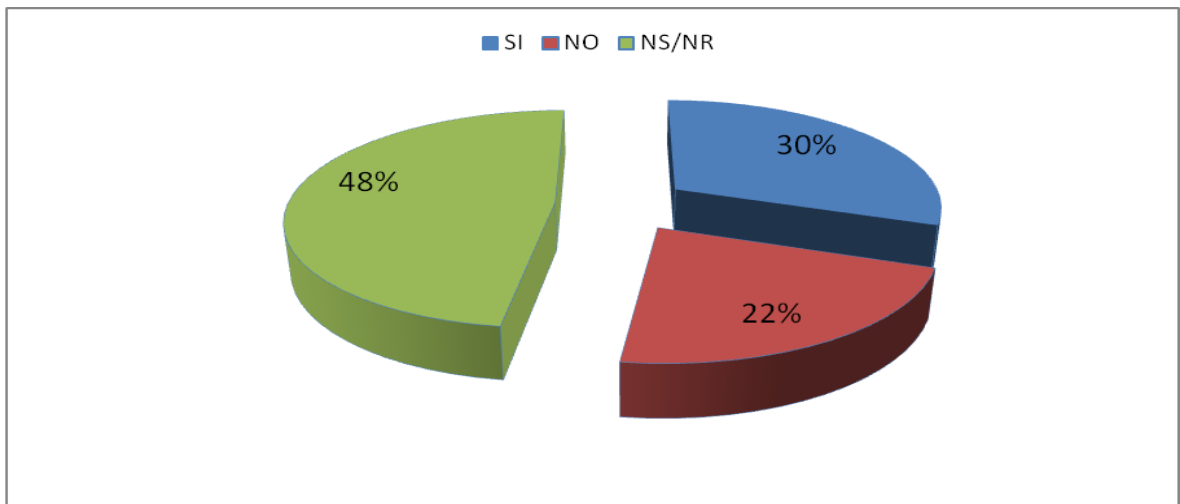
Gráfica 26. Preferencias servicios complementarios perro (plan básico)



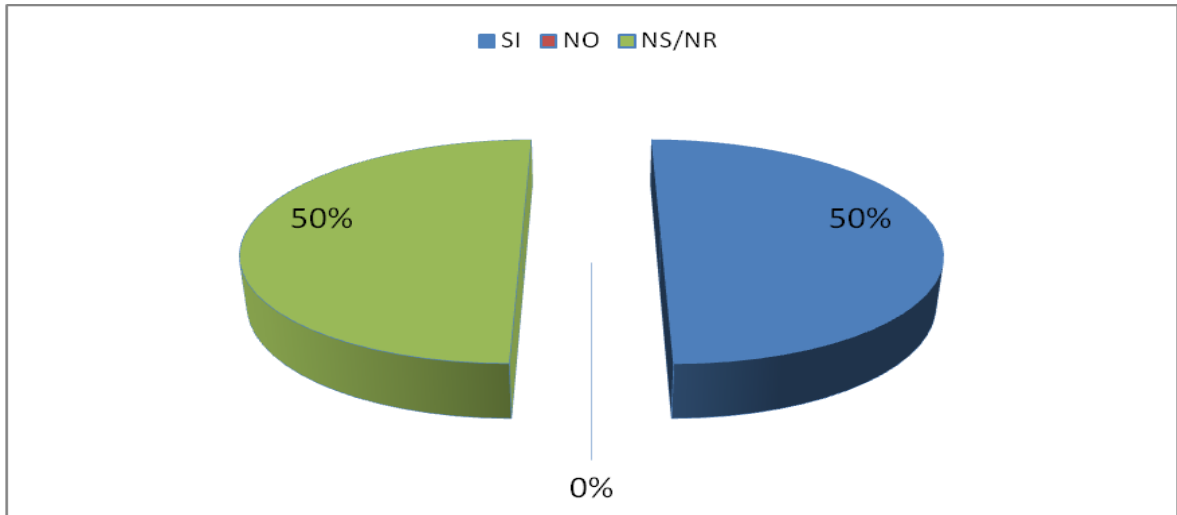
Gráfica 27. Preferencias servicios complementarios perro (plan VIP)



Gráfica 28. Preferencias servicios complementarios gato (plan básico)



Gráfica 29. Preferencias servicios complementarios gato (plan VIP)



2.4.3 Estimación de la demanda. Para realizar un análisis de la demanda se interpretará de forma directa algunas de las preguntas establecidas en la encuesta con el propósito de analizar los datos y conocer su importancia y relevancia para la factibilidad del proyecto. Para la investigación se determinó una población de 64.400 hogares pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana; (ver anexo B) y estableciendo como dato estadístico el resultado de la pregunta número uno de la encuesta de la demanda (ver anexo A) donde se quería saber si en el hogar existía como mascota el perro o el gato el 63% afirmó que si, por lo tanto se puede decir que $64.400 \times 63\% = 40.572$ hogares, que representarían el mercado objetivo.

Con el propósito de separar la demanda para cada tipo de animal que se ofrece el servicio, se utiliza la información obtenida en la pregunta número dos donde se pretendía identificar el porcentaje de perros y gatos obteniendo los siguientes resultados, un 68% posee como mascota el perro, el 20% tiene como mascota el gato y el 12% posee ambos tipos de mascotas (con el fin de que el análisis y los estudios posteriores sean lo mas exactos posibles se hace necesario separar esta porcentaje equitativamente) obteniendo los siguientes resultado: hogares que

tiene como mascota el perro el 74% equivalente a 30.024 y hogares que poseen como mascota el gato el 26% que equivale a 10.548. La demanda se logró determinar mediante la pregunta número doce de la encuesta que media la intención de afiliación de la mascota de la siguiente manera: el 68% de los hogares que tiene como mascota el perro estarían dispuestos a tomar el servicio que corresponde a 20.416 hogares y el 57% de los hogares que tiene como mascota el gato estarían dispuestos a tomar el servicio que corresponde a 6.012 hogares.

2.4.4 Evolución histórica de la demanda del servicio. Se realizaron investigaciones en entes gubernamentales y no gubernamentales pero no se encontró datos estadísticos sobre la evolución histórica de la demanda de servicios veterinarios para perros y gatos en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

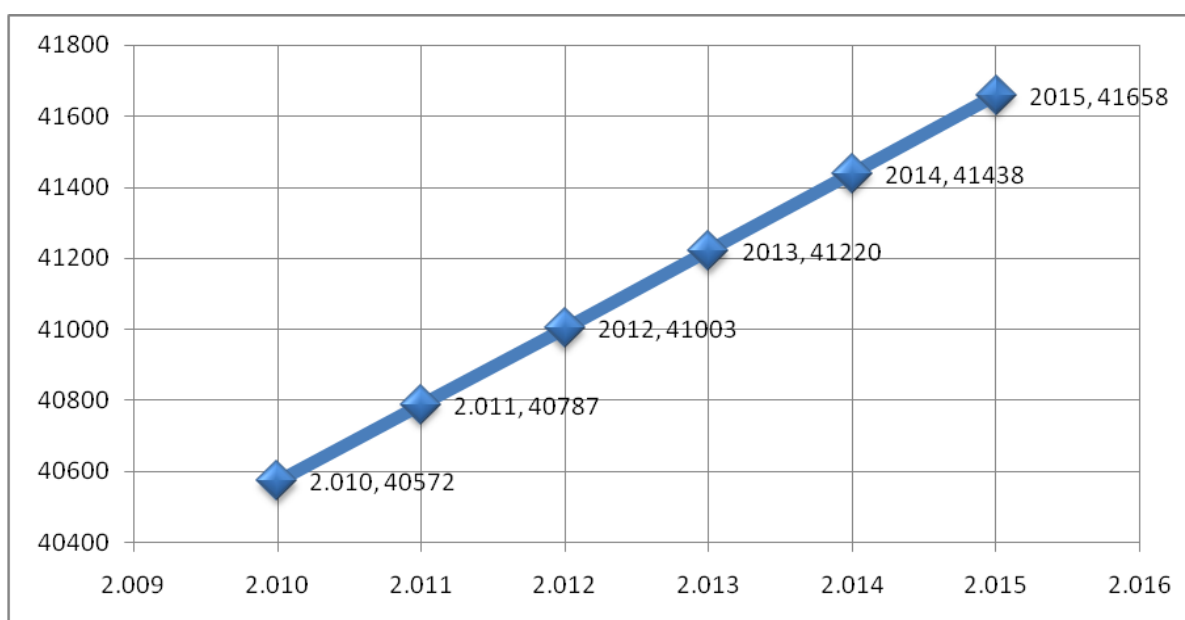
2.4.5 Proyección de la demanda. Al no poseer datos estadísticos de la demanda actual de los servicios ofrecidos por EPS para mascotas, se calculó la proyección de la demanda a través de un estimado de hogares que poseen como mascota el perro y el gato pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, partiendo de 40.572 hogares pertenecientes al mercado objetivo para la vigencia del año actual es decir el año cero; datos obtenidos a través de la encuesta realizada a la demanda. Se tomo como base el incremento poblacional para el departamento de Santander dado por el DANE para el periodo 2005-2010 del 0.53% Anual.

Cuadro 22. Proyección de la demanda segmentada por tipo de animal

Año	Hogares mercado objetivo	Hogares con Perro 74%	Hogares con Gatos 26%	Hogares con perro con intención de adquirir el servicio 68%	Hogares con gato con intención de adquirir el servicio 57%

2010	40.572	30.024	10.548	20.416	6.012
2011	40.787	30.182	10.605	20.524	6.044
2012	41.003	30.342	10.661	20.633	6.076
2013	41.220	30.503	10.717	20.742	6.108
2014	41.438	30.664	10.774	20.852	6.140
2015	41.658	30.827	10.831	20.962	6.173

Gráfica 30. Proyección de la demanda



2.5 LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de Información.

- Identificación de las empresas o instituciones existentes, no solo en Bucaramanga y su área metropolitana.
- Características de los productos y servicios de la competencia.

- Identificar el tipo de mercado que atienden.
- Estrategias de negocios.
- Su estructura de costos y precios.
- Participación en el mercado.
- Sistema de ventas, comercialización y publicidad.
- Planes de expansión.
- Localización.

2.5.2. Ficha técnica de la oferta

Cuadro 23. Ficha técnica de la oferta

Tipo de investigación	Estudios Exploratorios y Descriptiva: por que la investigación se basa en la identificación de elementos y características de un sector determinado como trabajos y escritos ya realizados, experiencias de vida no escritas, y factores del mercado como de precio, demanda, calidad, cantidad, mercadeo etc. con un objetivo específico la satisfacción de unas necesidades de la comunidad.
Método de investigación	El método inductivo-deductivo, ya que la investigación parte de situaciones concretas y desde la misma concepción de la idea, se ha llevado un orden en los planteamientos, las consultas, los detalles de la información analizada, permitirá además de realizar un análisis profundo de la investigación, la obtención de respuestas para lograr plasmar en la realidad la idea planteada.
Fuentes de información	FUENTES PRIMARIAS: Se utilizará la entrevista para obtener la información que requiere el estudio de mercados, dirigida a clínicas y centros de salud veterinaria, logrando mayor interacción entre el entrevistado y el entrevistador, obteniendo de esta forma

	unos resultados más confiables. FUENTES SECUNDARIAS: La información secundaria que también es vital para el desarrollo del estudio se investigará a través de consultas en el directorio telefónico páginas amarillas de Legis.
Técnicas de recolección de información	La entrevista
Instrumento	El instrumento será el cuestionario compuesto por 8 preguntas estructuradas para conocer las características del servicio ofrecido.(ver anexo C)
Modo de aplicación	Es de forma directa y por teléfono.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	La entrevista está dirigida a 58 clínicas y centros médicos veterinarios representados por el Gerente o Encargado. La unidad de muestreo es la empresa.
Proceso de muestreo	El cálculo de la muestra se realiza por censo.
Marco muestral	Clínicas y centros veterinarios registrados en el directorio de Bucaramanga y su área metropolitana.
Alcance	Ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana
Tiempo de aplicación	El censo se realizó entre el 6 y 8 de octubre de 2010 (3días hábiles).

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.

Pregunta 1. Antigüedad en la prestación del servicio

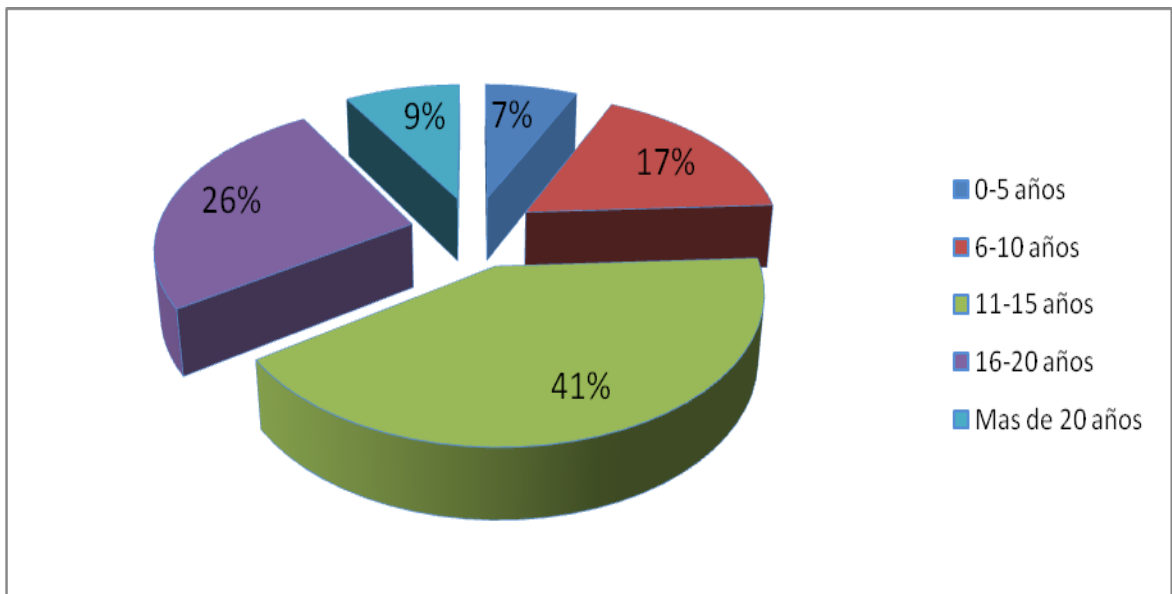
Del total de las entidades que ofrecen servicios veterinarios el 76% viene desarrollando su actividad hace más de 10 años, lo que significa que han

perdurado en el mercado y son reconocidas en la zona. Variables importantes para identificar la competencia y las alianzas estratégicas para los convenios que se realizarán para la prestación de los servicios como IPS.

Cuadro 24. Antigüedad en la prestación del servicio

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0-5 años	4	7%
6-10 años	10	17%
11-15 años	24	41%
16-20 años	15	26%
Mas de 20 años	5	9%
TOTAL	58	100%

Gráfica 31. Antigüedad en la prestación del servicio



Pregunta 2. Servicios ofrecidos por las entidades y servicios de mayor frecuencia.

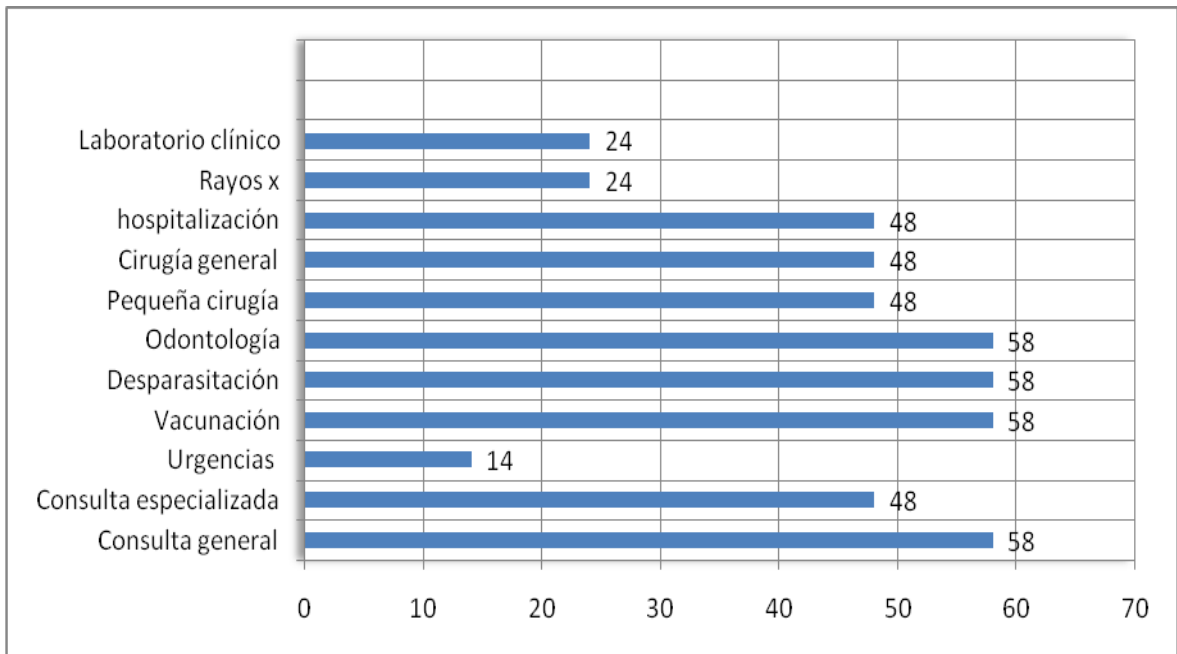
Para el análisis de estas dos preguntas los resultados son analizados por servicio y no por cantidad total de encuestas, de tal forma que se logra determinar el servicio de mayor oferta y la cantidad de uso mensual que los usuarios hacen del mismo, obteniendo los siguientes resultados: el 100% de las clínicas y centros veterinarios de la ciudad ofrecen los servicios para perros como consulta general, odontología, vacunación y desparasitación y en un porcentaje menor los demás servicios estipulados en la pregunta. También se logra determinar que solo 25 veterinarias ofrecen algunos servicios para gatos y que solo seis de ellas ofrecen servicio 24 horas, variable fundamental para la contratación de los servicios. También se logró determinar que los servicios más ofrecidos son los de mayor frecuencia de uso por los usuarios de forma mensual, destacándose la consulta general, la vacunación, desparasitación y la cirugía para los perros y en una menor proporción para los gatos.

Cuadro 25. Servicios ofrecidos por las entidades

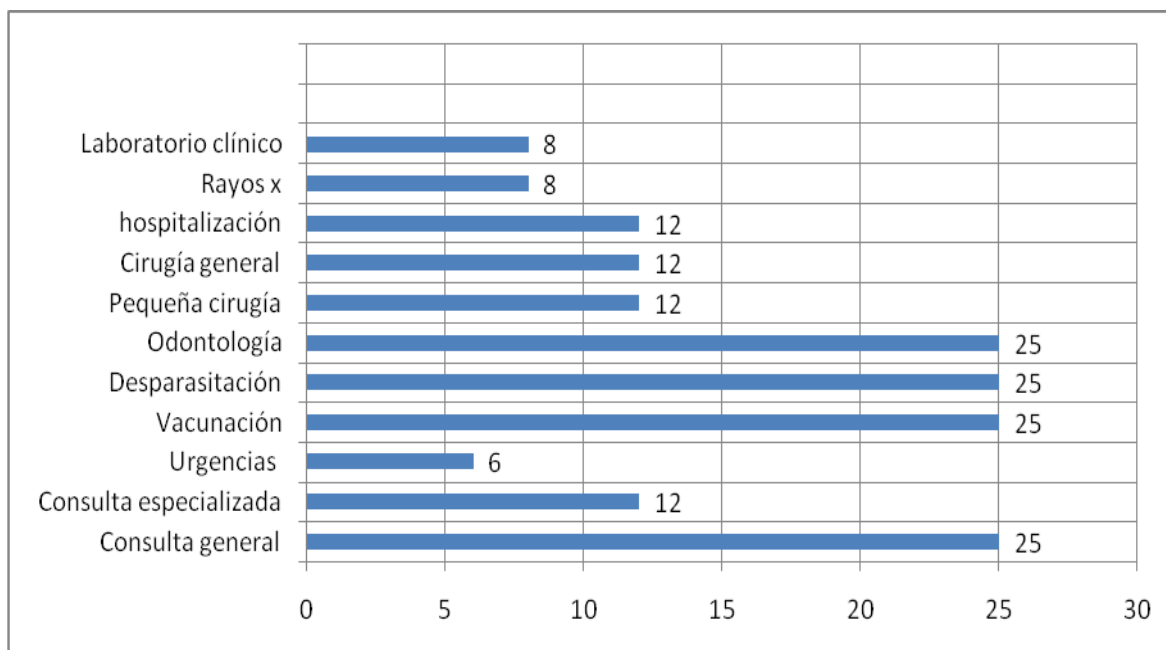
CONCEPTO	Frecuencia para Perros	%	Frecuencia para Gatos	%
Consulta general	58	100%	25	43%
Consulta especializada	48	83%	12	21%
Urgencias	14	24%	6	10%
Vacunación	58	100%	25	43%
Desparasitación	58	100%	25	43%
Odontología	58	100%	25	43%
Pequeña cirugía	48	83%	12	21%
Cirugía general	48	83%	12	21%
hospitalización	48	83%	12	21%

Rayos x	24	41%	8	14%
Laboratorio clínico	24	41%	8	14%

Gráfica 32. Servicios ofrecidos por las entidades para perros



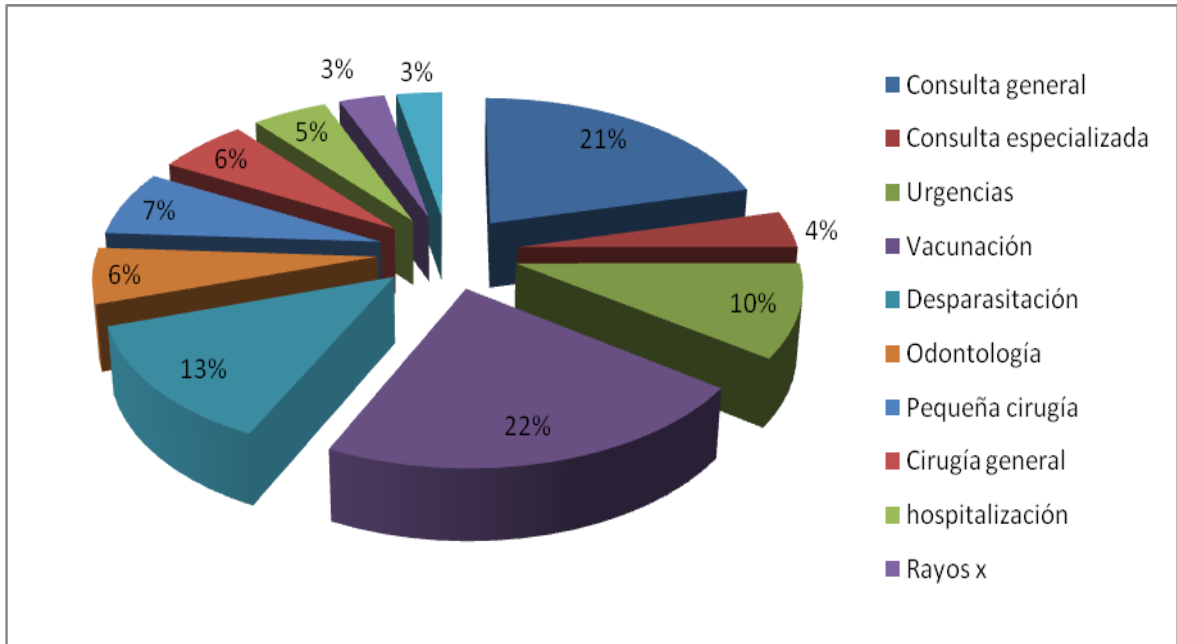
Gráfica 33. Servicios ofrecidos por las entidades para gatos



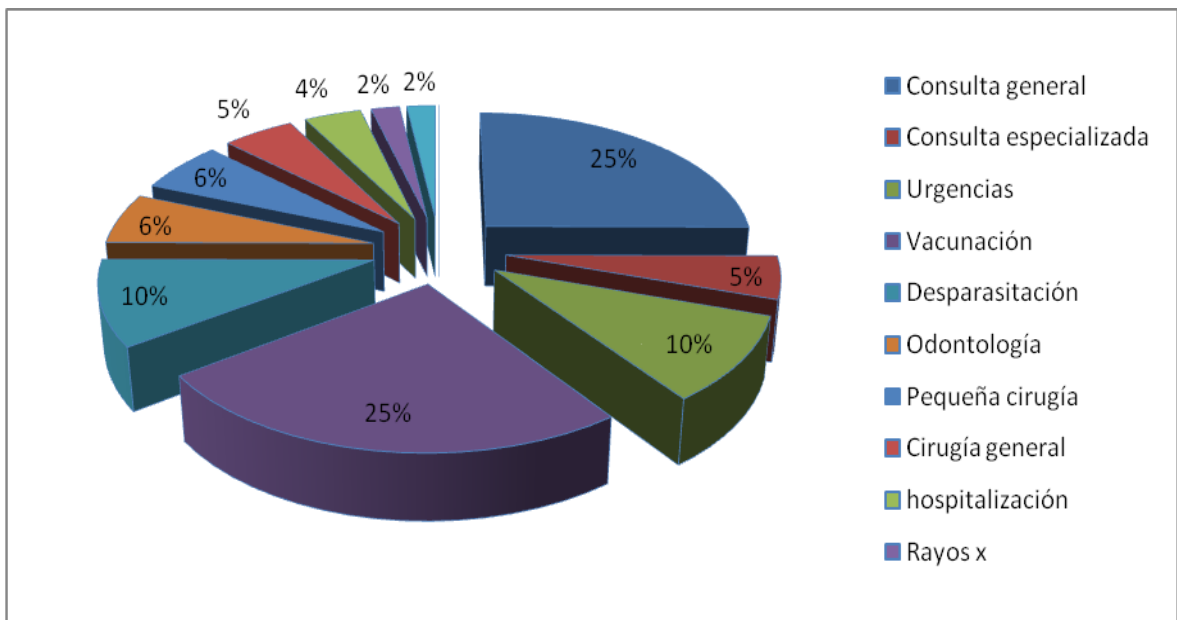
Cuadro 26. Frecuencia de uso de los servicios de forma mensual

CONCEPTO	Frecuencia para Perros	%	Frecuencia para Gatos	%
Consulta general	157	21%	61	25%
Consulta especializada	30	4%	12	5%
Urgencias	75	10%	25	10%
Vacunación	165	22%	61	25%
Desparasitación	98	13%	25	10%
Odontología	45	6%	15	6%
Pequeña cirugía	53	7%	15	6%
Cirugía general	45	6%	12	5%
hospitalización	37	5%	10	4%
Rayos x	23	3%	5	2%
Laboratorio clínico	23	3%	5	2%
TOTAL	751	100%	246	100%

Gráfica 34. Frecuencia de uso de los servicios para perros



Gráfica 35. Frecuencia de uso de los servicios para gatos



Pregunta 3. Rango de precios existentes en el mercado

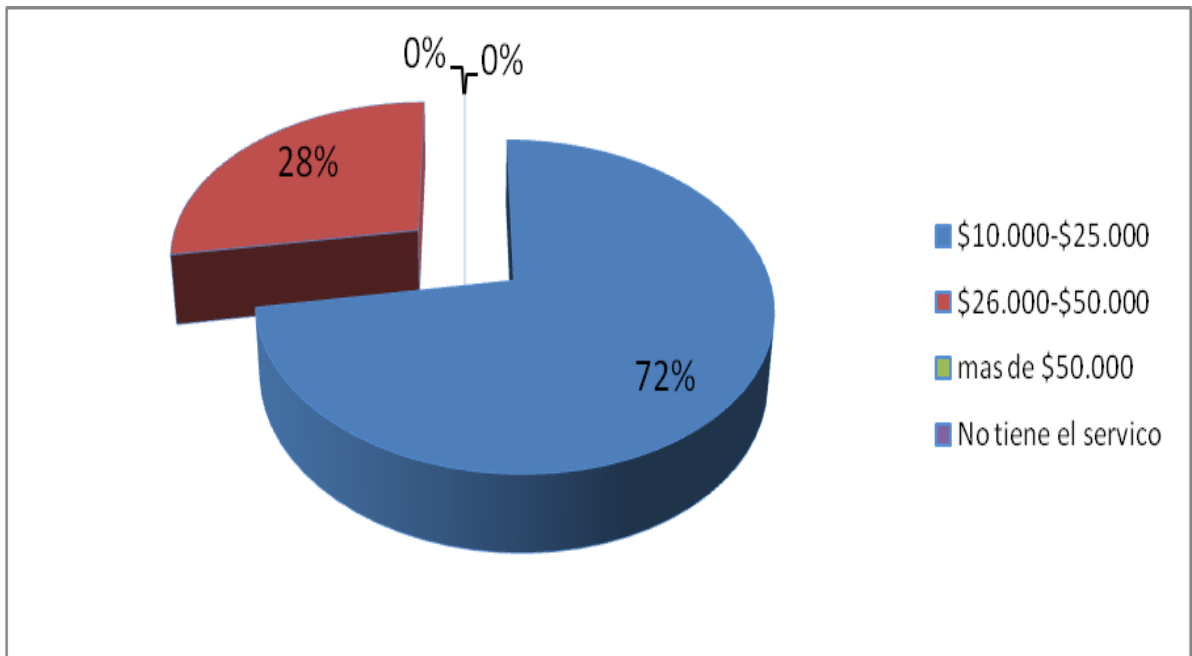
Con esta pregunta se analiza de una forma clara los precios manejados por el mercado, su incidencia en los costos de la nueva empresa y cuales de estos servicios son los de mayor demanda con el propósito de identificar si los ingresos por afiliaciones cubren la totalidad de los costos por servicios utilizados.

Cuadro 27. Rango de precios por servicios para perros

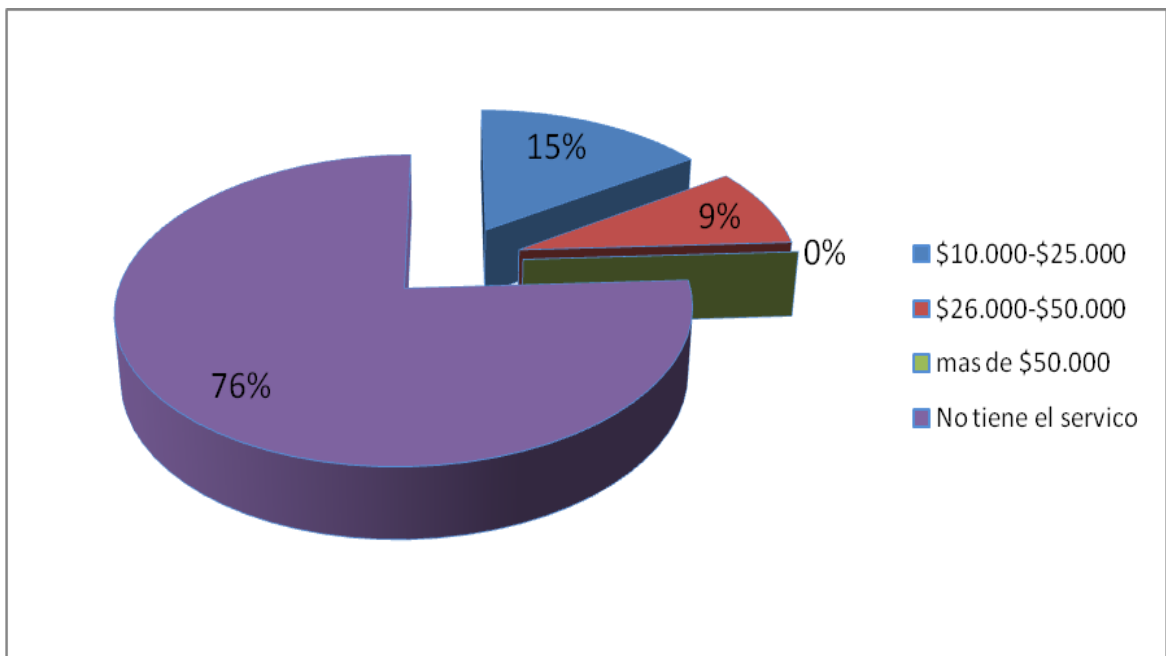
CONCEPTO	Rango \$10.000-\$25.000	Rango \$26.000-\$50.000	Rango \$51.000-\$100.000	Total
Consulta general	42	16	0	58
%	72%	28%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$12.600	\$10.500	\$0.00	\$23.100
Urgencias 24 horas	9	5	0	14
%	64%	36%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$11.200	\$13.500	\$0.00	\$24.700
cirugía	0	0	48	48
%	0%	0%	100%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$0.00	\$0.00	\$75.000	\$75.000
Odontología	53	5	0	58
%	91%	9%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$15.925	\$3.375	\$0.00	\$19.300
laboratorio	7	17	0	24
%	29%	71%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--

Promedio	\$5.075	\$26.625	\$0.00	\$31.700
Exámenes	2	16	6	24
%	8%	67%	25%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$1.400	\$25.125	\$18.750	\$45.275
Vacunación	5	53	0	58
%	9%	91%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$1.575	\$34.125	\$0.00	\$35.700
Desparasitación	50	8	0	58
%	86%	14%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$15.050	\$5.250	\$0.00	\$20.300

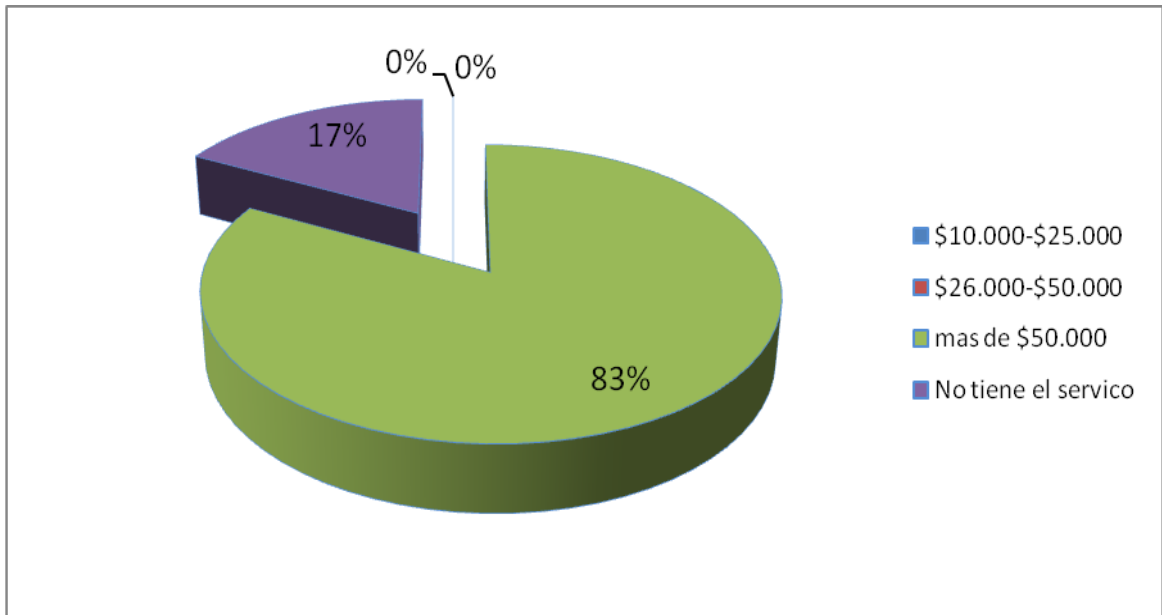
Gráfica 36. Rango de precio servicio para perros consulta general



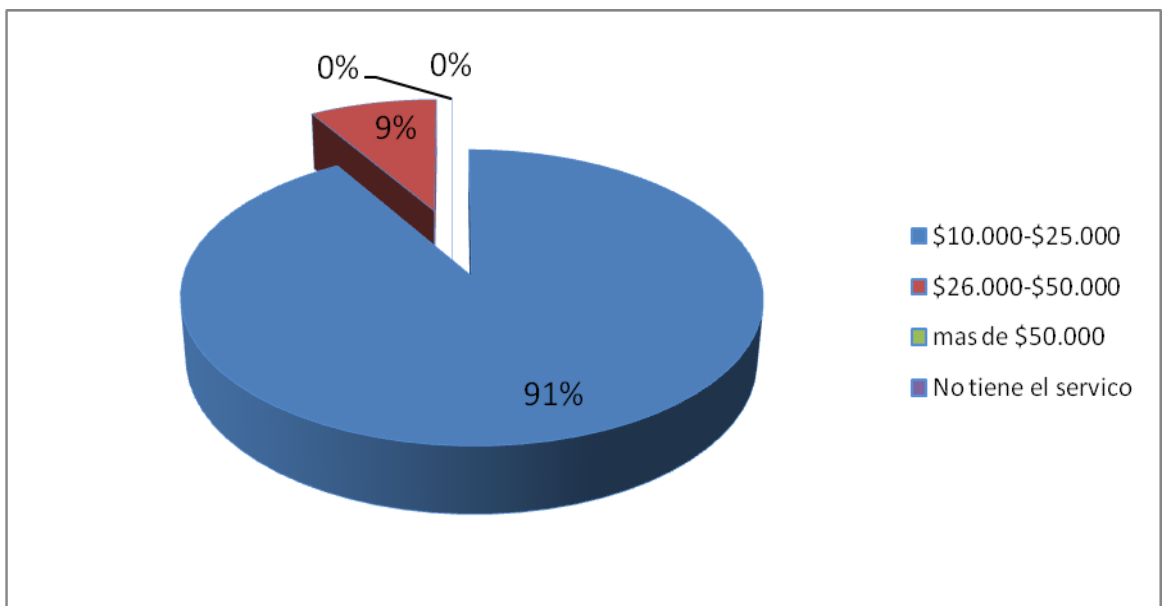
Gráfica 37. Rango de precio servicio para perros Urgencias



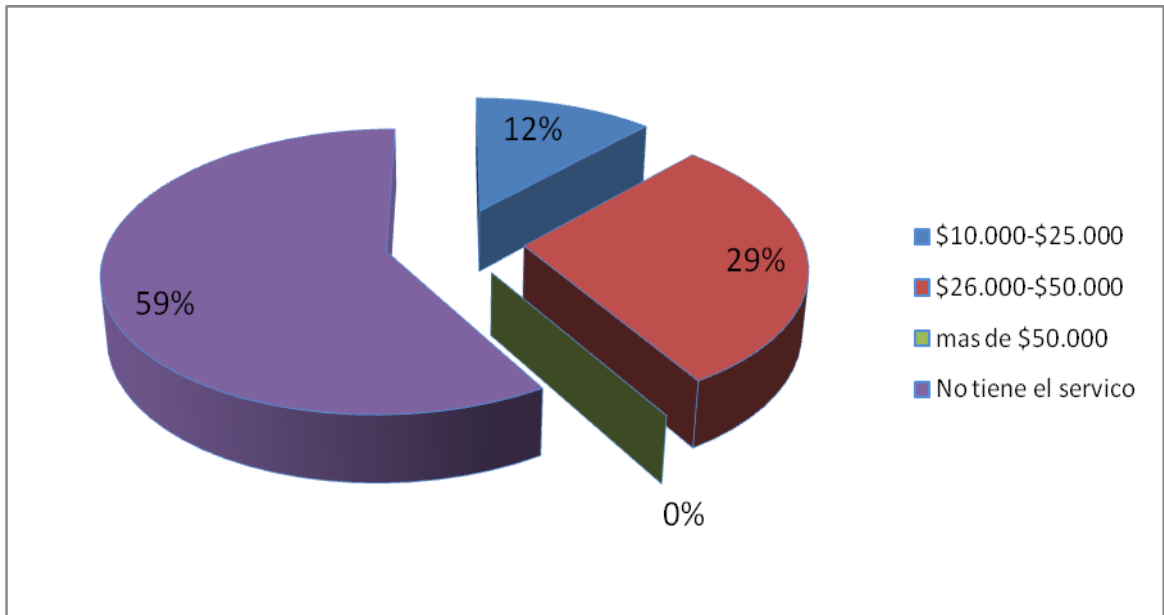
Gráfica 38. Rango de precio servicio para perros Cirugia



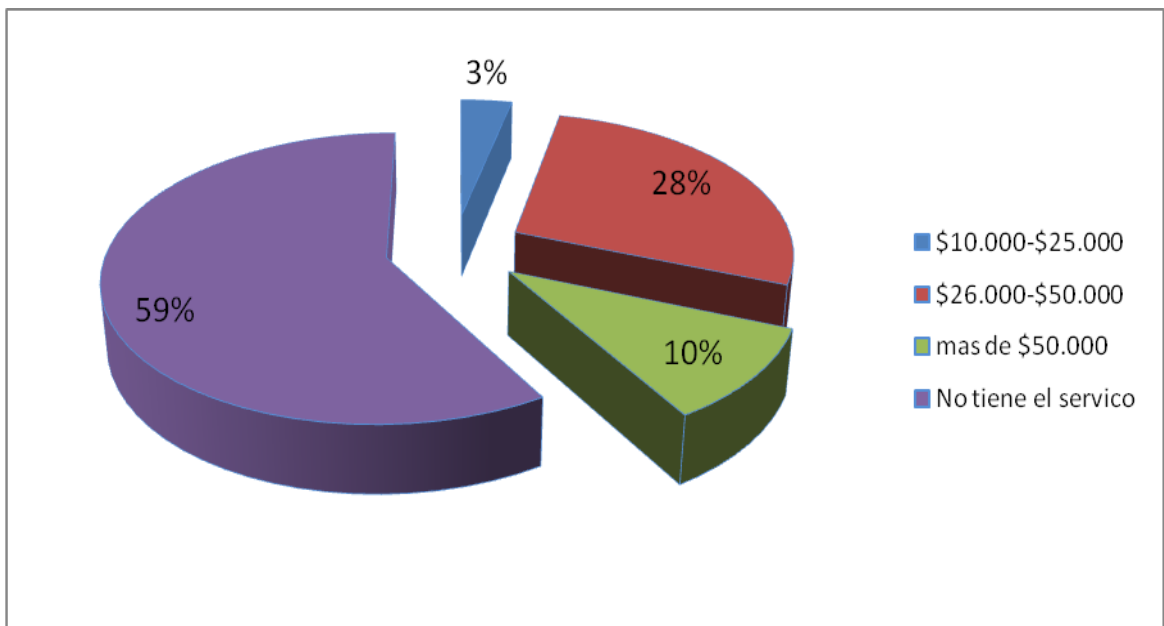
Gráfica 39. Rango de precio servicio para perros Odontologia



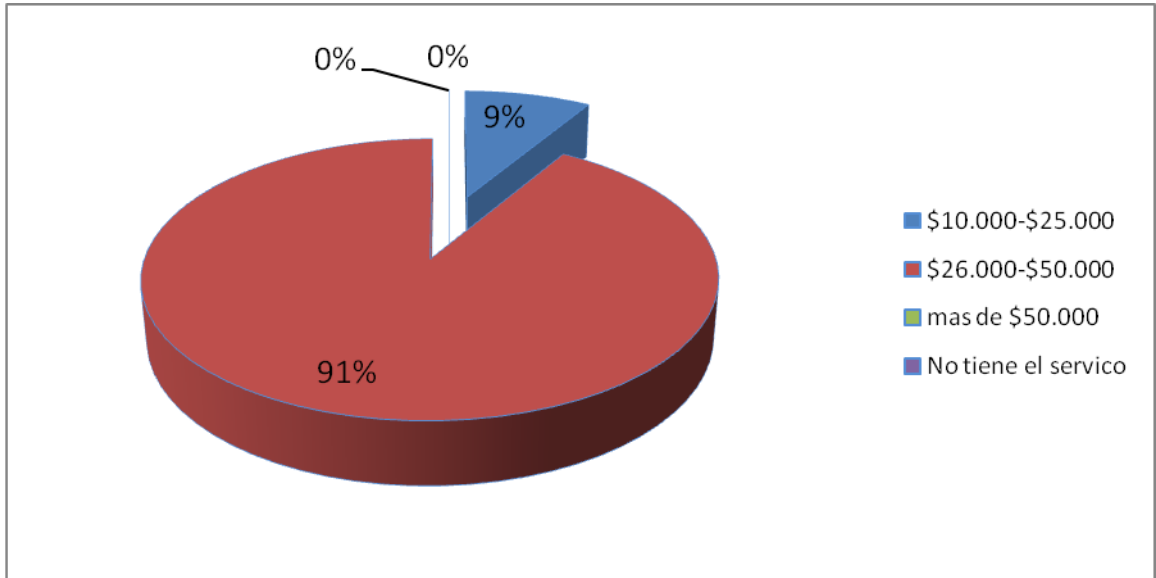
Gráfica 40. Rango de precio servicio para perros laboratorio



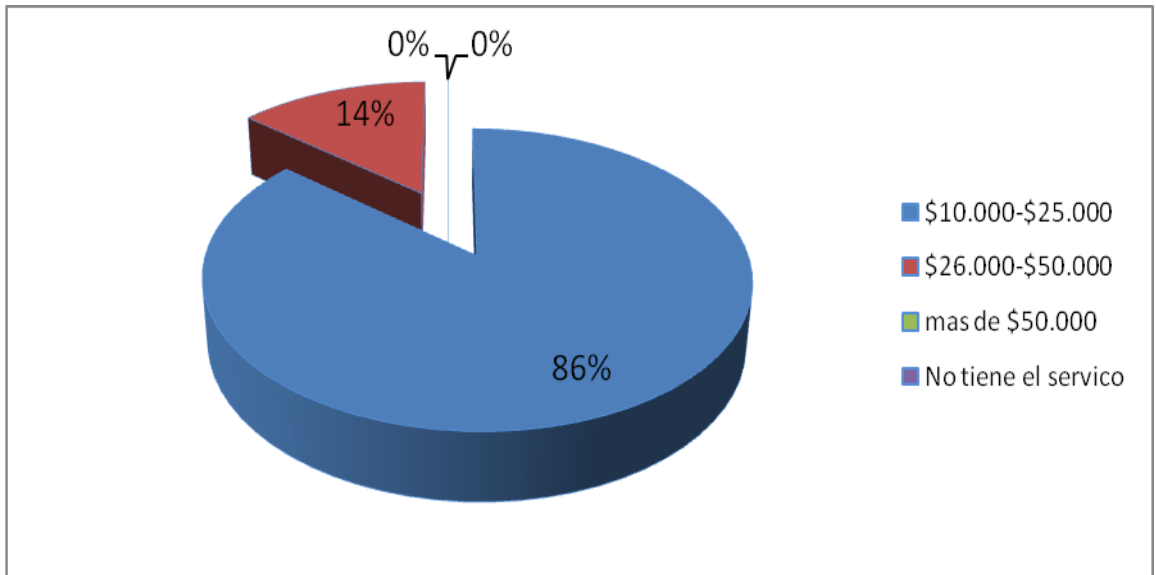
Gráfica 41. Rango de precio servicio para perros Exámenes



Gráfica 42. Rango de precio servicio para perros vacunacion



Gráfica 43. Rango de precio servicio para perros desparasitacion

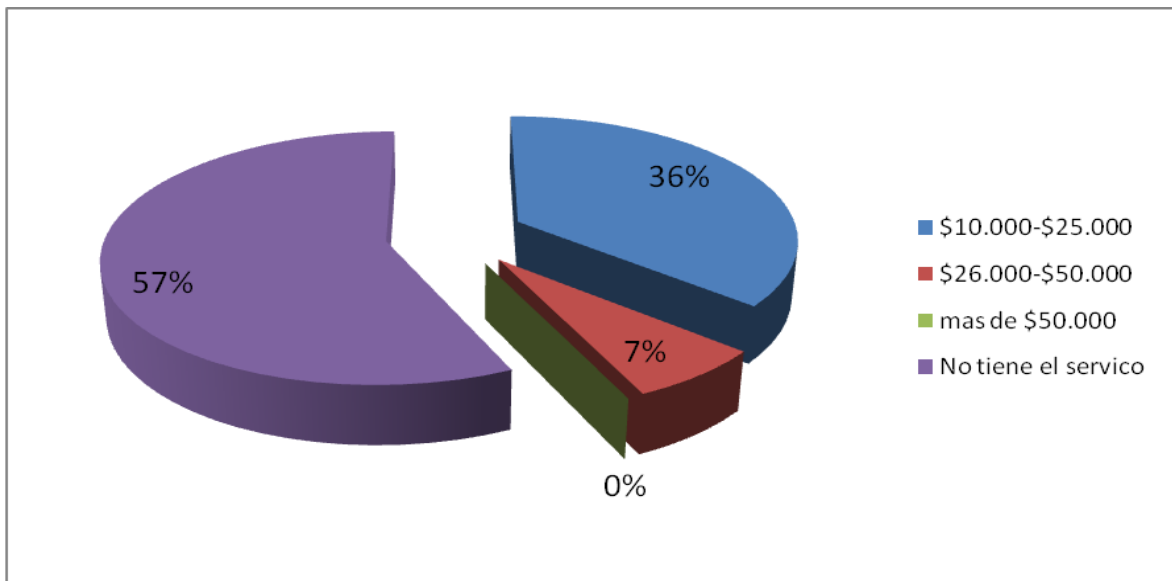


Cuadro 28.Rango de precios por servicios para gatos

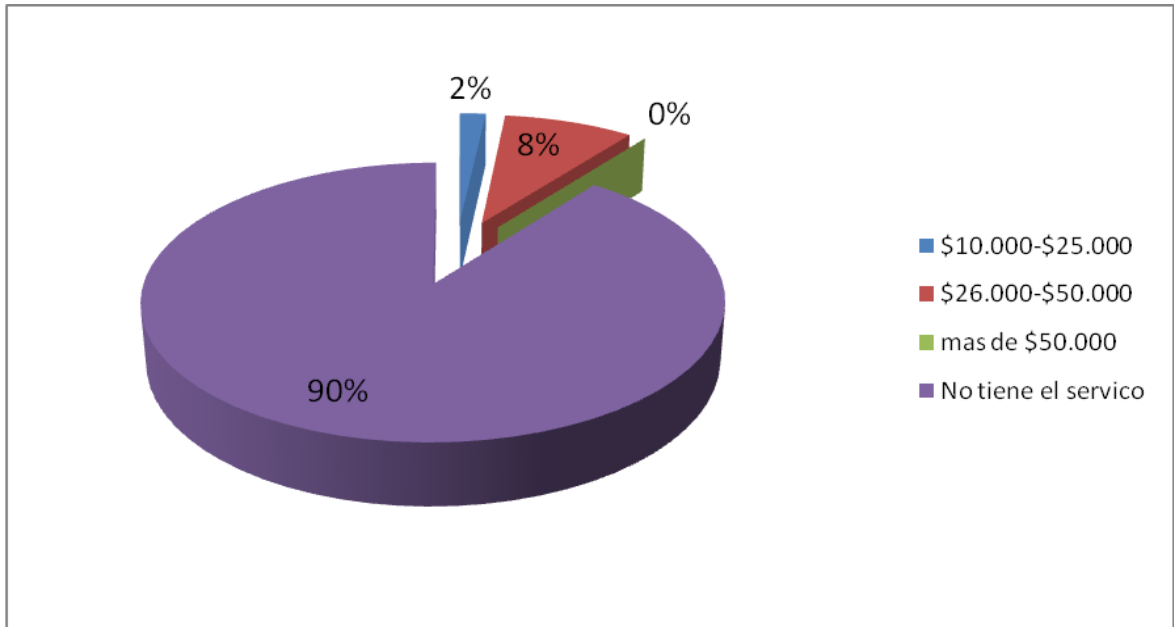
CONCEPTO	Rango \$10.000-\$25.000	Rango \$26.000-\$50.000	Rango \$51.000- \$100.000	Total
Consulta general	21	4	0	25
%	84%	16%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$14.700	\$6000	\$0.00	\$20.700
Urgencias 24 horas	1	5	0	6
%	17%	83%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$2.975	\$31.125	\$0.00	\$34.100
cirugía	0	0	12	12
%	0%	0%	100%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$0.00	\$0.00	\$75.000	\$75.000
Odontología	23	2	0	25
%	92%	8%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$16.100	\$3.000	\$0.00	\$19.100
laboratorio	5	3	0	8
%	63%	37%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$11.025	\$13.875	\$0.00	\$24.900
Exámenes	3	4	1	8
%	36%	50%	14%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--

Promedio	\$6.300	\$18.750	\$10.500	\$35.550
Vacunación	19	6	0	25
%	76%	24%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$13.300	\$9.000	\$0.00	\$22.300
Desparasitación	24	1	0	25
%	96%	4%	0%	100%
Medio	\$17.500	\$37.500	\$75.000	--
Promedio	\$16.800	\$1.500	\$0.00	\$18.300

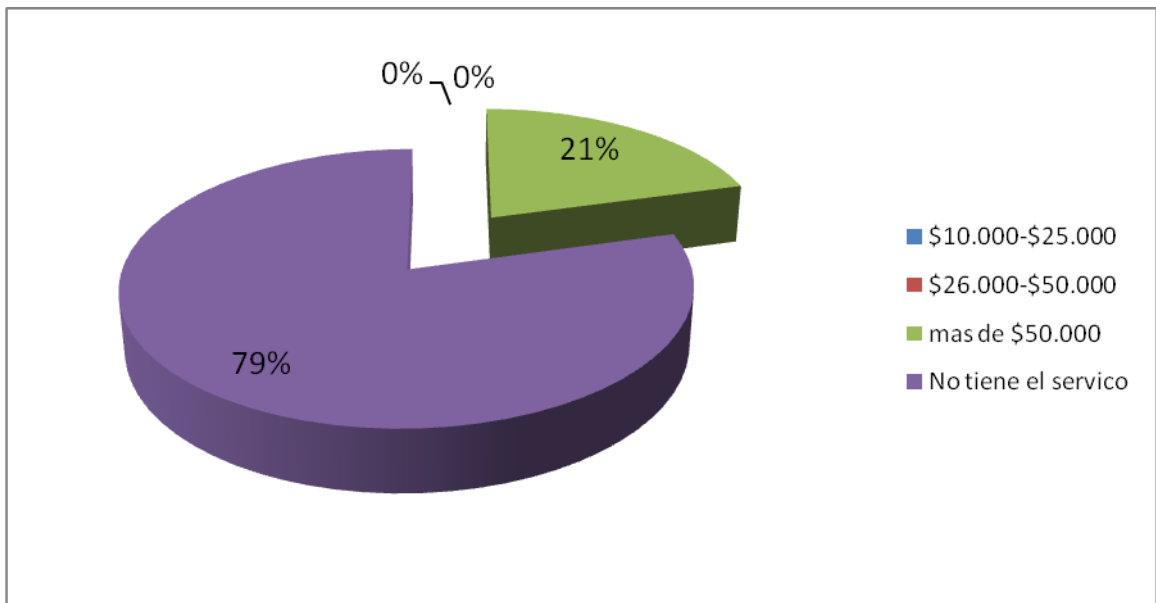
Gráfica 44. Rango de precio servicio para gatos consulta general



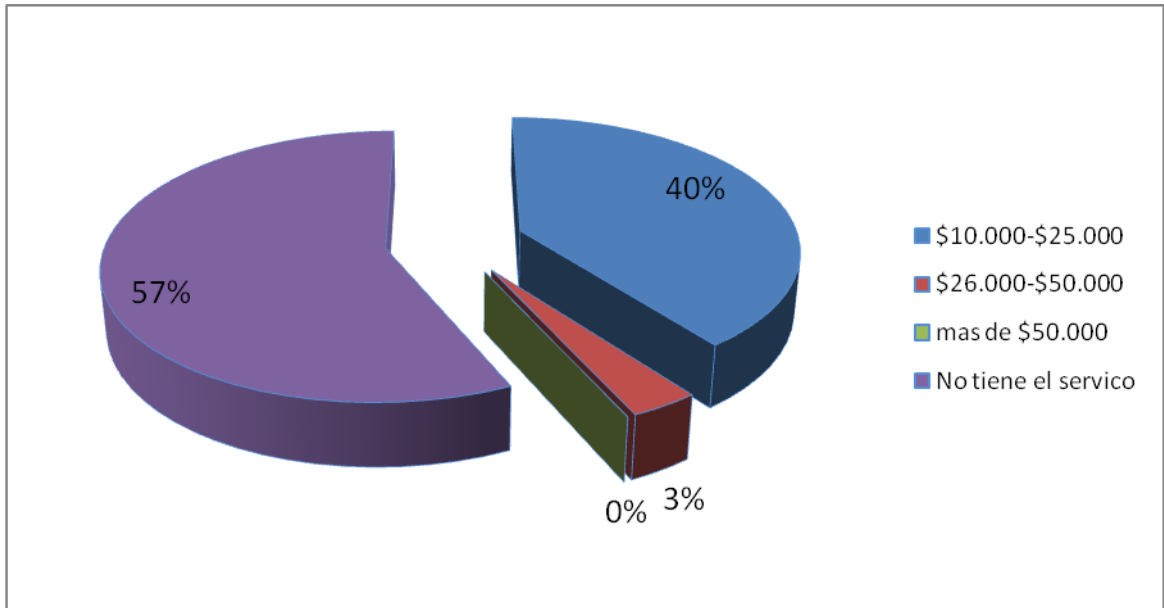
Gráfica 45. Rango de precio servicio para gatos urgencias



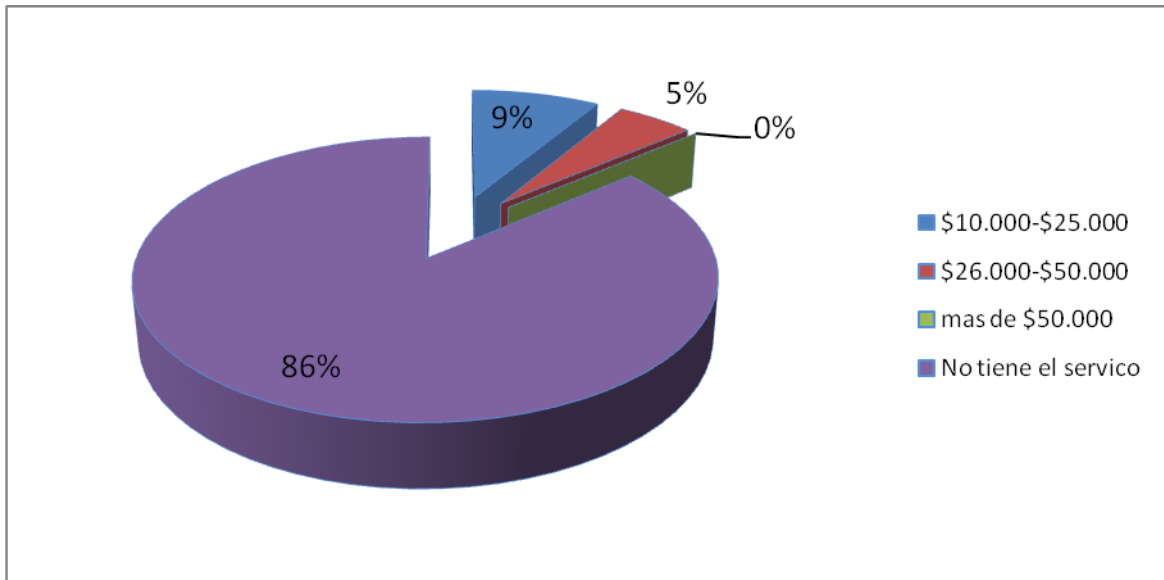
Gráfica 46. Rango de precio servicio para gatos cirugía



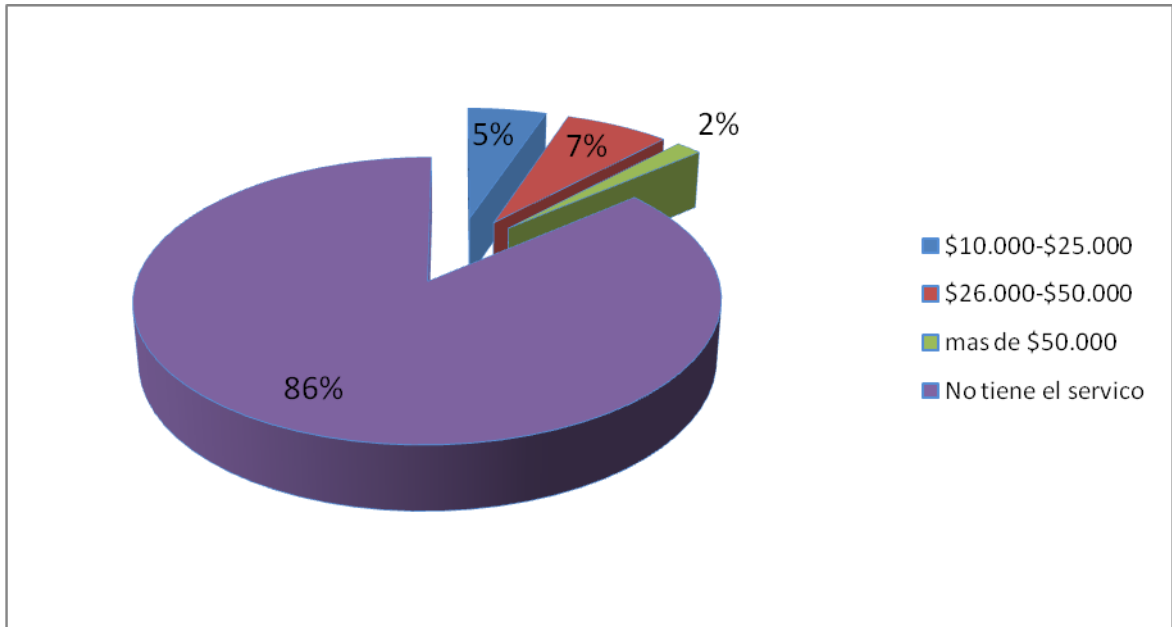
Gráfica 47. Rango de precio servicio para gatos odontología



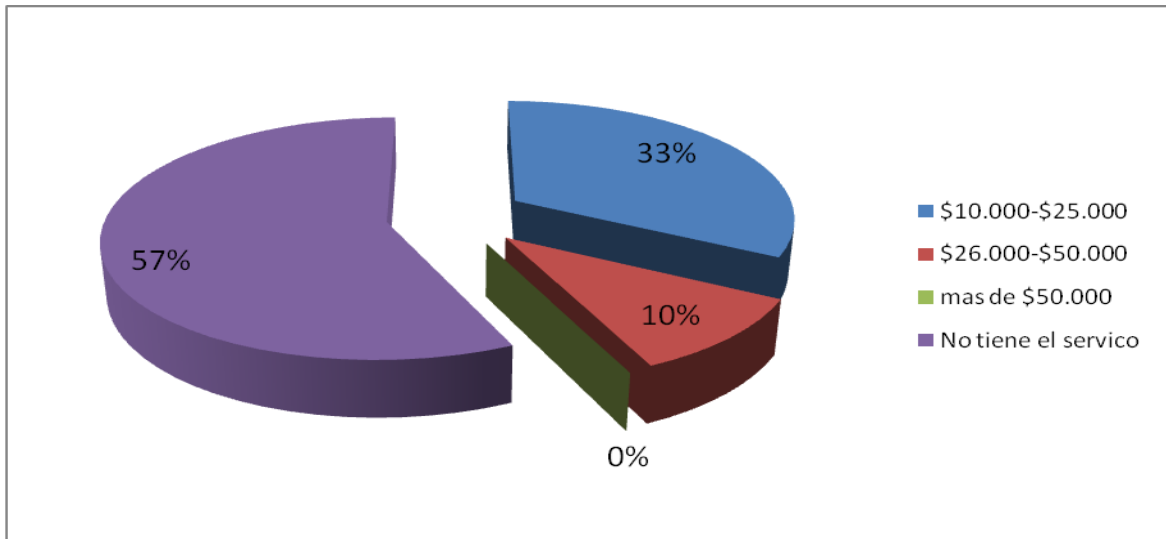
Gráfica 48. Rango de precio servicio para gatos laboratorio



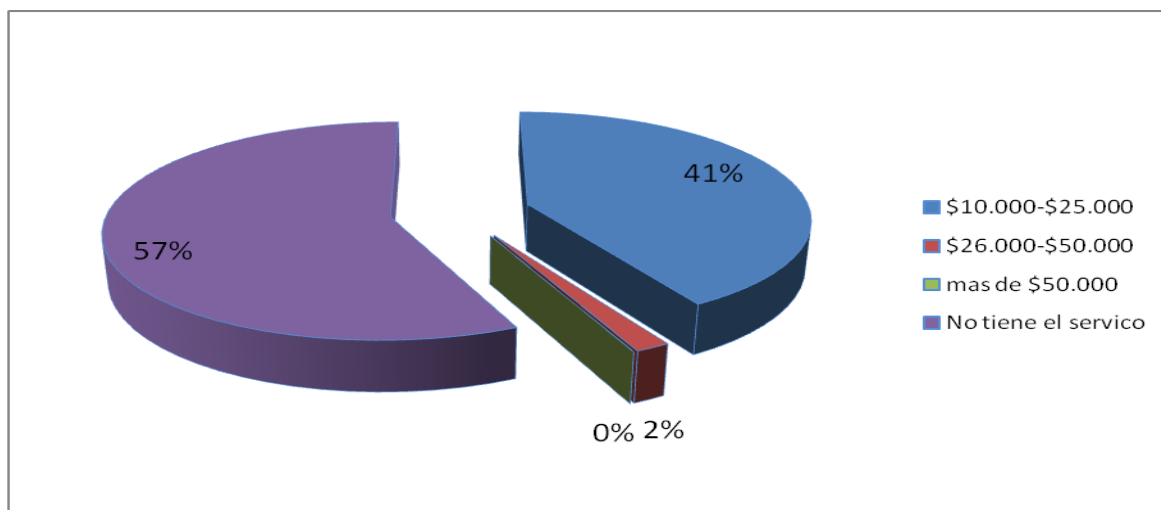
Gráfica 49. Rango de precio servicio para gatos examenes



Gráfica 50. Rango de precio servicio para gatos vacunacion



Gráfica 51. Rango de precio servicio para gatos desparasitacion



Pregunta 4. Características para fijar precios

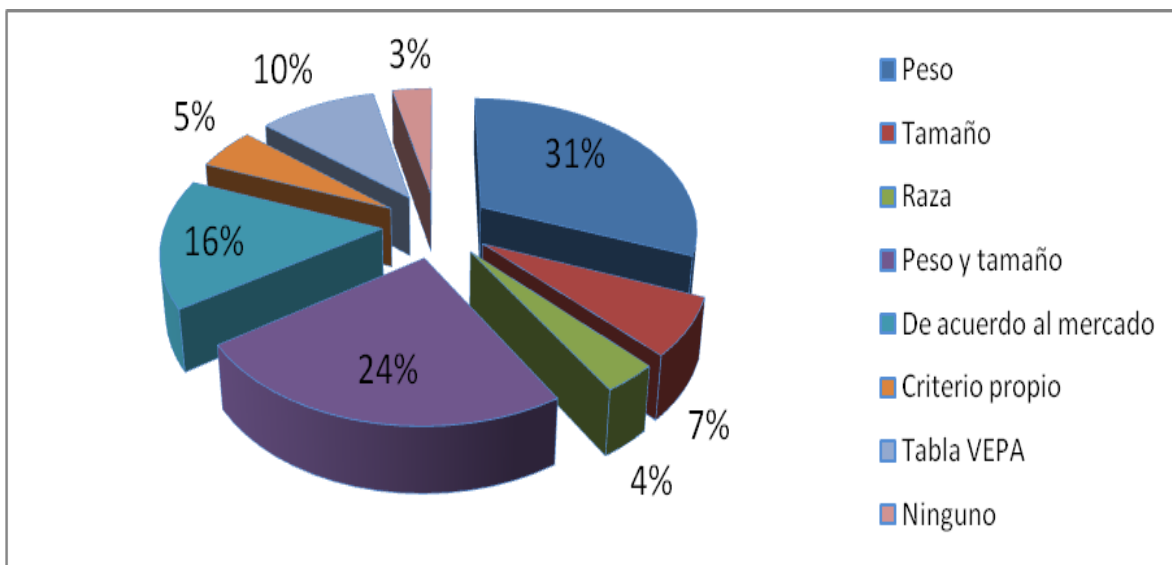
Se observa que el 31% de las clínicas o centros médicos veterinarios fijan sus precios por el peso del perro y el 24% por el peso y el tamaño del mismo, mientras que un 16% fija los precios de acuerdo al mercado y un 10% por la tabla VEPA. En el caso de los gatos la consideración más importante para fijar precios es la raza del animal, es importante mencionar que el 55% contestó que ninguno debido a que no ofrecen servicios para los gatos.

Cuadro 29. Características para fijar precios

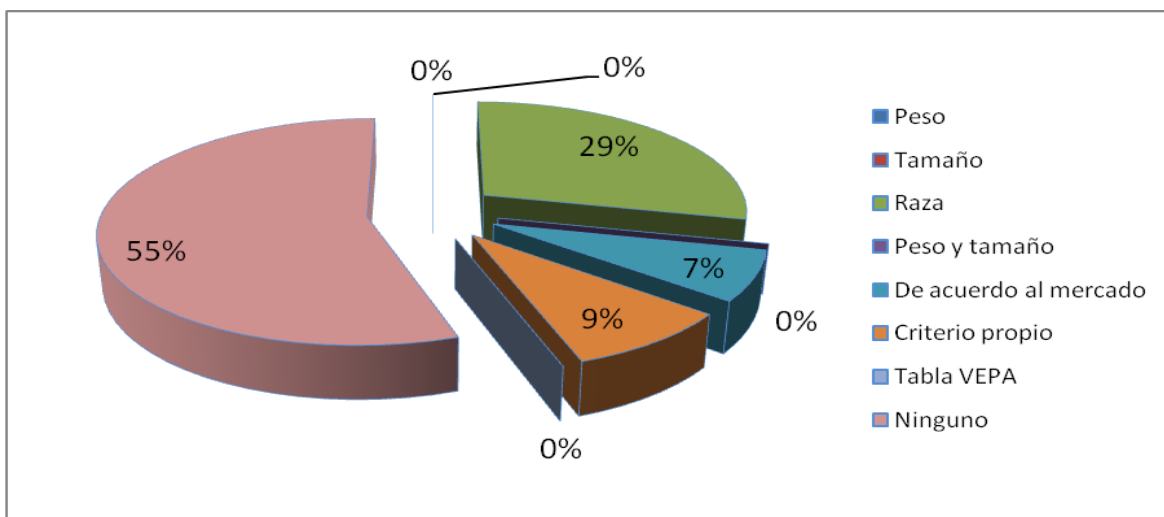
CONCEPTO	Frecuencia para Perros	Porcentaje	Frecuencia para Gatos	Porcentaje
Peso	18	31%	0	0%
Tamaño	4	7%	0	0%
Raza	2	4%	16	29%
Peso y tamaño	14	24%	0	0%
De acuerdo al mercado	9	16%	4	7%
Criterio propio	3	5%	5	9%

Tabla VEPA	6	10%	0	0%
Ninguno	2	3%	31	55%
TOTAL	58	100%	58	100

Gráfica 52. Características para fijar precios para perros



Gráfica 53. Características para fijar precios para gatos



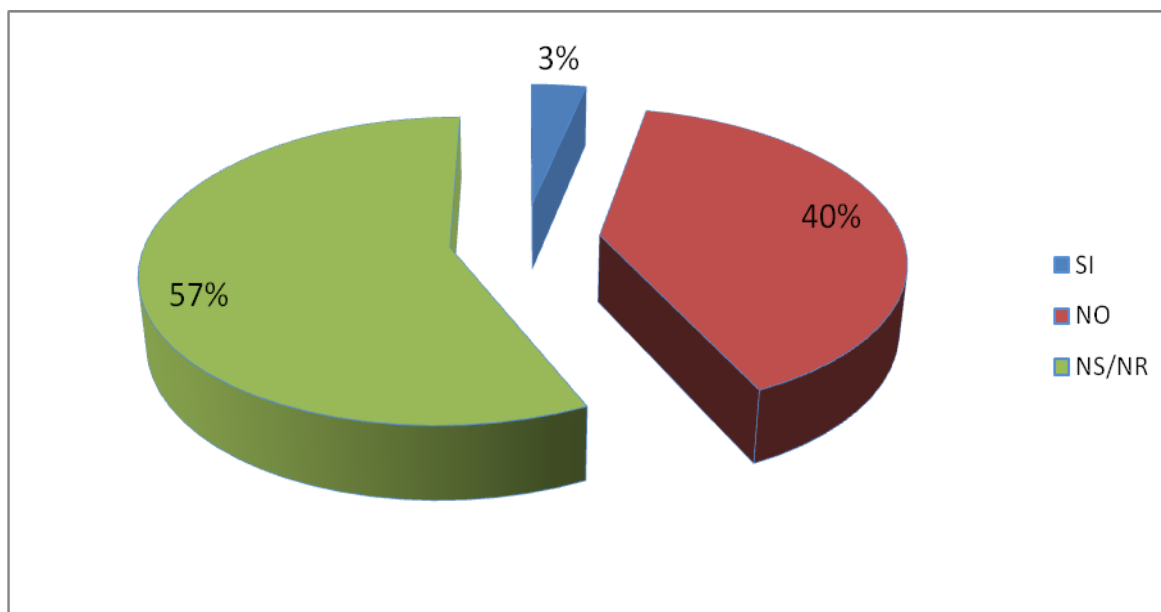
Pregunta 5. Poseen planes o paquetes de salud

Esta pregunta es importante y relevante ya que las entidades que ofrecen estos servicios son la competencia directa. Aunque los servicios o paquetes ofrecidos no tiene las características del proyecto, si se basan en el pago de una cuota mensual fija a cambio de la contraprestación del los servicios requeridos hasta que el monto ahorrado o bolsa de dinero se agote. Lo que ofrece una ventaja por encima de este servicio existente. Estas clínicas son, Mascoticas ubicada en la Carrera 31 No 33-67 de Bucaramanga, Pet Shop & Small animals hospital ubicada en la calle 34 No 26-19 de Bucaramanga, Animal Park ubicada en la carrera 38 No 48-37 de Bucaramanga y Salud animal ubicada en la calle 105 No 26-07 de Bucaramanga, las dos primeras ofrecen paquetes de salud para perros y gatos.

Cuadro 30. Poseen planes o paquetes de salud

CONCEPTO	Frecuencia para Perros	Porcentaje	Frecuencia para Gatos	Porcentaje
SI	4	7%	2	3%
NO	53	91%	23	40%
NS/NR	1	2%	33	57%
TOTAL	58	100%	58	100%

Gráfica 54. Poseen planes o paquetes de salud para gatos



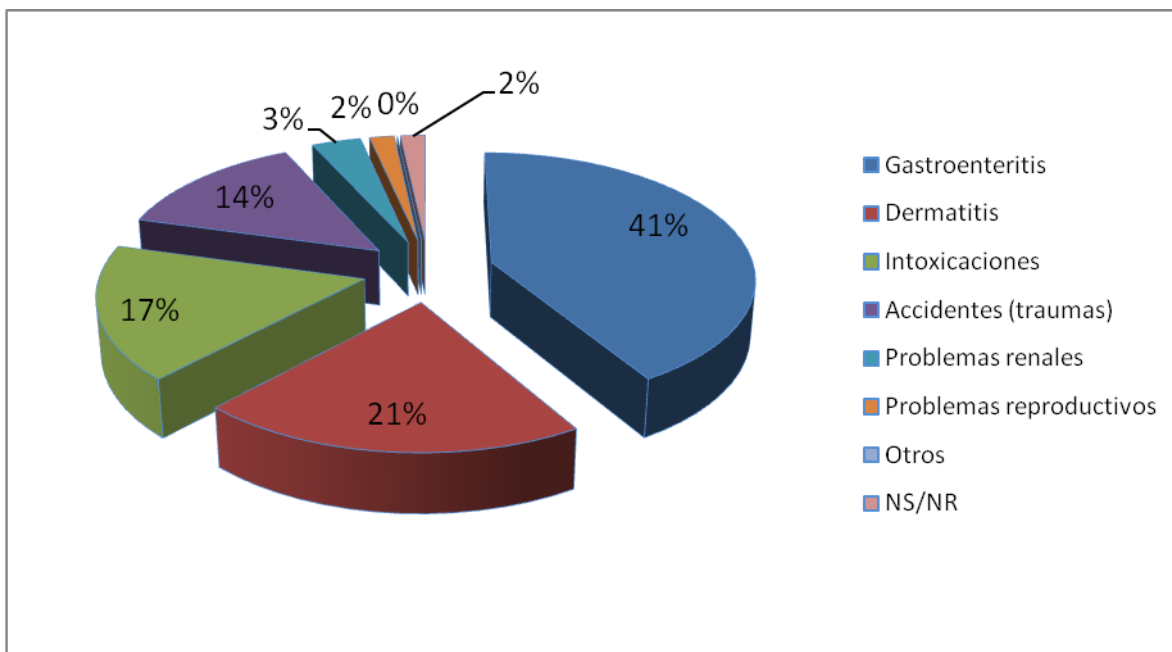
Pregunta 6. Enfermedades o situaciones más comunes para utilizar los servicios

Cuadro 31. Enfermedades o situaciones más comunes para utilizar los servicios

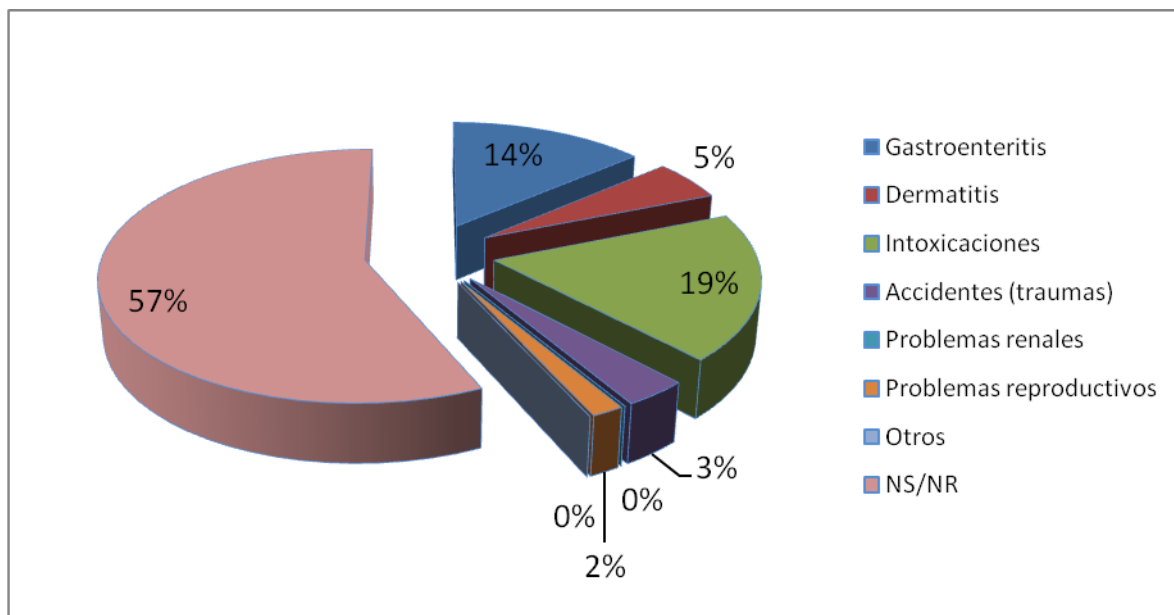
CONCEPTO	Frecuencia para Perros	Porcentaje	Frecuencia para Gatos	Porcentaje
Gastroenteritis	24	41%	8	14%
Dermatitis	12	21%	3	5%
Intoxicaciones	10	17%	11	19%
Accidentes (traumas)	8	14%	2	3%
Problemas renales	2	3%	0	0%
Problemas reproductivos	1	2%	1	2%
Otros	0	0%	0	0%

NS/NR	1	2%	33	57%
TOTAL	58	100%	58	100%

Gráfica 55. Enfermedades o situaciones más comunes para utilizar los servicios perros



Gráfica 56. Enfermedades o situaciones más comunes para utilizar los servicios gatos



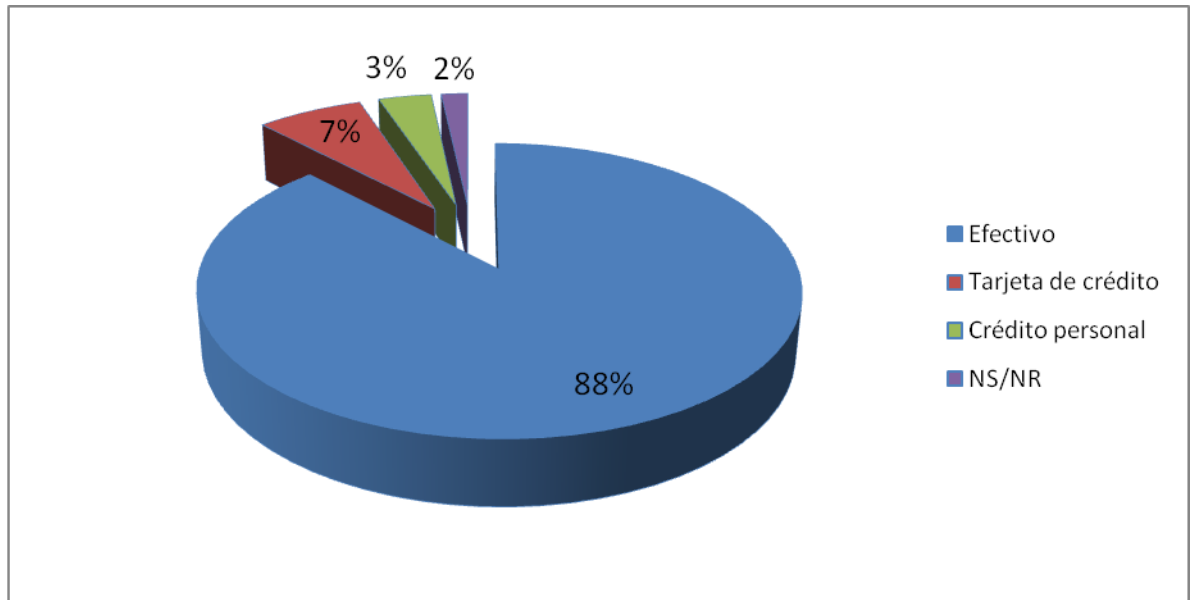
Pregunta 7. Modalidad de pago

Ante la pregunta cual es la modalidad de pago mas frecuente, el 88% de los encuestados respondió que el efectivo, indicador importante ya que en muchas ocasiones fueron gastos imprevistos, dato importante al momento de ofrecer los servicios de la nueva eps.

Cuadro 32. Modalidad de pago

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Efectivo	51	88%
Tarjeta de crédito	4	7%
Crédito personal	2	3%
NS/NR	1	2%
TOTAL	58	100%

Gráfica 57.Modalidad de pago



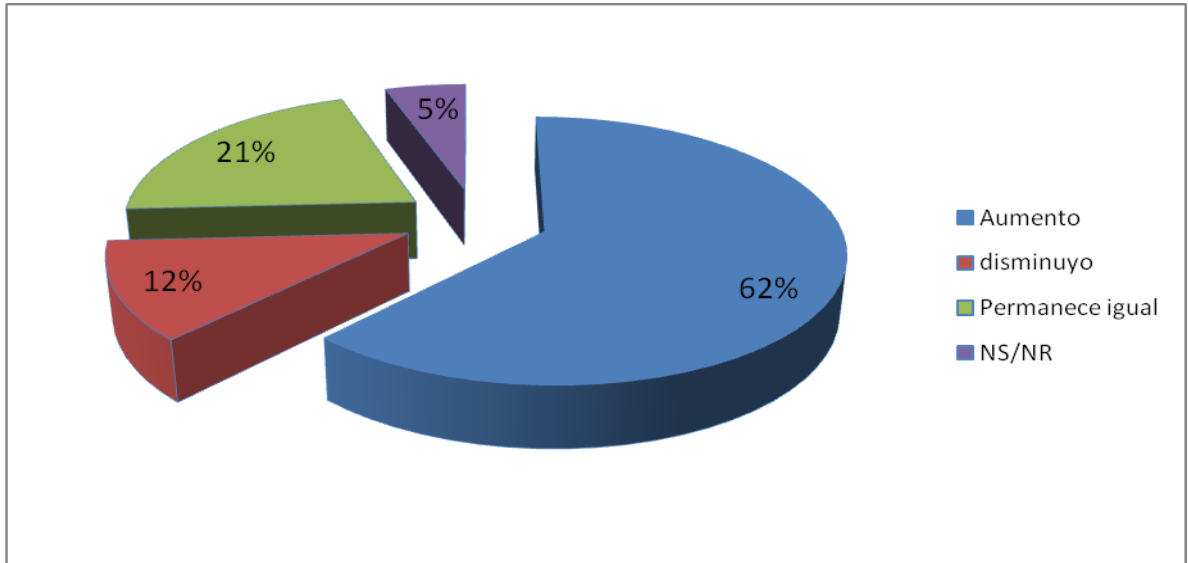
Pregunta 8. Incremento de atención a usuarios

Ante la pregunta si ha aumentado o disminuido la atención de usuarios respecto al año anterior, el 62% respondió que si destacándose el incremento de gatos como nueva mascota en los hogares, el 12% respondió que disminuyo y el 21% que la atención de usuarios permaneció igual respecto al año anterior.

Cuadro 33.Incremento de atención a usuarios

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aumento	36	62%
disminuyo	7	12%
Permanece igual	12	21%
NS/NR	3	5%
TOTAL	58	100%



Gráfica 58. Incremento de atención a usuarios



2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia. El análisis situacional de la competencia se realizó teniendo en cuenta las entrevistas realizadas en la oferta, de las cuales se escogieron cuatro clínicas y centros veterinarios más importantes de acuerdo a la investigación desarrollada. Obteniendo los siguientes resultados.

Cuadro 34. Análisis de la competencia factores producto y precio

	Servicio	Precio
Competidor 1	Es sin duda la veterinaria mas reconocida de la ciudad con una excelente calidad y oportunidad en sus servicios lo cual la ha caracterizado a lo largo de los años. Es la más fuerte competencia con un alto grado de aceptación en la ciudadanía; utiliza la tabla VEPA para la fijación de tarifas, sus principales debilidades es su ubicación, al	-Consulta general \$ 35.000.oo
<i>Clínica Veterinaria Fauna</i>		-Consulta Especializada \$ 45.000.oo
		-Laboratorio clínico \$ 30.000.oo
		-Promedio Cirugías \$600.000.oo

	<p>igual que los precio de las cirugías que son mas costosos que otras entidades, su principal característica son sus promociones constantes en servicios básicos y complementarios, como desparasitación y corte de pelo.</p>	<p>-Exámenes \$ 45.000.00 -Vacunas \$30.000.00</p>
<p>Competidor 2</p> <p>CLINICA VETERINARIA SOTOMAYOR</p>	<p>ES un fuerte competidor, con servicio las 24 horas del día para todo tipo de urgencias, y con alta tecnología en sus servicios. Sus principales debilidades son los altos costos de sus servicios que la hacen poco asequible al público en general, y la falta de programas en pro de vincular nuevos clientes. Entre otros servicios ofrece: Medicina veterinaria, Cirugía, Curaciones, Cortes de oreja y cola, Control de celo, Peluquería, Servicio de urgencias.</p>	<p>Consulta general \$ 45.000.00 -Consulta Especializada \$ 50.000.00 -Laboratorio clínico \$ 40.000.00 -Promedio Cirugías \$900.000.00 -Exámenes \$ 50.000.00 -Vacunas \$40.000.00</p>
<p>Competidor 3</p> <p><i>Clínica Veterinaria Pequeños Animales</i></p> 	<p>Posee unas excelentes instalaciones y módicos precios, por lo cual es muy reconocida en el sector de ubicación. Su principal debilidad es su ubicación que la restringe a poder atender toda la ciudad y se ha convertido en una veterinaria de Barrio. Entre otros servicios ofrece, Medicina veterinaria, Peluquería, Servicios veterinarios a domicilio, hospitalización</p>	<p>Consulta general \$ 30.000.00 -Laboratorio clínico \$ 30.000.00 -Promedio Cirugías \$600.000.00 -Exámenes \$ 40.000.00 -Vacunas \$35.000.00</p>
<p>Competidor 4</p> <p>CLINICA VETERINARIA AGRORED</p>	<p>Ubicada en el municipio de Floridablanca ha tenido aceptación para los hogares de Bucaramanga logrando mantener un nivel de importante de clientes. Su Principal debilidad son sus instalaciones que son muy pequeñas y congestionan la prestación</p>	<p>Consulta general \$ 40.000.00 -Consulta Especializada \$ 50.000.00 -Laboratorio clínico \$ 30.000.00</p>

	de un buen servicio. Entre otros servicios ofrece, medicina veterinaria, peluquería, Hospitalización Rayos x, cirugía y anestesia especializada	-Promedio Cirugías \$700.000.oo -Exámenes \$ 50.000.oo
--	---	---

Cuadro 35. Análisis de la competencia factores plaza, promoción, personas, procesos y presentación

Variables de Comparación	Principales competidores			
	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3	Competidor 4
	<p><i>Clínica Veterinaria</i></p>  <p>CENTRO VETERINARIO FAUNA <i>Fauna</i></p>	<p>CLINICA VETERINARIA SOTOMAYOR</p>	<p><i>Clínica Veterinaria Pequeños Animales</i></p>  <p>CLINICA VETERINARIA PA PEQUEÑOS ANIMALES</p>	<p>CLINICA VETERINARIA AGRORED</p>
Ubicación	CLL 45 # 16-21 Bucaramanga, Santander	Cr 27 # 52-74, Bucaramanga, Santander	Calle 20 # 19-40 Bucaramanga, Santander	Cl 22 # 27-04 Molinos Altos, Floridablanca, Santander
Tiempo en el mercado	15 años	12 años	16 años	10 años
Canales de distribución	-Punto directo de distribución	-Punto directo de distribución	-Punto directo de distribución	-Punto directo de distribución
Promoción y Publicidad	-Directorio Telefónico. - Publicidad en radio -Vallas publicitarias. -internet	-Directorio Telefónico. - Publicidad en radio -internet	-Directorio Telefónico. - Publicidad en radio -Vallas publicitarias. -internet	-Directorio Telefónico. - Publicidad en radio -Vallas publicitarias. -internet

	-descuentos por servicios		descuentos por servicios	
Ventajas de las competencias	-Calidad en los servicios. -Excelentes Instalaciones. -Servicios 24 Horas -Promociones	-Calidad en los servicios. -Excelentes Instalaciones. -Servicios 24 Horas -Excelente Ubicación -tecnología de punta	-Calidad en los servicios. -Excelentes Instalaciones. -Servicios 24 Horas -Servicios complementarios de aseo y peluquería -Alta capacidad Profesional y tecnológica	-Calidad en los servicios. -Servicios 24 Horas -Excelente Ubicación -tecnología de punta
Desventajas de las competencias	-Precios Altos. -No ofrecen planes de salud	-Precios Altos. No ofrecen planes de salud	-Precios Altos. No ofrecen planes de salud	-Precios Altos. No ofrecen planes de salud
Personal	El personal es altamente capacitado con altas destrezas, profesionales y técnicas.	El personal calificado y competente.	El personal es altamente capacitado con altas destrezas, profesionales y técnicas.	El personal calificado y competente.
Procesos	Al pertenecer a una rama de la medicina los procesos son confiables y guiados bajo las más estrictas leyes de salud veterinaria.	-Procesos veterinarios estrictos, confiables y de gran respaldo.	Procesos y procedimientos estrictos bajo las mas altos estándares en tecnología y calidad.	Procesos veterinarios estrictos, confiables y de gran respaldo.
Presentación	La imagen de la	La clínica	La imagen de la	La clínica

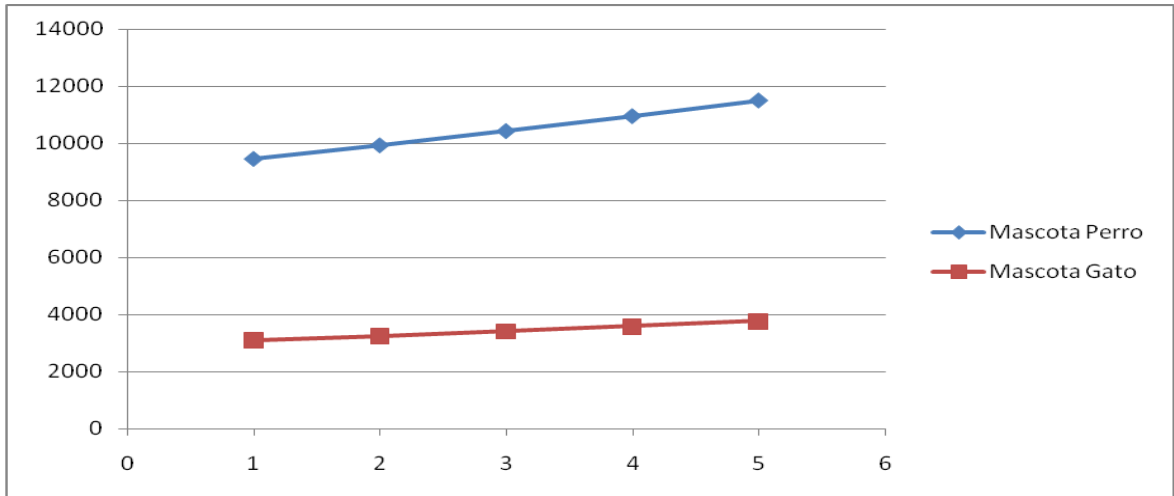
	clínica veterinaria fauna es sin duda una de las mas reconocidas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana	veterinaria Sotomayor es de gran aceptación en su zona de influencia.	clínica veterinaria pequeños animales es sin duda una de las mas reconocidas en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana	veterinaria Agrored es bastante reconocida en el municipio de Floridablanca.
--	--	---	--	--

2.5.5 Proyección de la oferta. La proyección de la oferta se hará con fuentes secundarias de información, ofrecidos por la cámara de comercio de Bucaramanga donde indican que anualmente hay un crecimiento del 5% en el registro mercantil de empresas que desarrollan el objeto social veterinario en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana. Para lo cual se toma la pregunta No 2 de la encuesta de la oferta, relacionada con la frecuencia de uso de los servicios veterinarios.

Cuadro 36. Proyección de la oferta

Cantidad de servicios anuales	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mascota Perro	9.012	9.463	9.936	10.433	10.955	11.503
Mascota Gato	2.952	3.100	3.255	3.418	3.589	3.768

Gráfica 59. Proyección de la oferta



2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Para determinar la demanda potencial insatisfecha se analizarán algunas preguntas aplicadas a la encuesta de la demanda así:

Pregunta No 1. Se preguntaba si tenía como mascota el perro o el gato en su hogar: de 64.400 hogares pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana el 63% es decir 40.572 hogares respondió que si, obteniendo de esta forma el mercado objetivo.

Pregunta No 2. En esta pregunta se separó la muestra así: hogares que tiene como mascota el perro el 74% equivalente a 30.024 y hogares que poseen como mascota el gato el 26% que equivale a 10.548.

Pregunta No 12. La pregunta media la intención de afiliación a la nueva EPS, obteniendo los siguientes resultados, el 68% de los hogares que tiene como mascota el perro estarían dispuestos a tomar el servicio que corresponde a 20.416 hogares y el 57% de los hogares que tiene como mascota el gato estarían dispuestos a tomar el servicio que corresponde a 6.012 hogares.

De igual forma se analizó la pregunta No 5, su mascota esta afiliada a algún plan de salud. Donde le 94% en el caso de los perros y el 100% en los gatos respondió que no poseen planes de salud y toman directamente los servicios ofrecidos por las clínicas y veterinarias.

Por lo anterior, se concluye que no hay una EPS que brinde los servicios que se proponen, ante lo cual se puede concluir que no existe demanda insatisfecha, pero existe un interés por la creación de una Eps para perros y gatos en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, por tratarse de un servicio nuevo y diferente que le permitirá a sus usuarios seguir disfrutando de su centro o clínica veterinaria de confianza, pero administrando de una forma mas eficiente el dinero destinado para sus mascotas.

Cuadro 37. Relación ente la demanda y la oferta por tipo de animal

Año	DEMANDA		OFERTA		DEMANDA INSATISFECHA	
	Hogares con perro con intención de adquirir el servicio 68%	Hogares con gato con intención de adquirir el servicio 57%	Atención Perros	Atención Gatos	Atención Para Perros	Hogares con gato
2010	20.416	6.012	9.012	2.952	11.404	3.060
2011	20.524	6.044	9.463	3.100	11.061	2.944
2012	20.633	6.076	9.936	3.255	10.697	2.821
2013	20.742	6.108	10.433	3.418	10.309	2.690
2014	20.852	6.140	10.955	3.589	9.897	2.551
2015	20.962	6.173	11.503	3.768	9.459	2.405

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Para escoger los canales de distribución del producto o servicio se debe determinar la capacidad financiera del proyecto, ubicación del consumidor o usuario, tipo de de producto o servicio y factores diversos. Se debe tener en cuenta la posición en el mercado, área de influencia, regionalización, variedad de oferta, sistemas de ventas y comportamientos.

Estructura de los canales que utilizan actualmente los competidores para la prestación de servicios similares a los que se proponen

Figura 1. Canales de distribución



2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales.

2.7.2.1 Ventajas.

- Muchos prestadores de servicios carecen de recursos para realizar una comercialización directa.
- Muchas veces el lugar de producción no es el lugar de consumo, y por lo tanto los canales facilitan hacer llegar el producto al consumidor.
- Los distribuidores facilitan la conversión dinero-producto-dinero más

fácilmente para el productor.

- Los canales bien seleccionados permitirán un muy buen flujo de ventas constantes.
- Tradicionalmente se piensa que la venta directa al consumidor facilitarían los bajos precios, pero en muchos casos éstos aumentan.
- Financiación y asunción de riesgos. Corre a cargo de los intermediarios.
- Disminuye el costo de la distribución física por parte del fabricante (las funciones de transporte, fraccionamiento y almacenamiento son asumidas por el distribuidor).
- Se incrementa la cobertura del mercado. Con los distribuidores aumenta la cobertura de mercado.
- Los mayoristas y minoristas se encuentran más cerca del mercado.
- Los servicios que ofrece el intermediario al consumidor.
- El surtido ofertado. El contacto con el cliente permite seleccionar un surtido acorde a las necesidades del Cliente.

2.7.2.2 Desventajas.

- Repercusión sobre el precio de venta final del producto. Los intermediarios realizan una actividad comercial con fines lucrativos, es habitual que el intermediario fije su precio sobre el costo del servicio que prestan.
- El control del canal. Los fabricantes quieren que sus productos lleguen a los consumidores finales en determinadas condiciones, que se encuentren en los establecimientos deseados, en los mejores lugares del punto de venta, que se entreguen a los plazos prefijados, que sean recomendados por el minorista. Pero para lograr esto es necesario mantener cierto control sobre el canal. La realidad es diferente, el productor tiene que plegarse a las condiciones de los intermediarios. Un empresa con precio un atractivo precio bajo, que supone que llegará a buen precio al comprador, puede ver abajo sus expectativas si no tiene un buen control sobre el canal.

- Mayores costos fijos, lo que le dan menos flexibilidad respecto a costos.
- No acumula conocimiento sobre el cliente. Y si el objetivo de toda organización es crear un cliente, no tendría la suficiente información para hacer los cambios en su producto al ritmo de las necesidades del cliente.

2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Para la selección del canal de distribución se tuvieron en cuenta factores como, costo de distribución, márgenes de ganancia, volúmenes de venta proyectados, servicio al cliente, regulaciones y restricciones legales. Por lo cual se optó por los dos canales concebidos para las empresas de servicios, canal o nivel cero **PRODUCTOR-CONSUMIDOR FINAL**, y canal o nivel uno **PRODUCTOR- AGENTE-CONSUMIDOR FINAL**, siendo estos los más oportunos para llegar al usuario y/o consumidor final, ya que permite una relación directa productor-consumidor, generando vínculos comerciales más seguros y estables.

Figura 2. Estructura de los canales seleccionados

Nivel 0



Nivel 1



2.8 ESTRATEGIA DE PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. El estudio de precios tiene una gran importancia e incidencia en el estudio de mercados ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

Para establecer los precios se tendrá en cuenta los precios estándar establecidos por VEPA, entidad creada en Colombia y autorizada para fijar los precios a manejar en el servicio veterinario; a si mismo se tendrán en cuenta los resultados de la encuesta en la pregunta No 6, promedio mensual por utilización de servicios de salud para su mascota, y pregunta No 11 cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios de la nueva EPS; de igual forma otro factor importante es la relación demanda oferta; todo esto influye en la fijación de precios de los planes de salud que se ofrecen.

Otro factor a tener en cuenta son los descuentos que se pueden ofrecer a los clientes no solo en la etapa de introducción de la EPS en el mercado si no durante el desarrollo de sus operaciones los cuales penden ser analizados así:

- Fijación de precios productos colectivos: o los denominados paquetes tendrán descuento por introducción de tal forma que se le demuestra al cliente que es más barato que si los compra después de la introducción del servicio al mercado. Se debe realizar un análisis de los costos de cada producto que tendrá el paquete con el fin de que no quede por debajo de los costos del mercado.
- Descuento del 5% para los compradores que adquieran uno de los servicios adicionales o complementarios al plan básico de salud.
- Descuentos del 10% para los dueños con más de una mascota afiliada.
- Fijación de promociones en servicios como peluquería y baño para quienes presente un nuevo afiliado.

Para la introducción del servicio en el mercado se trabajará bajo la modalidad de precios de penetración, por debajo del mercado con el propósito de lograr una gran demanda de afiliaciones, para proseguir con la etapa de idealización de

clientes con el fin de entablar relaciones estables y duraderas.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. Para la fijación de precios de los planes de salud que ofrecerá la entidad promotora de salud para perros y gatos, se tendrán en cuenta las siguientes estrategias.

- Los precios serán de paridad, igual a los de la competencia con el propósito de no estar por encima, ni por debajo de los planes de salud existente a nivel nacional.
- El precio se mantendrá de acuerdo a la relación oferta y demanda determinada por el mercado.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1 Objetivos.

- Mantener un contacto permanente y de recordación con el público para no romper la relación comercial.
- Informar a los usuarios y clientes sobre las novedades, promociones y servicios ofrecidos
- Persuadir al público en general para la afiliación a la EPS y sus servicios a través de promociones, campañas de descuento, etc.

2.9.2 Logotipo. El logotipo está diseñado con elementos importantes, como son la identificación de las mascotas a las cuales va dirigido el servicio como son perros y gatos. El círculo simboliza protección de la EPS hacia sus usuarios mas cuando el nombre toma el mismo sentido y se posa sobre el, reflejando cuidado, responsabilidad y estabilidad. Los colores utilizados son el blanco y verde símbolo de salud y el negro de neutralidad.

Figura 3. Logotipo de la empresa



2.9.3 Lema. Esta promesa refuerza el objetivo de la empresa, como entidad prestadora de servicios veterinarios profesionales al servicio de mascotas. Se destaca la palabra profesionales como quiera que todos los servicios que se ofrecen serán realizados por personal altamente calificado.

Figura 4. Lema de la empresa



2.9.4 Análisis de medios. Existen en la actualidad diferentes medios por los cuales se pueden establecer comunicación directa con los compradores o usuarios, están los medios escritos (periódicos, revistas, catálogos, volantes, vallas, pendones, etc.) medios audiovisuales (la TV) medios auditivos (la radio) Internet, entre otros.

2.9.5 Selección de medios. Los medios seleccionados son seis emisoras radiales de la ciudad en la cual se colocaran cuatro avisos diarios en horarios del medio día y la noche con un tiempo de 15 segundos cada uno, con una inversión mensual de \$ 550.000.00 por cada emisora. Para introducción en el mercado de colocaran comerciales flash de 10 segundos 15 días antes de la inauguración, durante todo el día 10 comerciales diarios, para una inversión de \$ 240.000.00 por emisora. Se trazará una estrategia de venta en las emisoras locales en los programas de entrevistas y de interacción para promocionar la nueva empresa.

Se trabajará la publicidad impresa en 4 vallas, 5000 plegables para los conjuntos residenciales y demás sitios de público masivo, al igual que 2000 volantes y 1000 afiches.

Se realizarán avisos en vanguardia liberal como estrategia de introducción con un costo mensual de \$2.240.000.00 por tres avisos, así como el costo anual por publicación en las paginas amarillas \$ 435.000.00 La idea es que la nueva empresa maneje su propio catalogo publicitario para una mayor divulgación personalizada de precios y ofertas.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. Se trabajará con campañas de expectativa principalmente en radio y prensa que es el fuerte de la zona de influencia en horarios de la mañana, medio día y noche. Al igual que una fuerte campaña de volantes y publicidad visual en conjuntos residenciales, empresas, universidades, centros comerciales, puerta a puerta, etc.

El día de la inauguración se entregara pasabocas y obsequios a las primeras afiliaciones, así como baños, cortes de pelo, y revisiones médicas gratis.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

2.9.7.1 De lanzamiento.

- Lanzamiento Social: Corresponde a los gastos de Lanzamiento tales como invitaciones, refrigerio y el costo alquiler del salón social. Evento que se realizara para darnos a conocer de una forma más directa con nuestros clientes.

Cuadro 38.Lanzamiento Social

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Invitaciones	200	\$400.00	\$80.000.00
Refrigerio	200	\$3.000.00	\$600.000.00
Salón Social	1	\$460.000.00	\$460.000.00
Total	201	\$463.400.00	\$1.140.000.00

- Publicidad de Lanzamiento: Corresponde a los gastos ocasionados por avisos, volantes, plegables, afiches, cuñas radiales y en general todo el material necesario para la estrategia publicitaria de introducción.

Cuadro 39.Publicidad de Lanzamiento

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Aviso Fachada	1	\$200.000.00	\$200.000.00
Pendones	3	\$40.000.00	\$40.000.00
Vallas	4	\$500.000.00	\$2.000.000.00

Volantes	2000	\$80.00	\$160.000.00
Plegables	5000	\$150.00	\$750.000.00
Afiches	1000	\$500.00	\$500.000.00
Tarjetas de presentación	2000	\$50.00	\$100.000.00
Papel con membrete	10000	\$100.00	\$1.000.000.00
Avisos radiales flash de 10 segundos en seis emisoras (10 avisos diarios) valor mensual por emisora \$240.000.00	6	\$240.000.00	\$1.440.000.00
Aviso de prensa (sábados y domingos durante un mes) Total ocho avisos tamaño postal	8	\$280.000.00	\$2.240.000.00
Aviso Directorio	1	\$435.000.00	\$435.000.00
Total	20029	\$2.245.380.00	\$12.165.000.00

2.9.7.2 De operación.

- Presupuesto de Operación: Corresponde a los gastos generados por avisos, volantes, plegables, afiches, cuñas radiales y en general todo el material necesario para el posicionamiento de la marca para el primer año de operaciones.

Cuadro 40.Publicidad de Operación

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Volantes	5000	\$80.00	\$400.000.00
Plegables	5000	\$150.00	\$750.000.00
Tarjetas de presentación	5000	\$50.00	\$250.000.00
Papel con membrete	50000	\$100.00	\$5.000.000.00
Avisos radiales (avisos de 15	12	\$3.300.000.00	\$39.600.000.00

segundos tres veces al día en las dos frecuencias de mayor sintonía RCN Y CARACOL, para un total de 6 emisoras. Valor mensual por emisora \$ 550.000.00 total mensual \$3.300.000.00			
Aviso de prensa (sábados y domingos durante todo el año) Total ocho avisos tamaño media postal	96	\$280.000.00	\$26.880.000.00
Total	65.108	\$3.580.380.00	\$72.880.000.00

2.9.7.3 Total presupuesto de publicidad y promoción

Cuadro 41.Total presupuesto de Publicidad y promoción

Evento de lanzamiento	201	\$463.400.00	\$1.140.000.00
Presupuesto de Lanzamiento	20029	\$2.245.380.00	\$12.165.000.00
Presupuesto de operación anual	65108	\$3.580.380.00	\$72.880.000.00
Total	85.338	\$6.289.160.00	\$86.185.000.00

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Esta investigación está dirigida fundamentalmente a conocer los hábitos de los propietarios de mascotas de Bucaramanga y su área metropolitana y aspectos relacionados con la publicidad, así como sondeos de opiniones de los propietarios

de mascotas de los estratos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana para introducir en el mercado una EPS para perros y gatos.

Para esto se realiza una encuesta de carácter personal en Bucaramanga y su área metropolitana, objeto de estudio para el estudio de mercado, en la que la mayoría de los encuestados (63%) tiene como mascota el perro o el gato.

En cuanto a la frecuencia de usos de servicios veterinarios, es de 12% mensual para perros y 8% para gatos, con un promedio mensual de dinero de \$20.000 y \$40.000, con una disposición de afiliación de 68% para perros y 57% para gatos, sabiendo que un 4% de las personas encuestadas tiene su mascota (perro) afiliada a un plan de salud, datos que permiten evidenciar que la idea es viable.

En la muestra consultada, al analizar la demanda, se obtiene como resultado que 20.416 hogares que tienen como mascota el perro, estarían dispuestos a adquirir el servicio, así mismo 6.012 hogares propietarios de gatos, por lo que la demanda para el proyecto, presenta buenas proyecciones de expansión a futuro, lo que es positivo para el proyecto.

Por otro lado, en la parte del estudio de la oferta, se realizó una encuesta a veterinarias existentes donde se obtiene conocimiento de los precios y servicios ofrecidos, y así se hace un análisis de la situación actual de competencia pues las veterinarias existentes sería la misma competencia, como Centro veterinario mascotas y mascotas para el municipio de Floridablanca, Centro veterinario San Juan para el municipio de Girón, veterinaria mascotas y más para el municipio de Piedecuesta, Clínica veterinaria Sotomayor, Clínica veterinaria pequeños animales, Centro veterinario Fauna y clínica veterinaria Reino Animal para el municipio Bucaramanga.

Aquí se tiene una visión más clara de los posibles clientes de la entidad, la cantidad, sus preferencias, se muestra la imagen del mercado el cual parece ser consistente, hay una disponibilidad de recursos, en general es estudio de mercado muestra la factibilidad del proyecto.

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto, durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se este formulando”⁵⁷

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. El tamaño del proyecto se determinó a partir de los resultados del estudio de mercados, donde el 63% equivalente a 40.572 hogares tienen como mascota el perro o el gato. Con una intención de afiliación de la mascota a la nueva Eps, de la siguiente manera: el 68% de 30.024 correspondería a afiliaciones para perros es decir 20.416 y el 57% de 10.548 correspondería a 6.012 afiliaciones para gatos. Teniendo en cuenta factores como la competencia, económicos, cambio de decisiones de los usuarios, y la novedad del servicio se espera trabajar para el primer año con 1.168 los usuarios con intención de afiliación.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.

- **El tamaño del proyecto y la demanda.** La demanda no condiciona el tamaño del proyecto, ya que existe demanda potencial considerable, favoreciendo la viabilidad del mismo. Es importante mencionar que la demanda utilizada por el proyecto es canalizada por la nueva empresa pero

⁵⁷ CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogota. Ecoe Ediciones.2006

los servicios serán prestados por las veterinarias y clínicas existentes que permanecerán con sus clientes actuales.

- **El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.** El abasto suficiente en calidad y cantidad de las entidades que actualmente ofrecen servicios veterinarios en Bucaramanga y su área metropolitana es un aspecto de vital importancia para el desarrollo y tamaño del proyecto pero no lo condiciona, ya que de esto depende directamente la calidad del servicio, la entrega oportuna del mismo así como la imagen que los usuarios tendrá de ella, lo que implica la búsqueda de proveedores cercanos a la ubicación de los posibles usuarios y de prestigio reconocido.

- **El tamaño del proyecto, la tecnología y equipos.** El tamaño del proyecto está en función del mercado de equipos y la tecnología utilizada en la entidades afiliadas al proyecto, porque el número de servicios que pretende prestar el proyecto depende de la disponibilidad y existencias de activos de capital en las empresas existentes entre las cuales están Centro veterinario mascotas y mascotas, Centro veterinario San Juan, veterinaria mascotas y más, Clínica veterinaria Sotomayor, Clínica veterinaria pequeños animales, Centro veterinario Fauna y clínica veterinaria Reino Animal.

- **El tamaño del proyecto y la localización.** No condiciona el tamaño pero es importante analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto de acuerdo a su tamaño, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, teniendo en cuenta las fuerzas locacionales que son; suma de los costos de transporte de insumos y productos, disponibilidad y costo de los factores e insumos y otros factores.

- **El tamaño del proyecto y el financiamiento.** Si está condicionado ya que requiere de recursos a través de terceros para el normal desarrollo de las operaciones iniciales y está limitado a la aprobación de los mismos.

3.1.3 Capacidad del proyecto. La capacidad total diseñada, instalada, utilizada y proyectada del proyecto será la cantidad óptima de afiliaciones a los servicios de salud veterinaria que se podrán prestar en días durante un año, con los que la nueva entidad promotora de salud, Animal Care, participará en un segmento del mercado de servicios de salud veterinaria, conformado por los hogares ubicados en los barrios de los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

La capacidad del proyecto también estará determinada por la capacidad de servicios que cada IPS podrá ofrecer a la nueva empresa, con el propósito de satisfacer el número de afiliaciones. Para determinar qué clínicas veterinarias prestarán el servicio de IPS se tuvo en cuenta además de la pregunta No 6 de la encuesta de la demanda, factores como, ubicación, precios, servicios ofrecidos y que el proyecto se desarrollará en el área metropolitana de Bucaramanga, para lo cual se contará con siete posibles IPS así: Centro veterinario mascotas y mascotas para el municipio de Floridablanca, Centro veterinario San Juan para el municipio de Girón, veterinaria mascotas y más para el municipio de Piedecuesta y Clínica veterinaria Sotomayor, Clínica veterinaria pequeños animales, Centro veterinario Fauna y clínica veterinaria Reino Animal para el municipio Bucaramanga.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. La capacidad total diseñada será la máxima disponible de la EPS, y se calcula teniendo en cuenta lo siguiente. Se determina que se labora 6 días a la semana y 312 días al año, valor que se le debe restar a 20 días feriados existentes en Colombia, para un total de 292 días al año.

Se determina que la capacidad diseñada será de 8 horas diarias de trabajo equivalentes a 480 minutos, La eps dispondrá de dos trabajadores en el área de ventas los cuales tienen la capacidad de realizar 8 afiliaciones por día. Para el caso de la EPS las afiliaciones se dividen para perros y gatos para lo cual la relación de demanda es de un gato por tres perros. Así se obtiene la siguiente capacidad diseñada.

Cuadro 42.Capacidad diseñada por afiliaciones

Tipo de mascota	Vinculaciones / día	días laborados año	Capacidad Diseñada (Afiliaciones/año)
Perro	6	292	1.752
Gato	2	292	574
Total	8		2.336

La capacidad total diseñada para los servicios será la máxima disponible de las IPS, y se calculó de acuerdo a la investigación desarrollada en el estudio de proveedores, donde se pretendía conocer la intención y las capacidades por tipo de servicio de cada una de las siete IPS, así;

Cuadro 43.Capacidad diseñada por servicios

Servicio	Periodicidad	Capacidad Para perros (75%)	Capacidad para Gatos (25%)	Total Capacidad
Consulta General	Semana	1188	396	1584
	Mes	6480	2160	8640
	Año	77760	25920	103680
Consulta especializada	Semana	396	132	528
	Mes	1584	528	2112
	Año	19008	6336	25344
Urgencias	Semana	116	38	154

	Mes	462	154	616
	Año	5544	1848	7392
Vacunación	Semana	396	132	1584
	Mes	1584	528	8640
	Año	19008	6336	103680
Desparasitación	Semana	1188	396	1584
	Mes	6480	2160	8640
	Año	77760	25920	103680
Odontología	Semana	792	264	1056
	Mes	3168	1056	4224
	Año	38016	12672	50688
Pequeña Cirugía	Semana	198	66	264
	Mes	792	264	1056
	Año	9504	3168	12672
Cirugía General	Semana	99	33	132
	Mes	540	180	720
	Año	6480	2160	8640
Hospitalización	Semana	396	132	528
	Mes	1584	528	2112
	Año	19008	6336	25344
Rayos X	Semana	198	66	264
	Mes	792	264	1056
	Año	9504	3168	12672
Laboratorio Clínico	Semana	198	66	264
	Mes	792	264	1056
	Año	9504	3168	12672

3.1.3.2 Capacidad Instalada. La capacidad instalada será la máxima disponible permanente de la EPS, y se calcula teniendo en cuenta lo siguiente, se

determinan tiempos suplementarios de la siguiente forma; 10 minutos para acomodación del puesto trabajo, 15 minutos para descanso y refrigerio en la mañana y 15 en la tarde y 10 minutos para necesidades fisiológicas. Para un total de deducciones de 50 minutos diarios así: De 480 minutos se restan 50 minutos de deducciones obteniendo 430 minutos que equivalen a 6 afiliaciones diarias. Logrando de esta forma la siguiente capacidad instalada.

Cuadro 44.Capacidad Instalada

Tipo de mascota	Vinculaciones / día	días laborados año	Capacidad instalada (Afiliaciones/año)
Perro	5	292	1.460
Gato	1	292	292
Total	6		1.752

La capacidad instalada para los servicios será la máxima disponible permanente de la IPS, y se calcula teniendo en cuenta los siguientes factores, fallas en los equipos, cortes de energía, agua, demoras con consultas, procedimientos fuera del rango normal, mantenimientos imprevistos , cancelación de citas, lo cual corresponde a un 80% de la capacidad instalada por cada servicio.

Cuadro 45.Capacidad diseñada por servicios

Servicio	Periodicidad	Capacidad Para perros (75%)	Capacidad para Gatos (25%)	Total Capacidad
Consulta General	Semana	949	316	1265
	Mes	3795	1265	5060
	Año	45540	15180	60720
Consulta especializada	Semana	317	105	422
	Mes	1266	422	1688
	Año	15192	5064	20256
Urgencias	Semana	91	30	121

	Mes	363	121	484
	Año	4356	1452	5808
vacunación	Semana	949	316	1265
	Mes	3795	1265	5060
	Año	45540	15180	60720
Desparasitación	Semana	949	316	1265
	Mes	3795	1265	5060
	Año	45540	15180	60720
Odontología	Semana	635	212	847
	Mes	2541	847	3388
	Año	30492	10164	40656
Pequeña Cirugía	Semana	157	52	209
	Mes	627	209	836
	Año	7524	2508	10032
Cirugía General	Semana	80	26	106
	Mes	318	106	424
	Año	3816	1272	5088
Hospitalización	Semana	317	105	422
	Mes	1266	422	1688
	Año	15192	5064	20256
Rayos X	Semana	157	52	209
	Mes	627	209	836
	Año	7524	2508	10032
Laboratorio Clínico	Semana	157	52	209
	Mes	627	209	836
	Año	7524	2508	10032

3.1.3.3 Capacidad utilizada y Proyectada. La capacidad utilizada será la parte de la capacidad instalada que se empleará para satisfacer la demanda, se estima sustrayendo un 30% de la capacidad instalada que corresponde a los suplementos

por inactividad forzosa de acuerdo a la naturaleza del servicio prestado (demora por clientes indecisos, deserción de clientes que se afiliaron pero solo permanecieron unos meses con el servicio, por interrupción de equipos fallas técnicas, por actividades de limpieza, o suspensiones y cortes por los proveedores de servicios como energía, acueducto y teléfono, entre otros) Por lo cual se dispondrá del 70% de las vinculaciones diarias de la capacidad instalada.

Cuadro 46. Capacidad utilizada por afiliaciones

Tipo de mascota	Vinculaciones / día	días laborados año	Capacidad Utilizada (Afiliaciones/año)
Perro	3	292	876
Gato	1	292	292
Total	4		1.168

La capacidad utilizada para los servicios de las IPS, está relacionada directamente con la cantidad de mascotas afiliadas para el primer año de 1.168, y de la probabilidad por tipo de evento para cada tipo de servicio y de animal la cual se tomo basados en la en la pregunta No 2 de la encuesta de la oferta donde se pretendía conocer los servicios ofrecidos por las entidades y su frecuencia de uso, de donde se obtuvieron los porcentajes utilizados a continuación.

Cuadro 47. Capacidad utilizada por servicios (perros)

Servicio	Periodo	% probabilidad por tipo de evento	Capacidad Diseñada IPS	Capacidad Utilizada IPS	Capacidad para el proyecto afiliaciones	Capacidad UTILIZADA para el proyecto por servicios
Consulta General	Semana	21%	949	199	18	4
	Mes	21%	3795	797	73	16
	Año	21%	45540	9563	876	192
Consulta especializada	Semana	4%	317	13	18	1
	Mes	4%	1266	51	73	3

	Año	4%	15192	608	876	36
Urgencias	Semana	10%	91	9	18	2
	Mes	10%	363	36	73	8
	Año	10%	4356	436	876	96
vacunación	Semana	22%	949	209	18	4
	Mes	22%	3795	835	73	16
	Año	22%	45540	10019	876	192
Desparasitación	Semana	13%	949	123	18	3
	Mes	13%	3795	493	73	10
	Año	13%	45540	5920	876	120
Odontología	Semana	6%	635	38	18	1
	Mes	6%	2541	152	73	5
	Año	6%	30492	1830	876	60
Pequeña Cirugía	Semana	7%	157	11	18	1
	Mes	7%	627	44	73	5
	Año	7%	7524	528	876	60
Cirugía General	Semana	6%	80	5	18	1
	Mes	6%	318	19	73	5
	Año	6%	3816	228	876	60
Hospitalización	Semana	5%	317	16	18	1
	Mes	5%	1266	63	73	4
	Año	5%	15192	756	876	48
Rayos X	Semana	3%	157	5	18	1
	Mes	3%	627	19	73	3
	Año	3%	7524	226	876	36
Laboratorio Clínico	Semana	3%	157	5	18	1
	Mes	3%	627	19	73	3
	Año	3%	7524	226	876	36

Cuadro 48.Capacidad utilizada por servicios (gatos)

Servicio	Periodo	% probabilidad por tipo de evento	Capacidad Diseñada IPS	Capacidad Utilizada IPS	Capacidad para el proyecto afiliaciones	Capacidad UTILIZADA para el proyecto por servicios
Consulta General	Semana	25%	316	79	6	2
	Mes	25%	1265	316	24	8
	Año	25%	15180	3795	292	96
Consulta especializada	Semana	5%	105	5	6	1
	Mes	5%	422	20	24	3
	Año	5%	5064	240	292	36
Urgencias	Semana	10%	30	3	6	1
	Mes	10%	121	12	24	3
	Año	10%	1452	144	292	36
vacunación	Semana	25%	316	79	6	2
	Mes	25%	1265	316	24	8
	Año	25%	15180	3795	292	96
Desparasitación	Semana	10%	316	32	6	1
	Mes	10%	1265	127	24	3
	Año	10%	15180	1518	292	36
Odontología	Semana	6%	212	13	6	1
	Mes	6%	847	51	24	3
	Año	6%	10164	610	292	36
Pequeña Cirugía	Semana	6%	52	3	6	1
	Mes	6%	209	12	24	3
	Año	6%	2508	144	292	36
Cirugía General	Semana	5%	26	1	6	1
	Mes	5%	106	5	24	1
	Año	5%	1272	60	292	12

Hospitalización	Semana	4%	105	4	6	1
	Mes	4%	422	16	24	3
	Año	4%	5064	192	292	36
Rayos X	Semana	2%	52	1	6	1
	Mes	2%	209	4	24	1
	Año	2%	2508	51	292	12
Laboratorio Clínico	Semana	2%	52	2	6	1
	Mes	2%	209	7	24	1
	Año	2%	2508	76	292	12

La capacidad proyectada se determina teniendo en cuenta la proyección del comportamiento de los hogares ubicados en los barrios de los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana; cuyo crecimiento anual se estima en el 4% Anual .

Cuadro 49.Capacidad Proyectada por afiliaciones

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Vinculación	1.168	1215	1264	1315	1368

Cuadro 50.Capacidad Proyectada por servicios para perros

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consulta General	192	200	208	216	225
Consulta especializada	36	37	38	39	40
Urgencias	96	100	104	108	112
vacunación	204	212	220	229	238
Desparasitación	120	125	130	135	140
Odontología	60	62	64	67	70

Pequeña Cirugía	60	62	64	67	70
Cirugía General	60	62	64	67	70
Hospitalización	48	49	50	51	52
Rayos X	36	37	38	39	40
Laboratorio Clínico	36	37	38	39	40

Cuadro 51. Capacidad Proyectada por servicios para gatos

Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Consulta General	84	87	90	94	98
Consulta especializada	24	25	26	27	28
Urgencias	36	37	38	39	40
vacunación	84	87	90	94	98
Desparasitación	12	13	14	15	16
Odontología	24	25	26	27	28
Pequeña Cirugía	12	13	14	15	16
Cirugía General	12	13	14	15	16
Hospitalización	12	13	14	15	16
Rayos X	12	13	14	15	16
Laboratorio Clínico	12	13	14	15	16

3.2 LOCALIZACION

“Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo.”⁵⁸

3.2.1 Macro localización. La nueva EPS, estará ubicada en un sitio estratégico donde pueda atender con facilidad a sus usuarios y su mercado objetivo, hogares pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6, de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, en el departamento de Santander.

3.2.2 Micro Localización. Para la ubicación exacta de la nueva EPS para perros y gatos, se decidió realizarlo por el método cuantitativo por puntos, que consiste en asignar puntos a una serie de factores importantes para su localización, entre los que se tuvieron los siguientes:

- ❖ P.O.T: Según el plan de ordenamiento territorial, cuya función es organizar las actividades básicas del componente urbano y rural de Bucaramanga con acciones y actuaciones físicas que permitan responder a las necesidades humanas, con funcionalidad y eficiencia en áreas de mejorar los niveles de calidad de vida de sus habitantes, el funcionamiento de la Entidad Promotora de Salud para perros y gatos, podrá darse en las áreas de actividad y servicio, dentro de los cuales se encuentra las posibles ubicaciones, cabecera, Sotomayor y cañaveral. Canon de arrendamiento: Se debe evaluar el costo del arrendamiento del inmueble el cual debe contar con áreas esenciales como administración, ventas, servicios etc.

⁵⁸ CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogota. Ecoe Ediciones.2006

- ❖ Servicios públicos: Se debe evaluar la disposición de los servicios básicos requeridos como acueducto, energía, alcantarillado, teléfono, gas entre otros.
- ❖ Seguridad: se debe tener en cuenta que las instalaciones estarán dotadas de equipos, insumos y servicios humanos por lo cual requiere protección y vigilancia.
- ❖ Transporte: se debe evaluar el fácil acceso a la EPS, de diferentes tipos de transporte tanto público como privado, no solo para clientes si no para empleados, proveedores y público en general.
- ❖ Recursos: Se debe analizar la facilidad para acceder a otros servicios o recursos necesarios para su funcionamiento, Bancos, Restaurantes, Proveedores, Papelerías, Veterinarias, etc.

Para su respectivo análisis se realizó mediante el método cualitativo por puntos así:

Cuadro 52. Localización método cualitativo por puntos

Factor	Ponderación	Grados	Puntos
P.O.T.	15	Alto	4
		Promedio	3
		Poco	2
		Ninguno	1
Canon de Arrendamiento	20	Económico:	4
		Promedio:	3
		Alto:	2
		Muy Alto:	1

Servicios Públicos	20	Alto	4
		Promedio	3
		Poco	2
		Ninguno	1
Seguridad	15	Alto	4
		Promedio	3
		Poco	2
		Ninguno	1
Transporte	10	Excelente	4
		Bueno	3
		Regular	2
		Malo	1
Recursos	20	Alto	4
		Promedio	3
		Poco	2
		Ninguno	1
Total	100%		

Cuadro 53. Localización método cualitativo por puntos ponderación

Factor	Ponderación	Ubicación					
		Cabecera		Sotomayor		Cañaverall	
		Grado	Puntos	Grado	Puntos	Grado	Puntos
POT	15	4	60	4	60	4	60
Canon de Arrendamiento	20	1	20	3	60	3	60
Servicios Públicos	20	4	80	4	80	4	80
Seguridad	15	4	60	4	60	4	60
Transporte	10	3	30	4	40	3	30
Recursos	20	4	80	4	80	3	60
Total	100		330		380		350

De acuerdo al cuadro de evaluación de alternativas la opción más rentable la ubicación en el sector de Sotomayor en Bucaramanga ya que reúne el mayor número de criterios necesarios para su funcionamiento. Se hace necesario que la EPS, quede cerca a una de las posibles IPS, por lo cual su ubicación ideal sería sobre la carrera 27 entre calles 50 y 54 cerca a la veterinaria Sotomayor.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO


El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.”⁵⁹

3.3.1 Ficha técnica del servicio.

Cuadro 54.Ficha técnica del servicio

Producto principal	La nueva empresa ofrecerá a sus clientes del área metropolitana de Bucaramanga; la prestación de servicios de salud veterinaria para perros y gatos a través de la afiliación y pago mensual de una cuota determinada por la raza y edad del animal; servicio que se ofrecerá por intermedio de las clínicas veterinarias ya existentes.
---------------------------	--

⁵⁹ CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogota. Ecoe Ediciones.2006

Diseño	 <p>aquí se identifican los animales a quienes va dirigido el proyecto, que son el perro y el gato, A través del aspecto tierno que transmiten los animales, en este caso el perro y el gato se logra transmitir al cliente una imagen de recordación amena y confiable, aun sin conocer las bondades del servicio</p>
Especificaciones técnicas	<p>Los lugares y horarios de atención dependerán de las IPS afiliadas, de los recursos tecnológicos como software que adquiere la EPS SOFTWARE DE SISTEMA ADMINISTRATIVO PARA IPS. EPS Y ARS, que permita procesar automáticamente datos, así mismo de los equipos necesarios para una excelente atención al cliente en cuanto a necesidades para su mascota.</p>
Vida útil	<p>El servicio dura mientras se consume.</p>

3.3.2 Funcionamiento de la EPS. Esta entidad privada lo que pretende es prestar los servicios de salud por medio de terceros (IPS), veterinarias filiales, como Centro veterinario mascotas y mascotas para el municipio de Floridablanca, Centro veterinario San Juan para el municipio de Girón, veterinaria mascotas y más para el municipio de Piedecuesta y Clínica veterinaria Sotomayor, Clínica veterinaria pequeños animales, Centro veterinario Fauna y clínica veterinaria Reino Animal para el municipio Bucaramanga. Y la entidad promotora de salud cumple las siguientes funciones.

- Promueve la afiliación de mascotas que no cuentan con un plan de salud.
- Organiza la forma y mecanismos a través de los cuales las mascotas afiliadas pueden acceder a los servicios en Bucaramanga y su área metropolitana.

- Establece una tabla de procedimientos donde se encuentra todos los códigos de procedimientos con sus respectivas descripciones, y un espacio para el precio, este se encuentra en blanco para que la IPS coloque el precio, el que no superará el 80% del valor al público, con el que factura a la EPS, esto para controlar la atención integral, eficiente, oportuna y de calidad de los servicios prestados por la IPS.
- La EPS, establecerá una base de datos de las IPS, donde se registran los datos de esta.
- Así mismo, se establece una base de datos de profesionales de la IPS, donde se registran los datos de los médicos veterinarios profesionales que atienden las IPS, indicando la cédula, el nombre, especialidad en la medicina veterinaria.
- Es función de la EPS recaudar los dineros provenientes de los dueños de mascotas por medio de Bancos.
- Los pagos a las IPS, también se hacen por medio de los Bancos y por mes vencido.
- Cuando se requiera de una cirugía, laboratorio, consulta especializada u otro servicio que no sea básico, se debe presentar la orden del médico veterinario, el carnet de la mascota y el documento de identidad del propietario de la misma en la EPS, donde se expedirá la autorización respectiva.
- La EPS adquiere un software para la respectiva comunicación con la IPS, y procesamiento de información.
- También en función de la EPS, acudir a auditorias como las ofrecidas por RM Auditores Ltda.; quienes ofrecen servicios de auditoria legal y de cumplimiento, auditoria de calidad en el servicio, auditoria al sistema de gestión de la calidad entre otras, las que se realizaran

3.3.3 Funcionamiento de la IPS: como institución prestadora de salud las veterinarias tiene como función para las EPS:

- La IPS, debe grabar la consulta médica (consulta general, urgencias, medicina especializada) atendida, por medio del software, donde se señale la consulta médica y se pueda registrar la fecha de la consulta, número de autorización cuando se requiera, código de consulta, código de mascota, finalidad de consulta, causa externa que originó la consulta, diagnóstico principal y diagnósticos relacionados de manera jerárquica, valor de la consulta, valor del copago o aportes de dinero correspondiente a una parte del valor del servicio demandado, en caso que el servicio se demande más de dos veces y que el servicio sea consulta general o peluquería.
- Ingreso de servicios facturados. Cada IPS tendrá un código de identificación además del nombre o razón social cuando es una persona jurídica o apellidos y nombre del prestador cuando éste es un profesional independiente, tipo de documento de identificación del prestador, número del documento de identificación del prestador, número de la factura, fecha de expedición de la factura, fecha de inicio del período de la facturación enviada, fecha de finalización del período de la facturación enviada Código y nombre de la institución prestadora de los servicio de salud veterinaria, o quien paga la factura Número de contrato, cuando se requiera, Plan de beneficios, valor del pago compartido (Copago) valor de la comisión a reconocer por la EPS, valor de descuentos, valor neto a pagar por la entidad contratante.
- En la IPS se emite el requerimiento de, laboratorio, radiografías, cirugías, o cualquier otro procedimiento que no esté dentro de los servicios básicos y que requiera una autorización.

3.3.4 Función del software: estas instrucciones electrónicas indican al ordenador que es lo que debe hacer en módulos como: Contabilidad, Inventarios, , Cuentas por Pagar, Recursos Humanos, Activos Fijos, Costo Médico, Presupuestos, Admisiones, Historias Clínicas, Indicadores de Gestión, Comercial, Afiliaciones, Carnetización, esto permite:

- Controlar la operación de un sistema computacional.
- Administrar los recursos de cómputo.
- Proporcionar las herramientas para optimizar los recursos.
- Actuar como intermediario entre la EPS y la información almacenada por las IPS.
- Operar con una amplia variedad de opciones de servicios que se puedan presentar.
- Controlar la transferencia de información.
- Permiten que la EPS y las IPS se comuniquen por medio de comandos, menús, e interfaces gráficas de usuarios.
- Controla la creación, borrado, copiado y acceso de archivos y de datos.
- Administra la información sobre los programas y procesos que se están ejecutando en la computadora.

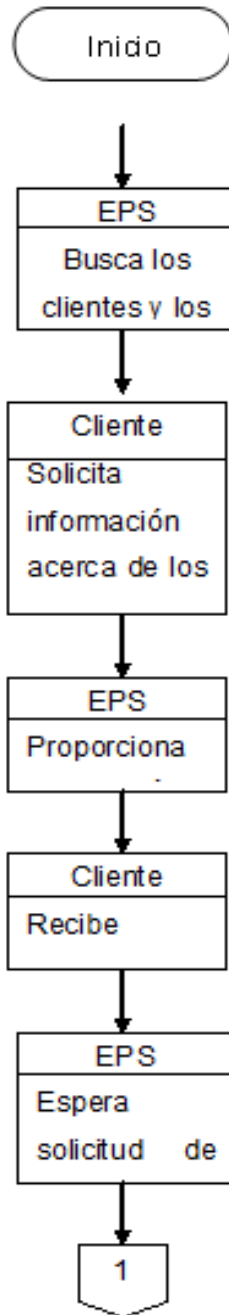
3.3.5 Descripción técnica del procedimiento de afiliación. El procedimiento se realizará de la siguiente manera:

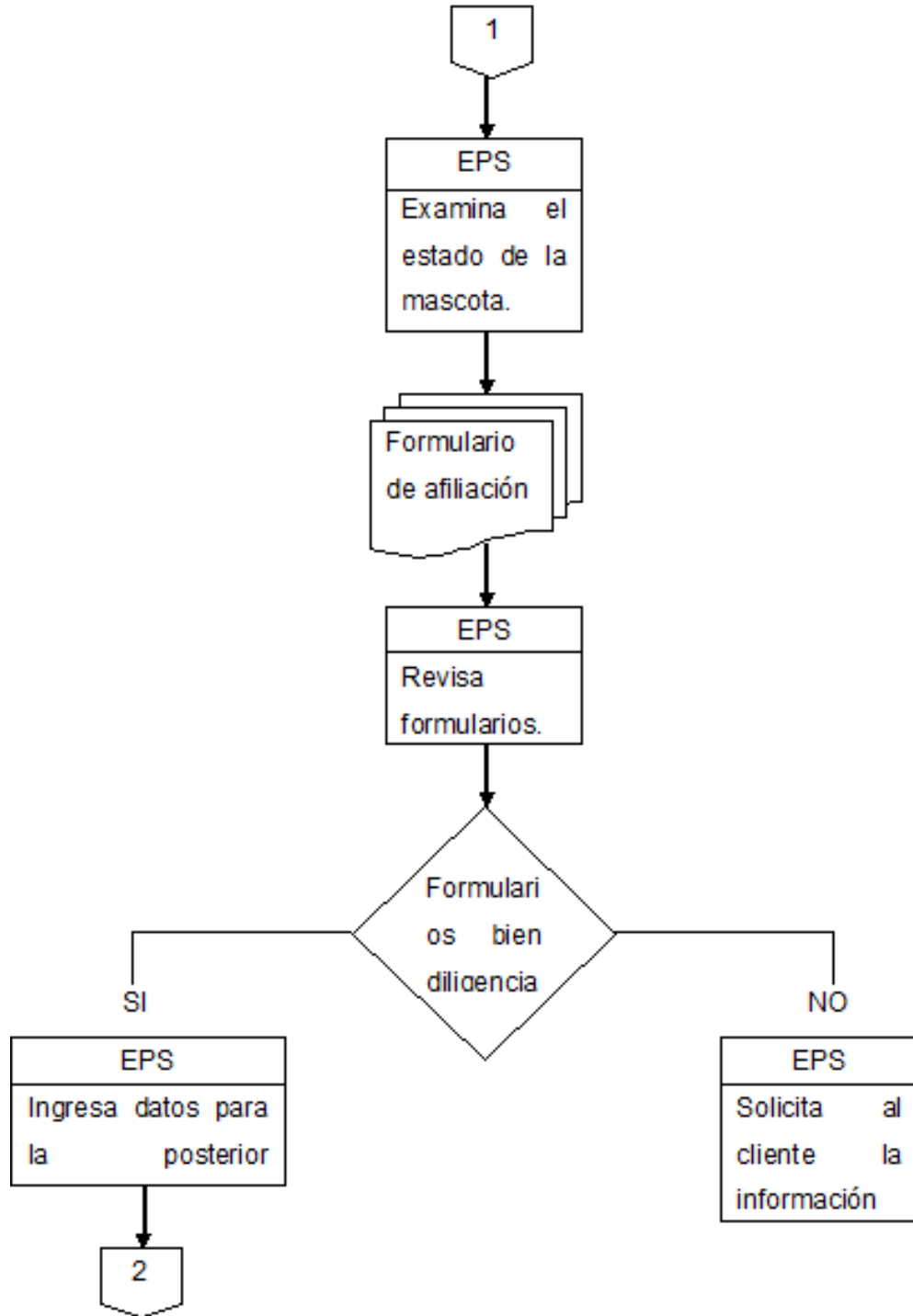
- Es labor de la entidad buscar e invitar a los clientes para lo que se toma un tiempo de 20 minutos, (se espera hacer en la actividad de lanzamiento).
- Cuando el cliente solicita la información, puede tomarse un tiempo de 1.5 minutos.
- La encargada de servicio al cliente le entrega un folleto dentro del cual se encuentra la información que el cliente busca, y para lo cual se puede tomar un tiempo de 16 minutos.

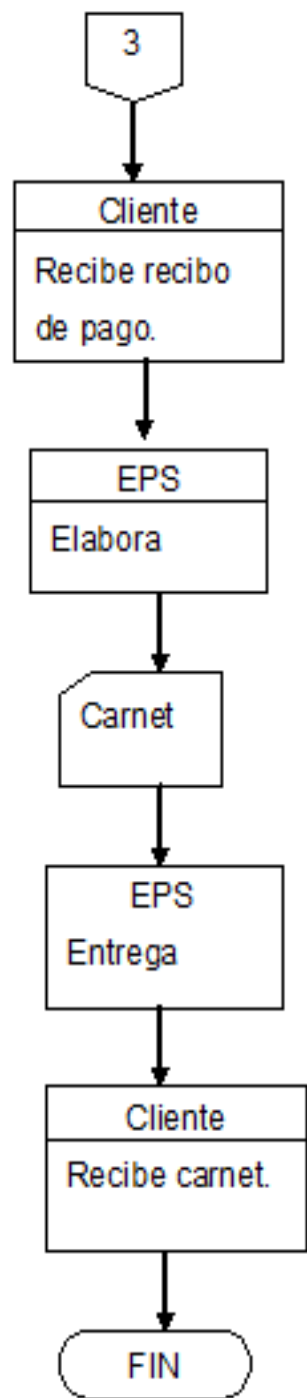
- La EPS tiene que esperar 12 minutos hasta que el cliente decide hacer la afiliación.
- Si el cliente decide hacer la afiliación se remite a la mascota al centro médico veterinario de apoyo (IPS) para que el veterinario proceda hacer examen de valoración de la mascota, la que debe estar entre 3 meses y nueve años de edad, no destinados a la caza, y que cumplan el calendario de vacunas relativo a moquillo, parvovirus, hepatitis, y las que dictamine la autoridad sanitaria, para lo que se estima un tiempo de 20 minutos.
- Luego la EPS entrega formularios de información, lo que toma un tiempo de 20 segundos.
- Para la revisión de los formularios por parte de la EPS, se requiere un tiempo de 2.5 minutos.
- La EPS debe archivar formulario, para lo que se estima un tiempo de 20 segundos.
- Enseguida la responsable del servicio al cliente elabora la factura afiliación, lo que toma 3 minutos, y si algún dato no es correspondientemente, esta se elaborará de nuevo, generándose un desecho que sería el documento con los datos incorrectos.
- Al realizar el pago en el Banco el cliente tomará 20 minutos.
- Enseguida la EPS procede a elaborar el carnet que identificará al propietario y su mascota como usuarios de la entidad, para lo cual se llevarán 15 minutos con la incorporación de los datos e impresión del carnet.
- Finalmente la encargada de servicio al cliente le entrega el carnet, operación que lleva 1.5 minutos mientras entrega el mismo y agradece a aquel por la adquisición del servicio.

3.3.5.1 Diagramas de procedimientos. Diagrama de servicio para la afiliación de la mascota.

Figura 5. Diagrama de Procedimiento





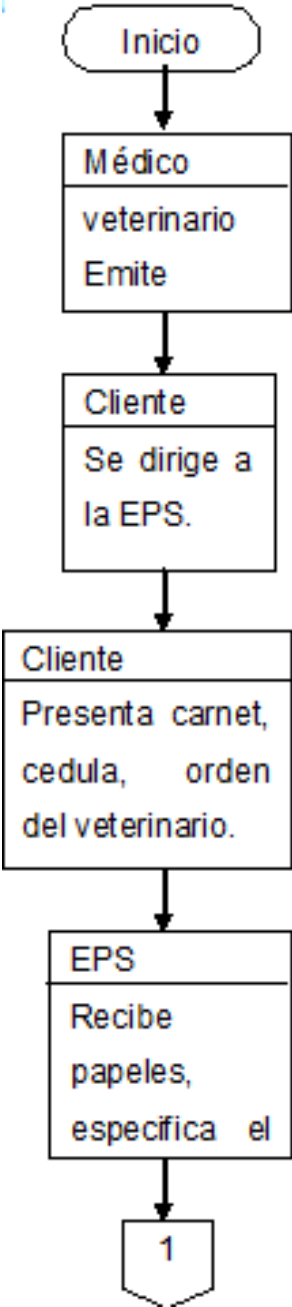


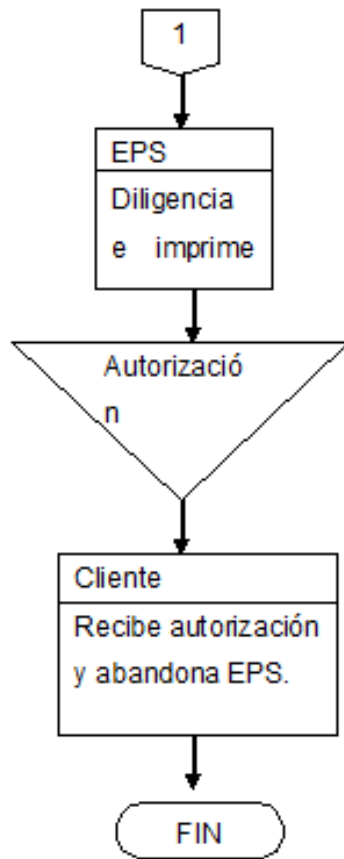
3.3.6 Descripción del procedimiento de autorización. En este procedimiento se realizan las siguientes actividades.

- ❖ El médico veterinario emite el requerimiento de cirugía, rayos x, u otro servicio que requiera autorización, para lo que se realiza el mismo procedimiento y el tiempo puede variar entre 15 y 35 minutos después de la respectiva valoración.
- ❖ El propietario de la mascota debe gestionar la autorización en la EPS, para lo que debe trasladarse a esta para obtener el volante de autorización del procedimiento, esto puede tardar unos 10 a 35 minutos.
- ❖ El cliente ingresa a la EPS, presenta el carnet de afiliación al director de operaciones, para verificar que no se encuentre en mora, también debe presentar su cédula, y la orden del médico veterinario, lo que toma un tiempo de 4 minutos.
- ❖ Director de operaciones, recibe los papeles y busca la historia clínica de la mascota, la que aparece en el software, que es la copia del registro clínico que soporta el motivo clínico por el cual se solicita el procedimiento, y lo especifica para la autorización esto lleva un tiempo de 6 minutos.
- ❖ El director de operaciones diligencia las especificaciones médicas, es decir signos y síntomas que presenta la mascota de acuerdo a la patología diagnosticada, tratamiento clínico, prioridad del procedimiento, e imprime la autorización en un tiempo de 7 minutos.
- ❖ Entrega la autorización al cliente y este abandona la EPS.

3.3.6.1 Diagrama de procedimiento de autorización.

Figura 6. Diagrama.





3.3.7 Control de calidad. Desde la perspectiva de la EPS, se entiende la búsqueda de la calidad como algo más que un propósito ligado a los principios éticos de la práctica profesional y se considera como una herramienta de la gestión gerencial; La atención con calidad define el punto en donde confluyen la satisfacción del dueño de la mascota afiliada/cliente, el deber ser de la práctica profesional y la más óptima utilización de los recursos.

Calidad se trata de hacer las cosas bien, de manera correcta y cumplir con los deseos de los propietarios de mascotas de una manera óptima y que los empleados se sientan mejor cuando el cliente valora su trabajo.

Existe calidad cuando las necesidades son cubiertas y las esperanzas realizadas, y el cliente está dispuesto a pagar y continuar con el servicio.

Entonces se entiende por calidad el grado en el cual los servicios brindados al propietario de la mascota y esta misma, incrementan la probabilidad de obtener el máximo beneficio alcanzable considerando la dimensión técnica y la interpersonal de la atención, y reducen la probabilidad de ocurrencia de efectos no deseados, tanto en el ámbito individual como en el de la población afiliada lo que implica:

- Un desempeño organizacional y/o individual de calidad implica la mejor relación posible en el balance entre beneficios, costos y riesgos, concordantemente con el clásico planteamiento acerca de la calidad.
- La calidad se entiende como un concepto que incluye todas las esferas en las cuales la EPS se relaciona directa o indirectamente con el cliente y no solamente se refiere a la prestación de servicios de salud.
- Los criterios y estándares mediante los cuales se realicen las mediciones de la calidad tendrán como punto de referencia las necesidades y expectativas del cliente.

Para medir la calidad se puede desagregar en las siguientes cualidades:

- ✓ Efectividad: hace relación al éxito que la prestación de servicios de la EPS alcance en la obtención de los resultados esperados en las condiciones reales en las cuales se desarrolla dicha prestación.
- ✓ Eficiencia: hace relación a la obtención de los resultados esperados con la mejor utilización de los insumos y desarrollo de los procesos. Se mide en términos de costos: costo-beneficio, costo-efectividad.

- ✓ Continuidad: implica que los diferentes procesos necesarios para la producción de un resultado se produzcan en la secuencia y con las especificaciones requeridas.
 - ✓ Oportunidad: implica que el servicio requerido por el propietario y mascota le sea brindado en el momento que lo necesite, indiferentemente que se trate de un servicio del aseguramiento o de la prestación de servicios de salud.
 - ✓ Accesibilidad: hace referencia a la posibilidad que el cliente y la mascota tenga de recibir los servicios que solicita y requiere
 - ✓ Satisfacción: implica que el cliente perciba que se han cumplido o incluso excedido las necesidades de su mascota de atención de acuerdo a sus expectativas.
 - ✓ Adecuación: hace referencia a que se brinden a los clientes o dueños de mascotas los recursos requeridos para la prestación del servicio más aconsejable de acuerdo a los conocimientos y las recomendaciones de la evidencia y la buena práctica científica, con la más óptima utilización de éstos.
- **Normas ISO relacionadas con la calidad.**
 - **ISO 8402:** permite a la EPS tener conocimiento de términos relacionados con la calidad.
 - **ISO 9000:** Es un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de la empresa que han ganado reconocimiento y aceptación internacional debido al mayor poder que tienen los consumidores y el servicio al cliente. De las cuales tenemos:

- ISO 9001: implica calidad, producción y servicio post-venta, que permite a la entidad asegurar la calidad del servicio que provee al cliente por contrato o afiliación.
 - ISO 9002: abarca la calidad y la instalación de bienes y servicio que provee al cliente por contrato o afiliación.
 - ISO 9003: es más restringida y abarca inspección y ensayos finales del servicio.
 - ISO 9004: mediante la cual la entidad promotora de salud establece los requisitos de un sistema de calidad para obtener esta garantía.
- **Con la aplicación de estas normas se puede lograr:**
 - ✓ Estandarizar las actividades del personal que labora en la EPS por medio de la documentación.
 - ✓ Incrementar la satisfacción del cliente.
 - ✓ Medir y monitorear el desempeño del proceso de servicio.
 - ✓ Disminuir re-procesos en los servicios.
 - ✓ Incrementar la eficacia y eficiencia en el logro de los objetivos de EPS.
 - ✓ Mejorar continuamente en los procesos de la prestación del servicio, eficacia entre otras.

3.3.8 Recursos.

3.3.8.1 Recurso humano. La mano de obra directa y la selección de personal, son etapas que se pasarán por alto, debido a que las veterinarias con las que se espera realizar la vinculación, son entidades que se encuentran actualmente en funcionamiento en diferentes puntos de la ciudad y su área metropolitana, por lo que se entiende que el recurso humano que se necesita para que la EPS empiece a funcionar ya están establecidos. El recurso Humano indirecto o administrativo de la EPS, estará conformado por un gerente general, un director comercial, un

director de operaciones, tesorería, asesores comerciales, afiliaciones, secretaria general y auxiliar de servicios generales.

Cuadro 55.Recurso humano

Descripción	Cantidad
Gerente General: Representa a la empresa, planifica, organiza, dirige, controla y proyecta la actividad de la empresa, prepara presupuestos, dirige la contratación manejo de personal.	1
Director comercial: Alcanzar objetivos de ventas utilizando precios promociones y publicidad valido para tal fin, con el fin de contribuir al crecimiento de la empresa.	1
Director de operaciones: Gestionar las actividades relacionadas con la logística, proveedores, crear buenas relaciones con las IPS, materiales e insumos necesarios para el funcionamiento operativo de la EPS de igual forma trabajar directamente con los clientes para autorizaciones, reclamos etc.,	1
Tesorería: Manejo contable, y efectivo del dinero de la EPS, manejo de cuentas bancarias, recursos para pagos de proveedores, nomina, y demás relacionados con el aspecto contable y financiero de la empresa.	1
Asesores comerciales: Cumplir las metas mensuales de nuevos clientes	2
Afiliaciones: manejar el área operativa y control de las Eps, control de remisiones, autorizaciones, carnetización, novedades, etc.	2
Secretaria general: Cumplir todas las funciones de manejo de información de recolección y tramitación de la misma, siendo ella la encargada del archivo de la empresa.	1
Auxiliar de Servicios Generales: Mantener en completo orden y aseo las instalaciones de la empresa.	1

3.3.8.2 Recurso físico. Dentro de los recursos físicos necesarios para el funcionamiento de la EPS, se necesita un espacio para el funcionamiento de la

nueva empresa dotado de los servicios y accesos necesarios para su operación, también son necesarios los siguientes elementos:

Cuadro 56.Elementos muebles y enseres

<i>Concepto</i>	<i>Cantidad</i>
Escritorio tipo gerente	1
Silla Tipo Gerente	1
Escritorios de Oficina	10
Silla Ergonómicas	18
Modulo Recepción	1
Sillas para Recepción	12
Mesa para juntas	1
Sillas para sala de juntas	6
Mesas auxiliares	10
Archivadores Metálicos	4
Cartelera en paño	2
Tablero acrílico	1
Mueble para biblioteca	2
Papelera medianas metálicas	10
Estantería metálica	1
Estantería en madera	2
Papelera grandes	2
Utensilios de cocina	1
Nevera	1
Cafetera	1
Estufa	1
Extintores ABC de 10 libras	4

Total	92
-------	----

Cuadro 57. Elementos equipo de oficina

Concepto	Cantidad
Computadores de Escritorio	10
Impresora Láser	1
Impresora de Punto	2
UPS	1
Fax	1
Teléfonos	8
Calculadora Sumadora	3
Fotocopiadora multifuncional	1
Total	27

3.3.9 Estudio de proveedores. Dentro de los proveedores de la EPS, se encuentran:

- La Electrificadora de Santander_S.A. ESP, es una empresa que genera, transmite, distribuye y comercializa energía eléctrica en los municipios del Departamento de Santander y algunos municipios del sur de los Departamentos de Cesar, Bolívar y Norte de Santander, en la República de Colombia, lo que es de vital importancia para el funcionamiento de la EPS y permite la prestación del servicios a los usuarios.
- Acueducto Metropolitano De Bucaramanga, que presta servicios domiciliarios de acueducto y saneamiento básico, también como las

actividades complementarias al mismo en las localidades que integran el área Metropolitana de Bucaramanga y demás municipios vecinos a los cuales se extienda la prestación de estos servicios, y, en general, en cualquier lugar del país o del exterior, que, por vía contractual, se convenga en esta gestión.

- Servicio de internet necesario para mantener contacto con los clientes y proveedores vía correo electrónico, o a través de la página web,, entre otros, y para esto se contará con UNE, con quien también se contará con el servicio de telefonía, de la siguiente manera: El paquete tendrá como servicio básico obligatorio el de telefonía y como adicionales el de TV y/o de Internet y/o telefonía celular; el paquete como mínimo debe estar conformado por dos productos para poder obtener los beneficios del empaquetamiento.

3.3.9.1 Proveedores de servicios médicos veterinarios (IPS)

- Centro veterinario mascotas y mascotas para el municipio de Floridablanca; ubicada en la carrera 25 No 30-35 en Cañaveral, con instalaciones amplias, y servicios personalizados para atender las necesidades de las mascotas, destacándose por contar con dos profesionales en veterinaria y zootecnia y en ofrecer servicios tales como, consultas, laboratorio, quirófano, hospitalización y peluquería. La IPS ofrece una capacidad del 20% del total de su capacidad instalada para atender los nuevos servicios del proyecto. Ver cuadro 55 y anexo D.
- Centro veterinario San Juan para el municipio de Girón; se encuentra en la carrera 23 No 29-30, cuenta con dos profesionales en veterinaria y sus principales servicios son vacunación, cirugía, peluquería. La IPS ofrece una

capacidad del 10% del total de su capacidad instalada para atender los nuevos servicios del proyecto. Ver cuadro 55 y anexo E.

- veterinaria mascotas y más para el municipio de Piedecuesta; localizada en la calle 17 No 14-30, cuenta con un profesional en medicina veterinaria, además ofrece entre otros servicios, farmacia, cirugía, dermatología, y demás productos para mascotas. La IPS ofrece una capacidad del 10% del total de su capacidad instalada para atender los nuevos servicios del proyecto. Ver cuadro 55 y anexo F.
- Clínica veterinaria Sotomayor: ubicada en la carrera 27 No 52-74, atendida por el Doctor Miguel Ángel Tovar y dos profesionales más. Entre los servicios que ofrece se destacan, consulta general, cirugías, vacunación, guardería, hospitalización, sala de belleza, radiología, servicio a domicilio y transporte. La IPS ofrece una capacidad del 15% del total de su capacidad instalada para atender los nuevos servicios del proyecto. Ver cuadro 55 y anexo G.
- Clínica veterinaria pequeños animales: se encuentra en la calle 20 No 19-40 Bucaramanga, con amplias instalaciones y dos profesionales al servicio de su mascota, ofrece servicio como consultas, cirugías, vacunación, guardería, hospitalización, farmacia, entre otros. La IPS ofrece una capacidad del 15% del total de su capacidad instalada para atender los nuevos servicios del proyecto. Ver cuadro 55 y anexo H.
- Centro veterinario Fauna: localizada en la calle 45 No 16-21, con casi 15 años de servicios cuenta con instalaciones amplias, y servicios personalizados de dos médicos veterinarios para atender las necesidades de las mascotas, servicios tales como, consultas, laboratorio, quirófano, hospitalización y peluquería. La IPS ofrece una capacidad del 15% del total de su capacidad instalada para atender los nuevos servicios del proyecto. Ver cuadro 55 y anexo I.

- Clínica veterinaria Reino Animal: ubicada en la calle 105 No 26-27, con servicios de hospitalización, consulta médica, cirugía, laboratorio, inseminación artificial, belleza canina, servicio a domicilio, entre otros, y la atención de dos profesionales en veterinaria . La IPS ofrece una capacidad del 15% del total de su capacidad instalada para atender los nuevos servicios del proyecto. Ver cuadro 55 y anexo J.

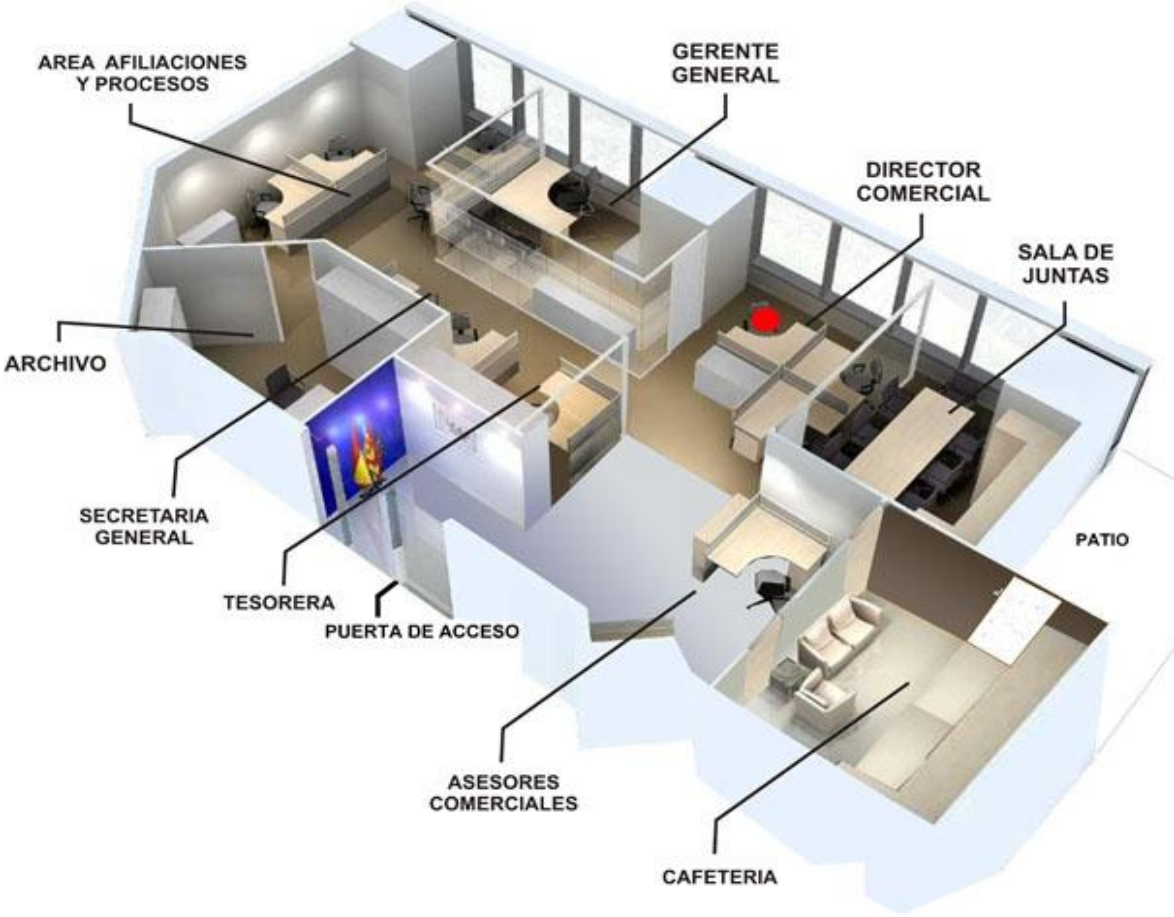
Cuadro 57. Capacidades por servicios de las IPS

IPS	Período	Centro veterinario o Mascotas y mascotas	Centro veterinario o San Juan	Veterinaria Macotas y mas	Clínica veterinaria Sotomayor	Clínica veterinaria Pequeños Animales	Centro Veterinario o Fauna	Clínica veterinaria Reino Animal	Totales
Consulta General	S	144	144	144	288	288	288	288	1584
	M	576	576	576	1728	1728	1728	1728	8640
	A	6912	6912	6912	20736	20736	20736	20736	103680
Consulta especializada	S	48	48	48	96	96	96	96	528
	M	192	192	192	384	384	384	384	2112
	A	2304	2304	2304	4608	4608	4608	4608	25344
Urgencias	S	14	14	14	28	28	28	28	154
	M	56	56	56	112	112	112	112	616
	A	672	672	672	1344	1344	1344	1344	7392
vacunación	S	144	144	144	288	288	288	288	1584
	M	576	576	576	1728	1728	1728	1728	8640
	A	6912	6912	6912	20736	20736	20736	20736	103680
Desparasitación	S	144	144	144	288	288	288	288	1584
	M	576	576	576	1728	1728	1728	1728	8640
	A	6912	6912	6912	20736	20736	20736	20736	103680
Odontología	S	96	96	96	192	192	192	192	1056
	M	384	384	384	768	768	768	768	4224
	A	4608	4608	4608	9216	9216	9216	9216	50688
Pequeña Cirugía	S	24	24	24	48	48	48	48	264
	M	96	96	96	192	192	192	192	1056

	A	1152	1152	1152	2304	2304	2304	2304	12672
Cirugía General	S	12	12	12	24	24	24	24	132
	M	48	48	48	144	144	144	144	720
	A	576	576	576	1728	1728	1728	1728	8640
Hospitalización	S	48	48	48	96	96	96	96	528
	M	192	192	192	384	384	384	384	2112
	A	2304	2304	2304	4608	4608	4608	4608	25344
Rayos X	S	24	24	24	48	48	48	48	264
	M	96	96	96	192	192	192	192	1056
	A	1152	1152	1152	2304	2304	2304	2304	12672
Laboratorio Clínico	S	24	24	24	48	48	48	48	264
	M	96	96	96	192	192	192	192	1056
	A	1152	1152	1152	2304	2304	2304	2304	12672

3.3.10 Distribución de la planta. La planta estará distribuida en un solo piso de la siguiente forma, en la entrada de la Eps estará el área comercial de ventas acompañados del director comercial, encargados de la atención directa al cliente, luego estará toda la parte administrativa de la Eps conformada por el área de afiliaciones y procesos, secretaria general, tesorería y gerente general. En la parte de servicios generales se contará con cafetería, batería baños y un patio con ventilación natural.

Figura 7. Distribución de la planta



3.4 Conclusiones sobre la viabilidad técnica del proyecto

Después de haber analizado cada uno de los componentes que forman la estructura técnica del proyecto y habiendo analizado las variables incidentes en el mismo, como la capacidad diseñada por afiliaciones, equivalentes a 2.336 entre perro y gatos por año, la capacidad instalada, máxima disponible permanente que es de 1.752 afiliaciones por año, la capacidad utilizada por afiliaciones que asciende a 1.168, comparado con el tamaño del proyecto, es decir con lo que se espera trabajar para el primer año (1.168 afiliaciones), se puede afirmar que existe la viabilidad y factibilidad necesarias para implementar el proyecto visto desde este orden.

Desde la ubicación, el aprovechamiento del POT, canon de arrendamiento, servicios públicos, seguridad, transporte y recursos, evidencia que la EPS potencializa su funcionamiento SOTOMAYOR, así mismo se hace necesario que la EPS, quede cerca de una de las posibles IPS, por lo cual su ubicación ideal sería sobre la carrera 27 entre calles 50 y 54 cerca a la veterinaria Sotomayor.

Se puede afirmar que el proceso es ejecutable sin inconvenientes mayores, el inicio de las operaciones es relativamente bajo, lo que le da al proyecto alcanzar una buena rutina organizativa y posteriormente desarrollar un ritmo óptimo.

Los proveedores del servicio veterinarios son centro veterinario mascotas y mascotas para florida, centro veterinario San Juan en Girón, veterinaria Mascotas y Mas en Piedecuesta, y en Bucaramanga clínica veterinaria Sotomayor, Pequeños animales y Reino Animal y centro veterinario Reino Animal, quienes cuentan con el soporte necesario para la prestación de los servicios en calidad y cantidad suficiente para atender 1.168 afiliaciones que equivale a 1.168 mascotas

que requerirán los servicios.

El proyecto es factible desde el punto de vista técnico, pues se muestra como una alternativa interesante de inversión, pero es conveniente tener claridad del mercado cambiante al que se dirige y los precios posibles a obtener.

Dada la inversión, no hay necesidad de conocimientos técnicos, y de incorporar nueva tecnología.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCION

La nueva empresa dedicada a la prestación de servicios de salud para perros y gatos, Animal Care EPS, estará estructurada legalmente así:

Será una entidad con ánimo de lucro, con el desarrollo de su objeto social se pretende una utilidad. La nueva EPS, será una empresa de servicios, ya que su objeto social es la prestación de servicios básicos de salud para perros y gatos, será una empresa privada con aportes para su constitución y operación de carácter particular, será una sociedad de responsabilidad limitada, conformada por dos socios; Lizzeth Bravo Moya y German Cadena Garcés, para inicio de operaciones la nueva EPS, para mascotas será una microempresa con mas de 10 trabajadores y activos no superiores a 501 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Para la constitución de cualquier tipo de sociedad se deben seguir y reunir cierto tipo de requisitos, para el caso de la constitución la Nueva EPS para perros y gatos, Animal Care, son los siguientes:

- Constitución de la escritura pública donde se debe resaltar aspectos importantes como nombre y domicilio de los socios; clase de sociedad para el proyecto de responsabilidad limitada; domicilio de la sociedad, objeto social, capital social, la forma de administrar, de convocar a la junta directiva, la duración de la sociedad, la forma de su liquidación, facultades

de la junta directiva, socios y representante legal, entre otras. Esta escritura se eleva ante cualquier notaria.

- Ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga tramitar el nombre la EPS, Animal Care; Matricularse en el registro mercantil con una copia de la escritura pública y registrar los libros mercantiles (actas, registro de socios y libros de contabilidad entre otros) y solicitar el certificado de existencia y representación legal.
- Ante la alcaldía municipal se realizan los siguientes trámites, licencia de funcionamiento y pago de impuestos e industria y comercio ante la tesorería municipal. De igual forma se debe tener una patente o autorización expedida por la secretaria de salud municipal y planeación municipal.
- Ante la Dirección de impuestos y aduanas nacionales se debe diligenciar el registro único tributario RUT, y la identificación de la empresa a través del NIT, registro de facturación y la aplicación mensual de la retención en la fuente y bimensual del impuesto sobre las ventas.
- Ante el cuerpo de bomberos, solicitar el certificado sobre el concepto técnico favorable de las instalaciones.
- Sistema de Seguridad Social; afiliaciones de los empleados a una entidad promotora de salud, riesgos profesionales y pensión.
- Aportes Parafiscales, vinculación y pago de los aportes parafiscales como son Caja de Compensación Familiar, SENA e ICBF.

4.2. CONSTITUCION DE LA EMPRESA

“La realización de un proyecto, al igual que su puesta en marcha, necesita del diseño de una infraestructura administrativa que permita la acción conjunta y coordinada de un sinnúmero de elementos materiales, humanos y financieros, a fin de alcanzar el objetivo propuesto. La estructura administrativa debe responder a las necesidades del proyecto.”⁶⁰

4.2.1 Misión. EPS animal care es una entidad Promotora de salud dirigida a los perros y gatos con un alto grado de responsabilidad social, que busca la protección integral de su mascota en atención básica, promoción y prevención de la salud, con servicios de calidad, oportunidad y eficiencia contribuyendo al mejoramiento de la calidad de las mascotas y sus dueños.

4.2.2 Visión. Para el 2015 la entidad promotora de salud para perros y gatos será una empresa de renombre en el oriente Colombiano, con servicios integrales, basados en principios de calidad, tecnología y eficiencia, respondiendo a los estándares del mercado y necesidades del cliente para su fidelización.

4.2.3 Objetivos.

- Para mantener la eficiencia implementar un sistema de investigación y desarrollo tecnológico en herramientas de apoyo para la prestación del servicio de salud veterinaria.

⁶⁰ CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogota. Ecoe Ediciones.2006

- A partir del tercer trimestre de funcionamiento realizar mercadeo de retención y generar beneficios tanto para el cliente como para la entidad.
- Diseñar cambios estructurales y en consecuentes crecimiento de tamaño o dimensiones en el segundo semestre de 2013, que haga la empresa sea diferente al estado anterior y aumente su poder de mercado como mecanismo para la obtención de futuros y mejores excedentes.
- Reducir la vulnerabilidad de la entidad ante variaciones coyunturales a partir del segundo semestre de funcionamiento con problemas de tamaño, equilibrio financiero entre otros.

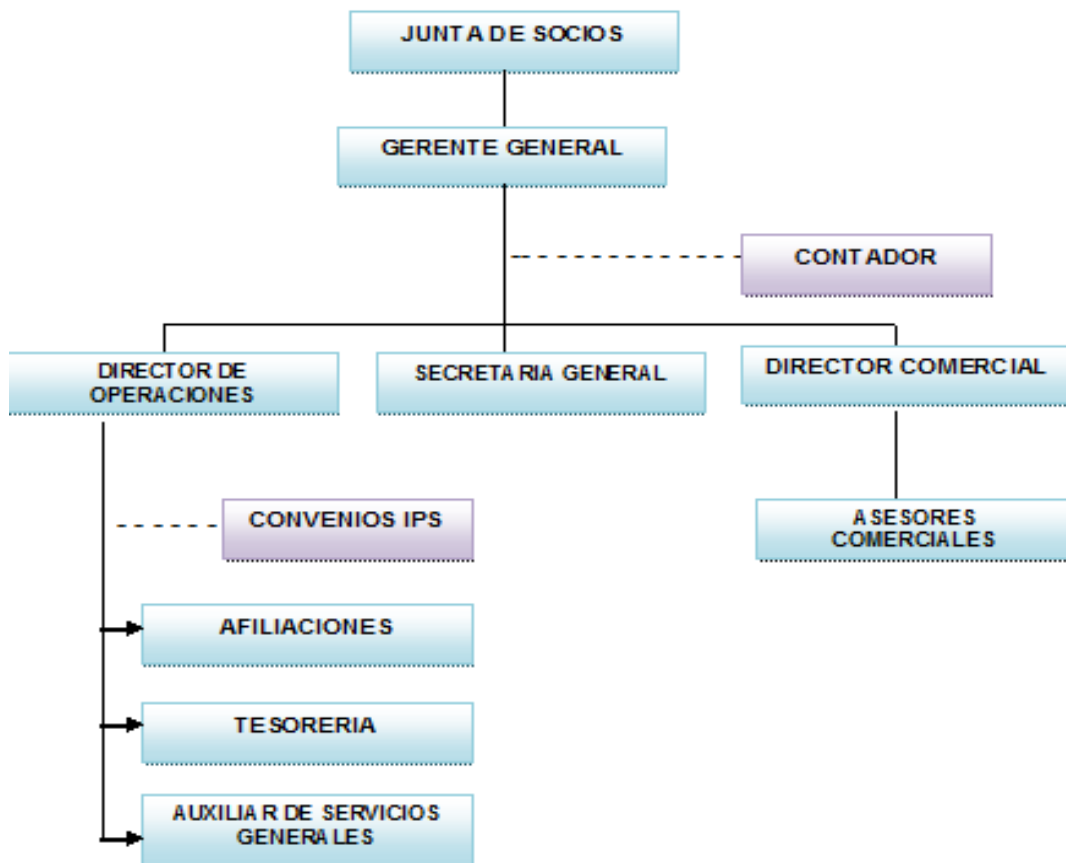
4.2.4 Políticas.

- Incorporar e integrar las acciones de las entidades afiliadas, es decir IPS, mediante mecanismos de planeación en un marco de interés común y dirigido al fomento del bienestar tanto del cliente y de la mascota, para eficiencia y calidad.
- Trimestralmente aumentar las cifras de afiliaciones, con el desarrollo de tanto horizontal, como vertical de su actividad, es decir nuevos productos, nuevos mercados y nuevas explotaciones.
- Estar al tanto del comportamiento del entorno, la estabilidad y adaptabilidad.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama. “El organigrama representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer la estructura general de la organización. Son sistemas de organización que se representan en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o graficas de organización.”⁶¹


Figura 8. Organigrama.




⁶¹ ⁶¹ CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogota. Ecoe Ediciones.2006

4.3.2 Descripción de cargos.

Cuadro 58.Descripción Cargo de Gerente


 DESCRIPCION DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Gerente General	Código: 001	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento:	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Junta Directiva	Supervisa a: Todos los Empleados	No de cargos iguales: Ninguno
Función Principal: Representa a la empresa, planifica, organiza, dirige, controla y proyecta la actividad de la empresa. Administra el personal y recursos financieros de la empresa		
Detalle de las Funciones: 1. La creación un grupo de trabajo armónico donde el todo sea más que la suma de sus partes. Una entidad productiva que rinda más que la suma de los recursos incorporados a la misma. 2. Ser proactivo, es decir, armonizar en todas las decisiones y todos los actos los requerimientos del futuro inmediato y a largo plazo. 3. Ejecutar seis tareas básicas: fijar objetivos; derivar metas en cada área de objetivos; organizar tareas, actividades y personas; motivar y comunicar, controlar y evaluar; y, desarrollar a la gente y a sí mismo. 4. Representa legalmente a la empresa 5. Presentar periódicamente resultados de su gestión.		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista

Cuadro 59. Perfil del Cargo de Gerente


PERFIL DEL CARGO	
	
Nombre del Cargo: Gerente General	Código: 001
	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento:
	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Junta Directiva	Supervisa a: Todos los Empleados
	No de cargos iguales: Ninguno
HABILIDAD	<p>Educación: Profesional en Gestión Empresarial o áreas administrativas</p> <p>Habilidad mental para la toma de decisiones.</p> <p>Experiencia: mínima de dos años progresiva de carácter operativo.</p> <p>Habilidades interpersonales.</p> <p>Conocimiento y habilidades de administración en general.</p> <p>Comprensión del entorno.</p> <p>Conocimiento en normas y regulaciones del area.</p> <p>Orientación hacia el logro</p> <p>Empoderamiento.</p>
RESPONSABILIDADES	<p>Supervisar.</p> <p>Planificación.</p> <p>Asignación de tareas.</p> <p>Control.</p> <p>Desarrollo de los subordinados.</p>
ESFUERZO	Su principal esfuerzo es mental, por la concentración necesaria para la ejecución de sus responsabilidades.
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Condiciones favorables para el desarrollo de dicha actividad en lo referente al espacio, iluminación, ventilación, muebles.</p> <p>Condiciones psicológicas que puedan influir sobre el trabajador.</p>

OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó


Cuadro 60.Descripción Cargo de Contador

 DESCRIPCION DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Contador	Código: 002	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento:	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Gerente General	Supervisa a: Tesorería	No de cargos iguales: Ninguno
Función Principal: Asesorar y aplicar en materia contable, tributaria, económica, financiera y otras de su competencia a la EPS Animal Care.		
Detalle de las Funciones: 1. Analizar e interpretar la información contable de la empresa para la toma de decisiones en pro de la entidad. 2. Elaborar los estados contables y financieros de la entidad. 3. Diagnosticar la situación financiera, patrimonial y económica. 4. cumplir cabalmente con las políticas de impuestos y tributarias exigidas por le gobierno nacional.		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista


Cuadro 61. Perfil cargo contador

 PERFIL DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Contador	Código: 002	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento:	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Gerente General	Supervisa a: Tesorería	No de cargos iguales: Ninguno
HABILIDAD	Estudio: profesional en contaduría pública Experiencia: mínima de dos años progresiva de carácter operativo Conocimiento y habilidades de administración en general. Conocimiento en normas y regulaciones del área.	
RESPONSABILIDADES	Elaborar, analizar e interpretar estados financieros básicos y secundarios a nivel individual y consolidado para apoyar la toma de decisiones. Determinar la estructura financiera optima de la empresa y evaluar los riesgos inherentes.	
ESFUERZO	Su principal esfuerzo es mental, por la concentración necesaria para la ejecución de sus responsabilidades.	
CONDICIONES DE TRABAJO	Condiciones favorables para el desarrollo de dicha actividad en lo referente al espacio, iluminación, ventilación, muebles. Condiciones psicológicas que puedan influir sobre el trabajador.	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó

Cuadro 62.Descripción Cargo de Director de Operaciones


 DESCRIPCION DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Director de operaciones	Código: 003	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Gerente General	Supervisa a: Convenios IPS, Tesorería, Afiliaciones	No de cargos iguales: Ninguno
Función Principal: Gestionar las actividades relacionadas con la logística, proveedores, materiales e insumos necesarios para el funcionamiento operativo de la EPS y encargado directo del funcionamiento de las IPS.		
Detalle de las Funciones: 1. cumplir los objetivos económicos. 2. coordinar los procesos necesarios para una excelente prestación de servicios. 3. seguimiento y cumplimiento en la ejecución de las estrategias presupuestales 4. verificación y control de los convenios con las diferentes clínicas y centros veterinarios que prestan los servicios como IPS.		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista

Cuadro 63.Perfil cargo director de operaciones

 PERFIL DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Director de operaciones	Código: 003	Fecha: Noviembre de

		2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Gerente General	Supervisa a: Tesorería, Secretaria auxiliar contable,	No de cargos iguales: Ninguno
HABILIDAD	Estudios: Profesional en Medicina Veterinaria y Zootecnia, Gestión Empresarial, Administración de empresas o carreras afines. Experiencia: más de dos años progresiva de carácter operativo Habilidades interpersonales. Conocimiento y habilidades de administración en general Orientación hacia el logro Empoderamiento.	
RESPONSABILIDADES	Asignación de tareas. Control. Desarrollo de los subordinados.	
ESFUERZO	Su principal esfuerzo es mental, por la concentración necesaria para la ejecución de sus responsabilidades.	
CONDICIONES DE TRABAJO	Condiciones favorables para el desarrollo de dicha actividad en lo referente al espacio, iluminación, ventilación, muebles. Condiciones psicológicas que puedan influir sobre el trabajador.	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó

Cuadro 64.Descripción Cargo de Director Comercial

DESCRIPCION DEL CARGO		
		
Nombre del Cargo: Director Comercial	Código: 004	Fecha: Noviembre de 2010
División:	Departamento:	Sección:


Gerencia	Comercial	
Cargo Jefe Inmediato: Gerente General	Supervisa a: Asesores comerciales y Área de afiliaciones	No de cargos iguales: Ninguno
Función Principal: Alcanzar objetivos de ventas utilizando precios promociones y publicidad valido para tal fin, con el fin de contribuir al crecimiento de la empresa.		
Detalle de las Funciones: 1. Operar desde la óptica del cliente 2. investigar permanentemente los hábitos del consumidor, y competencias 3. seleccionar clientes esénciales. 4. Explorar nuevos mercados. 5. Obtener el crecimiento en las ventas		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista

Cuadro 65. Perfil cargo director Comercial

 PERFIL DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Director Comercial	Código: 004	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Comercial	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Gerente General	Supervisa a: Asesores comerciales y Área de afiliaciones	No de cargos iguales: Ninguno


HABILIDAD	<p>Estudio: profesional en ingeniería de mercado y afines.</p> <p>Experiencia: mínima de dos años, progresiva de carácter operativo.</p> <p>Fuertemente orientado hacia la comunicación oral y conocimiento de técnicas para ser un comunicador efectivo.</p> <p>Buen manejo de tiempo, lo que le ayudará a cumplir sus funciones.</p> <p>Saber cómo vender ideas a su equipo de trabajo.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>Supervisar.</p> <p>Planificación.</p> <p>Asignación de tareas.</p> <p>Control.</p> <p>Desarrollo de los subordinados.</p>	
ESFUERZO	<p>Su principal esfuerzo es mental, por la concentración necesaria para la ejecución de sus responsabilidades.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Condiciones favorables para el desarrollo de dicha actividad en lo referente al espacio, iluminación, ventilación, muebles.</p> <p>Condiciones psicológicas que puedan influir sobre el trabajador.</p>	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó

Cuadro 66.Descripción Cargo de Tesorería

DESCRIPCION DEL CARGO		
		
Nombre del Cargo: Tesorería	Código: 005	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato:	Supervisa a:	No de cargos iguales:


Director de operaciones	Ninguno	Ninguno
Función Principal: Manejo contable, y efectivo del dinero de la EPS, manejo de cuentas bancarias, recursos para pagos de proveedores, nomina, y demás relacionados con el aspecto contable y financiero de la empresa.		
Detalle de las Funciones: 1. Manejo de cuentas Bancarias 2. Disposición de recursos para pago a terceros, proveedores, clientes etc. 3. pago de nominas de empleados 4. Control y manejo de caja menor 5. Manejo contable y físico de los pagos mensuales de las liquidaciones de los usuarios. 6. Control físico y contable de las entradas y salidas de dinero de la empresa.		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista

Cuadro 67. Perfil cargo director tesorería


 PERFIL DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Tesorería	Código: 005	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Director de operaciones	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales:

		Ninguno
HABILIDAD	<p>Estudio: auxiliar contable, estudiante de Administración de empresas y afines.</p> <p>Experiencia: más de un año progresiva de carácter operativo</p> <p>Dirige, coordina y supervisa los flujos de caja.</p> <p>Examina, analiza y evalúa el movimiento de ingresos y egresos de la institución.</p> <p>Presenta informes periódicos a la Unidad de Administración sobre la disponibilidad financiera de la institución.</p>	
RESPONSABILIDADES	<p>Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso, siendo su responsabilidad directa.</p> <p>Es responsable directo de dinero.</p>	
ESFUERZO	<p>Su principal esfuerzo es mental, por la concentración necesaria para la ejecución de sus responsabilidades.</p> <p>Es cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando periódicamente.</p>	
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Condiciones favorables para el desarrollo de dicha actividad en lo referente al espacio, iluminación, ventilación, muebles.</p> <p>Condiciones psicológicas que puedan influir sobre el trabajador.</p>	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó


Cuadro 68.Descripción Cargo de secretaria general

DESCRIPCION DEL CARGO		
		
Nombre del Cargo: Secretaria general	Código: 006	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Gerente General	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales: Ninguno
Función Principal: Cumplir todas las funciones de manejo de información de recolección y tramitación de la misma, siendo ella la encargada del archivo de la empresa.		
Detalle de las Funciones: 1. atender el teléfono y transmitir los mensajes. 2. manejar la agenda del Gerente y directores 3. recibir elaborar, archivar y enviar la correspondencia. 4. llevar control sobre los procesos administrativos de la empresa como nominas, certificaciones, actas, libros de contabilidad y demás funciones relacionadas con su cargo.		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista


Cuadro 69. Perfil cargo secretaria general

 PERFIL DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Secretaria general	Código: 006	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Gerente general	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales: Ninguno
HABILIDAD	Estudio: secretariado auxiliar contable Experiencia: mínima de un año progresiva de carácter operativo Habilidad en técnicas de atención telefónica y servicio al cliente. Tener iniciativa y ser una persona proactiva.	
RESPONSABILIDADES	Manejo de administración de la agenda. Conocer y aplicar las normas de protocolo empresarial. Organizar y planificar todo tipo de acto de la empresa.	
ESFUERZO	Su principal esfuerzo es mental, por la concentración necesaria para la ejecución de sus responsabilidades. Es cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando periódicamente.	
CONDICIONES DE TRABAJO	Condiciones favorables para el desarrollo de dicha actividad en lo referente al espacio, iluminación, ventilación, muebles. Condiciones psicológicas que puedan influir sobre el trabajador.	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó

Cuadro 70.Descripción Cargo de Auxiliar de servicios generales


 DESCRIPCION DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Auxiliar de Servicios Generales	Código: 008	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Director de operaciones	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales: Ninguno
Función Principal: Mantener en completo orden y aseo las instalaciones de la empresa.		
Detalle de las Funciones: 1. Realizar el aseo diario a las instalaciones de la empresa. 2. Realizar labores diarias de cafetería como tinto, agua aromática etc. 3. realizar mensualmente a su jefe inmediato le pedido de aseo y cafetería. 4. velar por la limpieza y el orden la empresa.		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista

Cuadro 71.Perfil cargo Auxiliar de servicios generales

 PERFIL DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Auxiliar de Servicios Generales	Código: 008	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Director de operaciones	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales:

		Ninguno
HABILIDAD	Estudio: bachillerato. Experiencia: más de un año	
RESPONSABILIDADES	Realizar tareas de apoyo y mantenimiento de la infraestructura, en lo relativo a la higiene.	
ESFUERZO	Físico para estar de pie, agacharse, levantar y trasladar peso desplazarse por la entidad la mayor parte del tiempo. Visión y audición normales. Coordinación y destreza manual para la manipulación de útiles de trabajo.	
CONDICIONES DE TRABAJO	Ambiente de trabajo con condiciones normales en humedad, iluminación, ruido, para su ejecución.	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó

Cuadro 72.Descripción Cargo de Asesor comercial

DESCRIPCION DEL CARGO		
		
Nombre del Cargo: Asesor comercial	Código: 009	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Director Comercial	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales: Dos
Función Principal: Cumplir las metas mensuales de nuevos clientes		
Detalle de las Funciones:		


<ol style="list-style-type: none"> 1. Operar desde la óptica del cliente 2. investigar permanentemente los hábitos del consumidor, y competencias 3. seleccionar clientes esenciales. 4. Explorar nuevos mercados. 5. Obtener el crecimiento en las ventas 		
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista

Cuadro 73. Perfil cargo asesor comercial

 PERFIL DEL CARGO	
Nombre del Cargo: Asesor comercial	Código: 009 Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Director Comercial	Supervisa a: Ninguno No de cargos iguales: Dos
HABILIDAD	Estudio: Tecnólogo en Gestión Empresarial, conocimiento en mercadeo y ventas, servicio al cliente y tecnología y sistemas. Experiencia: De dos a tres años.
RESPONSABILIDADES	Es responsable de comunicarse efectivamente con los clientes. Identificar cambios necesarios para poder alcanzar las metas.
ESFUERZO	Su principal esfuerzo es mental, por la concentración necesaria para la ejecución de sus responsabilidades.


	El cargo exige un esfuerzo físico de estar sentado/parado constantemente y caminando periódicamente y requiere de un grado de precisión manual y visual medio.	
CONDICIONES DE TRABAJO	Condiciones favorables para el desarrollo de dicha actividad en lo referente al espacio, iluminación, ventilación, muebles. Condiciones psicológicas que puedan influir sobre el trabajador.	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó

Cuadro 74. Descripción Cargo de Afiliaciones

DESCRIPCION DEL CARGO		
		
Nombre del Cargo: Afiliaciones	Código: 010	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Director de operaciones	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales: Dos
Función Principal: Llevar un control mensual sobre las afiliaciones vigentes, su oportunidad en el pago, control de citas, programación de cirugías, citas especializadas, y todo lo relacionado con el servicio pos-venta		
Detalle de las Funciones: <ol style="list-style-type: none"> 1. Control sobre afiliaciones vigentes 2. control de los pagos de la prima mensual del afiliado 3. Programación de citas medico general, especialistas, programas de prevención y vacunación, autorizaciones. 4. servicio directo al cliente. 		

Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Analista
-----------------------	-----------------------------	-----------------

Cuadro 75. Perfil cargo afiliaciones

 PERFIL DEL CARGO		
Nombre del Cargo: Afiliaciones	Código: 010	Fecha: Noviembre de 2010
División: Gerencia	Departamento: Administrativo	Sección:
Cargo Jefe Inmediato: Director de operaciones	Supervisa a: Ninguno	No de cargos iguales: Dos
HABILIDAD	Estudio: Experiencia: más de dos años.	
RESPONSABILIDADES	Tiene contacto directo con el cliente, ya sea de forma personal o telefónica recibe la documentación de este. Debe tener capacidad para planear sus actividades.	
ESFUERZO	Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentada y caminar dentro de la oficina para transporte de documentos durante su jornada diaria.	
CONDICIONES DE TRABAJO	El trabajo se realiza en oficina, con temperatura adecuada, humedad ambiental natural, características de higiene normales, iluminación apta y una buena estructura.	
OBSERVACIONES		
Aprobó	Aprobó	Aprobó

4.3.3 Asignación salarial. Para la contratación laboral la empresa busca personal calificado en cada una de las áreas, para lo cual se tuvieron en cuenta algunos factores para la asignación salarial como:

- Nivel de Estudios
- Experiencia laboral
- Responsabilidad en el cargo
- De acuerdo al mercado
- Funciones
- Relaciones Personales

Factores que determinaron la estructura salarial relacionada a continuación;

Cuadro 76. Estructura salarial Mensual

Cargo	Base Salarial	Tipo de Contrato
Gerente General	\$ 2.200.000.00	Fijo
*Contador	\$ 1.000.000.00	Prestación de Servicios
Director de operaciones	\$1.100.000.00	Fijo
Director Comercial	\$ 1.100.000.00	Fijo
Tesorería	\$ 750.000.00	Fijo
Secretaría General	\$ 650.000.00	Fijo
Asesores Comerciales	\$ 600.000.00	Fijo
Afiliaciones	\$ 650.000.00	Fijo
Auxiliar de servicios Generales	\$ 500.000.00	Fijo

Los Cargos de Director Comercial y asesores comerciales comisionan por cumplimiento de metas mensuales de acuerdo a las estrategias de ventas

establecidas por la entidad, el cual oscilará entre un mínimo del 3% y un máximo del 5% sobre las ventas o afiliaciones mensuales.

*El cargo de contador es por prestación de servicios por lo anterior la base salarial estipulada en la tabla está sujeta a verificaciones, este valor corresponde a un promedio mensual de sus ingresos.

4.3.4 Aspectos Legales entre la EPS y las IPS.

- El contrato que se firmará ente la EPS y las posibles IPS, será un contrato de prestación de servicios bajo la modalidad de servicio prestado con precio concertado, lo que determinara igualdad de condiciones y el beneficio mutuo entre las entidades.
- Toda Clínica veterinaria que se vincule como IPS al proyecto debe cumplir con otros requisitos legales como: Constitución como empresa e Inscripción en la cámara de comercio, registro de libros contable, obtención del número de identificación tributaria.
- Las IPS se comprometen para con la EPS a prestar a sus afiliados y sus mascotas servicios de salud de primer nivel de atención contenidos en el plan. los servicios de segundo nivel con que cuente la IPS y estén contenidos en el Plan serán prestados con previa autorización escrita de la EPS, salvo en los casos de urgencia, salvo que estas actividades de urgencias deben ser reportadas a la IPS 12 horas hábiles siguientes y dichos servicios se facturaran por evento.
- Los servicios se prestarán a los usuarios que presenten su respectivo documento de identificación y su carné de afiliación vigente, salvo durante

los 45 días calendario a falta del carné vigente será la base de datos suministrada por la EPS la que permitirá los derechos del afiliado.

- La IPS podrá subcontratar los servicios que no disponga, la atención en salud será únicamente a los afiliados de la EPS residentes en Bucaramanga y su área metropolitana.
- la IPS no se hará responsable del suministro de procedimientos y/o medicamentos que hayan tenido la prescripción en otras clínicas veterinarias o en un nivel de complejidad diferente al uno. Salvo los servicios que sean autorizados y reconocidos por la EPS y bajo la modalidad de evento.

5. ESTUDIO FINANCIERO

“En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto. O sea que el marco financiero permite establecer los recurso que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará”⁶²

5.1. INVERSIONES

5.1.1 Inversión fija. La inversión en activos fijos está compuesta por muebles y enseres y equipo de oficina.

5.1.1.1 Muebles y enseres. Para el desarrollo del objeto social de la EPS, se hace necesaria la adquisición de muebles y enseres básicos tales como, escritorios, sillas, archivadores, y toda clase de elementos que permitan el desarrollo normal de sus operaciones, los cuales se relacionan a continuación:

Cuadro 77.Muebles y Enseres

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio tipo gerente	1	\$620.000.oo	\$620.000.oo
Silla Tipo Gerente	1	\$280.000.oo	\$280.000.oo
Escritorios de Oficina	10	\$300.000.oo	\$3.000.000.oo
Silla Ergonómicas	18	\$190.000.oo	\$3.420.000.oo

⁶² CORDOBA PADILLA, Marcial. Formulación y evaluación de Proyectos. Bogota. Ecoe Ediciones.2006

Modulo Recepción	1	\$840.000.oo	\$840.000.oo
Sillas para Recepción	12	\$120.000.oo	\$1.440.000.oo
Mesa para juntas	1	\$360.000.oo	\$360.000.oo
Sillas para sala de juntas	6	\$120.000.oo	\$720.000.oo
Mesas auxiliares	10	\$170.000.oo	\$1.700.000.oo
Archivadores Metálicos	4	\$410.000.oo	\$1.640.000.oo
Carteleras en paño	2	\$124.000.oo	\$248.000.oo
Tablero acrílico	1	\$115.000.oo	\$115.000.oo
Mueble para biblioteca	2	\$630.000.oo	\$1.260.000.oo
Papeleras medianas metálicas	10	\$90.000.oo	\$900.000.oo
Estantería metálica	1	\$230.000.oo	\$230.000.oo
Estantería en madera	2	\$94.000.oo	\$188.000.oo
Papelera grandes	2	\$130.000.oo	\$260.000.oo
Utensilios de cocina	1	\$145.000.oo	\$145.000.oo
Nevera	1	\$750.000.oo	\$750.000.oo
Cafetera	1	\$90.000.oo	\$90.000.oo
Estufa	1	\$150.000.oo	\$150.000.oo
Extintores ABC de 10 libras	4	\$93.500.oo	\$374.000.oo
Total	92	\$6.051.500.oo	\$18.730.000.oo

5.1.1.2 Equipo de Oficina. Con la tecnología en avance se hace necesario que todo esté computarizado, para mayor agilidad y atención, por lo cual se hace necesario tener equipos como servidores del sistema que conectara a través de internet la EPS y las IPS. Los equipos básicos para el desarrollo de labores son los siguientes.

Cuadro 79. Equipo de oficina

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadores de Escritorio	10	\$ 1.820.000.00	\$18.200.000.00
Impresora Láser	1	\$3.820.000.00	\$3.820.000.00
Impresora de Punto	2	\$1.100.000.00	\$2.200.000.00
UPS	1	\$420.000.00	\$420.000.00
Fax	1	\$170.000.00	\$170.000.00
Teléfonos	8	\$74.000.00	\$592.000.00
Calculadora Sumadora	3	\$230.000.00	\$690.000.00
Fotocopiadora multifuncional	1	\$4.500.000.00	\$4.500.000.00
Total	27	\$12.134.000.00	\$30.592.000.00

5.1.1.3 Total inmersión en activos fijos. La inversión en activos fijos contempla, muebles y enseres y equipo de oficina.

Cuadro 78.Total activos fijos

Concepto	Cantidad	Valor Total
Muebles y Enseres	88	\$18.730.000.00
Equipo de Oficina	27	\$30.592.000.00
Total	115	\$49.322.000.00

Cuadro 79.Depreciación en construcciones y adecuaciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres y equipo de oficina

Activo	Valor	Vida útil	Valor mes	Valor año
Muebles y enseres	\$18.730.000.00	5	\$312.167.00	\$3.746.000.00
Equipo de oficina	\$30.592.000.00	5	\$509.867.00	\$6.118.400.00

Total	\$49.322.000.00	10	\$822.034.00	\$9.864.400.00
--------------	------------------------	-----------	---------------------	-----------------------

5.1.2 Inversión diferida. La inversión en activos diferidos está compuesta por el evento social de lanzamiento, la publicidad de lanzamiento, el estudio de Factibilidad, los gastos de constitución y las adecuaciones realizadas a la oficina para su funcionamiento.

Cuadro 80.Total inversión activos diferidos

Concepto	Cantidad	Valor Total
Evento Social de lanzamiento	1	\$1.140.000.00
Publicidad de lanzamiento	20029	\$12.165.000.00
Estudio de Factibilidad	1	\$1.450.000.00
Gastos de Constitución	3	\$2.788.000.00
Adecuaciones locativas	1	\$9.990.000.00
Software	1	\$9.250.000.00
Total	20035	\$36.783.000.00

Cuadro 81.Amortización en activos diferidos

Activo	Valor	Vida útil	Valor mes	Valor año
Diferidos	\$36.783.000.00	5	\$613.050.00	\$7.356.600.00
Total	\$36.783.000.00	5	\$613.050.00	\$7.356.600.00

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. La inversión en capital de trabajo está representado por tres grupos discriminados así: Costos de prestación del servicio (Insumos, mano de obra directa, y costos indirectos para la prestación del servicio) Gastos de administración y ventas (Gastos de administración nomina administración, Gastos generales y mantenimientos) y por último los gastos financieros. Se presupuesta un periodo de un mes.

5.1.3.1 Costos de prestación del Servicio. Corresponde a los costos por insumos, mano de obra directa y Costos indirectos de prestación del Servicio, por ser una Empresa que subcontrata a otra para la prestación del servicio directo, los costos por de prestación del servicio solo se reflejan en insumos y mano de obra directa, los demás gastos corresponden a administración y ventas.

- Insumos: Corresponden a la papelería necesaria para el desarrollo normal de las afiliaciones y remisiones a las IPS.

Cuadro 82. Insumos

Concepto	Valor Mes	Valor Año
Papelería	\$280.000.00	\$3.360.000.00
Total	\$280.000.00	3.360.000.00

- Mano de obra directa: esta relacionada con la prestación del servicio directamente, para el caso la mano de obra directa es subcontratada a través de los convenios realizados con las clínicas o centros veterinarios del área metropolitana.

A continuación se detalla de una forma más amplia las tarifas de los diferentes servicios contratados a través de convenios entre la EPS y las posibles IPS, y la cantidad de posibles servicios prestados de formas mensual y anual discriminados para perros y gatos analizados por probabilidad de evento de acuerdo a la investigación desarrollada en el estudio técnico.

Cuadro 83. Mano de obra directa discriminada por valor de servicio para perros

Servicio	Valor Unitario del servicio	Cantidad por Mes	Valor Mes	Cantidad Por Año	Valor Año
----------	-----------------------------	------------------	-----------	------------------	-----------

Consulta General	\$33.200.00	16	\$531.200.00	192	\$6.374.400.00
Consulta especializada	\$53.900.00	3	\$161.700.00	36	\$1.940.400.00
Urgencias	\$62.300.00	8	\$498.400.00	96	\$5.980.800.00
vacunación	\$22.500.00	17	\$382.500.00	204	\$4.590.000.00
Desparasitación	\$18.000.00	10	\$180.000.00	120	\$2.160.000.00
Odontología	\$33.200.00	5	\$166.000.00	60	\$1.992.000.00
Pequeña Cirugía	\$59.000.00	5	\$295.000.00	60	\$3.540.000.00
Cirugía General	\$950.000.00	5	\$4.750.000.00	60	\$57.000.000.00
Hospitalización (7 días)	\$450.000.00	4	\$1.800.000.00	48	\$2.160.000.00
Rayos X	\$32.200.00	3	\$96.600.00	36	\$1.159.200.00
Laboratorio Clínico	\$32.200.00	3	\$96.600.00	36	\$1.159.200.00
Aseo y peluquería	\$18.000.00	88	\$1.584.000.00	1056	\$19.008.000.00
Medicamentos	\$50.000.00	5	\$250.000.00	60	\$3.000.000.00
Pago servicios complementarios %	\$300.000.00	1	\$300.000.00	12	\$3.600.000.00
Total	\$2.114.500	173	\$11.092.000.00	2076	\$133.104.000.00

Cuadro 84. Mano de obra directa discriminada por valor de servicio para gatos

Servicio	Valor Unitario del servicio	Cantidad por Mes	Valor Mes	Cantidad Por Año	Valor Año
Consulta General	\$29.600.00	7	\$207.200.00	84	\$2.486.400.00
Consulta especializada	\$50.300.00	2	\$100.600.00	24	\$1.207.200.00
Urgencias	\$60.300.00	3	\$180.900.00	36	\$2.170.800.00
vacunación	\$22.500.00	7	\$157.500.00	84	\$1.890.000.00
Desparasitación	\$18.000.00	1	\$18.000.00	12	\$216.000.00
Odontología	\$33.200.00	2	\$66.400.00	24	\$796.800.00
Pequeña Cirugía	\$59.000.00	1	\$59.000.00	12	\$708.000.00
Cirugía General	\$950.000.00	1	\$950.000.00	12	\$1.140.000.00
Hospitalización (7 días)	\$450.000.00	1	\$450.000.00	12	\$5.400.000.00

Rayos X	\$32.200.00	1	\$32.200.00	12	\$386.400.00
Laboratorio Clínico	\$32.200.00	1	\$32.200.00	12	\$386.400.00
Aseo y peluquería	\$18.000.00	53	\$954.000.00	636	\$11.448.000.00
Medicamentos	\$50.000.00	2	\$100.000.00	24	\$1.200.000.00
Pago servicios complementarios %	\$100.000.00	1	\$100.000.00	12	\$1.800.000.00
Total	\$1.905.300	83	\$3.408.000.00	996	\$40.089.600.00

Cuadro 85.Total Mano de obra directa

Cargo	Valor Mes	Valor año
Convenio IPS	\$14.500.000.00	\$174.000.000.00
Total	\$14.500.000.00	\$174.000.000.00

- Total costos de prestación del servicio: corresponden a la suma de los insumos y mano de obra directa.

Cuadro 86.Total Costos de prestación del Servicio

Concepto	Valor Mes	Valor Año
Papelería	\$280.000.00	\$3.360.000.00
Mano de obra directa	\$14.500.000.00	\$174.000.000.00
Total	\$14.780.000.00	\$177.360.000.00

5.1.3.2 Gastos de Administración y ventas. Gastos de administración nómina administración, Gastos generales y mantenimientos

- Mano de obra indirecta: Corresponde a la nómina generada por concepto de administración de la empresa

Cuadro 87.Nomina Administrativa

Cargo	Base Salarial mes	Auxilio de Transporte	Seguridad Social ARP, EPS, FPO 28.52%	Prestaciones Sociales	Aportes Parafiscales 9%	Dotación	Valor Mes	Valor año
Gerente	\$2.200.000.00	-	\$627.440.00	\$458.333.00	\$198.000.00	-	\$3.483.773.00	\$41.805.280.00
Director de Operaciones	\$1.100.000.00	-	\$313.720.00	\$229.167.00	\$99.000.00	-	\$1.741.887.00	\$20.902.640.00
Director Comercial	\$1.100.000.00	-	\$313.720.00	\$229.167.00	\$99.000.00	-	\$1.741.887.00	\$20.902.640.00
Tesorera	\$ 750.000.00	\$61.500.00	\$213.900.00	\$156.250.00	\$67.500.00	\$51.000.00	\$1.300.150.00	\$15.601.800.00
Secretaria General	\$ 650.000.00	\$61.500.00	\$185.380.00	\$135.417.00	\$58.500.00	\$51.000.00	\$1.141.797.00	\$13.701.560.00
Asesores Comercial 1	\$ 600.000.00	\$61.500.00	\$171.120.00	\$125.000.00	\$54.000.00	\$51.000.00	\$1.062.620.00	\$12.751.440.00
Asesores Comercial 2	\$ 600.000.00	\$61.500.00	\$171.120.00	\$125.000.00	\$54.000.00	\$51.000.00	\$1.062.620.00	\$12.751.440.00
Afiliaciones 1	\$ 650.000.00	\$61.500.00	\$185.380.00	\$135.417.00	\$58.500.00	\$51.000.00	\$1.141.797.00	\$13.701.560.00
Afiliaciones 2	\$ 650.000.00	\$61.500.00	\$185.380.00	\$135.417.00	\$58.500.00	\$51.000.00	\$1.141.797.00	\$13.701.560.00
Aux. de Servicios Generales	\$ 515.000.00	\$61.500.00	\$146.878.00	\$107.292.00	\$46.350.00	\$51.000.00	\$928.020.00	\$11.136.228.00
Total	\$8.815.000.00	\$430.500.00	\$2.514.038.00	\$1.836.458.00	\$793.350.00	\$357.000.00	\$14.746.346.00	\$176.956.144.00

Cuadro 88. Gastos de administración y ventas

Gastos Generales	Valor Mes	Valor Año
Nomina Administrativa	\$14.746.346.00	\$176.956.144.00
Honorarios del Contador	\$333.333.00	\$4.000.000.00
Servicios Públicos	\$900.000.00	\$10.800.000.00
Arrendamiento	\$2.500.000.00	\$30.000.000.00
Publicidad	\$750.000.00	\$9.000.000.00
Útiles de Oficina	\$150.000.00	\$1.800.000.00
Implementos de Aseo	\$110.000.00	\$1.320.000.00
Implementos de Cafetería	\$90.000.00	\$1.080.000.00
Rodamiento	\$100.000.00	\$1.200.000.00
Servicios de Seguridad	\$750.000.00	\$9.000.000.00
Gastos diversos	\$400.000.00	\$4.800.000.00
Total	\$20.829.679.00	\$249.956.144.00

5.1.3.3 Gastos Financieros. Corresponde a los gastos generados por interés del crédito Bancario solicitado para la financiación del proyecto.

Cuadro 89. Gastos Financieros

Concepto	Valor mes	Valor Año
Intereses Crédito Bancario	\$793.333.00	\$9.520.000.00
Total	\$793.333.00	\$9.520.000.00

5.1.3.4 Total Inversión en Capital de Trabajo. Es la suma de Costos de prestación del servicio, Gastos de Administración y ventas y Gastos Financieros.

Cuadro 90.Total Inversión en Capital de Trabajo

Concepto	Valor mes	Valor Año
Costos Directos de prestación del Servicio	\$14.780.000.00	\$177.360.000.00
Gastos de Administración y Ventas	\$20.829.679.00	\$249.956.144.00
Gastos Financieros	\$793.333.00	\$9.520.000.00
Total	\$36.403.012.00	\$436.836.144.00

5.1.4 Inversión total. La inversión se determina sumando la Inversión Fija, la inversión Diferida y la inversión del Capital de Trabajo.

Cuadro 91.Total Inversión

Concepto	Valor Año
Total Inversión Fija	\$49.322.000.00
Total Inversión diferida	\$36.783.000.00
Total Inversión en Capital de Trabajo (un mes)	\$36.403.012.00
Total	\$122.508.012.00

5.1.5 Fuentes de financiación. Las fuentes de financiación de la EPS, están distribuidas así \$42.508.012.00 con recursos propios y \$80.000.0000.00 con recursos de terceros mediante un crédito Bancario.

Cuadro 92.Fuentes de Financiación

Concepto	Valor	%
Recursos Propios	\$42.508.012.00	37%

Crédito Bancario	\$80.0000.000.00	63%
Total	\$122.508.012.00	100%

El crédito Bancario se solicitará por \$80.000.000.00 por la línea Bancoldex Inversión en capital de Trabajo, con plazo de 7 años a una tasa de DTF + 4 puntos, es decir el 11.9% E.A.

Cuadro 93. Tabla amortización crédito Bancario

N	Capital	Interés	Abono a Capital	Cuota anual
1	80.000.000.00	9.520.000.00	7.953.870.16	17.473.870.16
2	72.046.129.84	8.573.489.45	8.900.380.71	17.473.870.16
3	63.145.749.13	7.514.344.15	9.959.526.01	17.473.870.16
4	53.186.223.12	6.329.160.55	11.144.709.61	17.473.870.16
5	42.041.513.51	5.002.940.11	12.470.930.05	17.473.870.16
6	29.570.583.46	3.518.899.43	13.954.970.73	17.473.870.16
7	15.615.612.73	1.858.257.91	15.615.612.24	17.473.870.16

5.2. COSTOS

5.2.1. Costos fijos. Son erogaciones de dinero que deben cubrirse independientemente de la cantidad de servicios o afiliaciones realizadas, pertenecen a estos costos los gastos de administración y ventas, las depreciaciones y gastos financieros.

Cuadro 94. Costos Fijos

Concepto	Valor mes	Valor Año
----------	-----------	-----------

Gastos de administración y ventas	\$20.829.679.00	\$249.956.144.00
Depreciaciones	\$822.034.00	\$9.864.400.00
Gastos Financieros	\$793.333.00	\$9.520.000.00
Total	\$22.445.046.00	269.340.544.00

Para discriminar los costos fijos y variables, por cada tipo de plan a ofrecer es necesario utilizar la Pregunta No 14. Esta pregunta mide la intención de afiliación a cada uno de los dos planes ofrecidos por la Eps, obteniendo los siguientes resultados: para el caso de los perros el 67% señaló que escogería el plan básico el 14% el plan vip y el 19% respondió NS/NR, porcentaje que se distribuye proporcionalmente para obtener el 100% así:

- Perros = 701 afiliaciones/año plan Básico, 175 afiliaciones/año plan vip.
Total 876 afiliaciones.

Para el caso de los gatos la relación fue de 55% señaló que escogería el plan básico, el 4% para el plan vip, y el 41% respondió NS/NR, porcentaje que se distribuye proporcionalmente para obtener el 100% así:

- Gatos = 187 afiliaciones/año plan básico, 105 afiliaciones/año plan vip.
Total 292 afiliaciones

Cuadro 95. Costos fijos discriminados

TIPO DE PLAN	Afili/año	%	Costos fijos discriminados
Mascota Perro			
Plan básico	701	60%	\$161.604.326.00
Plan VIP	175	15%	\$40.401.082.00

Mascota gato			
Plan básico	187	16%	\$43.094.487.00
Plan VIP	105	9%	\$24.240.649.00
TOTAL	1.168	100%	269.340.544.00

5.2.2 Costos Variables. Son los costos que están relacionados directamente con la prestación del servicio y que representan erogaciones de dinero ya que inciden en la cantidad de servicios vendidos.

Cuadro 96.Costos Variables

Concepto	Valor mes	Valor Año
Insumos	\$280.000.00	\$3.360.000.00
Mano de obra directa	\$14.500.000.00	\$174.000.000.00
Total	\$14.780.000.00	\$177.360.000.00

Cuadro 97.Costos variables discriminados

TIPO DE PLAN	Afilia/año	%	Costos variables discriminados
Mascota Perro			
Plan básico	701	60%	\$106.416.000.00
Plan VIP	175	15%	\$26.604.400.00
Mascota gato			
Plan básico	187	16%	\$28.377.600.00
Plan VIP	105	9%	\$15.962.000.00
TOTAL	1.168	100%	\$177.360.000.00

5.2.3. Costos totales unitarios. Los costos totales unitarios se hallan sumando los costos fijos totales anuales y los costos variables totales anuales. El resultado se divide por la cantidad de servicios a prestar en el año.

Cuadro 98. Costos totales mascota perro

Concepto	Plan Básico		Plan VIP	
	Valor mensual	Valor anual	Valor mensual	Valor anual
Costos Fijos	\$13.467.027.00	\$161.604.326.00	\$3.366.757.00	\$40.401.082.00
Costos Variables	\$8.868.000.00	\$106.416.000.00	\$2.217.033.00	\$26.604.400.00
Total	\$22.335.027.00	\$268.020.326.00	\$5.583.790.00	\$67.005.482.00

Cuadro 99. Costos totales mascota gato

Concepto	Plan Básico		Plan VIP	
	Valor mensual	Valor anual	Valor mensual	Valor anual
Costos Fijos	\$3.591.207.00	\$43.094.487.00	\$2.020.046.00	\$24.240.649.00
Costos Variables	\$2.364.800.00	\$28.377.600.00	\$1.330.167.00	\$15.962.000.00
Total	\$5.956.007.00	\$71.472.087.00	\$3.350.213.00	\$40.202.649.00

Cuadro 100. Costos totales unitarios

TIPO DE PLAN	Afilia/año	Costos totales	Costos Unitarios del servicio/año	Costo unitarios del servicio/mes
Mascota Perro				
Plan básico	701	\$268.020.326.00	\$382.340.00	\$31.862.00
Plan VIP	175	\$67.005.482.00	\$382.888.00	\$31.907.00
Mascota gato				
Plan básico	187	\$71.472.087.00	\$382.204.00	\$31.850.00
Plan VIP	105	\$40.202.649.00	\$382.882.00	\$31.907.00

TOTAL	1.168	\$446.700.544.00	
-------	-------	------------------	--

5.2.4 Precio de venta. El precio de venta obtenido a través de los costos esta relacionado directamente con el número de afiliaciones por cada plan por tal motivo la diferencia es mínima entre uno y otro. Para efectos de precio de venta se tendrán en cuenta los precios establecidos en el mercado para trabajar con precios de paridad igual a la competencia que presentan este tipo de servicios nivel nacional, también se incluye el valor de la inscripción por concepto de papelería y carnetización de \$24.000.00 independiente del tipo de plan que escoja el usuario.

Aunque los costos superan el precio de venta, el proyecto tiene como objetivo en obtener el mayor numero de utilidades de los clientes que adquieren los diferentes tipos de planes pero no utilizan los servicios. De esta forma la relación costo precio se determina por la probabilidad de evento en que las diferentes mascotas usen los servicios ofrecidos, permitiendo de esta forma mantener las utilidades del negocio.

Cuadro 101.Precio de Venta

Concepto	Plan Básico		Plan VIP	
	Inscripción	Valor mensual	Inscripción	Valor mensual
Mascota Perro	\$24.000.00	\$30.000.00	\$24.000.00	\$40.000.00
Mascota Gato	\$24.000.00	\$22.000.00	\$24.000.00	\$32.000.00

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos proyectados. Corresponde a las erogaciones de dinero por concepto de costos de prestación del servicio y gastos de administración y ventas proyectados a cinco años para la cual se tuvo como porcentaje de incremento un 4%, valor promedio de la inflación en los últimos tres años. También se relacionan como egresos los gastos financieros que corresponde al pago de interés por el crédito Bancario. Las depreciaciones y amortización de diferidos, no se tuvieron en cuenta por no representar salidas reales de efectivo, en el flujo de caja proyectado si tienen incidencia.

Cuadro 102. Proyección Egresos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Prestación del Servicio	\$177.360.000	\$184.454.400	\$191.832.576	\$199.505.879	\$207.486.114
Gastos de Administración y ventas	\$249.956.144	\$259.954.390	\$270.352.566	\$281.166.669	\$292.413.336
Gastos Financieros	\$9.520.000	\$8.573.489	\$7.514.344	\$6.329.161	\$5.002.940
Total	\$436.836.144	\$452.982.279	\$469.699.486	\$487.001.709	\$504.902.390

5.3.2 Ingresos proyectados. Los ingresos se proyectaron en cinco gráficos para una mejor interpretación así: en el cuadro 105, se realizó proyección por número de afiliaciones las cuales como base el incremento de los hogares de nuestro mercado objetivo el cual se estima en 4%.

En el cuadro 106 se realizó proyección por el valor de las cuotas mensuales para las cuales se asignó un incremento anual del 4% que concuerda con el promedio de la inflación de los últimos años. En el cuadro 107, la proyección se realizó multiplicando el valor de la prima mensual por el Número de afiliaciones obteniendo resultados de forma mensual para cada año.

En el cuadro 108 se realizó la proyección de los ingresos recibidos por servicios complementarios que corresponden a la venta de los seguros por muerte y daño a terceros los cuales tienen un valor del 10% sobre el valor de plan. Valores aplicados al porcentaje obtenido en la pregunta No 15 de la encuesta de la demanda que media el grado de aceptación de estos servicios y que corresponden al 30% de las afiliaciones para el plan Básico y el 50% del plan vip, que comprarían dichos servicios para cada tipo de mascota.

En el cuadro 109, la proyección es convirtiendo los valores mensuales en anuales conociendo el valor en pesos anuales de los ingresos. A este valor se le agregó el valor de la inscripción de \$24.000.00 que solo se paga una única vez, por eso solo se incrementa ese valor para las nuevas afiliaciones, y los ingresos recibidos por servicios complementarios, obteniendo así los ingresos totales anuales

Cuadro 103. Ingresos proyectados por Número de afiliaciones

TIPO DE PLAN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mascota Perro					
Plan básico	701	730	759	789	821

Plan VIP	175	182	189	197	205
Mascota gato					
Plan básico	187	194	203	211	219
Plan VIP	105	109	113	118	123
Totales	1.168	1.215	1.264	1.315	1.368

Cuadro 104. Ingresos proyectados por Valor de afiliación Mensual

TIPO DE PLAN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mascota Perro					
Plan básico	\$30.000	\$31.200	\$32.448	\$33.746	35.096
Plan VIP	\$40.000	\$41.600	\$43.264	\$44.995	46.795
Mascota gato					
Plan básico	\$22.000	\$22.880	\$23.795	\$24.747	25.737
Plan VIP	\$32.000	\$33.280	\$34.611	\$35.995	37.435
<i>Valor inscripción</i>	<i>\$24.000</i>	<i>\$24.960</i>	<i>\$25.958</i>	<i>\$26.996</i>	<i>\$28.076</i>

Cuadro 105. Ingresos proyectados por No afiliaciones por valor del plan Mensual

TIPO DE PLAN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mascota Perro					
Plan básico	\$21.030.000	\$22.776.000	\$24.628.032	\$26.625.594	\$28.813.816
Plan VIP	\$7.000.000	\$7.571.200	\$8.176.896	\$8.864.015	\$9.592.975
Mascota gato					
Plan básico	\$4.114.000	\$4.438.720	\$4.830.385	\$5.221.617	\$5.636.403
Plan VIP	\$3.360.000	\$3.627.520	\$3.911.043	\$4.247.410	\$4.604.505
Totales/mes	\$35.504.000	\$38.413.440	\$41.546.356	\$44.958.636	448.647.699

Cuadro 106. Ingresos proyectados por servicios complementarios

TIPO DE PLAN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mascota Perro					
Plan básico 30%	\$630.900	\$683.280	\$738.841	\$798.768	\$864.414
Plan VIP 50%	\$350.000	\$378.560	\$408.845	\$443.201	\$479.649
Mascota gato					
Plan básico 30%	\$100.800	\$108.827	\$144.912	\$156.649	\$169.092
Plan VIP 50%	\$168.000	\$181.376	\$195.552	\$212.371	\$138.135
Total mensual	\$1.249.700	\$1.352.043	\$1.488.150	\$1.610.989	\$1.651.290
Total anual	\$14.996.400	\$16.224.516	\$17.857.800	\$19.331.868	\$19.815.480

Cuadro 107. Ingresos totales proyectados Anuales

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Mensual por Año	\$426.048.000	\$460.961.280	\$498.556.272	\$539.503.632	\$583.772.388
Ingresos por inscripción	\$28.032.000	\$1.173.120	\$1.271.942	\$1.376.796	\$1.488.028
Ingresos por servicios complementarios	\$14.996.400	\$16.224.516	\$17.857.800	\$19.331.868	\$19.815.480
Totales por Año	\$469.076.400	\$478.358.916	\$517.686.014	\$560.212.296	\$605.075.896

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Los resultados del punto de equilibrio buscan determinar que la empresa no gane ni pierda dinero, con el propósito de que la empresa proyecte su número de ventas necesarias para cubrir sus costos. El punto de equilibrio se halla mediante la fórmula:

$$Q^* = \text{CF totales anuales} / \text{Venta unitario} - \text{CV unitarios}$$

Cuadro 108. Punto de equilibrio

TIPO DE PLAN	Costos Fijos anuales	Afiliaciones primer año	Precio de venta	Costos variables unitarios	Q* Unid	Punto de equilibrio en pesos
Mascota Perro						
Plan básico	\$161.604.326.00	701	\$30.000	\$12.650	9314	\$279.420.000
Plan VIP	\$40.401.082.00	175	\$40.000	\$12.669	1478	\$59.120.000
Mascota gato						
Plan básico	\$43.094.487.00	187	\$22.000	\$12.646	4607	\$101.354.000
Plan VIP	\$24.240.649.00	105	\$32.000	\$12.668	1254	\$40.128.000
TOTAL	269.340.544.00	1.168				\$480.022.000

Con el propósito de hacer una interpretación del cuadro anterior se hace necesario explicar que los resultados obtenidos en el punto de equilibrio en unidades corresponden a la cantidad de pagos de forma mensual que se deben hacer durante un año, es decir para el caso de las afiliaciones para el plan básico con mascota el perro las afiliaciones proyectadas para el primer año fueron de 701 de las cuales se deben pagar doce cuotas al año para un total de 8.412, el punto de equilibrio determina que se deben realizar 9314 pagos. De igual forma se puede comparar los ingresos para el primer año y los resultados obtenidos en el punto de equilibrio en pesos. Para una mayor interpretación ver cuadro siguiente.

Cuadro 109. Punto de equilibrio detallado

TIPO DE PLAN	Afiliaciones primer año	Pagos por año/12	Ventas anuales	Q* Unid	Punto de equilibrio en pesos
Plan básico	701	8.412	\$252.360.000	9314	\$279.420.000
Plan VIP	175	2.100	\$84.000.000	1478	\$59.120.000
Plan básico	187	2.244	\$49.368.000	4607	\$101.354.000
Plan VIP	105	1.260	\$40.320.000	1254	\$40.128.000
ingresos Inscripción			\$28.032.000		
Ingresos serv. compl			\$14.996.400		
Total	1.168	14.016	\$469.076.400	16.653	\$480.022.000

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTAD

Cuadro 110.Flujo de Caja Proyectado

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$469.076.400	\$478.358.916	\$517.686.014	\$560.212.296	\$605.075.896
Aporte inicial	\$42.508.012		-	-	-	-
Prestamos recibidos	\$80.0000.000		-	-	-	-
Total Ingresos	\$122.508.012	\$469.076.400	\$478.358.916	\$517.686.014	\$560.212.296	\$605.075.896
EGRESOS						
Costos de prestación del Servicio		\$177.360.000	\$184.454.400	\$191.832.576	\$199.505.879	\$207.486.114
Gastos de administración y ventas		\$249.956.144	\$259.954.390	\$270.352.566	\$281.166.669	\$292.413.336
Gastos Financieros		\$9.520.000	\$8.573.489	\$7.514.344	\$6.329.160	\$5.002.940
(-)Depreciaciones		\$9.864.400	\$9.864.400	\$9.864.400	\$9.864.400	\$9.864.400
(-)Amortizaciones		\$7.356.600	\$7.356.600	\$7.356.600	\$7.356.600	\$7.356.600
U.A.I.		\$15.019.256	\$8.155.637	\$30.765.528	\$55.959.587	\$82.952.506
Impuesto de renta 33%		\$0.00	\$4.956.354	\$2.691.360.	\$10.152.624	\$18.476.564
U.D.I		\$15.015.259	\$3.199.283	\$28.074.168	\$45.836.963	\$64.475.942

(-)Inversión Fija	\$49.3220.000	-	-	-	-	-
(-)Inversión diferida	\$36.783.000	-	-	-	-	-
(-) abono a capital		\$7.953.870	\$8.900.381	\$9.959.526	\$11.144.710	\$12.470.930
(+) amortización		\$7.356.600	\$7.356.600	\$7.356.600	\$7.356.600	\$7.356.600
(+) depreciación		\$9.864.400	\$9.864.400	\$9.864.400	\$9.864.400	\$9.864.400
Saldo caja	\$36.403.012	\$24.286.386	\$11.519.902	\$35.335.642	\$51.913.253	\$69.226.012
+ saldo anterior		\$36.403.012	\$60.689.398	\$72.209.300	\$107.544.942	\$159.458.195
Saldo Neto en caja	\$36.403.012	\$60.689.398	\$72.209.300	\$107.544.942	\$159.458.195	\$228.684.207

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Estado de resultados proyectado a 5 años. Los gastos de administración y ventas tienen incluido el valor de las depreciaciones y amortización de diferidos.

Cuadro 111.Estado de Resultados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$469.076.400	\$478.358.916	\$517.686.014	\$560.212.296	\$605.075.896
Costo de venta	\$177.360.000	\$184.454.400	\$191.832.576	\$199.505.879	\$207.486.114
Utilidad bruta	\$291.716.400	\$293.904.516	\$325.853.438	\$360.706.417	\$397.589.782
Gastos de admón.	\$267.177.144	\$277.175.390	\$287.573.566	\$298.387.669	\$309.634.336
Utilidad operacional	\$24.539.256	\$16.729.126	\$38.279.872	\$62.318.748	\$87.955.446
Gastos Fros	\$9.520.000	\$8.573.489	\$7.514.344	\$6.329.160	\$5.002.940
Utilidad Antes de Impuestos	\$15.019.256	\$8.155.637	\$30.765.528	\$55.989.587	\$82.952.506
Impuesto de renta 33%	\$4.956.354	\$2.691.360.	\$10.1052.624	\$18.476.564	\$27.374.327
Utilidad después de Impuesto	\$10.062.902	\$5.454.277	\$20.612.904	\$37.513.023	\$55.577.179
Reserva Legal 10%	\$1.006.290	\$546.428	\$2.061.290	\$3.751.302	\$5.557.818
Utilidad Neta	\$9.056.612	\$4.917.849	\$18.551.513	\$33.761.721	\$50.020.361

5.7 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO)

Cuadro 112. Balance General

Balance General primer año	
ACTIVOS	
Activo Corriente	
Caja y bancos	\$60.689.398.00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$60.689.398.00
Activos Fijos	
Muebles y enseres	\$18.730.000.00
Equipo de Oficina	\$30.592.000.00
(-) Depreciación Acumulada	\$9.864.400.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$39.457.600.00
Otros Activos	
Diferidos	\$36.783.000.00
(-)Amortización Diferidos	\$7.356.600.00
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$29.426.400.00
TOTAL DE ACTIVOS	\$129.573.398.00
PASIVOS	
Pasivo Corriente	
Impuestos gravámenes y tasas	\$4.956.354.00
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$4.956.354.00
Pasivo a largo plazo	
Obligaciones financieras a largo plazo	\$72.046.130.00
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	\$72.046.130.00
TOTAL PASIVO	\$77.002.484.00
PATRIMONIO	
Capital social	\$42.508.012.00
utilidad del ejercicio	\$9.056.612.00

Reserva legal	\$1.006.290.00
TOTAL PATRIMONIO	\$52.570.914.00
PATRIMONIO+ PASIVO	\$129.573.397.00

6. EVALUACION DEL PROYECTO

En este proceso se determina el cambio generado por un proyecto a partir de la comparación entre el estado actual y es estado previsto en su planificación, es decir se intenta conocer qué tanto el proyecto puede cumplir sus objetivos o bien qué tanta capacidad posee para cumplirlos.

Esta evaluación produce información para la toma de decisiones, por lo que también se puede considera un proceso orientado a mejorar la eficacia del proyectos si fuera necesario, en relación con sus fines y así promover mayor eficiencia en la asignación de los recurso si fuera el caso.

Luego cabe precisar que la evaluación es un medio para optimizar la gestión de los proyectos.

6.1 IMPACTO SOCIAL

El proyecto no solo contribuye con el cuidado de las mascotas de los habitantes de los estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga y su área metropolitana, si no pretende contribuir con el bienestar de los niños que tiene como mascota el perro o el gato, así mismo ampliar el punto de vista de los propietarios de mascotas, respecto al cuidado de las mismas.

Un riesgo social latente para el proyecto es la vulnerabilidad de las mascotas por enfermedades y el riesgo de los niños y ancianos que habiten con estas por perjudicarse con dicha situación. El impacto de la salud de las mascotas es un proceso multidisciplinario en el que se examina una amplia gama de datos mediante diferentes procedimientos. El termino salud para la mascota y su

propietario, abarca, bienestar social, económico, y psicológico y la capacidad de adaptación de el uno y el otro en la sociedad.

Así mismo afianzar principios y valores que favorezcan a la mascota propietario y comunidad, pues las EPS, son formas asociativas, con relaciones laborales, con prestación de servicios, guiados por valores de mutua colaboración y solidaridad, donde con es fuerza y dirección de los participantes en esta actividad se producen servicios para mejorar la relación mascotas comunidad.

6.2. IMPACTO AMBIENTAL

Desde hace varios años es tema central de discusión y sobre el cual se presta mucha atención respecto a cualquier obra del ser humano y su relación con el ambiente es un estudio denominado evaluación del impacto ambiental, aspecto que ha evolucionado a partir de acciones normativas, pasando de ser un simple informe protocolar, que consiste en la sumatoria de los impactos positivos y negativos que genera el proyecto a un estudio multidisciplinario e interdisciplinario donde no necesariamente cualquier resultado positivo es viable para el medio ambiente.

La entidad promotora de salud tiene un impacto ambiental moderado, básicamente se busca como propósito fundamental un manejo de los asuntos humanos de forma que sea posible un sistema de vida en armonía con la naturaleza.

Unos de estos asuntos son el consumo de energía eléctrica solo cuando sea necesario, la reutilización del papel, mantener un nivel de consumo de agua.

Estas actividades, se pueden considerar con signo positivo, pues contribuyen al bienestar del medio ambiente.

Para la EPS, es importante la preocupación por los efectos de las acciones humanas respecto al medio ambiente. Considerándose como un movimiento conservista, progresivamente esta preocupación se involucra con la salud y bienestar humano, afectados este desarrollo económico y urbano, donde ya se hace referencia a la dimensión de medio social.

6.3 EVALUACION FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto. Para hallar el valor presente neto, se tomó como tasa de oportunidad, la tasa efectiva de un CDT a 90 días la cual fue de 3.35%.

Cuadro 113. Valor presente neto

PERIODO	FLUJO DE CAJA
0	-\$ 122.508.012,00
1	\$ 24.286.386,00
2	\$ 11.519.902,00
3	\$ 35.335.642,00
4	\$ 51.913.253,00
5	\$ 69.226.012,00
Costo de oportunidad	8%
VPN	\$ 23.168.274,79

El valor presente neto, arrojó un valor positivo de \$ 23.168.274,79 que es el valor en que aumentará la inversión en la empresa en un lapso de 5 años al ejecutar el proyecto, luego el VPN calculado con una tasa de oportunidad de 8% (valor tomado de fondos de inversión, depósitos bancarios a plazo fijo) el valor presente de los ingresos es mayor el valor presente de los egresos.

La principal ventaja de este método, es que al homogenizar los flujos netos de caja a un mismo momento de tiempo ($t=0$), reduce a una unidad de medida común cantidades de dinero generadas en momentos diferentes. Además admite introducir en los cálculos flujos de signo positivo y negativo en los diferentes momentos del horizonte sin que por ello se distorsione el significado del resultado final.

6.3.2. Tasa interna de retorno TIR. Es la misma tasa de recuperación del proyecto de la reinversión de los flujos netos de efectivos dentro de la operación propia del negocio. Es una herramienta financiera y la máxima tasa de descuento que puede tener el proyecto para ser rentable.

Cuadro 114. Tasa interna de retorno

PERIODO	FLUJO DE CAJA
0	-\$ 122.508.012,00
1	\$ 24.286.386,00
2	\$ 11.519.902,00
3	\$ 35.335.642,00
4	\$ 51.913.253,00
5	\$ 69.226.012,00
TIR	14%

Este indicador de rentabilidad relativa del proyecto muestra que esta tiene un valor de 14%, que es la tasa que el proyecto le reconoce al inversionista sobre la deuda. Como la TIR es mayor que la tasa de oportunidad (8%) se entiende que el proyecto es factible.

6.3.3 Periodo de recuperación. Este instrumento permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o su inversión inicial, y se halla de la siguiente manera:

Periodo de recuperación = Inversión inicial / saldo promedio sin depreciación.

Flujo de caja – depreciación = \$ 142.959.195,00

Saldo promedio= \$ 28.591.839,00 (142.959.195,00/5)

Inversión inicial = \$122.508.012

Periodo de recuperación = 4,2847 AÑOS

Es necesario mencionar que el plazo de recuperación no mide ni refleja todas las dimensiones que son significativas para la toma de decisiones sobre la factibilidad del proyecto, tampoco se considera un método completo para poder ser empleado con carácter general para medir valores de la misma.

6.3.4 Análisis de las razones Financieras

➤ **LIQUIDEZ:** esta razón permite medir la habilidad de la entidad para pagar sus deudas a corto plazo, y se puede medir mediante la aplicación de las siguientes formulas.

▪ **Razón corriente: activo corriente/pasivo corriente.**

$\$60.689.398/\$4.956.354= 12.24$ veces, es decir por cada peso que la entidad debe en el pasivo corriente tiene \$12.24 para responder.

▪ **Capital de trabajo: activo corriente-pasivo corriente.**

$\$60.689.398 - \$4.956.354 = \$55.733.044$ millones de pesos destinados para cubrir las erogaciones necesarias en su actividad.

➤ **ENDEUDAMIENTO**

▪ **Nivel de endeudamiento: pasivo total/activo total.**

$\$77.002.484 / \$129.573.398.00 = 59.42\%$. Este indicador señala que la participación de los acreedores es de 59.42% sobre el valor total de la empresa, así mismo permite identificar el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento, la que indica que por cada peso que se tiene en el activo se debe el 59.42 centavos.

▪ **Endeudamiento en el corto plazo: pasivo corriente/pasivo total.**

$\$4.956.354 / \$77.002.484 = 6.43\%$. Esto quiere decir que por cada 100 pesos que la empresa tiene en el pasivo, el 6.43% son del pasivo a corto plazo.

▪ **Endeudamiento en el largo plazo: pasivo largo plazo/pasivo total.**

$\$72.046.130 / \$77.002.484 = 93.56\%$. Del pasivo total, el 93.56% pertenece al pasivo de largo plazo.

➤ **ACTIVIDAD:** mediante esta razón se determina la eficiencia de la empresa en la administración de los activos y pasivos.

▪ **Rotación de activos: ventas/activo total.**

$\$9.056.612$ (año 1) / $\$129.573.398 = 6.98$ veces. Este indicador muestra que tan eficiente es la entidad con la administración y gestión de sus activos. Este resultado quiere decir que en un año los activos rotan 6.98 veces.

- **RENTABILIDAD:** es aquí donde se mide el éxito de la empresa en un periodo determinado desde el punto de vista financiero.
- **Margen bruto: utilidad bruta/ ventas.**
291.716.400 (año 1) /\$469.076.400 (año 1)= 62.18% este indicador muestra que se está generando una utilidad bruta de 62.18% por cada peso vendido
 - **Margen operacional: utilidad operativa/ventas netas.**
\$24.539.256 (año 1) /\$469.076.400 (año 1)= 3.95%. Aquí se identifica que la entidad es lucrativa en un 3.95% en sí mismo, independientemente de la forma como fue financiado.
 - **Margen neto: utilidad neta/ventas.**
\$5.436.200 (año 1) /\$469.076.400 (año 1)= 5.23%. Este porcentaje determina que queda 5.23% en cada venta, después de deducir todos los gastos, incluyendo los impuestos, obteniendo como resultado un porcentaje aceptable.
 - **Rentabilidad patrimonio: utilidad neta/patrimonio.**
\$9.056.612 (año 1) /\$52.570.914=17.22%. Este porcentaje indica que de cada 100 pesos invertidos en patrimonio estoy ganando 17.22 pesos. Así mismo se puede decir que durante un año de operación la entidad obtuvo una rentabilidad del 17.22% en patrimonio.
 - **Rentabilidad activo: utilidad neta/activo.**
\$9.056.612 (año 1) /\$129.573.398. =6.98% este porcentaje indica que de cada 100 pesos invertidos en activo estoy ganando 6.98 pesos, también que durante un año de operación los activos de la entidad generan un 6.98% de rentabilidad.

Cuadro 115. Proyección razones financieras

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVIDAD					
Rotación de activos	6.98 veces	3.79 veces	14,31 veces	26.05 veces	38.60 veces
RENTABILIDAD					
Margen bruto	62,19%	61,44%	62,94%	64,39%	65,71%
Margen operacional	5.23%	3.49%	7.39%	11.12%	14.53%
Margen neto	1.93%	1.02%	3.58%	6.02%	8.26%
Rentabilidad del patrimonio	17.22%	9.35%	35.28%	64.22%	94.14%
Rentabilidad del activo	6.98%	3.79%	14.31%	26.05%	38.60%

Como se puede evidenciar a medida que se avanza en el tiempo de análisis del proyecto la rotación de los activos en un año se aumenta. En el caso del bloque de rentabilidad los márgenes bruto, operacional y margen neto aumentan, siendo beneficioso para la entidad, pues aumenta la utilidad bruta, productividad del proyecto, y el porcentaje que queda después de deducir todos los costos.

Así mismo la rentabilidad del activo y patrimonio tienen buen comportamiento siendo más notorio a partir del segundo año de operación donde por cada \$100 invertidos en el activo aumentan drásticamente los pesos que se ganan. En el caso de la rentabilidad del patrimonio, sucede lo mismo, año tras año aumenta el porcentaje de rentabilidad del patrimonio.

A pesar de que en la evaluación del proyecto se requiera una extensa recopilación de información manejo y análisis de la misma, ofrece resultados simples y de fácil interpretación, como el VPN y TIR.

Como se observa el proyecto obtuvo dichos valores favorables, pues el VPN tiene un valor de \$ 23.168.274,79 valor positivo, lo que indica que el proyecto puede dar una tasa mayor a la establecida o dicho de otra manera, los inversionistas logran obtener un rendimiento de 8% mensual, más una cantidad adicional al final del periodo establecido para el proyecto.

La tasa interna de retorno indica que el proyecto es capaz de ofrecer una tasa del 14% mensual la que se obtendrá siempre y cuando se cumplan las condiciones de costo y proyecciones establecidas.

Reconociendo absolutamente la validez de métodos y técnicas utilizadas se considera que los productos informativos son confiables.

CONCLUSIONES

El proyecto de inversión es un sistema que puede definirse como un conjunto de recursos dispuestos de forma coordinada, hasta alcanzar objetivos, que al menos en parte tiene un carácter económico, pero al mismo tiempo este sistema puede ser analizado y evaluado razonablemente como una unidad independiente.

La estructura de preparación y presentación de proyectos de inversión comienza con una idea, o planteamiento del problema, y cada una de las etapas siguientes es la profundización de la idea principal, y no solo se refiere al conocimiento si no también a la investigación y análisis.

La ultima parte que hace referencia a la cristalización de la idea con el diseño de planta, la prestación del servicio, la satisfacción de los propietarios de mascotas, que fue en un principio lo que dio origen a la idea del proyecto, buscando recopilar, crear y analizar, en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos al presente proyecto.

Dentro de las ventajas cuantitativas se puede mencionar el valor del VPN (\$ 23.168.274,79), el que indica que el valor de la inversión (\$85.105.000) aumentará, y una TIR de 14%, cuyo porcentaje representa la rentabilidad relativa del proyecto, siempre y cuando se tengas 1.168 afiliaciones en el primer año, y estas aumenten en un 4% anualmente con precios de venta entre \$22.000 y \$40.000 y los gastos, costos y egresos que tenga la entidad sea como se muestra en su estudio.

El estudio de mercados muestra que un alto porcentaje de perros y gatos estarían dispuestos a adquirir el servicio (68% y 57% respectivamente) así mismo la

proyección de la demanda se presenta en forma ascendente, beneficiosa para el proyecto.

Los análisis de los diferentes estudios, muestran la manera como se asegura, resolver la necesidad de los propietarios de perros y gatos de los estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga y su área metropolitana, en forma eficiente segura y rentable.

BIBLIOGRAFIA

ARANDA Mora María Sildana, Rodríguez Ruiz Luz Marina. Factibilidad Para Crear la Empresa “Canisalud EPS” En la ciudad de Bucaramanga; para la prestación de servicios de Salud Canina. Proyecto de Grado. Biblioteca UIS. Bucaramanga 2007.

CORDOBA Padilla, Marcial. Formulación y evaluación de proyectos. Ecoe Ediciones. Bogotá, 2006.

GARCIA CRIOLLO, Roberto. Estudio del Trabajo. Mc Graw Hill. México 2007.

GARCIA SERNA, Oscar León. Administración Financiera. Prensa moderna impresores S.A. Cali –Colombia 1999.

GUDIÑO DAVILA, Emma Lucia; Coral Delgado, Lucy del Carmen. Contabilidad Universitaria. Quinta edición. Mc Graw Hill. Bogotá 2005.

MENDEZ Álvarez, Carlos Eduardo. Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de Investigación con énfasis en ciencias empresariales. Limusa Noriega editores. Bogotá 2006.

MORALES ARRIETA, Juan Antonio; Velandia Herrera Néstor Fernando. Salarios Estrategia y sistema salarial de Compensaciones. Mc Graw Hill. Bogotá 1999.

MORENO Macareo Luz Dary. Factibilidad para la creación de una Guardería para Macotas “perros” en la Ciudad de Bucaramanga. Proyecto de Grado. Biblioteca UIS. Bucaramanga 2007.

PABON BARAJAS, Hernán. Fundamentos de Costos. División Editorial y Publicaciones UIS. Bucaramanga 2005.

<http://www.animalesyanimales.com/el-perro/> . Animales y animales. El perro.

<http://perros.mascotia.com/razas/historia-del-perro/la-evolucion-del-perro-i.html>.
Mascotia. La evolución del perro.

<http://www.botanical-online.com/animales/domesticacionlobo.htm>. botanical-online.
La domesticación del lobo hasta el perro.

<http://www.crisangeles.com/mundofelino/articulos/datos.htm>. Mundo felino. Datos básicos sobre los gatos

<http://www.laclinicaveterinaria.com/>. La clínica veterinaria. Servicios y consultas.

<http://www.todoperro.es/consejos/rabia.html> todo perros.es. La rabia en los perros.

<http://www.mascotas.org/09-07-2009/perros/enfermedades-comunes-de-los-perros>.
mascotas.org. enfermedades comunes en los perros.

<http://consejoveterinario.wordpress.com/2009/07/30/parvovirosis/>. José. Que es la parvovirosis canina. Parvovirosis canina. La parvovirosis canina.

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
INVESTIGACION DE MERCADOS

En el marco de desarrollo de la carrera de Gestión Empresarial, se hace un estudio de factibilidad para la creación de una Entidad Promotora de Salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga. Para conocer su opinión al respecto se ha elaborado la presente encuesta.

1. ¿Posee como mascota un perro o gato en su hogar?

SI ____

NO ____

Para los que contestaron que SI, favor continuar con el cuestionario.

2. ¿Especifique cual

Perro ____

Gato ____

3. Marque con una X la raza a la cual pertenece su gato o perro.

Razas de Perros más comunes		Razas de Gatos más comunes	
Labrador retriever		Persa	
Schanauzer		Himalayo	
Beagle		Absinios	
Golden retrivier		Chartreux	
Rot wailer		Siames	
pincher		Angora	
fresh poodle		Siberiano	

Otro. Cual?		Otro. Cual?	
NS/NR		NS/NR	

4. ¿Edad de la mascota?

0 a 2 años _____

2 a 4 años _____

4 a 6 años _____

6 a 8 años _____

Más de 8 años _____

NS/NR _____

5. ¿Su mascota está afiliada a un plan de salud?

Si _____

No _____

NS/NR _____

6. ¿A cuál clínica veterinaria lleva normalmente su mascota?

Veterinaria fauna _____

Veterinaria Sotomayor _____

Veterinaria Pequeños animales _____

Veterinaria Agrored _____

Otras. Cual? _____

NS/NR _____

7. ¿Qué factores incidieron para utilizar esta clínica veterinaria?

Costo del servicio _____

Atención 24 horas _____

Ubicación _____

Calidad del servicio _____

Otros _____
NS/NR _____

8. ¿Con que frecuencia utiliza los servicios de salud veterinaria para su mascota?

Mensual _____
Bimensual _____
Trimestral _____
Semestral _____
Ocasional _____
Otros _____
NS/NR _____

9. ¿Qué rango o promedio de dinero gasta usted mensualmente por la utilización de los servicios veterinarios?

\$20.000 -- \$40.000 _____
\$40.000 -- \$80.000 _____
\$80.000 -- \$120.000 _____
Más de \$120.000 _____
NS/NR _____

10. ¿Cuál servicio de salud veterinaria es el más utilizado?

Consulta general _____
Urgencias _____
Cirugía _____
Odontología _____
Laboratorio _____
Exámenes _____
Vacunación _____
Otros. _____ Cuáles? _____
NS/NR _____

11. ¿Para usted que es lo mas importante al momento de utilizar servicios médicos veterinarios?

Atención _____

Experiencia _____
Ubicación _____
Confianza _____
Precios _____
Otros _____
NS/NR _____

12. ¿Estaría dispuesto a afiliar a su mascota a una entidad promotora de salud para perros y gatos, para lo cual usted pagaría una cuota mensual fija, cubriendo con este valor, los servicios básicos de salud veterinaria, como son consulta general, consulta especializada, urgencias 24 horas, programas de vacunación y desparasitación, odontología, pequeñas cirugías, cirugía general, hospitalización, rayos x y servicios de laboratorio clínico, entre otros?

SI ____

NO ____

Porque: _____

13. ¿Qué tarifa estaría dispuesta a pagar mensualmente por la prestación de estos servicios de salud por la nueva EPS para perros y gatos?

Entre 20 y 30 mil pesos _____
Entre 30 y 40 mil pesos _____
Entre 40 y 50 mil pesos _____
Otro _____
NS/NR _____

14. ¿A cual plan afiliaría a su mascota una vez conocida las ventajas del plan Básico y plan VIP?
Se realizará una explicación de los servicios y ventajas ofrecidos por cada plan.

Plan Básico _____
Plan VIP _____
NS/NR _____

15. ¿Compraría los servicios adicionales ofrecidos por la entidad, relacionados con los seguros protección contra accidente y muerte,

SI _____
NO _____
NS/NR _____

ANEXO B. TABLA ELECTRIFICADORA DE SANTANDER

MUNICIPIO	TOTAL	RESIDENCIAL
-----------	-------	-------------

	CLIENTES	EST 1	EST 2	EST 3	EST 4	EST 5	EST 6
BARRANCABERMEJA	2						
BETULIA	996	32	362	23	0	0	0
BUCARAMANGA	152.188	16.305	24.153	32.290	40.022	4.041	6.972
CABRERA	1						
CALIFORNIA	420	74	81	12	0	0	0
CEPITA	511	19	22	2	0	0	0
CHARTA	936	122	126	7	0	0	0
EL CARMEN DE CHUCURI	3.852	40	465	22	0	0	0
EL PLAYON	3.141	284	1.074	59	0	0	0
FLORIDABLANCA	63.053	5.524	21.415	18.911	8.362	2.943	497
GALAN	856	42	219	18	0	0	0
GIRON	31.200	6.136	10.439	8.783	634	18	0
LEBRIJA	7.986	419	1.306	1.421	13	0	0
LOS SANTOS	3.610	86	249	68	28	0	0
MATANZA	1.677	102	283	62	0	0	0
PIEDRECUESTA	32.626	1.251	7.729	13.945	887	23	1
RIONEGRO	5.144	190	670	583	11	0	0
SAN ALBERTO	1						
SAN ANDRES	23						
SAN GIL	1						
SAN VICENTE DE CHUCURI	7.506	746	2.135	479	15	0	0
SANTA BARBARA	622	2	108	0	0	0	0
SANTA HELENA DEL OPON	3						

ANEXO C. ENCUESTA APLICADA A LA OFERTA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
INVESTIGACION DE MERCADOS

En el marco de desarrollo de la carrera de Gestión Empresarial, se hace un estudio de factibilidad para la creación de una Entidad Promotora de Salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga. Para conocer la oferta existente y sus características se ha elaborado la presente encuesta.

Nombre de la Clínica Veterinaria: _____

Dirección: _____

1,¿Desde hace cuanto tiempo presta el servicio de Salud veterinaria? _____

2,¿De los siguientes servicios de salud veterinaria cuales ofrece para cada tipo de mascota (perro y gato) y que cantidad de esos servicios son atendidos de forma mensual.

Servicio	Perro		Gato	
	Ofrece el servicio	Cantidad/mes	Ofrece el servicio	Cantidad/mes
Consulta general				
Urgencias 24 horas				
cirugía				
Odontología				
laboratorio				
Exámenes				
Vacunación				
Otros. Cuáles?				

3. Que rango de precios maneja la entidad para los siguientes y servicios y clase de mascota (perro y gato)

Servicio	Perro					
	Rango de precio	Rta	Rango de precio		Rango de precio	Rta
consulta general	\$25.000 y \$40.000		\$40.000 y \$60.000		Mas de \$60.000	
Urgencias 24 horas						
cirugía						
Odontología						
laboratorio						
Exámenes						
Vacunación						
Otros. Cuáles?						

Servicio	Gato					
	Rango de precio	Rta.	Rango de precio		Rango de precio	Rta
consulta general	\$25.000 y \$40.000		\$40.000 y \$60.000		Mas de \$60.000	
Urgencias 24 horas						
cirugía						
Odontología						
laboratorio						
Exámenes						
Vacunación						
Otros. Cuáles?						

4. En base a que características la entidad fija los precios? Se puede escoger mas de una opcion.

Peso _____

Tamaño _____

Raza _____

Ninguno _____

Otro. Cual? _____

5. posee planes o paquetes de salud para sus usuarios?

SI _____ Valor _____

NO _____

6. Cuáles son las enfermedades o situaciones más frecuentes para el uso de la clínica por parte de los usuarios?

7. Cual es modalidad de pago que manejan actualmente?

Efectivo _____

TC _____

Otro Cual?

8. Considera que ha aumentado o disminuido la cantidad de usuarios manejados por ustedes con relacion al año 2009.

SI _____

NO _____

Por que? _____

ANEXO D. CENTRO VETERINARIO MASCOTAS Y MASCOTAS

Bucaramanga, Marzo 16 de 2011

Señores

CENTRO VETERINARIO MASCOTAS Y MASCOTAS

Carrera 25 No 30-35

Floridablanca

Respetados Señores,

Dentro de un proceso de investigación desarrollado por los estudiantes de decimo semestre del programa de Gestión Empresarial, del Instituto de proyección Regional y educación a distancia IPRED de la Universidad Industrial de Santander, queremos conocer la siguiente información relacionada con la capacidad que actualmente posee su entidad; con el propósito de disponer de un porcentaje de ella para la constitución del Proyecto denominado "Factibilidad para la creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga"

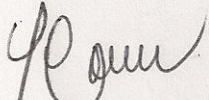
1. ¿Qué capacidad diseñada posee su entidad por cada uno de los servicios señalados a continuación? ¿Qué porcentaje de esa capacidad estaría dispuesto a ofrecer a la nueva Eps?

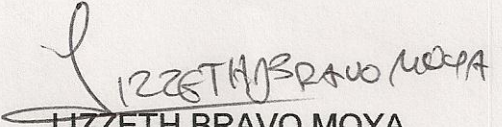
Servicio	Período	Capacidad Actual Diseñada	Porcentaje de capacidad a ofrecer	No de servicios
Consulta General	Semana	144	20%	28
	Mes	576	20%	115
	Año	6912	20%	1382
Consulta especializada	Semana	48	20%	9
	Mes	142	20%	38
	Año	2304	20%	460
Urgencias	Semana	14	20%	2
	Mes	56	20%	11
	Año	672	20%	131
vacunación	Semana	144	20%	28
	Mes	576	20%	115
	Año	6912	20%	1382

	Año	144	20%	28
Desparasitación	Semana	576	20%	115
	Mes	6912	20%	1382
	Año	96	20%	19
Odontología	Semana	384	20%	76
	Mes	4608	20%	921
	Año	24	20%	4
Pequeña Cirugía	Semana	96	20%	19
	Mes	1152	20%	230
	Año	1152	20%	2
Cirugía General	Semana	12	20%	9
	Mes	48	20%	115
	Año	576	20%	9
Hospitalización	Semana	48	20%	38
	Mes	192	20%	460
	Año	2304	20%	4
Rayos X	Semana	24	20%	19
	Mes	96	20%	230
	Año	1152	20%	4
Laboratorio Clínico	Semana	24	20%	19
	Mes	96	20%	230
	Año	1152	20%	230

Su aporte es valioso en el desarrollo del presente estudio, y su opinión permitirá ofrecer estadísticas confiables y precisas del sector. Agradecemos el tiempo que destino para responder la información solicitada y esperamos continuar con su colaboración en futuras mediciones.

Cordialmente,


GERMAN CADENA GARCÉS
Estudiante Decimo semestre
Gestión Empresarial


LIZZETH BRAVO MOYA
Estudiante Decimo semestre
Gestión Empresarial

ANEXO E. CENTRO VETERINARIO SAN JUAN

Bucaramanga, Marzo 16 de 2011

Señores

CENTRO VETERINARIO SAN JUAN

Carrera 23 No 29-30

Girón

Respetados Señores,

Dentro de un proceso de investigación desarrollado por los estudiantes de decimo semestre del programa de Gestión Empresarial, del Instituto de proyección Regional y educación a distancia IPRED de la Universidad Industrial de Santander, queremos conocer la siguiente información relacionada con la capacidad que actualmente posee su entidad; con el propósito de disponer de un porcentaje de ella para la constitución del Proyecto denominado " Factibilidad para la creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga"

1. ¿Qué capacidad diseñada posee su entidad por cada uno de los servicios señalados a continuación? ¿Qué porcentaje de esa capacidad estaría dispuesto a ofrecer a la nueva Eps?

Servicio	Período	Capacidad Actual Diseñada	Porcentaje de capacidad a ofrecer	No de servicios
Consulta General	Semana	144	15%	21
	Mes	576	15%	86
	Año	6912	15%	1036
Consulta especializada	Semana	48	15%	7
	Mes	144	15%	28
	Año	2304	15%	345
Urgencias	Semana	14	15%	2
	Mes	56	15%	8
	Año	672	15%	100
vacunación	Semana	144	15%	21
	Mes	576	15%	86
	Año	6912	15%	1036

Desparasitación	Semana	114	15%	21
	Mes	576	15%	86
	Año	6912	15%	1036
Odontología	Semana	96	15%	14
	Mes	384	15%	57
	Año	4608	15%	691
Pequeña Cirugía	Semana	24	15%	3
	Mes	96	15%	14
	Año	1152	15%	172
Cirugía General	Semana	12	15%	1
	Mes	48	15%	7
	Año	576	15%	86
Hospitalización	Semana	18	15%	7
	Mes	192	15%	28
	Año	2304	15%	345
Rayos X	Semana	24	15%	3
	Mes	96	15%	14
	Año	1152	15%	230
Laboratorio Clínico	Semana	24	15%	3
	Mes	96	15%	14
	Año	1152	15%	172

Su aporte es valioso en el desarrollo del presente estudio, y su opinión permitirá ofrecer estadísticas confiables y precisas del sector. Agradecemos el tiempo que destino para responder la información solicitada y esperamos continuar con su colaboración en futuras mediciones.

ANEXO F. CENTRO VETERINARIO MASCOTAS Y MÁS

Bucaramanga, Marzo 16 de 2011

Señores

CENTRO VETERINARIO MASCOTAS Y MASCOTAS

Carrera 25 No 30-35

Floridablanca

Respetados Señores,

Dentro de un proceso de investigación desarrollado por los estudiantes de decimo semestre del programa de Gestión Empresarial, del Instituto de proyección Regional y educación a distancia IPRED de la Universidad Industrial de Santander, queremos conocer la siguiente información relacionada con la capacidad que actualmente posee su entidad; con el propósito de disponer de un porcentaje de ella para la constitución del Proyecto denominado "Factibilidad para la creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga"


1. ¿Qué capacidad diseñada posee su entidad por cada uno de los servicios señalados a continuación? ¿Qué porcentaje de esa capacidad estaría dispuesto a ofrecer a la nueva Eps?

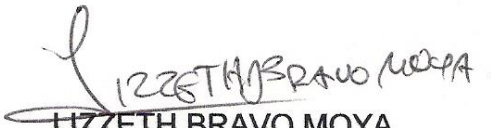
Servicio	Período	Capacidad Actual Diseñada	Porcentaje de capacidad a ofrecer	No de servicios
Consulta General	Semana	144	20%	28
	Mes	576	20%	115
	Año	6912	20%	1382
Consulta especializada	Semana	48	20%	9
	Mes	192	20%	38
	Año	2304	20%	460
Urgencias	Semana	14	20%	2
	Mes	56	20%	11
	Año	672	20%	134
vacunación	Semana	144	20%	28
	Mes	576	20%	115
	Año	6912	20%	1382

	Año	144	20%	28
Desparasitación	Semana	576	20%	115
	Mes	6912	20%	1382
	Año	96	20%	19
Odontología	Semana	381	20%	76
	Mes	4608	20%	921
	Año	24	20%	4
Pequeña Cirugía	Semana	96	20%	19
	Mes	1152	20%	230
	Año	1152	20%	2
Cirugía General	Semana	12	20%	9
	Mes	48	20%	115
	Año	576	20%	9
Hospitalización	Semana	48	20%	38
	Mes	192	20%	460
	Año	2304	20%	4
Rayos X	Semana	24	20%	19
	Mes	96	20%	230
	Año	1152	20%	1
Laboratorio Clínico	Semana	24	20%	19
	Mes	96	20%	230
	Año	1152	20%	230

Su aporte es valioso en el desarrollo del presente estudio, y su opinión permitirá ofrecer estadísticas confiables y precisas del sector. Agradecemos el tiempo que destino para responder la información solicitada y esperamos continuar con su colaboración en futuras mediciones.

Cordialmente,


GERMAN CADENA GARCÉS
Estudiante Decimo semestre
Gestión Empresarial


LIZZETH BRAVO MOYA
Estudiante Decimo semestre
Gestión Empresarial

ANEXO G. CLINICA VETERINARIA SOTOMAYOR

Bucaramanga, Marzo 16 de 2011

Señores

CLINICA VETERINARIA SOTOMAYOR

Carrera 27 No 52-74

Bucaramanga

Respetados Señores,

Dentro de un proceso de investigación desarrollado por los estudiantes de decimo semestre del programa de Gestión Empresarial, del Instituto de proyección Regional y educación a distancia IPRED de la Universidad Industrial de Santander, queremos conocer la siguiente información relacionada con la capacidad que actualmente posee su entidad; con el propósito de disponer de un porcentaje de ella para la constitución del Proyecto denominado " Factibilidad para la creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga"

1. ¿Qué capacidad diseñada posee su entidad para cada uno de los servicios señalados a continuación? ¿Qué porcentaje de esa capacidad estaría dispuesto a ofrecer a la nueva Eps?

Servicio	Período	Capacidad Actual Diseñada	Porcentaje de capacidad a ofrecer	No de servicios de
Consulta General	Semana	298	20%	57
	Mes	1728	20%	345
	Año	20736	20%	4147
Consulta especializada	Semana	96	20%	19
	Mes	381	20%	76
	Año	4608	20%	921
Urgencias	Semana	28	20%	5
	Mes	112	20%	22
	Año	1344	20%	268
vacunación	Semana	298	20%	57
	Mes	1728	20%	345
	Año	20736	20%	4147

	Año			
Desparasitación	Semana	1728	20%	345
	Mes	20736	20%	4147
	Año	192	20%	38
Odontología	Semana	768	20%	153
	Mes	9216	20%	1843
	Año	98	20%	9
Pequeña Cirugía	Semana	192	20%	38
	Mes	2304	20%	460
	Año	24	20%	4
Cirugía General	Semana	144	20%	28
	Mes	1728	20%	345
	Año	96	20%	19
Hospitalización	Semana	384	20%	76
	Mes	4608	20%	921
	Año	48	20%	9
Rayos X	Semana	192	20%	38
	Mes	2304	20%	460
	Año	48	20%	9
Laboratorio Clínico	Semana	192	20%	38
	Mes	2304	20%	460
	Año	2304	20%	460

ANEXO H. CLINICA VETERIANRIA PEQUEÑOS ANIMALES

Bucaramanga, Marzo 16 de 2011

Señores

CLINICA VETERINARIA PEQUEÑOS ANIMALES

Calle 20 No 19-40

Bucaramanga

Respetados Señores,

Dentro de un proceso de investigación desarrollado por los estudiantes de decimo semestre del programa de Gestión Empresarial, del Instituto de proyección Regional y educación a distancia IPRED de la Universidad Industrial de Santander, queremos conocer la siguiente información relacionada con la capacidad que actualmente posee su entidad; con el propósito de disponer de un porcentaje de ella para la constitución del Proyecto denominado " Factibilidad para la creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga"

1. ¿Qué capacidad diseñada posee su entidad por cada uno de los servicios señalados a continuación? ¿Qué porcentaje de esa capacidad estaría dispuesto a ofrecer a la nueva Eps?

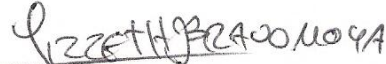
Servicio	Período	Capacidad Actual Diseñada	Porcentaje de capacidad a ofrecer	No de servicios
Consulta General	Semana	288	15%	43
	Mes	1728	15%	259
	Año	20736	15%	3110
Consulta especializada	Semana	96	15%	14
	Mes	384	15%	37
	Año	4608	15%	691
Urgencias	Semana	28	15%	4
	Mes	112	15%	16
	Año	1344	15%	201
vacunación	Semana	208	15%	43
	Mes	1728	16%	259

Desparasitación	Semana	298	15%	43
	Mes	1728	15%	259
	Año	20736	15%	3110
Odontología	Semana	192	15%	28
	Mes	768	15%	115
	Año	9216	15%	1382
Pequeña Cirugía	Semana	48	15%	7
	Mes	192	15%	28
	Año	2304	15%	345
Cirugía General	Semana	21	15%	3
	Mes	144	15%	21
	Año	1728	15%	259
Hospitalización	Semana	96	15%	14
	Mes	384	15%	57
	Año	4608	15%	691
Rayos X	Semana	48	15%	7
	Mes	192	15%	28
	Año	2304	15%	345
Laboratorio Clínico	Semana	48	15%	7
	Mes	192	15%	28
	Año	2304	15%	345

Su aporte es valioso en el desarrollo del presente estudio, y su opinión permitirá ofrecer estadísticas confiables y precisas del sector. Agradecemos el tiempo que destino para responder la información solicitada y esperamos continuar con su colaboración en futuras mediciones.

Cordialmente,


GERMAN CADENA GARCÉS
 Estudiante Decimo semestre
 Gestión Empresarial


LIZZETH BRAVO MOYA
 Estudiante Decimo semestre
 Gestión Empresarial

ANEXO I. CENTRO VETERINARIO FAUNA

Bucaramanga, Marzo 16 de 2011

Señores

CENTRO VETERINARIO FAUNA

45 No 16-21

Bucaramanga

Respetados Señores,

Dentro de un proceso de investigación desarrollado por los estudiantes del décimo semestre del programa de Gestión Empresarial, del Instituto de proyección Regional y educación a distancia IPRED de la Universidad Industrial de Santander, queremos conocer la siguiente información relacionada con la capacidad que actualmente posee su entidad; con el propósito de disponer de un porcentaje de ella para la constitución del Proyecto denominado "Factibilidad para la creación de una entidad promotora de salud para perros y gatos en el área metropolitana de Bucaramanga"


1. ¿Qué capacidad diseñada posee su entidad por cada uno de los servicios señalados a continuación? ¿Qué porcentaje de esa capacidad estaría dispuesto ofrecer a la nueva Eps?

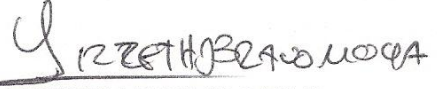
Servicio	Período	Capacidad Actual Diseñada	Porcentaje de capacidad a ofrecer	No de servicios
Consulta General	Semana	288	18%	51
	Mes	1728	18%	311
	Año	20736	18%	3732
Consulta especializada	Semana	96	18%	17
	Mes	584	18%	69
	Año	4608	18%	829
Urgencias	Semana	28	18%	5
	Mes	112	18%	20
	Año	1344	18%	241
vacunación	Semana	288	18%	51
	Mes	1728	18%	311

	Año	20736	18%	3732
Desparasitación	Semana	288	18%	51
	Mes	1728	18%	311
	Año	20736	18%	3732
Odontología	Semana	192	18%	34
	Mes	768	18%	139
	Año	9216	18%	1658
Pequeña Cirugía	Semana	48	18%	8
	Mes	192	18%	34
	Año	2304	18%	414
Cirugía General	Semana	24	18%	4
	Mes	144	18%	25
	Año	1728	18%	311
Hospitalización	Semana	96	18%	17
	Mes	384	18%	69
	Año	4608	18%	829
Rayos X	Semana	48	18%	8
	Mes	192	18%	34
	Año	2304	18%	414
Laboratorio Clínico	Semana	48	18%	8
	Mes	192	18%	34
	Año	2304	18%	414

Su aporte es valioso en el desarrollo del presente estudio, y su opinión permitirá ofrecer estadísticas confiables y precisas del sector. Agradecemos el tiempo que destino para responder la información solicitada y esperamos continuar con su colaboración en futuras mediciones.

Cordialmente,


 GERMAN CADENA GARCÉS
 Estudiante Decimo semestre
 Gestión Empresarial


 LIZZETH BRAVO MOYA
 Estudiante Decimo semestre
 Gestión Empresarial

ANEXO J. CENTRO VETERINARIO REINO ANIMAL

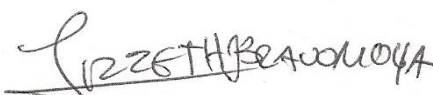
	Mes	1728	15%	259
	Año	20736	15%	3110
Desparasitación	Semana	288	15%	43
	Mes	1728	15%	259
	Año	20736	15%	3110
Odontología	Semana	192	15%	28
	Mes	768	15%	115
	Año	9216	15%	1382
Pequeña Cirugía	Semana	48	15%	7
	Mes	192	15%	28
	Año	2304	15%	345
Cirugía General	Semana	24	15%	3
	Mes	144	15%	21
	Año	1728	15%	259
Hospitalización	Semana	96	15%	14
	Mes	384	15%	57
	Año	4608	15%	691
Rayos X	Semana	48	15%	7
	Mes	192	15%	28
	Año	2304	15%	345
Laboratorio Clínico	Semana	48	15%	7
	Mes	192	15%	28
	Año	2304	15%	345

Su aporte es valioso en el desarrollo del presente estudio, y su opinión permitirá ofrecer estadísticas confiables y precisas del sector. Agradecemos el tiempo que destino para responder la información solicitada y esperamos continuar con su colaboración en futuras mediciones.

Cordialmente,



GERMAN CADENA GARCÉS
Estudiante Decimo semestre
Gestión Empresarial



LIZZETH BRAVO MOYA
Estudiante Decimo semestre
Gestión Empresarial